



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE ARTICULOS PARA EL
HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS,
CHICLAYO 2019**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN**

Autor (es):

Bach. Guivar Romero Catia Carolina
<https://orcid.org/0000-0003-1639-8474>

Asesor:

Mg. Gonzales Hidalgo Carlos Daniel
<https://orcid.org/0000-0002-8962-026X>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2023

APROBACIÓN DE JURADO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS, CHICLAYO 2019

Asesor (a): Mg. Gonzales Hidalgo Carlos Daniel

Nombre completo

Firma

Presidente (a): Dr., Merino Núñez Mirko

Nombre completo

Firma

Secretario (a): Mg. Rojas Jiménez Karla Ivonne

Nombre Completo

Firma

Vocal (a): Mg. Silva Gonzales Liset Sugeily

Nombre Completo

Firma

DECLARACION JURADA DE ORIGINALIDAD



DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Administración** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro(amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS, CHICLAYO 2019

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Apellidos y nombres Guivar Romero Catia Carolina	DNI: 46909855	 FIRMA
---	---------------	--

Pimentel, 26 de febrero de 2023

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, que me permitió seguir adelante, me guio y cuido en el trayecto.

A mi casa de estudios la Universidad Señor de Sipán por la formación y preparación para competir profesionalmente, junto con mis docentes. Por la dedicación que tuvieron para guiarnos y haber culminado con éxito la presente tesis.

“La autora”

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo proponer un plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019. El tipo de investigación fue descriptivo y el diseño no experimental. La población estuvo constituida por la población de Chiclayo, una población infinita. El tamaño de la muestra fue 384 pobladores, para la recolección de datos se aplicó la técnica entrevista y encuesta siendo los instrumentos la guía de la entrevista y el cuestionario la cual evaluó y recolectó la información necesaria de acuerdo a las dimensiones planteadas en la operacionalización, la cual las dimensiones de estudio en estudio son; descripción del negocio, análisis del mercado, planeamiento estratégico, plan de marketing, plan de operaciones, plan de organización y plan de recursos humanos finalmente el análisis económico y financiero. Se llegaron finalmente a establecer las siguientes conclusiones con respecto al diseño del plan de negocio, dicha propuesta despierta el interés de personas que desean incursionar en este tipo de negocio, asimismo existen compradores que estarían dispuestos adquirirlos, no solo por lo innovador, sino porque el enfoque ambiental despierta en ellos curiosidad en los diseños, concluyendo que el diseño de un plan de negocio es económicamente rentable, operativamente viable y socialmente responsable.

Palabras clave: Responsabilidad Social empresarial, Competitividad.

ABSTRACT

The purpose of this research was to propose a business plan for the marketing of household items based on recycled tires Chiclayo 2019. The type of research was descriptive and the design was not experimental. The population was constituted by the inhabitants of the Chiclayo; an infinite population. The sample size was 384 inhabitants, for the data collection the interview and survey technique was applied, the instruments being the guide of the interview and the questionnaire which evaluated and collected the necessary information according to the dimensions raised in the operationalization, which the dimensions of study in study are; business description, market analysis, strategic approach, marketing plan, operations plan, organization plan and human resources plan finally economic and financial analysis. The following conclusions were finally established with respect to the design of the business plan, this proposal arouses the interest of people who want to venture into this type of business, there are also customers who would be willing to acquire them, not only for the innovative, but because the environmental approach arouses in them curiosity in the designs, concluding that the design of a business plan is economically profitable, operationally viable and socially responsible number of the population given that it is a small number, the independent variable has as dimensions values and transparency, internal factors, suppliers, consumers, environment, community state. Likewise, the independent variable is made up of the following dimensions. Competitiveness performance, resource renewal, competitiveness potential, cost leadership and differentiation.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Competitiveness.

ÍNDICE

APROBACIÓN DE JURADO.....	ii
DECLARACION JURADA DE ORIGINALIDAD.....	iii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRAC	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1. Realidad problemática.....	16
1.1.1. Problemática internacional	16
1.1.2. Problemática nacional	19
1.1.3. Problemática local	21
1.2. Trabajos Previos	23
1.2.1. Internacional	23
1.2.2. Nacional.....	26
1.2.3. Local	28
1.3. Teorías relacionadas al tema	32
1.3.1. Plan de negocio	32
<i>Plan de marketing</i>	40
<i>Plan de operaciones</i>	41
<i>Gestión de operaciones</i>	43
<i>Plan de recursos humanos</i>	43
<i>Análisis económico y financiero</i>	44
1.4. Formulación de problema.....	46
1.5. Justificación.....	46
1.6. Objetivos	48
1.6.1. Objetivo General.....	48
1.6.2. Objetivo Especifico	48
II. MATERIAL Y MÉTODOS	49
2.1. Tipo y diseño de la investigación	50

2.1.1.	Tipo de investigación	50
2.1.2.	Diseño de investigación	50
2.2.	Variables y Operacionalización	52
2.3.	Población y muestra	58
2.3.1.	Población	58
2.3.2.	Muestra	58
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. 59	
2.4.1.	Técnicas	59
2.4.2.	Instrumentos	60
2.4.3.	Validez	61
2.5.	Procedimiento de análisis de datos	61
2.6.	Criterios de rigor científico	61
III.	RESULTADOS	63
3.1.	Tablas y figuras de pobladores	64
3.2.	Entrevista de Plan de Negocio	94
3.3.	Plan de <i>negocio</i>	98
3.3.1.	Resumen ejecutivo	98
3.3.2.	Descripción del negocio	99
3.3.3.	Análisis del mercado	102
3.3.4.	Planeamiento estratégico	114
3.3.5.	Plan de marketing	118
3.3.6.	Plan de operaciones	123
3.3.7.	Organización y plan de recursos humanos	127
3.3.8.	Análisis económicos y financieros	136
	DISCUSIÓN	151
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	157
4.1.	CONCLUSIONES	158
4.2.	Recomendaciones	160
	REFERENCIAS	161
	ANEXOS	168

Anexo N° 1: Matriz de consistencia	169
Anexo N° 2: Formato de cuestionario.....	171
Anexo N° 4: Formato de entrevista	175
Anexo N° 5: Validación de cuestionario	179
Anexo N° 6: Validación de entrevista	197
Anexo N°7: Resolución de aprobación de tesis	201
Anexo N° 8: Formato N° T1.....	204
Anexo N° 9:Fotos de aplicación de la encuesta	205
.....	205
.....	206
Anexo N° 10: Reporte de turniting.....	207
Anexo N°11: Acta de originalidad.....	208

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable y Operacionalización	52
Tabla 2. Validación del Instrumento	61
Tabla 3. ¿Considera Ud. interesante la idea de este negocio?	64
Tabla 4. ¿Cree Ud. que este tipo de negocio es una buena opción para emprender de manera responsable?	65
Tabla 5. ¿Considera Ud. una buena opción que se utilice material reciclado?	66
Tabla 6. ¿Cree Ud. que esta idea de negocio contribuye al cuidado ambiental? ..	67
Tabla 7. Sexo	68
Tabla 8. Edad	69
Tabla 9. Estado civil	70
Tabla 10. Tipo de vivienda	71
Tabla 11. Nivel de estudios	72
Tabla 12. Ocupación	73
Tabla 13. Ingreso económico al mes.....	74
Tabla 14. ¿Qué lugares visita para realizar sus compras de artículos para su hogar, como muebles, sillas, mesas, etc.?	75
Tabla 15. ¿Que característica influye en su decisión de compra al momento de adquirir su producto?.....	76
Tabla 16. ¿Quién realiza las compras de artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.?	76
Tabla 17. ¿Qué tipos de muebles son de su preferencia?	78
Tabla 18. ¿Cada cuánto tiempo renueva los artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.?	79
Tabla 19. ¿Qué factores tiene en cuenta al momento de realizar su compra?	80
Tabla 20. ¿Actualmente Ud. ah adquirido algún producto a base de reciclaje y que contribuya con el medio ambiente?	81
Tabla 21. ¿Le resulta atractivo el producto, en cuanto a diseño y material?.....	82
Tabla 22. ¿Compraría Ud. uno de los artículos a base de neumáticos para su vivienda o negocio y contribuir con el medio ambiente?	83

Tabla 23. ¿Usted recomendaría el producto a un amigo o familiar?	84
Tabla 24. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uno de nuestros productos para su hogar?	85
Tabla 25. ¿En qué lugares cree Ud. que se deberían vender este tipo de artículos para el hogar?	86
Tabla 26. ¿Le gustaría que exista una página donde pueda elegir y solicitar sus productos?.....	86
Tabla 27. ¿Le gustaría que los productos lleguen a su domicilio?	88
Tabla 28. ¿Cree usted que las redes sociales son plataformas atractivas para ofrecer los productos?	89
Tabla 29. ¿Participa de sorteos en páginas de Facebook?	90
Tabla 30. ¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir?	91
Tabla 31. ¿Cree Ud. importante medir el nivel de satisfacción después de realizada la compra?.....	92
Tabla 32. ¿Qué medio de pago utiliza Ud. con frecuencia al momento de realizar una compra?	93
Tabla 33. ¿Qué tipo de empresa puedo crear?	100
Tabla 34. Población en grupos de edades	106
Tabla 35. Tipo de vivienda	107
Tabla 36. Nivel de instrucción	107
Tabla 37. Precios que ofrece PROMART.....	108
Tabla 38 Precios que ofrece SODIMAC.....	109
Tabla 39. Precios que ofrece RIPLEY.....	110
Tabla 40. Precios que ofrece FALABELLA	111
Tabla 41. Analisis FODA	117
Tabla 42. Analisis de precios.....	122
Tabla 43. Maquinaria y equipo	136
Tabla 44. Herramientas.....	136
Tabla 45.Muebles y Enseres.....	136
Tabla 46. Gastos Pre Operativos	137
Tabla 47. Materia prima e insumos	137

Tabla 48. Mano de Obra	138
Tabla 49. Costos Indirectos.....	138
Tabla 50. Gastos de Ventas	139
Tabla 51. Inversión total	139
Tabla 52. Financiamiento	140
Tabla 53. Proyección de ventas en unidades.....	141
Tabla 54. Plan de inversión	142
Tabla 55. Proyección de ventas en nuevos soles	146
Tabla 56. Flujo de caja	147

INDICE DE TABLAS

Figura 1. ¿Considera Ud. interesante la idea de este negocio?	64
Figura 2. ¿Cree Ud. que este tipo de negocio es una buena opción para emprender de manera responsable?	65
Figura 3. ¿Considera Ud. una buena opción que se utilice material reciclado?	66
Figura 4. ¿Cree Ud. que esta idea de negocio contribuye al cuidado ambiental? .	67
Figura 5. Sexo	68
Figura 6. Edad.....	69
Figura 7. <i>Estado civil</i>	70
Figura 8. Tipo de vivienda	71
Figura 9. Nivel de estudios.....	72
Figura 10. Ocupación	73
Figura 11. Ingreso económico al mes	74
Figura 12. ¿Qué lugares visita para realizar sus compras de artículos para su hogar, como muebles, sillas, mesas, etc.?	75
Figura 13. ¿Que característica influye en su decisión de compra al momento de adquirir su producto?.....	76
Figura 14. ¿Quién realiza las compras de artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.?	77
Figura 15. ¿Qué tipos de muebles son de su preferencia?	78
Figura 16. <i>¿Cada cuánto tiempo renueva los artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.?</i>	79
Figura 17. <i>¿Qué factores tiene en cuenta al momento de realizar su compra?</i>	80
Figura 18. ¿Actualmente Ud. ah adquirido algún producto a base de reciclaje y que contribuya con el medio ambiente?	81
Figura 19. ¿Le resulta atractivo el producto, en cuanto a diseño y material?	82
Figura 20. ¿Compraría Ud. uno de los artículos a base de neumáticos para su vivienda o negocio y contribuir con el medio ambiente?	83
Figura 21. ¿Usted recomendaría el producto a un amigo o familiar?.....	84

Figura 22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uno de nuestros productos para su hogar?	85
Figura 23. ¿En qué lugares cree Ud. que se deberían vender este tipo de artículos para el hogar?	86
Figura 24. ¿Le gustaría que exista una página donde pueda elegir y solicitar sus productos?.....	87
Figura 25. ¿Le gustaría que los productos lleguen a su domicilio?	88
Figura 26. ¿Cree usted que las redes sociales son plataformas atractivas para ofrecer los productos?	89
Figura 27. ¿Participa de sorteos en páginas de Facebook?	90
Figura 28. ¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir?	91
Figura 29. ¿Cree Ud. importante medir el nivel de satisfacción después de realizada la compra?.....	92
Figura 30. ¿Qué medio de pago utiliza Ud. con frecuencia al momento de realizar una compra?	93
Figura 31. Pasos para crear una empresa	101
Figura 32. Nombre y logo del negocio.....	102
Figura 33. Estructura competitiva del mercado	112
Figura 34. Diseños de productos.....	120
Figura 35. El canal de distribución	121
Figura 36. Ensamblado y acabado del producto	125
Figura 37. Estructura Organizacional de la empresa	128

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

1.1.1. Problemática internacional

Conforme el tiempo ha ido transcurriendo, hoy en día nos vemos sumergidos a nivel mundial en problemas ambientales, y por ende a la degradación de nuestro planeta, siendo así uno de los causantes del incremento de la contaminación, a los desechos de los residuos sólidos e inorgánicos, por lo cual mencionados materiales sufren periodos extensos para su descomposición, asimismo son estos elementos los mayores generadores de impacto ambiental, generando la degradación de nuestro territorio y atentan contra la salud de la población.

En lo que respecta a los residuos sólidos, podemos encontrar a los neumáticos, elaborados de material de caucho con plástico, que debido al desgaste que presentan, estos son desechados, y para deshacerse de ellos comúnmente son quemados expulsando diversas sustancias químicas y estos elementos ocasionan un gran peligro para la población.

Por otro lado, Noticias ONU (2022) en su artículo titulado “El aire que nos mantiene vivos nos está enfermando, alertan expertos”, nos afirma que la Asamblea General de la ONU mediante una resolución designó el día 7 de septiembre como el “Día Internacional del Aire Limpio por un Cielo Azul”, y marco que existe la necesidad urgente de crear conciencia pública en todos los niveles, para promover y proporcionar acciones que ayuden a mejorar la calidad del aire. Por otro lado, el secretario general António Guterres solicitó a todos los países a unirse a este trabajo, para batallar con la contaminación del aire, detallando algunas soluciones: una transformación de los combustibles fósiles a las energías renovables; utilizar modos de transporte alternativos de cero emisiones; y reciclar los residuos en lugar de quemarlos, así se podrá mantener a las personas y al planeta seguros y saludables.

El diario El País (2020) en su anuncio denominado “La vie est belt’ fabrica cinturones y accesorios a partir de neumáticos y mangueras” escribió la noticia sobre un joven llamada Hubert Motte, que se percató que en algunos lugares existían gran cantidad de neumáticos en desuso abandonados y pensó

¿Por qué no re aprovechar todo este material para darle un nuevo uso? , es así como el emprendedor francés en el año 2017 decidió crear una microempresa La vie est belt (La vida es “cinturón”, en español), Motte quiso dar rienda suelta a su pasión, la de crear cosas, y a la vez tener un impacto positivo para la sociedad y el planeta, es así que comenzó a elaborar cinturones, ahora su tienda virtual ofrece varios tipos de cinturones hechos a partir de neumáticos de bicicletas, de coches, y mangueras de incendios para hombres y accesorios y junto ofrece trabajo a personas con algún tipo de discapacidad, que viven en condiciones precarias, las cuales forman el 80% de su plantilla.

La revista National Geographic (2019), en su artículo denominado Los neumáticos son una gran fuente de contaminación por plástico, mediante un estudio realizado por Pieter Jan Kole de la Universidad Abierta estimaba que los neumáticos representan hasta un 10 por ciento del total de micro plásticos presentes en los mares del mundo. Un informe de 2017 de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza menciona que la fabricación de neumáticos modernos está compuesta por 32 litros de petróleo, y los neumáticos de los camiones consumen 100 litros, entonces cuando las partículas de los neumáticos llegan a los ríos y los mares, afectan a los seres marinos de forma visible, tanto así, que se descubrió que las sentencias una vez ingeridas, las partículas se acumulaban en las tripas y branquias de los camarones, produciendo efectos crónicos a largo plazo. Los neumáticos usados se logran utilizar de manera positiva, por ejemplo, juegos para parques infantiles, campos deportivos, materiales de construcción y muchos productos más.

Es así como El Diario El Correo (2019) en su artículo denominado “Joven transforma neumáticos viejos en camas para mascotas”, donde nos indica que un joven de 22 años, llamado Amarildo Silva vive en Paraíba, Brasil y desde hace un tiempo viene realizando un trabajo impecable, debido a que reutiliza los neumáticos viejos para ser convertidos en lindas camas para mascotas, la idea nació cuando el joven buscaba un dinero extra y a su vez pensando que hacer con la deshechos que la población lanzaba a la calle, es así con la ayuda de sus

familiares que logró recoger decenas de neumáticos viejos, dando inicio a su idea de negocio, y que hasta la fecha, el joven ha vendido más de 500 unidades de camas y el 90% de los pedidos se hacen desde la página de Instagram. Es así que, si analizamos a los neumáticos como material reutilizable, podemos generar una fuente de ingresos, debido a que representa oportunidades de negocios, para los pequeños emprendedores.

Asimismo, El Diario La Verdad (2018) en su artículo denominado “2,4 millones de neumáticos se desechan anualmente en Ecuador”, asimismo nos indica la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, que se llevó a cabo un estudio, la cual afirma que en Ecuador al año se desechan más de 2.400.000 de llantas en las orillas de carreteras, descampados en abandono y alcantarillados, para erradicar dicho problema se llevó a cabo un Sistema Ecuatoriano de Gestión Integral de Neumáticos Usados, supervisado por el Ministerio del Ambiente, con el propósito de llevar a cabo el adecuado tratamiento de las llantas usadas, teniendo en cuenta que un neumático puede tardar 500 años en degradarse, y pues las consecuencias sería el incremento de la contaminación, y de enfermedades.

El Diario Agenda País (2018) en su artículo denominado organizaciones deben reciclar el 90% de los neumáticos que se consumen en el país”, la ministra Schmidt comentó que los neumáticos se encuentran como uno de los agentes más contaminantes que tienen en su país y es por ello que se ha establecido un decreto, pues se manifiesta que en Chile se consumen, anualmente, en promedio 6,5 millones de neumáticos, que serían 140 mil toneladas de residuos, en base a estos datos solo se recicla un 17%. Por lo expuesto, la gran mayoría de los residuos acaban en vertederos clandestinos y basura que invaden el país. Debido a lo establecido, los negocios no cumplen con lo que se estableció con la autoridad, están expuesto a multas que llegan cerca a los 10 mil por unidad tributaria anual, cerca de \$6.000 mil millones.

Debido a dicha problemática y siendo la meta principal reducir el impacto nocivo que ocasionan los diferentes residuos para el medio ambiente, diferentes países han implementado sistemas integrados con la finalidad de crear

proyectos de negocios, que se encarguen del tratamiento adecuado de los residuos teniendo como principal objetivo la reutilización y transformación de residuos sólidos que son desechados por haber perdido su utilidad, dichos asociados con la visión de emprender y con el propósito de cuidar y respetar el planeta, han decidido crear empresas sostenibles que contribuyan a disminuir los índices de contaminación, sensibilizando a la sociedad, y generando ingresos económicos y puestos de trabajo.

1.1.2. Problemática nacional

A nivel nacional en El Perú existe el Código Penal en su Título XIII la cual hace hincapié en el artículo N.º 304, que los diferentes actos que infrinjan con el deterioro del medio ambiente y los diferentes factores, serán sancionados con pena privativa que restrinja su libertad, siendo la pena de uno a tres años o con una multa de ciento ochenta a trescientos sesenta y cinco días, sin embargo, la falta de conciencia por algunas personas respecto al cuidado del medio ambiente está siendo notoria, estos actos con abierta impunidad, al quemar las llantas durante las protestas sociales.

Es así como diferentes empresas han decidido ser agentes de cambio y transformar diferentes tipos de residuos en artículos útiles, generando una idea de negocio, ante tal problemática existente, es así como El Diario Gestión (2019) en su artículo nos manifiesta que existen 10 emprendimientos peruanos que utilizan diferentes objetos en desuso para ser transformados en arte, dicho esto nos indica que el Perú es generador de 8 millones de toneladas al año de basura, pese a ello solo el 15% se recicla, por este motivo se celebra el día mundial del reciclaje el 17 de mayo, teniendo como principal objetivo crear conciencia en los habitantes e inculcar el hábito de reutilizar objetos y que los residuos sólidos tengan el correcto tratamiento, es así como novedosas ideas convirtieron al reciclaje en un negocio productivo y con actividades responsables, algunos de ellos son los Bolsos Ecológicos del Perú que transforma las botellas de plástico en fibra y telas, asimismo Simba que convierte los residuos orgánicos de

restaurantes en alimento para cerdos y Vidria que se enfoca en transformar las botellas de vidrio en arte y así como ellos muchos emprendimientos más.

Asimismo, El Diario El Correo (2018) en su artículo de cómo afecta la salud del ser humano con la quema de neumáticos, nos indica que esa desintegración ataca principalmente al sistema respiratorio, es generador de enfermedades inmediatas o progresivas de asma y hasta cáncer, igualmente daños a la piel, ojos e inclusive insuficiencias cardíacas. Es por ello esa necesidad de convertir un problema ambiental en productos con valor agregado, es así como las autoridades y colaboradores de la Municipalidad de Surco de Lima han reflejado el compromiso con el desarrollo sostenible, para ello se ha decidido reciclar, reutilizar y reducir los factores de contaminación de los neumáticos, para ser convertidos en diferentes juegos de diversión para los niños, demostrando así el alto grado de responsabilidad social, para el beneficio de la comunidad.

La doctora María del Carmen Gastañaga Ruiz del Instituto Nacional de Salud (2018), especialista en salud ambiental del Minsa, señaló que luego de haber ocurrido un incendio en un depósito de llantas en la ciudad de Lima, que la quema de llantas perjudica seriamente la salud de las personas, de las mascotas y el medio ambiente, debido a que las llantas están hechas de caucho, un material que proviene del petróleo Nos afirma que los neumáticos está compuesta por sustancias tóxicas como el azufre, óxido de magnesio, entre otros, todos ellos generan al momento de la quema la expulsión de gases como lo es el monóxido de carbono y dióxido de carbono, este último se queda en la atmósfera y no permite la salida de calor al espacio, lo cual hace que se presenten cambios de temperatura en la tierra dando lugar al llamado "efecto invernadero", y también el monóxido de carbono son contaminantes liberados al aire que disminuye la capacidad de absorción de oxígeno de la sangre, es por ello que la combustión de llantas son contaminantes orgánicos permanentes, que no desaparecen fácilmente, asimismo exponen a la salud de la población generando crisis asmáticas, problemas respiratorios e incluso conjuntivitis química.

Por otro lado, el diario El Perú Primero (2018) en su artículo nos indica que en el Perú existe un bajo hábito de reciclaje, pese a que el grado de contaminación es alto, solo el 1.9% del total de los residuos son aprovechables, en conmemoración existe una fecha especial alusiva al reciclaje con ello se busca que tomen conciencia de la importancia de tratar los residuos de forma adecuada, y que cada vez sean menos los índices de contaminación en el país. En el Perú hay enormes oportunidades de aumentar el reciclaje y junto a ello generar ideas de negocio rehusando aprovechar aquellos objetos que tienen valor comercial, para luego ser convertidos en nuevos productos.

Por último, el Ministerio de trabajo y promoción del empleo (2016) manifiesta en el Diario Gestión que estima que más de 108 mil grupos familiares que son recicladores en el Perú, de las cuales más de 43,000 ejercen su actividad en Lima, teniendo un 86.57 % de personas que se encuentran en situación de extrema pobreza y sólo 4.3% de los recicladores pertenecen a asociaciones y microempresas, es así como la MTPE ha puesto en marcha un plan para llevar a cabo la capacitación a ese sector vulnerable con el propósito de brindar bienestar y calidad de vida a las personas recicladoras, además se debe tener incentivar que protejan el medio ambiente y promover la formalización laboral, para que al final realicen sus actividades de manera correcta, tales como el manejo de residuos sólidos, la seguridad, la salud y la buena gestión de planes de negocio.

1.1.3. Problemática local

A nivel local podemos observar, que los neumáticos son un serio problema para el planeta y para quienes lo habitan, mucho más si no son usados para generar cambios positivos, una de las actividades que se observan en nuestra ciudad son los hornos ilegales, que elaboran ladrillo, pues dichos establecimientos utilizan estos neumáticos para producir fuego, demostrando un total desinterés en la práctica de la responsabilidad social, puesto que ellos tienen conocimiento que dichos neumáticos producen un alto grado de contaminación, debido a que expulsan diferentes gases tóxicos que dañan a la vida humana.

Con la intención de fomentar una cultura de reciclaje, estudiantes universitarios, junto a la Municipalidad Provincial de Chiclayo y Chiclayo Limpio se unieron para ejecutar el proyecto denominado Generación de capacidades a los recolectores del botadero de Reque, con la finalidad de concientizar y desarrollar habilidades empresariales, debido a que las actividades de reciclaje les permite tener un soporte económico para sus familias. Se espera que al término del proyecto se haya logrado que los participantes tengan las capacidades personales que les permitan asociarse y trabajar en equipo, así como el desarrollo de habilidades empresariales para que puedan llevar a cabo sus proyectos de negocio de forma eficiente y segura.

La contaminación ambiental es un problema cada vez más evidente, es por ello que el ente rector del poder ejecutivo, el Ministerio del Ambiente (2018) mediante la Ministra Fabiola Muñoz anuncia que el MINAM está trabajando e implementando distintas operaciones para mejorar la gestión ambiental en diferentes ciudades del país, y sobre todo en promover una cultura y educación ambiental en toda la ciudadanía, en cuanto al manejo responsable de los desechos que se forman a diario, seguidamente añadió que a través del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA), se está censurando la labor del municipio y que se adoptarán las medidas correspondientes, a fin de proteger la salud de la población. Finalmente, explicó que el proyecto de ley que busca reducir el uso del plástico, y que fue aprobado en la Comisión Parlamentaria de Pueblos Andinos, Amazónicos y Afroperuanos, Ambiente y Ecología tras realizarse diversas sesiones técnicas que permitieron llegar a un consenso entre el sector público, privado, sociedad, esto indica que ya los entes reguladores se encuentran tomando medidas para el bienestar de la población y vienen ejecutando campañas para reducir el uso del plástico y mejorar la gestión de residuos sólidos en Trujillo y Chiclayo.

La Agencia Peruana de Noticias Andina (2014) nos dice que la ciudad de Chiclayo presenta un alto índice de contaminación para la atmósfera a diferencia de otras regiones del países así como Eric Concepción Gamarra,

coordinador de Gestión del Aire del Ministerio del Ambiente expresa que, dicha problemática se deba a que la Ciudad presenta un alto dinamismo y crecimiento acelerado de las actividades industriales, la cual son las que generan la expulsión de material particulado al medio ambiente, provocando la contaminación del aire, junto a ello la quema de residuos sólidos y las actividades realizadas por las ladrillera artesanales, genera un incremento de los niveles de contaminación, e incide en la calidad de aire de la ciudad.

Asimismo haciendo un análisis de los neumáticos se logró identificar que el caucho es un material muy resistente, por lo tanto se puede volver a dar otro uso, ya que aún sirve para elaborar otros productos, por esa razón se planteó una idea de negocio, que consiste en reutilizar los neumáticos en desuso para ser utilizados en la elaboración de artículos para el hogar, tales como puff a base de llantas, con acabados en madera, pintura y variedad de telas, así también la elaboración de mesas de centro con acabados en cordelillo, y vidrio, dicho proyecto permitirá mejorar en el medio ambiente.

Teniendo un enfoque en el cambio respetuoso hacia los procesos, y con visión de emprender, debido que este proyecto no solo genera ingresos económicos sino también contribuye a la disminución de la problemática existente, pese a ello no se logró identificar ningún negocio con el mismo enfoque, y tampoco que despierte el interés en las autoridades para combatirlo, finalmente se manifiesta que hoy en día el consumo de productos biodegradables, reciclados, se ha convertido en tendencia, está tomando mucha relevancia en nuestras vidas, debido a que existen personas que se inclinan en consumir estos tipos de productos

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Internacional

Espinoza (2020) en Guayaquil.", cuyo objetivo principal fue elaborar un plan de negocio para una empresa productora de suelas de calzado a base de NFU, el estudio se desarrolló mediante el método descriptivo, y

exploratorio; teniendo como población a los habitantes de Guayaquil que ascienden a 2.698.077, al ser superior a 100.000 personas se categoriza como población infinita, la encuesta se enfocó a personas de 18 años o más, quedando como muestra 384 personas, a quienes se les aplicó como instrumento la encuesta y la entrevista a representantes de centros de acopio, productores nacionales de calzado y a empresas procesadoras de neumáticos, ambos instrumentos, de recolección de datos, finalmente se llegó a concluir: Las condiciones que presenta el mercado son favorables para la propuesta planteada, debido a que existe disponibilidad de proveedores, interés de los productores de calzado y un mercado donde la competencia de suelas a base de NFU es baja, asimismo existe una factibilidad comercial debido a que en el país existe un Acuerdo Ministerial 098 que obliga a reciclar este producto y el Ministerio del Ambiente hace la entrega de neumáticos de forma gratuita a los gestores autorizados, reduciendo ampliamente sus costos y permitiendo fabricar una suela a precios accesibles.

La presente investigación manifiesta que reutilizar los neumáticos y convertirlos en sub productos se convierte en un proyecto viable, esto quiere decir que diseñar un plan de negocio a partir de productos reciclables genera resultados positivos para un país, analiza las condiciones de mercado, y la disponibilidad de los grupos de interés.

Pinto y Rojas (2017) la cual tuvo como finalidad primordial formular la idea de negocio para realizar artículos de decoración de espacios, derivados del reciclaje de llantas usadas, el diseño de investigación cuantitativa, de tipo exploratoria y descriptiva, utilizó como instrumento la encuesta, la población estuvo conformada por todas las personas de los estratos sociales medio y alto, teniendo como muestra a 266 personas, los autores llegaron a los siguientes resultados: La investigación realizada se logró observar que la idea de negocio planteada es innovadora, y que la población en general sí compra productos a base de material reciclado, asimismo en el sector existen empresas que ofrecen asfalto derivado de los neumáticos, lo que resulta una ventaja para incursionar en esta nueva idea.

La investigación es útil debido a que se desarrolla un plan de negocio enfocado en los neumáticos como materia prima y los estudios que permiten analizar la viabilidad del negocio, análisis importante, que permite contrastar información teórica para desarrollar con éxito el nuevo emprendimiento.

Merino (2016) en Quito, señala es su investigación la cual tuvo como objetivo demostrar la viabilidad comercial, administrativa y financiera de instituir y organizar una empresa dedicada a la elaboración y venta de muebles artesanales con base de llantas recicladas, utilizo un tipo de investigación cuantitativa-cualitativa, y los instrumentos utilizados fueron las entrevistas con expertos, las encuestas y el focus group, llegó a concluir: De acuerdo al análisis cualitativo y cuantitativo, se muestra que un 75% de personas muestran interés por adquirir muebles en un futuro muebles artesanales con base de llantas recicladas, debido a que son productos con diseños innovadores y sobre todo contribuyen con sus compras al cuidado del medio ambiente, eso quiere decir que la industria va ganando aceptación en el país con un crecimiento de 12% en promedio (p.28)

La investigación radica en determinar la viabilidad comercial, administrativa y financiera son dimensiones importantes en la estructura de la idea de negocio, variable estudiada en el desarrollo de la investigación, y que servirá como una guía teórica y práctica.

Mesa y Patarroyo (2016) en su investigación titulada “Plan de Negocio para la recuperación de neumáticos usados y comercialización de grano de caucho en la ciudad de Bogotá”, la cual tuvo como objetivo realizar el proyecto que se encargara de la restauración de llantas sin uso para luego ser ofrecidos como grano de caucho en la misma ciudad, también utilizó un estudio de mercado para el cumplimiento de los objetivos , Se llegó a la conclusión que: Actualmente en Colombia la cultura de reciclar no es un tema poco explorado, pese a ello el estado apoya a los proyectos encaminados al mejoramiento de la infraestructura de carreteras, asimismo en su totalidad falta cubrir las

expectativas del mercado debido a que existen pocas empresas que se dedican a dichas actividades, por otro lado la tasa de oportunidad y la tasa de retorno arrojo resultados altos para el presente año. (p.55)

La mencionada investigación, es importante debido a que, ante la presentación de un plan de negocio en beneficio del país, existe el respaldo del gobierno para el desarrollo de proyectos con materia prima reciclada y reutilizada, y para ello se debe se define el estudio técnico, administrativo y financiero y se pueda llevar a cabo la viabilidad del Plan de negocio.

Barboza y Shalóm (2016) el Bogotá, sostienen en la investigación cuyo principal propósito fue presentar un modelo de negocio que sea sostenible y viable para el aprovechamiento de las llantas usadas en la misma ciudad, basado en el modelo Canvas, para ello se analizó las nueve secciones de la herramienta a utilizar, las técnicas e instrumentos utilizados fueron las encuestas realizadas a las compañías provenientes de la recuperación de caucho de llantas usadas, se llegó a concluir que el plan es rentable debido a que es una alternativa de inversión interesante, así lo demuestra los índices financieros que tienen resultados positivos comparándolos con los negocios relacionados con el sector industrial, además, sirve para generar puestos de trabajo, contribuir de manera valiosa a la protección del medio ambiente y aportar impuestos al país (p.82)

El proyecto en mención señala que llevar a cabo un plan de negocio tan novedoso contribuye al desarrollo de un país en distintas formas, tanto como en la generación de empleos, participar con la protección del medio ambiente y llevar a cabo un negocio formal ayudara a sostener los gastos públicos del país.

1.2.2. Nacional

Catacora, Ochoa y Urteaga (2021) Cuyo objetivo principal fue planear, dirigir, evaluar y supervisar la ejecución de los servicios de fabricación (tercerizada) y logística con la finalidad de atender satisfactoriamente al cliente; teniendo un total de 38 consumidores potenciales, un mercado objetivo de 12 interesados, quedando como muestra 7 de ellos, aplicando el instrumento de recolección de datos a las 7

empresas encuestadas, con el perfil de gerente general, gerente de operaciones, y tomadores de decisiones, se llegó a concluir: Que el plan de negocio es viable y excede las expectativas iniciales de los promotores, esto se debe principalmente a los bajos costos operacionales, baja inversión y aplicación de recursos propios, además el proyecto de gestión de reciclaje de mangueras cumple con las exigencias internacionales relacionadas con el tema ambiental, así como indica que la tercerización de los servicios brinda flexibilidad y favorece al modelo de negocio, ayudando a la competitividad y productividad, esto permite reducir los riesgos que presenta el mercado.

La investigación analiza que un plan de negocio enfocado a la economía circular, tienen resultados favorables y es beneficioso la terciarización para reducir costos.

Quevedo (2018) afirma en su investigación cuyo objetivo general fue diseñar una estructura estratégica para lograr que los productos se distribuyan de acuerdo a las necesidades de los cliente , la investigación fue cualitativa, diseño de tipo correlacional; para ello se trabajó con una población de 41 469 habitantes según INEI en un rango de edades de 18 a 35 años, quedando como muestra 80, y para recaudar la información necesaria se utilizó las encuestas, se logró concluir :Que al momento de ejecutar el estudio de mercado en la ciudad de Lima se pudo observar el grado motivación y aceptación de las personas, puesto que es un producto llamativo en el rubro de transporte, siendo atractivo para el mercado de calidad y que evita contaminar el medio ambiente, así se concluye que el diseño de un plan de negocio es económicamente beneficioso, operativamente viable y socialmente consciente. (p.40)

La investigación me será útil debido a sus aportes teóricos y prácticos de su variable que se han desarrollado para llevar a cabo el Plan de negocios, y el estudio de mercado que realizo demostraron resultados satisfactorios.

Rojas (2017) sostiene en su investigación tuvo la principal meta, proponer y elaborar el modelo canvas validado por los directivos de la empresa

mencionada , el tipo de investigación fue no experimental, diseño de tipo transversal; para ello se trabajó con una población de 27 trabajadores de la empresa y para la recolección de datos se utilizó como instrumento las encuestas y el cuestionario, se concluye: Que el modelo canvas es una buena herramienta de negocios para que lleve a cabo la empresa multisectorial de Ayash, puesto que es un bosquejo mostrando las áreas más relevantes dentro de una organización, además se concluye que las nuevas ideas de negocio tienen beneficios utilizando dicho instrumento y logrando el mejoramiento de la empresa, basándose en la propuesta de valor, el segmento de usuarios, los canales, las relaciones con los interesados, las fuentes de ingreso, las actividades claves, con el propósito de generar utilidades y que el retorno de la inversión se favorable en el tiempo establecido. (p.58)

La investigación me es útil porque nos muestra la aplicación de un diseño de negocio basada en el modelo Canvas, por lo tanto, me servirá para definir los aspectos más importantes de la organización

1.2.3. Local

Gamonal y Tafur (2021) argumentan en su estudio, cuyo propósito principal fue determinar la viabilidad para implementar un minimarket en la ciudad de Lambayeque, para luego de aplicar el cálculo la muestra fue de 372 familias, y para almacenar los datos se manejó como las fichas, formatos y el cuestionario, es así como los autores obtuvieron: Que mediante el estudio que se realizó del macro y micro entorno, sirvió como guía para establecer los objetivos ajustándolos a la realidad del sector y fijar estrategias, de acuerdo al estudio se halló que existe una demanda insatisfecha, asimismo existe un buen porcentaje de la población Lambayecana que acepta la apertura de un nuevo minimarket con un EI 95,8%, las cuales se resalta el precio, buen servicio, calidad de producto, variedad y rapidez del servicio, por último se determinó que la TIR es de 171% y el VAN es de s/ 651, 235.2, por lo tanto, financieramente la implementación es viable.

La investigación es importante debido a que nos muestra como a utilizado la estrategia de enfoque para que pueda llevar a cabo el desarrollo de un plan de negocio, la cual me permitirá diseñar y determinar de manera general la idea de negocio y la propuesta de valor que ofreceremos a los futuros clientes.

Chugna (2018) manifiesta en su investigación “Modelo de negocio para la creación de una cafetería temática de dibujos japoneses anime en la ciudad de Chiclayo, 2017”. El estudio tuvo como objetivo general diseñar la propuesta de un modelo de negocio canvas, para ello se realizó una investigación cualitativa y exploratoria, diseño de tipo no experimental, transversal y prospectiva; para ello se trabajó con una población de 33 jóvenes, sus edades entre los 13 a 30 años, con una muestra no probabilística, se utilizó como instrumento las entrevistas, y se obtuvo como resultados que: El segmento de clientes, son personas, en su mayoría mujeres, que viven en la ciudad de Chiclayo y se encuentran entre los 18 y 30 años de edad, y la mayoría muestra sus gustos por la cultura japonesa, eso conlleva a que las amistades y familiares más se vean influenciados para frecuentar estos lugares, por otro lado se descubrió que la propuesta del modelo de negocio es una idea nueva e innovadora, que fomenta el emprendedurismo en la ciudad de Chiclayo, pero sin embargo, no necesariamente determina la viabilidad y el éxito en el mercado. (p.70)

La investigación es importante debido a que nos muestra como a utilizado la estrategia de enfoque para que pueda llevar a cabo el desarrollo de un plan de negocio, en este caso aplicar la segmentación ayuda a definir a quienes le vendemos y a quienes va dirigido, asimismo nos dice que las ideas de negocios innovadoras incentiva al emprendedurismo.

Sosa (2018) da a conocer en su “Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de agua de mesa socialmente responsable en la región Lambayeque - 2018”. El estudio tuvo como motivo general efectuar un plan de negocios que ayude a determinar la viabilidad de la creación de una

planta comercializadora de agua de mesa, con un tipo de investigación fue de enfoque mixto cualitativa y cuantitativa, diseño de tipo prospectivo y transversal; para ello se trabajó con una población de 12 empresas privadas del sector financiero y 11 universidades de la provincia de Chiclayo, para alcanzar con la información de datos se utilizó como instrumento las entrevistas , para el jefe de logística con 10 interrogantes, y la otra con 14 interrogante para una representante del pueblo joven. Se logró llegar a las siguientes conclusiones: Que la investigación de mercado permitió conocer la aceptación y la demanda potencial, asimismo, la viabilidad estratégica muestra que las condiciones del entorno para el proyecto son favorables, ya que se encontró un crecimiento del 14% de la venta de agua embotellada en el 2016 y además las preferencias del mercado peruano han cambiado debido a la nueva tendencia, impuesta por millennials y sentinels principalmente, de consumir productos saludables. (p.78)

La investigación es útil debido a que se enfoca en la aplicación de un modelo de negocio denominado Canvas, la cual me permitirá diseñar y disponer de manera general la idea de negocio y la propuesta de valor que ofreceremos a los futuros clientes.

Olivera (2018) manifiesta en su investigación “Plan de negocio de restaurante gastronómico para la atención de la demanda en Batán Grande 2017”. El estudio tuvo como objetivo primordial, generar un plan de negocio de un establecimiento con variedad de comidas para satisfacer a una población insatisfecha, se basó en un estudio no experimental - descriptiva, diseño de tipo transversal; para ello se trabajó con una población de 57 903 turistas de la ciudad, quedando como muestra 384 turistas y con respecto al instrumento utilizado fueron las encuestas a personas que visitan Mayascón y Bosques de Pómac, las entrevistas para los encargados de los establecimientos del lugar tanto centros turísticos como restaurantes. Se llegó a las siguientes conclusiones: Que bajo la herramienta para el desarrollo económico social se logró poner énfasis en mejorar la sostenibilidad y competitividad para ello se debe evaluar los eslabones de la producción , mediante la mejor tecnología y la innovación,

asimismo después de examinar los costos y gastos necesarios para la propuesta, se obtuvieron indicadores aceptables con un COK de 10 % y un costo de beneficio de 1.18% mostrando la rentabilidad del restaurante gastronómico. (p.79)

La investigación es útil debido a que analizara la viabilidad estratégica, viabilidad de mercado, viabilidad técnica, viabilidad organizacional y viabilidad económica, con ello podrá contrastar la información teórica, metodología y utilizarla como referencia para la implementación del Plan de Negocio.

Llamo y Olivos (2017) manifiesta en su investigación cuya finalidad es proponer un modelo de negocio basado en Lean Canvas para la empresa don mixto restaurant Chiclayo, el tipo de investigación fue descriptiva mixta, diseño de tipo no experimental, de corte transversal ; para ello se trabajó con una población de 857 405 habitantes de la ciudad de Chiclayo, quedando como muestra 71 habitantes , para la información se utilizó las encuestas y el focus group se trabajó con 30 personas con una elección aleatoria, además se realizó el análisis documental para el diseño del lienzo Lean Canvas. Se llegó a las siguientes conclusiones: Que es importante realizar las encuestas y los focus group, para mantener un flujo de información y comunicación con los usuarios y así conocer los gustos y preferencias, asimismo, se determinó que los atributos más valorados entre los clientes son la rapidez en el servicio y la calidad (sabor) en los platos. (p.80)

Díaz (2017) manifiesta en su investigación “Plan de negocio para la implementación de una distribuidora mayorista dedicada a la compra y venta de artículos plásticos en el distrito de José Leonardo Ortiz - Chiclayo”. El estudio tuvo como objetivo general, determinar la variabilidad para la implementación de una distribuidora mayorista dedicada a la compra y venta de artículos de plástico, el tipo de investigación fue cuantitativo, diseño de tipo descriptivo; para ello se trabajó con una población de 25 micro empresarios, residentes de la ciudad,

comercializadores minoristas de plástico en el mercado moshoqueque, y para la recolección de datos se utilizó como instrumento las encuestas, aplicando el modelo Canvas. Por último, se dice: El resultado fue satisfactorio después de haber ejecutado el estudio del ambiente, el buen trato hacia los proveedores y las oportunidades de intercambio con los comerciantes produce un rendimiento que tiene un alto nivel de oportunidad, siendo atractivo para los inversionistas, asimismo el análisis de mercado se efectúa a través de las encuestas se pudo comprobar la existencia de demanda insatisfecha. (p.97)

La investigación es útil debido a que analizara la viabilidad estratégica, viabilidad de mercado, viabilidad técnica, viabilidad organizacional y viabilidad económica, con ello podre contrastar la información teórica, metodología y utilizarla como referencia para la implementación del Plan de Negocio.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Plan de negocio

Arbaiza (2015) señala que un plan de negocio es un documento que posee una estructura ordenada y describe el diseño de la empresa, detalla las actividades y los que intervienen en el desarrollo operativo, asimismo da a conocer lo que se ofrece, teniendo en cuenta que dicho documento debe redactarse de manera clara y sencilla para con la finalidad de que los procesos sean entendibles. (p.21)

1.3.1.1. Estructura de un plan de negocio

Arbaiza (2015), menciona que las dimensiones de un plan de negocio se deben basar de acuerdo a una estructura, para ello toda información, debe estar detallada y actualizada a medida que se logre encontrar datos valiosos. Por otro lado, los elementos del plan de negocio deben estar relacionados, de manera integral, con la finalidad de plasmar coherencia y profundidad. (p.25)

a) Descripción del negocio

Arbaiza (2015) afirma que la descripción que se detalla sobre el negocio permite que el lector tenga conocimiento acerca de quienes son los responsables de efectuar la idea de negocio, asimismo que nombre se le asigne a la entidad, a qué tipo de grupo económico que corresponde, que producto o servicio ha diseñado para satisfacer una necesidad específica en el mercado, y que estrategias ha utilizado para que se distinga de la competencia. (p.35)

Oportunidad del negocio: Weinberger (2009) indica que la idea comienza cuando el emprendedor empieza un análisis, estudiando lo que sucede en el entorno, con la seguridad de reconocer alguna necesidad desatendida, y luego usar su capacidad para desarrollar y transformar esa necesidad desatendida en una oportunidad de mercado. (p.49)

Descripción del modelo de negocio: Nos indica que, para la presentación de un modelo de negocio, se debe describir el propósito del negocio, en que consiste, como se hace, quien lo realiza, en qué lugar se establecerá y que se busca lograr en un futuro. (García ,2014, p.19)

b) Análisis del mercado

Arbaiza (2015) argumenta que dicho análisis está dividido por diferentes actividades de estudio y reflexión donde se analizan los diferentes entornos, tales como nuevos patrones de la industria, tasas y diseños de desarrollo, al igual que la agresiva estructura y división del mercado. La investigación incorpora desde la investigación de microambiente o condición al estudio de publicidad objetivo. para decidir de manera más absoluta el mercado objetivo de la organización. (p.35)

Se realiza un análisis de los factores, tanto externos como internos.

Análisis del entorno

Kotler y Armstrong (2013) sostiene que la finalidad de este análisis es indagar el impacto de los diferentes factores externos que influyen en las actividades de la empresa ya que el entorno macroeconómico no deben ser controlados por la organización, debido a que son variables externas que representan la parte política, legislativa, económica, social, cultural, tecnológica y medioambiental, que podrían afectar la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de la empresa, de acuerdo a lo que menciona el autor, se detalla lo siguiente. (p.105)

Entorno demográfico: Define que el estudio de la humanidad es un elemento principal que evalúan los mercadólogos, específicamente basado en tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otras estadísticas de interés debido a que son las personas quienes forman el mercado.

Entorno económico: Principalmente consiste en el poder que poseen los consumidores al momento de realizar la compra, en cuanto al modelo de consumo, los especialistas deben considerar detenidamente los patrones primarios tanto el mercado nacional como los mercados mundiales.

Entorno natural: Se refiere que es todo aquello que compromete los recursos naturales, para ello se debe analizar de manera responsable las actividades que implica los elementos de la naturaleza que los mercadólogos necesitan como insumos, o que son afectados por las actividades de marketing, se debe estar conscientes de las diferentes tendencias que puedan ocurrir.

Entorno tecnológico: Los nuevos avances consiguen ofrecer oportunidades emocionantes para los mercadólogos, ya que esta condición caracteriza los cambios en la comunicación, obtenida de los nuevos avances en

cuanto a nuevos artículos y formas de generación, la calidad desactualizada de los artículos, etc.

Entorno político y social: El entorno político y social, “Hace referencia al papel que juegan los gobiernos; es decir consiste en las leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que contribuyen o impiden a varias organizaciones e individuos en una determinada sociedad.

Entorno cultural: Consiste en las fuerzas que perjudican los valores básicos de una sociedad, sus percepciones, preferencias y comportamientos, como bien se sabe las personas se desarrollan en una sociedad definida en donde se obtiene características y comportamientos específicos tales como las creencias y cultura.

a) Análisis de la industria

Sainz (2017), afirma que este análisis del entorno es conveniente llevarlo a efecto con el análisis de las fuerzas competitivas de Porter, esto ayudara a conocer el índice de competencia del sector en el que vamos a interactuar y poder desarrollar estrategias favorables. (p.105) Esto quiere decir que estas competencias, son claves para que la organización logre de una manera ventajosa y sostenida, definir y seguir una estrategia competitiva.

Arbaiza (2015) argumenta que las cinco fuerzas de Porter, son las siguientes:

Rivalidad entre competidores de la industria: Se hace mención que una alta rivalidad limita la rentabilidad de la industria, para ello se debe conocer y analizar a las empresas existentes que ofrecen productos iguales o similares, esto dependerá de acuerdo a las condiciones de crecimiento de la industria, y las estrategias que se apliquen para que un negocio sobreviva y otro se estanque o quiebre. (p.61)

Riesgo de ingreso de competidores potenciales: Afecta la capacidad del negocio establecido, debido a que atenta contra los beneficios calculados. Para ello existen barreras de entradas altas, que el emprendedor debe trabajar para así poder superar y dificultar el ingreso de nuevos competidores. Por otro lado, una de las barreras de acceso son las economías de escala, debido a que el incremento del volumen disminuye el costo unitario del bien. Por consiguiente, no es sencillo ingresar al mercado con un producto nuevo, porque existen barreras relacionadas con marcas que se encuentran ya posicionadas y clientes fidelizados. (p.62)

Poder de negociación con los proveedores: Esta se identifica debido a la capacidad de aumentar los precios y reducir la calidad de los productos o servicios, ya que los proveedores cuentan con materiales difíciles de sustituir y por ende se puede controlar el mercado y el poder sobre los clientes. Cuando un proveedor posee seguridad, al cliente le resulta muy costoso cambiarlo, esto significa que para ellos no presenta mayor perjuicio si el cliente se retira, sin embargo, cuando el nivel de negociación es bajo es más fácil poseer mejores condiciones para el negocio. (p.63)

Poder de negociación con los clientes: En esta fuerza los clientes poseen la facultad de reducir precios y exigir calidad superior en los productos o servicios. Esto se presenta en su capacidad de compra, donde los clientes fuertes son los mayoristas, de tal manera si la empresa brinda sus productos o servicios a un solo cliente, el poder de negociación de este podría lograr establecer el precio que mejor le convenga, en especial en productos perecibles o de temporada, para ello se debe realizar un análisis si no diversifica, le resultará sostenible y rentable en el tiempo. (p.63)

Amenaza de productos sustitutos: Esta amenaza nace de la capacidad para atender la misma necesidad, de manera que son reemplazables fácilmente unos por otros, aun cuando los productos sean diferentes. Por otro lado, no es tan sencillo detectarlos, debido a que los productos deben ser

buscados entre las ofertas y que estos cuenten con una apariencia similar, al mismo tiempo que realicen la misma función, para así poder sustituir el producto por un tiempo. (p.64)

Planeamiento estratégico

Arbaiza (2015) nos dice que la disposición clave comprende el control de los resultados, y el cumplimiento de los resultados, dependiendo de los cambios del sector, la disposición puede investigarse en algún lugar de forma coherente, a pesar del hecho de que se ha establecido para tres o cinco años, esto debe terminarse con la solicitud para lograr una gran ejecución autorizada, además infiere impulsar las actividades de los contendientes y otras reuniones premium que alcanzan perjudicarlo. (p.384)

a) Estrategia

Torres (2014) nos indica que “es la capacidad y habilidad para dirigir un asunto, hasta conseguir el objetivo propuesto (...), es el medio por los cuales se logran los objetivo en el largo plazo”. (p.42)

b) Misión

Torres (2014) nos indica que la misión es la declaración que identifica el propósito de la organización, es la razón de ser, saber por qué y para quien existe la empresa, para ello se debe indicar las actividades para cumplir con los objetivos propuestos. (p.43)

c) Visión

Torres (2014) nos manifiesta que la misión “es una imagen sobre lo que necesitamos que sean o se conviertan nuestras asociaciones, da una razón deliberada para la dirección futura” (p.42)

d) Objetivos estratégicos

Torres (2014) nos indica que se establecen con la finalidad de que se plasmen los logros que desean alcanzar las organizaciones, teniendo relación con el cumplimiento de la misión, estos objetivos deben ser claros para lograr las metas de la organización, sobre todo deben poseer características medibles, desafiantes, consistentes, específicos, alcanzables, claros, motivantes y por orden de prioridad, puesto que de nada servirá definir metas inalcanzables. (p.43)

e) Grupos de interés

Weinberger (2009) nos manifiesta que “este grupo lo conforman los accionistas o fundadores de la organización, personas que son claves para el éxito del negocio”. (p.46)

f) Análisis FODA

Weinberger (2009) nos manifiesta que a través de este análisis se evalúan los componentes de una organización, el empresario podrá decidir cuáles son las fortalezas y debilidades internas de la empresa, y poder aprovechar las oportunidades para convertirlas en fortalezas, asimismo evaluar y luchar contra las amenazas del entorno. (p.66) Es importante realizar esta indagación ya que permite tener un bosquejo de lo que pasa a nuestro alrededor y poder tomar las medidas necesarias para combatir las dificultades que se nos presenten.

g) Estrategias genéricas

Porter, M. (2015) señala que la estrategias competitivas consiste en la toma de acciones defensivas u ofensivas para definir una posición competitiva sostenible en una industria, para afrontar eficazmente las cinco fuerzas de Porter y con ello lograr bienes resultado sobre la inversión de la entidad (pag.78).Esto quiere decir que para lanzar un producto o servicio al mercado la organización debe direccionar sus actividades de manera que ocupe un lugar significativo en el mercado, para ello existen tres estrategias genéricas

de gran eficacia para desempeñarse de mejor manera que los contrincantes en una industria: liderazgo global en costos, diferenciación y enfoque o concentración

El liderazgo en costes globales: A través de un conjunto de políticas funcionales, la organización exige la construcción agresiva de instalaciones bien estructuradas de escala eficiente, la búsqueda vigorosa de la reducción de costos de la experiencia, un control riguroso de los gastos variables y fijos, evitando las cuentas de clientes menores y minimizando los costos en áreas tales como investigación y desarrollo, fuerza de ventas, publicidad y otros. (pág. 78). Para lograr la administración en costos mundiales se requiere un interés moderadamente significativo en el mercado o diferentes circunstancias favorables, por ejemplo, acceso especial a materias primas; al igual que la planificación de artículos que son todo menos difíciles de producir y que sirven a todos los grupos de clientes importantes para acumular volumen,

Diferenciación: Se basa en diferenciar el producto o servicio que ofrecemos, creando un nuevo producto en la organización. Las formas que se logran son muy diversas: diseño, imagen de marca, tecnología, servicio al cliente y redes de distribución. Porter, M. (2015) afirma que la diferenciación brinda protección contra la competencia porque los clientes son leales a la marca, porque afectan la sensibilidad al precio, lo que aumenta los márgenes de beneficio y, por lo tanto, nos permite prescindir de la posición de bajos costos (pág. 80).

Segmentación: Esto se enfoca en un determinado grupo de personas que posean las mismas características de la línea de productos o servicios de un mercado específico. Porter (2015) Nos dice que la segmentación busca estrategias para alcanzar los objetivos en la organización, esta procura, ante todo, dar un buen servicio excelente en el mercado, satisfacer con un mayor grado las necesidades de su mercado con un precio menor, para poder acaparar ese pequeño nicho, la cual las organizaciones no compiten en mercados más extensos. (pág. 81).

Plan de marketing

Es donde deben plantearse muchos objetivos alineados con los sistemas de la organización para que las administraciones que intervengan en el estudio logren captar la necesidad de los clientes, bajo las condiciones prescritas, el tiempo y la cantidad solicitada. En este sentido, será concebible, a largo plazo, fusionar la ubicación del artículo o la administración. (Arbaiza, 2015, p.109).

a) Estrategia de producto

Kotler & Armstrong (2017) hacen referencia que la evolución de los productos o servicios implica definir las características y beneficios de lo que se brinda, para ello se debe tener en cuenta la calidad, características, estilo y diseño, para luego ser comunicados y entregados a los clientes. (p.232)

b) Estrategia de precio

Kotler y Armstrong (2017) nos muestra que para fijar los precios debe y estar direccionada al cliente, teniendo en cuenta el valor que los consumidores están dispuestos a pagar por los productos ofrecidos, para ello se debe comunicar todos los beneficios que a cambio recibirán, reflejando que si es bien compensado. (p.290)

c) Estrategia de plaza o distribución

Lamb, Hair y McDaniel (2012) nos indican que “la estrategia de plaza, se ocupa de colocar los productos a disposición del cliente en el momento y el lugar donde los quiere (...), la meta es asegurarse de que lo ofrecido lleguen en perfectas condiciones de uso a los lugares establecidos”. (p.41)

d) Estrategia de promoción y publicidad

Weinberger (2009) sostiene que el principal motivo del sistema de avance se centra en impartir al mercado objetivo las ventajas del artículo o la administración que se identifican con ejercicios de publicidad directa, trato individual, avance de acuerdos, cupones, proyectos de fidelidad y publicidad, para persuadir a las personas. (p.76)

e) Estrategia de ventas

Con respecto a los pedidos, se debe brindar lo ofrecido en las mejores condiciones. se debe precisar el lugar donde se efectuará el intercambio, quienes son los que participarán, su duración, los recursos adecuados para realizar la venta, etc. Las solicitudes son el resultado de un trato inmediato o personalizado, asimismo ventas online, por teléfono o de otro tipo, es importante crear sus propios procedimientos para facilitar la compra. (Arbaiza, 2015, p.125).

f) Objetivos de marketing, posicionamiento y Mezcla de marketing

Lamb, Hair & McDaniel (2017) nos manifiestan que la mezcla de marketing es una combinación única de estrategias, donde interviene el producto, plaza, promoción y fijación de precios, diseñadas para ser intercambiadas mutuamente con el mercado meta". (p.40)}

Plan de operaciones

Se define la estrategia de operaciones elegida y la gestión de operaciones, priorizando los procesos son indispensables para elaborar del producto y ofrecer un buen servicio, esto incluye el diseño, servicio y todo lo relacionado con la producción, así como los alcances y las limitaciones del diseño. (Arbaiza, 2015, p.109).

a) Estrategia de operaciones

Weinberger (2009) nos indica que se debe crear las estrategias de operaciones en función a la demanda calculada y asimismo a la capacidad de producción disponible de la empresa, para ello se crearán procesos e indicadores que permitan proyectar los métodos de la empresa. (p.79) Existen cuatro estrategias, que son las siguientes:

b) Estrategia de costos

Es necesario que todas las operaciones se realicen de manera eficiente, para poder ofrecer precios bajos, de la misma manera el personal y la mano de obra estarán forzados a sobresalir por su trabajo y su alta productividad.

c) Estrategia de calidad

Es esencial el control en la organización, para ello se requiere tomar medidas preventivas y correctivas, para asegurar la calidad del producto o servicio que saldrá al mercado, con la finalidad de lograr la fidelidad de los consumidores, y así evitar que los clientes se inclinen hacia la competencia.

d) Estrategia de flexibilidad

Es el reflejo de una empresa capaz de encajar a los cambios del entorno y de enfrentar a la competencia, a pesar de que sea difícil. Si se opta por esta medida es porque se encuentra en las facultades de innovar y estar a la vanguardia de la tecnología para satisfacer al cliente.

e) Estrategia de tiempos de entrega

Valerse de la tecnología para recortar plazos en los procesos productivos, así el tiempo de espera podrá ser en menor tiempo y el producto o servicio será atendido con mayor rapidez y sobre todo de manera segura.

Gestión de operaciones

Nos revela que los objetivos de producción deben establecerse de acuerdo con el plan de marketing, y se debe definir en todo el proceso productivo indicadores de seguimiento, tanto para la fabricación los atributos del producto las propiedades del artículo y los parámetros de creación, teniendo como finalidad que pueda satisfacer las necesidades de los clientes , establecer el rendimiento normal esperado por los inversores y el plan positivo de gastos de inversión para el cambio de insumos en productos finales (Weinberger, 2009, p.78).

Plan de recursos humanos

Es fundamental encontrar, clasificar y mantener un grupo que ofrezca un incentivo a la organización para lograr los objetivos propuestos en la estrategia comercializable, para esto, todas las personas deben tener la opción de dar su opinión y participación con el uso de la técnica y el negocio sobresalen. (Arbaiza, 2015, p.109).

a) Diseño organizacional

Weinberger (2009) nos indica que es transcendental que se cree el plan de recursos humanos, ya que las personas son el componente clave del logro empresarial debido a un activo humano de calidad que podría significar una posición preferida para la organización (p.89)

b) La gestión de recursos humanos

Weinberger (2009) nos dice que Las empresas deben darse cuenta de que es exigente señalar las capacidades y obligaciones de cada puesto, ya que esto permite: organizar ejercicios, realizar pantallas elaboradas por

representantes, desarrollar medidas de control, relegar controles, medir resultados y evaluar la presentación de los integrantes de la entidad. (p.78).

Análisis económico y financiero

La investigación monetaria y relacionada con el dinero permite acumular la suma subyacente importante para comenzar el negocio y el plan de gastos de los costos establecidos para la ejecución de cada uno de los planes, simultáneamente con estos datos, es posible realizar cambios en la productividad del negocio y seleccionar las fuentes de financiamiento que mejor se ajusten al límite monetario de la organización. (Arbaiza, 2015, p.191).

El plan deberá evidenciar a lo largo del desarrollo todas las decisiones tomadas, como la fijación de los costos totales, el monto de inversión inicial, las necesidades de financiamiento, las fuentes de financiamiento, proyección de los estados financieros, estima de la rentabilidad económica y financiera del plan de negocio, debido a que se pueda fijar los recursos económicos necesarios para concretar el plan de negocios. (Weinberger, 2009, p.95).

a) Proyecciones

Arbaiza (2015) señala que en las proyecciones se detalla todos los ingresos y egresos actuales y futuros que tiene o tendrá un plan de negocios, para ello se deben considerar que en las proyecciones de la empresa se detalla la fusión de datos claves, la estimación del volumen de ventas, el costo unitario de los productos, los costos fijos y variables. A continuación, se profundizará en el tema:

Inversión: Este plan se demostrará en forma descompuesta, esto quiere decir por etapas del negocio, empezando por una correcta evaluación de la inversión inicial, para ello se requiere del cálculo del capital fijo, compuesto por los tangibles e intangibles y por los gastos pre operativos, en segundo lugar, por el capital de trabajo, siendo estos primordiales para la elaboración de presupuestos, obteniendo el análisis económico y financiero. (p.197)

Proyección de las ventas: Se debe predecir correctamente para definir la cantidad de productos, materiales, personas y dinero que permitirá el desarrollo de los productos. Para evaluar dichas ventas, es necesario definir el precio de venta, teniendo en cuenta los costos que se asumen, como es el de promociones, distribución, gastos administrativos. Para comprobar los ingresos por ventas, se debe multiplicar el precio de venta por la cantidad de productos que se desea vender en distintos periodos. (p.202)

Proyección de los costos: Un buen estudio de costos permite a la empresa ser eficiente, y encontrar soluciones ante las debilidades encontradas, aquí se plasmará el valor de todos los insumos y los recursos necesarios para elaborar el producto o servicio, para ello se debe tener en cuenta la precisión de los costos de manufactura tales como materiales, mano de obra, costos indirectos de fabricación, los gastos operativos tal como los administrativos y de ventas, finalmente los financieros. (p.203)

b) Análisis económico y financiero

Rubio (2014) nos indica que se refiere al uso y aplicación de un grupo de estrategias e instrumentos de diagnóstico a los estados financieros, con la finalidad de encontrar una serie de medidas y conexiones que sean útiles y valiosas, lo cual resulta ser básicos para la toma de decisiones.”. (p.2)

Teniendo en cuentas los siguientes puntos:

Estado de ganancias y pérdidas: Se le conoce también como Estado de Resultados, donde refleja las ganancias y pérdidas de una etapa, esto es para saber la rentabilidad del negocio desde un punto de vista operativo. (Weinberger,2009, pág.110)

Flujo de caja económico:

El valor actual neto: Es la sumatoria de los flujos de caja, asociados al proyecto de inversión, con la finalidad de conseguir el valor actual, este procedimiento se utiliza para calcular la viabilidad del proyecto, para ello es necesario que el resultado sea positivo. (Brotons, 2017, pág. 13)

La tasa interna de retorno: Esta corresponde a la tasa de interés obtenida por un proyecto de inversión con pagos que son los valores negativos e ingresos que se representan con los valores positivos y estos deben presentarse en meses o años. (Brotons, 2017, pág. 35)

Análisis de punto de equilibrio: Se realiza luego de que se hayan establecido los costos fijos y variables, con la finalidad de que el empresario comprenda la cantidad mínima de productos o servicios que tendría que vender para que el negocio no presente pérdidas de dinero. Para ello es necesario definir el margen de contribución, es decir la diferencia entre el precio de venta y los costos unitarios que incurren en la producción. (Weinberger, 2009, pág. 99)

$$\text{Punto de equilibrio del periodo} = \frac{\text{Total de costos fijos del periodo}}{\text{Margen de contribucion unitaria}}$$

c) Fuentes de financiamiento

Son los recursos que ingresan a la empresa y que se quedarán por mucho tiempo, gracias a ello la compañía podrá alcanzar los objetivos, debido a que consiste en la capacidad financiera y la solución de problemas, para alcanzar los objetivos organizacionales, pero puede ser expuesta a los riesgos procedentes de la mala administración. (Morales & Alcocer, 2014, p 83).

1.4. Formulación de problema

¿De qué manera el desarrollo de un plan de negocio será viable para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019?

1.5. Justificación

El aumento de basura está afectando de manera notable a nuestro planeta, y sobre todo poniendo en peligro la supervivencia de la humanidad. Partiendo desde aquel problema, y con visión de emprendimiento surgió la idea de elaborar un plan de negocio con neumáticos reciclados, dándoles un mejor uso, ya que muchas veces estos residuos son utilizados para acciones negativas, como ser quemados en hornos ilegales y disputas en las carreteras.

El estudio propuesto busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de análisis del mercado, del entorno, plan de estratégico, plan de marketing, plan de operaciones, plan de recursos humanos y plan financiero, que el investigador pueda contrastar diferentes conceptos, para elaborar un plan de negocio.

Para la realización del proyecto se utilizará como instrumento el cuestionario, utilizando como técnica la encuesta, debido a que esta herramienta permitirá la recolección de datos estadísticos, basado en un conjunto de objetivos y compuesto por 30 preguntas. El estudio se implementó mediante métodos cuantitativos y los resultados serán calculados con un margen de error de 95% y con un grado de confianza 5% de la población, teniendo como resultado una muestra de 385 personas.

El desarrollo del proyecto servirá como un antecedente para futuros estudiantes que deseen implementar un Plan de Negocio con enfoque ambiental, reutilizando diferentes residuos, asimismo será una oportunidad de negocio, debido que hoy en día se puede observar la tendencia que está causando reutilizar diversos materiales o productos en desuso, y para ello, mediante los objetivos planteados se diseñará el Plan de Negocio en todas sus dimensiones, que permita definir el éxito del negocio.

Debido a la problemática que existe en nuestra ciudad, en cuanto a temas de contaminación ambiental, podemos observar que los alrededores de nuestra ciudad, están siendo afectados por la gran cantidad de residuos sólidos que son

desechados por la población. Es por ello que, con el desarrollo del Plan de Negocio, se desea contribuir al cuidado del medio ambiente y reducir los índices de contaminación, como también erradicar las malas prácticas que causan daño a nuestra ciudad, teniendo en cuenta que los neumáticos se encuentran fácilmente en las carreteras, basurales y establecimientos mecánicos y el mal uso de ellos puede ocasionar diversas enfermedades.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Proponer un plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019.

1.6.2. Objetivo Especifico

Realizar un estudio de mercado para definir la demanda actual de los artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo.

Elaborar un planeamiento estratégico y de marketing del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo.

Elaborar un plan de operaciones y de recursos humanos del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo.

Determinar la viabilidad económica y financiera de la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo.

Diseñar la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de la investigación

2.1.1. Tipo de investigación

2.1.1.1. *Cuantitativo*

Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiesta que “La investigación cuantitativa utiliza una variedad de información para evaluar las especulaciones que dependen de la estimación numérica y el examen medible, a fin de establecer estándares de conducta y probar hipótesis” (p, 4). Es importante ya que por medio de esta investigación se corrobora datos a través de la aplicación de ciertos instrumentos, técnicas, en base a una población

2.1.1.2. *Descriptivo*

Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiesta que busca describir propiedades, cualidades y perfiles de individuos, grupos, comunidades, objetos o cualquier otro suceso que se somete a un estudio de análisis (...); para medir o recoger información sobre las variables que se está estudiando” (p, 92). Es importante especificar las dimensiones de las variables, para medir y obtener resultados, para nuestro estudio, sin buscar la relación de estas y así evidenciar con exactitud dimensiones de un entorno, evento y sociedad.

La investigación es descriptiva debido a que se realiza el análisis a través de la información recolectada en las encuestas que serán aplicadas a un número de personas arrojado al momento de calcular la muestra, para luego describir lo recopilado teniendo como resultados datos estadísticos, limitados.

2.1.2. Diseño de investigación

2.1.2.1. *No experimental*

Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiesta que “el diseño no experimental es una investigación que se realiza sin manipular alguna variable, debido a que se los sucesos son examinados en contextos reales”. (p. 152)

Esquema de diseño de investigación:



M = muestra

O = observación de la muestra

2.2. Variables y Operacionalización

Tabla 1

Variable y Operacionalización

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Técnica e instrumento
Plan de Negocio	Descripción del Negocio	Oportunidad del negocio	¿Considera Ud. interesante la idea de este negocio? ¿Cree Ud. que este tipo de negocio, es una buena opción para emprender para emprender de manera responsable?	Encuesta/cuestionario
		Descripción del modelo de negocio	¿Considera Ud. una buena opción que se utilice material ecológico para la elaboración de los productos? ¿Cree Ud. que esta idea de negocio contribuye al cuidado ambiental?	

Análisis del Mercado	Análisis del entorno	Sexo Edad Estado civil Tipo de Vivienda Nivel de estudios Ocupación Ingreso económico al mes	
	Análisis de la industria	¿Qué lugares visita para realizar sus compras de artículos para su hogar, como muebles, sillas, mesas, etc.? ¿Qué características influye en su decisión de compra? ¿Qué miembro de su familia realiza las compras de artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.? ¿Qué tipos de muebles son de su preferencia? ¿Cada cuánto tiempo renueva los artículos para su hogar como	Encuesta/Cuestionario o

muebles, sillas, mesas, etc.?
¿Qué factores tiene en cuenta al momento de realizar su compra?
¿Actualmente Ud. ah adquirido algún producto a base de reciclaje y que contribuya con el medio ambiente?

	Estrategia	
	Misión	
	Visión	Entrevista/Guía de entrevista
	Objetivos estratégicos	
Planeamiento estratégico	Grupos de Interés	
	Análisis FODA	
	Estrategias genéricas	

Plan de Marketing	Estrategia del producto	<p>¿Le resulta atractivo el producto, en cuanto a diseño y material?</p> <p>¿Compraría Ud. uno de los artículos a base de neumáticos para su vivienda o negocio y contribuir con el medio ambiente?</p> <p>¿Usted recomendaría el producto a un amigo o familiar?</p>	Encuesta/Cuestionario
	Estrategia del precio	<p>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uno de los productos para su hogar?</p>	
	Estrategia de plaza	<p>¿En qué lugares cree Ud. que se deberían vender este tipo de artículos para el hogar?</p> <p>¿Le gustaría que funcione una página donde pueda elegir y solicitar sus productos?</p> <p>¿Le gustaría que los productos lleguen a su domicilio?</p>	

	Estrategia de promoción	<p>¿Cree usted que las redes sociales son plataformas atractivas para ofrecer los productos?</p> <p>¿Participa de sorteos en páginas de Facebook?</p> <p>¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir?</p> <p>¿Cree Ud. importante medir el nivel de satisfacción después de realizada la compra?</p>	
	Estrategia de ventas	<p>¿Qué medio de pago utiliza Ud. con frecuencia al momento de realizar una compra?</p>	
Plan de operaciones	Estrategia de operaciones Gestión de operaciones		Entrevista/Guía de entrevista

	Diseño	
Plan de recursos humanos	organizacional La gestión de recursos humanos	
<hr/>		
	Proyecciones	
Análisis Económico y Financiero	Análisis económicos y financieros Fuentes de financiamiento	Entrevista/Guía de entrevista

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Veliz (2011) manifiesta que “se llama población o universo a grupos o elementos que tienen las mismas particularidades de los que se desea obtener información, pero no necesariamente está formada por personas” (p. 6).

Asimismo, el Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2022) destacó que el crecimiento del empleo de la población conformado por personas a partir de los de 25 a 44 años de edad creció en un 5,9% (464 mil 300 personas), sucesivamente por el grupo de 45 a más en 7.4 % (438 mil 400 personas) y en el periodo de análisis la población ocupada femenina creció en un 8.6% y un 6.0% masculino.

Por último, el diario La República (2020) nos informa que, mediante el estudio realizado, sustenta que el 90 % que la conforman los millennials a partir de los 25 años están tomando conciencia sobre el medio ambiente y optan por comprar productos amigables con el medio ambiente y el 80 % está dispuesto a colaborar si existe la iniciativa de responsabilidad social,

Es por ello que La población del estudio la conforma todas las personas que habitan en la ciudad de Chiclayo de ambos sexos partir de los 25 años hasta los 45 años, llegando a concluir que la población será infinita, debido a que no se conoce con exactitud la población real en la actualidad.

2.3.2. Muestra

“Es un conjunto o parte significativa de la población; son aquellos cuyos elementos tuvieron igual posibilidad de ser elegidos y que los resultados obtenidos se generalizan a toda la población” (Veliz, 2011, p. 6).

Muestreo probabilístico

Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiesta que “el muestreo probabilístico las variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas en una muestra, de la que se supone que esta es probabilística y

que todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos” (p. 97).

Se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple, debido a que los individuos poseen el mismo acierto de ser seleccionados, para ello se desarrollará la presente fórmula, debido a que la población es INFINITA desconocida por no existir censos actuales sobre el segmento de acuerdo a edades de la ciudad de Chiclayo:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{e^2}$$

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

$$n = 384 \text{ personas}$$

El total de personas a encuestar será de 384 personas, con un 95% de confianza (1.96) y un 5% de error. (0.5).

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnicas

Es utilizado para el razonamiento, iniciando de sucesos particulares que se aceptan como válidos, finalizando con las conclusiones, su aplicación es de carácter general. “Este método comienza como un estudio particular de los sucesos y se van formulando conclusiones universales que se presentan como leyes, principios o fundamentos de una teoría” (Bernal, 2010, p. 59).

Encuesta

“Es un listado de diferentes preguntas que se ejecutan con el fin de recaudar los datos necesarios, y lograr los objetivos del proyecto de investigación, para ello se necesita el correcto diseño de la estructura debido a que un modelo mal estructurado, no servirá para recolectar la información deseada, datos imprecisos y por supuesto, genera información poco confiable” (Bernal, 2010, p. 59).

Entrevista

Es una técnica que consiste en recolectar información a través de un proceso directo de comunicación en donde participa el entrevistador(es) y entrevistado(s), y es así como el entrevistado responde a cuestiones previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar. (Bernal, 2010, p. 60).

2.4.2. Instrumentos

Cuestionario

Es un instrumento fundamental que se encarga de obtener datos congruentes, basado en un conjunto de objetivos, compuesto de preguntas, que avalan los datos proporcionados por una muestra, puede ser estudiada mediante métodos cuantitativos y los resultados se pueden calcular con un margen de error y confianza a una población; y aplicar de manera directa o indirecta (Grande y Abascal 2005, p. 14).

Guía de entrevista

Este instrumento se prepara un guion de entrevista, teniendo en cuenta y claro el tema que se va a tratar, siendo la manera como se registra la información puede ser escrita, grabada, filmada, para luego ser procesada para su respectivo análisis.

2.4.3. Validez

Para la validación del Instrumento se necesitó contar con profesionales expertos en el tema.

Tabla 2.

Validación del Instrumento

Nombre	Profesión	Grados académicos	Cargo	Tiempo de servicios
Carla Angelica Reyes Reyes	Administradora	Licenciada	Directora de Escuela	9 años
Juan Amílcar Villanueva Calderón	Administrador de Negocios	Licenciado	Jefe de Unidad de Investigación	08 años
Karla Ivonne Rojas Jiménez	Administrador	Magister	Docente TC	18 años

Fuente: Elaboración propia

2.5. Procedimiento de análisis de datos.

Se planteo dos instrumentos para la recolección de datos, la cuales fueron las encuestas y la entrevista, la primera técnica consta de 30 preguntas cerradas, que previamente el instrumento fue validado, para luego ser aplicado al total de 384 ciudadanos de la ciudad de Chiclayo. Por otro lado, la segunda técnica estuvo conformada por 15 preguntas abiertas, aplicada a un experto en administración y marketing, finalmente para el proceso de los resultados y el análisis de los datos, se utilizó el programa SPSS.

2.6. Criterios de rigor científico

Noreña, Moreno y Rojas (2012) manifiesta que los criterios éticos resaltan como uno de los pilares fundamentales respecto a la vinculación y evaluación de la investigación. Además, estos criterios aumentan el valor de la calidad en el desarrollo del estudio, tenemos:

Validez: La interpretación correcta de los resultados, igualmente analizar e interpretar la situación real, a partir de una base teórica y experiencial, para ello se debe tener un cuidado absoluto del proceso metodológico. En el proceso de muestreo, esta debe ser distintiva con respecto a la población, por lo que dará validez a los resultados.

Credibilidad: Se dará mayor énfasis a la relación entre los datos conseguidos y la realidad de la compañía, como la información de los participantes; teniendo una relación con la empresa y participantes de investigador-informante.

Replicabilidad: Esta investigación cuenta con una permanencia de la información que se ha recogido y analizado, nuestros datos estarán en conformidad con la investigación.

Conformabilidad: Se garantiza la veracidad de las descripciones realizadas en el análisis de los datos, como son la revisión de antecedente de por otros investigadores, y la contratación de los resultados con la base teórica existente.

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras de pobladores

Tabla 3.

¿Considera Ud. interesante la idea de este negocio?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	317	82.6
No sabe /no opina	3	.8
Regular	64	16.7
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

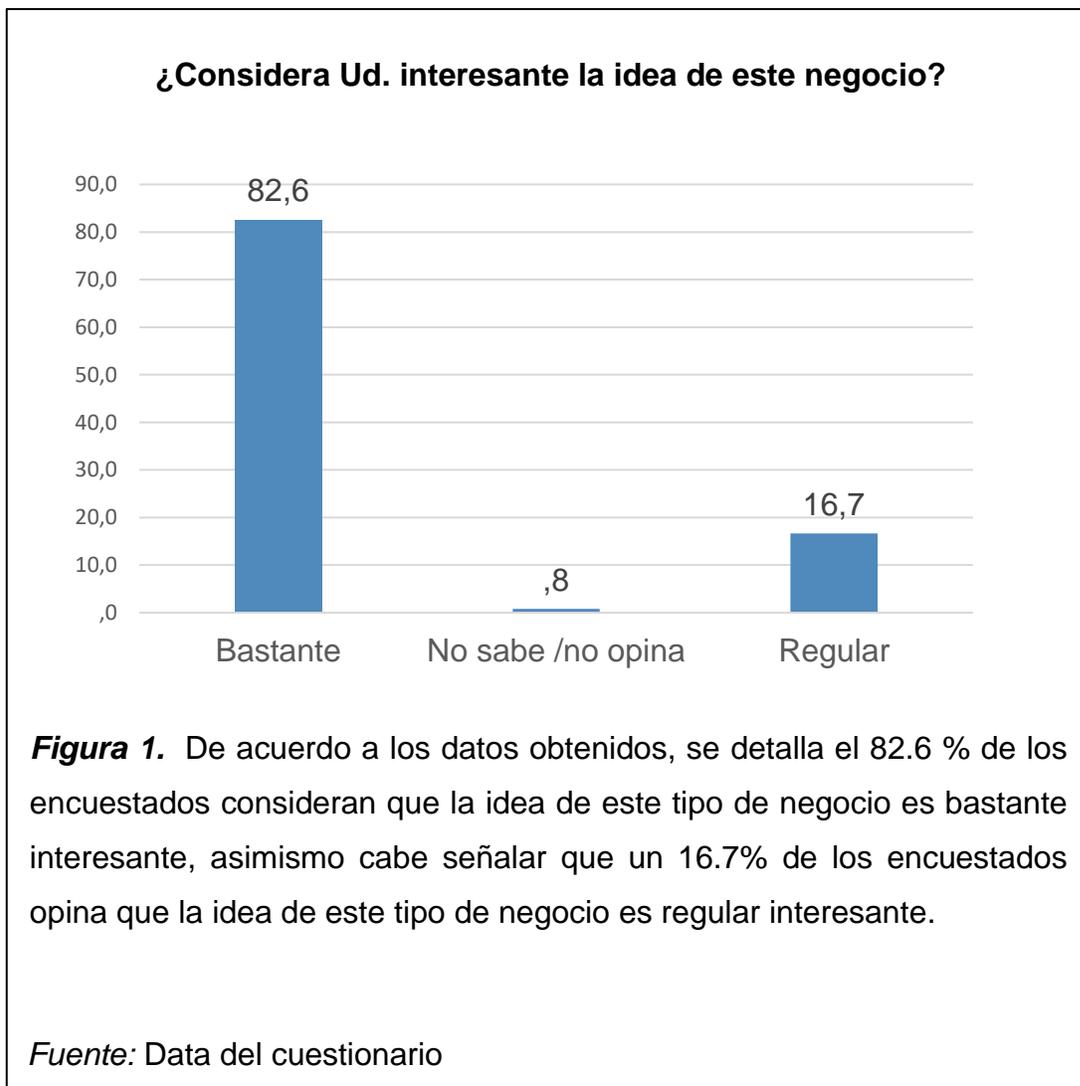


Figura 1. De acuerdo a los datos obtenidos, se detalla el 82.6 % de los encuestados consideran que la idea de este tipo de negocio es bastante interesante, asimismo cabe señalar que un 16.7% de los encuestados opina que la idea de este tipo de negocio es regular interesante.

Fuente: Data del cuestionario

Tabla 4.

¿Cree Ud. que este tipo de negocio es una buena opción para emprender de manera responsable?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	306	79.7
No sabe /no opina	3	.8
Regular	75	19.5
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

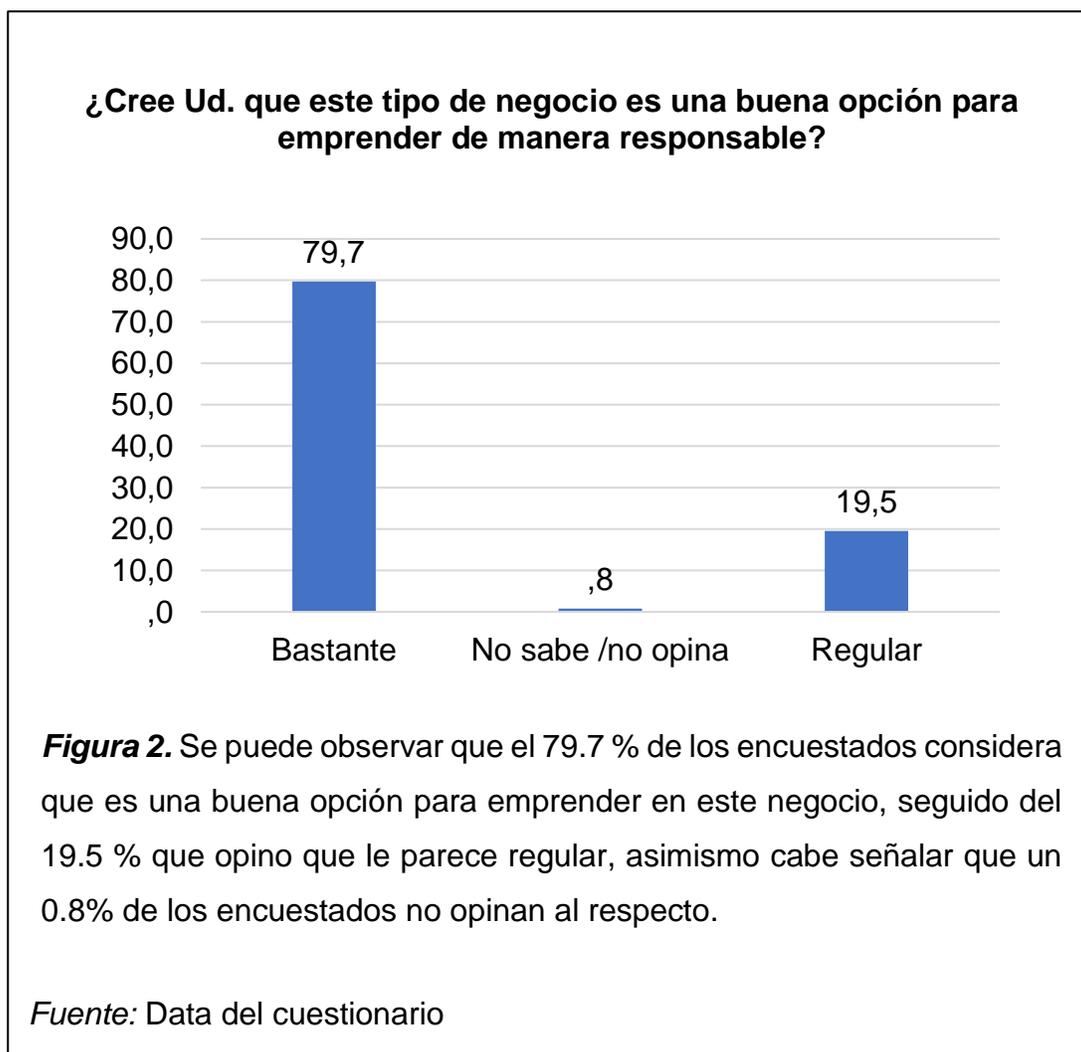


Tabla 5.

¿Considera Ud. una buena opción que se utilice material reciclado?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	362	94.3
No sabe /no opina	2	.5
Regular	20	5.2
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

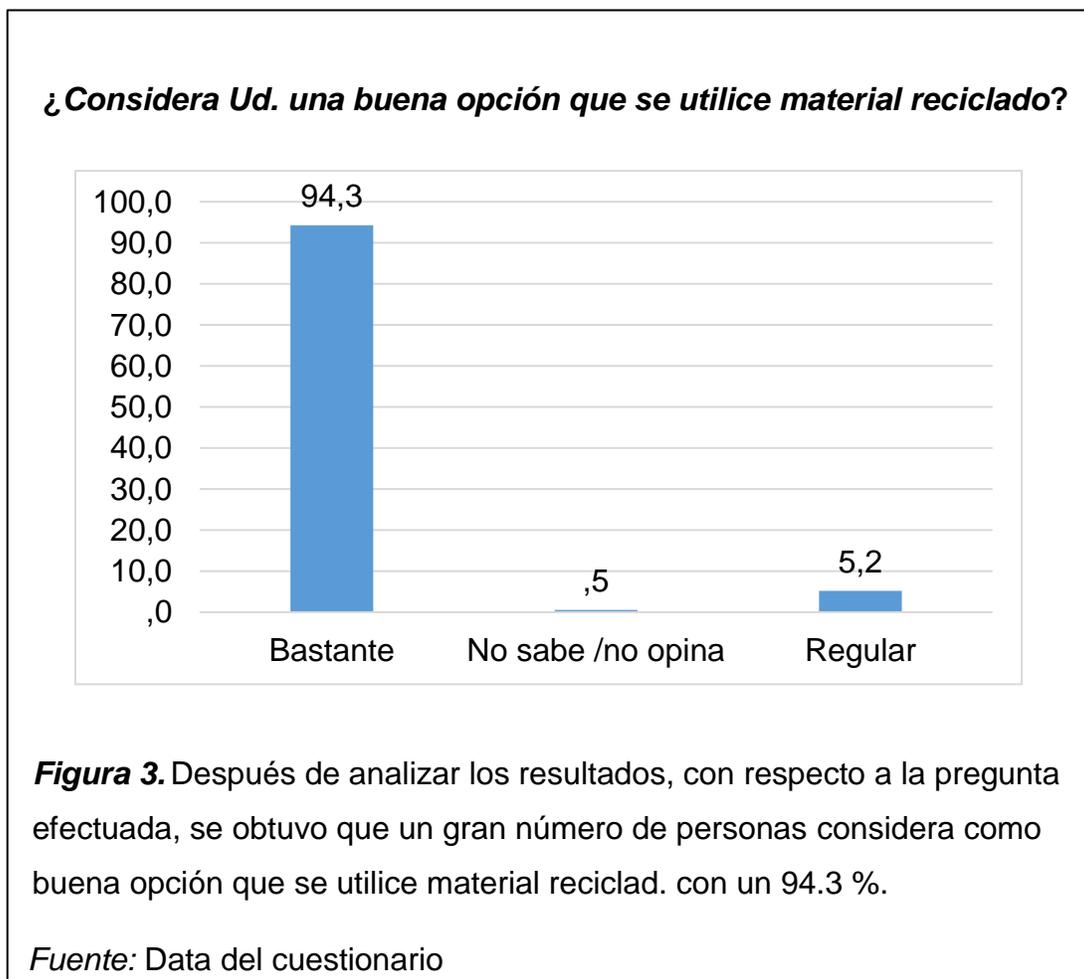


Tabla 6.

¿Cree Ud. que esta idea de negocio contribuye al cuidado ambiental?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	367	95.6
No sabe /no opina	4	1.0
Regular	13	3.4
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

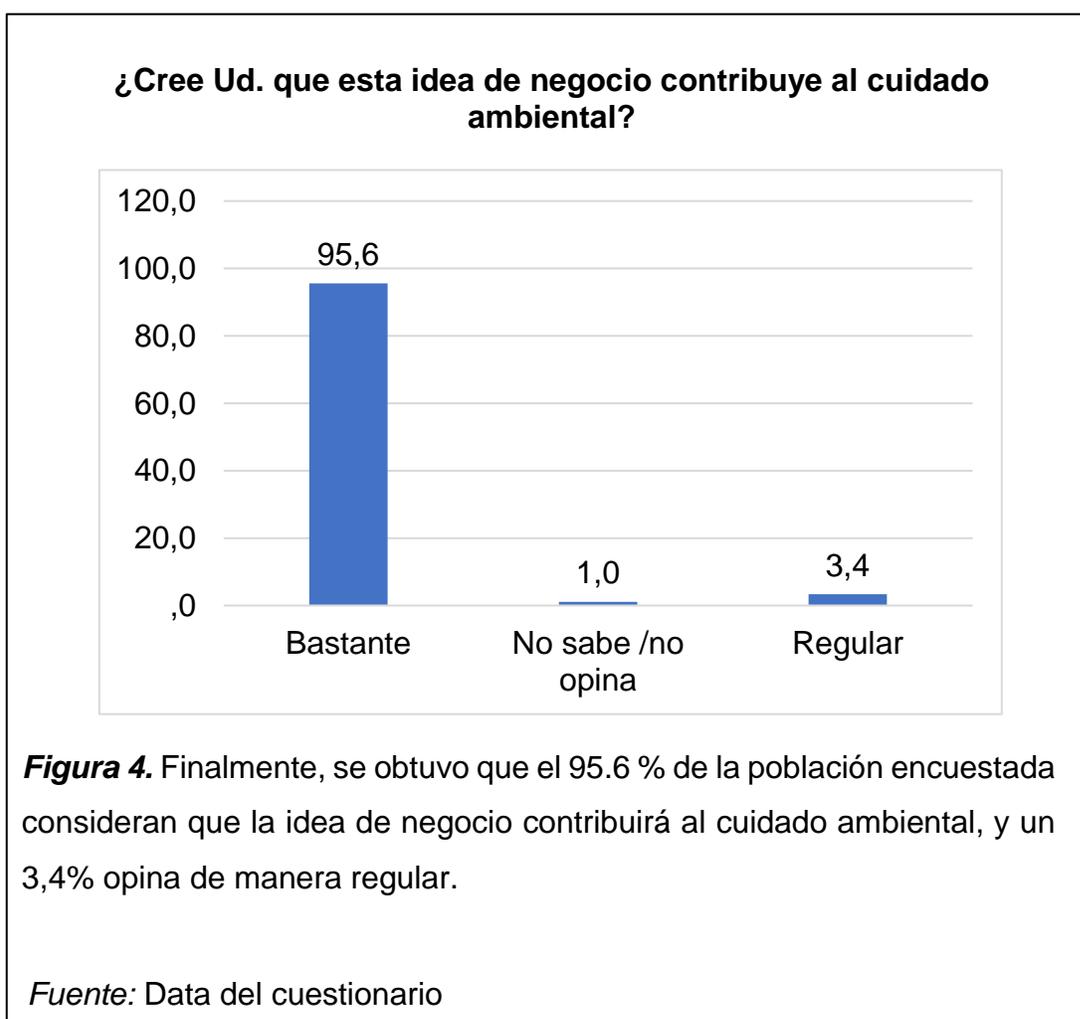


Tabla 7.

Sexo

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	309	80.5
Masculino	75	19.5
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

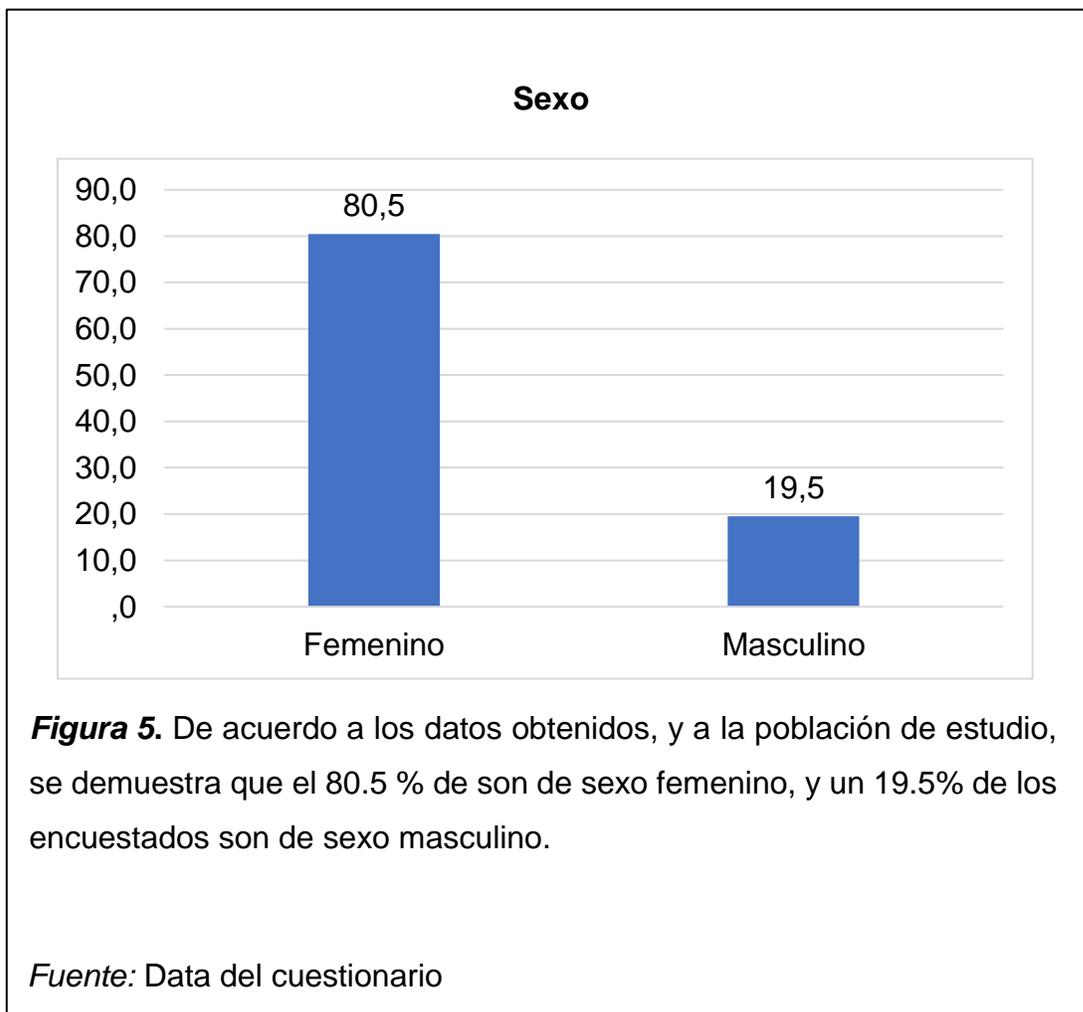


Tabla 8.

Edad

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
25 – 35 años	260	67.7
36 – 45 años	97	25.3
45 a más	27	7.0
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

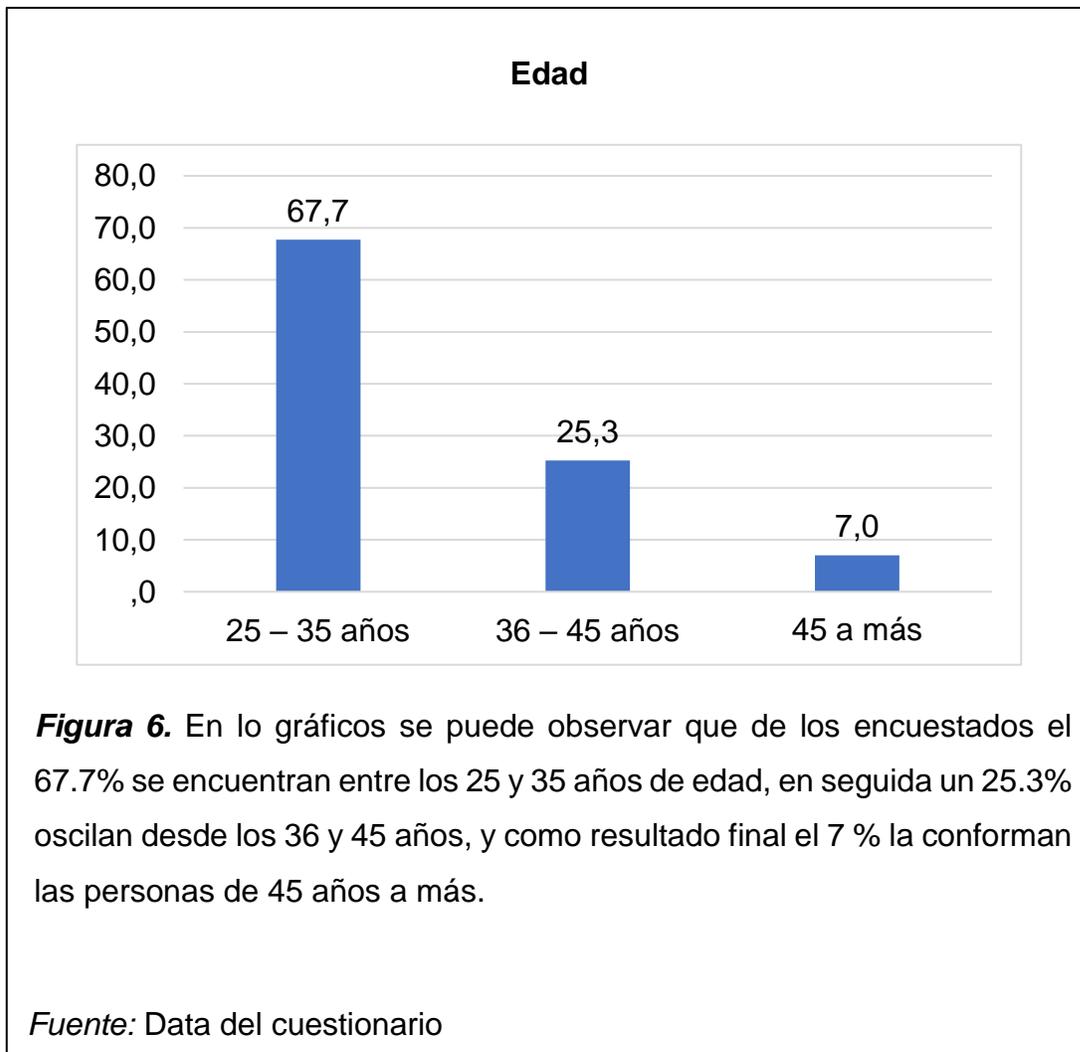


Tabla 9.

Estado civil

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Casado (a)	104	27.1
Conviviente	91	23.7
Soltero (a)	189	49.2
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

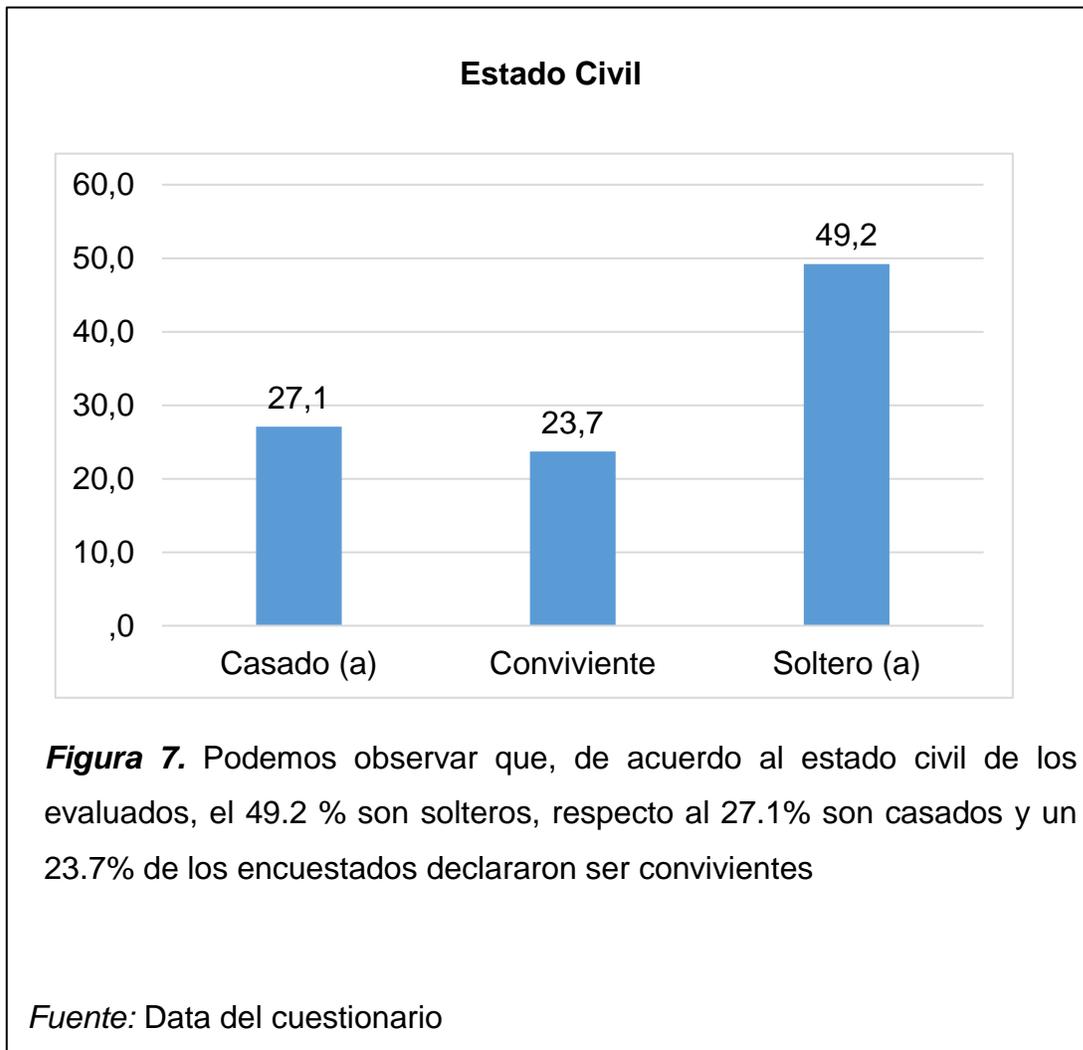


Tabla 10.

Tipo de vivienda

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Casa/departamento/alquilado	112	29.2
Casa/departamento/propio	272	70.8
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

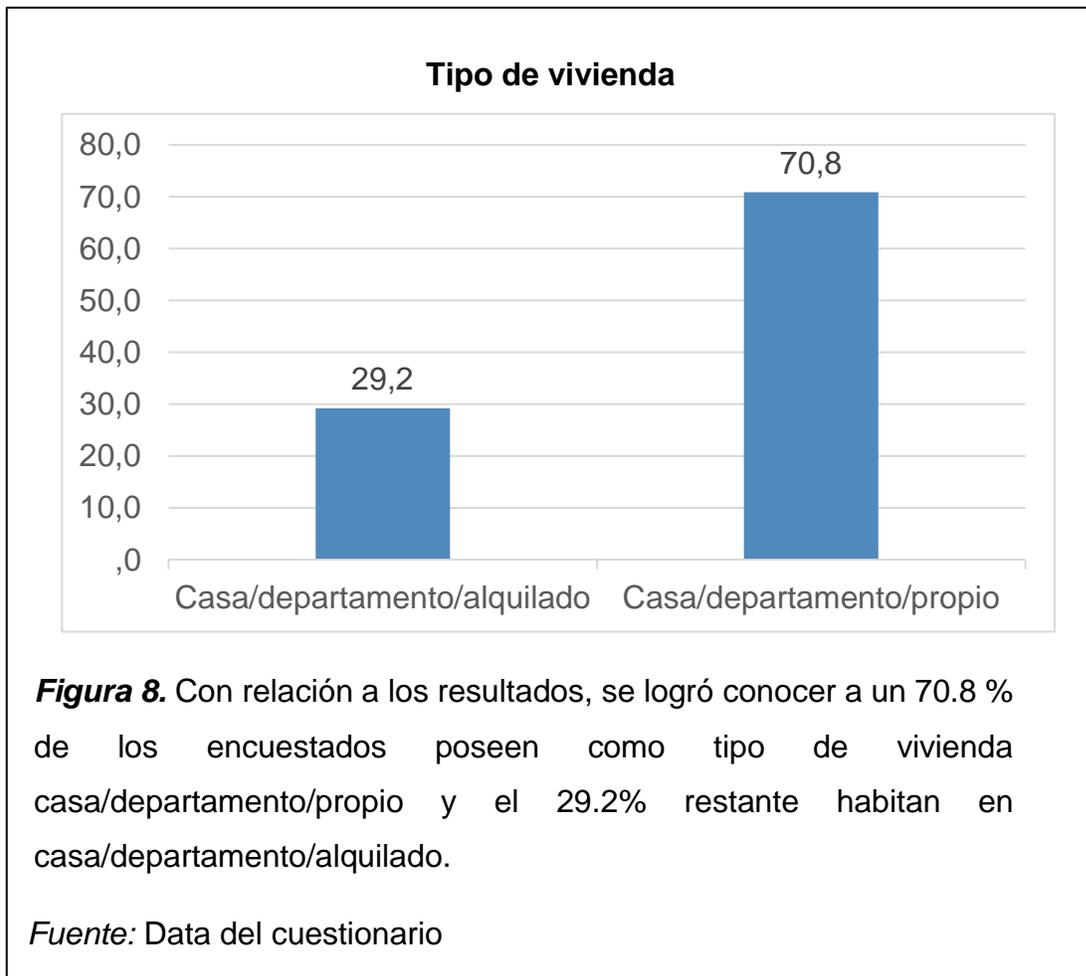


Tabla 11.

Nivel de estudios

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Posgrado	41	10.7
Primaria	3	.8
Secundaria	64	16.7
Universitario	276	71.9
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

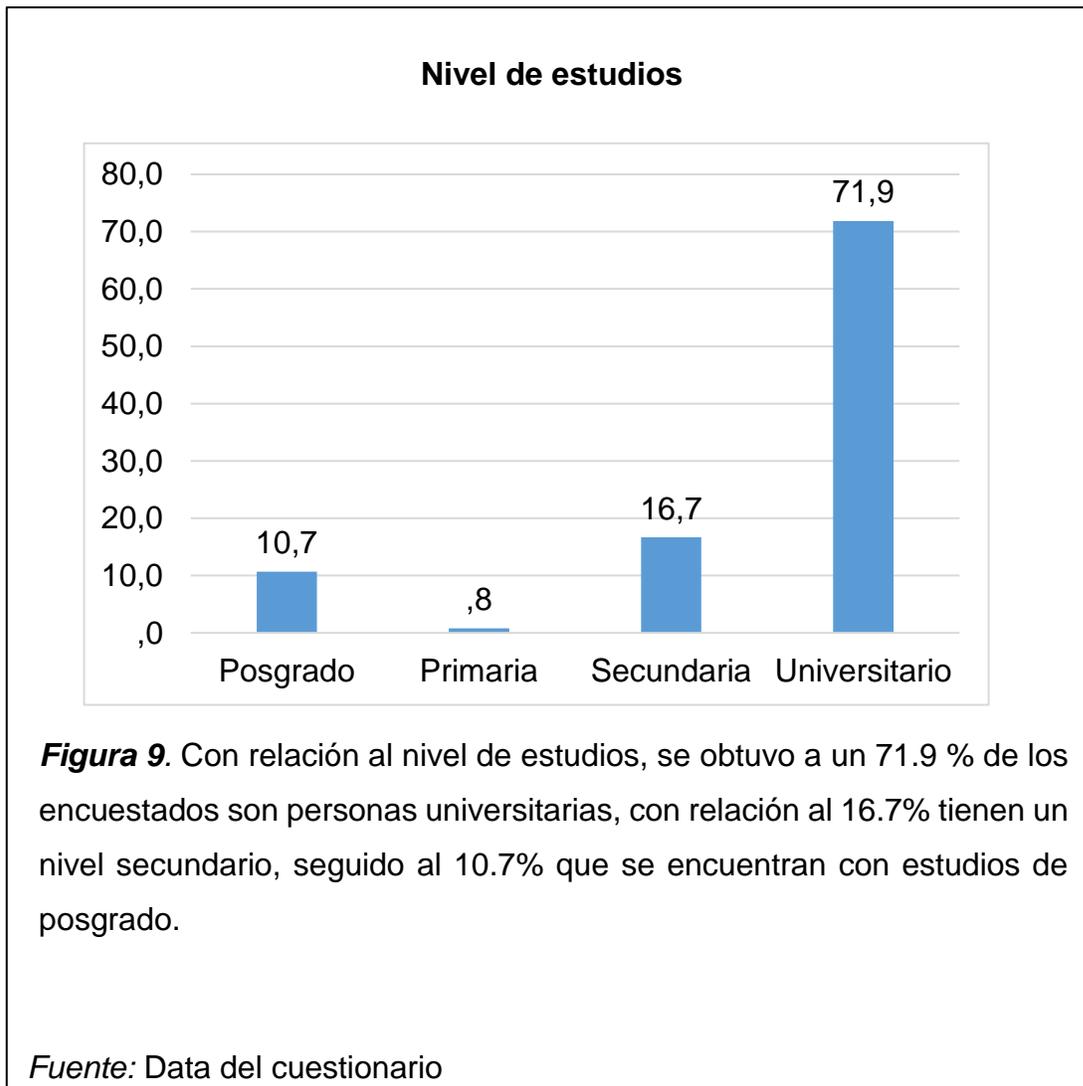


Tabla 12.

Ocupación

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Ama de casa	43	11.2
Dependiente	158	41.1
Independiente	183	47.7
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

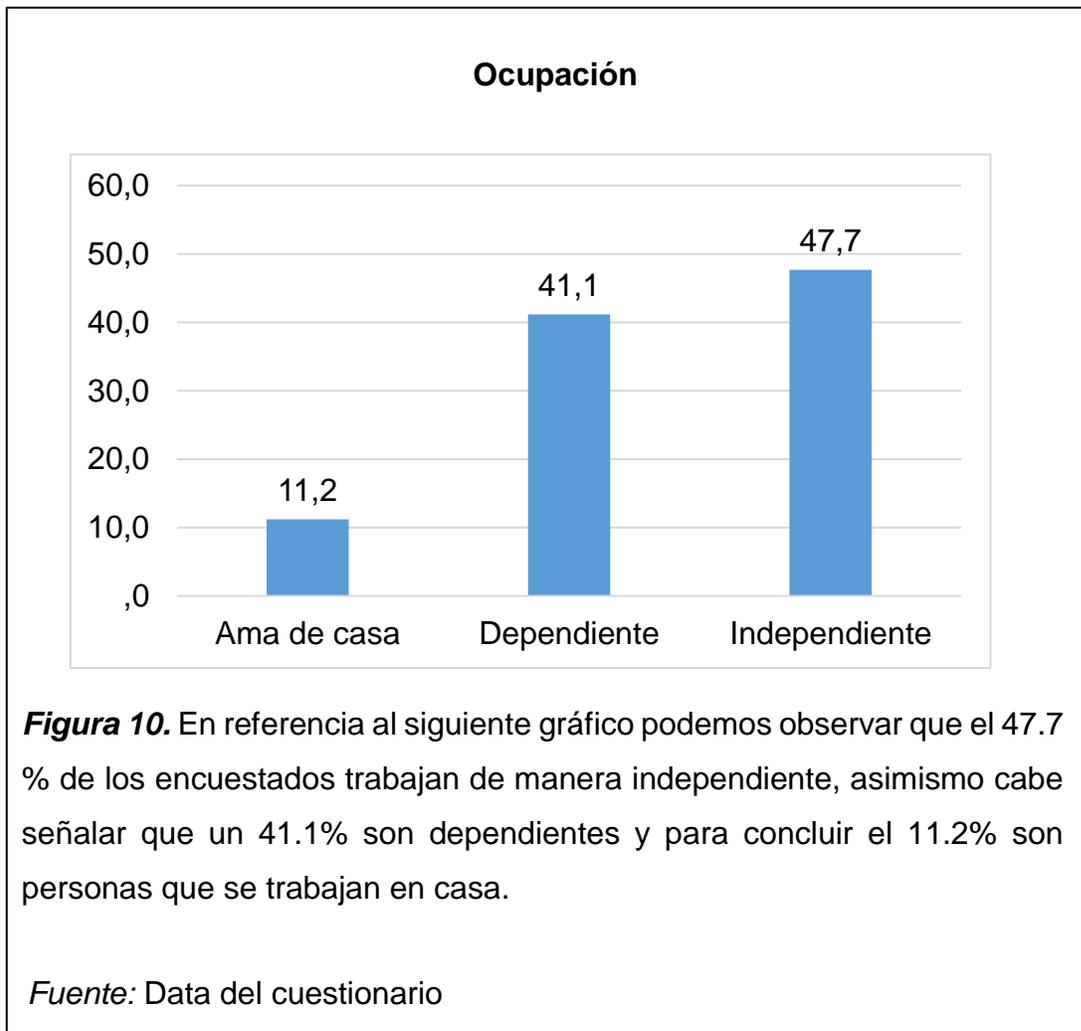


Tabla 13.

Ingreso económico al mes

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1001 a 1500	111	28.9
1501 a 2000	72	18.8
2001 a más	87	22.7
500 a 1000	114	29.7
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

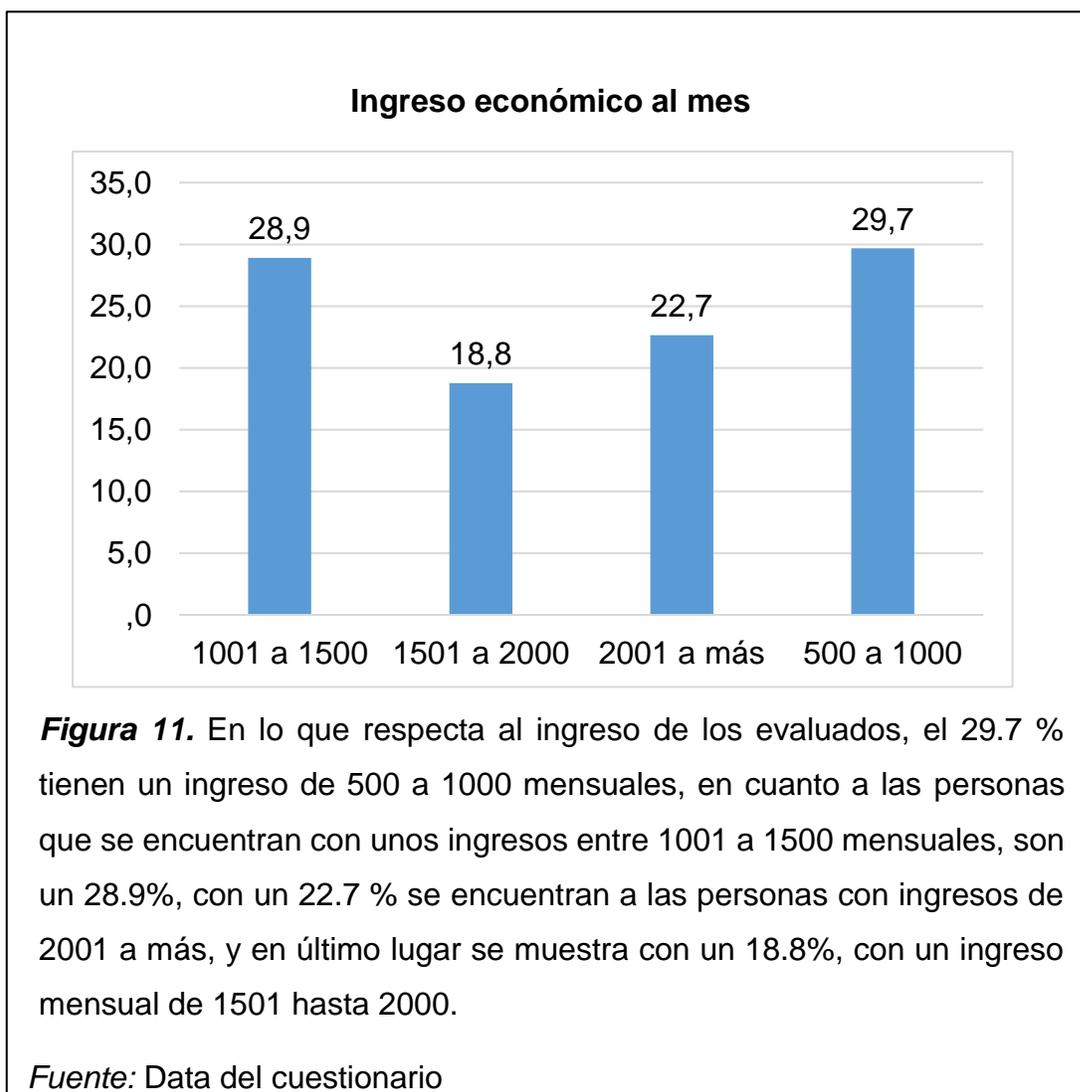


Tabla 14.

¿Qué lugares visita para realizar sus compras de artículos para su hogar, como muebles, sillas, mesas, etc.?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Carpinterías	30	7.8
Centros comerciales	203	52.9
Mueblerías	151	39.3
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

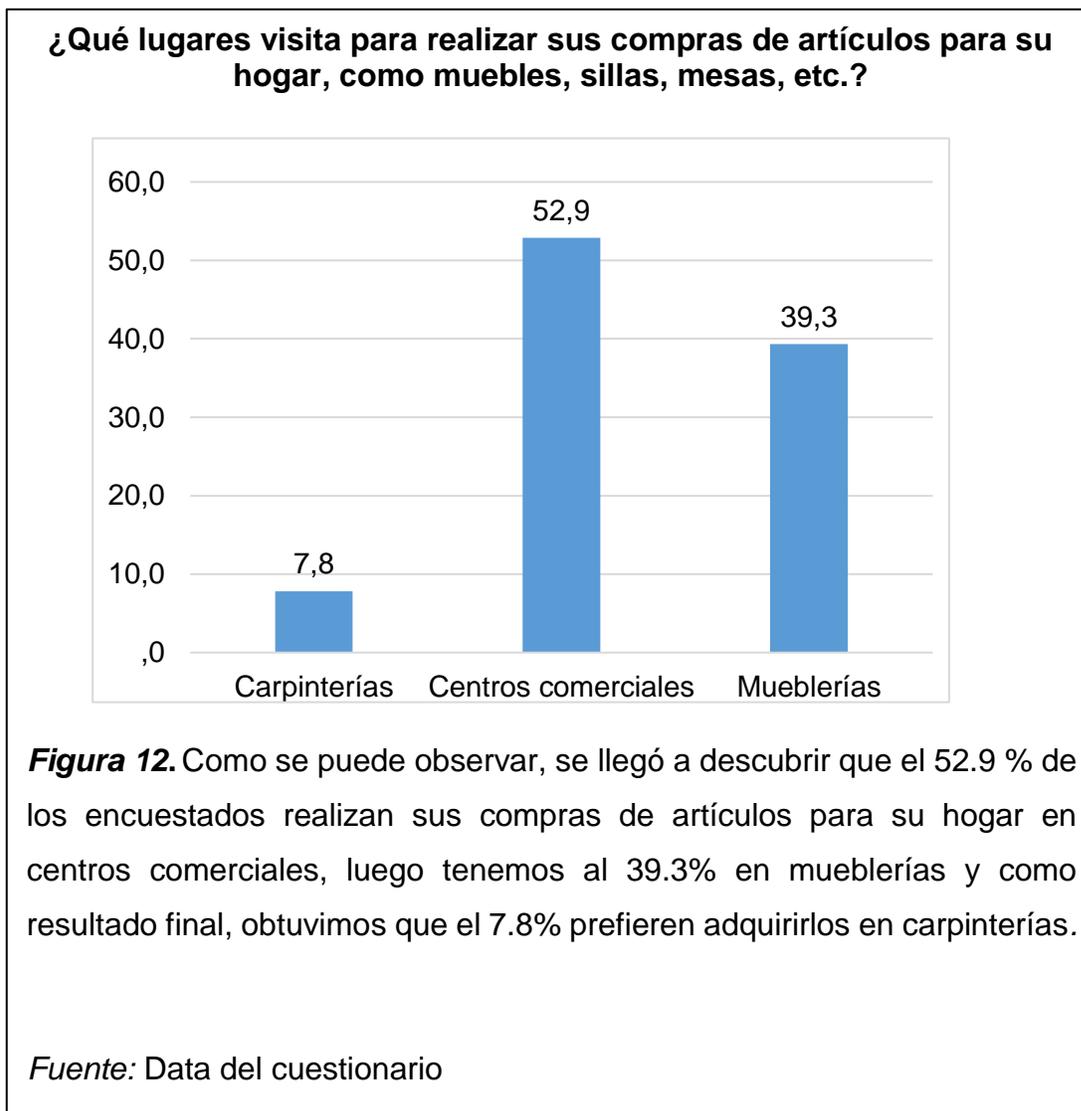


Tabla 15.

¿Qué característica influye en su decisión de compra al momento de adquirir su producto?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	230	59.9
Color	1	.3
Diseño	150	39.1
Tamaño	3	.8
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

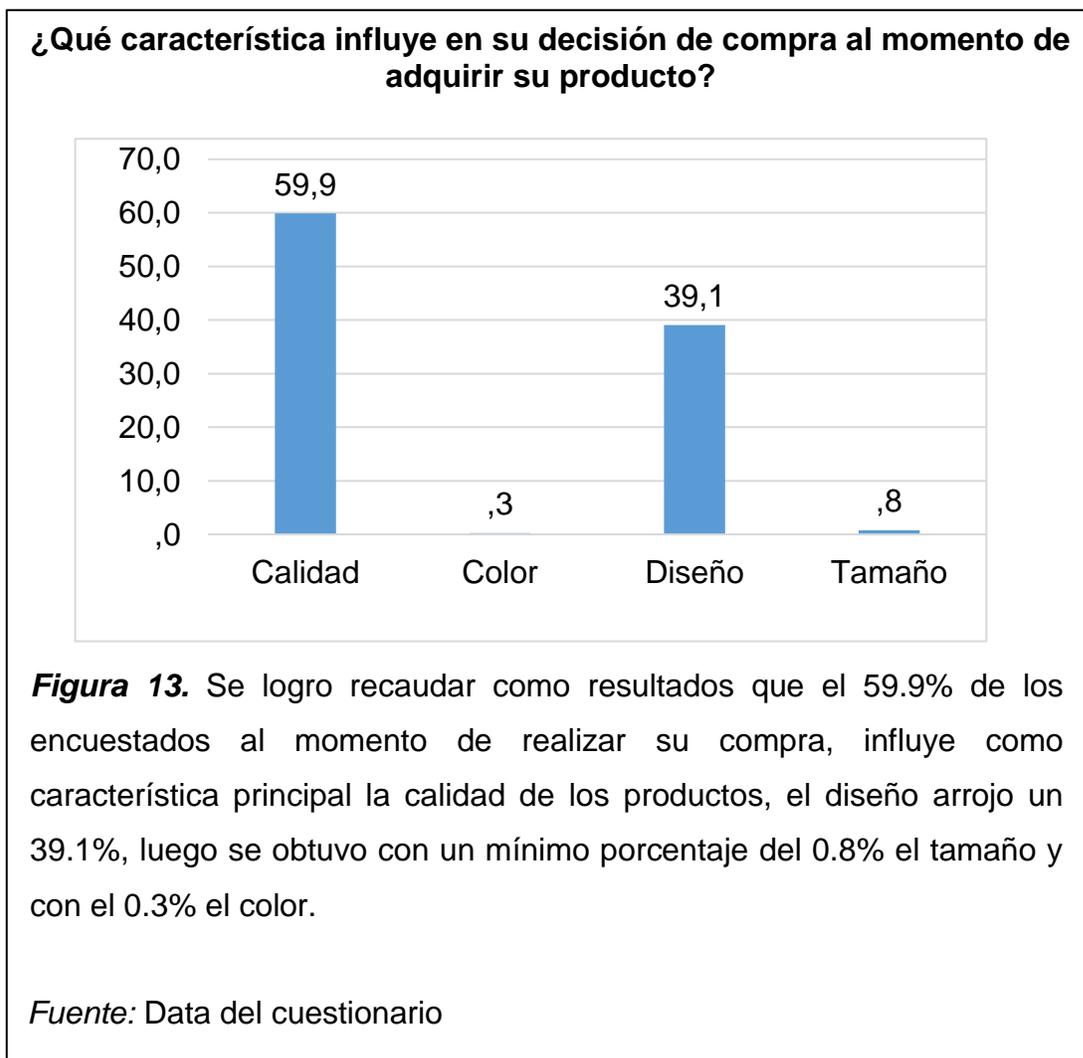


Tabla 16.

¿Quién realiza las compras de artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Su mamá	36	9.4
Su papá	9	2.3
Usted	339	88.3
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

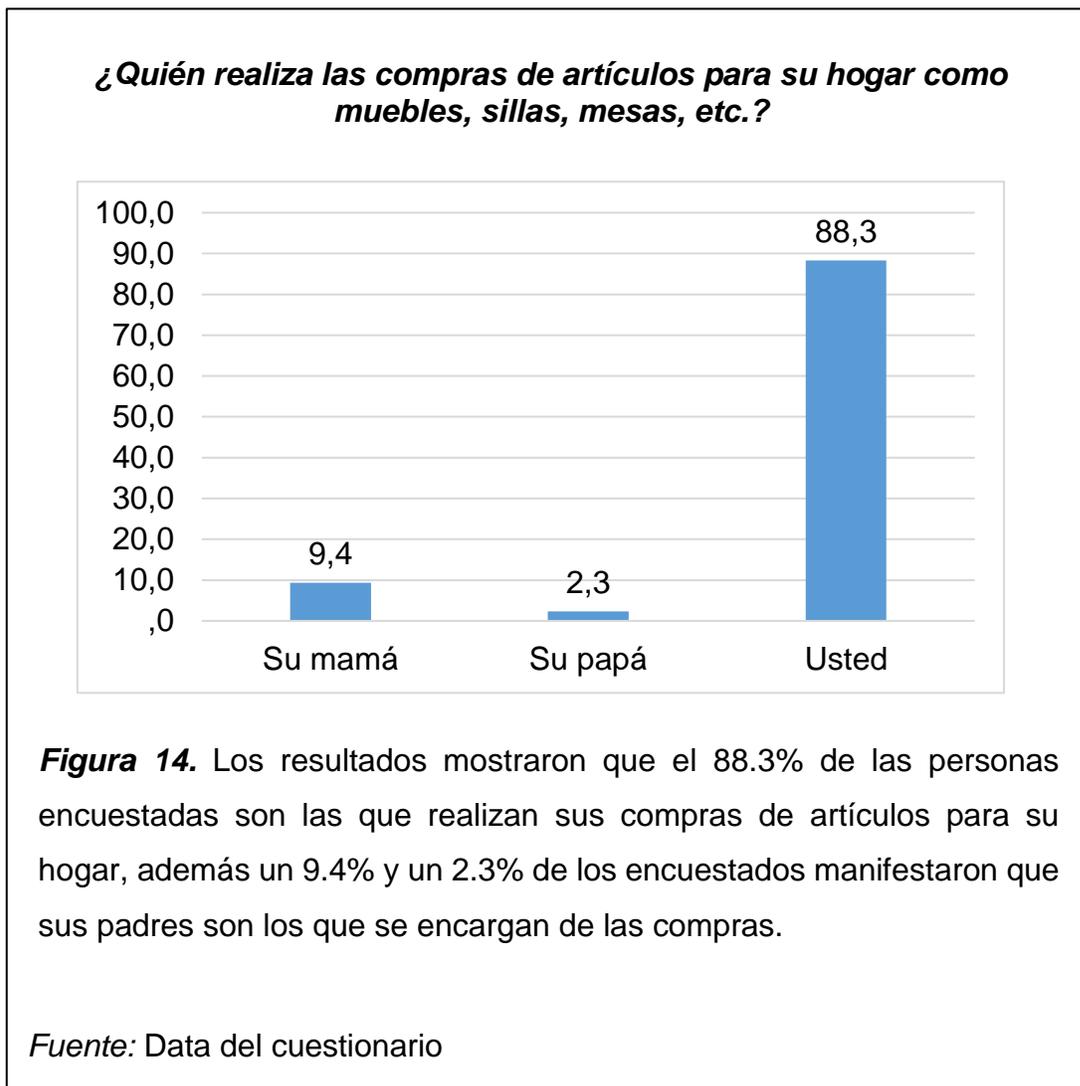


Tabla 17.

¿Qué tipos de muebles son de su preferencia?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muebles modernos	237	61.7
Muebles rústicos	67	17.4
Muebles tradicionales	80	20.8
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

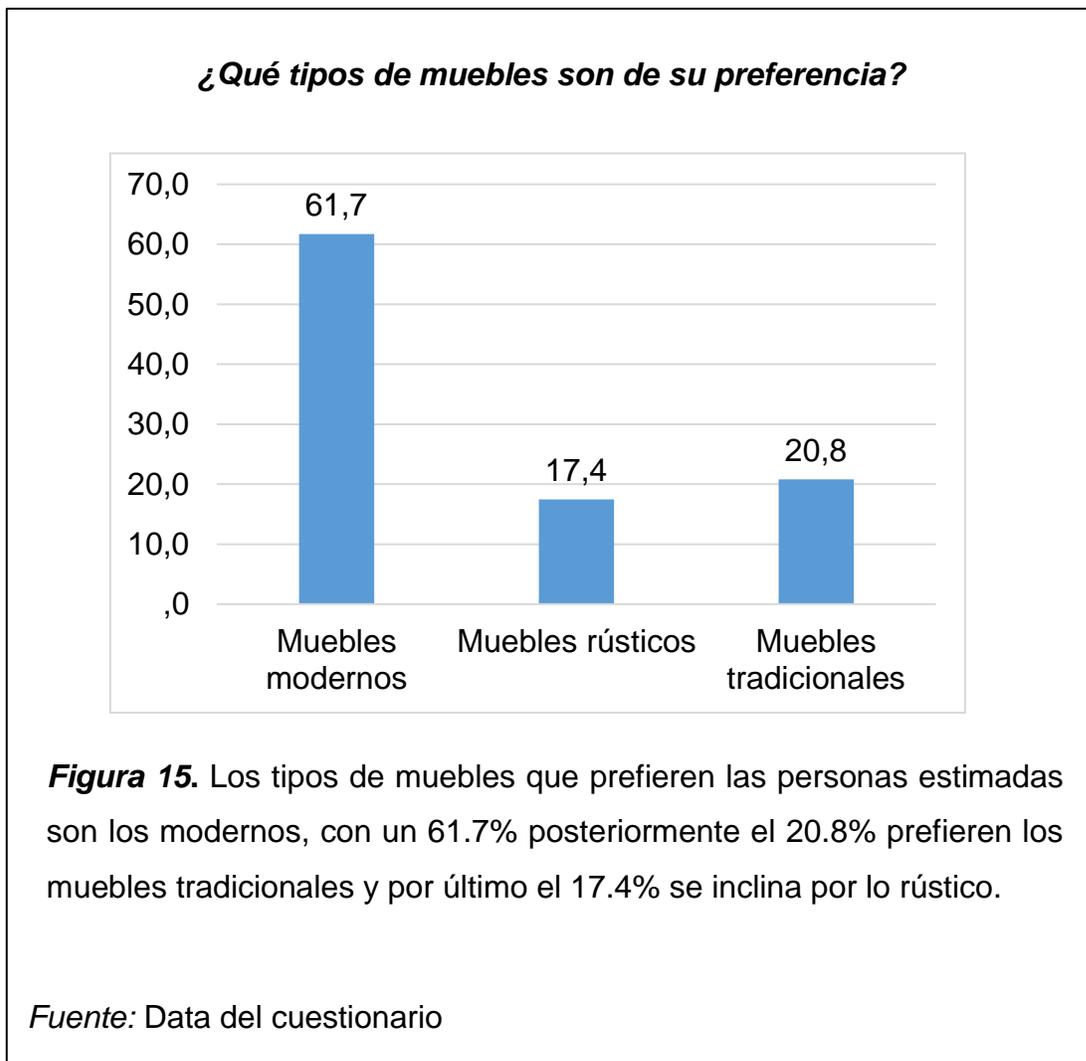


Tabla 18. ¿Cada cuánto tiempo renueva los artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 veces al año	53	13.8
De 2 años a más	287	74.7
Menos de 1 vez al año	44	11.5
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

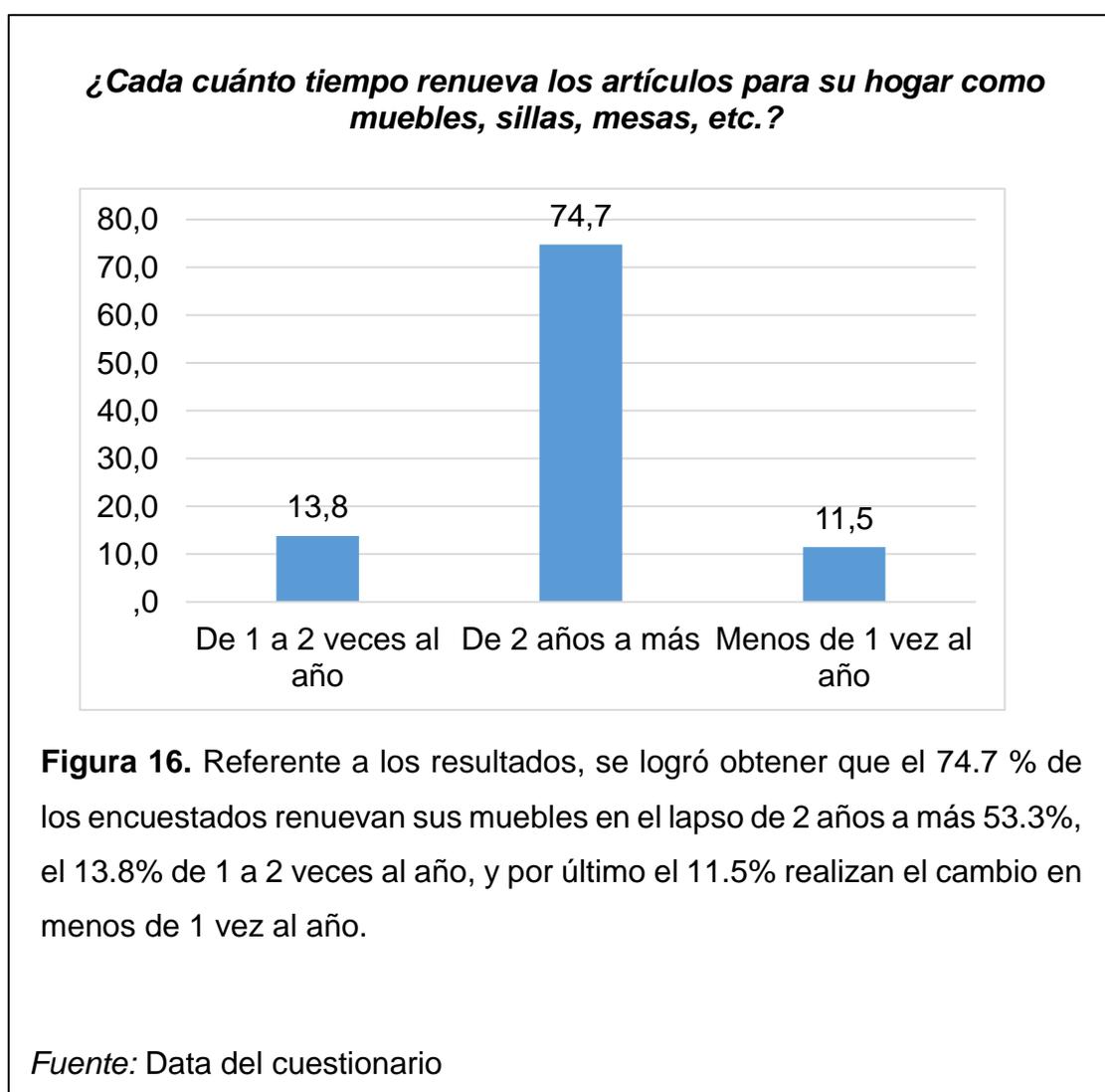


Tabla 19. ¿Qué factores tiene en cuenta al momento de realizar su compra?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Atención personalizada	64	16.7
Entrega a domicilio	22	5.7
Facilidad de compra	59	15.4
Precio	239	62.2
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

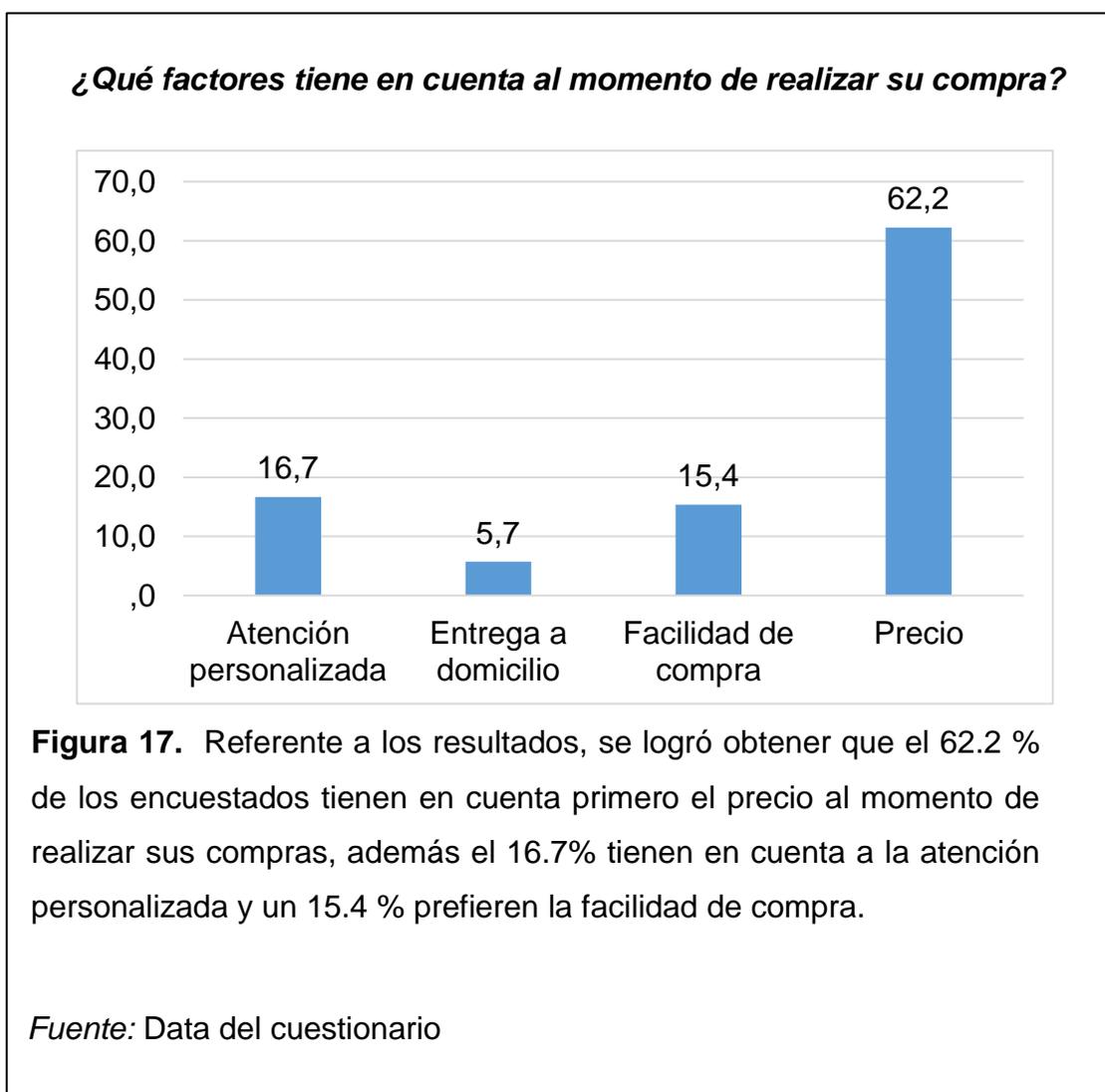


Tabla 20. ¿Actualmente Ud. ah adquirido algún producto a base de reciclaje y que contribuya con el medio ambiente?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	101	26.3
No sabe /no opina	130	33.9
Regular	153	39.8
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

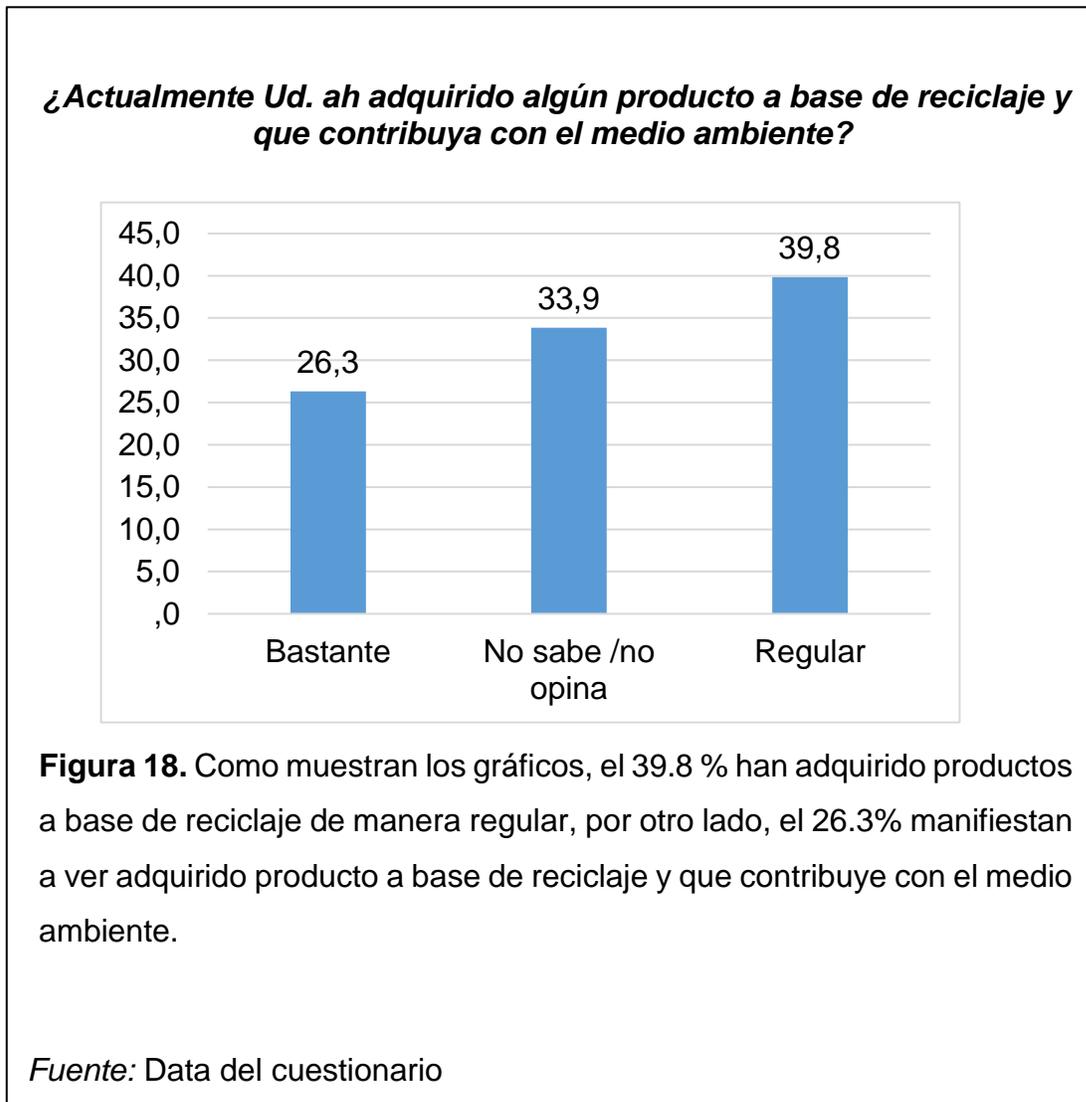


Tabla 21. ¿Le resulta atractivo el producto, en cuanto a diseño y material?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	303	78.9
No sabe /no opina	6	1.6
Regular	75	19.5
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

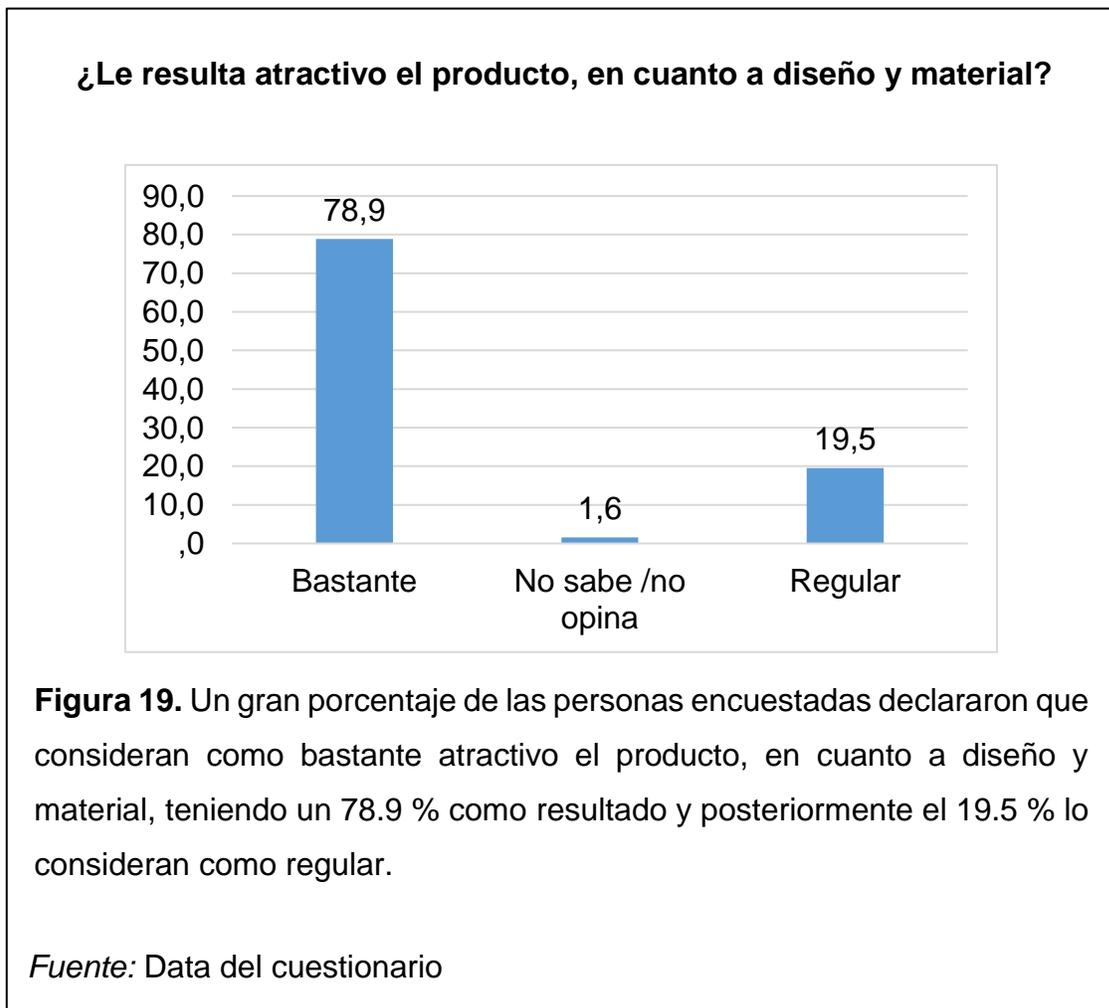


Tabla 22. ¿Compraría Ud. uno de los artículos a base de neumáticos para su vivienda o negocio y contribuir con el medio ambiente?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	255	66.4
No sabe /no opina	23	6.0
Regular	106	27.6
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

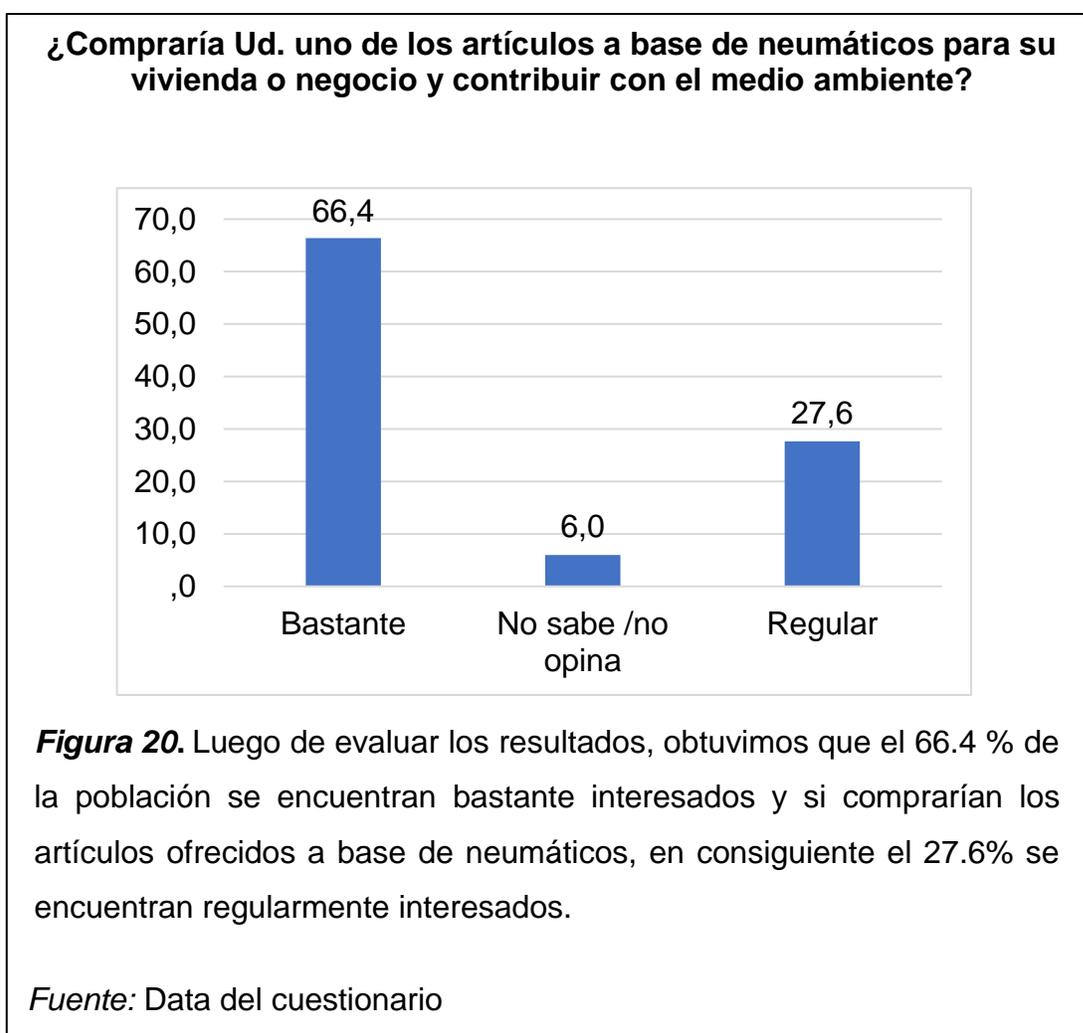


Tabla 23. ¿Usted recomendaría el producto a un amigo o familiar?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	296	77.1
No sabe /no opina	7	1.8
Regular	81	21.1
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

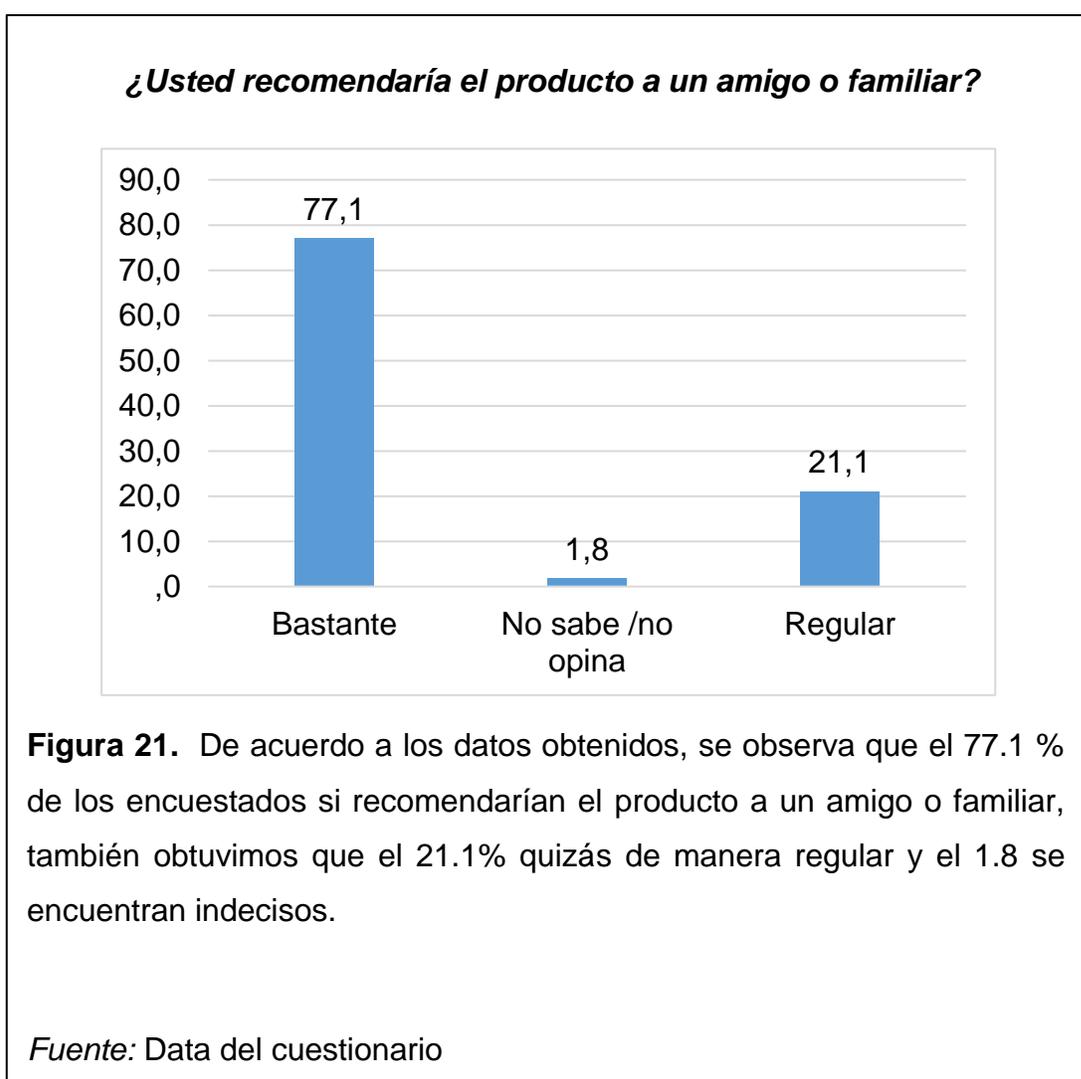


Tabla 24. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uno de nuestros productos para su hogar?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
De 50 a 60	316	82.3
De 61 a 70	68	17.7
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

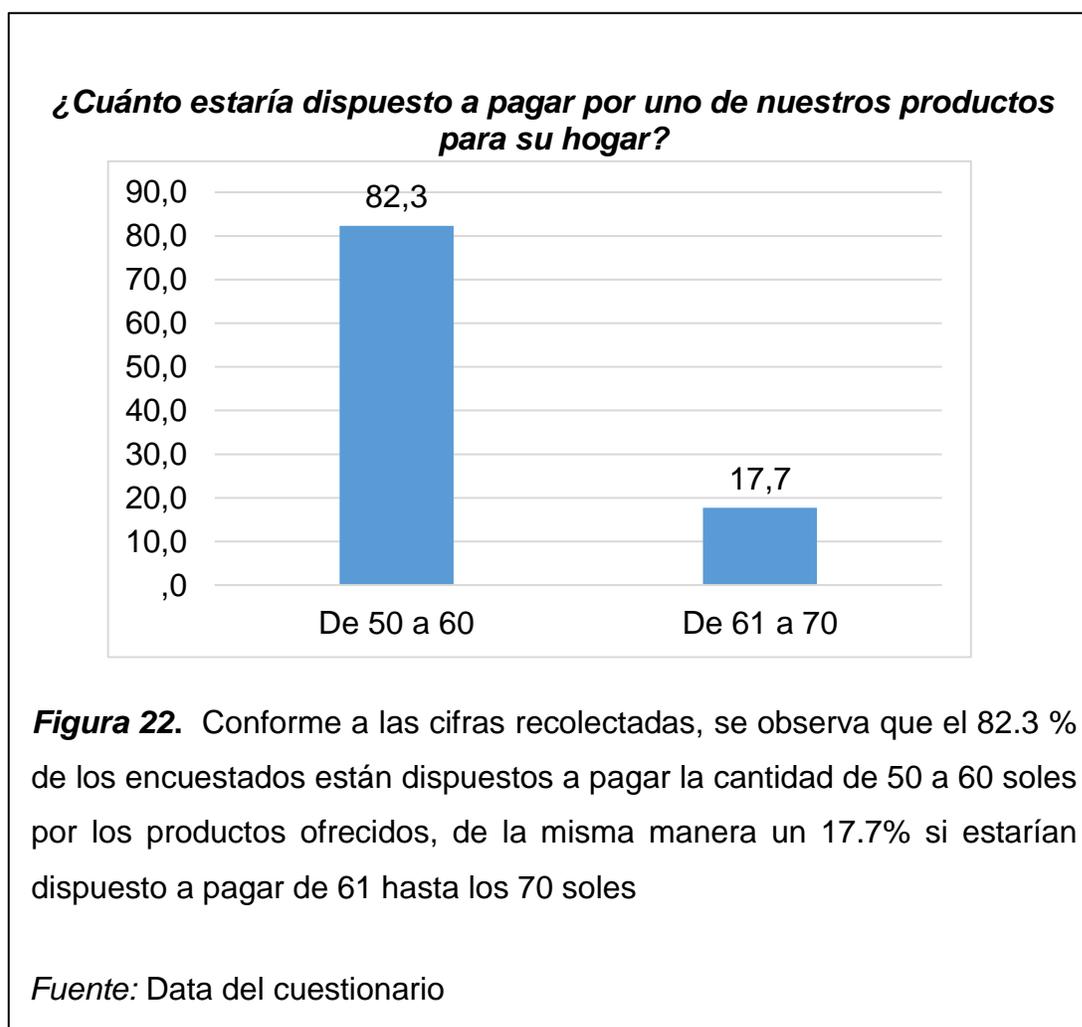


Tabla 25. ¿En qué lugares cree Ud. que se deberían vender este tipo de artículos para el hogar?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Mueblerías	111	28.9
Por internet	117	30.5
Tiendas Comerciales	156	40.6
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

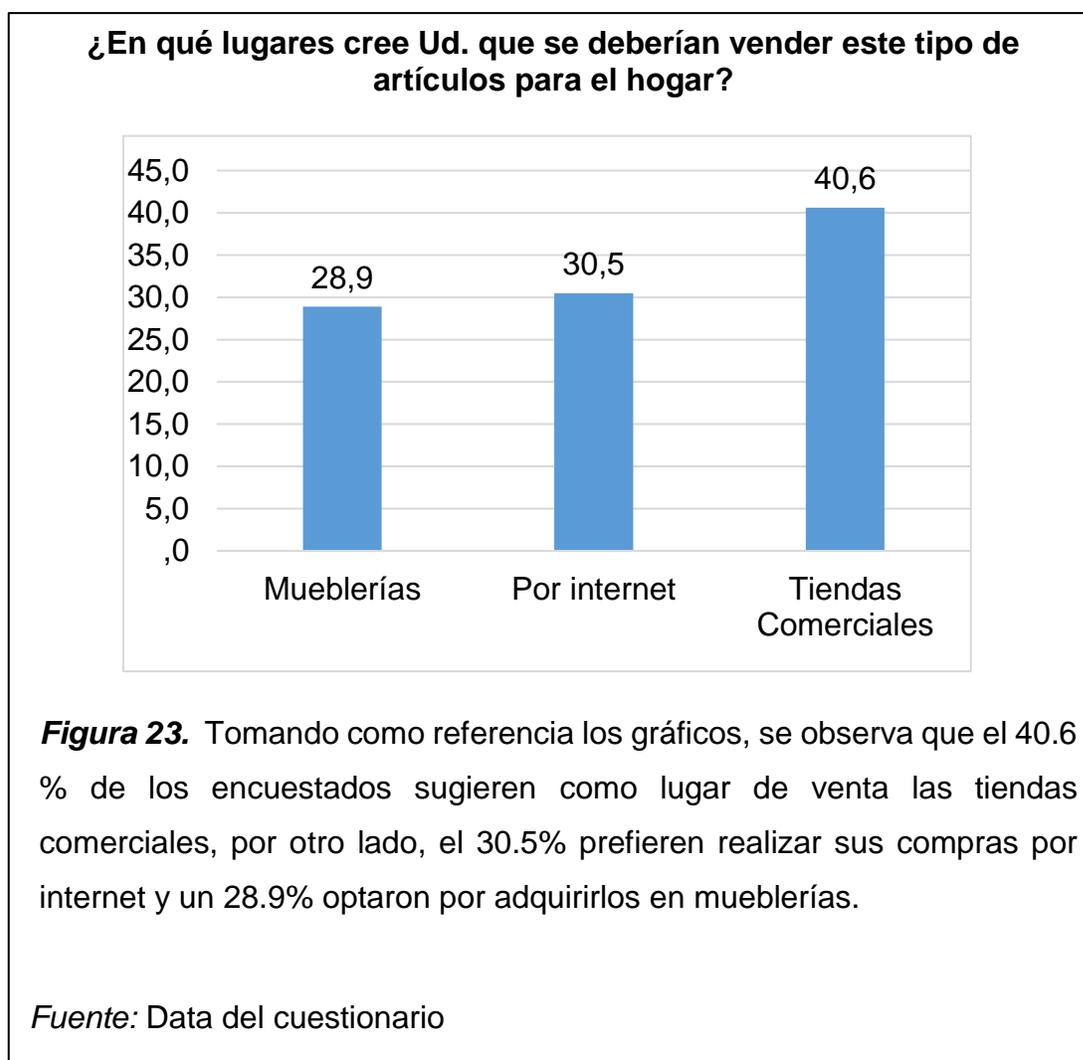


Tabla 26. ¿Le gustaría que exista una página donde pueda elegir y solicitar sus productos?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	339	88.3
No sabe /no opina	1	.3
Regular	44	11.5
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio

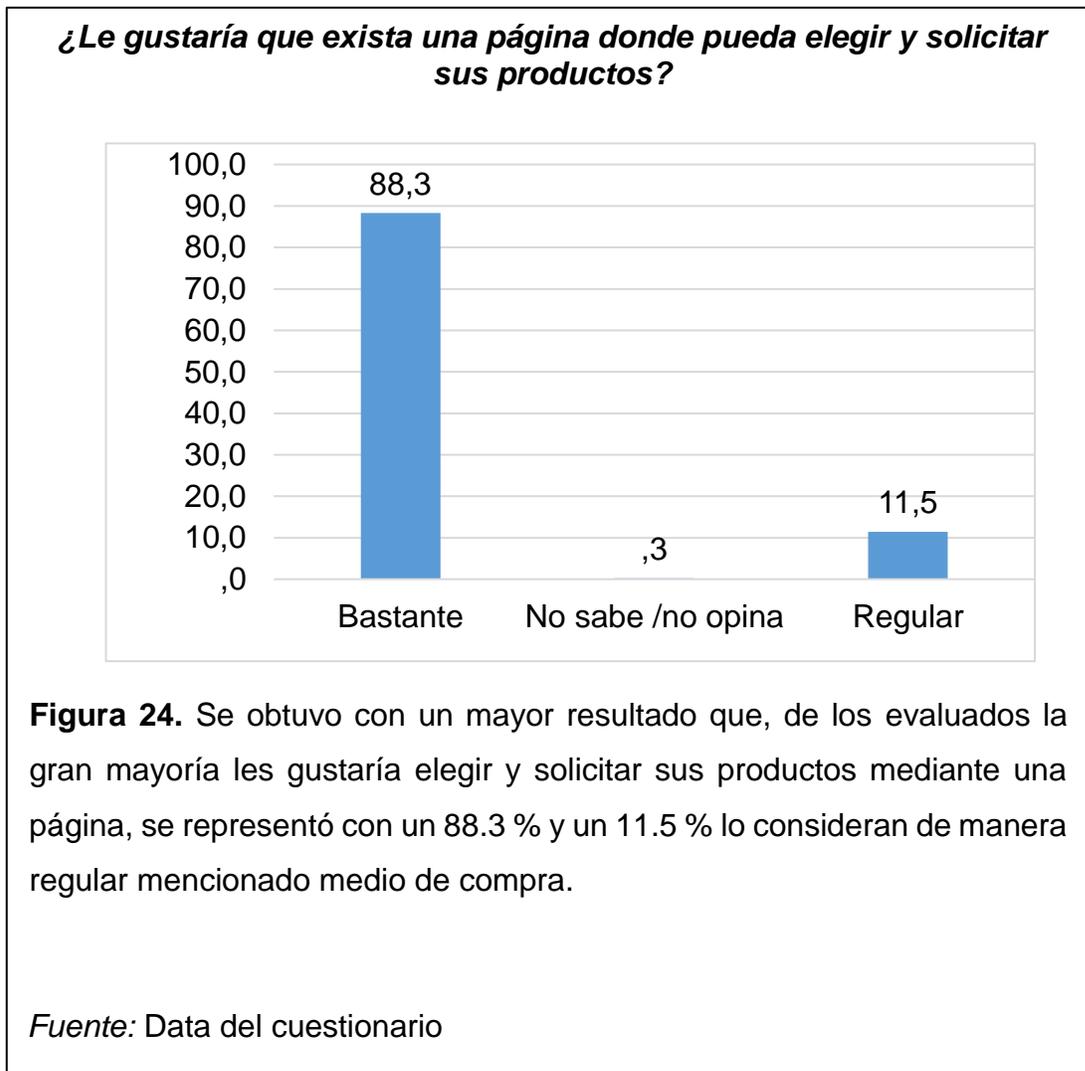


Tabla 27. ¿Le gustaría que los productos lleguen a su domicilio?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	343	89.3
No sabe /no opina	3	.8
Regular	38	9.9
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio

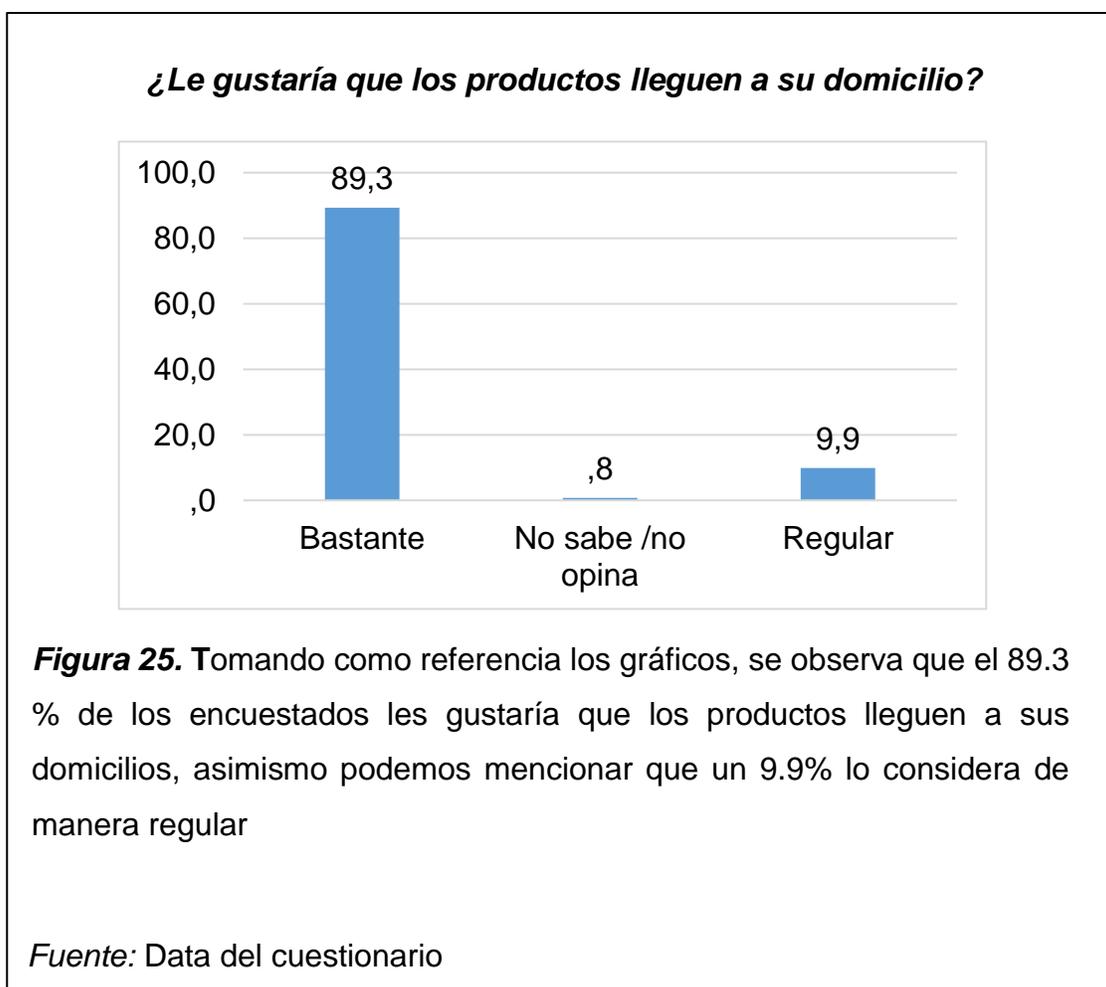


Tabla 28. ¿Cree usted que las redes sociales son plataformas atractivas para ofrecer los productos?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	319	83.1
No sabe /no opina	16	4.2
Regular	49	12.8
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

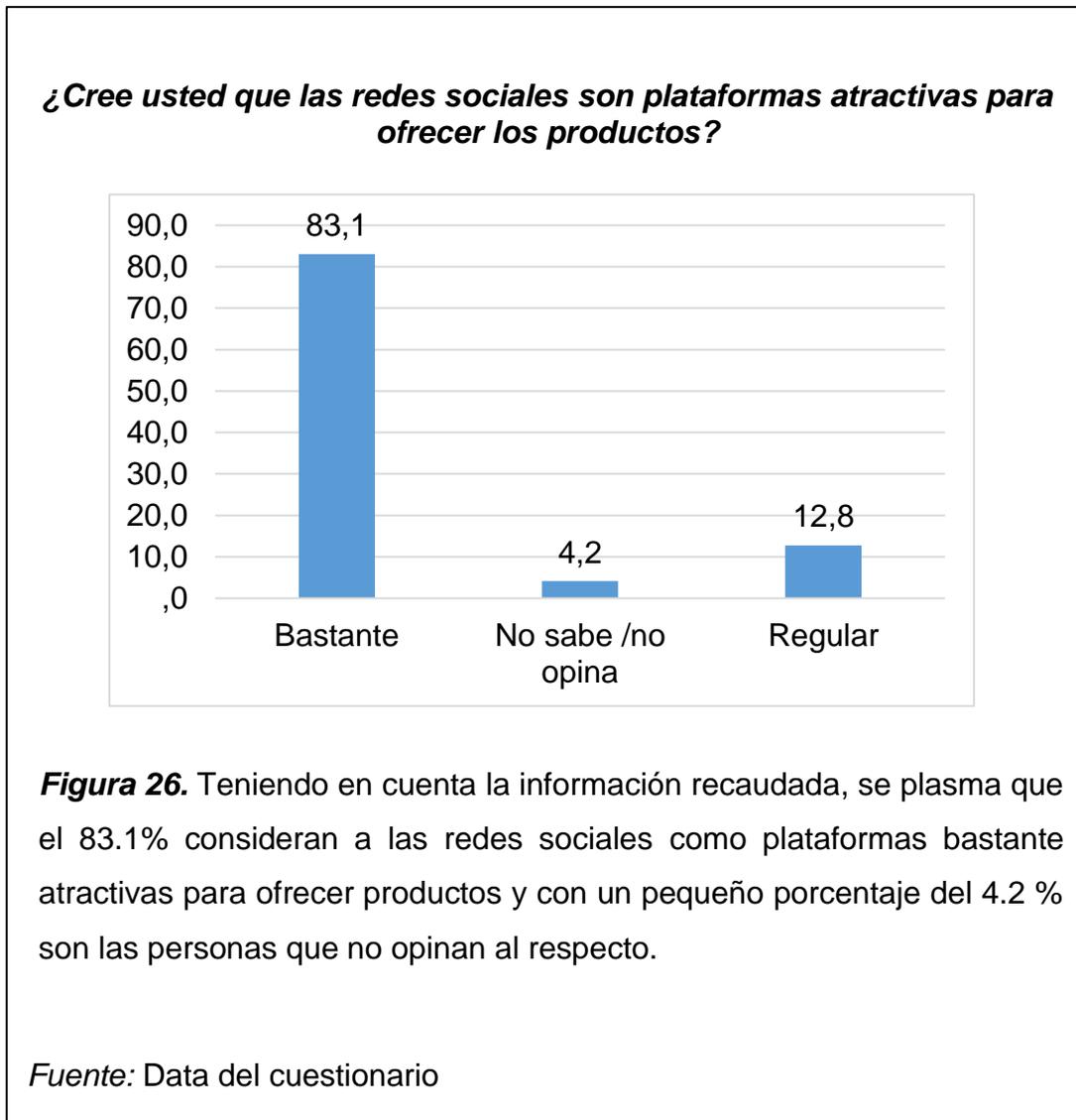


Tabla 29. ¿Participa de sorteos en páginas de Facebook?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	141	36.7
No sabe /no opina	121	31.5
Regular	122	31.8
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

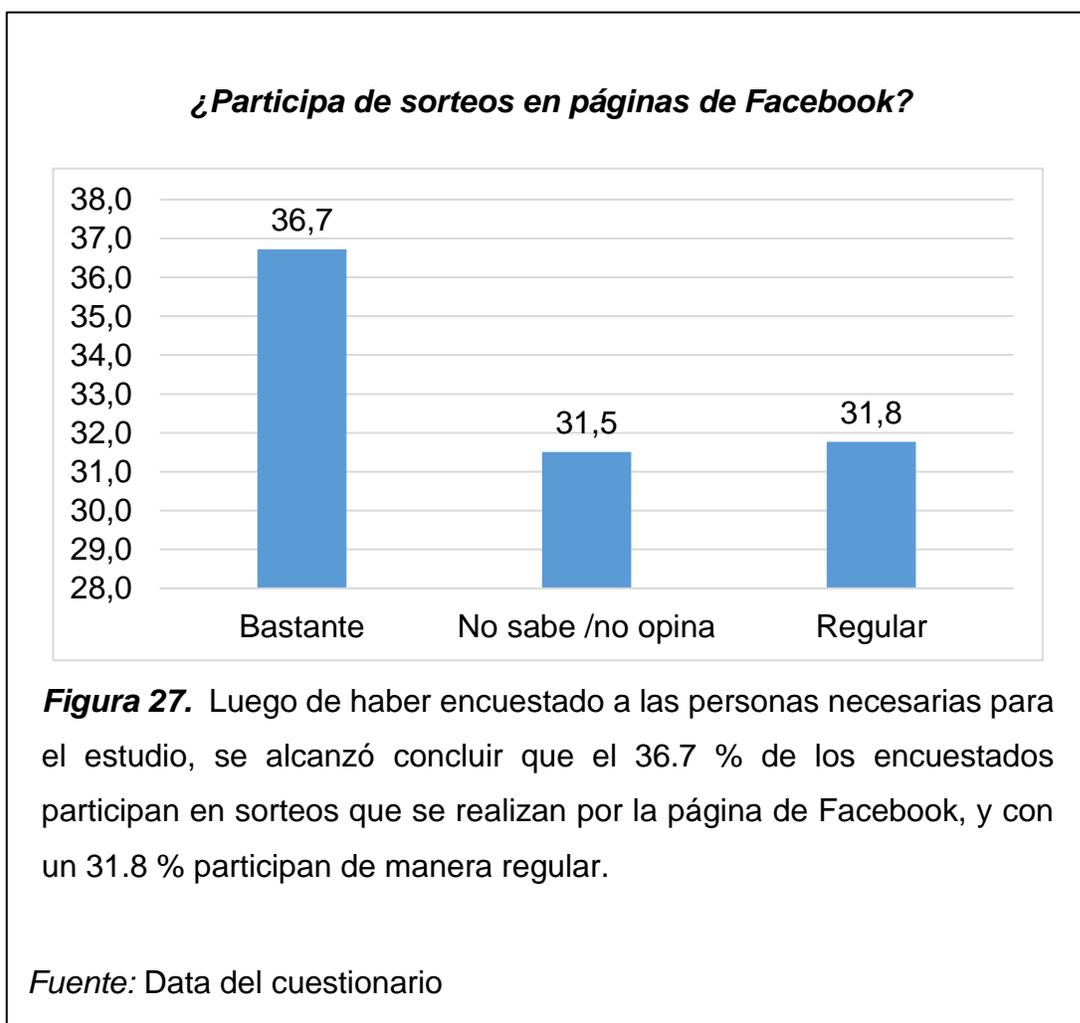


Tabla 30. ¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Acumulación de puntos	37	9.6
Descuento	243	63.3
Obsequio	104	27.1
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

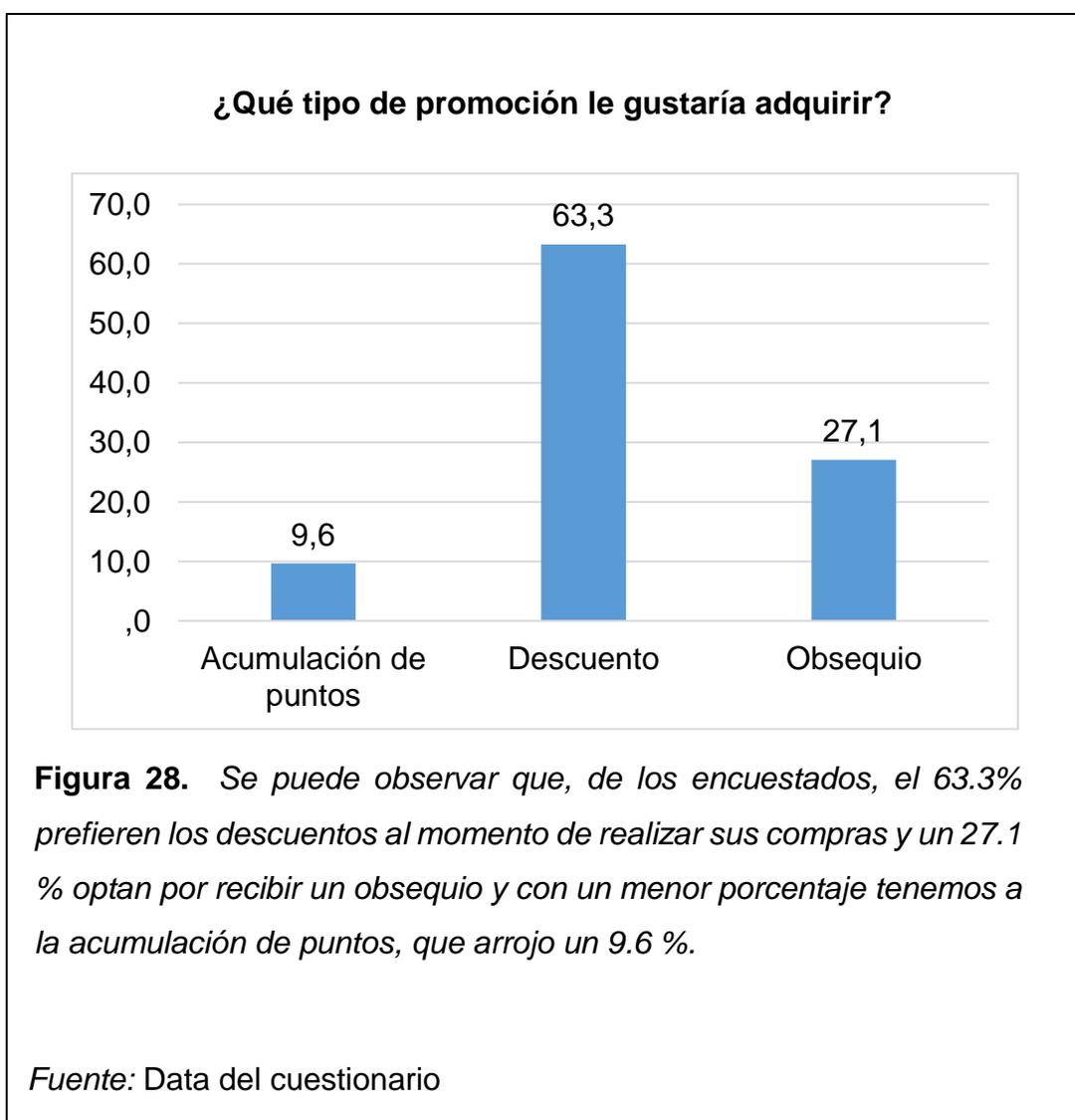


Tabla 31. ¿Cree Ud. importante medir el nivel de satisfacción después de realizada la compra?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	329	85.7
No sabe /no opina	3	.8
Regular	52	13.5
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.

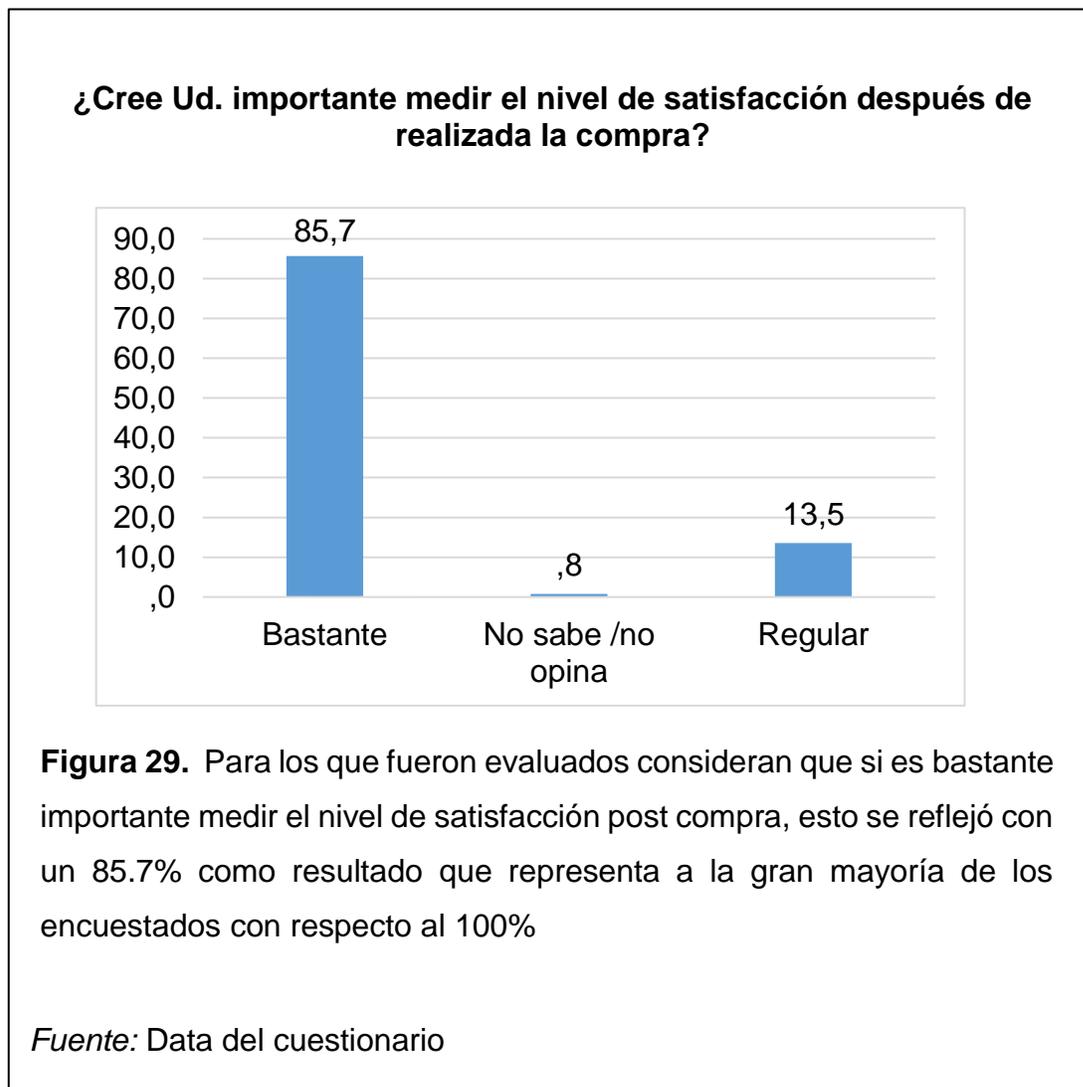
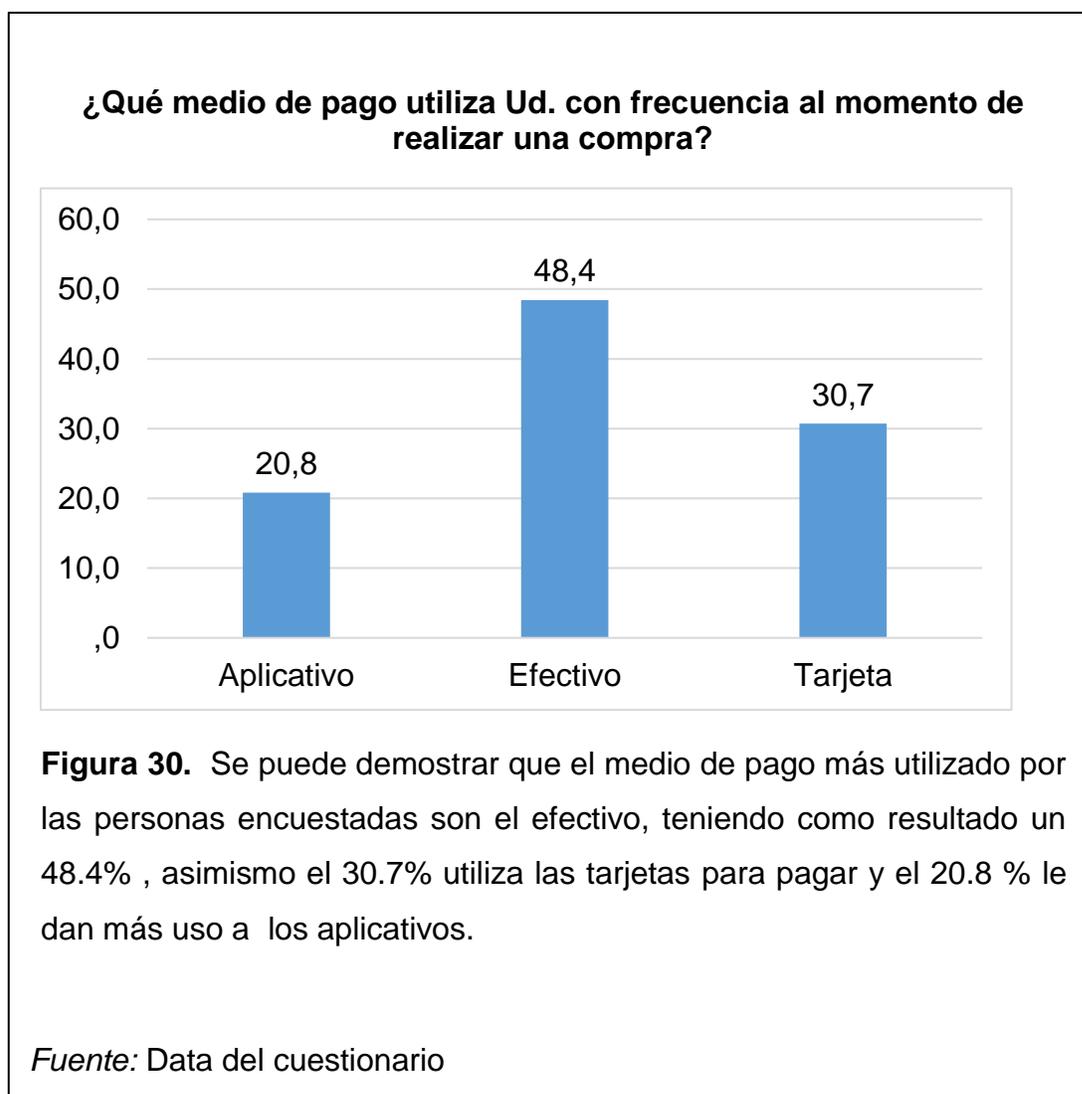


Tabla 32. ¿Qué medio de pago utiliza Ud. con frecuencia al momento de realizar una compra?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Aplicativo	80	20.8
Efectivo	186	48.4
Tarjeta	118	30.7
Total	384	100.0

Fuente: Data del cuestionario del Plan de negocio.



3.2. Entrevista de Plan de Negocio

La entrevista se realizó a la Mg. Karla Ivonne Rojas Jiménez, administradora, especialista en marketing, y recursos humanos.

Análisis del entorno

1. ¿Qué aspectos o factores externos se deben tomar en cuenta para la creación de este tipo de negocio?

Se deben tener en cuenta los aspectos sociales, culturales, demográficos (población vulnerable, económicos, nivel de desempleo de la población, aspectos legales y de formalización).

Análisis: Es importante realizar diferentes análisis, como aspectos que vincula a la población directamente, debido a que esto puede repercutir en la puesta en marcha del negocio y el producto a ofrecer.

Análisis del sector

2. ¿Qué fuerzas competitivas cree que influyan en el desarrollo de este tipo de negocio?

Influyen los proveedores, el gobierno, consumidores y clientes, analizar los canales como llegar hacia ellos para posicionar nuestros productos, competidores no porque no hay competencia en este tipo de productos.

Análisis: El análisis del sector debe ser evaluado a través de las fuerzas competitivas de Porter, debido a que muestra detalladamente grupos estratégicos que influyen en el desarrollo de un negocio.

Plan estratégico

3. ¿Qué tipo de estrategias cree conveniente aplicar para este tipo de negocio?

Estrategia de desarrollo de producto, por ser un producto innovador, no ingresar al mercado con precios bajos e ingresar con un precio estándar.

4. ¿Qué elementos se debe llevar a cabo para formular la misión y visión?
- Misión: Naturaleza del negocio y el propósito, principios y valores éticos.
 - Visión: Cuanto aspiro crecer, involucrar y cooperar con la población y los operarios y que voy a potenciar.
5. ¿Qué objetivos estratégicos cree que serían los adecuados, para este tipo de negocio?
- Generar desarrollo socioeconómico en el sector a proponer.
 - Buscar crear un negocio sostenible, para mejorar la calidad de vida de las personas
 - Reducir el nivel de contaminación
 - Aplicar las 3 r del reciclaje.
 - Generar rentabilidad y mejor calidad de vida de las personas.
 - Que se incrementen las ventas y se posicione en el mercado.
6. ¿Quiénes considera que sean los grupos de interés que se deben tener en cuenta para la comercialización de este tipo de artículos?
- Gobierno Regional
 - Gobierno Local.
 - Empresas recicladoras
 - Aliados estratégicos
 - Instituciones públicas y privadas, como centros de recreación, ONG para que pueda crecer el negocio.
7. ¿Qué aspectos se deben considerar en el FODA?
- Cambios actuales.
- Nivel de aceptación de los productos que se está ofreciendo.
 - Nuevas tendencias.
 - Tema económico de la capacidad del mercado.
 - Recursos que cuento para emprender
 - Facultad de reacción de mercado competitivo.
 - Limitaciones para el emprendimiento.

8. ¿Qué estrategias me recomendaría implementar para poder competir con negocios de este tipo?

Utilizar la estrategia genérica de enfoque y poder dirigir el producto a un segmento determinado.

Análisis: En todo plan de negocio plasmar un plan estratégico es vital, debido a que se describe la razón de ser y lo que quiere lograr la empresa en un futuro, así mismo se deben utilizar las estrategias adecuadas para el plan y están deben ser medibles y alcanzables.

Plan de marketing

9. ¿Qué elementos se deben considerar para formular los objetivos de marketing de la empresa?

Se debe tomar en cuenta el entorno comercial, el potencial del mercado y analizar el potencial de ventas.

10. ¿Qué estrategias se deberían tener en cuenta con respecto al producto, precio, plaza y promoción?

No ingresar con precios bajos y utilizar las redes sociales para dar a conocer el producto, ofrecer los productos en tiendas físicas y tiendas virtuales.

Análisis: El plan de marketing es una herramienta debido a que nos encontramos en un entorno competitivo y cambiante asimismo se detalla las estrategias a utilizar, para ello al trabajar con las 4 Ps, se deben vincular de una manera coherente.

Plan de operaciones

11. ¿Qué estrategias serían las más adecuadas para las operaciones de la empresa?

Diseñar y detallar los procesos que se llevan a cabo para la elaboración del producto.

- Llevar el control de la materia prima para evitar contratiempos.

- Que exista planeación, organización y control en los procesos.

12. ¿Qué ventaja competitiva debería tener la empresa con respecto a las operaciones?

- Que los productos tengan diseños únicos, de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.
- Que se cumplan los estándares de calidad y que se ofrezca al cliente el producto esperado.

Análisis: Se debe ofrecer a los clientes productos de buena calidad, para ello es importante la supervisión de los procesos para evitar inconvenientes al momento de tener el producto terminado.

Plan de organización y de recursos humanos

13. ¿Qué elementos se debería tener en cuenta en un plan de organización?

- La correcta distribución de personal
- Que las funciones sean claras, y que cada área o departamento cumplan con lo establecido

14. ¿Cómo genera valor la empresa a través de su equipo de trabajo?

Con un equipo de colaboradores capacitados, identificados con la empresa y que los puestos donde se desarrollen sean los correctos.

Análisis: Es importa que los colaboradores que conforman la empresa conozcan de manera detallada y clara las funciones a desarrollar para evitar la duplicidad de funciones y para que los procesos sean óptimos.

Análisis económico y financiero

15. ¿Qué análisis se deberían elaborar en un plan de negocio, para demostrar que este es viable?

Se deben realizar los cálculos necesarios que permitan medir la rentabilidad y analizar la viabilidad económica del negocio, como el flujo de caja, punto de equilibrio, van y tir y saber si el pan de negocio se debería llevar a cabo.

Análisis: Los cálculos financieros permiten saber si el negocio en marcha será rentable y viable, para ello se debe realizar diferentes tipos estudios que permitan diagnosticar el negocio y eliminar la incertidumbre.

3.3. Plan de *negocio*

3.3.1. Resumen ejecutivo

Ecollantas nace debido al deseo de llevar a cabo una nueva propuesta de negocio, y lanzar al mercado algo creativo e innovador, enfocado en brindar a la sociedad artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados, teniendo un enfoque ecológico, y contribuir en el cuidado del medio ambiente, por ello los diseños de los productos serán elegidos por los clientes.

Para llevar a cabo el proyecto de inversión se necesitará contar con un capital de S/11,251.50, monto que ha sido calculado debido a los gastos y costos para poner en marcha el negocio. Logrando obtener una rentabilidad del 58% anual, este resultado obtenido se debe a que minimizaremos los gastos operativos y administrativos.

Nuestro servicio será 100 % de calidad, entregado en la fecha indicada, asimismo nos encontraremos en constante comunicación con nuestros clientes para obtener sus opiniones y su nivel de satisfacción en cuanto a nuestros productos y servicios, permitiéndonos lograr mejoras constantes y obteniendo resultados de clientes satisfechos.

3.3.2. Descripción del negocio.

3.3.2.1. **La idea de negocio y la oportunidad**

Se ejecutó una nueva idea de negocio, para el desarrollo del emprendedurismo, y de una fuente generadora de trabajo formal, dicho negocio consiste en dar un mejor uso a los neumáticos que son desechados al medio ambiente, para luego ser transformados en lindos puf y mesas de centro, con variedad de diseños y colores, brindando un servicio personalizado al cliente, y que este se sienta satisfecho, los materiales que se utilizaran son de fácil accesos en el mercado, como también existen personas recicladoras, que facilitarían el recojo de la llantas, y el aporte al desarrollo sostenible.

El portal de la SUNAT nos indique:

¿Cómo inicio mi negocio?

Para emprender un negocio es necesario identificar correctamente cual es la actividad económica del negocio que se pondrá en marcha, así se conocerá las obligaciones tributarias que se tendrán que efectuar.

Los deberes tributarios, documentos de pago que se emiten y libros contables que se deberán utilizar dependerán del Régimen tributario al cual se inscriba.

¿Quiénes serán mis potenciales Clientes?

Primero, se debe conocer el tipo de público o cliente que tendrá el negocio, es transcendental para saber elegir los tipos de comprobantes de pago que se usarán.

- Personas, empresas, instituciones, instituciones públicas.

Tabla 33.

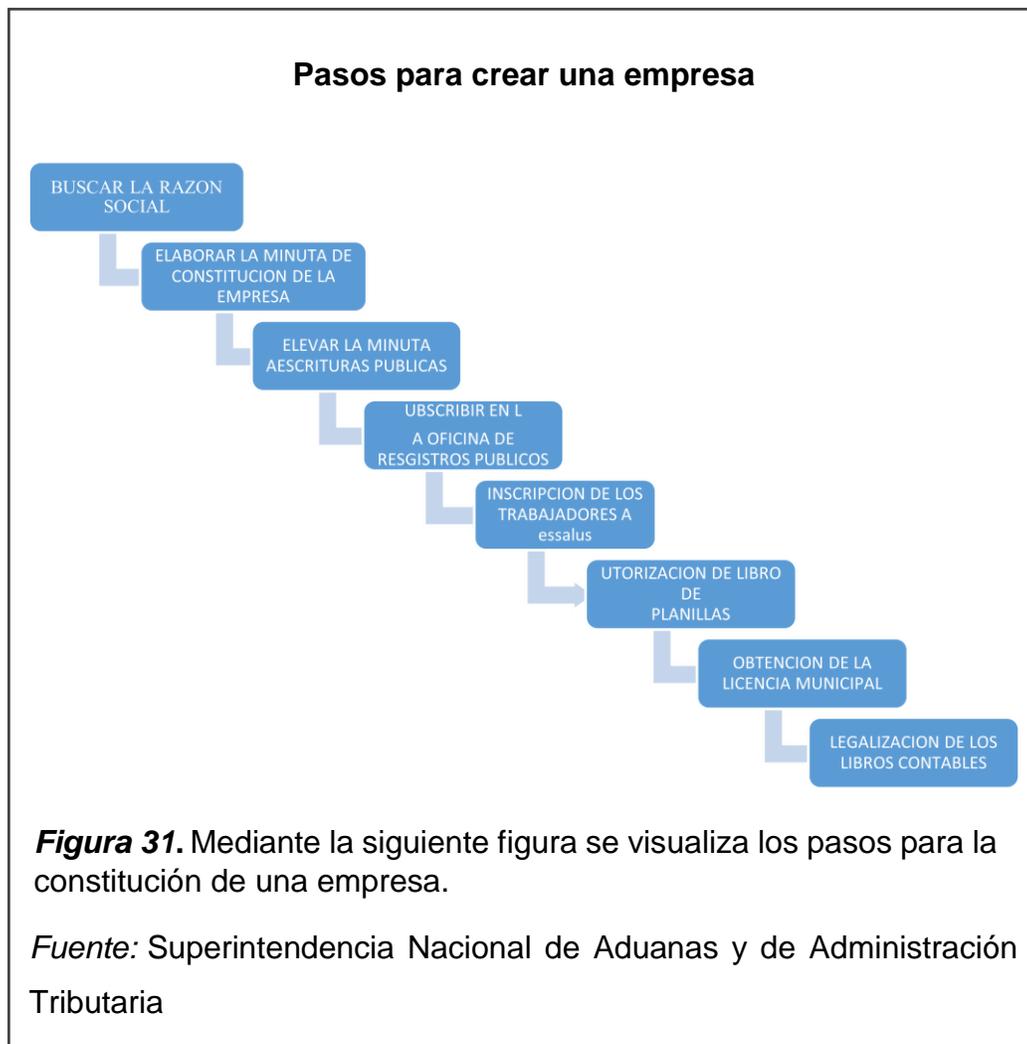
¿Qué tipo de empresa puedo crear?

Persona natural con negocio	Persona natural jurídica
La persona ejerce todos los derechos y asume todas las obligaciones a su nombre.	La entidad es quien ocupa todos los retribuciones y obligaciones.
La responsabilidad se ampliará a todo el dominio propio.	El compromiso quedará limitada al patrimonio de la empresa.
Solo requieres obtener el RUC, no requiere escritura pública de constitución.	Para obtener el RUC, requieres de una Escritura Pública de constitución y que se inscriba en Registros Públicos.
Se reconocen las empresas unipersonales.	Puede funcionar como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada EIRL, Sociedad Anónima de Responsabilidad Limitada.

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

Requisitos

- Registrarse al RUC a cargo de la SUNAT
- En el caso de empresas, se debe inscribir anticipadamente en los Registros Públicos.
- Conseguir permisos complementarios (permisos especiales, licencia de funcionamiento, entre otros)
- Adquirir los comprobantes de pago y libros contables que corresponda.



3.3.2.2. La descripción y el nombre de negocio

Ecollantas es un negocio con enfoque ambiental, y se desea demostrar a la sociedad que existen objetos que al finalizar su vida útil pueden ser reciclados, y convertidos en productos utilizables, asimismo se desea que las personas con ganas de superación, logren el desarrollo de sus habilidades, para que puedan ofrecer estos productos hasta que se conviertan en una tendencia en el mercado.

Nombre y logo del negocio



Figura 32. El nombre y diseño desea plasmar a la ecología y al medio ambiente, es por ello los tonos verdes de las hojas.

Fuente: Elaboración propia.

3.3.3. Análisis del mercado

3.3.3.1. Análisis del entorno

a. Factores políticos

Elmer Cuba (2019) enfatizó en el Diario el Comercio la necesidad de resolver los temas políticos y la urgencia de implementar medidas más ambiciosas al respecto ante el planteamiento del adelanto de elecciones. "Cuando el nuevo presidente ponga medidas más potentes en sectores entre ellos la lucha frontal contra la informalidad, el Perú va a volver a despegar a velocidades que tenía hace 10 años", señaló. "Si las elecciones ocurren antes del 2021, va a haber un periodo de estrés económico, pero se va a resolver después cuando sepamos quién gana".

Y ahora en el 2023, nos encontramos atravesando una crisis social y política en nuestro País sembrando interrogantes sobre el futuro de procesos tan importantes como la lucha contra la anticorrupción.

b. Factores legales

El diario el Comercio (2019) nos dice que recientemente se ha promulgado la Ley N.º 30884, que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables, con el objetivo de reducir el impacto y la acumulación del plástico en nuestro ambiente antes del 2021. Con ello, establecimientos como cafeterías o restaurantes ya deberían identificar proveedores de sustitutos de plástico para cumplir con la norma y evitar sanciones o multas.

Javier palacios (2019) afirma en el Diario el Correo que La precariedad del empleo y la informalidad laboral constituyen una fuente de vulnerabilidad para muchas personas y familias en nuestros países.

c. Factores económicos

Las expectativas sobre la economía, con respecto a lo que manifiesta el Banco Central de Reserva (BCR) del Perú, que los indicadores han decaído en enero del presente año, esto se debe a la ola de protestas y bloqueo de carreteras que ha impactado negativamente a empresas del sector privado.

Desde diciembre del 2022, fecha en que se iniciaron las protestas, se identificó el cierre de las principales vías, bloqueos de carreteras y un impacto negativo en la producción y comercio de los países vecinos y fronterizos, como Chile, Bolivia y Ecuador.

Elmer Cuba nos dice en el Diario el Comercio que la economía peruana avanzará a un ritmo mayor del que tiene ahora cuando se observe una mejora en el contexto político, asimismo afirma que "Hay que cuidar los empleos porque no se van a crear muy rápido en los próximos meses", ante un panorama político en el que persisten las confrontaciones entre el Ejecutivo y el Legislativo.

En cuanto a la variación del tipo de cambio, recomendó ahorrar en soles ya que la moneda peruana está fortalecida. "El dólar hace 10 años oscila en S/3,30. No va a subir", en cuanto a las proyecciones de crecimiento, Cuba consideró que no se podrá llegar a la meta del 3%. "Mi número está más pegado al 2%, pero con un segundo mejor trimestre

Asimismo, Cuba afirma que no es un escenario bueno para América Latina., de hecho, la región, este año va a crecer cero. Entonces, en términos regionales, el Perú va a sacar la cara. Crecer 2,5% es parecido a lo que va a crecer Chile o Colombia", resaltó en comparación a países como Argentina, que actualmente enfrenta una crisis financiera.

d. Factores sociales

Luis Miguel Prado, director de la iniciativa economiaverde en Perú (2019) nos dice en el Diario el Comercio que en los últimos años el consumo "verde" se ha convertido en una tendencia en el Perú y en todo el mundo. Cada vez son más las personas que, al momento de alimentarse o realizar su cuidado personal, optan por adquirir productos que le hacen el menor daño posible al medio ambiente, ya sea durante su producción, uso o degradación.

Asimismo, los negocios o emprendimientos que lancen sus productos, están generando un aporte positivo a la sociedad y al medio ambiente, esto lograra que muchas personas analicen diferentes aspectos al momento de realizar su compra.

El Viceministro de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral, Javier Palacios, afirmó en el Diario el Comercio que el mercado laboral peruano presenta profundas brechas "que son necesarias revertir", entre dichas brechas, sostuvo que en el Perú, el 73% de la población económicamente activa (PEA) es informal, indicó que está compuesta por trabajadores que laboran en unidades productivas que no están registradas y no tributan; así como de personas asalariadas que no cuentan con un seguro de salud o pensiones.

Elmer Cuba (2019) nos dice en el Diario el Comercio que, al corto plazo, planteó un escenario en el que será más complicado encontrar un trabajo, y en el que será difícil también contar con un sueldo que no presente variación. “Si usualmente el sueldo del empleado subía, yo creo que en los próximos 12 meses vas a conseguir empleo más difícil, va a ser más informal y ya no se va a subir el sueldo”

e. Factores ecológicos

El Diario el Comercio (2019) manifiesta que en los últimos años el consumo “verde” se ha convertido en una tendencia en el Perú y en todo el mundo. Cada vez son más las personas que, al momento de alimentarse o realizar su cuidado personal, optan por adquirir productos que le hacen el menor daño posible al medio ambiente, ya sea durante su producción, uso o degradación.

Luis Miguel Prado(2019) indica que en el Perú podemos encontrar diversas empresas que ofrecen productos y servicios con impacto positivo, que van desde prendas de vestir hasta artículos para el hogar, asimismo el director de la iniciativa Economiaverde, argumenta que a nivel mundial existen consumidores que están tomando conciencia y actúan de manera responsable al momento de realizar la compra de estos productos verdes , generando un “efecto arrastre”, de igual manera colaboran para que el mercado de productos y servicios verdes incremente. Y atraiga a nuevos consumidores, y la vez anime a nuevos emprendedores a crear productos de impacto.

Existe un impacto negativo a causa de las protestas constantes que atraviesa nuestro país, debido a que se utilizan diferentes productos que dañan el medio ambiente, como la quema de llantas, las bombas lacrimógenas, esas prácticas generan contaminación del aire y deterioro del medio ambiente.

f. Factores demográficos

Población

De acuerdo al empadronamiento provincial, es Chiclayo la ciudad que concentra la mayor cantidad de habitantes, con 799 mil 675 personas agrupando al 66.8 %.

Tabla 34.

Población en grupos de edades

Provincia	2007		2017		Tasa de crecimiento promedio anual
	Absoluto	%	Absoluto	%	0.7
Chiclayo	757 452	68.1	799 675	66.8	66,8

Fuente: INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda 2007 y 2017.

Provincia/ edades	TOTAL	POBLACIÓN	
		HOMBRES	MUJERES
Chiclayo			
De 25 a 29 años	21 019	9 804	11 215
De 30 a 34 años	19 455	8 915	10 540
De 35 a 39 años	16 641	8 618	10 023
De 40 a 44 años	17 983	8 129	9 854
De 45 a 49 años	16 707	7 455	9 252
De 50 a 54 años	15 264	6 793	8 471

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - CENEPRED

Vivienda

Considerando como indicador socioeconómico del crecimiento urbano, según el total de vivienda, el 97.9% son casas independientes y en valores porcentuales no registran viviendas improvisadas, así mismo el 1.1% son viviendas en casa vecindad.

Tabla 35.

Tipo de vivienda

Categorías	Número	%
Casa independiente	29,892	94.9
Departamento en edificio	1,161	3.7
Vivienda en quinta	94	0.3
Vivienda en casa vecindad	338	1.1
Choza en cabaña	0	0
Vivienda improvisada	2	0
No destinado para habitación, otro tipo	26	0.1

Fuente: Empadronamiento Distrital de Población y Vivienda - SISFOH

Educación

En, la educación tiene una importante presencia en los niveles secundarios, y superior con el 41.7 % y el 30.2 %.

Tabla 36.

Nivel de instrucción

Nivel educativo alcanzado	Número	%
Total	600 578	100,0
Ningún nivel		4,6
Primaria		22
Secundaria		41,7

Superior	30.2
Maestría/Doctorado	1.3

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2017

3.3.3.2. Análisis de la industria o sector

a. Estructura competitiva del mercado

A continuación, se detalla las tiendas que ofrecen los mismos productos, y que poseen un gran posicionamiento en el mercado, pese a ello los productos que ofrecerá Eco llantas, tiene un enfoque ambiental.

- Promart

Es una empresa de mejoramiento del hogar, forma parte de la gran familia de Intercorp desde hace 6 años. La principal preocupación del negocio es mejorar la calidad de vida y el bienestar de las familias peruanas. Su estrategia principal es quienes hacen la diferencia al momento de atender y asesorar a los clientes.

Tabla 37.

Precios que ofrece PROMART

			
PUFF	PRECIO	MESA DE CENTRO	PRECIO
	S/199.00		S/79.95
	S/59.90		S/132.90

Fuente: Elaboración propia.

- Sodimac

Cadena chilena de comercios de la construcción, ferretería y mejoramiento del hogar, perteneciente al holding Falabella. Actualmente cuenta con sucursales en Perú, Colombia, Estados Unidos, México, Argentina, Canadá, Brasil y Uruguay. Sodimac busca ser la mejor y más grande empresa de Latinoamérica en distribución de materiales de construcción y productos para el mejoramiento del hogar, y así contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas

Tabla 38.

Precios que ofrece SODIMAC

			
PUFF	PRECIO	MESA DE CENTRO	PRECIO
	S/79.90		S/39.90
	S/78.90		S/171..90

Fuente: Elaboración propia.

- Ripley

Ripley es una de las más grandes compañías del sector retail con presencia en Chile, Perú y Colombia. El objetivo de su negocio es ofrecer moda a precios accesibles, accesorios y productos variados para el hogar.

La Tienda Virtual Ripley permite acceder a descuentos especiales y hacer sus compras desde la comodidad del hogar o desde el lugar que prefieras, solo deben ingresar y disfrutar de una compra fácil, rápida y 100% segura.

Tabla 39.

Precios que ofrece RIPLEY

			
PUFF	PRECIO	MESA DE CENTRO	PRECIO
	S/91.98		S/239.00
	S/63.98		S/199.95

Fuente: Elaboración propia.

- Falabella

Es una de las compañías más grandes y consolidadas de América Latina, su actividad comercial a través de diferentes áreas de negocio: tiendas por departamentos, mejoramiento y construcción del hogar, compañía de financiamiento comercial CMR, banco, viajes y seguros Falabella.

Por más de 100 años, Falabella ha ofrecido productos de primera categoría ayudando a satisfacer las necesidades de sus clientes. Su compromiso de crecimiento a largo plazo ha estado acompañado de importantes inversiones en las áreas de distribución, sistemas de información, y en la creación de nuevos negocios y servicios complementarios.

Tabla 40.

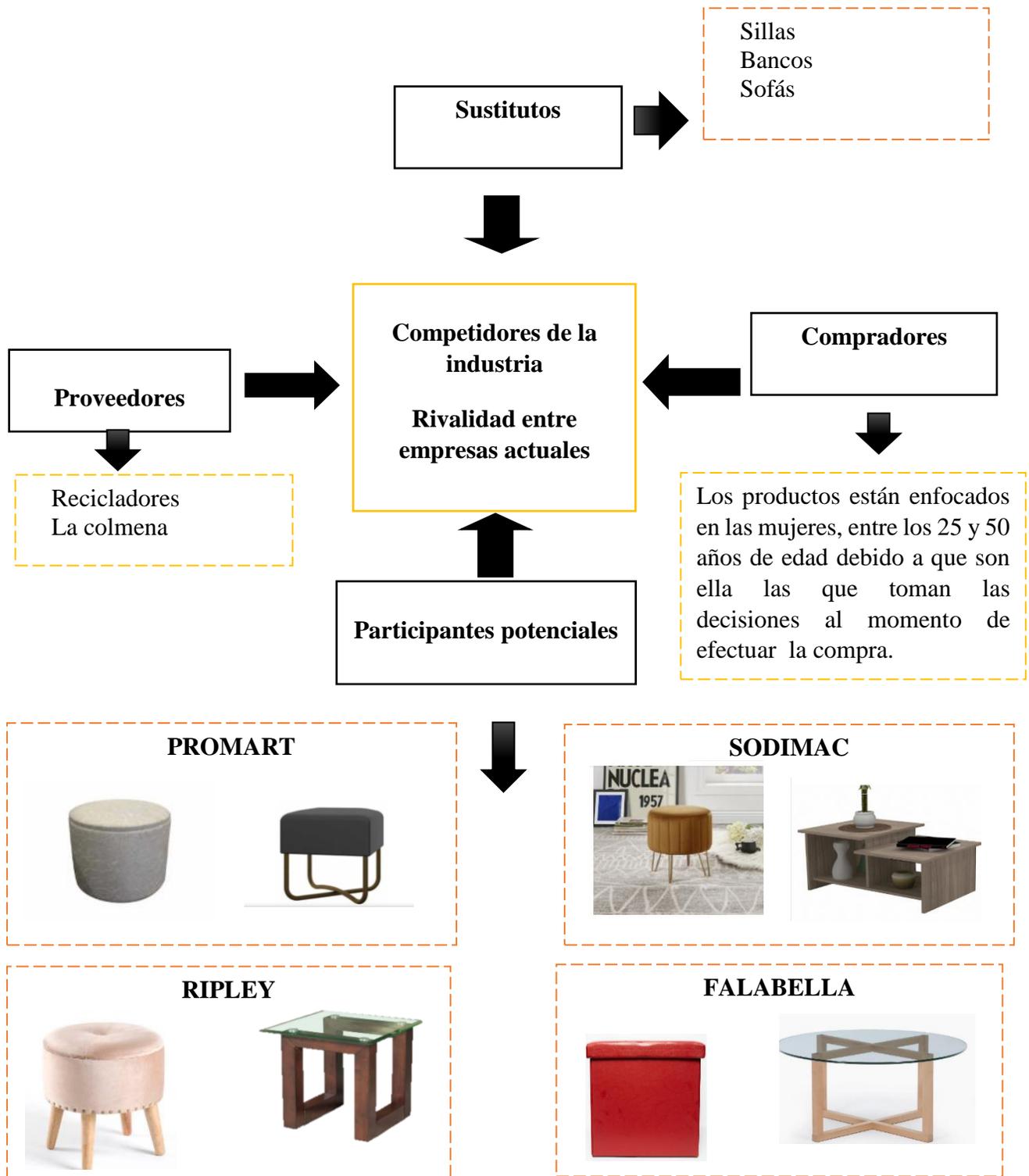
Precios que ofrece FALABELLA

falabella.

PUFF	PRECIO	MESA DE CENTRO	PRECIO
	S/69.90		S/149.00
			S/199.90

Fuente: Elaboración propia.

Figura 33. Estructura competitiva del mercado



Fuente: Elaboración propia.

b. La investigación del mercado objetivo

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018) afirma que las mujeres peruanas toman el 80% de las decisiones en el hogar, y que hoy en día, son 6 millones de mujeres (entre los 36 a 56 años), las que asumen el rol principal en el hogar y sobre las que recae el 80% de las decisiones, según un reciente informe de Ipsos Perú.

El diario Comercio (2016) manifiesta que la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha señalado que el Perú es el país con mayor tasa de participación laboral femenina de la región, esto quiere decir que la mujer es un agente decisivo en la economía nacional.

El portal Infomarketing (2018) indica que, con respecto al comportamiento online de las peruanas, el 50% de las órdenes de compra que generaron se hicieron entre las 11 a.m. y las 5 p.m., y el 38% fueron pagadas con tarjetas de crédito/débito, mientras que el 27% fue pago contra entrega. Cabe destacar que el uso de tarjetas para pagos en línea por parte de las mujeres peruanas creció en 10 puntos porcentuales.

El diario Gestión (2018) manifiesta que La Cámara de Comercio de Lima (CCL) realizó un estudio un sondeo a nivel nacional teniendo como muestra a más de 2,000 peruanos, con el fin de conocer el actual estatus de los compradores y no compradores online. Respecto a los resultados del estudio, el 65.5% valora al momento de realizar una compra online los descuentos y promociones, 10.9% considera primordial la garantía del producto para poder realizar la compra y 9.8% compra siempre y cuando haya envío gratuito.

El diario Gestión (2018) manifiesta que, para Jaime Montenegro, gerente de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), se ve un gran alcance desde las redes sociales para influir en las futuras compras online de los peruanos, debido a que el 79.4% de los peruanos realiza sus compras online por influencia de las redes sociales, mientras que 11.4% lo hace por anuncios en portales de noticias, 4.9% confía en los envíos por mailing y 3.3% se confía de la publicidad tradicional, informó

la CCL. Asimismo, manifiesta que Facebook e Instagram se han vuelto canales importantes que conecta directamente al producto con el usuario según sus preferencias, logrando ser cercano con los usuarios.

El diario Gestión (2019) nos manifiesta que existe una página en internet llamada economía verde - coalición Perú, que agrupa a los empresarios que buscan cambiar el mundo, ofreciendo productos que ayudan a cuidado del medio ambiente, modelo de empresa, que además de contribuir a la economía, aportan de forma positiva al ambiente y a la sociedad, sin embargo, estas no son reconocidas pese al beneficio que generan.

3.3.4. Planeamiento estratégico

3.3.4.1. Estrategia

- Contribuir al desarrollo sostenible
- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Crear una cultura de reciclaje en la población

3.3.4.2. Misión y visión del negocio, objetivos estratégicos y grupos de interés.

Misión

Somos agentes del cambio, demostrando que las llantas no son basura, empresa que contribuye al desarrollo sostenible con la reutilización de neumáticos cuya vida útil ha finalizado, ofreciendo a la sociedad productos ecológicos de excelente calidad.

Visión

Al 2024, ser una empresa consolidada, líder y reconocida a nivel nacional como la mejor opción de productos ecológicos para el hogar, logrando minimizar

neumáticos desechados en el país, así mismo satisfacer las necesidades de los clientes y la sensibilización en la población.

Valores

- Responsabilidad
- Compromiso
- Trabajo en equipo
- Higiene
- Transparencia
- Honestidad
- Respeto
- Ética

Objetivos estratégicos

- Posicionar la empresa en el mercado en los próximos 5 años, como la empresa líder de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados, por el acabado de los productos y el buen servicio.
- Contar con personal capacitado para el buen funcionamiento de las actividades de la empresa.
- Fortalecer el poder de negociación en los próximos 5 años con los grupos de recicladores y promover una cultura de reciclaje de llantas
- Lograr en los próximos 5 años el 18 % de rentabilidad anual neta.

Grupos de interés

- **Accionistas:** Consolidar la sostenibilidad de la empresa y que esta crezca de manera rentable, manteniendo presente la misión y cumpliendo la visión.
- **Proveedores:** La selección de los proveedores y las buenas relaciones son factores necesarios que permiten realizar el proceso de manera satisfactoria, para así, brindar un producto de buena calidad a los clientes.
- **Colaboradores:** Talento humano indispensable, ya que son los integrantes de la empresa, para ello, se debe mantener un ambiente de confianza, debido a que su buen rendimiento es necesario para el correcto funcionamiento de

la empresa, por lo tanto, es importante captar colaboradores responsables y que cumplan con el perfil de cada puesto

- **Clientes:** Son los que figuran como un grupo importante por el que se trabaja.

Debido a que nos centramos en la calidad y diseños de los puf y mesas de centro para el hogar, se desea que los clientes se encuentren satisfechos con los productos ofrecidos y así construir con ellos relaciones duraderas, brindando un servicio confiable y seguro.

3.3.4.3. Análisis FODA

Tabla 41.

Análisis FODA

	Fortalezas	Debilidades
	F1. Fácil acceso a los materiales	D1. Que exista cuellos de botella en los procesos.
	F2. Larga vida del producto.	D2. Escaso poder de negociación con los recicladores.
	F3. Diseños personalizados.	D3. Falta de compromiso de los colaboradores por brindar un buen servicio.
	F4. Ser parte del desarrollo sostenible.	D4 Productos terminados no sean los esperados.
	F5. Red de contactos.	D5. Poca interacción en las plataformas virtuales.
Oportunidad	FO	DO
O1. El avance tecnologías.	1. Incrementar de las ventas.	1. Crear asociaciones de recicladores.
O2. Participación de los grupos de recicladores.	2. El reconocimiento de los productos.	2. Generar nuevos puestos de trabajo.
O3. Crecimiento de la población.	3. Expansión en el mercado.	3. Invertir en publicidad para dar a conocer el producto.
O4. Tendencia en productos ecológicos.	4. Desarrollo de las actividades de manera formal.	
O5. Apoyo del estado a nuevos emprendimientos.		
O6. Acceso a financiamiento		

Amenazas	FA	DA
A1. Aumento del desempleo.	1. Crear puestos de trabajo mediante el proyecto.	1. Posicionarse en el mercado como marca peruana.
A2. Coyuntura económica		
A3. Guerra de precios		2. Capacitaciones
A4. Rechazo de productos reciclados	2. Mantener la calidad y los precios.	contantes a los colaboradores
A5. Ingreso de empresas extranjeras.	3. Fidelizar a los clientes.	

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4.4. Estrategias genéricas

Porter (2015) nos manifiesta que para implementar estrategias competitivas es necesario tomar acciones defensivas u ofensivas paso así poder establecer una posición competitiva sostenible en el entorno de la industria, y poder afrontar eficazmente las cinco fuerzas competitivas, para luego conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión de la organización (pag.78).

Estrategia de segmentación

La estrategia genérica a utilizar es de segmentación. La empresa se ha enfocado en ofrecer artículos para el hogar, específicamente mesas de centro y puf a base de neumáticos, definiendo un solo segmento de mercado, mujeres de la ciudad de Chiclayo entre los 25 y 50 años de edad debido a que son ellas las que toman las decisiones al momento de efectuar la compra.

3.3.5. Plan de marketing

Objetivos

- Aumentar las ventas a un 10% anual en los próximos 3 años.
- Incorporar puntos de venta en lugares estratégicos de Chiclayo en los próximos 3 años.

- Activa participación en eventos
- Captar nuevos mercados en los próximos 3 años.

3.3.5.1. Estrategia de producto

Los productos que se ofrecen serán puf y mesas de centro, dichos artículos son elaborados a base de neumáticos reciclados, consecuentemente, la materia prima es un material resistente, y duradero que antes pasara por un proceso de selección y lavado para que el material principal se encuentre en buenas condiciones y siga con las siguientes fases, hasta obtener un producto terminado de calidad.

- **Calidad:** Los productos se fabricarán a base de neumáticos, y será cubierto con barniz transparente con la finalidad de evitar el deterioro con el tiempo.
- **Diseños:** La técnica que se usará para elaborar los diseños será enrollar el neumático con yute o cordelillo desde la parte superior circularmente, para luego ser pintados con látex, los colores serán personalizados al gusto de los clientes.
- **Creatividad:** A través de nuestros productos transmitiremos, innovación y originalidad para el mercado peruano, explotando los neumáticos que terminaron su vida útil, para reutilizarlos y transformar puf y mesas de centro.
- **Beneficios:** los productos que se ofrecerán, logran contribuir al desarrollo sostenible.

Diseños de productos



Figura 34. Como se muestra en las imágenes, los diseños de los productos estarán hechos a base de neumáticos y driza, la cual se podrá utilizar como asiento y mesa de centro.

Fuente: Elaboración propia

3.3.5.2. Estrategia de promoción

El negocio se unirá a través de las redes sociales a marcas emprendedores que se unen con la finalidad de promocionar el negocio y lograr el reconocimiento de la empresa, asimismo ayudan a que los productos sean adquiridos con mayor confianza, debido a que dichos grupos tienen como líderes a personas reconocidas, que brindan el respaldo y la confianza hacia los consumidores, para ello se aplicará siguiente:

Crear un fan page con imágenes reales de los productos (Facebook, Instagram)

Elaborar un banner para participar en los diferentes eventos.

Elaborar tarjetas de presentación, donde figuren los datos principales para la localización del negocio.

Transmisiones en vivo de sorteos por fechas especiales a través del fan page.

Las personas que presenten a un cliente, obtendrán el 10 % de cada venta realizada, esto será acumulable hasta poder ganar el puf o mesa de centro

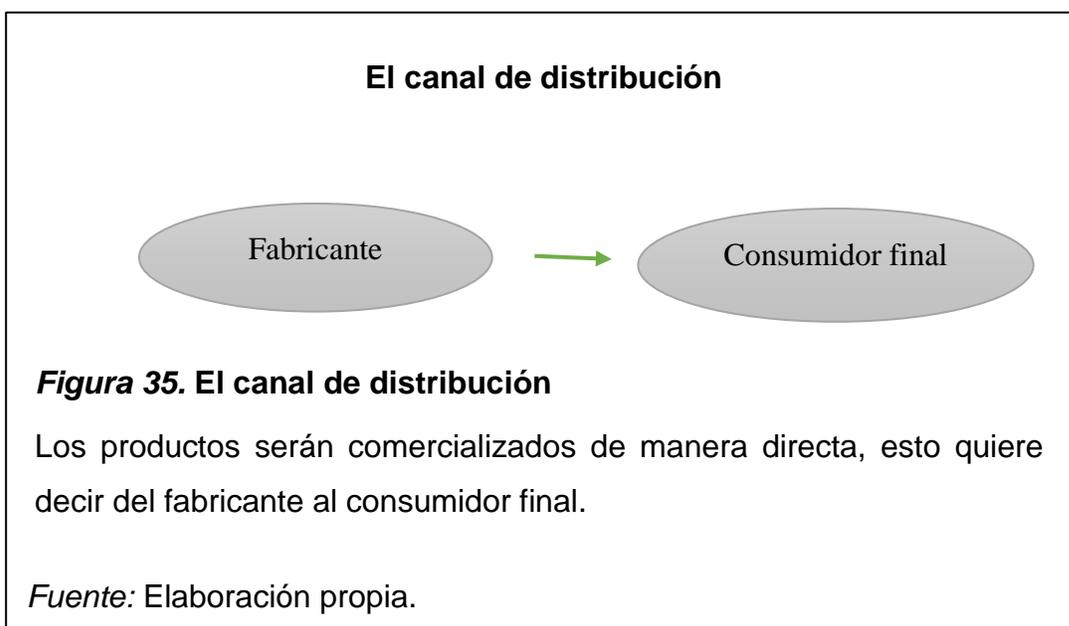
3.3.5.3. Estrategia de plaza o distribución

El negocio será una tienda online, donde las ventas se efectuarán mediante plataformas virtuales en donde la persona encargada al manejo de las redes sociales, será la que coordinará los pedidos con los clientes, para luego ser entregados al domicilio.

El negocio online también participara en diversos eventos, tales como ferias, este será un medio por la cual la empresa realizara sus ventas, siendo así otro medio de distribución de los productos.

Luego de haber logrado el posicionamiento y la acogida del público, se podrá efectuar la instalación del negocio a una tienda física, que estratégicamente se puede ubicar en el centro comercial Real plaza, debido a que es un lugar muy frecuentado por la gran mayoría de personas, puesto que encuentran lo que necesiten en un solo lugar.

Esto debido a que la entrega de los productos será un canal directo, sin intermediarios.



3.3.5.4. Estrategia de Precio

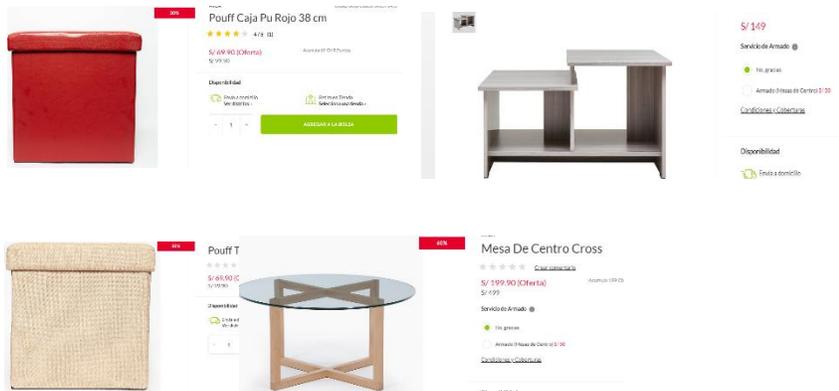
Con respecto al precio se analizaron diferentes se tomó en cuenta las siguientes empresas:

Tabla 42.

Análisis de precios

EMPRESA	PRODUCTO Y PRECIO	PRODUCTO Y PRECIO
		
		
		
		
		
		

falabella.



Fuente: Elaboración propia.

Teniendo los precios de ventas de los diferentes empresas de Chiclayo, entre ellas Promart, Sodimac y Ripley, empresas que ofrecen productos similares a los que se ofrecerán a través de Ecollantas, tendremos en cuenta como precio referencial de sus productos, asimismo señalo que teniendo en cuenta el estudio piloto que se realizó respecto a cuanto estaban dispuesto a pagar por los artículos, se tuvo como resultados que el 82.3% de los encuestados si estarían dispuestos a pagar un valor entre 50 a 60 soles y el 17.7% de 61 a 70 soles, finalmente se decidirá el precio de los artículos después de haber elaborado el análisis económico y financiero.

3.3.5.5. Estrategia de ventas

Se contará con un Post inalámbrico llamado Izipay, equipo que se podrá llevar a todas partes debido a que este dispositivo está dirigido especialmente a negocios, ya que se pueden realizar pagos con tarjetas de crédito o débito de manera fácil, generando automáticamente el recibo por la compra y él envió por WhatsApp y asimismo se medirá el nivel de satisfacción de los clientes después de realizada la compra.

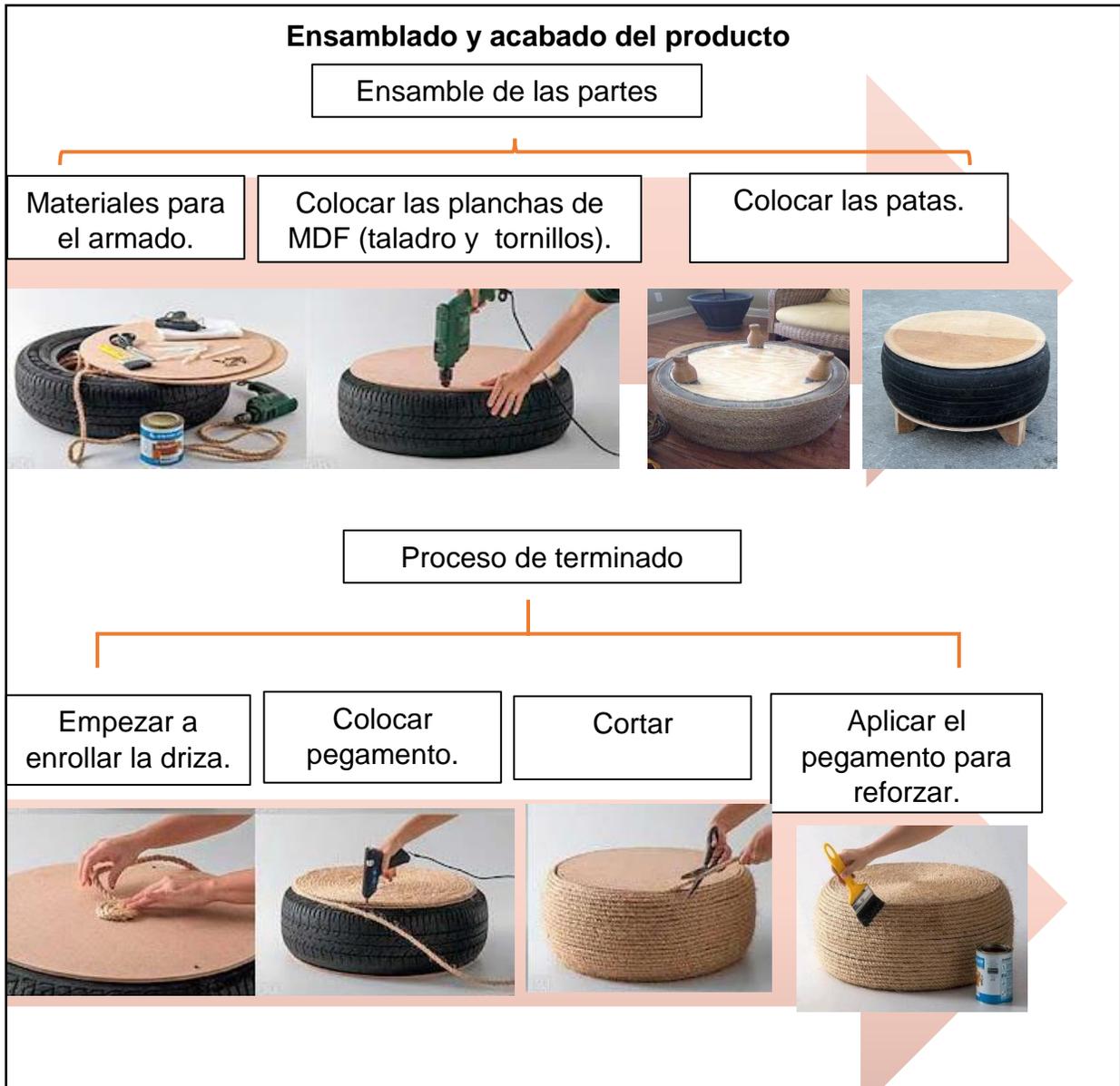
3.3.6. Plan de operaciones

3.3.6.1. Estrategia de operaciones

- Utilizar materia prima proveniente del reciclaje.
- Reutilizar la materia prima en desuso.
- Reducir la contaminación del medio ambiente.

- Supervisar el cumplimiento de los procesos, de acuerdo a los acabados y diseños solicitados.
- Mantener capacitado al personal de planta.

3.3.6.2. Gestión de operaciones



Producto final



Figura 36. Ensamblado y acabado del producto

Se puede observar el proceso para la elaboración del producto a ofrecer, tenemos el ensamblado de las partes, desde la colocación del triplay para las bases, asimismo las patas hasta la colocación de la driza al contorno de la llanta, para finalmente tener el acabado y el producto final.

Fuente: Elaboración propia.

Proceso productivo

a. Almacenamiento de materia prima

Los neumáticos serán recolectados por los recicladores de las zonas, para luego ser depositados en el almacén.

b. Lavado de neumáticos

Como siguiente paso tenemos una vez ingresados los neumáticos al almacén deben pasar por un proceso de lavado con detergente y escobilla, para retirar ciertos residuos que puedan ocasionar problemas al momento de elaborar los puf y mesas de centro.

c. Trazado y cortado del MDF

Para hacer los cortes circulares del MDF, cogemos una cuerda de la mitad del diámetro que queremos cortar, si son 60 cm con una cuerda de 30 cm, medimos y amarramos la punta de la cuerda a un clavo que va fijo en el centro de lo que será el círculo, al otro extremo de la cuerda amarramos un lápiz, nos guiamos con una regla, luego estiramos la cuerda y marcamos la circunferencia con el lápiz, una vez terminado el círculo de referencia cortamos con una sierra caladora el molde, por cada artículo se harán dos círculos, que serán los que necesitaremos para la parte inferior y superior del asiento.

d. Ensamble de las partes

Para fijar las tapas circulares de MDF colocamos un cordón de silicona en todo el perímetro de la rueda con una pistola calafateadora, y luego se fijan con cuatro tornillos con la ayuda de un taladro, así se repite el mismo proceso para la base, seguido de colocar las patas en la parte inferior del neumático, atornillándolos a la madera para darle el soporte y en el caso del puf las patas serán a ruedas.

e. Acabado

Para comenzar a darle el acabado al puf o mesa de centro, la técnica que se usara para cubrir el neumático es comenzar a enrollar con el yute o cordelillo desde la parte superior circularmente, desde adentro hacia afuera, aplicando silicona desde el centro y en cada nuevo giro que se haga al yute. Hay que enrollar con mucho cuidado y que cada vuelta de la cuerda quede sin separación, se debe hacer rápido para evitar que el adhesivo que se esté colocando se seque, generalmente lo hace en 4 minutos. Si se acaba la cuerda, se debe colocar bien junta para cuidar los acabados. Una vez que ya esté enrollado el yute sobre el neumático y haya secado el pegamento (30 min).

Finalmente se aplicará el barniz transparente con una brocha se espera un par de horas para que seque y vuelva a su color natural y listo, ya tendrán un nuevo y decorativo puf o mesa de centro.

f. Almacén

Los productos terminados serán llevados al almacén (ambiente limpio, ventilado e iluminado) para luego ser distribuidos a los clientes finales.

3.3.7. Organización y plan de recursos humanos

3.3.7.1. Diseño organizacional

Elementos y parámetros del diseño

Para que se ejecuten las actividades, la organización dividió las tareas agrupando departamentos específicos, con la finalidad de lograr una mejor coordinación organizacional, asignada tareas y responsabilidades a las diferentes áreas y obtener resultados satisfactorios.



Manual de funciones

Administrador

Esta área tiene como representante al jefe de Administración y él debe supervisar que los integrantes de la empresa cumplan con sus funciones.

Descripción del puesto

El administrador debe planificar y controlar la documentación en el área de finanzas y de recursos humanos, así como administrar los diferentes proyectos, para proporcionar la información, a fin de contribuir al funcionamiento de las actividades de la Unidad, los recursos asociados y asesorar sobre la realización de decisiones al liderazgo en el campo de su competencia

Funciones que desempeña

- Realizar los manuales de políticas, normas y procedimientos administrativos de la dependencia.
- Diseña, programa y dirige los sistemas y procedimientos contables, administrativos y/o financieros.
- Supervisa, controla y distribuye las actividades del personal a su cargo.
- Realiza informes en determinados períodos de las actividades realizadas.
- Verifica y efectúa los trámites para el pago del régimen tributario, que sean necesarios.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Se encarga de reportar cualquier anomalía.

Aptitudes y capacidades

- Dinámico.
- Capacidad para resolver problemas.
- Organización.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Capacidad de planificación y organización del trabajo.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Habilidades comunicativas.
- Responsabilidad.

Área de logística

Esta área tiene como representante al jefe de Logística y tanto el cómo sus colaboradores deben cumplir con sus funciones.

Descripción del puesto

La persona encargada deberá planificar, dirigir y coordinar las actividades de abastecimiento, almacenamiento y distribución de los materiales y productos de la

empresa, asimismo debe coordinar todo el movimiento de entradas y salidas de materiales de la compañía

Funciones que desempeña

- Elaborar la política de distribución, aprovisionamiento y transporte de los materiales necesarios para la producción.
- Prever las necesidades de materias primas y componentes.
- Elaborar y aplicar sistemas de control de la mercadería para la planificación de las compras.
- Diseñar la organización de los materiales y productos almacenados.
- Negociar con proveedores, clientes y empresas de transporte.
- Controlar que la mercadería adquirida cumpla los requisitos de calidad y costo.

Aptitudes y capacidades

- Dinamismo.
- Capacidad para resolver problemas.
- Organización.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Capacidad de planificación y organización del trabajo.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Habilidades comunicativas.
- Responsabilidad.
- Orientación al cliente y a los resultados.

Área de producción

Esta área depende del jefe de producción y tanto el cómo sus colaboradores deben cumplir con sus funciones.

Descripción del puesto

El gerente de producción es el profesional encargado de organizar y controlar el proceso de producción en una fábrica. También debe asegurar que los productos se realicen con las especificaciones correctas, estén listos a tiempo y dentro del presupuesto establecido.

Funciones que desempeña

- Supervisar los procesos de producción, planificando y organizando el cronograma de producción.
- Asegurar que la producción sea rentable.
- Organizar las reparaciones y el mantenimiento rutinario de los equipos de producción.
- Recomendar iniciativas de reducción de costos manteniendo los estándares de calidad.
- Sugerir mejoras en el proceso para así mejorar la calidad y la capacidad de producción.
- Asegurar que se cumplan las normas de seguridad e higiene industrial.
- Supervisar el trabajo y motivar al equipo de trabajadores subalterno.
- Revisar y evaluar el desempeño de los trabajadores.

Aptitudes y capacidades

- Habilidades de planificación y organización para poder ejecutar y supervisar el proceso de producción.
- Capacidad de actuar con decisión y resolver problemas relacionados con el equipo de trabajo.
- Conocimientos en tecnología de información, para tratar con diversas tecnologías y programas.
- Capacidad de comunicarse de manera clara y persuasiva con su equipo de trabajo, gerentes y clientes.

- Capacidad de trabajar bajo presión, motivando a los demás a cumplir responsablemente con los plazos establecidos.
- Capacidad de trabajar de manera lógica y sistemática.
- Capacidad de comunicación.
- Habilidad de organización y liderazgo.

Área de marketing

Esta área depende del jefe de marketing

Descripción del puesto

Los Gerentes de marketing investigan, determinan, examinan y evalúan la demanda de un producto o servicio, crea esfuerzos para desarrollar campañas y estrategias de publicidad atendiendo a las particularidades del público objetivo. En este sentido, son responsables de establecer y proteger la imagen, manteniendo la visión y las cualidades de la organización.

Funciones que desempeña

- Diseñar, planificar elaborar los planes de marketing de la empresa.
- Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción.
- Dirigir y supervisar los estudios sobre coberturas, cuotas y distribución.
- Dar soporte al área de ventas en cuanto a estrategias, políticas, canales, publicidad, merchandising
- Hacer indagaciones comerciales de los productos que se van lanzando al mercado, para realzar el estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los mismos en el mercado.

Aptitudes y capacidades

- Desarrollo analítico.
- Organizado y capaz de manejar su tiempo efectivamente.
- Tener facultades interpersonales y de comunicación.

- Adaptarse rápidamente a los cambios.
- Ser empático
- Ser optimista
- Tener la capacidad de trabajar en equipo.
- Ser creativo y proactivo.
- Entender las necesidades de los clientes de una manera estratégica.

Área de ventas

Esta área depende del jefe de producción y tanto el cómo sus colaboradores deben cumplir con sus funciones.

Descripción del puesto

La persona encargada tiene la responsabilidad de mantener a su equipo de trabajo capacitado, debido a que de ellos depende que los productos lleguen a los consumidores de manera satisfactoria, puesto que son la principal fuente de ingresos, es por ello que el gerente debe contar con cualidades de un líder, ser honesto, catalizador, tomar decisiones y saber ejecutarlas para lograr el éxito de la organización.

Funciones que desempeña

- Aumentar las ventas.
- Optimizar las actividades de ventas
- Ser eficaz y eficiente.
- Atender las objeciones de los clientes.
- Ejecutar las ventas.
- Realizar el estudio de post venta, con la finalidad de poder subsanar problemas.
- Captar clientes potenciales.

Aptitudes y capacidades

- Saber dirigir.

- Capaz de incentivar y motivar al equipo.
- Saber planificar.
- Poder realizar varias tareas al mismo tiempo.
- Tener capacidades organizativas.
- Ser capaz para tomar iniciativa.
- Ser capaz de trabajar bajo presión.
- Decisivo.
- Manejo de la informática.
- Correcto y educado.
- Dinámico.
- Persuasivo.
- Seguro.
- Tener poder de negociación.
- Habilidad para resolver problemas.
- Habilidades comunicativas.
- Habilidades interpersonales.

3.3.7.2. La gestión de recursos humano

Esquema de compensaciones e incentivos

Este sistema ayudara a retener y mantener a los colaboradores en sus puestos de trabajo y que se sientan que son parte de la empresa, por lo tanto, demostraran compromiso constante.

El salario emocional ayudara mantener motivados a los colaboradores y que ellos se desempeñen de manera positiva en la organización, este salario emocional consiste en elegir mensualmente al colaborador, denominado el empleado del mes, por ser el que más destaque en sus labores, debido a que demostró un mayor compromiso con la organización, este colaborador recibirá un presente como señal de superación.

Felicitar al vendedor por su compromiso, dedicación, optimismo, esfuerzo y entrega absoluta a la organización, otorgando reconocimientos públicos, para ello se estableció que el periodo de reconocimientos sea cada 3 meses.

El colaborador tendrá el día libre pagado por su onomástico, para ello también se organizará un presente por todos los miembros de la organización.

Por fecha alusiva a la Navidad, a los colaboradores se les hará entrega de una canasta Navideña con productos básicos.

Política de recursos humanos

a) **Reclutamiento:** La empresa convocará personas competentes para los diferentes puestos de trabajo, atrayendo fuerza laboral externa, la cual el Administrador será el encargado de realizar este proceso, por lo cual la convocatoria se realizará en la ciudad de Chiclayo, y será publicada por el Diario la Industria y paginas por internet.

- El perfil será el siguiente:
- Egresado de carrera técnica o profesional que tenga relación al puesto que se desea ocupar.
- Con Iniciativa propia y capacidad para trabajar en equipo.

Una vez que se tiene la lista de los candidatos, el encargado debe evaluar quien es apto para el puesto ofrecido. Para ello se evaluará:

- El currículum personal
- La entrevista personal
- Evaluación psicológica

b) **Selección:** Según el desempeño del candidato por los diferentes procesos, se debe decidir quién es la persona adecuada para el puesto.

c) **Contratación:** Finalmente se pasará a la firma del contrato laboral de la persona que fue elegida, teniendo en cuenta las condiciones pactadas por ambas partes, es cuanto a horario, pagos y actividad a desarrollar.

d) **Integración:** El nuevo integrante a la organización debe conocer las políticas de la empresa y las funciones que va a desarrollar, para ello es importante

realizar una inducción al puesto de trabajo, por lo tanto, debe ser capacitado para que cumpla con las tareas encomendadas.

3.3.8. Análisis económicos y financieros

Análisis económicos y financieros

Activo Fijo

Tabla 43.

Maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Sierra caladora	1	S/110.00	S/110.00
Taladro Percutor	1	S/120.00	S/120.00
Total		S/230.00	S/230.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 44.

Herramientas

	Cantidad	Costo	Costo total	Costo total
Herramientas	mensual	unitario	mensual	anual
Brochas	5	S/. 5.00	S/. 25.00	S/300.00
Cuchillas	5	S/. 8.00	S/40.00	S/480.00
Total			S/65.00	S/780.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45.

Muebles y Enseres

Muebles y Enseres	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
--------------------------	-----------------	-----------------------	--------------------

Mesas de trabajo	3	S/150.00	S/450.00
Total			S/450.00

Tabla 46.

Gastos Pre Operativos

Presupuesto de gastos y de Constitución	Cantidad Total	Costo Mensual	Costo Anual
Licencia de funcionamiento	1	S/252.00	S/252.00
Trámites para el funcionamiento (salubridad, defensa civil, carnets de salud, etc.)	1	S/360.00	S/360.00
Tramites de constitución (gastos notariales)	1	S/100.00	S/100.00
TOTAL		S/712.00	S/712.00

Fuente: Elaboración propia.

CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 47.

Materia prima e insumos

Materia prima e insumos	Costo unitario	Cantidad mensual	Costo total mensual	Costo total anual
Neumáticos	S/1.50	150	S/225.00	S/2,700.00
Plancha de MDF	S/26.50	30	S/795.00	S/9,540.00
Driza por 30 metros	S/35.00	30	S/1,050.00	S/12,600.00
Tornillos	S/0.18	750	S/135.00	S/1,620.00
Patas de acero	S/2.80	600	S/1,680.00	S/20,160.00
Pegatodo	S/55.90	5	S/279.50	S/3,354.00
Total			S/4,164.50	S/49,974.00

Fuente: Elaboración propia.

Se ha calculado elaborar 5 sofás diarios.

Tabla 48.

Mano de Obra

Mano de Obra	Cantidad	Costo Mensual	Costo Total	Costo Anual
Trabajadores	2	S/930.00	S/1,800.00	S/21,600.00
TOTAL		S/930.00	S/1,800.00	S/21,600.00

Fuente: Elaboración propia.

Gastos Administrativos

Tabla 49.

Costos Indirectos

Gastos administrativos	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Alquiler	Mensual/anual	S/1,000.00	S/12,000.00
Administrador	1	S/1,000.00	S/12,000.00
Contador externo	1	S/300.00	3,600.00
Community manager	1	S/930.00	S/11,160.00
Agua	1	S/40.00	S/480.00
Electricidad	1	S/100.00	S/1,200.00
Internet	1	S/80.00	S/960.00
Útiles de limpieza	3	S/30.00	S/360.00
Equipo de seguridad (guantes, tapa boca y guantes)	8	S/40.00	S/480.00

TOTAL **S/3,520.00 S/42,240.00**

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 50.

Gastos de Ventas

Propaganda y Publicidad	Cantidad Total	Costo Total
Banner	1	S/100.00
Tarjetas	1000	S/60.00
Pos	1	S/150.00
TOTAL		S/310.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 51. Inversión total

8.3 INVERSIÓN TOTAL

Inversión total del proyecto

Importe

Maquinaria y Equipo **S/230.00**

Herramientas **S/65.00**

Muebles y Enseres **S/450.00**

Gatos Pre Operativos **S/712.00**

Materia Prima e Insumos **S/4,164.50**

Mano de Obra **S/1,800.00**

Gastos Administrativos	S/3,520.00
Gastos de Ventas	S/310.00
TOTAL	S/11,251.50

Fuente: Elaboración propia.

En el capital de trabajo del plan de negocio comprenden en el periodo de un mes.

8.4. Financiamiento

Tabla 52.

Financiamiento

Inversión total	
Total	S/11,251.50

Fuente: Elaboración propia.

PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES

Tabla 53.

Proyección de ventas en unidades

N°	PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
1	Artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados	150	180	210	240	270	300	330	360	390	420	450	480

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla se puede visualizar que se piensa vender en un año 3 780 unidades de puf en la ciudad de Chiclayo, el aumento será mensual de 30 unidades y así sucesivamente.

Tabla 54.

Plan de inversión

PLAN DE INERVSIÓN				
RUBRO	VALOR UNITARIO (S/ .)	UNIDADES REQUERIDA S	COSTO TOTAL	
1. ACTIVO FIJO			FIJO S/.	VARIABLE S/.
Maquinaria y equipo				
Sierra caladora	110.00	1	110.00	
Taladro Percutor	120.00	1	120.00	
Herramientas				
Brochas	5.00	5	25.00	
Cuchillas	8.00	5	40.00	
Muebles y Enseres				
Mesas de trabajo	150.00	3	450.00	
TOTAL, ACTIVOS FIJOS			745.00	
2. GASTOS PRE OPERATIVOS			FIJO S/.	VARIABLE S/.
Licencia de funcionamiento	252.00	1	252.00	
Trámites para el funcionamiento	360.00	1	360.00	
Tramites de constitución	100.00	1	100.00	
TOTAL, DE GASTOS PRE OPERATIVOS			712.00	
3.CAPITAL DE TRABAJO		FIJO S/.	VARIABLE S/.	
Materia prima e insumos				
Neumáticos	1.00	150		150.00
Plancha de MDF	26.50	30		795.00
Driza por 30 metros	35.00	30		1050.00
Tornillos	0.10	750		75.00
Patatas de acero	2.80	600		1680.00

Pegatodo	55.90	5		279.50
Mano de Obra				
Trabajadores	930.00	2		1860.00
TOTAL, DE CAPITAL DE TRABAJO				5889.50
4. COSTOS INDIRECTOS	FIJO S/.		VARIABLE S/.	
Gastos administrativos				
Alquiler	1000.00	1	1000.00	
Administrador	1000.00	1	1000.00	
Contador externo	300.00	1	300.00	
Comunity manager	930.00	1	930.00	
Agua	40.00	1	40.00	
Electricidad	100.00	1	100.00	
Internet	80.00	1	80.00	
Útiles de limpieza	10.00	3	30.00	
Equipo de seguridad	5.00	8	40.00	
Gastos de Ventas				
Banner	100.00	1	100.00	
Tarjetas	60.00	1	60.00	
Pos	150.00	1	150.00	
TOTAL COSTOS INDERECTOS			3830.00	
TOTAL			5287.00	5889.50

Fuente: Elaboración propia.

CALCULAR COSTO TOTAL UNITARIO (CTU)

$$\text{Costo Fijo Unitario (CFU)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Número total de unidades producidas durante el ciclo del proyecto}}$$

En el negocio tenemos:

$$(CFU) = \frac{5\,287}{3\,780} = 1.398 \text{ nuevos soles}$$

Costo Variable Unitario (CVU)

$$= \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Número de unidades producidas en un periodo de tiempo (días, semanas, meses, etc)}}$$

$$(CVU) = \frac{5\,889.50}{150} = 39.263 \text{ nuevos soles}$$

El Costo Total Unitario CTU es:

$$\text{CTU} = \text{CFU} + \text{CVU}$$

$$\text{CTU} = 1.398 + 39.263$$

$$\text{CTU} = 42.059 \text{ nuevos soles}$$

Determinar el Precio de Venta (PV)

Para ello se toma en cuenta los costos de producción y el precio de venta de la competencia (solo como referencia).

$$\text{PV} = \text{CTU} + \text{G}$$

Donde G: es la ganancia

$$\text{El PV} = 65.00 \text{ (precio de la competencia)}$$

$$\text{Entonces } 65.00 = 42.059 + \text{G} \text{ Entonces}$$

$$G = 27.941 \text{ nuevos soles (equivale al 66.44 \% del CTU)}$$

Esto representa que, si se decide vender al mismo precio que la competencia, la ganancia máxima será de S/ 27.941 nuevos soles por un puf. De lo contrario si se decide diferenciarse en precio, y ofrecer el producto a un menor precio, se debe decidir el precio, en el intervalo de S/ 42.059 - S/ 65.00 y que este no sea menor a 42.059, debido a que se estaría incurriendo en pérdidas para la empresa.

PROYECCIÓN DE VENTAS EN NUEVOS SOLES

Tabla 55.

Proyección de ventas en nuevos soles

N	PRODUCT	P.	MES	TOTAL											
°	O	U	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Artículos														
	para el	65	9750	1170	1365	1560	1755	1950	2145	2340	2535	2730	2925	3120	245765
	hogar a			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	base de														
	neumáticos														
	reciclados														

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 56.

Flujo de caja

CONCEPTO	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	liquidación
INGRESOS (A)														
VENTAS	0.00	9750.00	11700.00	13650.00	15600.00	17550.00	19500.00	21450.00	23400.00	25350.00	27300.00	29250.00	31200.00	
EGRESOS (B)	11176.50	5007.90	5007.90	5007.90	5007.90	5007.90	5007.90	5007.90	5007.90	5007.90	5007.90	5007.90	3830.00	
ACTIVO FIJO	745.00													558.75
Maquinaria y equipo	230.00													172.5
Herramientas	65.00													48.75
Muebles y Enseres	450.00													337.5
GASTOS PRE OPERATIVOS	712.00													
CAMBIO EN CAPITAL DE TRABAJO	5889.50	1177.90	1177.90	1177.90	1177.90	1177.90	1177.90	1177.90	1177.90	1177.90	1177.90	1177.90	0.00	18846.40
Materia prima e insumos	4029.50	805.90	805.90	805.90	805.90	805.90	805.90	805.90	805.90	805.90	805.90	805.90	0.00	
Cambio de Mano de Obra	1860.00	372.00	372.00	372.00	372.00	372.00	372.00	372.00	372.00	372.00	372.00	372.00	0.00	
COSTOS INDIRECTOS	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	3830.00	
Gastos administrativos	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	3520.00	
Gastos de Ventas	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00	
Saldo antes de Impuesto (A-B)	11176.50	4742.10	6692.10	8642.10	10592.10	12542.10	14492.10	16442.10	18392.10	20342.10	22292.10	24242.10	27370.00	
Impuesto a la renta (2.5% mensual)	0	118.55	167.30	216.05	264.80	313.55	362.30	411.05	459.80	508.55	557.30	606.05	684.25	
SALDO ECONÓMICO														
Después de Impuestos	11176.50	4860.65	6859.40	8858.15	10856.90	12855.65	14854.40	16853.15	18851.90	20850.65	22849.40	24848.15	28054.25	19405.15
SALDO ACUMULADO		16037.15	22896.56	31754.71	42611.61	55467.26	70321.67	87174.82	106026.72	126877.37	149726.78	174574.93	202629.18	222034.33

Fuente: Elaboración propia

El capital de trabajo, es importante, debido a que lo conforma la materia prima y mano de obra, para obtener un producto final. Para la producción se necesita de S/. 5 889.50 como capital de trabajo, cuando se venda los primeros 150 puf (sofá) que son los proyectados vender en un mes, por lo tanto, una vez realizada la venta se contara con dinero para comprar materia prima y elaborar otras 150 puf más, pero en el mes 1, se producirá 180 puf (que serán vendidos en el mes 2), por lo que necesariamente se tiene que aumentar el capital de trabajo que permita producir 30 productos más, que irán aumentando mes a mes

El impuesto a la renta, es del 30% anual, por lo tanto, se aplica el 2.5% mensual.

El saldo económico, comprende de restar los egresos de los ingresos en un periodo establecido

El saldo acumulado, se obtiene de la suma del saldo económico de un periodo más el saldo económico del periodo anterior

Al momento de liquidar maquinarias, equipo, herramientas, muebles y enseres, se aplica la depreciación de estos activos hasta 4 años. En el caso de maquinaria y equipo se procedió de la siguiente manera $230/4 = 57.50$ y soles anuales, eso quiere decir que al término de un año la maquinaria y equipo no tendrán un valor de 230, si no de $230 - 57.50 = 172.50$, herramientas de 48.75 y muebles enseres de 337.50.

Punto de equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Total}}{\text{Margen de contribución}} = \text{cantidades}$$

Punto de equilibrio en S/. = Cantidades x precio de venta

Contribución marginal: 65.00 - 42.059 = S/. 22.941

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{5287.00}{22.941} = 230 \text{ unidades}$$

Valor Actual Neto (VAN) 10%

I= 10% de tasa de interés (0.1)

$$VAN = -INV + \frac{FC1}{(1+i)} + \frac{FC2}{(1+i)^2} + \frac{FC3}{(1+i)^3} + \frac{FC3}{(1+i)^4} + \frac{FC4}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -116296 + \frac{28054.25}{(1+0.1)} + \frac{30859.68}{(1+0.1)^2} + \frac{33945.64}{(1+0.1)^3} + \frac{37340.21}{(1+0.1)^4} + \frac{41074.23}{(1+0.1)^5}$$

$$VAN = S/.11,223.32$$

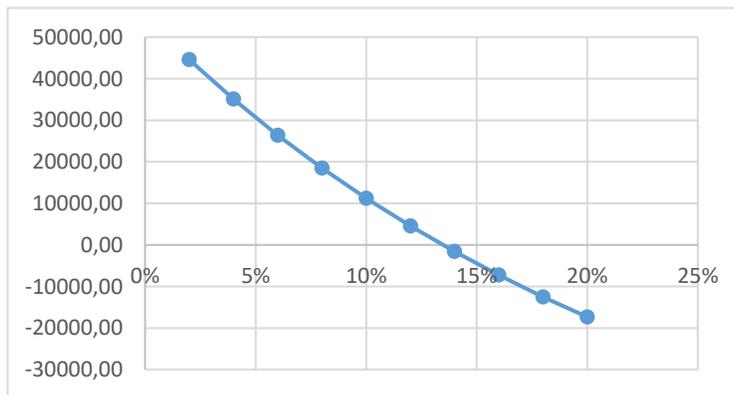
Inversión inicial	-116296.00
AÑO 1	28 054.25
AÑO 2	30 859.68
AÑO 3	33 945.64
AÑO 4	37 340.21
AÑO 5	41 074.23
VAN	S/11,223.32

Se obtuvo en el VAN un total de S/11,223.32, eso quiere decir que, si el resultado obtenido es positivo, es rentable.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Inversión inicial	-11 6296.00	2%	44 556.03
AÑO 1	28 054.25	4%	35 066.88
AÑO 2	30 859.68	6%	26 406.68
AÑO 3	33 945.64	8%	18 485.10
AÑO 4	37 340.21	10%	11 223.32
AÑO 5	41 074.23	12%	45 52.42
TIR	13%	14%	-15 88.08
		16%	-72 51.36
		18%	-12 484.32
		20%	-17 328.42

El proyecto es aceptable y rentable hasta un 13%.



Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

$$PRI = FC_1 + FC_2 + FC_3 + FC_4 + FC_5$$

$$PRI = 28\ 054.25 + 30\ 859.68 + 33\ 945.64 + 37\ 340.21 = 130\ 199$$

$$PRI = 28054.25 + 30859.68 + 33945.64 + 37340.21 + 41074.23 = 167\ 539$$

Al tercer año se recupera la inversión

DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como propósito elaborar un plan de negocio para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados, para ello se elaboró un análisis de mercado, se llevó a cabo un planeamiento estratégico y de marketing, un plan de operaciones y de recursos humanos, un plan económico y financiero, para finalmente diseñar un plan de negocio, logrando que el plan sea viable.

Los neumáticos usados presentan la posibilidad de desarrollar todo un mercado que aún no ha sido debidamente explotado, puesto que constituyen la materia prima para el desarrollo de múltiples productos que son consumidos de forma masiva en algunos países, entre esos usos tenemos el de suelas para zapatos, materia prima para canchas de césped sintético, y repuestos para vehículos en general, en el Perú existen 10 emprendimientos que reutilizan diferentes objetos en desuso para ser transformados en arte, creando así oportunidad de negocio y crecimiento tanto para el país, como para las personas desempleadas, teniendo en cuenta que nuestro país es fuente generadora de grandes cantidades al año de diferentes residuos, por lo expuesto se sabe que ya existen empresas con novedosas ideas que convirtieron al reciclaje en un negocio productivo y con actividades responsables, algunos de ellos son los Bolsos Ecológicos del Perú que transforma las botellas de plástico en fibra y telas (El Diario Gestión (2019).

A continuación, se estarán discutiendo los principales hallazgos de este artículo, teniendo en cuenta los objetivos específicos:

Referente al objetivo específico 1, que es Realizar un estudio de mercado para definir la demanda actual de los artículos para el hogar a base de

neumáticos reciclados en Chiclayo, se ha obtenido datos mediante la encuesta aplicada, la cual no dice que el 67.7% (Tabla N°10) de los encuestados tienen entre 25 a 35 años, y que el 80.5% (Tabla N°9) son de sexo femenino y que del 100%, el 49.2% (Tabla N°11) su estado civil es soltero, asimismo el 47.7% (Tabla N°14) son personas que cuentan con un trabajo independiente, teniendo como ingresos económicos entre 500 a 1000 un 29.7% (Tabla N°15) y entre 1001 a 1500 el 28.9%. Los factores externos, tales como los aspectos sociales, aspectos culturales, aspectos demográficos (población vulnerable), aspectos económicos, aspectos demográficos (nivel de desempleo de la población), aspectos legales y de formalización, son importantes para el estudio del mercado.

Por otro lado se obtuvo que el lugar más visitado donde las personas deciden realizar sus compras de artículos para el hogar son los centros comerciales con un 52.9% (Tabla N°16), asimismo se pudo saber que 2 de las características que influyen en la decisión de compra de las personas son la calidad del producto con un 59.9% y el diseño (Tabla N°16), pasando a la siguiente tabla se recolectó que el 62.2 (Tabla N°21) tienen en cuenta mucho el precio al momento de realizar sus compras. De acuerdo a esta afirmación, se corrobora que la investigación de mercado permitió conocer la aceptación y la demanda potencial de los posibles clientes, asimismo demuestra que las condiciones del entorno para el proyecto son favorables, ya que se encontró un crecimiento y además las preferencias del mercado peruano han cambiado debido a la nueva tendencia, impuesta por millennials y sentinels principalmente, de consumir productos que contribuyan al cuidado del medio ambiente (Sosa, 2018),

Asimismo, las fuerzas competitivas que influyen son los proveedores, el gobierno, consumidores y clientes. De igual modo se sustenta que el análisis del entorno dio como resultado un contexto favorable para el desarrollo de la idea de negocio, el poder de negociación con los proveedores y las oportunidades de comercialización a más comerciantes genera rendimiento

que supera el costo de oportunidad, siendo atractivo para los inversionistas (Díaz ,2017).

Referente al objetivo específico 2, que es elaborar un planeamiento estratégico y de marketing del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019, se ha obtenido datos mediante la entrevista la cual no dice que para formular la misión del negocio se debe tener en cuenta la naturaleza del negocio, el propósito, principios y valores éticos, asimismo para la visión del negocio se deben tomar en cuenta, cuanto aspiro crecer, involucrar y cooperar con la población y los operarios, estrategias que ayuden a potenciar el negocio. Con respecto a los objetivos estratégicos debe generar desarrollo socioeconómico en el sector, buscar crear un negocio sostenible para mejorar la calidad de vida de las personas, reducir el nivel de contaminación y aplicar las 3r del reciclaje. Igualmente, se hace referencia aspectos que se deben considerar en el FODA, los cambios actuales, nuevas tendencias, recursos que se cuenta para emprender, capacidad de reacción de mercados competitivos, capacidad del mercado en cuanto a la economía

Con respecto al plan de marketing nos dice que los elementos que se deben considerar para formular los objetivos de marketing son el entorno comercial, el potencial del mercado y con respecto a las 4 Ps se debe utilizar una estrategia de enfoque, para segmentar un solo mercado, al ingresar al mercado no se debe hacer con precios bajos, además nos dice que se debe utilizar las redes sociales como medio de difusión de los productos o a través de las tiendas online o tiendas físicas esto ayudara a que los productos sean conocidos. Se sustenta que las empresas puestas en marcha obtiene beneficios y aplicar herramientas para para el mejoramiento de la empresa, enfocándose en puntos importantes como la propuesta de valor el segmento de clientes, los canales, las elaciones con los clientes, las fuentes de ingreso, las actividades claves, con el objetivo de generar utilidades y así poder

rentabilizar todos los recursos invertidos en la creación del negocio (Rojas ,2017).

Los resultados de la encuesta también corroboran esta situación, ya que del total de encuestados, se observa que el 78.9% (Tabla N°23) les resulta atractivo el producto a base de neumáticos, además del total de los encuestados se observa que están conscientes que si adquieren este tipo de artículos contribuyen con el planeta 66.4% (Tabla N°24) y por ende si recomendarían el producto con un 77.1% (Tabla N°25) , asimismo que el 83.1% (Tabla N°30) considera que las redes sociales son plataformas que atraen a los usuarios para realizar sus compras.

Referente al objetivo específico 3, que es elaborar un plan de operaciones y de recursos humanos del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019, se ha obtenido datos mediante la entrevista con respecto a las operaciones que debe existir planeación organización y control en los procesos, para ello se debe contar con un manuales claros donde detalle las actividades de cada proceso además se debe llevar el control de la materia prima para evitar contratiempos. Se sustenta que el negocio se debe enfocar en mejorar la competitividad y la sostenibilidad de las cadenas productivas, mediante la mejor tecnología y la innovación (Olivera 2018).

Respecto al plan de recursos humanos se establece que debe existir un manual de funciones, donde se detalle claramente las actividades que se desarrollaran en cada área, además que se debe contar con un equipo de colaboradores capacitados, identificados con la empresa y que la distribución del personal sea adecue con el perfil del colaborador. Se sustenta que los empresarios deben saber que es muy importante precisar las funciones y las responsabilidades de cada puesto porque esto permite: coordinar las actividades, vigilar el trabajo y a los colaboradores, establecer medidas de control del trabajo, asignar responsabilidades de las

actividades, medir los resultados y evaluar el desempeño de los colaboradores. (Weinberger 2009, p.78).

Referente al objetivo específico 4, que es determinar la viabilidad económica y financiera de la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo, se ha obtenido datos mediante la entrevista que nos dice que se deben realizar cálculos necesarios que permitan medir la rentabilidad y analizar la viabilidad económica del negocio, como el flujo de caja, punto de equilibrio, Van y Tir para estipular si el plan de negocio se debería llevar a cabo. Sustenta que el plan de negocio es viable principalmente por los bajos costos operacionales, baja inversión y aplicación de recursos propios, además el proyecto de gestión de reciclaje de mangueras cumple con las exigencias internacionales relacionadas con el tema ambiental, así como indica que la tercerización de los servicios brinda flexibilidad y favorece al modelo de negocio (Catacora, Ochoa y Arteaga,2021)

Por otro lado nos manifiesta que siendo un producto de calidad, que evita la contaminación del medio ambiente, se tuvo como conclusión que el diseño de un plan de negocio es económicamente rentable, operativamente viable y socialmente responsable (Quevedo ,2018). El análisis económico y financiero permite establecer el monto inicial necesario para poner en marcha el negocio y presupuestar los costos destinados a la ejecución de cada uno de los planes. A la vez con esta información es posible hacer estimaciones sobre la rentabilidad del negocio y seleccionar las fuentes de financiamiento que mejor se ajusten a la capacidad económica de la empresa (Arbaiza, 2015, p.191).

Referente al objetivo específico 5, que es diseñar la propuesta de plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de

neumáticos reciclados Chiclayo 2019, de acuerdo a los datos obtenidos, se observa que el 82.6 % (Tabla N°5) de los encuestados consideran que la idea de este negocio es bastante interesante, asimismo se observa que el 95.6% (Tabla N°8) de los encuestados estiman, que la idea contribuye al cuidado ambiental, asimismo el 94.3% (Tabla N°5) opinan de manera positiva que se utilice material que se encuentra en desuso este tipo de negocio es una buena oportunidad de trabajo, así como también se obtuvo como resultados con un 79.7% (Tabla N°6) que elaborar este tipo de productos, se presenta como una buena opción de emprender y sobre todo bajo la cultura ambiental y responsable. Se sustenta que es importante realizar las encuestas y los focus group, para mantener un flujo de información y comunicación con los clientes, y así conocer los gustos y preferencias, asimismo, se determinó que los atributos más valorados entre los clientes son la rapidez en el servicio y la calidad (Llamo y Olivos ,2017).

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación ha plasmado 5 objetivos fundamentales:

a) Realizar un estudio de mercado para definir la demanda actual de los artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo; b) Elaborar un planeamiento estratégico y de marketing del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo.; c) Elaborar un plan de operaciones y de recursos humanos del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo.; d) Determinar la viabilidad económica y financiera de la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo; y e) Diseñar la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo.

De acuerdo a los resultados obtenidos producto del análisis estadístico descriptivo del Plan de negocios, se ha llegado a las conclusiones que se indican a continuación.

1. En base a la información obtenida en la entrevista, se determina que para llevar a cabo un plan de negocio es importante realizar un análisis de los cambios de factores externos, teniendo en cuentas aspectos económicos, sociales, legales, demográficos asimismo analizar la fuerza competitiva, permite investigar las oportunidades y amenazas de la industria.
2. En cuanto a la información obtenida se determina que es importante elegir correctamente las estrategias a utilizar y basarse en objetivos con miras a mejorar la calidad de vida de las personas y buscar crear un negocio rentable y sostenible, para ello se debe elaborar el propósito del negocio en marcha y el direccionamiento de la organización

3. Con respecto a los datos obtenidos mediante la entrevista con respecto a las operaciones que debe existir planeación organización y control en los procesos, para ello se debe contar con un manual claro donde detalle las actividades de cada proceso además se debe llevar el control de la materia prima para evitar contratiempos.

4. Luego de haber analizado y elaborado los análisis financieros a través de diversos indicadores, se puede concluir que el proyecto es viable y rentable

5. Con respecto al diseño del plan de negocio, esta propuesta despierta el interés de un gran porcentaje de los encuestados, existen clientes que estarían dispuestos a adquirirlos, no solo por lo innovador, sino porque el enfoque ambiental despierta en ellos curiosidad en los diseños, concluyendo que el diseño de un plan de negocio es económicamente rentable, operativamente viable y socialmente responsable

4.2. Recomendaciones

Luego de haber realizado el análisis correspondiente y de acuerdo a lo concluido, se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda que se debe implementar factores de estudio, para la evaluación del mercado existente, debido a que nos encontramos expuestos a diversos cambios tanto externos como internos y que cada vez surgen nuevas oportunidades y amenazas.
2. Existen estrategias que son aplicadas de acuerdo al enfoque del negocio, es por ello que se recomienda realizar un adecuado planeamiento, teniendo en cuenta como principal fuente, a lo objetivos que se desea alcanzar, de igual forma es importante que las estrategias de marketing aporten aceptación ante los clientes.
3. Con respecto a las operaciones y al recurso humano, es indispensable el control y supervisión de las actividades que se realicen en los procesos productivos, teniendo en cuenta que primero se debió seleccionar y evaluar correctamente al grupo humano que estará frente a las diversas tareas.
4. Es importante saber el potencial que tiene el proyecto, ya que depende a los resultados económicos y financieros se edificara este negocio es preciso analizar aspectos técnicos, económicos y comerciales con la finalidad de valorar el retorno de la inversión y conocer si obtendrán resultados favorables,
5. Finalmente se propone que para ejecutar un plan de negocio este debe ser evaluado y estudiado de manera correcta, que el producto debe ser atractivo e innovador, asimismo se debe implementar conforme pasen los años nuevos productos, sin dejar de lado el enfoque ambiental, teniendo en cuenta las exigencias y necesidades de los clientes y así este negocio pueda ser rentable,

REFERENCIAS

Arango, C (2019) Joven transforma neumáticos viejos en camas para los animales callejeros *Correo*. Recuperado, desde: <https://diariocorreo.pe/miscelanea/instagram-joven-transforma-neumaticos-viejos-en-camas-para-los-animales-callejeros-video-mascotas-863203/>

Arbaiza, L. (2015). Como elaborar un plan de negocio. Lima, Perú. Person.

Argemi, A (2020) La vie est belt' fabrica cinturones y accesorios a partir de neumáticos y mangueras. *El País*. Recuperado, desde: https://elpais.com/elpais/2020/03/16/alterconsumismo/1584351372_767867.html

Agenda País (2018) Empresas deberán reciclar el 90% de los neumáticos que se consumen en el país. *El Mostrador*. Recuperado, desde: <https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2018/10/05/empresas-deberan-reciclar-el-90-de-los-neumaticos-que-se-consumen-en-el-pais/>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3ra edición). Colombia: Pearson. Recuperado desde: https://issuu.com/mariadominguez64/docs/metodologia_de_la_investigacion_3ed.

Catacora, J. Ochoa, J. y Urteaga, R (2021) Plan de negocios para la puesta en marcha de una empresa de reciclaje y gestión de residuos sólidos de Pet, provenientes de la agroindustria exportadora en el marco de un modelo de economía circular. caso: Futuro Mundo Verde S.A.C, Lima, Perú. (Maestro en Administración y Dirección de Negocios). Universidad de Lima. Recuperado, desde: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/14391/Catacora_Ochoa_Urteaga.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Díaz, F. (2017). Plan de negocio para la implementación de una distribuidora mayorista dedicada a la compra y venta de artículos plásticos en el distrito

de José Leonardo Ortiz - Chiclayo. (Tesis de Licenciatura).
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
Recuperado, desde:
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1420/1/TL_DiazGilFiorela.pdf

Diario Correo (2018) ¿Cómo afecta la quema de llantas a la salud del ser humano?
(2018) *Correo*. Recuperado, desde:<https://diariocorreo.pe/salud/como-afecta-la-quema-de-llantas-la-salud-del-ser-humano-813073/>.

Defensoría del Pueblo (2022) Defensoría del Pueblo demanda clausura inmediata del botadero Pampas de Reque de Chiclayo Recuperado, desde:
<https://www.defensoria.gob.pe/defensoria-del-pueblo-demanda-clausura-inmediata-del-botadero-pampas-de-reque-de-chiclayo/#:~:text=Cabe%20informar%20que%2C%20en%20mayo,usar%20el%20botadero%20en%20menci%C3%B3n..>

Espinoza, K (2020). Plan de negocios para la introducción de una empresa productora de suelas de calzado a partir de neumáticos fuera de uso en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. (Maestría en Administración de Empresas). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado, desde:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14948/1/T-UCSG-POS-MAE-287.pdf>

Gamonal, U y Tafur, R (2021) Plan de negocios para implementar un Minimarket en la Ciudad de Lambayeque – 2019, Lambayeque, Perú. (Licenciado en Administración). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Recuperado, desde:
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10210/Chauny_Schirmer_Consuelo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Grande, I., & Abascal, E. (2005). Análisis de encuestas. Madrid, España: ESIC Editorial.

Hernández, R. Fernández, C y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª edición). México. McGraw-Hill/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.

Lara, J. (2016), Una empresa recicla 800 toneladas de neumáticos al mes como combustible. Sur. Recuperado, desde: <https://www.diariosur.es/interior/201605/08/empresa-recicla-toneladas-neumaticos-20160508011622-v.html>.

MTPE (2016). Aprueba plan para capacitación de recicladores, ¿cuántos hay en el Perú. *Gestión*. Recuperado, desde: <https://gestion.pe/economia/mtpe-aprueba-plan-capacitacion-recicladores-hay-peru-121382>.

Ministerio del Ambiente (2008) .Delitos Ambientales Código Penal Título XIII. Recuperado, desde: <http://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2013/10/07delitosambientales.pdf>

Ministerio del Ambiente (2018) En el Perú solo se recicla el 1.9% del total de residuos sólidos reaprovechables. *El Perú Primero* Recuperado, desde: <http://www.minam.gob.pe/notas-de-prensa/en-el-peru-solo-se-recicla-el-1-9-del-total-de-residuos-solidos-reaprovechables/>

Mesa, M. y Patarroyo, S. (2016) .Plan de Negocio dirigido a la recuperación de neumáticos usados y comercialización de grano de caucho reciclado (GCR) en la ciudad de Bogotá. (Tesis de Licenciatura). Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá. Recuperado, desde: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14107/PatarroyoDiazSamuel2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Ministerio del Ambiente (2018) Ministra del Ambiente informa en Trujillo y Chiclayo los avances para reducir el uso del plástico y mejorar la gestión de residuos sólidos. Recuperado, desde: <https://www.minam.gob.pe/notas-de-prensa/ministra-del-ambiente-informa-en-trujillo-y-chiclayo-los-avances-para-reducir-el-uso-del-plastico-y-mejorar-la-gestion-de-residuos-solidos/>

- Ministerio de Salud (2018) ¿Por qué la quema de llantas daña tanto a la salud? Agencia Andina Recuperado, desde: <https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/por-que-la-quema-de-llantas-dana-tanto-la-salud>
- Naciones Unidas (2022) El aire que nos mantiene vivos nos está enfermando, alertan expertos. Noticias ONU Recuperado, desde: <https://news.un.org/es/story/2022/09/1514011>
- Noticias, A. P. (23 de Noviembre de 2014). Obtenido de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-chiclayo-presenta-un-alto-indice-contaminacion-atmosferica-532678.aspx>
- Olivera, D. (2018). Plan de negocio de restaurante gastronómico para la atención de la demanda en Batán Grande 2017. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejos. Chiclayo. Recuperado, desde: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29167/Olivera_DH.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Pinto, A. y Rojas, E. (2017). Plan de negocio elaboración de elementos de decoración de espacios a partir del material reciclable de las llantas usadas. (Tesis de Licenciatura). Universidad Piloto de Colombia. Colombia. Recuperado, desde: <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00003993.pdf>.
- Porter, M. (2015). Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. (2a edición). México. Grupo Editorial Patria. Consultado en: <https://books.google.com.pe/books?isbn=6077442887>.
- Tik Root (2019) Los neumáticos son una gran fuente de contaminación por plástico. Revista National Geographic. Recuperado, desde: <https://www.nationalgeographic.es/medioambiente/2019/09/neumaticos-gran-fuente-contaminacion-plastico>

Llamo, M y Olivos, M. (2017). Propuesta de modelo de negocio basado en Lean Canvas para la empresa don mixto restaurant Chiclayo - 2017. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Recuperado, desde: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1560/1/TL_LlamolrigoinMarilu_OlivosMioMariaFe.pdf.

Quevedo, J (2018). *Plan de negocios para la importación y comercialización de motos eléctricas en Lima - Perú 2018*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejos. Lima. Recuperado, desde: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/30607/Quevedo_CJE.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Quintana, R. (2018). Más de 2 millones de neumáticos se desechan cada año. *La Verdad*. Recuperado, desde: <https://laverdadnoticias.com/ecologia/Mas-de-2-millones-de-neumaticos-se-desechan-cada-ano.-20180605-0041.html>.

Rojas, B. (2017). *Modelo de negocios Canvas para la empresa multisectorial de Ayash S.A. en la ciudad de Huaraz – 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejos. Huaraz. Recuperado, desde: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13267/rojas_tb.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Lamb, C., Hair, J. & McDaniel, C. (2017). *Marketing Edición Latinoamericana*. Ciudad de México, México: Cengage

Rubio, P. (2014). *Manual de analisis financiero*. Consultado en: <https://books.google.com.pe/books?id=7afDDNYa1z4C&pg=PA2&dq=la+aplicaci%C3%B3n+de+un+conjunto+de+tc%C3%A9nicas+e+instrumentos+anal%C3%ADticos+a+los+estados+financieros>.

Sosa, C. (2018). *Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de agua de mesa socialmente responsable en la región Lambayeque - 2018*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Recuperado, desde:

[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1474/1/TL_SosaVillamonte Carmen.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1474/1/TL_SosaVillamonteCarmen.pdf).

Sainz, J. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. (5a edición). Madrid: Esic Editorial. Consultado en: <https://books.google.com.pe/books?isbn=841712912X>.

Torres, Z. (2014). *Administración estratégica*. (1a edición). México. Grupo Editorial Patria. Consultado en: <https://books.google.com.pe/books?isbn=6074388687>

Usat (2018). USAT, MPCH y Chiclayo Limpio capacitan a recicladores del botadero de Reque. Recuperado, desde: <http://www.usat.edu.pe/noticias/usat-mpch-y-chiclayo-limpio-capacitan-a-recicladores-del-botadero-de-reque/>.

Veloz, C. (2011). *Estadística para la administración y los negocios*. México. Pearson Educación.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos del Marketing*. México, México: Pearson Educación.

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de consistencia

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores
¿De qué manera el desarrollo de un plan de negocio será viable para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados. Chiclayo 2019?		Sera viable un plan de negocio para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados	Variable independiente: Plan de negocio	Descripción del Negocio	Oportunidad del negocio Descripción del modelo de negocio
				Análisis del Mercado	Análisis del entorno Análisis de la industria
				Planeamiento Estratégico	Estrategia Misión Visión Objetivos estratégicos
					Grupos de Interés Análisis FODA Estrategias genéricas

Plan de Marketing	Estrategia del producto Estrategia del precio Estrategia de plaza Estrategia de promoción Estrategia de ventas
Plan de Operaciones	Estrategia de operaciones Gestión de operaciones
Plan de Recursos Humanos	Diseño organizacional La gestión de recursos humanos
Análisis económico y financiero	Proyecciones Análisis económicos y financieros Fuentes de financiamiento

Anexo N° 2: Formato de cuestionario

N°

Cuestionario de Plan de Negocio

Aplicado a posibles clientes

Objetivo: Recolectar información para proponer un plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019.

Instrucciones: Marque por favor con una X la respuesta que considere correcta de acuerdo a la pregunta.

Descripción del plan de negocio: Se utilizará como principal material a los neumáticos (llantas), en desuso, para luego ser transformados en puf (asientos) y mesas de centro para el hogar, utilizando acciones de reciclar y reutilizar, con ello estaremos aportando de manera positiva al cuidado del medio ambiente.

A continuación, le presentaremos las siguientes preguntas, las cuales tiene como finalidad la recolección de información.

Descripción del Negocio

1. ¿Considera Ud. interesante la idea de este negocio?

a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

2. ¿Cree Ud. que este tipo de negocio es una buena opción para emprender de manera responsable?

a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

3. ¿Considera Ud. una buena opción que se utilice material reciclado?

a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

4. ¿Cree Ud. que esta idea de negocio contribuye al cuidado ambiental?

a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

Análisis del mercado

5. Sexo

- a) Masculino b) Femenino

6. Edad

- a) 25 – 35 años b) 36 – 45 años c) 45 a más

7. Estado civil

- a) Soltero (a) b) Casado (a) c) Conviviente

8. Tipo de vivienda

- a) Casa/departamento/propio b) Casa/departamento/alquilado

9. Nivel de estudios

- a) Primaria b) Secundaria c) Universitario e) Posgrado

10. Ocupación

- a) Ama de casa b) Dependiente c) Independiente

11. Ingreso económico al mes

- a) 500 a 1000 b) 1001 a 1500 c) 1501 a 2000 d) 2001 a más

12. ¿Qué lugares visita para realizar sus compras de artículos para su hogar, como muebles, sillas, mesas, etc.?

- a) Centros comerciales b) Mueblerías c) Carpinterías

13. ¿Qué características influye en su decisión de compra?

- a) Diseño b) Color c) Calidad d) Tamaño

14. ¿Quién realiza las compras de artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.?

- a) Usted b) Su mamá c) Su papá

15. ¿Qué tipos de muebles son de su preferencia?

- a) Muebles tradicionales b) Muebles modernos c) Muebles rústicos

16. ¿Cada cuánto tiempo renueva los artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.?

- a) Menos de 1 vez al año b) De 1 a 2 veces al año c) De 2 años a más

17. ¿Qué factores tiene en cuenta al momento de realizar su compra?

- a) Precio b) Entrega a domicilio c) Atención personalizada
d) Facilidad de compra

18. ¿Actualmente Ud. ha adquirido algún producto a base de reciclaje y que contribuya con el medio ambiente?

- a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

Plan de Marketing

19. ¿Le resulta atractivo el producto, en cuanto a diseño y material?

- a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

20. ¿Compraría Ud. uno de los artículos a base de neumáticos para su vivienda o negocio y contribuir con el medio ambiente?

- a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

21. ¿Usted recomendaría el producto a un amigo o familiar?

- a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uno de nuestros productos para su hogar?

- a) De 50 a 60 b) De 61 a 70

23. ¿En qué lugares cree Ud. que se deberían vender este tipo de artículos para el hogar?

a) Tiendas Comerciales b) Mueblerías c) Por internet

24. ¿Le gustaría que funcione una página donde pueda elegir y solicitar sus productos?

a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

25. ¿Le gustaría que los productos lleguen a su domicilio?

a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

26. ¿Cree usted que las redes sociales son plataformas atractivas para ofrecer los productos?

a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

27. ¿Participa de sorteos en páginas de Facebook?

a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

28. ¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir?

a) Descuento b) Obsequio c) Acumulación de puntos

29. ¿Cree Ud. importante medir el nivel de satisfacción después de realizada la compra?

a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina

30. ¿Qué medio de pago utiliza Ud. con frecuencia al momento de realizar una compra?

a) Efectivo b) Tarjeta c) Aplicativo

Anexo N° 4: Formato de entrevista

Guía de entrevista de Plan de Negocio

Aplicado a : Mg. Karla Ivonne Rojas Jiménez

Objetivo; Recolectar información sobre diferentes dimensiones del Plan de Negocio

Análisis del entorno

- 1. ¿Qué aspectos o factores externos se deben tomar en cuenta para la creación de este tipo de negocio?

.....
.....
.....

Análisis del sector

- 2. ¿Qué fuerzas competitivas cree que influyan en el desarrollo de este tipo de negocio?

.....
.....
.....

Plan estratégico

- 3. ¿Qué tipo de estrategias cree conveniente aplicar para este tipo de negocio?

.....
.....
.....

- 4. ¿Qué elementos se debe llevar a cabo para formular la misión y visión?

.....
.....
.....

5. ¿Qué objetivos estratégicos cree que serían los adecuados, para este tipo de negocio?

.....
.....
.....

6. ¿Quiénes considera que sean los grupos de interés que se deben tener en cuenta para la comercialización de este tipo de artículos?

.....
.....
.....
.....

7. ¿Qué aspectos se deben considerar en el FODA?

.....
.....
.....

8. ¿Qué estrategias me recomendaría implementar para poder competir con negocios de este tipo?

.....
.....
.....

.

Plan de marketing

9. ¿Qué elementos se deben considerar para formular los objetivos de marketing de la empresa?

.....
.....
.....

...

10. ¿Qué estrategias se deberían tener en cuenta con respecto al producto, precio, plaza y promoción?

.....
.....
.....

Plan de operaciones

11. ¿Qué estrategias serían las más adecuadas para las operaciones de la empresa?

.....
.....
.....

12. ¿Qué ventaja competitiva debería tener la empresa con respecto a las operaciones?

.....
.....
.....

Plan de organización y de recursos humanos

13. ¿Qué elementos se debería tener en cuenta en un plan de organización?

.....
.....
.....

14. ¿Cómo genera valor la empresa a través de su equipo de trabajo?

.....
.....

.....
.....

Análisis económico y financiero

15. ¿Qué análisis se deberían elaborar en un plan de negocio, para demostrar que este es viable?

.....
.....
.....
.....

Anexo N° 5: Validación de cuestionario

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		<i>Mq. Karla Yovane Zepi Jimenez</i>
PROFESIÓN		<i>Administradora</i>
ESPECIALIDAD		<i>Administración y Marketing</i>
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)		<i>16 años</i>
CARGO		<i>DTC</i>
PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS CHICLAYO 2019.		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Catia Carolina Guivar Romero	
ESPECIALIDAD	Escuela de Administración	
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<p>Objetivo General Proponer un plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019.</p> <p>Objetivo Especifico -Realizar un estudio de mercado para definir la demanda actual de los artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo. -Elaborar un planeamiento estratégico y de marketing del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo. -Elaborar un plan de operaciones y de recursos humanos del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo. -Determinar la viabilidad económica y financiera de la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo -Diseñar la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo</p>	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UNA ASPA EN "TA" SI ESTA DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTA TOTALMENTE DE ACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFICAR SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 30 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez del contenido y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
<p>Cómo principal material se utilizará los neumáticos en deshuso, para luego ser transformados en puff y mesas de centro para el hogar, así mediante el reciclar y reutilizar estaremos aportando de manera positiva al cuidado del medio ambiente.</p> <p>A continuación, le presentamos las siguientes preguntas las cuales tienen como finalidad recolectar información para realizar el plan de negocios.</p>		
Descripción del Negocio		

<p>1. ¿Considera Ud. interesante la idea de este negocio? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS..... </p>
<p>2. ¿Cree Ud. que este tipo de negocio es una buena opción para emprender de manera responsable? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS..... </p>
<p>3. ¿Considera Ud. una buena opción que se utilice material reciclado? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS..... </p>
<p>4. ¿Cree Ud. que esta idea de negocio contribuye al cuidado ambiental? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS..... </p>
<p>Análisis del mercado</p>	
<p>5. Sexo a) Masculino b) Femenino</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS..... </p>
<p>6. Edad a) 25 – 35 años b) 36 – 45 años c) 45 a más</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS..... </p>
<p>7. Estado civil a) Soltero (a) b) Casado (a) c) Conviviente</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS..... </p>
<p>8. Tipo de vivienda a) Casa/departamento/ propio</p>	<p>TA (✓) TD ()</p>

b) Casa/departamento/ alquilado	SUGERENCIAS.....
9. Nivel de estudios a) Primaria b) Secundaria c) Universitario e) Posgrado	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
10. Ocupación a) Ama de casa b) Dependiente c) Independiente	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
11. Ingreso económico al mes a) 500 a 1000 b) 1001 a 1500 c) 1501 a 2000 d) 2001 a más	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
12. ¿Qué lugares visita para realizar sus compras de artículos para su hogar, como muebles, sillas, mesas, etc.? a) Centros comerciales b) Mueblerías c) Carpinterías	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
13. ¿Qué característica influye en su decisión de compra al momento de adquirir su producto? a) Diseño b) Color c) Calidad d) Tamaño	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
14. ¿Quién realiza las compras de artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.? a) Usted b) Su mamá c) Su papá	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
15. ¿Qué tipos de muebles son de su preferencia?	TA (✓) TD ()

a) Muebles tradicionales b) Muebles modernos c) Muebles rústicos	SUGERENCIAS.....
16. ¿Cada cuánto tiempo renueva los artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.? a) Menos de 1 vez al año b) De 1 a 2 veces al año c) De 2 años a más	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
17. ¿Qué factores tiene en cuenta al momento de realizar su compra? a) Precio b) Entrega a domicilio c) Atención personalizada d) Facilidad de compra	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
18. ¿Actualmente Ud. ^{han} adquirido algún producto a base de reciclaje y que contribuyó con el medio ambiente? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
Plan de Marketing	
19. ¿Le resulta atractivo el producto, en cuanto a diseño y material? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
20. ¿Compraría Ud. uno de los artículos a base de neumáticos para su vivienda o negocio y contribuir con el medio ambiente? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....

<p>21. ¿Usted recomendaría el producto a un amigo o familiar?</p> <p>a) Bastante</p> <p>b) Regular</p> <p>c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uno de nuestros productos para su hogar?</p> <p>a) De 50 a 60</p> <p>b) De 61 a 70</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>23. ¿En qué lugares cree Ud. que se deberían vender este tipo de artículos para el hogar?</p> <p>a) Tiendas Comerciales</p> <p>b) Mueblerías</p> <p>c) Por internet</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>24. ¿Le gustaría que exista una página donde pueda elegir y solicitar sus productos?</p> <p>a) Bastante</p> <p>b) Regular</p> <p>c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>25. ¿Le gustaría que los productos lleguen a su domicilio?</p> <p>a) Bastante</p> <p>b) Regular</p> <p>c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>26. ¿Cree usted que las redes sociales son plataformas atractivas para ofrecer los productos?</p> <p>a) Bastante</p> <p>b) Regular</p> <p>c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>27. ¿Participa de sorteos en páginas de Facebook?</p> <p>a) Bastante</p> <p>b) Regular</p> <p>c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

<p>28. ¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir? a) Descuento b) Obsequio c) Acumulación de puntos</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>29. ¿Cree Ud. importante medir el nivel de satisfacción después de realizada la compra? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>30. ¿Qué medio de pago utiliza Ud. con frecuencia al momento de realizar una compra? a) Efectivo b) Tarjeta c) Aplicativo</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

1. PROMEDIO OBTENIDO	N° TA	N° TD
2. COMENTARIOS GENERALES		
3. OBSERVACIONES		



JUEZ - EXPERTO
16630892.
0000 0002 3504 9731.

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		<i>Mq. Karla Yovane Rojas Jimenez</i>
PROFESIÓN		<i>Administración</i>
ESPECIALIDAD		<i>Administración y Marketing</i>
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)		<i>16 años</i>
CARGO		<i>DTC</i>
PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS CHICLAYO 2019.		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Catia Carolina Guivar Romero	
ESPECIALIDAD	Escuela de Administración	
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<p>Objetivo General Proponer un plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019.</p> <p>Objetivo Especifico -Realizar un estudio de mercado para definir la demanda actual de los artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo. -Elaborar un planeamiento estratégico y de marketing del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo. -Elaborar un plan de operaciones y de recursos humanos del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo. -Determinar la viabilidad económica y financiera de la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo -Diseñar la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo</p>	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UNA ASPA EN "TA" SI ESTA DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTA TOTALMENTE DE ACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFICAR SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 30 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez del contenido y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
<p>Cómo principal material se utilizará los neumáticos en deshuso, para luego ser transformados en puff y mesas de centro para el hogar, así mediante el reciclar y reutilizar estaremos aportando de manera positiva al cuidado del medio ambiente.</p> <p>A continuación, le presentamos las siguientes preguntas las cuales tienen como finalidad recolectar información para realizar el plan de negocios.</p>		
Descripción del Negocio		

<p>1. ¿Considera Ud. interesante la idea de este negocio? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>2. ¿Cree Ud. que este tipo de negocio es una buena opción para emprender de manera responsable? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>3. ¿Considera Ud. una buena opción que se utilice material reciclado? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>4. ¿Cree Ud. que esta idea de negocio contribuye al cuidado ambiental? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Análisis del mercado</p>	
<p>5. Sexo a) Masculino b) Femenino</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>6. Edad a) 25 – 35 años b) 36 – 45 años c) 45 a más</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>7. Estado civil a) Soltero (a) b) Casado (a) c) Conviviente</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>8. Tipo de vivienda a) Casa/departamento/ propio</p>	<p>TA (✓) TD ()</p>

b) Casa/departamento/ alquilado	SUGERENCIAS.....
9. Nivel de estudios a) Primaria b) Secundaria c) Universitario e) Posgrado	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
10. Ocupación a) Ama de casa b) Dependiente c) Independiente	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
11. Ingreso económico al mes a) 500 a 1000 b) 1001 a 1500 c) 1501 a 2000 d) 2001 a más	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
12. ¿Qué lugares visita para realizar sus compras de artículos para su hogar, como muebles, sillas, mesas, etc.? a) Centros comerciales b) Mueblerías c) Carpinterías	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
13. ¿Qué característica influye en su decisión de compra al momento de adquirir su producto? a) Diseño b) Color c) Calidad d) Tamaño	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
14. ¿Quién realiza las compras de artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.? a) Usted b) Su mamá c) Su papá	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
15. ¿Qué tipos de muebles son de su preferencia?	TA (✓) TD ()

a) Muebles tradicionales b) Muebles modernos c) Muebles rústicos	SUGERENCIAS.....
16. ¿Cada cuánto tiempo renueva los artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.? a) Menos de 1 vez al año b) De 1 a 2 veces al año c) De 2 años a más	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
17. ¿Qué factores tiene en cuenta al momento de realizar su compra? a) Precio b) Entrega a domicilio c) Atención personalizada d) Facilidad de compra	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
18. ¿Actualmente Ud. ah adquirido algún producto a base de reciclaje y que contribuyó con el medio ambiente? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
Plan de Marketing	
19. ¿Le resulta atractivo el producto, en cuanto a diseño y material? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
20. ¿Compraría Ud. uno de los artículos a base de neumáticos para su vivienda o negocio y contribuir con el medio ambiente? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....

<p>21. ¿Usted recomendaría el producto a un amigo o familiar?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uno de nuestros productos para su hogar?</p> <p>a) De 50 a 60 b) De 61 a 70</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>23. ¿En qué lugares cree Ud. que se deberían vender este tipo de artículos para el hogar?</p> <p>a) Tiendas Comerciales b) Mueblerías c) Por internet</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>24. ¿Le gustaría que exista una página donde pueda elegir y solicitar sus productos?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>25. ¿Le gustaría que los productos lleguen a su domicilio?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>26. ¿Cree usted que las redes sociales son plataformas atractivas para ofrecer los productos?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>27. ¿Participa de sorteos en páginas de Facebook?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

28. ¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir? a) Descuento b) Obsequio c) Acumulación de puntos	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
29. ¿Cree Ud. importante medir el nivel de satisfacción después de realizada la compra? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....
30. ¿Qué medio de pago utiliza Ud. con frecuencia al momento de realizar una compra? a) Efectivo b) Tarjeta c) Aplicativo	TA (✓) TD () SUGERENCIAS.....

1. PROMEDIO OBTENIDO	Nº TA	Nº TD
2. COMENTARIOS GENERALES		
3. OBSERVACIONES		



JUEZ - EXPERTO
 DNI 17435095
 col. 008889.

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Juan Amdear Villanueva Calderón
PROFESIÓN		Ac. Administración
ESPECIALIDAD		Administración de Negocios
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)		03 años
CARGO		Jefe de Unidad de Investigación
PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS CHICLAYO 2019.		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Catia Carolina Guivar Romero	
ESPECIALIDAD	Escuela de Administración	
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<p>Objetivo General Proponer un plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019.</p> <p>Objetivo Especifico -Realizar un estudio de mercado para definir la demanda actual de los artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo. -Elaborar un planeamiento estratégico y de marketing del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo. -Elaborar un plan de operaciones y de recursos humanos del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo. -Determinar la viabilidad económica y financiera de la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo -Diseñar la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados en Chiclayo</p>	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UNA ASPA EN "TA" SI ESTA DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTA TOTALMENTE DE ACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFICAR SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 30 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez del contenido y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
<p>Cómo principal material se utilizará los neumáticos en deshuso, para luego ser transformados en puff y mesas de centro para el hogar, así mediante el reciclar y reutilizar estaremos aportando de manera positiva al cuidado del medio ambiente.</p> <p>A continuación, le presentamos las siguientes preguntas las cuales tienen como finalidad recolectar información para realizar el plan de negocios.</p>		
Descripción del Negocio		

a) Muebles tradicionales b) Muebles modernos c) Muebles rústicos	SUGERENCIAS.....
16. ¿Cada cuánto tiempo renueva los artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.? a) Menos de 1 vez al año b) De 1 a 2 veces al año c) De 2 años a más	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
17. ¿Qué factores tiene en cuenta al momento de realizar su compra? a) Precio b) Entrega a domicilio c) Atención personalizada d) Facilidad de compra	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
18. ¿Actualmente Ud. ah adquirido algún producto a base de reciclaje y que contribuyó con el medio ambiente? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
Plan de Marketing	
19. ¿Le resulta atractivo el producto, en cuanto a diseño y material? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
20. ¿Compraría Ud. uno de los artículos a base de neumáticos para su vivienda o negocio y contribuir con el medio ambiente? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....

1. ¿Considera Ud. interesante la idea de este negocio? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
2. ¿Cree Ud. que este tipo de negocio es una buena opción para emprender de manera responsable? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
3. ¿Considera Ud. una buena opción que se utilice material reciclado? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
4. ¿Cree Ud. que esta idea de negocio contribuye al cuidado ambiental? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
Análisis del mercado	
5. Sexo a) Masculino b) Femenino	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
6. Edad a) 25 – 35 años b) 36 – 45 años c) 45 a más	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
7. Estado civil a) Soltero (a) b) Casado (a) c) Conviviente	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
8. Tipo de vivienda a) Casa/departamento/ propio	TA (X) TD ()

b) Casa/departamento/ alquilado	SUGERENCIAS.....
9. Nivel de estudios a) Primaria b) Secundaria c) Universitario e) Posgrado	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
10. Ocupación a) Ama de casa b) Dependiente c) Independiente	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
11. Ingreso económico al mes a) 500 a 1000 b) 1001 a 1500 c) 1501 a 2000 d) 2001 a más	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
12. ¿Qué lugares visita para realizar sus compras de artículos para su hogar, como muebles, sillas, mesas, etc.? a) Centros comerciales b) Mueblerías c) Carpinterías	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
13. ¿Qué característica influye en su decisión de compra al momento de adquirir su producto? a) Diseño b) Color c) Calidad d) Tamaño	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
14. ¿Quién realiza las compras de artículos para su hogar como muebles, sillas, mesas, etc.? a) Usted b) Su mamá c) Su papá	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
15. ¿Qué tipos de muebles son de su preferencia?	TA (X) TD ()

<p>21. ¿Usted recomendaría el producto a un amigo o familiar?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uno de nuestros productos para su hogar?</p> <p>a) De 50 a 60 b) De 61 a 70</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>23. ¿En qué lugares cree Ud. que se deberían vender este tipo de artículos para el hogar?</p> <p>a) Tiendas Comerciales b) Mueblerías c) Por internet</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>24. ¿Le gustaría que exista una página donde pueda elegir y solicitar sus productos?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>25. ¿Le gustaría que los productos lleguen a su domicilio?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>26. ¿Cree usted que las redes sociales son plataformas atractivas para ofrecer los productos?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>27. ¿Participa de sorteos en páginas de Facebook?</p> <p>a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

28. ¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir? a) Descuento b) Obsequio c) Acumulación de puntos	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
29. ¿Cree Ud. importante medir el nivel de satisfacción después de realizada la compra? a) Bastante b) Regular c) No sabe /no opina	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....
30. ¿Qué medio de pago utiliza Ud. con frecuencia al momento de realizar una compra? a) Efectivo b) Tarjeta c) Aplicativo	TA (X) TD () SUGERENCIAS.....

1. PROMEDIO OBTENIDO	Nº TA	Nº TD
2. COMENTARIOS GENERALES	<i>El cuestionario se justificó para cumplir con el objetivo de medir la variable en estudio</i>	
3. OBSERVACIONES		

[Firma]
 JUEZ - EXPERTO
 DNI: 71400932
 Cel: 26471

Anexo N° 6: Validación de entrevista

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Mg. Karla Ivonne Rojas Jiménez
PROFESIÓN		Administradora
ESPECIALIDAD		Marketing - Recursos Humanos
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)		16 años
CARGO		Docente a tiempo completo
PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACION DE ARTICULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECLADOS CHICLAYO 2019.		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Catia Carolina Guivar Romero	
ESPECIALIDAD	Administración	
INSTRUMENTO EVALUADO	Entrevista	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	Objetivo General Proponer un plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019.	
	Objetivos Especificos Elaborar el análisis de mercado del plan de negocio para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019. Elaborar un planeamiento estratégico y de marketing del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019. Elaborar un plan de operaciones y de recursos humanos del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019. Evaluar la viabilidad económica y financiera de la propuesta del plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019. Diseñar la propuesta de plan de negocios para la comercialización de artículos para el hogar a base de neumáticos reciclados Chiclayo 2019.	

RESPONDER CADA ITEM DEL INSTRUMENTO	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 15 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura. A continuación le presentamos las siguientes preguntas las cuales tienen como finalidad recolectar información para realizar el plan de negocios.
Análisis del entorno	
1. ¿Qué aspectos o factores externos se deben tomar en cuenta para la creación de este tipo de negocio?	se deben tener en cuenta los aspectos sociales, culturales, demográficos (población vulnerable), económicos, nivel de desempleo de la población, aspectos legales y de formalización.
Análisis del sector	
2. ¿Qué fuerzas competitivas cree que influyan en el desarrollo de este tipo de negocio?	Influye los proveedores, el gobierno, consumidores y clientes analizar los canales como llegar hacia ellos para posicionar nuestros productos, competidores no porque no hay competencia en este tipo de productos.
Plan estratégico	
3. ¿Qué tipo de estrategias cree conveniente aplicar para este tipo de negocio?	Estrategias de desarrollo de producto innovador, no ingresar al mercado con precios bajos, ingresar con un precio estándar.
4. ¿Qué elementos se debe llevar a cabo para formular la misión y visión?	Misión: Naturaleza del negocio y el propósito, principios y valores. visión: cuanto aspiro crecer, involucrar y cooperar con la población y los operarios y que voy a potenciar.
5. ¿Qué objetivos estratégicos cree que serían los adecuados, para este tipo de negocio?	Generar desarrollo socioeconómico en el sector a proponer. Buscar crear un negocio sostenible, para mejorar la calidad de vida de las personas. Aplicar las 3r del reciclaje. Reducir el nivel de contaminación.
6. ¿Quiénes considera que sean los grupos de interés que se deben	Gobierno Regional, gobierno local, empresas recicladoras, aliados estratégicos, instituciones públicas y privadas

tener en cuenta para la comercialización de este tipo de artículos?	Como centros de recreación, ONG para que pueda crecer el negocio.
7. ¿Qué aspectos se deben considerar en el FODA?	cambios actuales, nivel de aceptación de los productos que estoy ofreciendo, nuevas tendencias, tema económico de la capacidad del mercado, recursos que cuento para emprender, capacidad de reacción de mercado competitivo.
8. ¿Qué estrategias me recomendaría implementar para poder competir con negocios de este tipo?	utilizar la estrategia genérica de enfoque y poder dirigir el producto a un segmento determinado.
Plan de marketing	
9. ¿Qué elementos se deben considerar para formular los objetivos de marketing de la empresa?	se debe tomar en cuenta el entorno comercial, el potencial del mercado y analizar el potencial de ventas.
10. ¿Qué estrategias se deberían tener en cuenta con respecto al producto, precio, plaza y promoción?	no ingresar con precios bajos y utilizar las redes sociales para dar a conocer el producto, ofrecer los productos en tiendas físicas y tiendas virtuales.
Plan de operaciones	
11. ¿Qué estrategias serían las más adecuadas para las operaciones de la empresa?	Diseñar y detallar los procesos que se llevan a cabo para la elaboración del producto, llevar el control de la materia prima para evitar contra tiempos, que exista planeación, organización y control en los procesos.
12. ¿Qué ventaja competitiva debería tener la empresa con respecto a las operaciones?	que los productos tengan diseños únicos, de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes. que se cumplan los estándares de calidad y que se ofrezca al cliente el producto esperado.

Plan de organización y de recursos humanos	
13. ¿Qué elementos se debería tener en cuenta en un plan de organización?	La correcta distribución de personal. Que las funciones sean claras, y que cada área o departamento cumplan con lo establecido.
14. ¿Cómo genera valor la empresa a través de su equipo de trabajo?	con un equipo de colaboradores capacitados, identificados con la Empresa y que los puestos donde se desarrollen sean los correctos.
Análisis económico y financiero	
15. ¿Qué análisis se deberían elaborar en un plan de negocio, para demostrar que este es viable?	Se deben realizar los cálculos necesarios que permitan medir la rentabilidad y analizar la viabilidad económica del negocio como el flujo de caja, punto de equilibrio, van, tir y saber si el Plan de negocio se debería llevar a cabo.



JUEZ - EXPERTO

Anexo N°7: Resolución de aprobación de tesis



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N° 0964-FACEM-USS-2019

Chiclayo, 24 de julio de 2019

VISTO:

El oficio N° 0659-2019/FACEM-DA-USS de fecha 24/07/2019, presentado por la Directora de la EAP de Administración y el proveído de la Decana de la FACEM de fecha 24/07/2019, sobre aprobación de PROYECTOS DE TESIS, y;

CONSIDERANDO:

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad; con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

Que, según el artículo 29° del Reglamento de Grados y Títulos Especifico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de Investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Que, con Resolución N° 0593-FACEM-USS-2019 de fecha 02 de mayo de 2019, se aprobó los proyectos de tesis de los estudiantes de la asignatura de investigación I, de la EAP de Administración a cargo del docente Mg. Gonzales Hidalgo Carlos Daniel.

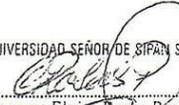
Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTÍCULO ÚNICO: APROBAR, los PROYECTOS DE TESIS de los estudiantes del semestre 2019 I – IX CICLO de la asignatura de Investigación I, sección "E", modalidad presencial, a cargo del docente Mg. GONZALES HIDALGO CARLOS DANIEL, de la EAP Administración.

ARTÍCULO DOS: Dejar sin efecto la resolución 0593-FACEM-USS-2019 de fecha 02 de mayo de 2019

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.


USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC
Dra. Carmen Elvira Rojas Prado
Decana
Facultad de Ciencias Empresariales


USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Mg. Sandra Mory Cuyarnizo
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, Perú

www.usp.edu.pe

Cc.: Escuela., archivo

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0964-FACEM-USS-2019**

N°	NOMBRE DEL AUTOR	TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	SUB-LÍNEA
1	CAMPOS BECERRA LUIGUI ANDERSSON	ESTRATEGIAS DE MARKETING SENSORIAL PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES DEL HOSTAL SAN JORGE DE JAÉN-2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Marketing
2	CARRASCO RELAIZA FIORELLA OLINDA SMITH	ESTRATEGIAS DE COBRANZAS PARA REDUCIR EL NIVEL DE MOROSIDAD EN LA AVICOLA "SAN JUAN E.I.R.L.", CHICLAYO-2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Sistemas administrativos
3	CASTILLO VASQUEZ JESSICA JAKELINE	PLAN DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTAR UN CENTRO DE EVENTOS SOCIALES Y COORPORATIVOS, CHICLAYO-2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión Empresarial, Emprendimiento y competitividad
4	COTRINA ELORREAGA HENRY GIANPIERE	PLAN DE ESTRATEGIAS BASADO EN HABILIDADES BLANDAS PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN SODIMAC CHICLAYO, 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión del Talento Humano
5	GUERRERO ALARCON JUAN	ESTRATEGIAS BASADAS EN HABILIDADES BLANDAS PARA MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA MOLINERÍA GRUPO RAM S.A.C., CHICLAYO 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión del Talento Humano
6	GUIVAR ROMERO CATIA CAROLINA	PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTICULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS, CHICLAYO 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión Empresarial, Emprendimiento y competitividad
7	HUERTA HURTADO BRENDA ANTUANET	PLAN DE MARKETING MIX PARA POSICIONAR LA MARCA "NAUTICA" DE EMPRESA PROCESADORA Y DISTRIBUIDORA RAMSA SAC., REQUE-CHICLAYO, 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Marketing
8	JUANICO TORO CAROL ESTEFANIA	PLAN DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA KONECTA S.A.C. CHICLAYO - 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión del Talento Humano
9	LINARES GAVIDIA CESAR BENJAMIN	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA SUSHI-PESCADOS, EN LA CIUDAD DE CHICLAYO - 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión Empresarial, Emprendimiento y competitividad
10	MORALES PAREDES KARLA FIORELLA	ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX PARA POSICIONAR LA EMPRESA J&C DEL DISTRITO DE LAMBAYEQUE, 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Marketing
11	ORDÓÑEZ MONDRAGON JOSE CARLOS	PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA CAFÉ TRADICIONAL EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión Empresarial, Emprendimiento y competitividad
12	ROJAS AGUILAR ETHEL IVON	PLAN DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA REDUCIR LA ROTACIÓN DEL PERSONAL EN LA EMPRESA EL ÁGUILA SRL. CHICLAYO-2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión del Talento humano
13	SAAVEDRA MONTENEGRO LESLY ALEXANDRA	ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN PARA POTENCIAR EL LIDERAZGO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA NOR AUTOS SAC. CHICLAYO 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión del Talento humano
14	SALAZAR TENORIO JESSICA	PLAN DE SEGUIMIENTO PARA LA MEJORA CONTINUA DEL DESEMPEÑO LABORAL EN LA UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN-II MACRO REGIÓN POLICIAL LAMBAYEQUE, 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión del Talento humano
15	SANCHEZ FARFAN CLAUDIA VALERIA	PLAN DE CAPACITACIÓN EN BASE A COMPETENCIAS PROFESIONALES PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES DEL ESTUDIO JURÍDICO CAJUSOL, CHICLAYO-2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	Gestión Empresarial, Emprendimiento y competitividad



ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú
www.uss.edu.pe

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0964-FACEM-USS-2019

16	SANCHEZ SANCHEZ ANGEL DANIEL	PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA MEJORAR LA EFICIENCIA OPERATIVA DEL BANCO DE CRÉDITO-REAL PLAZA, CHICLAYO-2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	y	Gestión Empresarial, Emprendimiento y competitividad
17	SANCHEZ SANTISTEBAN JULIO CESAR	COACHING EJECUTIVO PARA DESARROLLAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) EN EL HOTEL GAZU, CHICLAYO-2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	y	Gestión Empresarial, Emprendimiento y competitividad
18	SILVA ESQUEN MARTHA ELVIRA DEL MILAGRO	ESTRATEGIAS DE PERSONAL BRANDING PARA LA EMPLEABILIDAD DE ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE ADMINISTRACIÓN-UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN, CHICLAYO-2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	y	Gestión Empresarial, Emprendimiento y competitividad
19	VASQUEZ MESTANZA DEYSI ELITA	PLAN DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA GERENCIA REGIONAL DE AGRICULTURA LAMBAYEQUE, 2019	Gestión Empresarial Emprendimiento	y	Gestión del Talento humano



ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú
www.uss.edu.pe

Anexo N° 8: Formato N° T1



**FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)
(LICENCIA DE USO)**

Pimentel, agosto del 2020

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

El suscrito:

Catia Carolina Guivar Romero con DNI 46909855.

En mí calidad de autor exclusivo de la investigación titulada: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTICULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS, CHICLAYO 2019** presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar el título de Licenciada en Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal Web del repositorio institucional -<http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Catia Carolina Guivar Romero	46909855	

Anexo N° 9:Fotos de aplicación de la encuesta





Anexo N° 10: Reporte de turniting

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTICULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS,

AUTOR

Catia Carolina Guivar Romero

RECuento DE PALABRAS

24350 Words

RECuento DE CARACTERES

129098 Characters

RECuento DE PÁGINAS

150 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

8.5MB

FECHA DE ENTREGA

Mar 1, 2023 12:44 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Mar 1, 2023 12:46 PM GMT-5

● 24% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 22% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 15% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

Anexo N°11: Acta de originalidad



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N°0593-FACEM-USS-2019, presentado por el/la Bachiller, Catia Carolina Guivar Romero, con su tesis Titulada PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTICULOS PARA EL HOGAR A BASE DE NEUMÁTICOS RECICLADOS, CHICLAYO 2019.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 24% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 01 de marzo de 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abraham José García Yovera', is written over a horizontal line.

Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.