



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

**Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Administración**

**Trabajo de Grado en la modalidad de Monográfico
Investigación Acción para optar por el título de
Licenciatura en Administración de Empresas**

Título:

**“CREACIÓN DE EMPRESA PRODUCTORA DE ARTÍCULOS
DESECHABLES BIODEGRADABLES A PARTIR DEL TRONCO
DE BANANO EN REPÚBLICA DOMINICANA EN EL AÑO 2018”**

Sustentada por:

| | |
|------------------------------------|------------------|
| Loverne López | 2000-0504 |
| Florangel Vásquez | 2013-1375 |
| José Augusto Carvajal Pérez | 2013-2626 |

Asesor

**Prof. Alis Medina
Prof. Carolyn Feliz**

**Distrito Nacional, Republica Dominicana
2018**

**“CREACIÓN DE EMPRESA PRODUCTORA DE ARTÍCULOS
DESECHABLES BIODEGRADABLES A PARTIR DEL TRONCO
DE BANANO EN REPÚBLICA DOMINICANA EN EL AÑO 2018”**

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS

| | |
|--------------------|----|
| DEDICATORIAS | II |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |

CAPÍTULO I:

ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS EN LA COMPOSICIÓN DE UNA EMPRESA

| | |
|---|----|
| 1.1 Generalidades del plan de negocio | 3 |
| 1.2 Características del plan de negocio..... | 5 |
| 1.3 Objetivos del plan de negocios..... | 6 |
| 1.4 Estructura del análisis para la creación de empresa | 7 |
| 1.4.1 Estudio de mercado..... | 7 |
| 1.4.2 Estudio técnico | 8 |
| 1.4.3 Estudio financiero | 10 |
| 1.5 Conceptualización de los plásticos..... | 11 |
| 1.6 Importancia de los plásticos | 13 |
| 1.7 Generalidades del tronco de banano..... | 14 |
| 1.8 Composición del tronco de banano | 15 |
| 1.9 Beneficios de la utilización del trono de banano..... | 15 |

CAPÍTULO II:

JUSTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

| | |
|---|----|
| 2.1 Composición de la empresa | 18 |
| 2.2 Descripción de la empresa | 18 |
| 2.2.1 Misión | 19 |
| 2.2.2 Visión..... | 19 |
| 2.2.3 Valores | 19 |
| 2.3 Productos ofrecidos al mercado | 20 |
| 2.4 Organigrama general..... | 20 |
| 2.5 Análisis geográfico de la estructura del proyecto | 21 |
| 2.6 Análisis económico de la estructura del proyecto..... | 21 |

CAPÍTULO III:

DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

| | |
|---|----|
| 3.1 Composición del mercado | 23 |
| 3.1.1 Sostenibilidad ambiental..... | 24 |
| 3.1.2 Necesidades..... | 25 |
| 3.1.3 Posición en el mercado | 27 |
| 3.1.4 Beneficios ambientales de BANOPLAS..... | 28 |
| 3.2 Segmentación del mercado | 29 |
| 3.2.1 Mercado meta..... | 30 |
| 3.2.2 Perfil de los consumidores..... | 33 |
| 3.3 Competencia del mercado..... | 34 |
| 3.3.1 Competencia directa e indirecta | 34 |

| | |
|--|-----------|
| 3.4 Análisis de la logística | 35 |
| 3.5 Análisis de las fuerzas competitivas de Porter | 36 |
| 3.6 Posicionamiento del producto..... | 38 |
| 3.7 Análisis del plan de marketing mix | 39 |
| 3.7.1 Plan de estrategias | 40 |
| 3.8 Análisis de la herramienta FODA | 46 |
| CAPÍTULO 4: | |
| DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO | |
| 4.1 Composición del estudio técnico | 48 |
| 4.2 Estructura de determinación de los recursos necesarios para el proyecto..... | 49 |
| 4.3 Análisis de la Localización del proyecto | 51 |
| 4.4 Análisis de la capacidad operativa | 52 |
| 4.5 Descripción de puestos del proyecto | 53 |
| 4.6 Análisis de la producción de plásticos | 56 |
| 4.7 Constitución legal de la empresa..... | 59 |
| 4.8 Análisis de los factores ambientales..... | 60 |
| CAPÍTULO 5: | |
| DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO | |
| 5.1 Financiamiento de la inversión | 63 |
| 5.2 Análisis del presupuesto de los presupuestos requeridos para el proyecto..... | 64 |
| 5.3 Costos de los operativos | 66 |
| 5.4 Análisis de los gastos administrativos | 67 |
| 5.5 Gastos de publicidad | 68 |
| 5.6 Composición legal del proyecto..... | 68 |
| 5.7 Detalle del presupuesto de la descripción de puestos..... | 68 |
| 5.8 Ventas proyectadas..... | 69 |
| 5.9 Balance general..... | 70 |
| 5.10 Balance de resultados | 71 |
| CONCLUSIÓN | 73 |
| RECOMENDACIONES | 74 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 75 |
| ANEXOS | |

Agradecimientos

Agradecimientos

Primero a Dios por acompañarme y bendecirme en cada momento de mi vida por darme siempre las fuerzas necesarias para seguir adelante.

A toda mi familia que siempre me han apoyado grandemente mis esfuerzos por culminar esta etapa tan importante en mi vida. A mi madre mis hermanas. Todo y cada uno de ustedes aportaron su granito de arena en este proceso.

A mis hijos Daniela, Diego y Camila que a pesar de su corta edad entendían que su mami tenía que salir de casa con frecuencia a estudiar.

A mi mejor amigo y compañero de vida gracias por siempre apoyarme.

A toda mi familia y amigos, por siempre confiar en mí, por estar siempre dispuestos a extender su ayuda y ser parte esencial en mí.

A mis compañeros de trabajo, por su esfuerzo para dar lo mejor de sí, permitiendo que todo fuera más sencillo.

Loverne López Cepeda

Agradecimientos

Quiero a mis padres por siempre motivarme a ser la primera licenciada de la familia, a cumplir con la meta y el sueño que ellos no pudieron completar y que gracias a su esfuerzo hoy yo pude lograr.

Agradezco a mi madre, quien se ha entregado a mí, sin escatimar esfuerzo ni sacrificios. Gracias madre querida por tu respaldo incondicional, y tus palabras de alientos que me ayudan a seguir a delante día tras días.

A mi mejor amigo y compañero quien siempre me impulsó a ponerle ganas a mis estudios y no desistir nunca, a ti gracias.

Doy las gracias a mi abuela, por su dulzura y amor, que me han hecho ver el lado fácil de las cosas.

A todos aquellos que aportaron su granito de arena para que este proyecto sea concluido.

¡Gracias!

Florangel X. Vasquez Almonte

Agradecimientos

A mis padres que siempre apoyaron mi desarrollo académico y profesional; a mi madre gracias por su cariño incondicional y entrega para que nunca me faltara nada; a mi padre que siempre me orientó por el camino correcto y me enseñó a enfrentar la vida decidido y sin vacilación.

Gracias a mis abuelos, mis tíos y todos mis primos que formaron parte de mi educación y mi desarrollo personal. A mis amigos que han aportado con consejos y compañerismo.

A todos los buenos maestros que han contribuido en quien soy hoy con sus enseñanzas y tutoría. Aquellos que siempre dieron la milla extra para no solo enseñar el contenido de una clase, sino también a ser mejor ser humano.

Gracias a mi mejor amiga y compañera, que siempre ha estado dispuesta a dar todo de sí, apoyándome en las buenas y malas.

Y gracias a la vida, que ha sido un desafío y recompensa a la vez, que siempre da la oportunidad de ser mejores cada día.

José Augusto Parvajal Pérez

Dedicatorias

Dedicatorias

Este trabajo lo dedico primero a Dios, sin su ayuda esto no hubiera sido posible porque todo en su tiempo es perfecto.

A mis hijos Daniela, Diego y Camila fueron mi fuerza durante todo este tiempo y a quienes quiero servir de ejemplo y demostrándole que cuando se quiere se puede.

A toda mi familia y amigos.

Loverne López Cepeda

Dedicatorias

Este trabajo se lo dedico a mi familia quienes son mi motor y mi razón de ser, y a Dios sobre todas las cosas.

Florangel X. Vásquez Almonte

Dedicatorias

Le dedico este trabajo monográfico a mi familia, que ha sido la base de mi formación; y a la naturaleza, que ha sustentado mi vida desde el principio.

José Augusto Parrajal Pérez

INTRODUCCIÓN

En estos últimos años, los resultados cada vez más drásticos del cambio climático han generado preocupación y concientización de la población entorno a las consecuencias de nuestras acciones en el medioambiente. Cada vez es más común que las personas se identifiquen con productos que tengan menos impacto en la ecología global, por lo que se ha generado una demanda latente por productos amigables al medioambiente.

BANOPLAS, ofrece una alternativa ecológica a los artículos desechables de plástico y poliestireno, que tienen efectos devastadores a largo plazo en nuestro entorno; ya que, aunque están diseñados para ser usados por periodos breves de tiempo, no se descomponen y se mantienen virtualmente para siempre en el medio ambiente.

Nuestros productos, son fabricados con un material singular que es descartado en la industria agrícola: el tronco del banano. Este recurso cuenta con propiedades físicas ideales para este tipo de producto, además de ser altamente biodegradable y es generado a través de métodos de poco impacto ecológico.

Capítulo I:

ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS EN LA COMPOSICIÓN DE UNA EMPRESA



Capítulo I: Estructura Del Plan De Negocios En La Composición De Una Empresa

1.1 Generalidades del plan de negocio

El plan de negocios es una manera de evaluar la factibilidad y/o planear una empresa realizando los estudios y consideraciones necesarias para formular y describir el concepto de negocio, su propuesta de valor, el modelo de negocio, las diferentes áreas estratégicas involucradas, sus ventajas competitivas sobre otros negocios similares, las fuentes de ingresos y las formas de financiación.

Un plan de negocio es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial. Lo realiza por escrito una persona emprendedora y en él plasma sus ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanzar y las estrategias que utilizar. Consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene en la cabeza. Mediante el plan de negocio se evalúa la calidad del negocio en sí.

En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre ésta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha. (Borello, 2007)

Un Plan de Negocios debe ser integral en su contenido, simple en su redacción y actualizado por lo menos anualmente, este documento debe ser uno al cual se

acuda reiteradamente antes de tomar alguna decisión, debemos recurrir por ejemplo cuando pensamos lanzar un nuevo producto, adquirir nueva maquinaria y toda vez que esté por realizar algún proyecto donde tenga que invertir tiempo y sumas considerables de dinero (Cyr, 2009).

Desarrollar un Plan de Negocios es vital para cualquier empresa, decir que elaborarlo es tarea fácil es mentir al igual que sostener que es completamente difícil ya que elaborarlo es una actividad que requiere de tiempo, mucha dedicación y capacitación.

Para elaborar un Plan de Negocios no es necesario contratar a todo un equipo técnico calificado, cabe resaltar que nosotros somos capaces de elaborar nuestro Plan de Negocios, nadie más que usted para conocer la visión, misión y objetivos de su negocio. Usted puede elaborarlo, trate de involucrar a todos los miembros de su negocio durante su elaboración y si en algún momento requiere de ayuda, ésta debe provenir de asesoría o consultaría calificada, por parte de entidades especializadas siempre y cuando ayuden a desarrollar temas concretos. (Velasco, 2007)

Todo esto dirigido hacia unos objetivos bien definidos y fundamentado sobre la base de que el negocio es sostenible a nivel económico en las condiciones de mercado existentes.

1.2 Características del plan de negocio

El plan de negocios es un documento escrito que incluye básicamente los objetivos de la empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión que se requiere para financiar el proyecto y soluciones para resolver problemas futuros.

Contrario a lo que algunos emprendedores imaginan, desarrollar un plan de negocios resulta menos complicado de lo que parece. Si bien cada proyecto es diferente, todo parte de tener una idea y materializarla por escrito con base en cinco puntos básicos.

Según (García, 2010) Un buen plan de negocios debe tener las siguientes características esenciales:

1. Debe ser efectivo, esto significa que debe priorizar las características y factores claves de éxito del negocio, debe responder las posibles preguntas de los inversionistas.
2. Debe ser claro, no dejar las ideas en el aire y utilizar términos preciso sin dar muchas vueltas.
3. Debe ser breve, usualmente no sobrepasa las 30 páginas, o sea que se debe aplicar en él un gran poder de síntesis.
4. Debe ser estructurado, debe ser muy organizado para permitir una lectura sencilla.

5. La presentación debe ser impecable, buen tamaño de letra, márgenes amplias, todas las cifras deben estar organizadas en cuadros, etc.

1.3 Objetivos del plan de negocios

El Plan de Negocios tiene como objetivo ayudar a alcanzar un conocimiento amplio y objetivo de la empresa o la actividad que se realiza. Al mismo tiempo encontrar socios o servir de base para convencer a estos del mérito del proyecto y conseguir reunir los recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el plan, y de esta manera obtener el financiamiento para ejecutar el negocio.

Según (León, 2008) Los objetivos que justifican la elaboración de un plan de negocios difieren según el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse. En general, las razones por las que se decide realizar un plan de negocio son las siguientes:

- Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversionistas, socios o compradores.
- Asegurarse de que un negocio tenga sentido financiera y operativamente, antes de su puesta en marcha.
- Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto.
- Crear un marco que permita identificar y evitar potenciales problemas antes de que ocurran, con el consiguiente ahorro de tiempo y recursos.
- Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo.

- Evaluar el desempeño de un negocio en marcha.
- Valuar una empresa para su fusión o venta.
- Guiar la puesta en marcha de un emprendimiento o negocio.

1.4 Estructura del análisis para la creación de empresa

En el desarrollo del plan de negocios se compone de diversas áreas de estudio para una sólida comprensión de los aspectos necesarios para la conformación de la empresa ecológica como son el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio financiero.

1.4.1 Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Shujel, 2008).

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con

todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.
(Fernandez, 2006)

Con un buen estudio de mercado nos debería quedar clara la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda. Cuál es el target con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), cual ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, máxime si sus productos o servicio vienen a aportar valores añadidos y ventajas competitivas. Lo que puede revolucionar el sector, la oferta. Análisis de precios y su evolución de los distintos competidores o demarcaciones geográficas. (Férre, 2009)

Con respecto a la competencia, necesitaremos un mínimo de datos, quienes son y por cada uno de ellos volúmenes de facturación, cuota de mercado, evolución, empleados, costes de producción, etc. todo lo que podamos recabar.

1.4.2 Estudio técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. (Padilla, 2007)

También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados.

El estudio técnico consiste en resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto (Baca, 2001).

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

Según (Miranda, 2008) los objetivos del estudio técnico son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.

- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.
- Incluir un cronograma de inversión de las actividades que se contemplan en el proyecto hasta su puesta en marcha.
- Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto.
- Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio.

1.4.3 Estudio financiero

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Federico, 2018)

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

El estudio financiero tiene como objetivos principales el conocer la inversión o financiamiento necesario para el negocio, determinar los ingresos esperados, la tasa interna de rendimiento y de retorno de la inversión, así como el tiempo requerido para alcanzar el punto de equilibrio.

Ahora bien, el desarrollo de este aparte del plan de negocios es de gran cuidado, ya que esta es la sección que obtendrá la máxima atención de sus posibles inversionistas. Todas las ideas, conceptos y estrategias expuestas confluyen en un estado financiero y sus proyecciones. Nada interesa más a un inversionista como el saber qué se hará con el dinero y cuando vera ganancias del negocio (Horngren, 2009)

1.5 Conceptualización de los plásticos

Los plásticos son aquellos materiales que, compuestos por resinas, proteínas y otras sustancias, son fáciles de moldear y pueden modificar su forma de manera permanente a partir de una cierta compresión y temperatura. Un elemento plástico, por lo tanto, tiene características diferentes a un objeto elástico (Porto, 2015).

Los plásticos proporcionan el balance necesario de propiedades que no pueden lograrse con otros materiales por ejemplo: color, poco peso, tacto agradable y resistencia a la degradación ambiental y biológica.

De hecho, plástico se refiere a un estado del material, pero no al material en sí: los polímeros sintéticos habitualmente llamados plásticos, son en realidad

materiales sintéticos que pueden alcanzar el estado plástico, esto es cuando el material se encuentra viscoso o fluido, y no tiene propiedades de resistencia a esfuerzos mecánicos.

Este estado se alcanza cuando el material en estado sólido se transforma en estado plástico generalmente por calentamiento, y es ideal para los diferentes procesos productivos ya que en este estado es cuando el material puede manipularse de las distintas formas que existen en la actualidad. Así que la palabra plástico es una forma de referirse a materiales sintéticos capaces de entrar en un estado plástico (Ribera, 2006).

Según (Castells, 2012) Estas son propiedades características de la mayoría de los plásticos, aunque no siempre se cumplen en determinados plásticos especiales:

- Son baratos (tienen un bajo costo en el mercado).
- Tienen una baja densidad.
- Existen materiales plásticos permeables e impermeables, difusión en materiales termoplásticos.
- Son aislantes eléctricos.
- Son aislantes térmicos, aunque la mayoría no resisten temperaturas muy elevadas.
- Si se quema es muy contaminante.
- Son resistentes a la corrosión y a estar a la intemperie.

- Resisten muchos factores químicos.
- Algunos se reciclan mejor que otros, que no son biodegradables ni fáciles de reciclar.
- Son fáciles de trabajar.
- Son aislantes acústicos.

1.6 Importancia de los plásticos

Los plásticos son uno de los productos de consumo más importantes y más utilizados en nuestra vida. Casi todo lo que utilizamos está hecho de plástico o contiene algo de plástico. Este material cambio por completo la vida del ser humano (Carbajal, 2011).

Los materiales plásticos han sustituido en muchos usos, a veces con ventaja, a algunos metales y a la madera. Reciben a veces el nombre de resinas sintéticas, debido a que se parecen en su aspecto exterior y en algunas propiedades físicas a las resinas naturales. También éstas han sido sustituidas en algunos de sus usos por los materiales plásticos (DeGarmo, 2010).

En muchas ocasiones, los plásticos reemplazan metales o cerámicas. A veces son la única alternativa en aplicaciones técnicas poco comunes. Se suelen utilizar como engranajes, casquillos u otros componentes para maquinaria. Los plásticos pueden también estar en contacto directo con los alimentos, como por ejemplo, en sistemas de llenado, mezcladores y dosificadores. (Castells, 2012)

Su uso cada vez más creciente se debe a las características de los plásticos, debido a que son livianos, lo que implica facilidad en la manipulación y optimización de costos. Los envases plásticos son capaces de adoptar diferentes formas como bolsas, botellas, frascos, películas finas y tuberías, entre otros. Son aislantes térmicos y eléctricos, resisten a la corrosión y otros factores químicos y son fáciles de manejar. Los plásticos tienen afinidad entre sí y con otros materiales, admitiendo diversas combinaciones (Ribera, 2006).

1.7 Generalidades del tronco de banano

El tallo de plátano o de la parte recta vertical de la planta de banano, que en realidad es compatible con toda la planta, se considera como un tallo de la flor, en la botánica. El tallo o tronco entero está en forma de capas, una debajo de la otra, al igual que en un repollo.

Del cultivo de banano se pueden obtener más beneficios. No solo basta con extraer el producto. Por ejemplo, del tronco de la planta, lo que se llama el vástago, se puede extraer una materia prima que le permitirá fabricar cuerdas resistentes, sin costo alguno. (HIDALGO, 2012)

El vástago está formado por una yema central cubierta por hojas que la envuelven. Cada hoja es una vaina y puede haber unas 20 en cada vástago. Ellas son la base para la fabricación de cuerda.

1.8 Composición del tronco de banano

La parte de la planta que se asemeja a un tronco es, en realidad, un falso tallo denominado seudotallo, y está formado por un conjunto apretado de vainas foliares superpuestas. Aunque el seudotallo es muy carnoso y está formado principalmente por agua, es bastante fuerte y puede soportar un racimo de 50 kg o más. (Portilla, 2007)

El verdadero tallo es un rizoma grande, almidonoso, subterráneo, que está coronado con yemas, las cuales se desarrollan una vez que la planta ha florecido y fructificado. A medida que cada chupón del rizoma alcanza la madurez, su yema terminal se convierte en una inflorescencia al ser empujada hacia arriba desde el interior del suelo por el alargamiento del tallo, hasta que emerge arriba del pseudotallo. (Snarskis, 2008)

A medida que las hojas emergen, el seudotallo continúa creciendo hacia arriba y alcanza su máxima altura cuando el tallo verdadero el tallo floral que sirve de soporte a la inflorescencia surge en la parte superior de la planta.

1.9 Beneficios de la utilización del trono de banano

A partir del estudio “Banana Fibers – Variability and Fracture Behaviour” realizado por la Universidad de Minho (2008), se plantea que la fibra del árbol de banana presenta características importantes como baja densidad, rigidez y propiedades mecánicas, es altamente renovable y biodegradable. Es un material de una

estructura compleja rica en celulosa, que es un factor clave en sus propiedades mecánicas.

Se trata de un material altamente versátil con características que le favorecen en su implementación en diversos ámbitos, desde telas, papel, y artículos desechables, ya que es altamente resistente, liviano y de fácil degradación, ideal para fabricación de vasos, platos, envases, e inmensidad de aplicaciones.

Según la Comisión Europea (2011), por todo el territorio de europeo existe una demanda latente de materiales alternativos de poco impacto ambiental, por lo que cada vez más este tipo de materiales tiene cabida en el mercado europeo.

El proceso de elaboración de artículos a partir de esta fibra es enteramente mecánico, es decir, no requiere químicos, agua, ni procedimientos complejos y el consumo eléctrico es reducido.

Siendo la República Dominicana el principal productor de banano orgánico del mundo (FAO, 2018), el país cuenta con una gran cantidad de materia prima para el proceso.

Capítulo II: Justificación y características de la Empresa



Capítulo II: Justificación Y Características De La Empresa

2.1 Composición de la empresa

Para el desarrollo del presente trabajo se establece como propuesta la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de artículos desechables biodegradables a través del tronco de banano, buscando aprovechar los altos niveles productivos de este recursos que proporciona el medio ambiente y a su vez proponer diversas alternativas para reducir los efectos negativos en los de desechos.

Por medio de la creación de la empresa, se contribuye con el desarrollo de la sostenibilidad del medio ambiente, debido a que se presentan diversas alternativas ecológicas que sirvan para sustituir a materiales convencionales de alto impacto ambiental como son los plásticos y el poliestireno; así como a cuidar los recursos que nos ofrece, con respecto a la producción de materiales biodegradables de forma que la obtención del tronco de banano sea adquirido sin ningún efecto negativo en el entorno.

2.2 Descripción de la empresa

Esta es una empresa de innovación sostenible que aprovecha el tronco del banano para crear productos desechables biodegradables. La empresa estará realizando su operación en su primera fase solo en la provincia de Azua que es una de las principales productoras de banano orgánico del país.

2.2.1 Misión

Producir y comercializar productos desechables biodegradables a empresas y consumidores con conciencia ambiental activa y siendo socialmente responsable. Enfocada en garantizar la excelencia de sus productos y servicios con el fin de obtener las mayores ganancias para sus clientes y colaboradores.

2.2.2 Visión

Ser una empresa líder en el mercado de productos desechables biodegradables ofreciendo productos amigables con el medio ambiente.

2.2.3 Valores

Como toda organización tiene como meta lograr realizar las operaciones y actividades cumpliendo las normas éticas, humanas y las conductas apropiadas. Por consiguiente, siempre enfocándonos en los valores y principios que demuestran el compromiso y responsabilidad que mueve a la empresa.

- **Honestidad:** basamos nuestras operaciones en fundamentos éticos dirigidos por normas a las cuales nos regimos siempre, comprometidos a actuar de forma transparente frente a los distintos aspectos que rodean las operaciones de la empresa.
- **Compromiso:** nuestras acciones tanto a favor de los clientes como de los empleados es con un alto sentido de pertenencia, aprecio e identificación con sus deseos y necesidades como si fueran nuestras.

- **Responsabilidad:** nuestra labor es minuciosamente preparada, programada y contabilizada constantemente para garantizar cumplir cada requerimiento en el tiempo y espacio oportuno. Esto con un alto sentido de puntualidad y dinamismo.
- **Servicio de Calidad:** cada producto va acompañado de un valor agregado que garantiza el mayor rendimiento del mismo y además este es acompañado por una serie de atenciones que aportan bienestar al cliente.

2.3 Productos ofrecidos al mercado

Entre los productos y servicios que la empresa ofrece al mercado tenemos:

- Vasos biodegradables
- Platos biodegradables
- Envases biodegradables

2.4 Organigrama general



2.5 Análisis geográfico de la estructura del proyecto

Banoplas se encontrara ubicado en Sabana Yegua, provincia de Azua, debido a su cercanía con las mayores zonas productoras de banano de la Asociación de Productores de Banano Orgánico del Valle de Azua.

2.6 Análisis económico de la estructura del proyecto

Las actividades de las pequeñas y medianas empresas ocupan un sitio de primer orden en la generación del producto interno bruto (PIB). Estudios recientes realizados por el fondo del desarrollo de la microempresa (FONDOMICRO) señala que este sector que está compuesto por 460 micro, pequeñas y medianas empresas, genera más de un millón de puestos de trabajo y emplea el 29% de la población económicamente activa.

Otra variable que hace de este sector estratégico es el papel que juega en la distribución de ingreso debido a su aporte redistributivo en materia de ingreso y de distribución regional, por lo que genera una gran demanda en la economía.

Capítulo III:

DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO



Capítulo III: Descripción Del Estudio De Mercado

3. Composición del mercado

Según los datos registrados en América Latina se concentra la parte de mayor conciencia acerca del cambio climático en el medio ambiente, donde las empresas y los habitantes son los principales contaminantes del medio ambiente.

El mercado cuenta con diversas actividades comerciales que hace el sector mantenga un flujo de consumidores activos por el sector, lo que conlleva a un efecto positivo sobre la incorporación de este tipo de empresas ecológicas en el mercado dominicano. El mercado ha contraído diversos cambios, debido a los factores de la globalización que ha efectuado cambios en los sectores políticos, económicos, sociales y culturales, que han propiciado un cambio de mentalidad en la percepción de los consumidores.

Existen diversas empresas que se dedican a trabajar con los recursos que ofrece el medio ambiente, pero muchas se basan en incluir procesos químicos para terminar de completar la fabricación del producto, por eso, es que la integración de BANOPLAS crea las condiciones adecuadas para ofrecer al mercado los beneficios adecuados para los materiales biodegradables como son los vasos, platos y envases, proporcionando en el cliente la seguridad y la calidad de la entrega de un producto novedoso y seguro.

3.1.1 Sostenibilidad ambiental

El componente ambiental es una de las bases más importantes de una nación, ya que permite el desarrollo de la sociedad, a través de la sostenibilidad ambiental se enfoca en ofrecer una adecuada utilización de los recursos por medio de los diversos factores en la satisfacción de las necesidades, por medio de un entorno natural que cuente con las condiciones para ser agradable y sano para todos.

El desarrollo sostenible es la manera en que se preserva el medio en que conviven las personas, por medio de la reducción del peligro que pueda contraer los efectos negativos de algunas empresas que contaminan el entorno o por el maltrato ambiental que haga el hombre. El objetivo se enfoca en mantener un desarrollo económico que cuente con las condiciones para que la organización realice sus actividades en las condiciones adecuadas y que cuente con los ecosistemas para una protección de entorno.

En los últimos años se ha incrementado la aparición de muchos factores contaminantes que han permitido la destrucción del medio, a través de la tala de los árboles y la expansión de la contaminación ambiental, sin embargo, muchas empresas fabrican y comercializan sus productos a través de un uso inadecuado del medio ambiente, ya que no tienen conciencia de los efectos negativos que puede conllevar esta situación para la humanidad.

La cuestión de la sostenibilidad del medio ambiente se ha convertido en un factor cada vez más preocupante para el país y en todos los habitantes, ya que la

naturaleza ha efectuado cambios ambientales que ha aumentado la aparición de diversos fenómenos que han producido daños ambientales, todo producto del cambio climático a los niveles de contaminación mundial.

Para poder ejercer una eficiencia de los recursos ambientales bajo una sólida sostenibilidad ambiental, es necesario integrar procesos tecnológicos que disminuyan los efectos negativos al entorno, con maquinarias que garanticen un uso adecuado de los recursos naturales, tanto a nivel nacional como internacional, además de contar con técnicas y métodos que favorezcan los procesos y acciones que se toman en la producción de los productos. El efecto positivo que trae es procurar los espacios de bienestar a través de mejora continua, orientados por una calidad de vida en un ambiente agradable.

Para la organización BANANOPLAS la sostenibilidad del medio ambiente es una de los aspectos más importantes al momento de operar en el mercado, ya que por medio del tronco de banano se adquiere los diversos materiales plásticos, a través de los recursos naturales que nos ofrece el entorno usando una fuente directa de su utilidad. La sostenibilidad del medio ambiente permite establecer los parámetros para cuidar el entorno y para conservar cada uno de los beneficios que nos ofrece.

3.1.2 Necesidades

Los plásticos cuentan con propiedades físicas químicas que son muy importantes para la producción en una industria, siendo materiales muy esenciales para las

sociedades, debido a que su uso ha aumentado por medio de los años por su utilidad y la forma de usarse.

Los diversos cambios que se han producido en el planeta tierra, por los cambios climáticos que han sido un efecto asociado a la contaminación ambiental es una situación que afecta a todos los habitantes. Por lo tanto, se han señalado diversas alternativas que han servido para hacer frente a estos cambios climáticos por medio de acciones ecológicas que son nombradas por empresas ecológicas que cuidan el medio ambiente o por parte de campañas o actividades que diversas entidades se integran para reducir la contaminación ambiental.

Las necesidades que presenta el mercado son diversas, debido a los procesos químicos que realizan algunas empresas para fabricar sus productos, produciendo un efecto negativo en la salud ambiental. Es por esta razón que los productos biodegradables surgen como una solución a esta problemática ambiental, ya que ofrecen las propiedades físicas del plástico a través del tronco de banano sin generar los desperdicios contaminantes que se apoderan en el medio ambiente.

Cada uno de estos productos desechables como envases, platos y vasos se degradan biológicamente sin generar desperdicios o sustancias contaminantes y efectuando en el entorno una preservación y cuidado al entorno.

3.1.3 Posición en el mercado

La posición en el mercado es uno de los aspectos esenciales en el proceso de incorporación de una nueva empresa, además de ser una empresa que cuenta con un valor agregado en la preservación del medio ambiente, cada una de los competidores luchan por mejorar su participación en el mercado en la diferenciación de productos, de ahí muchas empresas han establecido campañas de responsabilidad social que fomentan la integridad de sus empleados al bienestar del entorno concentrando en un segmento del mercado para incentivar la responsabilidad de las personas en prevenir la destrucción del mismo.

Los diversos los aditivos degradables que se utiliza para posicionar los productos bajo cualquier condición, donde se requieren características físicas y químicas para que la demanda del producto sea consolidada en el mercado. Aunque existen empresas que cuentan con productos sustitutos que tienen ciertas cualidades que pueden diferenciarse uno del otro, tales como son las condiciones de producción, del proceso de logística o las características físicas o químicas que cuenta para los aditivos degradables.

Existen diversas alternativas para obtener el vástago del tronco del banano para la fabricación de los materiales biodegradables, ya que sirven como alternativa para preparar las características físicas del plástico en cuanto a su transparencia, flexibilidad y durabilidad. El plan de negocios desarrolla una línea de productos biodegradables extraído de los recursos del medio ambiente sin efectuar daños en el mismo.

3.1.4 Beneficios ambientales de BANOPLAS

Los diversos productos elaborados del tronco de banano como son el caso de vasos, envases y platos, estos plásticos degradables se convierten en agua, dióxido de carbono y trazas de biomasa compatibles con el medio ambiente. El proceso de degradación continuara aunque el plástico se encuentre enterrado o guardado en un cajón. Adicionalmente, en los hogares, restaurantes, hoteles y hospitales los desperdicios orgánicos pueden colocarse en bolsas degradables e ir directamente al basurero.

Los plásticos biodegradables no producen metano y pueden deshacerse de ellas por separado, estos pueden ser marcados claramente y pueden reciclados. Estos materiales se degradan en un ambiente normal, lo cual puede incluir grandes cantidades de plásticos que pueden recogerse. La liberación de dióxido de carbono se convierte en una alternativa excelente para la producción de compost de alta calidad, que no tiene ninguna repercusión en el efecto invernadero.

Los aditivos degradables son únicos, debido a que generan una elaboración que garantiza que el producto sea elaborado en las perfectas condiciones a través de sus propiedades físicas y químicas que se incluyen: elasticidad, maleabilidad, resistencia, textura, claridad, permeabilidad y sellabilidad.

Los materiales biodegradables son totalmente seguros porque al momento de entrar en contacto con alimentos, no producen ninguna sustancia y no se contaminan ni se degradan ante el producto. Estos productos son 100%

degradados sin importar las condiciones que estén expuestos, ya que la tecnología que se utiliza es patentada con un soporte mundial de acuerdo a la calidad de los aditivos que sea más adecuada para su transformación.

3.2 Segmentación del mercado

Los desechos son un tema de mucha importancia en todos los países de América Latina, ya que son uno de las principales situaciones que tienen que lidiar, porque el medio ambiente es atacado constantemente por los desperdicios que tiran las empresas y por las contaminaciones producto de la falta de conciencia de los habitantes. Al poder ofrecer soluciones de acuerdo con el plástico degradable que genera las ventajas adecuada en relación a sus propiedades en el efecto que produce en el medio ambiente.

La segmentación permite establecer y captar los clientes existentes en el mercado, a través de las diversas necesidades que cuentan para penetrar al mercado por medio de una cartelera de productos que sean novedosos para el consumidor, cada una de las características se desprenden de la cantidad de clientes que buscan el producto y de la relación que cuenta la empresa con mercado.

El análisis de segmentación permite buscar un público objetivo con el fin de incrementar la cantidad de clientes, ya que cuenta con variables que hace compone la segmentación en base en el análisis necesario para la comprensión del estudio de mercado.

3.2.1 Mercado meta

El mercado meta de la empresa definir el mercado en los aspectos económicos, demográficos y pictográficos, sin embargo, cuenta con una masiva influencia en el mercado, ya que en la misma se atribuyen los aspectos del mercado que se deben de tener en cuenta para la introducción de la empresa.

Ámbito geográfico

República Dominicana cuenta con las ventajas competitivas en el sector de plásticos, porque cuenta con gremios organizados, competitivos y solidos por medio de los diversos productos que genera.

Ámbito demográfico

- **Sexo**

La empresa está dirigida para toda física o jurídica, ya sea hombre o mujer, que cumpla según las disposiciones de la ley dominicana con una mayoría de edad de 18 años que tenga la necesidad de adquirir la prestación de los materiales biodegradables.

- **Edad**

El nivel de edad es brindado a personas físicas con más de 18 años, y a cualquier empresa jurídica o establecimientos que solicite los productos.

- **Rango de ingresos**

Los servicios se dirigen en personas físicas, basados en la clase media baja o media alta, debido a que en la zona transitan muchas personas de distintas denominaciones que pueden estar dentro el rango de ingresos para adquirir el producto.

- **Mercado objetivo**

El mercado objetivo cuenta con las variables de segmentación de mercado que integra:

| Mercado objetivo | Aspecto a tomar en cuenta |
|------------------------------|---|
| Localización | Santo Domingo, Distrito Nacional |
| Tamaño de la zona | Empresas comercializadoras y clientes |
| Nivel de ingreso | Medio- bajo y media-alta |
| Disposición de compra | Necesidades de comprar productos biodegradables |

Los productos están dirigidos a empresas distribuidoras de plásticos y envases como a personas que quieran adquirir el producto o tengan la necesidad de comprar estos materiales, ya que cada uno de los aditivos constituye una ventaja competitiva en la empresa. Estos productos se basan en la producción de envases y materiales desechables en poliestireno blanco y traslucido con una amplia gama de referencias que involucran todo tipo de envases y formas para su transformación.

Entre los clientes potenciales que se busca contar por medio de la descripción del perfil son:

- **Empresas grandes:** este segmento de clientes adquiere el producto de forma frecuente, por eso son una masa de clientes importantes, pero en su defecto pueden ser difíciles de convencer si cuenta con empresas asociadas para adquirir el producto. Las empresas grandes se basan en los manejos de precios y las formas de pago, ya que se inclinan por los descuentos que se pueden generar al adquirir el producto.
- **Empresas medianas:** son una masa de clientes muy exigentes, porque buscan el producto en cuanto a la calidad que se puede apreciar frente a la competencia.
- **Empresas pequeñas:** son empresas que compran productos de acuerdo a las necesidades que tengan y son un factor diferenciador en cuanto a la competencia y al posicionamiento que ocupan.

Ámbito económico

El mercado ofrece una demanda potencial aceptable en la introducción de la empresa al mercado, por las diversas actividades comerciales como son restaurantes, bancos, supermercado, taller, banca de lotería, empresas de servicios tecnológicas, ferretería u otras organizaciones que se encuentran en el entorno de la empresa, permitiendo un desarrollo comercial que reúna las condiciones para una buena captación de clientes.

Ámbito psicográfico

El mercado meta es un mercado homogéneo, porque según las características conductual de los dominicanos compran debido a lo que ven y algunas de las variables pueden ser el precio y el tamaño que es un indicador que atrae mucho la atención del consumidor. Los clientes muestran diversas cualidades y actitudes que hacen incrementar las ventas del producto de un segmento del otro.

El comportamiento de la demanda se ha mostrado muy activo en la promoción de su demanda, esta se enfoca al cliente en dar un servicio responsable y con alta calidad, por lo que, los comportamientos del cliente se basa mucho en la percepción que tiene del producto y experiencia que adquiere de la compra de los productos, ya sea por el precio, lugar, condiciones o estructuras de la empresa.

3.2.2 Perfil de los consumidores

Los productos biodegradables son ofrecidos con diversos tamaños y formas, según las exigencias de los consumidores por medio de un logro que acerque la atención del cliente y que sea valorado en cuanto a su ventaja competitiva en el medio ambiente. Las decisiones de compras de los cliente se orientan en base al tipo de cliente que adquieran el producto sea directo o indirecto, en conocer la existencia de los productos degradables en el mercado en las distintas necesidades que muestren los clientes en el uso de los plásticos.

3.3 Competencia del mercado

En el mercado existen diversos organismos que se dedican en la producción de aditivos degradable y biodegradables que han generado un cierto nivel de maduración del mercado en cuanto a la incorporación de empresas que se dediquen a preservar el medio ambiente. En la competencia se atribuyen productos sustitutos que han presentado una evolución en el mercado en cuanto a las barreras técnicas y económicas que ha permitido un desenvolvimiento de forma que han acercado a clientes a que le interesen los productos que se ofrece.

Los clientes están dispuestos a pagar el precio de los productos, si la empresa satisface todas características de lo que busca el cliente como es su diseño, calidad y las tecnologías utilizadas para la preparación de la misma. De acuerdo a la cultura dominicana está muy variante en torno a la cantidad y a la calidad del producto o servicio, de tal forma que la competencia busca superar las expectativas de su contrincante adaptando procesos que mejoren la calidad de los servicios y ofreciendo ofertas que acerquen el encuentro con los clientes.

3.3.1 Competencia directa e indirecta

Entre los diversos organismos que mantienen una interacción directa o indirecta con la organización podemos encontrar:

Competencia directa

| | Green Love | Explora Dominicana |
|---------------------|---|--|
| Localización | Calle 18W, Santo Domingo Este 11516 | Av. Pedro Henríquez Ureña 90, Santo Domingo |
| Productos | productos biodegradables | Productos degradables |
| Ventajas | cartelera de productos especializados empresa sólida en el mercado | Cuenta con apoyo de algunas entidades financieras Única empresa con productos degradables |
| Desventajas | No existe recordación de marca | No cuentan con lugares amplios para producción |

Competencia Indirecta

- Distribuidoras
- Colmados
- Almacenes
- Papelerías

3.4 Análisis de la logística

Los canales de distribución se aplican en base a una estrategia selectiva, que se registra en el mercado en los representantes con los principales mayoristas y distribuidores en los materiales biodegradables. La comercialización se realiza en Santo Domingo, Distrito Nacional, en base a la aceptación del producto, que se hará en diversos sectores del gran Santo Domingo, debido al mercado objetivo en

el cual se enfoca la empresa en acudir a los diversos clientes que adquieran el producto. El proceso logístico se registra como:

1. proveedores
2. productor manufacturador
3. transporte logística
4. mayorista
5. consumidor final

La distribución del producto es uno de los puntos esenciales para el plan de negocio, ya que conlleva los costos para la cadena de producción, el cual conlleva otorga una demanda sobre el primer mes de la puesta en marcha del proyecto sobre la proyección del primer año.

El mercado es amplio y se espera que crezca el volumen de ventas, así como la penetración de los servicios, para poder lograrlo se espera que la demanda obtenga una buena participación dentro de los materiales que se propondrán a disposición de los habitantes.

3.5 Análisis de las fuerzas competitivas de Porter

En este análisis se incluye las fuerzas competitivas de Porter como herramienta de estudio para el desarrollo del plan de negocio basado en la creación de artículos biodegradables utilizados por medio del tronco de banano.

Donde se analiza las partes que intervienen como son:

Poder de negociación de los Compradores o Clientes

El poder de negociación es muy elevado, porque existe mucha competencia en el mercado y los clientes se desplazan de un lugar a otro en busca de una mejor calidad de servicio y de observar entre las diferentes opciones en donde hay mejores atenciones. Los clientes deciden si comprar una marca de la otra basando en los características de los envases.

Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores

Los proveedores que nos suplen los diferentes materiales, porque a pesar de que se depende de los proveedores, existe una gran cantidad de productores que pueden proveer la materia prima, siendo empresas muy reconocidas por el país que cuenta con mucha calidad e higiene en el momento de entregar del producto, para así darles a nuestros clientes el mejor servicio.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

Con el paso del tiempo se van instalando nuevos organismos que buscan superar las expectativas, por eso se tornó una amenazas entre las empresas existente porque puede provocar un desequilibrio en el control de los clientes, ya que los productores pueden aprovechar las oportunidades para la elaboración de los materiales biodegradables.

Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de productos sustitutos lo enfrentamos hoy en día, puesto que en nuestro país existen una gran variedad de empresas dedicadas al bienestar ecológico.

Rivalidad entre los competidores

Las empresas que ya laboran en este mercado, cuentan con diversos competidores que compiten por el tipo de lugar y por el tipo de servicios que ofrecen. A pesar de que existen pequeñas empresas que comercializan el producto a base de otra materia prima no tienen una alta capacidad productiva de los recursos del medio ambiente.

3.6 Posicionamiento del producto

Por medio del posicionamiento del producto se busca entregar un producto con calidad y que sea elaborado a través de una sólida sostenibilidad del medio ambiente, debido a que material biodegradable es producido por vástagos del tronco de banano que es utilizado como la principal materia prima para aprovechar los beneficios que nos ofrece el medio ambiente, sin contraer ninguna repercusión negativa en la obtención del recurso.

El producto es dirigido a clientes potenciales y clientes que tengan la necesidad de adquirir el producto por medio de BANOPLAS, ya que es un producto muy importante para el uso diario y es considerado muy útil, porque no genera ningún efecto secundario en su uso.

3.7 Análisis del plan de marketing mix

Por medio de la mezcla del marketing se pretende presentar la forma de operar en el mercado, por medio de las exigencias que se involucra la incorporación de la organización, entre ellas están:

Producto

La empresa se dedica a la producción y comercialización de productos biodegradables, por medio de los vástagos del tronco de banano. La marca introducida en el mercado bajo el nombre de BANOPLAS, la cual costa de diversos beneficios para que el consumidor disfrute de un artículo desechable con diversos tamaños y colores.

Precio

El precio que se establece para la comercialización del producto está acorde al mercado, ya que por medio de la encuesta se analiza el poder adquisitivo que sobre el mercado meta al que se enfoca la organización, del forma se establece los precios de acuerdo con la competencia.

Plaza

La plaza del lugar en el cual estará ubicada la organización será en el distrito nacional del gran santo domingo, un lugar específico para la comercialización del producto en medio de grandes organizaciones que cuentan con un buen flujo de personas en cuanto a las diversas actividades que se realizan en la zona.

Promoción

La promoción de BANOPLAS se usara por medio de los distintos medios tanto tradicionales como digitales, sean medios impresos, periódicos, revistas, anuncios y redes sociales, siendo los principales puntos de encuentros para captar personas para la expansión de los productos y en dar a conocer en el público. La publicidad tendrá una duración tres meses ofertando ofertas competitivas para acercar a las personas a usar el producto.

También se ofrecer un evento de lanzamiento que permite mostrar el producto aun segmento de personas para invitarlos a través de los medios de comunicación para ofertar los beneficios y cualidades de la nueva marca de productos desechables. El evento será organizado por la empresa y se realizara en el hotel Barceló de Santo Domingo, donde se busca un evento que sea auspiciado por diversas marcas que den un soporte y una ayuda para la introducción del producto al mercado.

3.7.1 Plan de estrategias

La dinámica del sector de productos biodegradables ha alcanzado un crecimiento considerable durante la última década, en consecuencia la competencia cada vez es más fuerte, por lo que BANOPLAS es una nueva propuesta para la creación de productos biodegradables a través del tronco de banano que surge la necesidad en diseñar un plan de mercadeo y plantear estrategias que permitan lograr el posicionamiento del producto y por ende generar utilidades.

La idea surge por la inquietud de cómo atraer nuevos clientes, incrementar el consumo de clientes actuales, aumentar el posicionamiento de la marca y generar la satisfacción de los clientes con el servicio y de los materiales biodegradables, mediante la implementación de estrategias de mercadeo que involucren experiencia, servicio y calidad.

El plan de mercadeo contempla estrategias enfocadas al mercado objetivo, que logren generar una actitud positiva de éste hacia la empresa ecológica y al cliente, para poder conseguir un aumento del comportamiento de compra.

El objetivo de los socios es generar utilidades, de acuerdo al posicionamiento y reconocimiento de la marca, donde es necesario tener definida una estrategia de comunicación estructurada que motive a las personas a visitar la organización. Las estrategias corresponden son principalmente orientadas en las variables de promoción y servicio.

Estrategia de publicidad y promoción

Promoción

Objetivo: Diseñar una estrategia publicitaria que se utilice en la propuesta de los materiales biodegradables, de forma que los materiales creen el espacio en la percepción del consumidor, con el objetivo de llevar a cabo una campana orientada en conocer las ventajas de los nuevos productos y el valor agregado del mismo.

Estrategias:

- Proponer una campaña motivacional con una duración de 8 semanas.

Táctica

Táctica 1: Publicidad por medios de impresión a través del volanteo.

Táctica 2: Publicidad en tiendas por departamentos mediante la colocación de una estafeta de los productos, donde se explicaran al público las características del producto y donde puede ser adquirido.

Táctica 3: Ofrecer anuncios a través de medios tradicionales en los principales periódicos como son: Listín diario, diario libre y el día.

Táctica 4: Publicidad Exterior con mini vallas, en los diferentes puntos de la ciudad del país.

Promoción de ventas

Estrategia:

- Aumentar la participación del mercado a largo plazo y fidelizar los clientes
- Recurrentes y actuales.

Táctica 1:

Ofertar diversos descuentos especiales en los primeros tres meses de la apertura de la empresa.

Táctica 2:

Ofrecer diversas ofertas de compra por la adquisición de varios productos en los puntos de venta.

Ventas personales**Estrategia:**

- Ofrecer al cliente información detallada del funcionamiento del producto.

Táctica 1:

Proponer a cada uno de los vendedores o promotores una cuota fija de comisión a todos por las actividades realizadas para la promoción y las ventas del producto.

Relaciones públicas**Estrategia:**

- Crear relaciones positivas con el público objetivo de la campaña, por medio de una publicidad favorable en la creación de una imagen corporativa positiva en la mentalidad de los consumidores.

Táctica 1:

Realizar diversas conferencias en los principales puntos que reúnen más personas de Santo Domingo para informar a los consumidores acerca del funcionamiento del producto y los beneficios que ofrece con la utilización el producto.

Táctica 2:

Capacitar a cada uno de los empleados, para ofrecerle las técnicas y herramientas necesarias para trabajar con los diversos clientes.

Medios a utilizar:

- Listín Diario. Tamaño del Anuncio: 1/2 Pagina.
- Diario Libre: Tamaño del anuncio: Página Completa.
- El Periódico Plaza libre: Tamaño del anuncio: 1/2 Pagina
- Internet: Listín Diario, Facebook, Diario Libre y Plaza libre.

Imprevistos

Como toda empresa, podemos encontrarnos en una situación sorpresiva y tener que desembolsar dinero para estas situaciones.

Estrategia con presencia a las redes sociales

Las redes sociales son uno de los medios que reúne una cierta cantidad de personas, ya que por medio de las distintas aplicaciones las personas han hecho de una forma habitual el uso constantes de estas aplicaciones, debido a que han tenido un aumento masivo en los últimos años, donde la publicidad y la promoción digital ha sido un aspecto importante en la difusión de las empresas que se insertan en estos lugares. Las redes sociales que tendrá presencia en; Facebook, Twitter, e Instagram. Las estrategias a emplear en las redes sociales son las siguientes:

Estrategia:

- Crecimiento en redes sociales

Objetivos: incrementar las bases de clientes por medio de la presencia en las redes sociales para insertar la empresa en estos lugares que reúne diversas personas de todas las edades.

Táctica 1:

Fomentar campañas ecológicas para motivar a otras organizaciones en las redes sociales para incentivar en la prevención y cuidado del medio ambiente por medio de un concurso o simplemente compartir un contenido.

Táctica 2:

Contar con un contenido visual agradable y dinámico, manteniendo una actualización en nuestras redes sociales, a través del posteo de imágenes diarias.

Táctica 3:

Utilizar Hashtag para marcar palabras claves o temas asociados a nuestros negocios.

3.8 Análisis de la herramienta FODA

La siguiente tabla muestra el Análisis FODA cuenta con el análisis interno y externo realizado, en donde se pueden observar las oportunidades, debilidades y las amenazas y las oportunidades:

Fortalezas

- Capacitación del personal
- Control y seguimiento de los productos que ofrece al mercado
- Flexibilidad en los servicios
- Diversidad de productos

Oportunidades

- Ofrece un crecimiento del producto interno bruto
- Empresa nueva en el mercado
- Cuenta con diversas tandas para ofrecer un servicio en cualquier hora

Debilidades

- No tiene clientes
- Poca experiencia en el mercado
- Competencia activa en el mercado

Amenazas

- Económica variante en el mercado
- Competidores indirectos

Capítulo IV:

Descripción del estudio técnico



Capítulo IV: Descripción Del Estudio Técnico

4.1 Composición del estudio técnico

El estudio técnico contiene la descripción de las características de un objeto, material de forma detallada, sobre todos los requerimientos que debe de tener el proyecto para garantizar la satisfacción del consumidor. El análisis técnico-económico consiste en determinas las implicaciones operativas que intervienen en la preparación de la empresa y en los criterios que se deben de analizar sobre las normas y operaciones en la conformación de la misma.

El proyecto se orienta en una empresa que tendrá un impacto positivo en el medio ambiente, porque busca efectuar un reducir los efectos negativos que ocasionan algunas empresas, ya que por medio de la elaboración de vasos, envases y plásticos desechables busca eliminar los procesos que contribuye a la destrucción del medio ambiente.

El objetivo del estudio técnico se basa en la factibilidad en la implementación física del proyecto, donde se compone de factores esenciales para la construcción de la infraestructura física de la empresa como son la ubicación, el diseño, las características físicas, constitución legal de la empresa y los factores ambientales.

4.2 Estructura de determinación de los recursos necesarios para el proyecto

Los materiales que intervienen en la producción de la empresa, junto con la descripción de los materiales que se emplea para conocer el principio de los costos que se detallan en la descripción. Los materiales que se necesitan para la elaboración de los artículos desechables son:

- Tronco de banano
- Agua

Para la preparación de los artículos desechables las máquinas y herramientas que se necesitan para la producción de los procesos productivos en la extracción del banano son:

- Cinta transportadora
- Molino
- Maquina lavadora
- Secadora
- Molino
- Maquina recuperadora
- Balanza industrial

El personal requerido para la estructura organización en la creación de la empresa con el fin de cumplir con las metas propuestas y que se alineen con la misión y visión de la empresa. Cada una de las personas en los distintos departamentos juega un papel importante en el desarrollo de las funciones de la empresa. El personal requerido es:

- Presidente
- Vicepresidente
- Director comercial
- Gerente de logística
- Gerente de mantenimiento
- Gerente de seguridad
- Almacén
- Distribución
- Recepción de mercancías
- Gerente de contabilidad
- Auxiliar de contabilidad
- Encargado de créditos y cobros
- Gerente administrativo
- Asistente administrativo
- Supervisora de servicios generales

4.3 Análisis de la Localización del proyecto

El estudio de localización del proyecto busca determinar si la ubicación de la empresa se orienta en el éxito o el fracaso de la rentabilidad del negocio, por lo que en la composición del proyecto se toman en referencia ciertos criterios económicos que fortalece si su determinación es la mejor opción dentro de la elaboración de los productos que se pretende ofrecer. El objetivo en la elección conduce a la maximización del desempeño del proyecto en torno a las alternativas que puede presentar.

La ubicación del proyecto se ubica en una zona con un fuerte potencial de clientes que transitan el sector apoyándose de diversas empresas que fortalecen el intercambio comercial que lleva a cabo el distrito nacional, ya que es una zona que favorece el comercio. La localización del proyecto se encuentra Av. Winston Churchill, casi esquina Max Henríquez Ureña. Santo Domingo, este es una zona céntrica del distrito nacional donde posee diversas empresas importantes en su alrededor permitiendo una diversidad de personas en el entorno.

En la ubicación del proyecto se encuentran aspectos importantes a tomar en consideración como son:

- **Clientes potenciales:** son el flujo de personas que transitan en la zona que presenta un flujo peatonal directo.
- **Experiencia en el mercado:** son las distintas empresas que se dedican a actividades similares del proyecto

- **Ubicación de cadenas de líderes:** son los diversos organismos que promueven campañas referentes a la protección del medio ambiente.

4.4 Análisis de la capacidad operativa

La demanda en referencia a los vasos desechables que puede existir en el mercado, dentro del mercado a elaborar muestra un producto sólido, debido a que por medio del tronco de banano se puede apreciar que su utilización disminuye efectos negativos en el medio ambiente. Además de los diferentes envases y vasos que se pueden diseñar por medio de diversos dibujos, efectuando un beneficio que genera sostenibilidad en el medio ambiente.

La disponibilidad de la tecnología y equipos es conformada por maquinas altamente calificadas para la fabricación de vasos y envases, la cual ofrecen una elaboración del producto con un capacidad de producir entre 45 y 50 piezas por minutos, dependiendo del tamaño deseado. La utilización de la maquina selladora permite sellar los paquetes de 12, 24 y 32 vasos dependiendo de los criterios del cliente.

La superficie en la cual cuenta el proyecto es con una instalación de 250 metros, por lo que las características del lugar son las adecuadas para la división de la planta física del proyecto y en distribuir las áreas administrativas que hacen apoyo en las tareas diarias.

La ficha técnica del producto contiene

| Indicador | Concepto |
|------------------|--|
| Producto | Vasos desechables |
| Diseño | Estampado |
| Usos | fabricado para contener bebidas frías o calientes |
| Especificaciones | El vaso es elaborado bajo las condiciones sanitarias que no perjudiquen la salud como el papel biodegradable |
| Empaque | Se realiza bolsas plásticas de papel biodegradable bajo condiciones normales de almacenamiento |
| Presentación | Tamaño de 7 onzas en bolsas de 25 y 50 unidades. |

4.5 Descripción de puestos del proyecto

De acuerdo con la tecnología y la maquinaria seleccionada se ha seleccionado el tipo de recursos a utilizar, ya que es necesario contar con el talento humano en la participación operativa y administrativa para poder ejecutar las actividades que lleva a cabo el proyecto.

- **Presidente:** Vela por el resultado de la unidad de negocio y es el enlace comercial a nivel internacional y local y representa la compañía en las asociaciones del sector. Representante legal de la compañía.
- **Vice-presidente:** Vela por las operaciones financieras de la empresa para obtener los mejores resultados en términos económicos, maximizando los mejores intereses de los Accionistas.
- **Director General:** Se encarga de la asignación de recursos, el compromiso y la participación activa en el seguimiento de los beneficios de la empresa, sistemas de calidad, salud, seguridad, medio ambiente y seguridad física.

- **Gerente de logística:** se enfoca de forma general en dirigir, coordinar y supervisar las actividades de compras de materiales y equipos diversos para la organización.
- **Gerente de mantenimiento:** se encarga de llevar a cabo la supervisión general dirige, coordina y supervisa las labores de reparación, mantenimiento y limpieza de equipos y planta física de la organización.
- **División de almacén:** se encarga de dirigir, coordinar y supervisar las actividades de recepción, custodia y entrega de materiales y equipos en la institución.
- **División de recepción de mercancías:** Bajo supervisión general, dirige, coordina, organiza y supervisa las actividades relacionadas con la recepción, despacho y archivo de correspondencias variadas en la institución.
- **Distribución:** se encarga de la supervisión general, dirige, coordina, supervisa y controla el uso y mantenimiento de los artículos de la organización.
- **Gerente de contabilidad:** se encarga periódicamente de realizar labores de registro, preparación y control de las operaciones contables de la organización.

- **Asistente de contabilidad:** Es quien realiza la parte operativa de este departamento, es decir, registro de transacciones bancarias, registro de facturas, reportes de ventas, reporte de compras, preparación impuestos, cuentas por pagar y cuentas por cobrar.
- **Encargado de créditos y cobros:** se encarga de planificar, dirigir y coordinar las políticas de créditos y cobros, procurando minimizar los riesgos del crédito otorgado, velando por la recuperación oportuna de los balances pendientes y el cumplimiento de los procesos y disposiciones internas, garantizando, además la permanencia y satisfacción del cliente.
- **Gerente administrativo:** Controlar las actividades de administración de una unidad, elaborando e interpretando las herramientas contables, tales como: registros, estados de cuenta, cuadros demostrativos, estados financieros, presupuesto y otras necesarias para garantizar la efectiva distribución y administración de los recursos materiales y financieros.
- **Asistente Administrativo:** Es quien se encarga de las operaciones básicas administrativas de la empresa.
- **Supervisora de Servicios Generales y Administración:** Es quien supervisa todas las áreas, asegurándose de la condición y gestionando los servicios necesarios para el buen funcionamiento de la institución en

general incluyendo las comunicaciones, el suministro de materiales gastables, entre otras.

4.6 Análisis de la producción de plásticos

El proceso que lleva a cabo para obtener los vástagos en el tronco de banano son:

1. Corte el vástago en trozos, del mayor largo posible.
2. Quitar las vainas del vástago, una por una, dependiendo del grosor de la planta.
3. Poner las vainas al sol, bien separadas una de otra, para que se sequen.
4. Dejar las vainas al sol durante un día o hasta que vea que están secas, pero no quebradizas.
5. Dividir cada vaina en secciones angostas (unos 3 centímetros de ancho). Entre más delgado el trozo de vaina, menos fuerte la cuerda.
6. Se procede en enrollar la vaina y ya tiene su cuerda

Para la descripción del proceso de la planta procesadora de vasos desechables biodegradable se lleva a cabo la introducción de la materia prima en las condiciones que debe de tener los tiempos de producción, entrega y pedido. El proceso de fabricación de vasos es:

1. Selección de la materia prima
2. Alistamiento de la maquina con la materia prima

3. Proceso de conformación de vasos en la maquina
4. Agrupación de vasos en 25 unidades
5. Empaque y sellado de vasos en bolsas plásticas
6. Almacenamiento de la producción en la bodega
7. Limpieza de maquinaria y área de trabajo
8. Fin del proceso

Etapas de la producción del plástico para la elaboración de vasos y platos

- **Separación final y limpieza:** Se realiza en forma manual. Su objetivo es, por una parte, clasificar el material en forma definitiva y, por otra, eliminar las impurezas gruesas del material, tal como etiquetas o corchetes,
- **Molienda:** La molienda es un trabajo que lleva a cabo fuerza de tensión, compresión y corte, ya que los plásticos son separados son molidos y es necesario que sean sometidos a este proceso para que no sean contaminados.
- **Lavado:** El proceso de lavado se ejerce con una máquina lavadora y tiene por objeto desprender los restos orgánicos, y otros contaminantes del material plástico molido. Su actividad final se ejerce se en la máquina secadora.
- **Secado:** Se eliminan a través de esta etapa los restos de humedad.

- **Extrusión:** La extrusión se obtiene con derretir el material en la masa unidad, donde el material debe ser limpiado en un filtrado en la salida y se colocan los aditivos adecuados para la propiedad del material.
- **Pelletización:** Este proceso se obtiene en el sólido obtenido en el proceso anterior pasa por un molinillo o pelletizadora en donde es cortado en pequeños pedazos para poner fin al proceso.
- **Almacenado:** El material es retornado para su reutilización, ya que el plástico granulado reciclado es embalado en sacos de 25kg y posteriormente pesados para ser vendidos.

El control de calidad en las actividades que lleva a cabo el proceso de fabricación y conversión de la materia prima conlleva los ingredientes en la inspección de los puntos sobre el control de proceso y en la producción final. Para la fabricación de vasos y platos la selección de la materia prima se extrae por medio del tronco de banano que es un elemento natural que nos proporciona el medio ambiente para la fabricación de los artículos.

En la aplicación de los procesos se debe de tener en cuenta la higiene en cada una de las operaciones para mantener las maquinas preparadas para el proceso de fabricación. El control inicia desde la materia prima hasta el empaque y sellado del producto. El mantenimiento asegura que las operaciones de la maquinas se realicen bajo las condiciones óptimas para su entrega final.

4.7 Constitución legal de la empresa

Para registrar el nombre Comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI) de debe

- Llenar formulario de registro anexo.
- Llevar copia de la cédula.
- Pagar suma correspondiente a \$4,755.00.

Si se quiere recibir copias adicionales de los documentos depositados se debe pagar una tarifa adicional y depositar los documentos de lo que se quiere obtener la certificación RD\$1,000.00 por cada certificación

Registro Cámara de comercio

Luego de registrado en ONAPI, se procede al registro en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo. La Cámara de Santo Domingo posee una plataforma donde puedes llenar interactiva-mente el formulario, pues de acuerdo al monto del capital es la tarifa; además de si se quiere un servicio ordinario o VIP.

El capital de inversión sería de RD\$10, 000,000.00 la tarifa ordinaria sería de **RD\$20,000.00**, además con esto hay que presentar los datos originales de los documentos relacionados con la constitución de la empresa:

- Acta Constitutiva
- Estatutos Sociales
- Nómina de Accionistas

4.8 Análisis de los factores ambientales

El impacto ambiental que produce la nueva empresa de artículos desechables en el mercado dominicano genera una incidencia significativa sobre el medio ambiente, ya que reduce el impacto ambiental en la fabricación de vasos desechables en la producción de la materia prima y la distribución del producto final. Al crearse esta empresa se genera una economía local, debido a que aumentaría los clientes potenciales y proporciona un valor de apreciación en cuidar y proteger el medio ambiente.

La naturaleza de estos aditivos no genera ningún problema al medio ambiente, porque son procesos que son referentes en cumplir con los requisitos para el uso y control de la gestión ambiental. El almacenamiento de los aditivos no genera ningún contaminante al medio ambiente, ya que una vez se concluye con el producto final y en su degradación los productos que expulsa no son contaminantes para el entorno y daños a la salud.

Según las disposiciones que emite la ley 64-00 en la aplicación de las medidas que debe de tener toda empresa en cuanto a los factores ambientales, en no perjudicar la salud de los habitantes y no destruir los ecosistemas. La organización genera un proceso de desarrollo sostenible por ser una empresa ecológica proyectando en el mercado como un empresa diferentes que tendrá un aporte en mejorar la calidad de vida de las personas y en la protección de la salud del medio ambiente aprovechando los recursos naturales que nos ofrece la misma.

La organización promueve una educación ambiental favorable por la obtención del tronco de banano para poder fabricar los artículos desechables sin efectuar en el ambiente desechos tóxicos que pongan en peligro el estado físico de las personas. Por medio de una responsabilidad social que cuente con programas sobre la conservación y el uso de los recursos naturales bajo un esquema que garantice el bienestar de la población.

Capítulo V:

Descripción Del Estudio Financiero



Capítulo V: Descripción Del Estudio Financiero

5.1 Financiamiento de la inversión

Para realizar un análisis financiero se ha desarrollado un modelo que contiene las variables sobre el análisis económico que se incluye en los diversos escenarios para el aumento de los volúmenes de ventas, precios, incrementos que tienen una repercusión en los costos hasta la descripción del personal.

La inversión inicial del plan de negocios tiene una inversión inicial de 6,500,000 pesos, donde incluyen los activos fijos, sobre el capital y los activos diferidos. El financiamiento de la inversión incluye.

| Financiamiento de inversión | Cantidad |
|---------------------------------------|-----------------|
| Recursos propios | 3,000,000 |
| Préstamo del banco de reservas | 3,500.000 |
| Total de inversión | 6,500.000 |

La forma de inversión será con un 45% de recursos propios y un 55% con la aportación de un préstamo a través del Banco del Reservas, donde se obtendrá el mismo con los siguientes detalles:

| | |
|-------------------------|----------------------|
| Préstamo | 3,500,000 |
| Tasa de interés | 12.5% |
| Números de pagos | 120 |
| Fecha de inicio | 28 de enero del 2019 |
| Cuota mensuales | 32,515.20 |

El préstamo será de 3,500,000.00 con un tasa de interés de un 12.4% en un tiempo estimado de 10 años para completar el monto de préstamo.

5.2 Análisis del presupuesto de los presupuesto requeridos para el proyecto

Los presupuestos que se incluyen en el análisis de la descripción para la construcción del análisis financiero forman una parte esencial para los requerimientos necesarios sobre cada uno de los recursos, maquinarias, equipos y gastos que componen el plan de negocio en la composición de todos los instrumentos necesarios para la realización de los procesos operativos.

Los materiales para la incorporación del plan de negocio radican sobre los costos de la organización como el soporte financiero que detalla los costos y gastos que se agregan para una comprensión financiera. Los procesos financieros forman una parte vital en los presupuestos estimados en el desenvolvimiento correcto de la prestación del servicio para aumentar un servicio con calidad y la rentabilidad de los procesos internos de la organización.

Descripción de los equipos

| Activo | Cantidad | Costo unitario | costo total |
|------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------------|
| Muebles de oficina | 4 | RD\$23,200.00 | RD\$92,800.00 |
| Sistema computarizado | 5 | RD\$14,210.00 | RD\$71,050.00 |
| Computadoras | 20 | RD\$8,500.00 | RD\$170,000.00 |
| Sistema de ponche | 1 | RD\$5,240.00 | RD\$5,240.00 |
| Impresora | 5 | RD\$6,890.00 | RD\$20,670.00 |
| Router wifi disco | 2 | RD\$1,800.00 | RD\$3,600.00 |
| Aire acondicionado | 3 | RD\$25,800.00 | RD\$77,400.00 |
| Archivero | 17 | RD\$2,250.00 | RD\$38,250.00 |
| Escritorio modular | 15 | RD\$6,300.00 | RD\$94,500.00 |
| Escritorio ejecutivo | 5 | RD\$7,600.00 | RD\$38,000.00 |
| Mesa para conferencia | 1 | RD\$15,600.00 | RD\$16,600.00 |
| Sillón ejecutivo | 5 | RD\$7,400.00 | RD\$37,000.00 |
| Sillas | 15 | RD\$1,300.00 | RD\$19,500.00 |
| Teléfonos | 20 | RD\$500.00 | RD\$10,000.00 |
| Total | | | RD\$694,610.00.00 |

Descripción de los materiales de producción de la maquinaria

| Materiales de producción | de | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
|---------------------------------|-----------|-----------------|-----------------------|-----------------------|
| Trituradora | | 1 | RD\$4,560.00 | RD\$4,560.00 |
| Tambor aplanador | | 2 | RD\$3,200.00 | RD\$6,400.00 |
| Escurreidor artesanal | | 1 | RD\$9,300.00 | RD\$9,300.00 |
| Tolda de mezcla | | 2 | RD\$8,300.00 | RD\$16,600.00 |
| Maquina cortadora | | 1 | RD\$7,800.00 | RD\$7,800.00 |
| Cinta trasportadora | | 1 | RD\$30,200.00 | RD\$30,200.00 |
| Maquina lavadora | | 1 | RD\$45,300.00 | RD\$45,300.00 |
| Secadora | | 1 | RD\$42,980.00 | RD\$42,980.00 |
| Molino | | 1 | RD\$28,910.00 | RD\$28,910.00 |
| Maquina recuperadora | | 1 | RD\$39,230.00 | RD\$39,230.00 |
| Balanza industrial | | 1 | RD\$50,700.00 | RD\$50,700.00 |
| Cinta trasportadora | | 1 | RD\$39,130.00 | RD\$39,130.00 |
| Total | | | | RD\$321,110.00 |

Gastos de materia prima

Dentro de los gastos de la materia prima se incluyen cada uno de los componentes para la elaboración de los diversos productos a través del tronco de banano, que se detalla en la descripción del paquete sobre el costo de producción

| Materia prima | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
|-------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------------|
| Tronco de banano | No aplica | No aplica | No aplica |
| Neogreene | 50 | 40 | RD\$2,000.00 |
| Tubo metálico | 10 | 2,500 | RD\$25,000.00 |
| Colbon | 10 | 3,500 | RD\$35,000.00 |
| Puntilla | 20 | 1,800 | RD\$36,000.00 |
| Tintilla | 20 | 1,200 | RD\$24,000.00 |
| Total | | | RD\$122,000.00 |

5.3 Costos de los operativos

Dentro de los gastos variables y fijos se encuentran cada uno de los servicios fijos que son una parte importante para la producción de la elaboración de los materiales biodesechables, donde se incluyen el análisis de los costos operativos. Los gastos de agua potable, electricidad, teléfono e internet están incluidos en los servicios básicos los mismos que se generan mensualmente.

Los costos fijos no dependen directamente de la producción, es decir que son independientes a la operación; se produzca o no deben ser cancelados tales como son los salarios, publicidad, servicios básicos; mientras que los costos variables, tal como la materia prima varían dependiendo al nivel de producción que tenga la empresa.

A continuación se presentan los costos y gastos fijos de la organización en donde se muestra el presupuesto del gastos del proyecto anual para el primer año, en él se ven reflejados los Gastos Administrativos, Operativos, de publicidad, en la cual es importante resaltar los gastos de depreciación en el método de depreciación que se determinó a través fue el de línea recta a cinco años para los equipos.

Costos Fijos

| Costos Fijos mensuales | Valor | Valor anual |
|-------------------------------|---------------|-------------------------|
| Alquiler del local | RD\$55,000.00 | RD\$660,000.00 |
| Energía eléctrica | RD\$16,000.00 | RD\$192,000.00 |
| Agua y basura | RD\$1,200.00 | RD\$14,400.00 |
| Préstamo | RD\$32,515.20 | RD\$426,182.00 |
| Sueldos | | RD\$4,920,000.00 |
| Cable y wifi | RD\$4,500.00 | RD\$54,000.00 |
| Mantenimiento | RD\$2,000.00 | RD\$24,000.00 |
| Total | | RD\$6,290,582.00 |

Costos variables

| Costo variable | Valor | Valor anual |
|-----------------------|---------------|-----------------------|
| Suministro de oficina | RD\$24,500.00 | RD\$24,000,00 |
| Caja chica | RD\$5,000.00 | RD\$60,000.00 |
| Software de trabajo | RD\$15,000.00 | RD\$180,000.00 |
| Total | | RD\$264,000.00 |

5.4 Análisis de los gastos administrativos

Los materiales de oficina son parte del trabajo diario que realizan los empleados y deben de estar en las mejores condiciones para garantizar la armonía del lugar, en este se integran los diversos recursos, donde son el apoyo que requieren los empleados para ejercer todas las actividades correspondiente al trabajo que realiza.

| Recursos | Cantidad | Costo | Costo total |
|----------------|-----------|-------|----------------------|
| Lápices | 80 unidad | 160 | RD\$12,800.00 |
| Lapiceros | 80 unidad | 160 | RD\$12,800.00 |
| Folder | 50 cajas | 130 | RD\$6,500.00 |
| Grapadora | 12 unidad | 120 | RD\$1,440.00 |
| Resma de papel | 100 resma | 90 | RD\$9,000.00 |
| Correctores | 30 unidad | 40 | RD\$1,200.00 |
| Total | | | RD\$43,740.00 |

5.5 Gastos de publicidad

Los gastos de publicidad constituyen una inversión fundamental para la puesta en marcha del plan de negocios, debido a que son los medios en que se

comercializara la imagen de la empresa en el mercado potencia que se espera enfocarse, ya que debe de contar con publicaciones en los diversos medios tradicionales y digitales por medio de las redes, manejo de páginas web y sobre todos el evento de entrada del lanzamiento para promocionar el producto por medio de la introducción en el mercado a través de sus diversas opciones en el desarrollo sustentable del medio ambiente.

| Medios | Tiempo de inversión | Costo |
|-------------------------------|----------------------------|----------------------|
| Redes sociales | Mensual | RD\$12,500.00 |
| Radio | Cada dos meses | RD\$8,500.00 |
| Periódico Diario libre | Cada dos semanas | RD\$7,200.00 |
| Página web | Mensual | RD\$15,800.00 |
| Evento de lanzamiento | Un sola vez | RD\$30,400.00 |
| Total | | RD\$74,400.00 |

5.6 Composición legal del proyecto

| Gastos de constitución | Valor RD\$ |
|-------------------------------|-------------------|
| Gasto total | 20,255.00 |

Elaboración con Recurso Propio

5.7 Detalle del presupuesto de la descripción de puestos

En esta parte se registran la descripción de la nómina de empleados, con los salarios dispuesto en la ley dominicana. El detalle de los gastos administrativos en el número de personas y puestos que requiere la empresa para poner en marcha las actividades correspondientes al tipo de actividad que se enfoca realizar.

| Puesto | Cantidad | Salario mensual | Salario mensual anual |
|---|-----------------|------------------------|------------------------------|
| Presidente | 1 | RD\$45,000 | RD\$540,000.00 |
| Vicepresidente | 1 | RD\$440,000.00 | RD\$480,000.00 |
| Director general | 1 | RD\$38,000.00 | RD\$456,000.00 |
| Gerente de logística | 1 | RD\$35,000.00 | RD\$420,000.00 |
| Gerente de mantenimiento | 1 | RD\$35,000.00 | RD\$420,000.00 |
| Encargado de almacé | 1 | RD\$30,000.00 | RD\$360,000.00 |
| recepción de mercancías | 3 | RD\$25,000.00 | RD\$360,000.00 |
| Técnicos | 4 | RD\$22,000.00 | RD\$264,000.00 |
| Gerente de contabilidad | 1 | RD\$35,000.00 | RD\$420,000.00 |
| Asistente de contabilidad | 1 | RD\$20,000.00 | RD\$240,000.00 |
| Encargado de créditos y cobros | 1 | RD\$35,000.00 | RD\$420,000.00 |
| Gerente administrativo | 1 | RD\$35,000.00 | RD\$420,000.00 |
| Asistente administrativo | 1 | RD\$20,000.00 | RD\$240,000.00 |
| Supervisora de servicios generales | 1 | RD\$20,000.00 | RD\$240,000.00 |
| Total | | . | RD\$4,920,000.00 |

5.8 Ventas proyectadas

En el siguiente esquema se detalla la proyección de ventas referentes a los materiales biodegradables en envases, platos y vasos en el primer año de desarrollo del plan de negocios, que se calcula en base al segmento de mercado y a las posibles ventas que se generaran en los primeros 12 meses.

| Meses | Precio | Total de unidad | Total, en pesos |
|-------------------|---------------|------------------------|------------------------|
| Enero | 1,600 | 500 | 800,000 |
| Febrero | 1,600 | 620 | 992,000 |
| Marzo | 1,600 | 789 | 262,400 |
| Abril | 1,600 | 934 | 494,400 |
| Mayo | 1,600 | 870 | 393,600 |
| Junio | 1,600 | 1,240 | 984,000 |
| Julio | 1,600 | 1,560 | 497,600 |
| Agosto | 1,600 | 1,089 | 742,400 |
| Septiembre | 1,600 | 910 | 456,910 |
| Octubre | 1,600 | 1,020 | 632,000 |
| Noviembre | 1,600 | 1,010 | 616,000 |
| Diciembre | 1,600 | 1,060 | 696,000 |
| Total | | 11,603 | 9,934,910.00 |

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio muestra que es necesario vender como mínimo 11,603.00 unidades al año con un total de ventas de RD\$9,934,910.00 para que la empresa no genere pérdida y se mantenga de forma estable.

| Punto de equilibrio | Año 1 |
|---------------------------------|------------------|
| Ventas | RD\$9,934,910.00 |
| Ventas en unidades | RD\$11,603.00 |
| Costos directos | RD\$6,290,582.00 |
| Costos indirectos | RD\$264,000.00 |
| Punto de equilibrio | RD\$6,290,581.97 |
| Punto de equilibrio en % | 72.5% |
| Punto de equilibrio | 542.15 |

5.9 Balance general

Los estados Financieros se presentan para evaluar a partir de los resultados obtenidos en las proyecciones de ventas, capital inicial, cálculo de nómina, costos de la deuda a largo plazo y los requerimientos tributarios legales.

| BALANCE GENERAL | |
|-------------------------|-------------------|
| ACTIVOS | |
| Activo corriente | RD\$3,000,000.00 |
| Caja | RD\$ 3,000.000.00 |

| | |
|--|--------------------------|
| ACTIVO FIJOS NETOS | |
| Maquinaria y equipo | RD\$694,610.00 |
| Producción de maquinaria | RD\$321,110.00 |
| Materia prima | RD\$122,000.00 |
| Total de depreciación acumulada | (RD\$30,000.00) |
| | |
| Total Activos | RD\$4,107,720.00 |
| | |
| PASIVOS | |
| Cuentas por pagar | 15,059.80 |
| Impuesto de renta por pagar | RD\$ 1,078,018.20 |
| Pasivos a largo plazo | |
| Total de pasivos | RD\$4,103,000.00 |
| CAPITAL | |
| Capital Social | RD\$100,000.00 |
| Resultados del Periodo | RD\$ 2,914,642.00 |
| Total de pasivos y capital | RD\$4,107,720.00 |

5.10 Estado de resultados

A continuación se presenta el estado de resultado que incluye los escenarios intermedarios que se deben de tener en cuenta en las proyecciones en ventas para el primer año.

ESTADO DE RESULTADO

| | | |
|-------------------------------|------------------|--------------------------|
| Ingresos por ventas | RD\$9,934,910.00 | |
| Ventas | | RD\$9,934,910.00 |
| Gastos administrativos | | |
| Gastos de nomina | RD\$4,920,000.00 | |
| Gastos de publicidad | RD\$74,400.00 | |
| Gastos de materiales | RD\$43,740.00 | |
| | RD\$5,038,140.00 | RD\$4,896,770.00 |
| Gastos operativos | | |
| Compra de materia prima | RD\$321,110.00 | |
| Costos de producción | RD\$122,000.00 | |
| | | |
| Total | RD\$154,110.00 | RD\$4,742,660.00 |
| Interese de prestamos | RD\$750,00.00 | |
| Utilidad antes del impuesto | | RD\$3,992,660.00 |
| Impuesto sobre la renta 27% | RD\$1,078,018.20 | |
| Utilidad neta | | RD\$ 2,914,642.00 |

CONCLUSIÓN

En todo el desarrollo de este proyecto es notable que este tipo de empresa de artículos desechables de proveniencia orgánica, a pesar de que es algo nuevo para el mercado dominicano, es un proyecto sustentable con el tiempo, y tiene mucho alcance ecológico y mucho campo por recorrer e investigar.

Los resultados arrojados por los estudios realizados demuestran que este es un mercado en expansión y explotable, con grandes oportunidades de crecimiento. La localización elegida para este proyecto fue analizada y estudiada y mediante estos estudios se demuestra que el proyecto arroja frutos positivos no solo en esta área si no en el país en general.

El proyecto contara con varias fases, pero en este estudio la orientación principal ha sido basado solo en la primera.

RECOMENDACIONES

Ya como recomendaciones finales para este proyecto sugerimos, que deben hacer estudios más frecuencia de los daños que causan al medio ambiente la utilización de plásticos y desechos que no son biodegradables.

Además sería de suma importancia que se regulen y se promuevan más leyes que velen por el cumplimiento responsable, ético y medido de la producción de plástico en la República Dominicana.

Y por último un aporte importante que incentivaría este tipo de negocio y permitiría mayor impulso sería la formación de las sociedades que promuevan el uso de este tipo de productos biodegradables que son nocivos al medio ambiente, ya sea a través de campañas y comunicados emitidos a grupos de interés.

BIBLIOGRAFÍA

Borello, A. (2007). El plan de negocios. Ediciones Díaz de Santos.

Carbajal, L. (3 de 6 de 2011). blogspot. Obtenido de <http://tecnologiasirene.blogspot.com/2011/06/la-importancia-de-los-plasticos-en-la.html>

Castells, X. E. (2012). Los plásticos residuales y sus posibilidades de valoración.

Comisión Europea. (2011). Banana stems transformed in Martinique. Comisión Europea.

Cyr, L. (2009). Crear un plan de negocios. Harvard Business Publishing.

DeGarmo, E. P. (2010). Materiales y procesos de fabricación.

Espinoza, B. (13 de 8 de 2016). plantasyremedios. Obtenido de <https://www.plantasyremedios.com/jugo-tallo-de-banano-y-sus-beneficios-para-la-salud/>

FAO. (2018). Asociación de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s03.htm>

Federico. (30 de 5 de 2018). zonaeconomica. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Fernandez, F. J. (2006). Estudio de Mercado: Guía para elaborar un estudio de mercado.

Férre, J. M. (2009). Los estudios de mercado: Como hacer un estudio de mercado de forma practica. Ediciones Santos.

García, D. p. (26 de 2 de 2010). blogspot. Obtenido de <http://plandenegociositos2010.blogspot.com/2010/02/caracteristicas-de-un-buen-plan-de.html>

- HIDALGO, D. F. (4 de 8 de 2012). lapatria. Obtenido de <http://www.lapatria.com/campo/saquele-provecho-al-tronco-del-banano-11762>
- Horngren, C. T. (2009). Introducción a la contabilidad financiera.
- León, A. (2008). Cómo armar un plan de negocios. Venezuela.
- Miranda, J. J. (2008). Gestión de proyectos.
- Mukhopadhyay, S., Fangueiro, R., Arpaç, Y., & Şentürk, Ü. (2008). Banana Fibers – Variability and Fracture Behaviour. Minho: University of Minho.
- Padilla, M. C. (2007). Formulación y evaluación de proyectos.
- Portilla, A. (2007). Divulgación de conocimientos científicos sobre la plantas mas útiles y conocidas en Colombia, su valor alimenticio, medicinal e industrial.
- Porto, J. P. (2015). definicion. Obtenido de <https://definicion.de/plastico/>
- Ribera, A. (2006). Análisis y conceptualización de temas y términos relacionados a la gestión integral de los recursos naturales renovables.
- Rosales, E. (4 de 10 de 2017). es.hair-action.com. Obtenido de <http://es.hair-action.com/salud-y-bienestar/es-el-jugo-del-tallo-del-platano-eficaz-para-las-piedras-de-rinon-y-la-perdida-del-peso/>
- Shujel. (16 de 11 de 2008). blog-emprendedor. Obtenido de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Snarskis, M. J. (2008). Compendio de agronomía tropical, Volumen 2.
- Velasco, F. (2007). Aprender a elaborar un plan de negocio. Editorial Paidós.

Anexos

Anexo 1

Encuesta

Cantidad de empleados 30

Tipo de encuesta: encuesta cerrada

1. ¿Sabes que son productos ecológicos?
 - a) si
 - b) no

2. ¿Qué indicador es más importante a la hora de adquirir un producto?
 - a) precio
 - b) calidad
 - c) diseño
 - d) marca
 - e) envase
 - f) medio ambiente
 - g) servicio

3. ¿Qué tipo de productos ecológicos ha consumido o le interesan?
 - a) Alimentos frescos o congelados
 - b) Nutrientes alimenticios
 - c) Desechables (papel, vasos, contenedores)

- d) Decoración y muebles
- e) Cuidado personal y cosméticos
- f) Artículos de oficina (hojas, folder)
- g) Limpieza en general

4. ¿Con que frecuencia consume productos biodegradables?

- a) Diario
- b) Una vez a la semana
- c) Una vez al mes
- d) Rara vez
- e) No lo consumo

5. Te sientes satisfecho con los productos biodegradables

- a) si
- b) no

6. ¿De qué manera compra o compraría un producto biodegradables?

- a) Visitando una tienda
- b) Por internet
- c) Servicio a domicilio
- d) En eventos ecológicos

7. Le parece interesante contar con productos biodegradables

- a) Muy bien
- b) Interesante
- c) Regular
- d) No muy interesante

8. Está de acuerdo que las empresas promuevan actividades en prevención con el medio ambiente

- a) Si
- b) No

Anexo 2

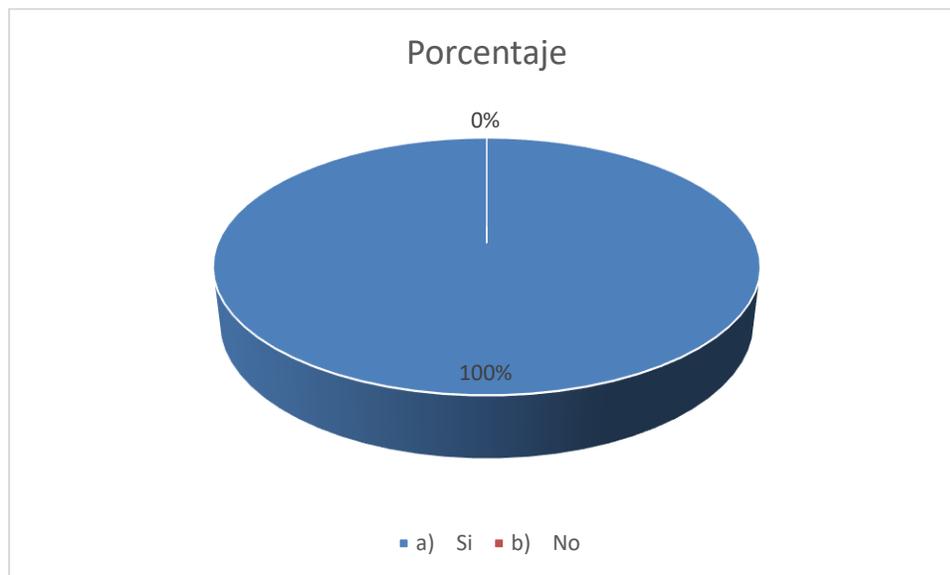
Resultados

Tipo de encuesta: respuestas múltiples

Muestra: 30 personas

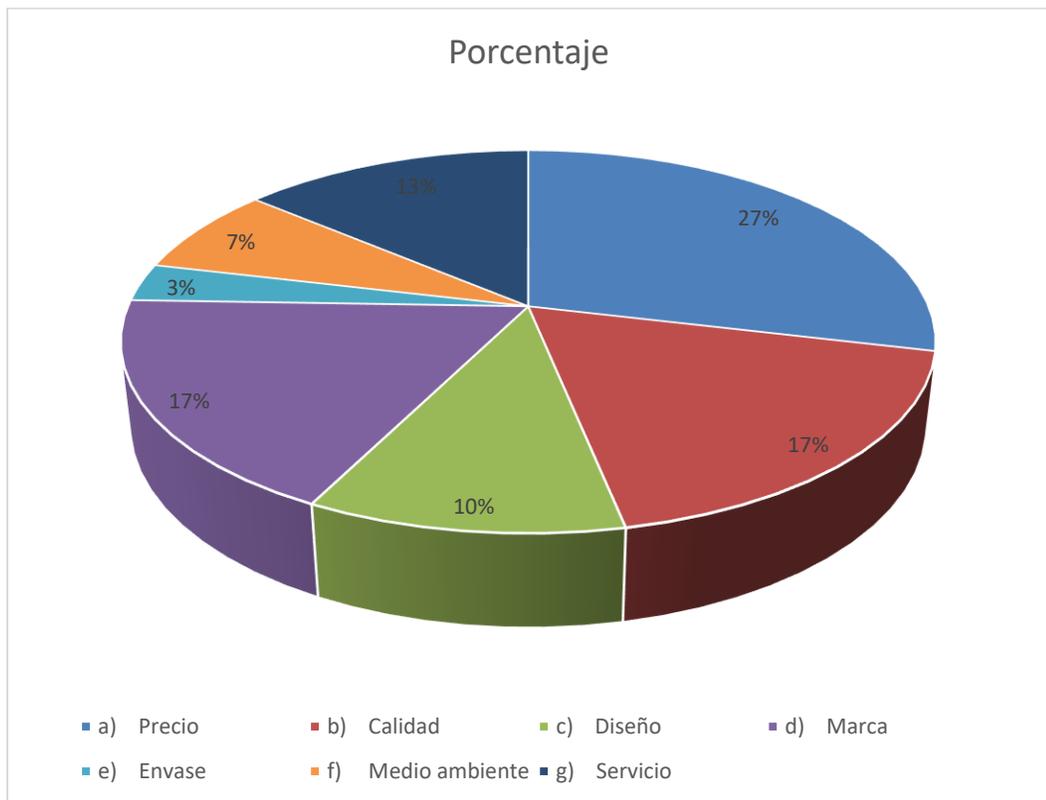
1. ¿Sabes que son productos ecológicos?

| Alternativas | Frecuencias | Porcentaje |
|--------------|-------------|------------|
| a) Si | 30 | 100% |
| b) No | 0 | 0% |
| Totales | 30 | 100% |



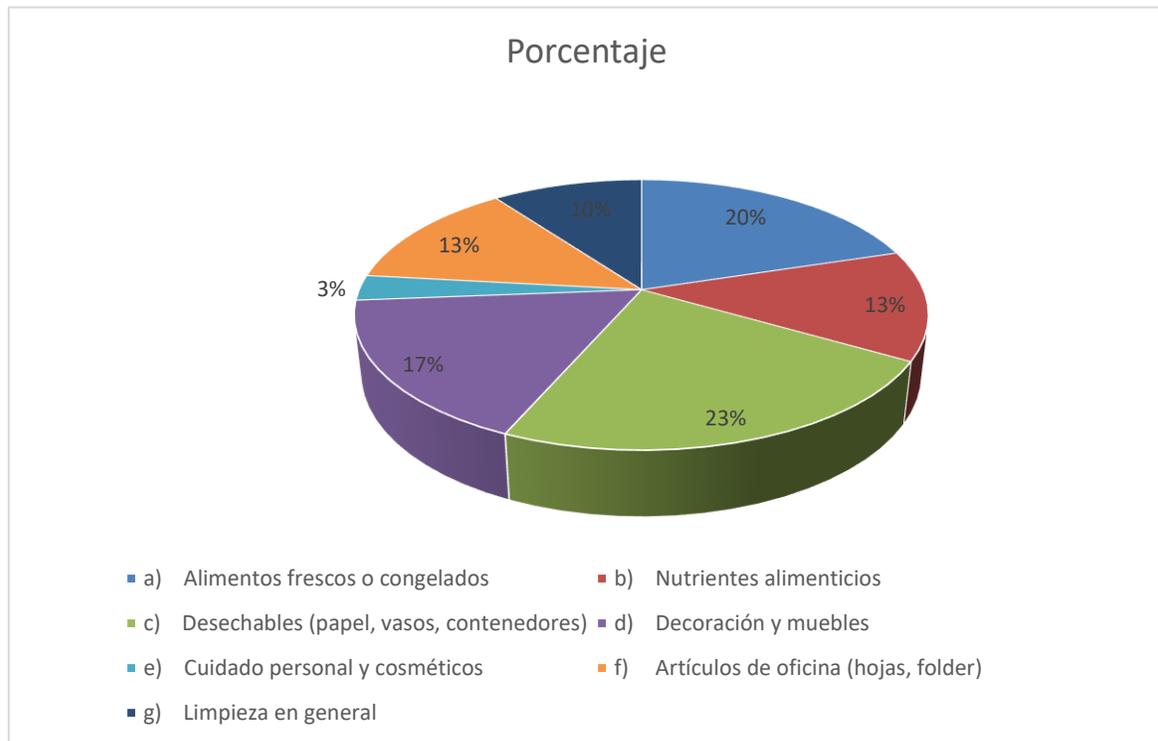
2. ¿Qué indicador es más importante a la hora de adquirir un producto?

| Alternativas | Frecuencias | Porcentaje |
|-------------------|-------------|------------|
| a) Precio | 8 | 27% |
| b) Calidad | 5 | 17% |
| c) Diseño | 3 | 10% |
| d) Marca | 5 | 17% |
| e) Envase | 1 | 3% |
| f) Medio ambiente | 2 | 7% |
| g) Servicio | 4 | 13% |
| Totales | 30 | 100% |



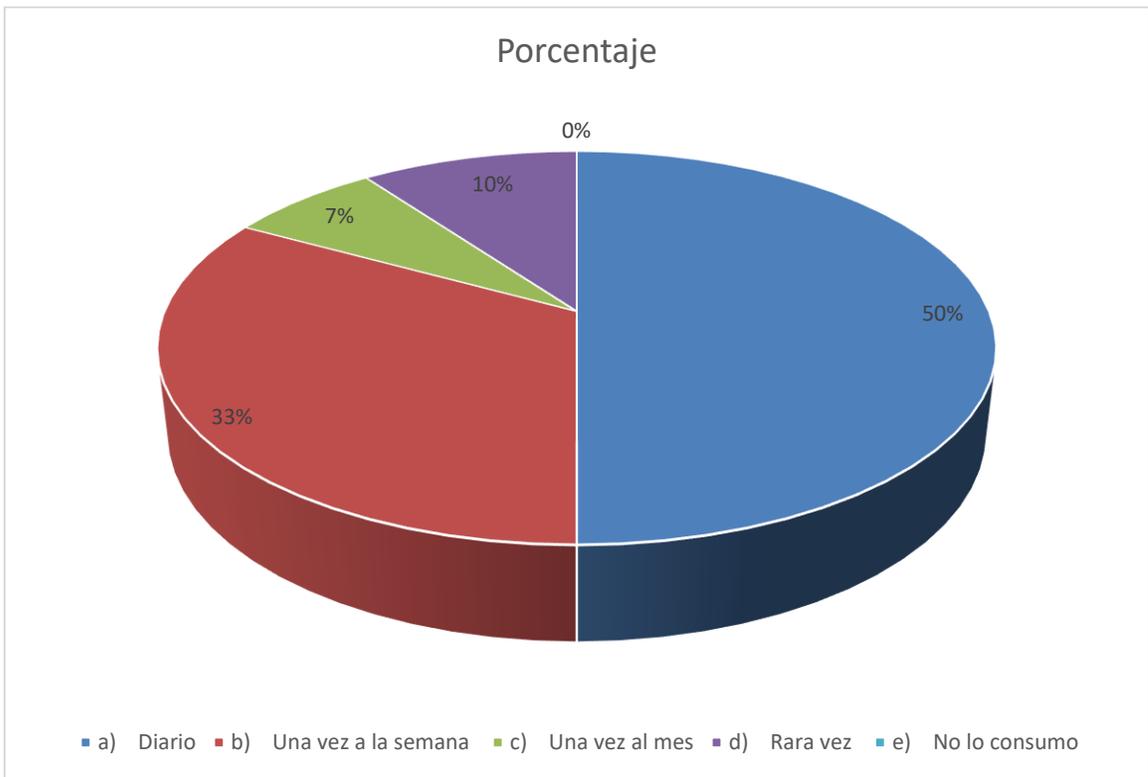
3. Qué tipo de productos ecológicos ha consumido o le interesan?

| Alternativas | Frecuencias | Porcentaje |
|---|-------------|------------|
| a) Alimentos frescos o congelados | 6 | 20% |
| b) Nutrientes alimenticios | 4 | 13% |
| c) Desechables (papel, vasos, contenedores) | 7 | 23% |
| d) Decoración y muebles | 5 | 17% |
| e) Cuidado personal y cosméticos | 1 | 3% |
| f) Artículos de oficina (hojas, folder) | 4 | 13% |
| g) Limpieza en general | 3 | 10% |
| Totales | 30 | 100% |



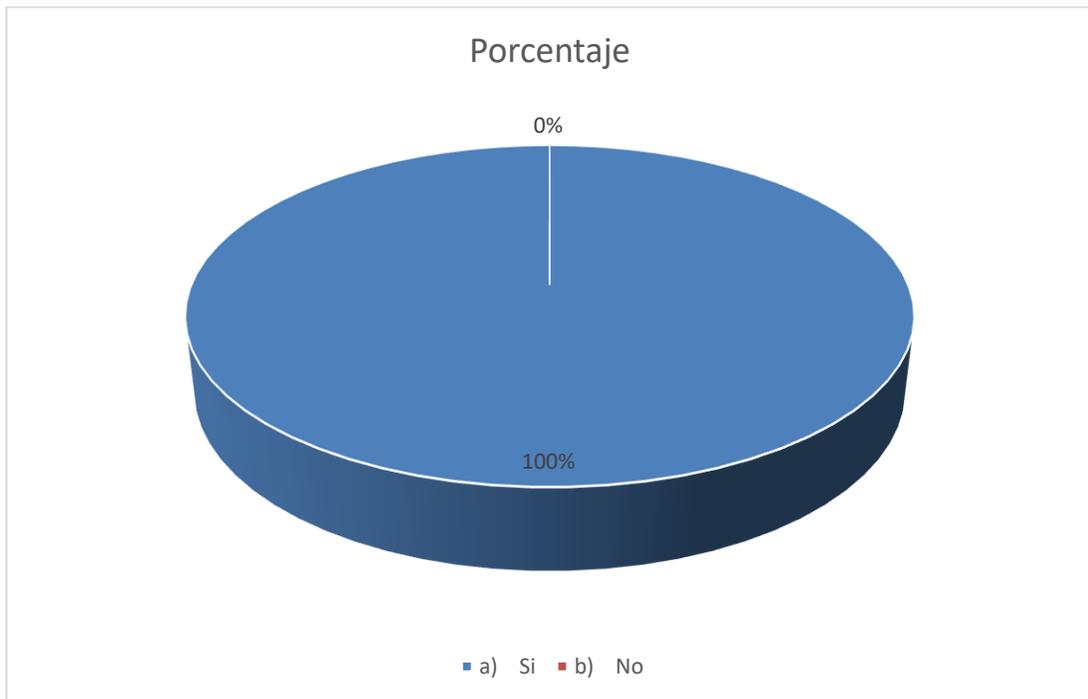
4. ¿Con que frecuencia consume productos biodegradables?

| Alternativas | Frecuencias | Porcentaje |
|------------------------|-------------|------------|
| a) Diario | 15 | 50% |
| b) Una vez a la semana | 10 | 33% |
| c) Una vez al mes | 2 | 7% |
| d) Rara vez | 3 | 10% |
| e) No lo consumo | 0 | 0% |
| Totales | 30 | 100% |



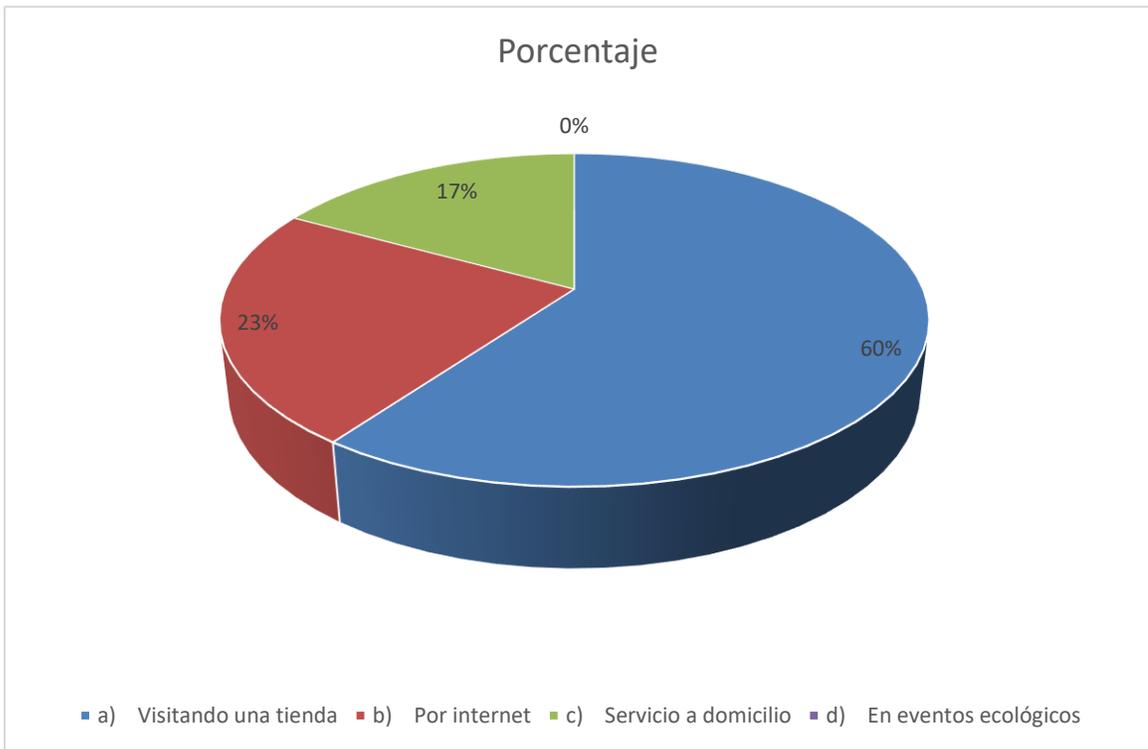
5. Te sientes satisfecho con los productos biodegradables

| Alternativas | Frecuencias | Porcentaje |
|--------------|-------------|------------|
| a) Si | 30 | 100% |
| b) No | 0 | 0% |
| Totales | 30 | 100% |



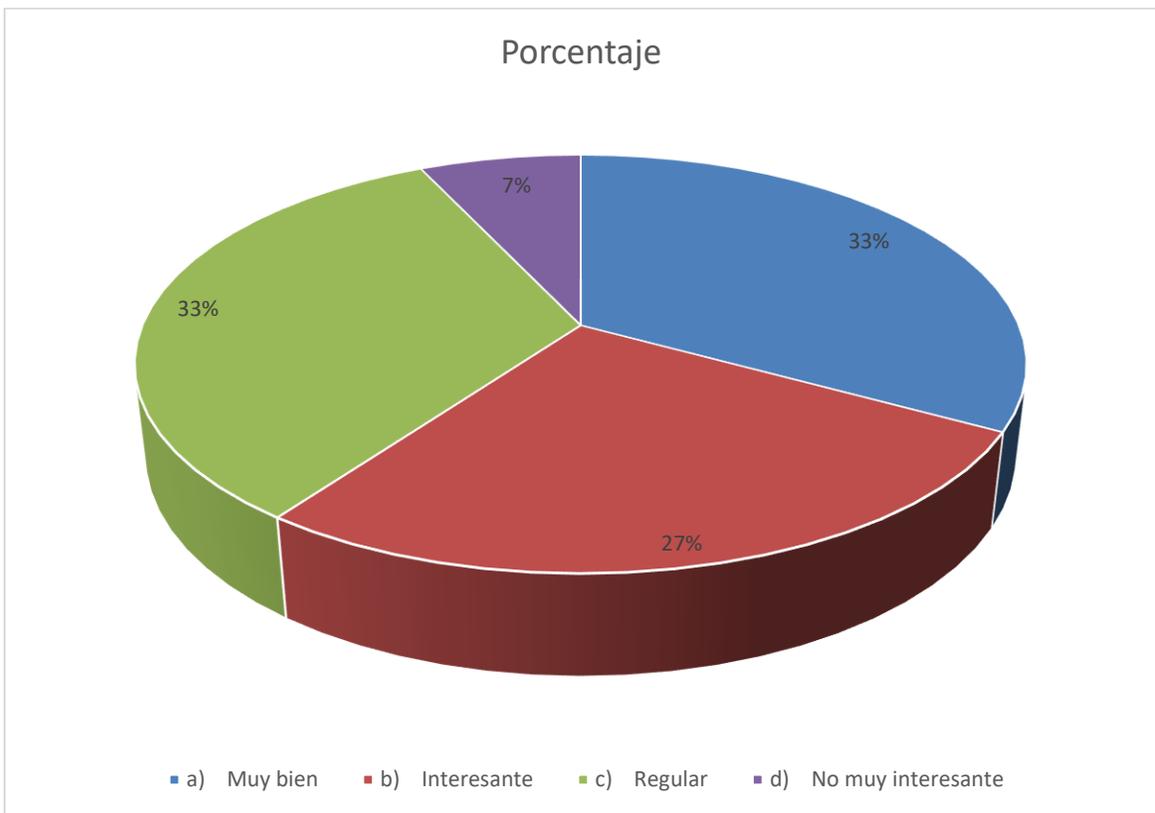
6. ¿De qué manera compra o compraría un producto biodegradables?

| Alternativas | Frecuencias | Porcentaje |
|--------------------------|-------------|------------|
| a) Visitando una tienda | 18 | 60% |
| b) Por internet | 7 | 23% |
| c) Servicio a domicilio | 5 | 17% |
| d) En eventos ecológicos | 0 | 0% |
| Totales | 30 | 100% |



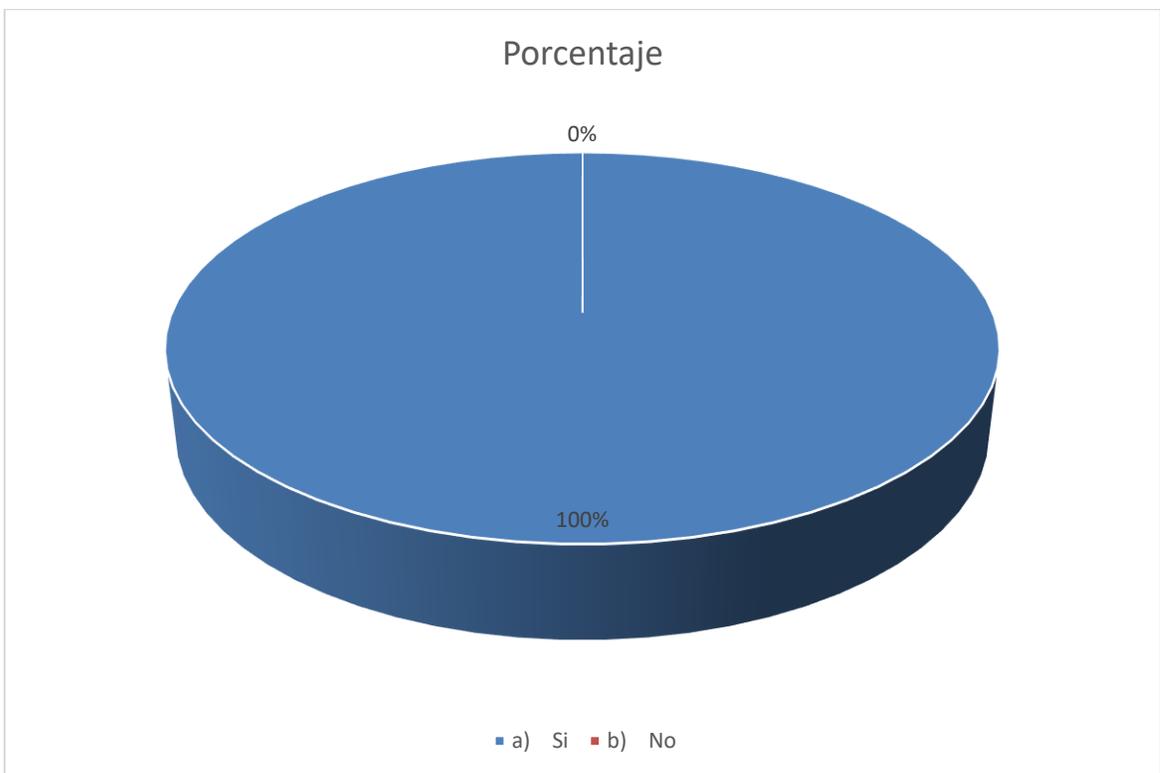
7. Le parece interesante contar con productos biodegradables

| Alternativas | Frecuencias | Porcentaje |
|-----------------------|-------------|------------|
| a) Muy bien | 10 | 33% |
| b) Interesante | 8 | 27% |
| c) Regular | 10 | 33% |
| d) No muy interesante | 2 | 7% |
| Totales | 30 | 100% |



8. Está de acuerdo que las empresas promuevan actividades en prevención con el medio ambiente

| Alternativas | Frecuencias | Porcentaje |
|--------------|-------------|------------|
| a) Si | 30 | 100% |
| b) No | 0 | 0% |
| Totales | 30 | 100% |



THE PLAGIARISM CHECKER

PREMIUM

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

| Text being analyzed | Result |
|---|--------|
| negocios desarrolla una línea de productos biodegradables extraído... | ✔ OK |
| CREACIÓN DE EMPRESA PRODUCTORA DE ARTÍCULOS DESE... | ✔ OK |
| sostenibilidad del medio ambiente permite establecer los parámetro... | ✔ OK |
| parece interesante contar con productos biodegradables | ✔ OK |
| materiales biodegradables son totalmente seguros porque al mome... | ✔ OK |
| dinámica del sector de productos biodegradables ha alcanzado un c... | ✔ OK |
| publicidad tendrá una duración tres meses ofertando ofertas compet... | ✔ OK |
| análisis técnico-económico consiste en determinas las implicacione... | ✔ OK |
| estrategias corresponden son principalmente orientadas en las vari... | ✔ OK |
| recomendaciones finales para este proyecto sugerimos, que deben ... | ✔ OK |
| Responsabilidad: nuestra labor es minuciosamente preparada, prog... | ✔ OK |
| empresa líder en el mercado de productos desechables biodegrada... | ✔ OK |
| productos están dirigidos a empresas distribuidoras de plásticos y e... | ✔ OK |
| Producir y comercializar productos desechables biodegradables a e... | ✔ OK |
| Ofrecer al cliente información detallada del funcionamiento del prod... | ✔ OK |
| plásticos biodegradables no producen metano y pueden deshacers... | ✔ OK |
| medio del posicionamiento del producto se busca entregar un produ... | ✔ OK |
| parece interesante contar con productos biodegradables | ✔ OK |
| Honestidad: basamos nuestras operaciones en fundamentos éticos ... | ✔ OK |
| productos biodegradables son ofrecidos con diversos tamaños y for... | ✔ OK |

Results: No plagiarism suspected

[Download Plagiarism Report PDF](#)

Word count: 13044