



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

**Plan de Negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón
natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios – MBA

AUTORA:

Coronel Benites, Cynthia Vanessa (ORCID: 0000-0002-2685-9126)

ASESOR:

Dr. Huiman Tarrillo, Hugo Enrique (ORCID: 0000-0002-8152-7570)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y herramientas gerenciales

CHICLAYO – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico mi tesis a Dios, por permitirme obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis papás Esteban y Rosa, por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.

A mis hermanas Yessenia y Carla por su cariño y apoyo incondicional.

Finalmente, a mí, porque a pesar de los obstáculos siempre he podido salir a adelante

Cynthia Vanessa

Agradecimiento

Gracias a mis padres: Esteban y Rosa, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Autora.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de figuras	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población, muestra y muestreo	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5. Procedimientos.....	18
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS.....	20
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	34
VII. RECOMENDACIONES	35
VIII. PROPUESTA.....	36
REFERENCIAS.....	38
ANEXOS	43

Índice de figuras

Figura 1 Análisis del mercado	20
Figura 2 Plan estratégico.....	21
Figura 3 Plan de Marketing.....	22
Figura 4 Plan Operativo - Artesanas	23
Figura 5 Plan operativo - Especialistas.....	23
Figura 6 Evaluación Financiera	24
Figura 7 Actividad económica.....	25
Figura 8 Margen Bruto de Utilidad.....	26

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo proponer un plan de Negocio para la rentabilidad de la asociación de artesanas de algodón de colores naturales del Bosque de Pomac. Su metodología fue de tipo de descriptiva propositiva con diseño no experimental y de enfoque cuantitativo. Se trabajó con una población muestral de 10 artesanas y 3 especialistas, piezas fundamentales que conocían la realidad problemática de la asociación y el sector, respectivamente. Fue aplicado el cuestionario, como instrumento de recolección de datos. Los resultados más resaltantes encontrados fueron que el 40% tienen un nivel alto de conocimiento sobre el manejo, las características de sus productos, el 60% tienen un nivel alto en cuanto a su análisis interno y externo como asociación y el 67% posee un nivel muy alto sobre la realidad financiera de la asociación por lo que, considera importante la propuesta del plan de negocio. Se concluyó que, el plan de negocio propuesto permitió profundizar el análisis de los productos que ofrecen, conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta la organización artesanal y determinar las estrategias de marketing, plan operativo y evaluación financiera, punto básicos e importantes que lograron concluir la rentabilidad positiva de la asociación.

Palabras clave: Plan de negocio, algodón nativo, rentabilidad, asociación.

Abstract

The objective of this research was to propose a business plan for the profitability of the association of cotton artisans of natural colors from the Pomac Forest. Its methodology was of a descriptive proposition type with a non-experimental design and a quantitative approach. We worked with a sample population of 10 artisans and 3 specialists, fundamental pieces that knew the problematic reality of the association and the sector, respectively. The questionnaire was applied as a data collection instrument. The most outstanding results found were that 40% have a high level of knowledge about the management, the characteristics of their products, 60% have a high level in terms of their internal and external analysis as an association and 67% have a level very high on the financial reality of the association, therefore, the business plan proposal is considered important. It was concluded that the proposed business plan allowed to deepen the analysis of the products they offer, to know the strengths, opportunities, weaknesses and threats that the artisan organization presents and to determine the marketing strategies, operational plan and financial evaluation, basic and important points who managed to conclude the positive profitability of the association.

Keywords: Business plan, native cotton, profitability, association.

I. INTRODUCCIÓN

Las artesanías peruanas se ubicaron entre las más diversas del mundo, prueba de ello es la extensa comunidad de exportadores que anualmente exhiben el talento de los artesanos peruanos en mercados extranjeros. Sus multicolores, creatividad y diversa funcionalidad hacen de esta, una actividad primordial no sólo para la consolidación de la identidad peruana sino también para el sustento económico de muchas familias.

El uso del algodón nativo (*Gossypium Barbadense*) se remonta a unos 5000 años, según los descubrimientos encontrados en la Ciudadela Sagrada de Caral, referente del centro de la civilización más antigua de América, ubicada en la localidad de Supe, provincia de Barranca en la Región Lima.

Lambayeque es la región productora de algodón nativo, más importante en el Perú. Evidencia de ello, son los restos encontrados en el sarcófago del señor del Sipán, parte de una túnica de algodón minuciosamente cubierta por placas de cobre dorado y un singular tejido alargado de algodón marrón relleno del mismo material formando figuras volumétricas. (CITE SIPAN, 2010)

A pesar de su prohibición en el año 1997 según (MINAM, 2020) por considerarlo contaminante de los otros tipos de algodones (comerciales), el algodón natural de colores ha sido nombrado como Patrimonio Genético Étnico – Cultural de la Nación, por el Gobierno del Perú en el año 2008 con la publicación de la Ley N° 29224 disponiendo en consecuencia su rescate, recuperación, conservación y promoción en el ámbito nacional. (FAO, 2008)

En la actualidad, las artesanías en algodón natural de colores son elaboradas por mujeres que residen principalmente en zonas rurales de los distritos de Ferreñafe, Morrope, Pitipo y Pacora. Esta población de mujeres, son artesanas cuyas edades van desde los 18 a 55 años, solteras y casadas, de composición vecinal. En el departamento de Lambayeque, existen cerca de 200 mujeres artesanas de algodón natural de colores empadronadas en el Registro Nacional de Artesanas (RNA), según (MINCETUR, 2019). De las

cuales 10 pertenecen a la asociación Fibras Nativas, asociación que será objeto de investigación para la formulación del Plan de negocio.

Debido al contacto directo las artesanas, se ha podido conocer las características de producción y dificultades entre las cuales se tiene; la baja cantidad producida de algodón natural de colores, ocasionando escases de materia prima para la elaboración de artesanía de algodón natural de colores. Así mismo incrementa los costos de producción al verse en la necesidad de traer la materia prima, de la ciudad de Lima.

Otro aspecto es la ineficiencia en la gestión de su negocio, en el manejo de negociación con proveedores, la búsqueda de clientes locales e internacionales. Y El acceso al capital y financiamiento también atañen el desarrollo de la actividad; debido a que los bancos ofrecen un escaso financiamiento para este rubro, por tener un riesgo alto. No obstante, existen prestamistas que sustituyen la función de las entidades bancarias, pero cobran intereses elevados.

Es así que, se planteó la siguiente pregunta de investigación; ¿Cómo el plan de negocio mejorará la rentabilidad de la asociación de artesanas de algodón natural de colores, ubicadas en el Bosque de Pomac?

Lo que pretende esta investigación es la búsqueda de mercados locales, con la firma de convenios con los principales hoteles de la región. Ya que de acuerdo al “Perfil del Vacacionista Nacional 2017”, publicado por (PROMPERÚ, 2017), el departamento de Lambayeque se colocó en el décimo lugar en la lista de los departamentos más visitados a nivel nacional, con el 4% de las preferencias del vacacionista. Donde el 22% de los turistas internacionales se hospedaron en hoteles u hostales de una o dos estrellas, por otro lado, el 17% se hospedó en hoteles u hostales de tres estrellas, por otro lado, el 9% lo realizo en un hotel de 4 o 5 estrellas. (MINCETUR, 2019). Esto serían de gran oportunidad para consolidar los principales hoteles como puntos de venta.

Por otro lado, la búsqueda de mercado nacional, se podría lograr con la participación de ferias. Las cuales se reactivaron post pandemia, las más concurrida y conocida es la “Feria de nuestras manos” que se realiza de manera anual, para el próximo año se realizaran las ferias “Expotextil Perú”, “Perú Gift Show”, “Perú Moda”, entre otras ferias locales que se organizan los gobiernos locales a fin de seguir impulsando la artesanía nacional. (Promperú, 2021)

Así también se pretende buscar potenciales clientes en el mercado internacional, y se tiene como referencia a las exportaciones realizadas a Francia por diversas asociaciones de algodón nativo durante el año 2014, a través del exporta fácil. Las prendas exportadas fueron: ropa de bebé, vestidos para dama, gorros, carteras, bolsos, billeteras, entre otros (ANDINA, 2014).

Otro aspecto importante a mencionar es la ubicación geográfica de la asociación, que, de acuerdo al Plan Estratégico de Turismo de Lambayeque, se encuentra en la Ruta Sicán - Bosques y Pirámides de Lambayeque. Un majestuoso panorama que reúne a los museos, el Área Natural Protegida Santuario Histórico Bosque de Pómac y los Complejos Arqueológicos Sicán y Túcume. Estas zonas por sus particularidades podrían desarrollar diferentes tipos de turismo, además cuentan con hospedaje y servicio de alimentación, y lo más resaltante con puntos de venta de artesanía. (GERCETUR, 2019)

El objetivo general de la investigación es proponer un plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón de colores naturales, con miras al mercado nacional e internacional. Y como objetivos específicos pretende determinar el nivel de rentabilidad de la asociación de artesanas Fibras Nativas. Validar el plan de negocio propuesto.

Como Hipótesis se plantea que, al diseñar un plan de negocio es probable que se mejore la rentabilidad de la asociación de artesanas de algodón de colores naturales del Boque de Pomac, Chiclayo.

II. MARCO TEÓRICO

Para otorgarle carácter científico al presente trabajo de investigación se han consultado múltiples artículos, tesis, informes, entre otros; para poder concretar este apartado.

A nivel mundial tenemos (Montero Muñoz y Gomez Calderón, 2020) publicaron el artículo denominado: Asociatividad, liderazgo inclusivo y desarrollo económico local. El Grupo de Artesanos Independientes de Mompox, de Colombia. Donde se determina que, el artículo se enfoca en el sector de la filigrana en Mompox, Colombia y evidencia las formas tradicionales de asociatividad en las que una cantidad reducida de “Artesanos”, conformados en su mayoría por varones mayores, son denominados como representantes. Este tipo de acciones no dejan que las mujeres y las futuras generaciones tomen mayor protagonismo en el sector restringiendo el potencial que poseen las asociaciones para generar una mayor inclusión. Por lo que es importante que en las asociaciones de artesanos haya un liderazgo inclusivo, generando empoderamiento e ideas innovadoras para el crecimiento de las mismas. Sin embargo, en la actualidad el rol de las mujeres es mucho más valorado, como pieza importante para las economías domésticas.

Por su parte (Bayona, 2020) publicó El trabajo de las tejedoras indígenas en Zinacantán, artesanos de la ciudad de Chiapas en México, en la Revista Perspectivas Latinoamericanas donde explica cómo, las productoras y vendedoras de artesanía textil, utilizan la producción de su artesanía como una actividad no formal, invisible y mal remunerada. Además, se puede identificar tres puntos distintos de transformación ejercidos por el turismo sobre las artesanas: el cuerpo privado y doméstico de las productoras indígenas, el organismo social y público como icono de la diferencia étnica, y el organismo mercantilizado como una extensión del objeto turístico. El estudio explica que el turismo y la participación en mercados internacionales refuerzan las diferencias de género, clase y etnia. Es por eso que las mujeres artesanas buscan la manera de aportar a la economía doméstica de sus

hogares, a través del trabajo con sus manos, aprovechando el turismo, actividad que va de la mano con el sector artesanal.

Así también (Kashyap R. & Bakliwal A., 2020) en su artículo publicado en la revista *Textiles artificiales en la India*, comentan acerca el Proceso de producción de textiles maheshwari y sostienen que: La mayoría de los artesanos utilizan seda y fibra de algodón, utilizando principalmente colores claros. Se entrevistó a 20 tejedores de textiles maheshwari para la recopilación de datos y se identificaron que presentan problemas con las finanzas, el tiempo y la baja demanda. Se determina que los problemas que experimentan los artesanos son la falta de conocimiento de las finanzas, como administrarlas y además desconocen cómo acceder a créditos.

(Yasin N. A., Ridjal S., Jufri M., & Anshari., 2019) En su artículo *Emprendimiento y su impacto en la productividad de artesanos tradicionales*, comenta que: La industria de Artesanía en Indonesia tuvo un crecimiento entre los años 2010 y 2017. Sin embargo, los artesanos tradicionales de Bone Regency han mostrado una baja en las pequeñas empresas, lo que afecta el número de trabajadores en estas empresas. Esta investigación mide el capital humano y las características empresariales de los artesanos para incrementar su productividad. Así también, se espera encontrar una posible solución a los diversos problemas experimentados por el sector de la artesanía tradicional en Bone Regency. Identificar por qué a pesar de un crecimiento en el sector artesanal del país de Indonesia, los artesanos de Bone no presentan las mismas ventajas y beneficios.

Según (Mateos M. & Rojas R., 2018) en su artículo *Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local*, publicado en la revista *Estudios Geográficos* menciona, el centro de las sinergias y conexiones de los artesanos, con su relación socioeconómica con el turismo de la ciudad. También analiza la ubicación geográfica de los locales artesanales, la calidad de los productos comercializados y su valor real en la oferta turística local a través de diferentes rutas, establecimientos especializados, visitas a diferentes talleres y otros canales. Por lo que se puede deducir que, las altas

potencialidades de la artesanía tradicional de Córdoba no son suficientes para consolidarse y posicionarse como un excelente destino turístico cultural, debido a la existencia de una baja integración entre los negocios artesanales, la ciudad y la oferta turística. Por lo que se considera una redefinición de sus estrategias comerciales que puedan ser sustentables; sobre todo una correcta inclusión en la cadena de valor de la oferta turística y comercial de la ciudad. Es decir, es importante considerar que, a pesar de la ubicación geográfica estratégica y el acceso a la oferta turística, de la ciudad donde se encuentra una asociación; no garantiza la integración con los negocios artesanales, así mismo lograr una buena rentabilidad

La Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cuyo, en uno de sus artículos denominado Reintroducción de algodón nativo en la costa norte del Perú: Análisis de factibilidad económica para pequeños productores (Pisani, Maseiro, & Scrocco, 2015). Este artículo examina la viabilidad económica de reinsertar el algodón natural de colores como parte de la actividad agrícola de cincuenta agricultores de la costa norte del Perú, planteando un estudio de datos económicos agrícolas, análisis de escenarios y análisis de sensibilidad basado en OFAT (One Factor at A Time). Así también, el estudio de sensibilidad afirma, al igual, en las peores condiciones de una disminución del 10% en el precio del algodón nativo, los ingresos agrícolas promedio con algodón nativo son más altos en comparación con el escenario normal en los tres escenarios productivos propuestos. Se concluye sobre El algodón natural de colores, estuvo prohibido por muchos años, sin embargo, esto ha cambiado y ahora puede ser aprovechado por los agricultores y artesanas del sector para generar negocios y articulación al mercado.

A nivel Nacional se ha considerado a (Barzolo Dongo & Jong Caffo, 2019) en el Plan de Negocio propuesto para la creación de la microempresa de Tejidos a mano y Crochet: “Mona’s Hand-Knitted” concluye que; después de realizar un estudio sobre el espacio externo, las particularidades de los clientes actuales y potenciales, así como el pronóstico económico y financiero; se propone crear una pequeña empresa considerando el total anual de ventas

proyectadas, la iniciativa de obtener alguna gracia tributaria y gubernamental que en la actualidad empujan el desarrollo y formalización de las empresas a nivel país. El plan de negocio es muy importante para la determinación de rentabilidad de un negocio, permite realizar análisis PESTA, FODA, entre otros.

Por otro lado según (Feijoo Saavedra, Lora Saenz, Piña Anticona, & Portilla Venero, 2017) en su Proyecto Fashion Truck Perú: Diseño y elaboración de un plan de negocio para la comercialización de prendas de vestir y accesorios de moda mediante el formato de una boutique móvil, planteó lo siguiente; desarrollar una boutique móvil para la venta de ropa y complementos de noveles diseñadores nacionales. Denominada Fashion Truck Peru S.R.L., el principal servicio que ofrece es el de comercializar ropa y complementos de vestir que complementan y modifican el mercado frente a adversarios que pueden ofrecer un producto similar. La versatilidad de las prendas de moda para adaptarse a los requerimientos del mercado es importante y más si esto es sustentado y validado por un plan de negocio.

Según (Ortega Flores & Moreno Lavado, 2014) en su tesis “Introducción al plan de negocio para la exportación de chompas de alpaca a Manhattan-NY-EE.UU” determinó como objetivo común el determinar la viabilidad económica y financiera de un plan de negocio para la venta internacional de suéteres de alpaca a Manhattan, NY, Estados Unidos. El objetivo específico relevante es determinar la cantidad de tiendas que comercializan jerseys de alpaca en Manhattan y determinar las futuras ventas de jerseys de alpaca en Manhattan-Nueva York-Estados Unidos. Los productos elaborados con hilo o lana oriundas de nuestro país tienen posibilidades de ventas en el mercado internacional, existe un potencial mercado que valora este tipo de mercancías.

Por su parte (Forstner, 2013) en su artículo La artesanía como estrategia de desarrollo rural: el caso de los grupos de mujeres artesanas de la región de Puno (Perú). El estudio detalla: Las vivencias de mujeres de las zonas rurales que son parte del grupo de artesanas del departamento de Puno

(Perú). Analiza el impacto económico y social del trabajo en equipo a partir del trabajo de campo cualitativo. En este artículo, analizaremos la actividad artesanal como principal ingreso para las féminas y los cambios en la artesanía. Además, presenta a los grupos como espacios sociales y explora el liderazgo en este nivel. Sin embargo, si bien ayuda a las mujeres a desarrollarse, el trabajo en equipo puede entrar en conflicto con las responsabilidades internas de las mujeres. Este artículo destaca el valor de examinar los productos artesanales como maniobra de desarrollo rural desde la perspectiva de revalorar el género femenino.

En la tesis sobre Procesamiento artesanal del algodón nativo: una actividad económica viable o sólo una tradición (Olivera, 2012). Se propuso identificar el desarrollo de unidades indígenas productoras de algodón artesanal. Además de identificar el análisis interno considerando los puntos de mejora y potencialidades; y factores externos que inciden en la producción y comercialización de artesanías. Y finalmente, identificar mercados internacionales potenciales para productos nativos relacionados con el algodón. Los productos elaborados a base de algodón natural de colores (algodón nativo) son punto de diversos estudios, que puede permitir una mejor articulación al mercado, manejo de negociación y venta al mercado extranjero.

Así también se consideran las teorías relacionadas al tema o bases teóricas, fundamentales para el desarrollo de la investigación.

Según (Villarán Weinberger, 2009) El plan de negocio es el resultado de un proceso de planeación. Tiene como objetivo guiar un determinado negocio, combinando la forma y fondo con la proposición de inversión, la índole de la idea, los aspectos financieros, el estudio y aprovechamiento del mercado. Su propósito es conocer el ambiente en el cual se desenvolverán sus actividades, las fortalezas y debilidades con las que cuenta la organización, así también factores externos como las oportunidades y amenazas que puedan suscitarse. Y en el aspecto financiero, comunicar a los grupos interesados que la organización posee un adecuado equipo empresarial y gerencial, con destrezas blandas, recursos técnicos y

administrativos. Además, conserva al tanto a sus proveedores y clientes sobre la forma de cálculo, los resultados planificados y maniobras que podrán permitir alcanzar las metas establecidas.

Por su parte (Zorita Lloreda, 2015) sostiene que el plan de negocio es un documento dinámico, sintético, claro y abierto que se actualiza de acuerdo al avance de su desarrollo. Este documento debe ser atractivo para el inversor, es decir que beneficio obtendrá el con este plan; más allá de ser un producto asombroso que pueda satisfacer las necesidades de los clientes. Además, que pueda comprobar la existencia de un mercado, que se identifique a los potenciales clientes (por edad, sexo, ubicación geográfica, etc). Finalmente, y más relevante que dicho plan pueda generar ingresos, detallando las cantidades aproximadas.

El modelo de negocio Canvas fue creado por Oscar Osterwalder. Y de acuerdo a (Fundación Nantik Lum, 2017) es una herramienta simplificada que nos permite desarrollar planes de negocio de manera más rápida que el método tradicional. Este lienzo fue creado para satisfacer las necesidades de emprendedores y empresas de innovar de manera ágil y económica. Aplicable a todo tipo de actividades comerciales, ya sea un emprendimiento en fase de idea, un pequeño negocio o una gran empresa. Nos permite diagramar y describir nuestra idea de negocio en una sola hoja.

Una de las dimensiones de la variable plan de negocio es Análisis de mercado y producto. Según (Danet Sepúlveda & Juaréz Varón , 2014) define al análisis de mercado como la caracterización minuciosa de factores internos y externos entre (políticos, legales, de índole social y cultural; ambientales y tecnológicos) los que de una u otra forma influyen en la empresa y se condicionan de acuerdo a características con análisis del macroentorno, análisis del microentorno con las cinco fuerzas competitivas de Porter, competencias directa y análisis FODA.

Por otro parte el autor del libro entendiendo el plan de negocios (Viniestra Rocío, 2007) considera al análisis de mercado como un plan de mercadotecnia en donde se debe planificar como llevar un producto o servicio

al mercado, que sea conocido por la gente y lo más importante que la gente lo compre, estableciendo adecuadas estrategias de comercialización, tales como información clave sobre nuestro mercado, estructuras, debilidades y oportunidades; este plan de mercado permitirá llegar de una forma más segura a los clientes al cual se dirigen los productos o servicios.

Referente a la planeación estratégica, (Díaz, 2007) detalla que, brinda orientación a los encargados de las empresas con miras al futuro, en consecuencia, se ven decididos a observar más allá de las situaciones del día a día, anticipándose a lo que podría ocurrir.

En ese sentido y resaltando de manera especial el aspecto estratégico, (González Millán & Rodríguez Díaz, 2019) determino que se puede comprobar que las grandes compañías poseen el talento humano, las herramientas, la información, el Know How y la expertise necesario para su administración, por otro lado en las pequeñas y medianas empresas no poseen planes y documentos que lo sustenten, es decir, que algunas compañías solo tienen componentes indispensables del sistema de información corporativo como: organigrama, el manual de sistema de costos, bases de datos (clientes, proveedores, personal insumos y materiales).

Según (Romero Hidalgo & Hidalgo Sánchez , 2017) El plan de marketing, otra de las dimensiones de la variable independiente; Proceso por el cual se reúne la totalidad de funciones y actividades enfocadas al mercado, la creación de productos novedosos, la planificación de ventas, la dirección, la verificación de salida de mercancías, los canales de distribución, el posicionamiento en los target, la manera de promocionar y publicitar, en función de la distribución de bienes y servicios.

Para (Stanton, Etzel, & Walker, 2007) el marketing puede producir situaciones en que un individuo o una organización desee intercambiar un bien o servicio con otra persona u organización. En tal modo, el marketing es un conjunto de actividades ingeniosas para generar y agilizar intercambios con el objetivo de de satisfacer necesidades y deseos de individuos o empresas.

Otro de los conceptos importantes a tratar es un el plan operativo, (Toro López, 2016) lo determina como el propósito de establecer cuál es el proceso de elaborar y vender productos o servicios, utilizando equipos, máquinas, tecnología, talento humano, materia prima y servicios requeridos para el efecto. Al análisis de operaciones también se le identifica como estudio técnico que establece su administración desde la organización del negocio, el rubro de la empresa que se va a constituir, la contratación del talento humano, seguros y requerimientos de capacitación (Tokan, 2016). Un análisis técnico identifica las características del producto, la descripción de su proceso, diagramas de los procesos, maquinaria y equipo, materias primas, insumos, rendimientos, áreas del negocio, programa de producción, requerimiento de mano de obra, localización entre las principales condiciones para su estructura y adaptación en el plan de negocios (Moyano Castillejo, 2015).

Para (García Padilla , 2015) el análisis financiero, es más que un proceso de supervisar los estados financieros, compone la actividad de cuantificar el desempeño financiero en los factores internos y externos de la empresa, con análisis profundo de los ingresos y egresos que se producen en la compañía.

Así también, permite validar la gestión contable, sus políticas financieras, considerando el rubro de la empresa, su dimensión, y al sector al que pertenece la entidad, el empleo de los datos financieros es fundamental para determinar la fortalezas y debilidades de las finanzas (Córdova Padilla, 2014).

Otra de los puntos a considerar es el valor agregado neto, de acuerdo a (Jiménez, Espinoza, & Fonseca, 2015) el valor actual neto (VAN) es la diferencia entre el valor presente de una fuente de ingresos y el valor presente de las inversiones y otros flujos de efectivo. La tasa utilizada para descontar el flujo es el ingreso mínimo permitido de la empresa, por debajo del cual no se aceptará el proyecto.

La tasa interna de retorno (TIR) de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (i), que es igual al valor presente de las corrientes de beneficios

(positivo) y al valor presente de las corrientes de inversión (negativo). En otras palabras, la TIR es la tasa a la que los flujos de efectivo asociados con un proyecto se descuentan exactamente a cero. (Jiménez, Espinoza, & Fonseca, 2015).

Así también la tasa interna de retorno, se puede definir como el rendimiento esperado a lo largo de su vida útil de un determinado proyecto. Es decir que mientras el valor de TIR sea superior al costo promedio ponderado el proyecto o plan de negocio será considerado como rentable, por otro lado, si el costo promedio ponderado es igual al de la TIR, la propuesta pierde su valor en específico su estructura de capital. (Kelleher & MacCormack, 2004)

Por otro lado, como base teórica fundamental se encuentra la Rentabilidad, de acuerdo a (Amat, 2017) la rentabilidad tiene como objetivo potenciar la inversión en una empresa, así también la de garantizar mayores beneficios que los invertidos un tiempo determinado. Se dice que la rentabilidad es un componente fundamental en la organización económica y financiera de una compañía, ya que su fin es generar resultados adecuados. Por otro lado, (Pérez, 2016) nos dice que, la rentabilidad es un acto económico que moviliza medios, materiales, talento humano y recursos financieros con la finalidad de obtener diversos resultados, por lo tanto, se puede concluir que la rentabilidad es el beneficio generado por una secuencia de capitales en un periodo determinado. Es como una forma de detallar minuciosamente los instrumentos que se emplean en una acción y la ganancia que se ha originado como consecuencia de la misma.

Así también la rentabilidad representa uno de los objetivos deseados que se trazan todas las empresas para conocer el rendimiento de sus inversiones, desarrollando diversas tareas en determinado periodo, midiendo de esta manera los resultados de las directrices financieras de la empresa, es decir la rentabilidad de los indicadores financieros más resaltantes y así lograr calcular el éxito de los montos invertidos. (Gitman, 2012)

Para (Besley & Brigham, 2015) uno de los conceptos más precisos y claros de rentabilidad es, que mide la relación entre la ganancia resultante (utilidad) y la inversión (recursos) que se emplearon para obtenerla.

En este caso, para estudio de la rentabilidad se tomará en consideración el margen bruto, lo que implicaría calcular el costo de venta (tema poco dominado por la asociación de artesanas) cuyo índice será de gran ayuda para establecer un precio de venta que ofrezca una rentabilidad coherente.

El margen bruto, según (INEI, 2017) determina el margen que representa descontar a las ventas netas el costo de ventas, con referencia a las ventas. Es decir, mide porcentualmente la proporción del ingreso que dará luz verde para cubrir todos los gastos ajenos al costo de ventas. Este índice funciona como referente para determinar la eficacia operativa de la organización y también puede ser empleado para fijar el precio de los productos a ofrecer. La definición operacional es la siguiente:

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = (\text{Utilidad Bruta} \div \text{Ventas netas}) \times 100$$

Por otro lado, según (Gitman, 2012) no indica que el margen de utilidad bruta calcula el porcentaje que resta de cada dólar de ventas después que una organización pagó sus bienes. Además, que mayor margen de utilidad bruta, mejor porque el costo relativo de la mercancía vendida es menor.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

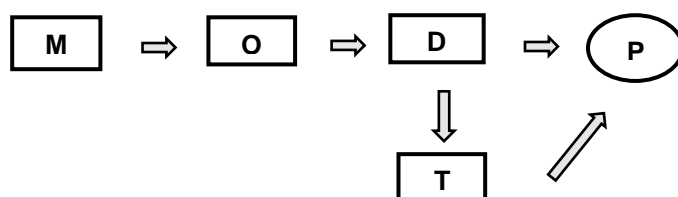
El enfoque seleccionado para esta investigación fue cuantitativo y de tipo descriptivo - propositivo, considerando que realizó una explicación detallada de la situación real y problemática enlazada al proceso y protocolos de elaboración de artesanía de algodón nativo. Además, se consideró como variable independiente al plan de negocio y como variable dependiente a la rentabilidad, donde se tomaron datos cuantitativos para desarrollar un estudio económico financiero y establecer así la viabilidad del plan de negocio.

Para (Sampieri, 2014) el enfoque cuantitativo tiene como fundamento la recolección de datos con el objetivo de corroborar una hipótesis justificada en la medición numérica y el análisis estadístico, y así poder determinar pautas de comportamiento y corroborar teorías. Además, es un proceso secuencial y probatorio; y los datos recolectados se originan de mediciones, lo que serán representados mediante números y se deberán analizar con métodos estadísticos.

Para esta investigación se determinó que un diseño de investigación no experimental. La cual solo se realizó con el objetivo de estimar la rentabilidad del plan de negocio, pero no se llevará a cabo su aplicación.

De acuerdo (Sampieri, 2014) la investigación no experimental es un estudio en el que las variables se realizan sin manipulación intencionada y los fenómenos se observan únicamente en el medio natural para su análisis.

El diseño de investigación está representado mediante el siguiente esquema:



Donde:

Muestra (M) : Estaría representada por una parte de la población de trabajadores de la asociación antes mencionada.

Observación (O) : Se refiere a la observación de las variables

Diagnostico (D) : Hace referencia al diagnóstico de la problemática

Teorías (T) : Se refiere al análisis de las teorías fundamentales

Propuesta (P) : Estaría relacionada a un plan de negocios que busca determinar la rentabilidad de Asociación “Fibras Nativas” de Pomac.

3.2. Variables y operacionalización

Variable Independiente: Plan de negocio:

De acuerdo con (Arbaiza, 2015) un plan de negocios, es como un documento que sirve de presentación de una organización, ya que describe los productos y servicios que puede ofrecer, así también los factores que intervienen en el desarrollo de sus operaciones, desde el planeamiento, ejecución y con énfasis en las fuentes de financiamiento.

Referente a sus dimensiones mencionare el análisis de mercado y producto. Según (Danet Sepúlveda & Juaréz Varón , 2014) define al análisis de mercado como la identificación minuciosa de fuerzas internas y externas tales como político legales, sociales, culturales, ambientales, tecnológicas y competitivas que de una u otra forma cualquiera de ellas influye mayormente en la empresa y se condiciona de acuerdo a características con análisis del macroentorno, análisis del microentorno con las cinco fuerzas competitivas de Porter, competencias directa y análisis FODA.

A cerca de la planeación estratégica, (Diaz, 2007) detalla que, brinda orientación a los encargados de las empresas con miras al futuro, en

consecuencia, se ven decididos a observar más allá de las situaciones del día a día, anticipándose a lo que podría ocurrir.

Según (Romero Hidalgo & Hidalgo Sánchez , 2017) El plan de marketing, otra de las dimensiones de la variable independiente; Es el proceso que reúne la totalidad de actividad y funciones enfocadas al mercado, la creación de productos novedosos, la planificación de ventas, la dirección, la verificación de ventas, los canales de distribución, el posicionamiento en los targets, la promoción y publicidad, en función de la distribución de bienes y servicios.

Otro de los conceptos importantes a tratar es un el plan operativo, (Toro López, 2016) lo determina como el propósito de establecer cuál es el proceso de elaborar y vender productos o servicios, utilizando equipos, máquinas, tecnología, talento humano, materia prima y servicios requeridos para el efecto.

Para (García Padilla , 2015) el análisis financiero, es más que un proceso de supervisar los estados financieros, compone la actividad de cuantificar el desempeño financiero en los factores internos y externos de la empresa, con análisis profundo de los ingresos y egresos que se producen en la compañía.

Variable Independiente: Rentabilidad:

Definición conceptual: La rentabilidad es la encargada de medir la relación existente entre los resultados de operación y los recursos disponibles de una empresa en un período determinado.

Definición operacional: Esta definición se refiere al beneficio o ganancia que se ha obtendrá de un recurso determinado a través de una transacción financiera.

Indicador: según (Gitman, 2012) no indica que el margen de utilidad bruta calcula el porcentaje que resta de cada dólar de ventas después que

una organización pagó sus bienes. Además, que mayor margen de utilidad bruta, mejor porque el costo relativo de la mercancía vendida es menor.

3.3. Población, muestra y muestreo

La población muestral para el estudio propuesto está constituida por todas las artesanas de la Asociación “Fibras Nativas” de Pomac III al año 2021, cuya cantidad poblacional es de 10 artesanas, la cual está representado por la líder y asociadas. Así también, se ha tomado en cuenta, como parte de la población, a los especialistas en algodón nativo.

Se emplearon dos cuestionarios, dirigidos a las artesanas de la Asociación “Fibras Nativas” de Pomac III del año 2021, y cuestionario para tres especialistas del tema de algodón nativo.

Criterio a considerar para incluir y excluir a los especialistas del tema.

- Personas con títulos profesionales y/o hayan laborado en tema afines.
- Experiencia profesional mayor a 05 años en el campo del algodón nativo.
- Representantes de instituciones públicas o privadas involucradas al sector.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó tres cuestionarios para obtener la información de las variables independientes y dependientes.

Para (Corral, 2008) Es importante que el cuestionario se realice de acuerdo a los criterios de calidad, fiabilidad y validez. Así también se debería recabar los datos de manera homogénea por parte del investigador y para los individuos involucrados a lo largo de la investigación. La acción de recoger información es parte fundamental del estudio, mientras más clara y precisa sea, generará menos trabajo para el investigador. Por otro lado, se debe resaltar que el individuo que realizará el estudio pueda tener acceso a la

información, solo de esa manera el control de calidad se efectuará de manera correcta y exitosa.

Según (Vera Horna, 2010) en su libro *Siete Pasos Para Una Tesis Exitosa* determina qué; el análisis documental: es una técnica de recopilación de datos que se usa en investigaciones exploratorias de tipo bibliográficas, históricas, entre otras. Con este método se verifica minuciosamente los documentos, utilizando como referencia la guía de revisión documental.

Se aplicaron dos cuestionarios uno de 23 y el otro de 12 preguntas, la cual está dirigida a la asociación “Fibras Nativas”. Cuyas preguntas miden cada indicador de la operacionalización de las variables

También se aplicó un cuestionario, que contienen 9 preguntas, la cual está dirigida a especialistas en algodón de colores naturales. Con la cual se recaudará información para poder desarrollar el estudio de investigación considerando la variable independiente y dependiente. Estos instrumentos fueron validados por cuatro expertos: Magister en Administración de Negocios, Magister en Proyectos de Inversión, Magister en Educación: Investigación Pedagógica y Master en Derecho y Negocios. Los cuales desde su experiencia en el campo de la administración negocios y en la metodología aportaron en la consolidación de los instrumentos.

3.5. Procedimientos

Una vez iniciada la investigación, se formalizaron los permisos correspondientes a los actores involucrados en el estudio. Para recabar la información sobre la asociación “Fibras Nativas”, se elaboraron instrumentos de recolección de datos como cuestionarios y entrevistas; los cuales tienen carácter de confidencialidad. Posteriormente los datos fueron procesados en Excel, usando el método de Cronbach.

3.6. Método de análisis de datos

Para el análisis de la información recabada con el empleo de los instrumentos de recolección de datos, como cuestionarios y entrevistas. Se

realizó un proceso de análisis estadístico descriptivo, el cual consistió en la preparación de gráficos cuantitativos. Así también se hizo uso de Excel a fin de mostrar la relación que existe entre las variables propuestas y el estudio.

3.7. Aspectos éticos

Los aspectos éticos considerados para en el presente estudio, tomaron como punto de partida el informe de Belmont; que nos indica: El principio respeto a las personas, puesto de los individuos que participan del estudio de manera voluntaria y con la información proporcionada de manera adecuada; es decir un consentimiento informado. (Beauchamp & Childress, 2011)

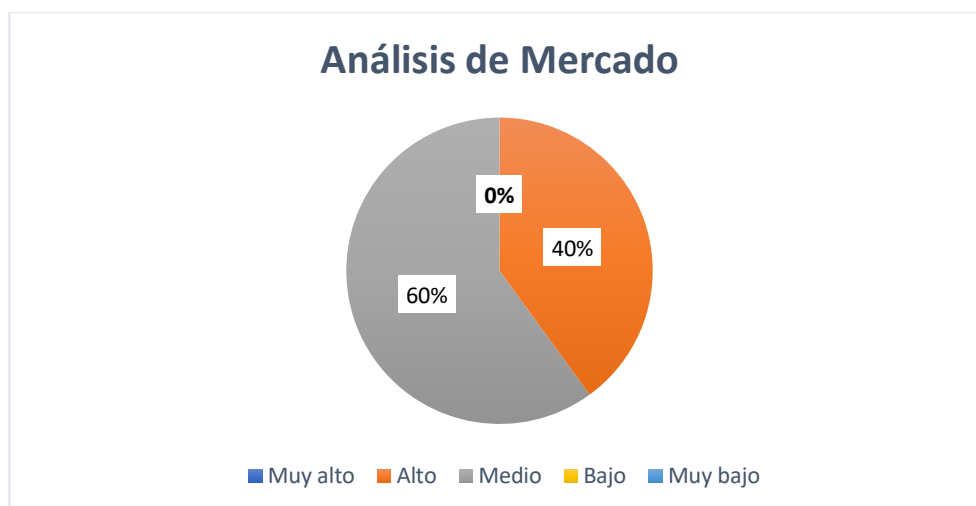
Así también se consideró los criterios establecidos por (Díaz-Campo & Segado-Boj, 2016) en su artículo, los cuales son el de evitar plagios, citas bibliográficas duplicadas, la responsabilidad ética de los revisores encargados.

De la misma manera, se cumplió con lo estipulado en el código de ética en investigación de la universidad Cesar Vallejo, tomando en consideración los derechos de autor y evitando algún acto externo a los parámetros éticos de la investigación.

IV. RESULTADOS

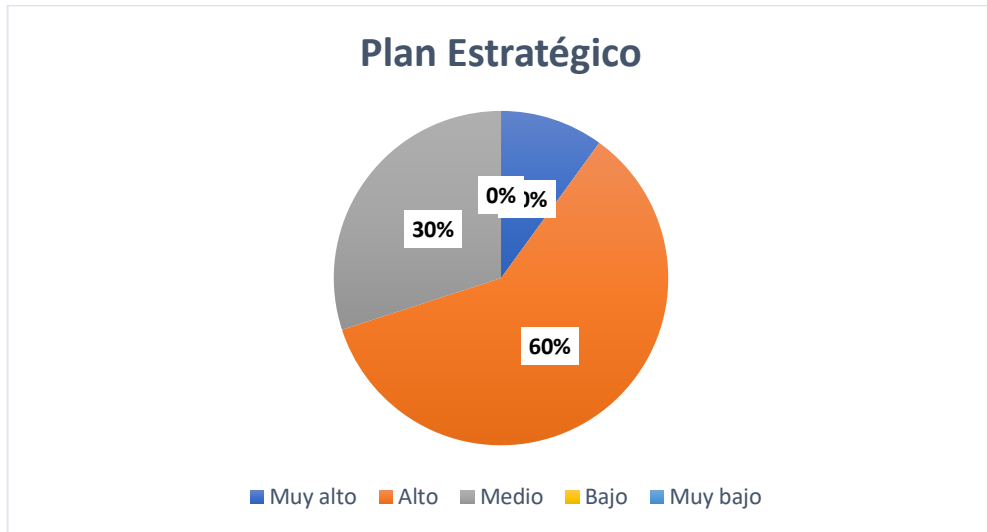
A continuación, los resultados que se obtuvieron al aplicar los tres instrumentos en la población muestral de 13 personas.

Figura 1
Análisis del mercado



Nota. Para la dimensión análisis de mercado se pudo determinar que el 60% (6 artesanas) presentan un conocimiento medio del producto que comercializan, de las asociaciones que son sus competidores y acerca del mercado internacional referente a cuáles son los requerimientos y exigencias en cuanto a normas de calidad; y si sus productos son aceptados por este nicho de mercado. Por otra parte, el 40% (4 artesanas) tienen un nivel alto de conocimiento sobre el manejo, las características de sus productos las cuales las hacen competitivas en el mercado local. Y referente a la demanda internacional, según los resultados obtenidos ellas conocen las exigencias y la importancia de posicionar sus artesanías en el mercado extranjero.

Figura 2
Plan estratégico



Nota. Referente a esta dimensión plan estratégico se pudo concluir que, el 10% (1 artesana) presenta un nivel muy alto en conocimiento sobre sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como asociación. Mientras que el 60% (6 artesanas) tienen un nivel alto en cuanto a su análisis interno y externo como asociación, es decir un porcentaje significativo es consciente de que cuenta con las características necesarias para seguir creciendo en el mercado. Así también se encontró que el 30% (3 artesanas), presenta un nivel medio de conocimiento sobre las ventajas y desventajas que tienen como asociación.

Figura 3
Plan de Marketing



Nota. Con los resultados se obtuvo que el 80% (8 artesanas) presenta un nivel alto en cuanto a los conocimientos sobre el plan de marketing de su asociación, es decir ellas consideran que los precios ofrecidos están acorde con el mercado y que su producto es bien recibido por la demanda, además el contar con un punto de venta ubicado en el Centro de Interpretación ubicado en la entrada al Bosque de Pomac y con la participación en ferias locales y nacionales les permite generar ingresos para su asociación. Por su parte el 20% (2 artesanas) presentan un nivel medio de conocimiento sobre el plan de marketing, esto se debe a que no manejan el tema de promoción de sus productos al no contar con las estrategias necesarias para ello.

Figura 4
Plan Operativo - Artesanas



Nota. Se determinó que el 10% (1 artesana) presenta un nivel muy alto en conocimiento sobre el plan operativo, 50% (5 artesanas) un nivel alto y 40% (4 artesanas) nivel medio. Indicando de esta manera que solo 6 de ellas emplean herramientas para llevar un control la cantidad de materiales que se emplean al elaborar sus artesanías, y conocer si las unidades producidas cubren la demanda de mercado.

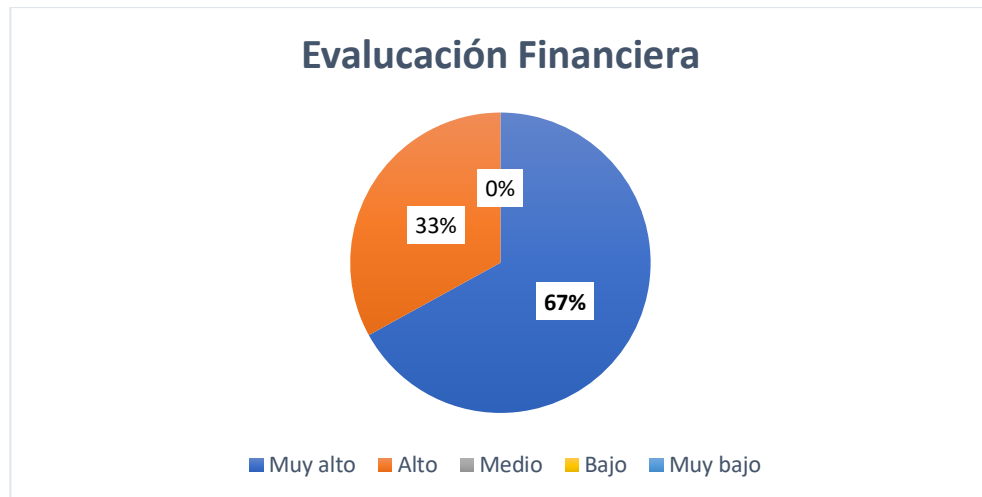
Figura 5
Plan operativo - Especialistas



Nota. Por su parte el 100% (3 personas) de los expertos el algodón nativo encuestados, determina la importancia de que las artesanas cuenten con herramientas que les permitan llevar un control estricto de los materiales

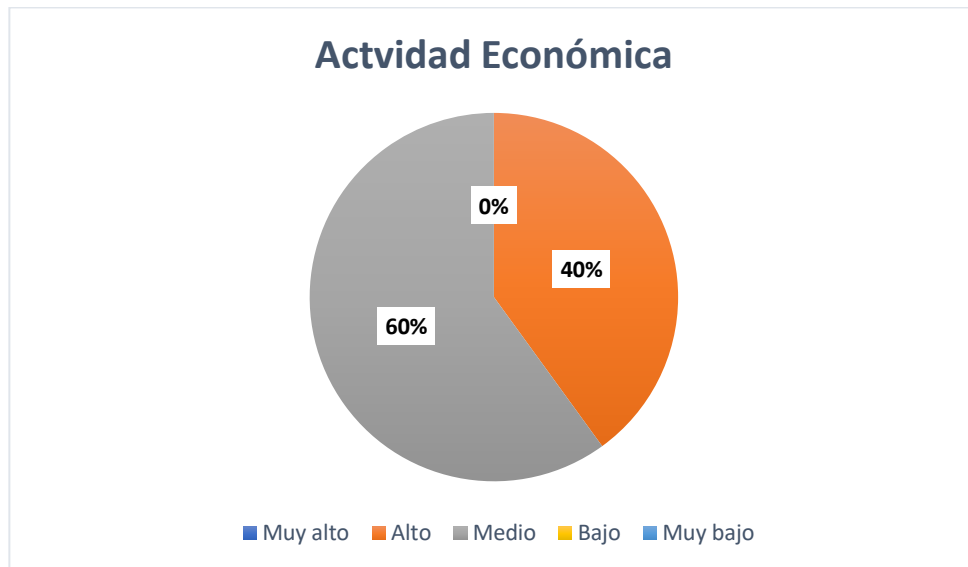
que emplean y que deberían recibir asesoramiento por externos para fortalecer este punto. Ello se puede observar en figura 5 que se muestra a continuación:

Figura 6
Evaluación Financiera



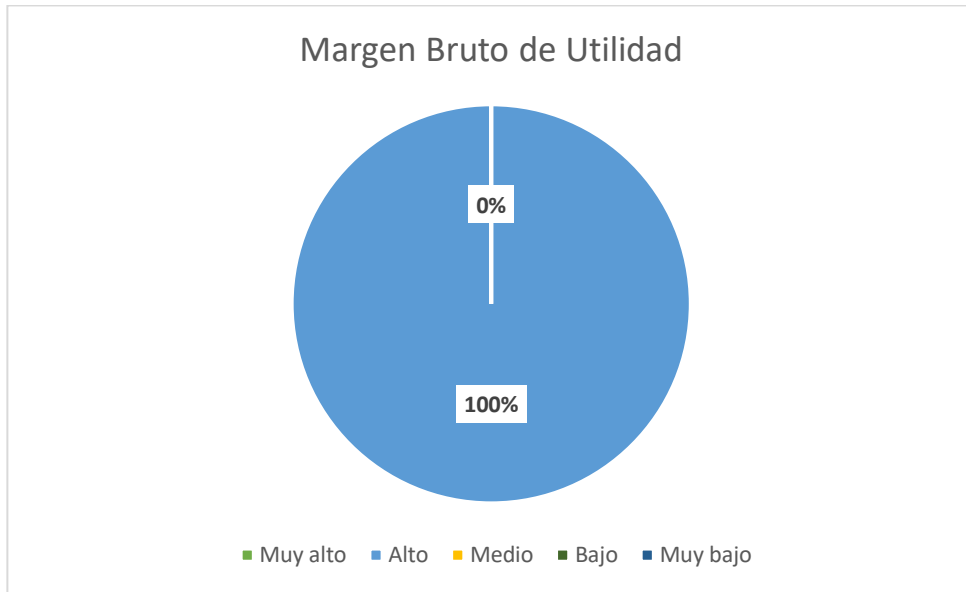
Nota. Para esta dimensión se tomó como población muestral a los 3 expertos en algodón nativo y se determinó que el 67 % (2 personas) posee un nivel muy alto sobre la realidad financiera de la asociación por lo que, considera importante la propuesta del plan de negocio, así mismo el 33% (1 persona) tiene un nivel alto en cuanto a este tema. Concluyendo así que la evaluación financiera ayudará a mejorar su funcionamiento.

Figura 7
Actividad económica



Nota. De acuerdo a los resultados obtenidos, se determinó que el 60% (6 artesanas) presentan un nivel medio conocimiento acerca de la cantidad de material que emplean al elaborar sus productos, y que no pueden ser reemplazados por otros de menor precio. Así mismo complementan la actividad artesanal con otras para poder cubrir sus ingresos mensuales. Por otra parte, el 40% (4 artesanas) presenta un nivel alto de conocimiento de la actividad artesanal que realizan.

Figura 8
Margen Bruto de Utilidad



Nota. Respecto al margen bruto de utilidad se encontró que el 100% (10 artesanas) tienen un nivel alto de conocimiento, concluyendo que los ingresos que perciben son mayores a los egresos, que las ganancias que perciben mensualmente son muy similares a las de su competencia, además consideran que su asociación puede mantenerse en el rubro. Sin embargo, sería importante contar con apoyo del sector estatal para impulsar la artesanía nacional.

V. DISCUSIÓN

Para determinar la rentabilidad de la asociación “Fibras Nativas” se aplicaron tres cuestionarios dirigidos a las artesanas y a expertos del sector. Los resultados que se obtuvieron se pudieron contrastar con las teorías y literatura científica citada en el presente estudio.

Así tenemos que de acuerdo a la figura 1, el 60% de la población muestral encuestada posee un nivel de conocimiento medio, sobre el análisis de mercado de la artesanía de algodón de colores naturales, específicamente el conocimiento sobre productos que ofrecen, la calidad y requisitos que exige el mercado nacional e internacional. De igual manera conocer sobre su competencia, las otras asociaciones de algodón de colores naturales y también de otras artesanías que se venden en nuestra región. Y no menos importante evidencio el conocimiento acerca de la brecha de mercado nacional e internacional. Dicho porcentaje antes mencionado contrasta con el 40% de las artesanas que presentan un nivel de conocimiento alto sobre el análisis del mercado. Punto clave a considerar en la elaboración del plan de negocio. Estos resultados son similares a lo que nos indica la tesis Procesamiento artesanal del algodón nativo: una actividad económica viable o sólo una tradición (Olivera, 2012) donde concluye que identificar el desarrollo artesanal de las asociaciones productoras de algodón de colores naturales y el análisis interno considerando los puntos de mejora y potencialidades; así como sus factores externos que inciden en la producción y comercialización de artesanías. Permitirán a los productos elaborados a base de algodón nativo articularse al mercado, mejorar su manejo de negociación y venta al mercado extranjero.

Lo mismo se puede apreciar en el trabajo publicado en la Revista Perspectivas Latinoamericanas por (Bayona, 2020) en su artículo acerca de las tejedoras indígenas en Zinacantán, artesanos de la ciudad de Chiapas en México. En el cual se pudo deducir las productoras y vendedoras de artesanía textil, emplean la producción de su artesanía

como una actividad no formal, invisible y mal remunerada. El estudio explica que el turismo y la participación en mercados internacionales son necesarias e importantes para eliminar las diferencias de género, clase y etnia. Convirtiendo a las mujeres artesanas en pieza importante al aportar a la economía doméstica de sus hogares, con trabajo manual, aprovechando el turismo, actividad que va de la mano con el sector artesanal.

Por otro lado, la figura 2 habla sobre el conocimiento que tienen las artesanas del plan estratégico de la asociación. Cuyos resultados nos indican que el 60% tienen un nivel alto, el 30% presenta un nivel medio y el 10% presenta un nivel muy alto. Esto nos indica que en su mayoría las artesanas conocen sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como asociación, es decir son conscientes que cuentan con los elementos necesarios para seguir creciendo en el mercado y mantenerse en él. Dichos resultados pueden ser comparados con lo que indica (González Millán & Rodríguez Díaz, 2019) en su Manual Práctico de Planeación Estratégica, las pequeñas y medianas empresas solo tienen componentes indispensables del sistema de información corporativo y en algunos casos la información es incipiente como: organigrama, el manual de sistema de costos, bases de datos, etc.

Así también en el Plan de Negocios propuesto para la creación de la microempresa de Tejidos a mano y Crochet: “Mona’s Hand-Knitted” (Barzolo Dongo & Jong Caffo, 2019) concluye que al realizar un análisis FODA y PESTA se podrá identificar las particularidades de los clientes actuales y potenciales, las oportunidades y amenazas herramientas fundamentales para el adecuado funcionamiento de las pequeñas empresas. Lo cual sustenta a los resultados que se obtuvieron de la figura 2.

Según (Mateos M. & Rojas R., 2018) en su artículo Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local, publicado en la revista española Estudios Geográficos deduce que, las altas

potencialidades de la artesanía tradicional de Córdoba no son suficientes para consolidarse y posicionarse como un excelente destino turístico cultural, debido a la existencia de una baja integración entre los negocios artesanales, la ciudad y la oferta turística. Esto puede ser contrastable con los datos obtenidos en la figura 3, donde se supo que el 80% presenta un nivel alto y 20% restante un nivel medio de conocimientos del plan de marketing, es decir las artesanas consideran que su producto es bien recibido por la demanda, además el contar con un punto de venta en el Centro de Interpretación ubicado en la entrada al Bosque de Pomac y con la participación en ferias locales y nacionales les ha permitido generar ingresos para su asociación. Sin embargo, todo ello no garantiza la integración con los negocios artesanales por lo que se considera importante una redefinición de sus estrategias comerciales tomando en cuenta el uso de redes sociales.

Otra proyecto a considerar es el planteado por (Feijoo Saavedra, Lora Saenz, Piña Anticona, & Portilla Venero, 2017) Proyecto Fashion Truck Perú: Diseño y elaboración de un plan de negocios para la comercialización de prendas de vestir y accesorios de moda mediante el formato de una boutique móvil. Donde se el principal servicio que ofrece es el de comercializar ropa y complementos de vestir que complementan y modifican el mercado frente a empresas de la competencia que pueden ofrecer un producto similar. Lo importante es la versatilidad de las prendas de moda para adaptarse a los requerimientos del mercado sobre todo que está sustentado y validado por un plan de negocio.

Para los determinar el nivel de conocimiento que se tiene sobre el plan operativo se consideró aplicar los instrumentos a las artesanas, donde se obtuvo que el 10% presenta un nivel muy alto, 50% un nivel alto y 40% nivel medio. Así también se aplicó el instrumento a los expertos del tema, donde el 100% determino la importancia que la asociación de artesanas de algodón de colores naturales cuente con herramientas que les permitan llevar un control estricto de los materiales que emplean, conocer si las unidades producidas cubren la demanda de mercado y

además deberían recibir asesoramiento por externos para fortalecer este punto. Estos resultados pueden ser sustentados con lo establecido por (Toro López, 2016) que consideró al plan operativo de una organización como el propósito de establecer cuál es el proceso de elaborar y vender productos o servicios, utilizando equipos, máquinas, tecnología, talento humano, materia prima y servicios requeridos para el efecto. Por su parte (Moyano Castillejo, 2015) lo considera un análisis técnico que permite identificar las características del producto, descripción y diagramas de los procesos, uso de maquinaria y equipo, materias primas, insumos, rendimientos, áreas del negocio, programa de producción, requerimiento de mano de obra, localización entre las principales condiciones para su estructura y adaptación en el plan de negocio. Todo ello es determinante al momento de elaborar un plan de negocio.

En la figura 6 se visualiza los resultados que se obtuvieron acerca de la evaluación financiera de la asociación, para lo cual se encuestó a 3 expertos en el rubro de artesanía, donde el 67% establece como nivel muy alto y el 33% como un nivel alto la importancia que las artesanas que conforman la asociación “Fibras Nativas” consideran la evaluación financiera como parte esencial para la elaboración del plan de negocio que permitirá determinar la rentabilidad. Del mismo modo consideraron oportuno el asesoramiento de profesionales en temas financieros. Todo lo antes mencionado se puede contrastar con lo que detalla (Kashyap R. & Bakliwal A., 2020) en su artículo publicado en la revista Textiles artificiales en la India, acerca del Proceso de producción de textiles maheshwari, lo que permitió identificar los problemas presentes con las finanzas, el tiempo y la baja demanda. De igual manera los problemas que experimentan los artesanos son la falta de conocimiento de las finanzas, como administrarlas y además desconocen cómo acceder a créditos. Lo que dificulta su crecimiento en el sector, sobre todo posicionarse como una organización rentable en el mercado.

Por su parte (García Padilla , 2015) considera el análisis financiero, un proceso de supervisar los estados financieros, compone la actividad

de cuantificar el desempeño financiero en los factores internos y externos de la empresa, con análisis profundo de los ingresos y egresos que se producen en la compañía. Otra de las bases teóricas que respaldan la importancia de la evaluación financiera de una empresa, es la indicada por (Jiménez, Espinoza, & Fonseca, 2015) al considerar el valor actual neto (VAN) como indicador para determinar la viabilidad de proyecto, es decir si es positivo, se debe aceptar, y si es negativo, se debe rechazar su ejecución. Del mismo modo sucede con la tasa interna de retorno (TIR) a la que los flujos de efectivo asociados con un proyecto se descuentan exactamente a cero.

Ahora en la figura 7 sobre actividad económica, se obtuvo que el 60% de las artesanas presentan un nivel medio y 40% un nivel alto de conocimiento acerca de la cantidad de material que emplean al elaborar sus productos, que no pueden ser reemplazados por otros de menor precio y la cantidad de unidades producidas mensualmente. Si bien es cierto el control que llevan las artesanas es incipiente, ha sido útil para el estudio. Así también en esta dimensión se hace referencia a la alternancia de la actividad artesanal con otras, para poder cubrir sus ingresos mensuales. Lo antes mencionado se puede comparar con lo establecido por (Ortega Flores & Moreno Lavado, 2014) en su tesis "Introducción al plan de negocios para la exportación de chompas de alpaca a Manhattan-NY-EE.UU". Donde se determinó la cantidad de tiendas que comercializan jerseys de alpaca en Manhattan y también las futuras ventas de jerseys de alpaca en Manhattan-Nueva York-Estados Unidos. Los productos elaborados con hilo o lana oriundas de nuestro país tienen posibilidades de ventas en el mercado internacional, existe un potencial mercado que valora este tipo de mercancías.

Del mismo modo en la figura 8 se puede apreciar que la totalidad de las artesanas tienen un nivel alto de conocimiento en cuanto a resaltar que su asociación presenta ingresos mayores a sus egresos, la existencia de meses de temporada alta de ventas, generando mayores ingresos. Además, que sus ganancias mensuales son muy similares a las de sus

competencias. Considerando así que la asociación puede mantenerse en el rubro. Estos resultados fueron constatados con lo que indica el documento elaborado por (INEI, 2017) donde define al margen bruto como la forma de medir porcentualmente la proporción del ingreso que dará luz verde para cubrir todos los gastos ajenos al costo de ventas. Por su parte (Gitman, 2012) sostuvo que el margen de utilidad bruta calcula el porcentaje que resta de cada dólar de ventas después que una organización pagó sus bienes.

Además, el artículo “La artesanía como estrategia de desarrollo rural: el caso de los grupos de mujeres artesanas de la región de Puno (Perú)”. Analizó la actividad artesanal como principal ingreso para las féminas y los cambios en la artesanía. Y resaltó el valor de examinar los productos artesanales como maniobra de desarrollo rural desde la perspectiva de revalorar el género femenino. (Forstner, 2013)

Finalmente la relación encontrada entre el objetivo general de proponer un plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón de colores naturales y las bases teóricas se puede sustentar con lo indicado por (Yasin N. A., Ridjal S., Jufri M., & Anshari., 2019) en artículo Emprendimiento y su impacto en la productividad de artesanos tradicionales de Indonesia; el cual comenta busco medir el capital humano y las características empresariales de los artesanos para incrementar su productividad. De igual manera, se espera encontrar una posible solución a los diversos problemas experimentados por el sector de la artesanía tradicional en Bone Regency. Por su parte (Villarán Weinberger, 2009) El plan de negocio es el resultado de un proceso de planeación. Tiene como objetivo guiar un determinado negocio, combinando la forma y fondo con la proposición de inversión, la índole de la idea, los aspectos financieros, el estudio y aprovechamiento del mercado.

De acuerdo al objetivo específico de determinar la rentabilidad de la asociación de artesanas Fibras Nativas, podemos tomar como referencia a (Besley & Brigham, 2015) quien define a la rentabilidad como

la relación entre la ganancia resultante (utilidad) y la inversión (recursos) que se emplearon para obtenerla. Factor relevante al momento de la toma de decisiones en una organización. Y a (Amat, 2017) quien sostiene el objetivo de rentabilidad es potenciar la inversión en una empresa, así también la de garantizar mayores beneficios que los invertidos un tiempo determinado.

Y por último, con relación a la validación de la propuesta conforme a los resultados obtenidos por parte de los expertos se pudo determinar que el plan de negocio se elaboró tomando en cuenta las características de pertinencia, aplicabilidad y contextualización cuyos valores obtenidos fueron mayores al 96%, evidenciando así la elaboración de un adecuado plan de negocio, que contiene información resaltante y valiosa para la toma de decisiones, el cual tuvo como principal base los resultados más importantes derivados de la etapa de diagnóstico. Concluyendo así con la importancia de recurrir a profesionales expertos en el tema para su revisión; (Zorita Lloreda, 2015) consideró al plan de negocio como documento dinámico, sintético, claro y abierto que se actualiza de acuerdo al avance de su desarrollo. Cuyo objetivo es comprobar la existencia de un mercado, identificar a los potenciales clientes y sobre todo garantizar que dicho plan pueda generar ingresos, detallando las cantidades aproximadas; es decir que sea rentable.

VI. CONCLUSIONES

1. Al proponer el plan de negocio se permitió profundizar el análisis de los productos que ofrece, calidad y requisitos que exige el mercado nacional e internacional; así mismo se logró conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta la organización artesanal. Determinar el nivel de conocimiento por parte de las artesanas acerca de estrategias de marketing, plan operativo y evaluación financiera, puntos básicos e importantes para la asociación.
2. Se logró determinar que la asociación de artesanas Fibras Nativas, tiene un nivel de rentabilidad positivo, lo cual permitiría su continuidad en el mercado y que las socias continúen invirtiendo o busquen las fuentes de financiamiento necesarias con la finalidad de hacer crecer su negocio.
3. Al culminar con la propuesta, se validó el plan de negocios; lo que permitió concluir que es un proceso importante y necesario garantizar la rentabilidad y continuidad de la asociación artesanal. La información del de dicho documento es muy valiosa y se elaboró siguiendo los parámetros establecidos, con la finalidad que la asociación considere oportuna implementarla. De igual manera, dicha validación, permitió a los expertos brindar pautas necesarias que lograron consolidar y enriquecer el plan de negocio propuesto.

VII. RECOMENDACIONES

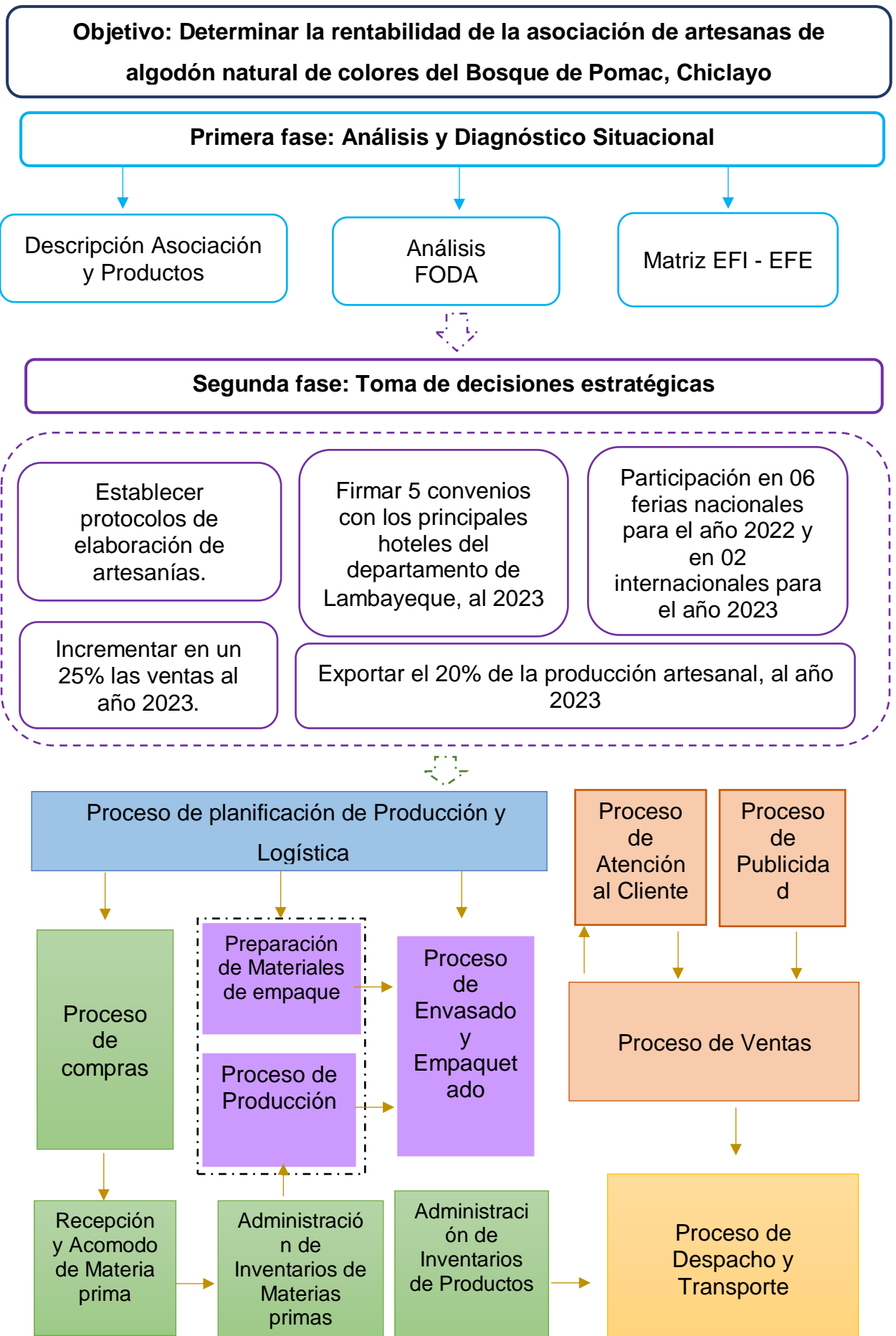
A las artesanas de la asociación Fibras Nativas:

1. Aprobar e implementar plan de negocio propuesto, considerando que las Estrategias, cronograma y actividades detalladas en dicho documento permitirá a su asociación mejorar sus ventas, posicionamiento en el mercado nacional, apertura de mercado internacionales, pero sobre todo generar rentabilidad y de esa manera mantenerse en el rubro.
2. Así también, sería importante considerar el asesoramiento de un profesional para que de esta manera se realice una adecuada implementación, monitoreo y seguimiento de la propuesta, de acuerdo a la realidad de la asociación.

A los futuros investigadores:

3. Se recomienda optar por este tipo de propuestas, a fin de compartir los conocimientos adquiridos. Sobre todo, con pequeñas empresas que en muchas ocasiones no cuentan con las herramientas oportunas para consolidar sus negocios.

VIII. PROPUESTA



Cuarta fase: Plan de Marketing

Producto: variedad, calidad, diseño, características acordes al mercado local e internacional.

- *Línea de bebé*
- *Línea mujer*
- *Línea cartera y accesorios*

Precio:

Línea de bebé: S/ 50.00 - S/ 100
Línea mujer: S/ 40.00 - S/100.00
Línea cartera y accesorios: S/ 10.00 - S/80.00

Turistas nacionales e internacionales, clientes en el extranjero.

Promoción:

Participación en ferias locales, nacionales e internacionales.
Publicidad en redes sociales y puntos de ventas.

Plaza:

Puntos de venta: Centro de interpretación del Bosque de Pomac, principales hoteles de la región, Museo Arqueológico Sican y Boutique en Francia.



Quinta fase: Evaluación Financiera y Económica

El plan de negocio propuesto para la asociación de artesanas de algodón de colores naturales "Fibras Nativas", nos arrojó los siguientes resultados financieros:

Período de Recuperación	2 AÑOS
VAN Económico	S/. 38,522.96
VAN Financiero	S/. 36,390.05
TIR Económico	56.37%
TIR Financiero	62.56%

REFERENCIAS

- ADEX Trade. (2021). Obtenido de <https://www.adexperu.org.pe/servicio/adex-data-trade/>
- Amat, J. (2017). *Análisis de estados financieros*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- ANDINA. (2014). Artesanas de Lambayeque exportan prendas de algodón nativo a Francia. págs. <https://andina.pe/agencia/noticia-artesanas-lambayeque-exportan-prendas-algodon-nativo-a-francia-517245.aspx>.
- Arbaiza, F. (2015). *Cómo elaborar un Plan de Negocio*. Lima, Perú: ESAN.
- Barzolo Dongo, C., & Jong Caffo, I. (2019). Plan de Negocios propuesto para la creación de la microempresa de Tejidos a mano y Crochet: "Mona's Hand-Knitted". Lima: Respitorio UPC.
- Bayona, E. (2020). El trabajo de las tejedoras indígenas en Zinacantán. *Perspectivas latinoamericanas*, 36-55.
- Beauchamp, T., & Childress, J. (2011). *Principios de Ética Biomédica*. Bioética & Debat .
- Besley, S., & Brigham, E. (2015). *Fundamentals of Financial Management*. Florida.
- Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2013). *The Portable MBA in Entrepreneurship*.
- CITE SIPAN. (2010). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/30_Linea_artesanal_de_tejidos_algodon_nativo_2010.pdf
- CITE, S. (2010). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/30_Linea_artesanal_de_tejidos_algodon_nativo_2010.pdf
- Córdova Padilla, M. (2014). *Análisis Financiero*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Corral, Y. (2008). DISEÑO DE CUESTIONARIOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS. *Universidad de Carabobo*, 152-168.
- Danet Sepúlveda, J. C., & Juárez Varón, D. (2014). *Cuadernos de Marketing y Comunicación Empresarial*. Alicante: Editorial Área de innovación y desarrollo, S.L.
- Díaz, B. B. (2007). *Planeación Estratégica*. Fundación Universitaria Luis Amigó.
- Díaz-Campo, J., & Segado-Boj, F. (2016). *Ethical guidelines in Education & Educational Research journals indexed in the WoS*.
- FAO. (2008). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/plant-treaty/herramientas/toolbox-for-sustainable-use/details/es/c/1374818/>
- Feijoo Saavedra, R., Lora Saenz, F., Piña Anticona, J., & Portilla Venero, J. (2017). Proyecto Fashion Truck Perú: Diseño y elaboración de un plan de negocios para la comercialización de prendas de vestir y accesorios de moda mediante el formato de una boutique móvil. Lima: Repositorio USIL.
- Forstner, K. (2013). La artesanía como estrategia de desarrollo rural: El caso de los grupos de artesanas en la región de Puno (Perú). *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 141-158.
- Fundación Nantik Lum. (2017). *Programa Avanza*. Obtenido de https://emprendimientoymicrofinanzas.com/wp-content/uploads/2018/05/3_Mi_modelo_de_negocio_canvas_y_plan_de_empresa.pdf
- García Padilla, V. (2015). *Análisis Financiero: Un enfoque integral*. México: Grupo Editorial Patria.
- GERCETUR. (2019). Obtenido de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo: https://issuu.com/gobiernoregionallambayeque/docs/estadistico_de_turismo

- Gitman, L. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación de México.
- González Millán, J. J., & Rodríguez Díaz, M. T. (2019). *Manual Práctico de Planeación Estratégica*. España: Printed in Spain .
- INEI. (2017). *Indicadores de Rentabilidad*. Lima, Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Jiménez, F., Espinoza, C., & Fonseca, L. (2015). *Ingeniería económica*. Costa Rica: Editorial Tecnológica .
- Kashyap R. & Bakliwal A. (2020). Proceso de producción de textiles maheshwari. *Textiles artificiales en la India*, 79-81.
- Kelleher, J., & MacCormack, J. (2004). Internal rate of return: A cautionary tale. *Mckinsey&Company*, <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/internal-rate-of-return-a-cautionary-tale>.
- Mateos M. & Rojas R. (2018). Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local. *Estudios Geograficos*, 529-533.
- MINAM. (2015). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de https://www.minam.gob.pe/diversidadbiologica/wp-content/uploads/sites/21/2014/02/informe_final_lva.pdf
- MINAM. (2020). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de <https://bioseguridad.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/libroalgodonfinal.pdf>
- MINAM. (2020). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de <https://bioseguridad.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/libroalgodonfinal.pdf>
- MINCETUR. (2018). Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/destinos-turisticos-innovadores/>

- MINCETUR. (2019). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de Registro Nacional del Artesano: <https://www.mincetur.gob.pe/artesania-2/registro-nacional-de-artesania-rna/>
- MINCETUR. (2019). *Plan Estratégico Regional de Turismo*. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/390583/PERTUR_Lambayeque_9.pdf
- Montero Muñoz y Gomez Calderón. (2020). *Asociatividad, liderazgo inclusivo y desarrollo económico local. El Grupo de Artesanos Independientes de Mompox*. Colombia: Universidad de California y Universidad de los Andes.
- Moyano Castillejo, L. (2015). *Plan de Negocios*. Lima: Editorial MACRO.
- Olivera, K. F. (2012). *Procesamiento artesanal del algodón nativo: una actividad económica viable o sólo una tradición*. Lima: Repositorio PUCP-Tesis.
- Ortega Flores, H., & Moreno Lavado, M. (2014). *Introducción al plan de negocios para la exportación de chompas de alpaca a Manhattan-NY-EE.UU*. Lima: Repositorio ESAN.
- Pérez, A. (2016). *Fuentes de financiación*. España: ESIC.
- Pisani, E., Maseiro, M., & Scrocco, S. (2015). Reintroducción de algodón nativo (*Gossypium barbadense*) en la costa norte del Perú: Análisis de factibilidad económica para pequeños productores. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias - Universidad Nacional de Cuyo*, 209-232.
- PROMPERÚ. (2017). "Perfil del Vacacionista Nacional 2017". Lima, Perú.
- Promperú. (2021). Obtenido de <https://match.promperu.gob.pe/Home/Index>
- Romero Hidalgo, O., & Hidalgo Sánchez, A. (2017). *Plan de Negocios: Un enfoque práctico en el sector comercio*.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: sexta edición.
- Santa Cruz Fernandez, V. (2021). *Especialista en Algodón Nativo*. (C. C. Benites, Entrevistador)

- Sociedad Nacional de Industrias. (2020). *Sociedad Nacional de Industrias*. Obtenido de <https://sni.org.pe/wp-content/uploads/2017/01/Noviembre-2016-Industria-deproductos-textiles.pdf>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Marketing Fundamentals*. Colorado: McGraw-Hill.
- Thompson, A., Strickland, A., Gamble, J., & Peteraf, M. (2012). *Crafting and Executing Strategy*. New York, N.Y., U.S.A: 18° edición The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Tokan, B. (2016). *El plan de negocios perfecto: que se gana el corazón de los inversionistas*. Estados Unidos: Babelcube Inc.
- Toro López, F. (2016). *Costos A.B.C y presupuestos. Herramientas para la productividad*. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- TRADE MAP. (2020). *TRADE MAP*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c611710%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Vera Horna, A. (2010). *7 pasos para una tesis exitosa*. Perú.
- Villarán Weinberger, K. (2009). *USAID*. Obtenido de La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional: http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf
- Viniegra Rocío, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*.
- Yasin N. A., Ridjal S., Jufri M., & Anshari. (2019). *Capital humano y emprendimiento y su impacto en la productividad de artesanos tradicionales*. www.scopus.com.
- Zorita Lloreda, E. (2015). *Plan de Negocio*. España: Esic Editorial.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Plan de Negocio	Es un documento usado como presentación de una organización, ya que describe los productos y servicios que puede ofrecer, así también los factores que intervienen en el desarrollo de sus operaciones, desde el planeamiento, ejecución y con énfasis en las fuentes de financiamiento, (Villarón Weinberger, 2009)	Encuestas dirigidas a las artesanas. Encuesta a especialistas en el tema.	Análisis de mercado y producto Plan Estratégico Plan de Marketing Plan operativo Evaluación Financiera	Descripción del producto Análisis de la competencia Brecha de mercado nacional e internacional FODA Precio Producto Plaza Promoción Capacidad de producción VAN TIR	Nominal
Rentabilidad	La rentabilidad es la encargada de medir la relación existente	Encuestas dirigidas a las	Actividad económica	Unidades de Artesanía Producidas	Nominal

entre los resultados de operación y los recursos disponibles de una empresa en un período determinado.
(Amat, 2017)

artesanas

Margen Bruto de
Utilidad

Utilidad Bruta

Anexo 02: Instrumentos de Recolección de Datos

“Cuestionario 01 dirigido a las artesanas de la asociación Fibras Nativas, para recabar información sobre el plan de negocio”

Autor: Cynthia Vanessa Coronel Benites

Se agradece anticipadamente la colaboración de las artesanas de la asociación “Fibras Nativas”.

Marque con un aspa (x) la alternativa que mejor valora cada ítem:

ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN		
	NUNCA (1)	A VECES (2)	SIEMPRE (3)
¿La artesanía que usted elabora cubre las necesidades de los clientes?			
¿La calidad de la artesanía que usted vende considera que cumple con los requisitos del mercado internacional?			
¿Considera usted que el usar hilos orgánicos la hace más atractivas a los clientes?			
¿Según su criterio, los productos que venden son diferentes a los de su competencia			
¿Considera usted que la competencia es una amenaza para la venta de sus artesanías ?			
¿De acuerdo a su experiencia, el mercado internacional tiene mayor capacidad de compra que el mercado nacional?			

¿Los clientes internacionales son más exigentes en la calidad de las artesanías?			
¿Usted vende sus productos en el mercado internacional?			
¿Considera una fortaleza el usar hilos orgánicos en la elaboración de las artesanías?			
¿El poco manejo de tecnología para promocionar sus productos, hace que usted se encuentre en desventaja frente a la competencia?			
¿La artesanía de algodón nativo es valorada por los turistas internacionales, por lo tanto sería una oportunidad para ustedes como asociación?			
¿La poca producción de algodón nativo pone en riesgo su negocio?			
¿La falta de proveedores (empresas de venta de hilos de algodón nativo) es una amenaza para la elaboración de su artesanía?			
¿Según su opinión el precio establecido a la artesanía es el correcto?			
¿Los precios ofrecidos por su asociación son competitivo en el mercado?			
¿Según su experiencia las artesanías de algodón nativo al ser elaboradas con hilos orgánicos son más atractivas para los clientes?			

¿Si usted fuera turista compraría un producto artesanal a base de algodón nativo?			
¿El espacio brindado en el Centro de Interpretación del Bosque de Pomac cumple con las condiciones para la venta de artesanía?			
¿Participa usted en ferias locales, nacionales o internacionales organizadas?			
¿Usa redes sociales (Facebook, Instagram, whatApp) para la venta de sus productos?			
¿Realiza publicidad con material físico (broucher, tríptico, fotos, etc) para la venta de sus productos?			
¿Realiza algún tipo de ofertas para generar más ventas?			
¿Utiliza alguna herramienta para calcular la cantidad de hilo y otros materiales que emplea para la elaboración de la artesanía?			
¿La producción elaborada por su asociación cubre los pedidos mensuales?			

“Cuestionario 02 dirigido a los especialistas de algodón nativo, para recabar información sobre el plan de negocio.”

Autor: Cynthia Vanessa Coronel Benites

Se agradece anticipadamente la colaboración de las artesanas de la asociación “Fibras Nativas”.

Marque con un aspa (x) la alternativa que mejor valora cada ítem:

ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN		
	NUNCA (1)	A VECES (2)	SIEMPRE (3)
Según su experiencia ¿Las artesanas emplean una adecuada herramienta para calcular la cantidad de hilo y otros materiales en la elaboración de su artesanía?			
¿Las artesanas deberían recibir asesoramiento para determinar la cantidad de artesanía a elaborar?			
De acuerdo a interacción con las artesanas ¿Su producción de artesanía de algodón nativo cubre los pedidos mensuales?			
Desde su punto de vista, ¿Las artesanas deberían contratar a un especialista para el desarrollo del plan de negocio?			
Considera ¿Qué las artesanas deberían invertir más en su asociación, teniendo en cuenta los resultados de la VAN?			
¿Se debería tomar en cuenta el VAN para la toma de decisiones en la asociación fibras nativas?			

¿Para las artesanas del algodón nativo es importante tener conocimiento sobre la TIR?			
¿Considera usted que se debe mantener actualizados los datos financieros de la asociación de artesanas de algodón nativo para realizar un mejor cálculo de la TIR?			
¿Desde su perspectiva la TIR es uno de los elementos más importantes para elaborar un plan de negocio?			

“Cuestionario 03 dirigido a los especialistas de algodón nativo, para recabar información sobre el plan de negocio”

Autor: Cynthia Vanessa Coronel Benites

Se agradece anticipadamente la colaboración de los especialistas de algodón nativo.

Marque con un aspa (x) la alternativa que mejor valora cada ítem:

ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN		
	NUNCA (0)	A VECES (1)	SIEMPRE (2)
¿Al momento de elaborar sus productos, usted tiene en cuenta la cantidad de material a usar?			
¿La cantidad de artesanía producida por su asociación cubre la demanda del mercado?			
¿Con qué frecuencia la artesanía producida por su asociación es vendida a turistas o clientes internacionales?			
¿Utiliza usted alguna herramienta para calcular la cantidad mensual de artesanía producida?			
¿Los recursos naturales que usted utiliza pueden ser reemplazados por otros de menor precio?			
¿Usted realiza actividades adicionales a la elaboración de artesanía de algodón nativo?			

¿La inversión utilizada en la elaboración de la artesanía es menor a sus ganancias?			
¿Considera que la ganancia mensual que genera su asociación es similar a la de su competencia?			
¿Según su experiencia, hay meses donde tiene mayores ingresos (ganancias)?			
¿De acuerdo a las ganancias mensuales obtenidas por su asociación, debería continuar con la venta de artesanía?			
¿Los puntos de venta para la artesanía de algodón nativo brindados por el SERNAP son rentables?			
¿Considera usted que debería existir mayor promoción e incentivo por parte del Estado para generar mayor ganancia?			

ANEXO 03: Fichas de Validación de Instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°01

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo"

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a las artesanas de la asociación "Fibras Nativas", para recabar información sobre el plan de negocio.

3. TESISISTA:

Br. : Cynthia Vanessa Coronel Benites

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI



NO



Chiclayo, 17 de octubre de 2021

Mg. Patty Jackeline Flores Huamán
DNI: 45329255
Registro de grado en Sunedu:


MBA. Patty J. Flores Huamán
DNI: 45329255



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°02

5. TITULO DE LA INVESTIGACION:

“Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo”

6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a los especialistas de algodón nativo, para recabar información sobre el plan de negocio

7. TESISISTA:

Br.]: Cynthia Vanessa Coronel Benites

8. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 17 de octubre de 2021

Mg. Patty Jackeline Flores Huamán
DNI: 45329255
Registro de grado en Sunedu:


MBA. Patty J. Flores Huamán
DNI: 45329255

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°03

9. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo"

10. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a las artesanas de la asociación "Fibras Nativas", para recabar información sobre rentabilidad de su asociación.

11. TESISTA:

Br. : Cynthia Vanessa Coronel Benites

12. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI



NO



Chiclayo, 17 de octubre de 2021

Mg. Patty Jackeline Flores Huamán
DNI: 45329255
Registro de grado en Sunedu:



MBA. Patty J. Flores Huamán
DNI: 45329255



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°01

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo"

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a las artesanas de la asociación "Fibras Nativas", para recabar información sobre el plan de negocio.

3. TESISTA:

Br. : Cynthia Vanessa Coronel Benites

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 17 de octubre de 2021

LIZANA HOLDING S.A.C.

Lic. M.Sc. Nikolays Pedro Lizana Guevara
GERENTE GENERAL

Mg. Nikolays Lizana Guevara
DNI: 71874276



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°02

5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo"

6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a los especialistas de algodón nativo, para recabar información sobre el plan de negocio

7. TESISTA:

Br.: Cynthia Vanessa Coronel Benites

8. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 17 de octubre de 2021

LIZANA HOLDING S.A.C.

Lic. M. Sc. Nikolays Pedro Lizana Guevara
GERENTE GENERAL

Mg. Nikolays Lizana Guevara
DNI: 71874276

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°03**9. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

"Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de ~~Pomac~~ Chiclayo"

10. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a las artesanas de la asociación "Fibras Nativas", para recabar información sobre rentabilidad de su asociación.

11. TESISTA:

Br. Cynthia Vanessa Coronel Benites

12. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 17 de octubre de 2021

LIZANA HOLDING S.A.C.


Lic. M. Sc. Nikolays Pedro Lizana Guevara
GERENTE GENERAL

Mg. Nikolays Lizana Guevara
DNI: 71874276



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°01

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo"

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a las artesanas de la asociación "Fibras Nativas", para recabar información sobre el plan de negocio.

3. TESISISTA:

Br. : Cynthia Vanessa Coronel Benites

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 15 de octubre de 2021

Mg. Katherine del Pilar Santisteban Benites
DNI: 72695481



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°02

5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo"

6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a los especialistas de algodón nativo, para recabar información sobre el plan de negocio

7. TESISISTA:

Br. Cynthia Vanessa Coronel Benites

8. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 15 de octubre de 2021

Mg. Katherine del Pilar Santisteban Benites

DNI: 72695481



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°03

9. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo"

10. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a las artesanas de la asociación "Fibras Nativas", para recabar información sobre rentabilidad de su asociación.

11. TESISISTA:

Br. Cynthia Vanessa Coronel Benites

12. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 15 de octubre de 2021

Mg. Katherine del Pilar Santisteban Benites
DNI: 72695481

INFORME DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO N°01

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo”

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a las artesanas de la asociación “Fibras Nativas”, para recabar información sobre el plan de negocio.

3. TESISISTA:

Br. : Cynthia Vanessa Coronel Benites

4. DECISION:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 22 de octubre de 2021



Mg. ~~Jhoana~~ Geraldine ~~Sánchez~~ Guerrero
DNI: 46567780

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°02**5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

“Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanías de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo”

6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a los especialistas de algodón nativo, para recabar información sobre el plan de negocio

7. TESISISTA:

Br.: Cynthia Vanessa Coronel Benites

8. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 22 de octubre de 2021



Mg. Jhoana Geraldine Sánchez Guerrero
DNI: 46567780



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N°03

9. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo”

10. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a las artesanas de la asociación “Fibras Nativas”, para recabar información sobre rentabilidad de su asociación.

11. TESISISTA:

Br.: Cynthia Vanessa Coronel Benites

12. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 22 de octubre de 2021

Mg. Jhoana Geraldine Sánchez Guerrero
DNI: 46567780

ANEXO 04: Confiabilidad del Instrumento Alfa de Cronbach

Alfa de Combrach Instrumento 1

K	23	Ítems
Σvi	11.700	
VT	63.300	

Nunca	1
A veces	2
Siempre	3

Sección 1	1.045454545
Sección 2	0.815
Absoluto s2	0.815

α	0.85
----------	------

Alfa de Combrach Instrumento 2

K	9	Ítems
Σvi	5.000	
VT	21.000	

Nunca	1
A veces	2
Siempre	3

Sección 1	1.125
Sección 2	0.762
Absoluto s2	0.762

α	0.86
----------	------

Alfa de Combrach Instrumento 3

K	12	Ítems
Σvi	6.000	
VT	50.000	

Nunca	1
A veces	2
Siempre	3

Sección 1	1.0909091
Sección 2	0.880
Absoluto s2	0.880

α	0.96
----------	------

ANEXO 05: Propuesta

Plan de Negocio

1. Resumen ejecutivo:

La asociación de artesanas “Fibras Nativas” seleccionada para la presente investigación, presenta condiciones organizacionales favorables para el desarrollo de la artesanía de algodón nativo, tienen una ubicación geográfica privilegiada al encontrarse en la Ruta Sicán - Bosques y Pirámides de Lambayeque

El plan de negocio generará aportes para promover la comercialización de artesanía a base de algodón nativo de la asociación “Fibras Nativas”, mediante la aplicación de estrategias de posicionamiento e internacionalización, convirtiéndose en una alternativa rentable y competitiva. Resaltando que los productos que ofrecen son de fibra textil orgánica. En este sentido, se pretende aprovechar una oportunidad de negocio, que incrementará los ingresos de las artesanas.

2. Descripción de la empresa:

2.1. Historia

Las artesanas iniciaron sus labores en el año 2012 con el proyecto de Propomac: Revalorando un cultivo Ancestral de Cáritas Perú y el fondo Italo-peruano. El cual tenía como objetivo mejorar los ingresos de los pobladores de la zona de amortiguamiento del Bosque de Pomac. Desde entonces se conformaron las diversas asociaciones, siendo “Fibras Nativas” una de las más importantes y que ha logrado mantenerse en el rubro, por sus características únicas al elaborar artesanía con acabados finos hechos a base del algodón nativo.

Misión

Representar el talento ante la sociedad contribuyendo con el arte como un medio de promoción, de desarrollo integral y humano de todo el departamento de Lambayeque.

Visión

Ser la asociación líder y competitiva del norte del país ofreciendo prendas de vestir de algodón nativo contando con un gran equipo humano de artesanas del Bosque de Pomac.

Valores

Responsabilidad: cumplir con los acuerdos tratados en reuniones y atender los pedidos que se compromete con el cliente.

Respecto: tener consideración por la compañera en base al respeto y consideración de unos a otros.

Solidaridad: tener el apoyo constante entre compañeras, cuando uno falta o tiene problemas el apoyo debe ser constante por parte de todos.

Amabilidad: la amabilidad debe ser una característica de cada integrante al momento de atender al cliente o cualquier persona que visite el taller o centro de ventas.

2.2. Análisis de la industria

Según el estudio de “Distribución y concentración de las razas locales de algodón nativo en la Costa Norte del Perú” (MINAM, 2015), actualmente *Gossypium barbadense* es la especie de algodón más distribuida en la costa norte peruana (Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Ancash y Lima). Se reporta su presencia en 66 distritos de los 93 visitados, lo que nos indica que se encuentra en el 71% de los distritos de la Costa norte del Perú.

En el departamento de Lambayeque se concentra el mayor número de recolecciones realizadas (40%), seguido de Piura con 24.2%, La Libertad con

13.7%, Tumbes con 9.5%, Cajamarca con 2.1% y finalmente Ancash y Lima con el 5.3% cada uno, tal como se observa en el siguiente cuadro.

Tabla1

Concentración de las colectas de algodón nativo por departamento en la costa norte peruana

DEPARTAMENTO	G. BARBADENSE	CONCENTRACIÓN (%)
Lambayeque	38	40
Cajamarca	2	2.1
Ancash	5	5.3
Lima	5	5.3
Libertad	13	13.7
Tumbes	9	9.5
Piura	23	24.2
Total	95	100

Nota. Las poblaciones de algodón nativo que se han encontrado están conformadas por pocas plantas o plantas aisladas, creciendo y desarrollándose en forma sub espontáneas, al borde las chacras, huertos, jardines o carretera en los 66 distritos correspondientes a 28 provincias y 7 departamentos. Solamente en Lambayeque, el algodón nativo se ha encontrado cultivado en pequeñas parcelas que oscilan entre 0,1 a 1 hectárea, en los distritos de Mórrope, Túcume y Pítipo. De acuerdo a las referencias obtenidas en la población rural de la costa norte del Perú, el algodón nativo se encuentra en los bordes de las chacras y los caminos y es utilizado como fibra textil en artesanía e incluso medicinal. (MINAM, 2015)

3. Análisis de mercado y producto

3.1 Productos

La Asociación trabaja con algodón nativo y orgánico. Actualmente, conocen las diferentes técnicas ancestrales y no sólo de tejidos a telares (de mano, cintura y a pedal) sino también a crochet y otros instrumentos,

permitiendo elaborar prendas de mejor calidad, diseñando de esta manera colecciones patentadas con su propia marca.

- Línea de bebé: Ecopeluche, vestidos, polos, botines, gorros
- Línea mujer: Vestidos, polos, top, blusas, chalinas.
- Línea cartera y accesorios: Carteras, morrales, monederos. Arteres, neceser, portacelulares, etc.

La asociación cuenta con una capacidad de producción de 600 productos al mes y al año 7200 prendas al año. Siendo así sus principales insumos: ovillo de hilo, cuero, cierres, aros de metal, botones, forro, napa, tela de algodón nativo, etc. Sus principales proveedores son CORTEXTIL, el emporio de Gamarra y el mercado modelo.

3.2 Competencia

La asociación está conformada por 10 artesanas que conforman dicha asociación, sus principales competidores son las artesanas de Túcume, Ferreñafe y Morrope. Sin embargo, estas asociaciones no cuentan con tecnología ni máquinas de coser adecuadas por lo que su producción y sus acabados son de no tienen la calidad sugerida por el mercado. Estas asociaciones se dedican a la misma línea artesanal de textiles elaborados en algodón nativo.

Tabla 2*Asociaciones de artesanías más importantes del departamento de Lambayeque*

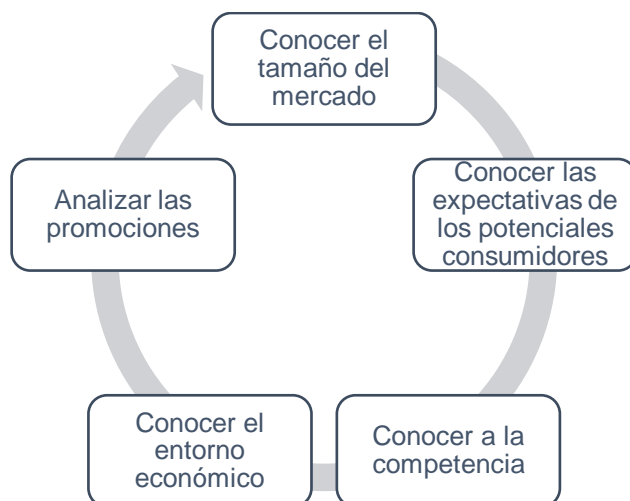
Asociación	Distrito	Productos	Características
Valle de las Pirámides	Túcume	Neceseres, carteras, chalinas, carteras, Centros de mesa, cojines, individuales.	Técnicas: telar a cintura, palitos. Infraestructura: Taller acondicionado en la casa de la artesana líder. Máquinas: de coser y remalladora Punto de venta: Museo de Túcume y ferias locales.
	Ferreñafe	Neceseres, carteras, chalinas, carteras, Centros de mesa, cojines, individuales, adornos.	Técnicas: telar a cintura, palitos, crochet. Infraestructura: Taller acondicionado en la casa de la artesana líder. Máquinas: de coser y remalladora Punto de venta: Taller artesanal y ferias locales.
Taller "Petita Briones"			
Asociación de Arbolsol y Huaca de Barro	Morrope	Neceseres, carteras, chalinas, carteras, Centros de mesa, cojines, individuales, adornos, llaveros, monderos, morrales.	Técnicas: telar a cintura. Infraestructura: Taller Artesanal. Además cuentan con local en el distrito de Morrope

			Máquinas: de coser y remalladora Punto de venta: Taller artesanal y ferias locales.
	Morrope	Neceseres, carteras, chalinas, carteras, Centros de mesa, cojines, individuales, adornos, llaveros, monderos, morrales.	Técnicas: telar a cintura. Infraestructura: Taller Artesanal. Máquinas: de coser y remalladora Punto de venta: Museo Tumbas Reales de Lambayeque y ferias locales.
Taller “Mi Rosita”			
	Morrope	Neceseres, carteras, chalinas, carteras, Centros de mesa, cojines, individuales, adornos, llaveros, monderos, morrales.	Técnicas: telar a cintura, crochet. Infraestructura: Taller Artesanal. Máquinas: de coser y remalladora Punto de venta: Taller artesanal y ferias locales.
Asociación “Santa Anita”			

Nota. Cuadro comparativo del nivel de competitividad de las principales asociaciones de algodón nativo de la región.

3.3 Brecha de mercado nacional e internacional

Para determinar la brecha de mercado se deberá considerar el siguiente esquema según (Bygrave & Zacharakis, 2013)



Para poder identificar nuestro mercado primero debemos resolver la siguiente interrogante: ¿Quiénes son los que compran las artesanías de algodón de colores naturales? Para responder a la pregunta, se realizó una investigación en puntos de ventas, a las artesanas, a los especialistas y a los turistas ubicados en los distritos de Ferreñafe, Lambayeque y Pitipo debido a que en dichos lugares se venden prendas hechas a mano por artesanas. En la investigación se entrevistó a un total de 50 personas. La investigación nos dio como resultado que, en promedio, 8 de cada 10 turistas compran los productos hechos a mano son viajeros, de los cuales 5 son nacionales y 3 son extranjeros; como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Tabla 3

Distribución de clientes

Tipo de Cliente	Porcentaje que representa
Cliente Local	20%
Cliente Nacional	50%
Cliente Internacional	30%

Nota. Como se pudo observar en los resultados, los museos Tumbas Reales y Sican, además del centro Interpretación del Bosque de Pomac ubicados en Lambayeque y Ferreñafe respectivamente, la mayoría de sus clientes son viajeros de los cuales el 50% son nacionales. Según (MINCETUR, 2018) estos viajeros son aquellas personas que realizan como mínimo un viaje con motivo vacacional o recreacional que tienen gustos por la cultura, historia, tradiciones de otras ciudades y gustos por artesanías. En ese sentido, el viajero nacional, reducido a los que visitaron el departamento de Lambayeque, es el que se va a considerar como nuestro cliente objetivo o nicho. Esto debido a que dichos viajeros conocen e interactuaron con la cultura mochica, que es de donde proviene el algodón nativo.

Para poder tener un mayor alcance del perfil de nuestro cliente objetivo, se analizó la composición de la población peruana según el nivel socioeconómico y nivel de gasto de la población. Además, el gasto promedio de un viajero vacacional, incluyendo a todos los niveles socioeconómicos, bordea los 500 nuevos soles aproximadamente por lo que nuestro cliente objetivo tiene que tener un nivel de gasto promedio en este tipo de actividades de por lo menos ese monto.

Exportaciones

Así también se ha considerado exportar el 20% de la producción, esto considerado que, desde el año 2014 se han realizado exportaciones de artesanía de algodón nativo, por la modalidad del Exporta Fácil razón por la cual no se encuentran registros en la base de datos de la SUNAT. Las exportaciones se realizaron a países como Francia y Luxemburgo. (Santa Cruz Fernandez, 2021)

Importaciones

Según (Sociedad Nacional de Industrias, 2020) el 12,5% de la producción textil nacional, se destina al mercado externo, y los productos textiles de punto figuran dentro de los principales artículos exportados dentro de esta industria, es por ello que a través de las herramientas del portal del

ITC analizaremos el comportamiento mundial del mercado de las “Bufandas de algodón nativo tejido de punto”.

Según (ADEX Trade, 2021) las importaciones a nivel mundial de tejidos en punto, en términos monetarios (miles de dólares). Durante el periodo 2015 al 2019 se ha registrado un total de 209 países, teniendo como principales mercados mundiales a Estados Unidos, Alemania y Francia, con una participación de demanda del 17%, 11% y 7% en el 2019.

Si bien Estados Unidos es el principal mercado mundial de destino, hay que resaltar que dentro de la oferta mundial (179 países) incluido Perú; China posee una importante y competitiva industria textil, siendo el principal proveedor del mercado americano, registrando una participación en el último año del 81% de las ventas registradas por la USITC (Base de datos de los Estados Unidos de América).

Tabla 4

Principales países importadores de artesanía, expresado en miles de dólares.

Ranking	Importadores Mundiales	Miles de dólares					
		2015	2016	2017	2018	2019	PART 2019
1	Estados Unidos	206,959	212,227	261,629	254,367	191,982	17%
2	Alemania	179,230	183,202	170,415	132,162	125,113	11%
3	Francia	88,854	99,605	96,373	81,692	72,779	7%
4	Reino Unido	85,631	86,125	93,708	82,687	68,124	6%
5	Japón	105,054	88,557	70,115	57,904	44,407	4%
6	España	45,988	42,231	49,002	45,035	42,158	4%
7	Italia	57,109	54,455	51,136	41,775	40,108	4%
8	Países Bajos	47,512	41,952	43,920	35,276	32,514	3%
9	Hong Kong	49,170	41,611	48,233	38,348	30,104	3%
10	Austria	26,128	24,114	24,986	25,750	29,289	3%

Nota. Los datos que se muestran en la tabla fueron obtenidos de (TRADE MAP, 2020)

4. Planeamiento estratégico

Tabla 5

Análisis FODA de la “Asociación de Artesanas Fibras Nativas”

Fortalezas	Oportunidades
F1. Variedad de productos con colores naturales como carteras, llaveros, blusas, vestidos, etc.	O1. Existencia de mercados internacionales para artesanías los cuales falta la promoción.
F2. Artesanas con creatividad y habilidad manual creando un valor agregado.	O2. Producto con identidad local que demanda el extranjero.
F3. Maquinaria para diseñar y elaborar prendas e algodón nativo.	O3. Presencia en ferias nacionales de artesanías, como “Nuestras Manos”.
F4. Apoyo por parte de CITE SIPAN, CARITAS DEL PERU.	O4. Potencial de crecimiento en artículos de regalo y decoración.
F5. Ofrece hospedaje para un turismo vivencial a los visitantes.	O5. Crecimiento del turismo en la Región Lambayeque.
Debilidades	Amenazas
D1. Puntos de ventas poco concurrido por el público, debido a la accesibilidad del poblado.	A1. Fenómenos Naturales, perjudican la materia prima. (Niño Costero - enero - marzo)
D2. Precios de venta muy bajos, no reflejan utilidad.	A2. Disminución de la demanda de artesanías por falta de promoción de la marca " Fibras Nativas".
D3. Demanda mucho tiempo en la producción de un producto.	A3. Principal competencia - Petronila Brenis Farfán
D4. Abastecimiento temporal de materia prima.	A4. Escasa valoración de la artesanía por parte del distrito.

D5. Limitación al acceso del Internet.

A5. Culminación de convenio con las entidades que brindan apoyo.

Nota. De acuerdo a la información recabada de la asociación Fibras Nativas se pudo determinar el FODA con la finalidad de realizar una mejor investigación y lograr mejores beneficios para las artesanas.

Tabla 6*Matriz EFI*

FACTOR	PESO	CALIFICACION	TOTALPONDERADO
FORTALEZAS			
Variedad de productos con colores naturales como carteras , llaveros, blusas, vestidos, etc.	0.1	4	0.4
Artesanas con creatividad y habilidad manual creando un valor agregado	0.1	4	0.4
Maquinaria para diseñar y elaborar prendas de algodón nativo.	0.05	3	0.15
Apoyo por parte de SITE SIPAN, CARITAS DEL PERU.	0.1	3	0.3
Ofrece hospedaje para un turismo vivencial a los visitantes.	0.1	4	0.4
DEBILIDADES			
Puntos de ventas poco concurrido por el público, debido a la accesibilidad del poblado.	0.1	4	0.4
Precios de venta muy bajos, no reflejan utilidad.	0.05	3	0.15
Demanda mucho tiempo en la producción de un producto	0.05	2	0.1
Abastecimiento temporal de materia prima	0.05	2	0.1
Limitación al acceso del Internet.	0.1	4	0.4
TOTAL	1	33	2.8

Nota. La Matriz EFI se observa los ítems de nuestra asociación tales como sus fortalezas y debilidades del análisis interno, asignándoles un peso donde 0.0 es “no importante” hasta 1.0 “muy importante”, calificación de 1 “debilidad mayor”, 2 “debilidad menor”, 3 “fuerza menor” y 4 “fuerza mayor”. Los resultados fueron de 2.8, demostrando que la Asociación “Fibras Nativas” tiene una posición interna general por encima de la media en su voluntad de seguir adelante con la elaboración y exportación de artesanías de algodón nativo.

Tabla 7
Matriz EFE

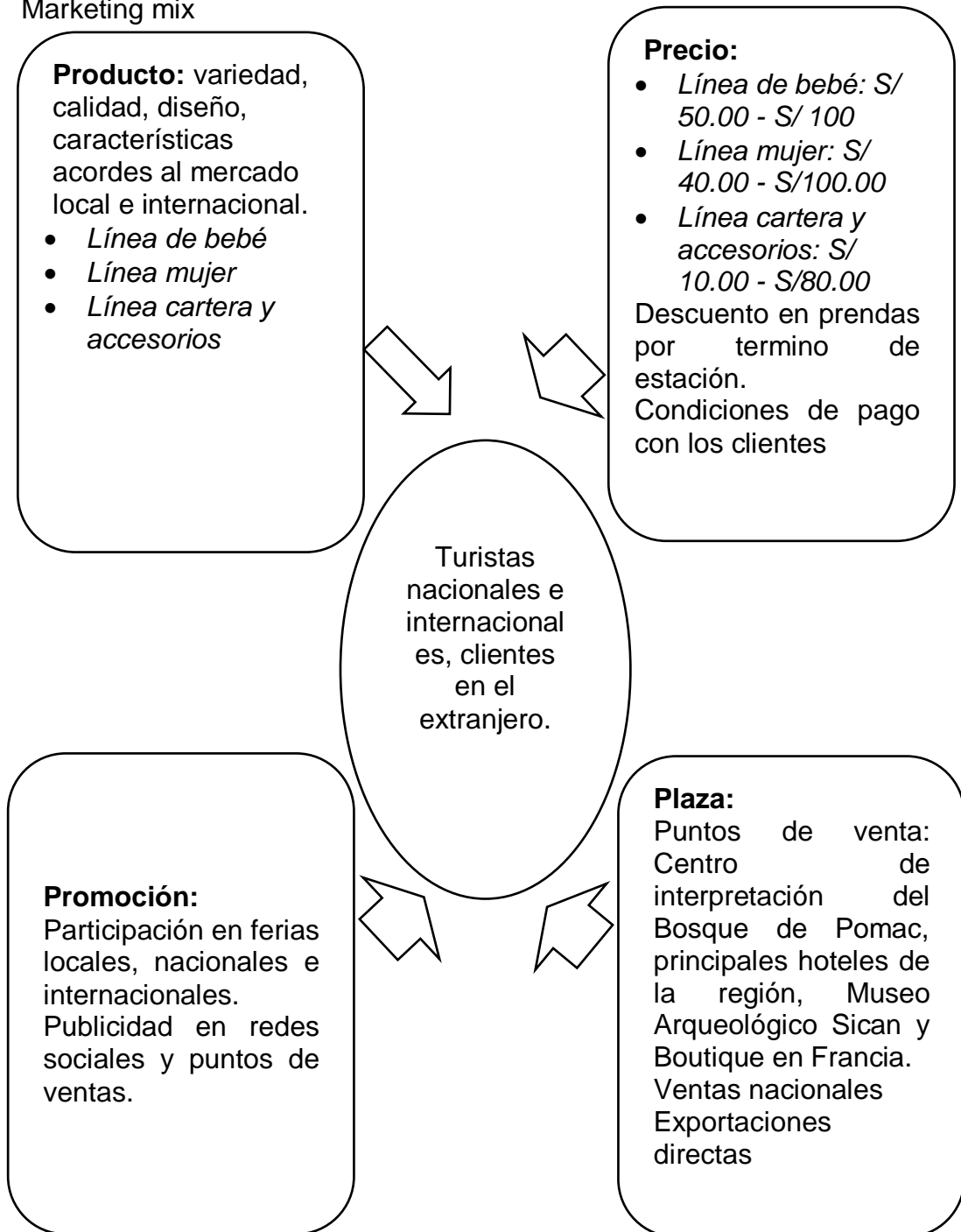
FACTOR	PESO	CALIFICACION	TOTAL, PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Existencia de mercados internacionales para artesanías los cuales falta la promoción	0.1	4	0.4
Producto con identidad local que demanda el extranjero.	0.1	4	0.4
Presencia en ferias nacionales de artesanías, como “Nuestras Manos”	0.1	4	0.4
Apoyo por parte de SITE SIPAN, CARITAS DEL PERU.	0.05	2	0.1
Ofrece hospedaje para un turismo vivencial a los visitantes.	0.05	2	0.1
AMENAZAS			
Fenómenos Naturales, perjudican la materia prima. (Niño Costero enero - marzo)	0.1	4	0.4

Disminución de la demanda de artesanías por falta de promoción de la marca	0.05	2	0.1
Competencia - Petronila Brenis Farfán	0.01	4	0.4
Escaza valoración de la artesanía por parte del distrito	0.01	2	0.2
Culminación de convenio con las entidades que brindan apoyo	0.05	2	0.1
TOTAL	1	30	2.6

Nota. La Matriz EFE un análisis externo de la asociación como son las oportunidades y amenazas. El total ponderado final es de 2.6 que demuestra que la Asociación de Artesanas Manos con Talento puede aprovechar con eficacia las oportunidades que cuenta, con un enfoque de minimizar los efectos negativos de las amenazas externas.

5. Plan de Marketing

Marketing mix



5.1. Estrategias de Crecimiento

(Thompson, Strickland, Gamble , & Peteraf , 2012) proporciona dos tipos de estrategias para lograr que la empresa pueda identificar las oportunidades de incrementar sus ventas, así como también seleccionar y evaluar los mercados para ofertar sus productos. A continuación, se describe los cuatro tipos de estrategias de crecimiento:

a. Estrategia de penetración de mercado

Esta estrategia está orientada a que la empresa tenga un incremento en la participación de mercados a los cuales está dirigido, en ese sentido se recomienda utilizar las herramientas necesarias como el uso de medios electrónicos como la Internet teniendo

en cuenta que el avance tecnológico favorece a que más personas de diferentes partes del mundo puedan tener contacto vía online, por lo que se debe incorporar la creación de una página web en tres idiomas como inglés, francés y español. También realizar promociones quincenales a través de la página de Facebook. Asimismo, participar en ferias nacionales en las cuales tendrá la oportunidad de mostrar sus productos, adquirir posibles clientes nacionales e internacionales, conocer de forma directa a sus competidores, saber las tendencias del consumidor y la variedad de productos en los que puede incursionar.

El pedido de productos por Facebook, va ser con el medio de pago anticipado, el pago se recibe y se realizara él envío del producto. Para esto la asociación tendrá que crearse una cuenta Free en el banco BBVA. El comprador observará el producto, enviará un mensaje, indicando a donde será enviado el producto, realizar el deposito correspondiente, tomar foto al Boucher del depósito y enviar al vendedor para así realizar el envío del producto.

Se implementará capacitaciones a la presidenta de la Asociación sobre el uso de la herramienta de Facebook a cargo de un Ingeniero de Sistemas,

para que pueda realizar las ventas vía online y este en constante comunicación en las redes sociales.

b. Estrategia de desarrollo de mercado

Esta estrategia consiste en ofrecer productos innovadores con un valor agregado para incursionar en nuevos mercados. Para ello se debe realizar una investigación de mercado e identificar las tendencias de consumo del cliente y seleccionar el mercado meta que consuman productos similares a los ofrecidos por la empresa.

La asociación participa constantemente en ferias en las cuales ellas ven una alternativa para aumentar sus ventas y por ende mejorar su economía, sin embargo, al promocionar sus productos no cuentan con un sistema de venta online el cual es muy exigido por los clientes puesto que son de diferentes lugares, y por ende pierden muchos clientes por no saber cómo vender sus productos en una plataforma online.

Los artesanos deben de acogerse a las nuevas tecnologías para así lograr captar nuevos clientes durante la participación de ferias.

En las ferias que se participa a través del stand donde se ubican, los artesanos promocionan sus productos con la información necesaria, captando la atención de nuevos clientes.

Costos de la aplicación de las estrategias de marketing:

Luego de analizar las estrategias de marketing para incrementar las exportaciones de artesanías de algodón nativo, se determinó el costo de la aplicación de las estrategias de marketing a implementar en la asociación “Fibras Nativas” ubicado en Pomac III, distrito de Pitipo, departamento de Lambayeque.

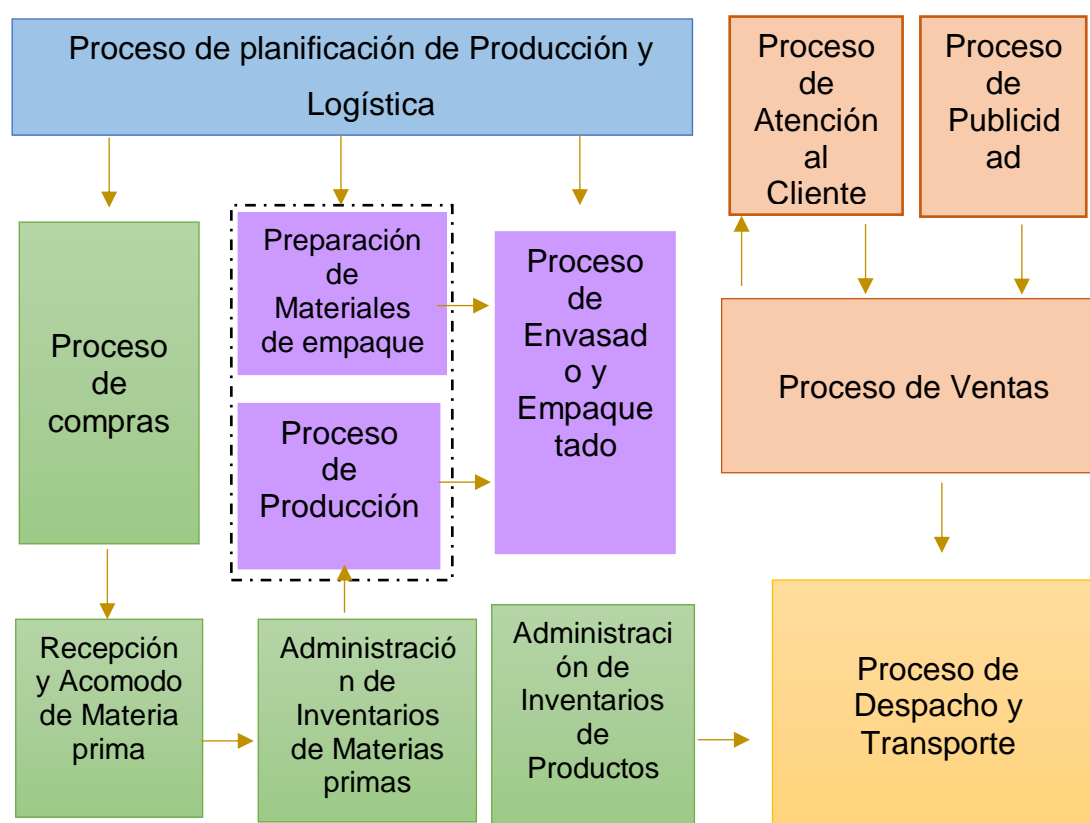
Tabla 8*Inversión Total - Por Años*

Descripción	Años		
	2022	2023	2024
Estrategia de penetración de mercado	S/.9,549.30	S/. 6,051.90	S/.6,051.90
Estrategia de desarrollo de mercado	S/.372.00	S/.372.00	S/.372.00
Inversión Total	S/.9,921.30	S/.6,423.90	S/.6,423.90

Nota. Luego de determinar todos los costos totales de la aplicación de la estrategia de penetración de mercados y desarrollo de mercados se llegó al resultado de s/. 9921.30 nuevos soles para el año 2022, debido a que se comprara maquinara, para los siguientes dos años los costos de maquinaria no se consideran. Durante el año 2023 y 2024 los costos se mantienen fijos.

6. Plan Operativo

Proceso de Planificación de Producción y Logística



7. Evaluación Financiera

La cantidad de unidades producidas por la asociación Fibras Nativas durante un mes oscila entre 20 a 25, los cuales se distribuyen en la línea de bebé, línea mujer y línea cartera y accesorios; haciendo un total de 780 prendas aproximadamente. Lo cual genera un ingreso de 1.700 soles mensuales y de 20, 400 soles anuales. Tal y como se puede observar en la tabla siguiente.

Tabla 9

Producción anual

Descripción	C.U (S/.)	Und. M	Cant. mensual	Costo		C. Cantidad anual	T. T.
				Costo mensual (S/.)	Tiempo		
L. bebé	85.00	Und	20	1,700.00	12	240	20,400.00
L. mujer	95.00	Und	20	1,900.00	12	240	22,800.00
L. cartera	113.00	Und	25	2,825.00	12	300	33,900.00
Total	293.00		65	6,425.00		780	7,100.00

Nota. La asociación, en la fabricación de sus productos utiliza maquinaria y equipos especializados. Para complementar las artesanías que son elaboradas de forma manual. La producción anual de la asociación es de 780 unidades. El costo de producción anual en el que se incurre es de S/. 77,100.00

Tabla 10*Costo de producción proyectado*

Ventas proyectadas	2022	2023	2024	2025	2026
Líneas					
Línea de bebé	240	264	290.4	319	351
Línea mujer	240	264	290.4	319	351
Línea cartera y accesorios	300	330	363	399	439
Costo Unitario					
Línea de bebé	S/. 85.00	S/. 85.00	S/.85.00	S/. 85.00	S/. 85.00
Línea mujer	S/. 95.00	S/.95.00	S/.95.00	S/. 95.00	S/. 95.00
Línea cartera y accesorios	S/.113.00	S/.113.00	S/.113.00	S/.113.00	S/. 113.00
Costo total					
Línea de bebé	S/.20,400.00	S/.22,440.00	S/.24,684.00	S/.27,152.40	S/.29,867.64
Línea mujer	S/.22,800.00	S/.25,080.00	S/.27,588.00	S/.30,346.80	S/.33,381.48
Línea cartera y accesorios	S/.33,900.00	S/.37,290.00	S/.41,019.00	S/.45,120.90	S/. 49,632.99
Total	S/.77,100.00	S/.84,810.00	S/.93,291.00	S/.102,620.10	S/.112,882.11

Nota. El costo de producción proyectado para 5 años teniendo en cuenta que en el primer año la producción por líneas es 780 y aumenta en 10% cada año es de S/. 77,100.00 el primer año y el último año es de S/. 112,882.11.

Tabla 11*Costos Operativos*

Descripción	Costo	Unidad de medida	Cantidad anual	Costo total Anual
Alquiler	S/.100.00	Mensual	12	S/.1,200.00
Luz	S/.58.50	Mensual	12	S/.702.00
Agua	S/.9.00	Mensual	12	S/.108.00
Teléfono	S/.30.00	Mensual	12	S/.360.00
Otros gastos opera.	S/.40.00	Mes	12	S/.480.00
Total				S/.2,850.00

Nota. El costo anual operativo de la asociación es de S/. 2850. Este costo está conformado por el pago de alquiler, el pago de luz, el pago de agua, teléfono y otros gastos operativos.

Tabla 12*Costos operativos proyectados*

Años	2022	2023	2024	2025	2026
Costos Operativos(S/.)	2,850.00	2,850.00	2,850.00	2,850.00	2,850.00

Nota. Información proporcionada por la Asociación "Fibras Nativas"

Tabla 13*Costos Administrativos*

Descripción	Costo	Unidad de medida	Cantidad anual	Costo total Anual
Contador	S/.150.00	Mensual	12	S/. 1,800.00
Administradora	S/.600.00	Mensual	12	S/. 7,200.00
Total				S/. 9,000.00

Nota. El costo administrativo anual de la asociación es de S/. 9,000. Estos costos están conformados por el pago al contador y el pago a la administradora de la asociación.

Tabla 14

Costos Administrativos proyectados

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Costos administrativos (S/.)	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00

Nota. Información proporcionada por la Asociación “Fibras Nativas”

Tabla 15

Costos de ventas

Descripción	Costo	Unidad de medida	Cantidad anual	Costo total Anual
Feria Internacional	S/. 3,000.00	Anual	1	S/.3,000.00
Transporte local	S/./25.50	Mes	12	S/.306.00
Envío Internacional	S/.356.40	Cajas	12	S/./4,276.80
Bolsas	S/./13.00	Centena	3	S/./39.00
Cajas	S/./1.00	unidad	12	S/./12.00
Etiquetas	S/./45.00	Centenas	3	S/./135.00
Total				S/./7,768.80

Nota. El costo de ventas total de la asociación es de S/. 7,768.80. Este costo está conformado por la asistencia a una feria internacional, transporte local, los envíos internacionales, la compra de bolsas transparentes, cajas y etiquetas.

Tabla 16*Costos de ventas*

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Costos	7,768.80	7,768.80	7,768.80	7,768.80	7,768.80
Ventas (S/.)					

Nota. Información proporcionada por la Asociación "Fibras Nativas"

Tabla 17*Costo de financiamiento*

Concepto	2022	2023	TOTAL
Intereses	979.89	386.22	S/. 1,366.11
Amortización	2,182.80	2,183.46	S/. 4,366.26

Nota. Para un préstamo de capital de trabajo de S/. 3,000 pagado en un plazo de dos años, el pago de interés es de S/. 979.89 en el primer año y S/. 368.22 el segundo año. La amortización para el primer y segundo año es de S/. 2,182.80 y 2,183.46 respectivamente.

Tabla 18*Ingresos proyectados*

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Línea de bebé	240	264	290.4	319	351
Línea mujer	240	264	290.4	319	351
Línea cartera y accesorios	300	330	363	399	439
	Precio de venta USD				
Línea de bebé	30	31	32	34	35
Línea mujer	32	33	35	36	37
Línea cartera y accesorios	45	47	49	51	53
Tipo de cambio	4.043	4.043	4.043	4.043	4.03
Crecimiento anual precio		4%	4%	4%	4%
	Total (S/.)				
Línea de bebé	29,109.60	33,301.38	38,096.78	43,582.72	49,858.63
Línea mujer	31,050.24	35,521.47	40,636.57	46,488.23	53,182.54
Línea cartera y accesorios	54,580.50	62,440.09	71,431.47	81,717.60	93,484.93
Total, Ingresos	114,740.34	131,262.95	150,164.81	171,788.55	196,526.10

Nota. Información proporcionada por la Asociación “Fibras Nativas los ingresos proyectados para los cinco años de trabajo son de S/. 76,655.28 el primer año y para el último año es de S/. 131,294.39.

Tabla 19

Estado de Ganancias y pérdidas proyectado

	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Ingresos Por Ventas	S/.114,740.34	S/.131,262.95	S/.150,164.81	S/.171,788.55	S/.196,526.10
Costos De Producción	S/. 77,100.00	S/. 84,810.00	S/. 93,291.00	S/.102,620.10	S/.112,882.11
Utilidad Bruta	S/. 37,640.34	S/. 46,452.95	S/. 56,873.81	S/. 69,168.45	S/. 83,643.99
Gastos De Administrativos	S/.9,000.00	S/.9,000.00	S/.9,000.00	S/.9,000.00	S/.9,000.00
Gastos De Operativos	S/.2,850.00	S/.2,850.00	S/.2,850.00	S/.2,850.00	S/.2,850.00
Gastos De Ventas	S/.7,768.80	S/.7,768.80	S/.7,768.80	S/.7,768.80	S/.7,768.80
Utilidad De Operación	S/.10,441.20	S/.15,553.80	S/.20,932.56	S/.25,603.15	S/.30,368.88
Amortización	S/.2,182.80	S/.2,183.46			
	S/.979.89	S/.386.22			
Utilidad Antes De Impuestos 1	S/.10,441.20	S/.15,553.80	S/. 20,932.56	S/.25,603.15	S/.30,368.88
Utilidad Antes De Impuestos 2	S/.7,278.51	S/.12,984.12	S/.20,932.56	S/.25,603.15	S/.30,368.88
Impuesto	S/.50.00	S/.50.00	S/.50.00	S/.50.00	S/.50.00
Impuesto	S/.50.00	S/.50.00	S/.50.00	S/.50.00	S/.50.00

Utilidad Neta 1	S/.10,391.20	S/.15,503.80	S/.20,882.56	S/.25,553.15	S/.30,318.88
Utilidad Neta 2	S/.7,228.51	S/.12,934.12	S/.20,882.56	S/.25,553.15	S/.30,318.88

Nota. El estado de ganancias y pérdidas proyectados del plan de negocio da resultados desde el primer año con una utilidad neta sin considerar el pago de amortización e interés de S/. 10,391.30 y consideran el pago del préstamo da como resultado un monto de S/. 7,228.51. Para el quinto año los resultados son de S/. 30,318.88 siendo la misma cantidad para la utilidad neta sin considerar el pago del préstamo y con el pago de préstamo respectivamente. El flujo de caja proyectado muestra la proyección para los próximos 5 años teniendo en cuenta una venta mensual de 25 unidades. Se tiene en cuenta también que el número de bolsos vendidos incrementa en diez unidades por años.

Tabla 20*Flujo de caja proyectado*

CONCEPTO / PERIODO	2022	2022-23	2023-24	2024-25	2025-26	2026-27
INGRESOS (S/.)		63,960.00	70,202.60	76,711.36	82,511.95	88,407.68
Margen contribución (S/.)		10,441.20	15,553.80	20,932.56	25,603.15	30,368.88
CAPITAL DE TRABAJO	2,000.00					
ACTIVOS						
VALOR RESIDUAL						
EGRESOS DE OPERACIÓN (S/.)		53,518.80	54,648.80	55,778.80	56,908.80	58,038.80
COSTOS DE PRODUCCIÓN (S/.)		33,900.00	35,030.00	36,160.00	37,290.00	38,420.00
COSTOS DE ADMINISTRATIVOS (S/.)		9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00
COSTOS DE OPERACIÓN (S/.)		2,850.00	2,850.00	2,850.00	2,850.00	2,850.00
COSTOS DE VENTAS (S/.)		7,768.80	7,768.80	7,768.80	7,768.80	7,768.80
IMPUESTOS		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
IMPUESTOS		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO 1 (S/.)	2,000.00	10,391.20	15,503.80	20,882.56	25,553.15	30,318.88
PRESTAMO (S/.)	3,000.15					
AMORTIZACIÓN (S/.)		2,182.80	2,183.46			
INTERESES (S/.)		979.89	386.22			
FLUJODE CAJA FINANCIERO 1 (S/.)	1,000.15	7,228.51	12,934.12	20,882.56	25,553.15	30,318.88

VAN Económico: S/. 38,522.96

VAN Financiero: S/. 36,390.05

TIR Económico: 56.37%

TIR Financiero: 62.56%

ANEXO 06: Fichas de Validación de Propuesta



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



VALIDACIÓN DE PROPUESTA (JUICIO DE EXPERTOS)

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO PARA LA RENTABILIDAD DE LAS ARTESANAS DE ALGODÓN NATURAL DE COLORES DEL BOSQUE DE POMAC, CHICLAYO.

Yo, **Jhoana Geraldine Sánchez Guerrero**, identificado con DNI N° **46567780**, con Grado Académico de **Magister en Derecho y Negocio Marítimo y Gestión Portuaria** en la Universidad Politecnica de Catalunya - Barcelona, con registro N° **2020.M.00011.0002**

Hago constar que he leído y revisado el “Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo”, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios. MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta corresponde a la tesis: “**Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo**”.

a. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	x		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	x		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	x		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	x		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	x		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	x		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	x		

b. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	x		
2	Soluciona el problema de la investigación	x		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	x		
4	Es viable en sus aplicación	x		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	x		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanías de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo.			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
98%	95%	99%	97%

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

OBSERVACIONES: Desde mi experiencia en el comercio internacional, considero oportuno el desarrollo del plan de negocio para la artesanía de algodón nativo con el enfoque de búsqueda de mercados internacionales, ya que es un producto muy valorado y con el adecuado manejo podría posicionarse en el nicho de mercado correcto.

Chiclayo, 19 de diciembre del 2021.

Mg. Jhoana Geraldine Sánchez Guerrero Código de registro de: 2020.M.00011.0002
Centro de labores: Port Logistics SAC N° de celular: 965379996



Mg. Jhoana Geraldine Sánchez Guerrero
DNI. 46567780
EXPERTO

**VALIDACIÓN DE PROPUESTA
(JUICIO DE EXPERTOS)**
FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO PARA LA RENTABILIDAD DE LAS ARTESANAS DE ALGODÓN NATURAL DE COLORES DEL BOSQUE DE POMAC, CHICLAYO.

Yo, **Patty Jackeline Flores Huamán**, identificado con DNI N° **45329255**, con Grado Académico de **Magister en Administración de Negocios en la Universidad César Vallejo**, con registro en SUNEDU N° **052-116546**.

Hago constar que he leído y revisado el “Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo”, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios. MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta corresponde a la tesis: “**Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo**”.

c. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	x		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	x		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	x		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	x		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	x		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	x		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	x		

d. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
----	----------	----	----	---------------

1	Es aplicable al contexto de la investigación	x		
2	Soluciona el problema de la investigación	x		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	x		
4	Es viable en sus aplicación	x		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	x		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanías de algodón natural de colores del Bosque de Pomac, Chiclayo.			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
96%	98%	99%	98%

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

OBSERVACIONES: En mi condición de experta, considero oportuna la propuesta ya que podrá brindar un panorama más amplio a la asociación "Fibras Nativas" y de esta manera posicionarse en el sector de artesanía, así también podrán mejorar sus aspectos administrativos y de gestión, para mejorar su rentabilidad y su permanencia como organización

Chiclayo, 19 de diciembre del 2021.

Mg. Patty Jackeline Flores Huamán. Código de registro de: 052-116546

Centro de labores: Consultora Independiente N° de celular: 973575243



MBA. Patty J. Flores Huamán
DNI: 45329255

Mg. Patty Jackeline Flores Huamán
DNI. 45329255
EXPERTO

ANEXO 07: Autorización de Aplicación del Trabajo en Empresa

AUTORIZACIÓN PARA EL USO O REPRODUCCIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS PARTICIPANTES EN LA TESIS “Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón de colores naturales del Bosque de Pomac, Chiclayo”

Yo, Betty Zapata Gonzales, identificado (a) con DNI o pasaporte N.º 16546755, presidenta de la asociación “Fibras Nativas”, otorgo mi consentimiento a la tesista, para el uso o la reproducción de los resultados del mencionado participante, sin restricción de tiempo y a la ubicación geográfica en donde se pueda distribuir el referido material.

La presente autorización se otorga a fin de que el uso de los resultados del participante, se utilicen principalmente para fines de educativos, elaboración de planes de negocios en favor de la asociación y el sector de artesanía de algodón nativo.

Asimismo, se me ha informado que el referido inventario será recopilado y aplicado dentro de la modalidad virtual para los fines que se indican en este documento.



Firma de la artesana

Dirección: Pomac III - Pitipo

Teléfono: 920029434

En la ciudad de Chiclayo, del día 18 de octubre de 2021.

Base Legal:

Según lo dispuesto en la Ley N° 29733, Ley de Protección de datos personales y en su Reglamento de la Ley N° 29733, aprobado mediante el Decreto Supremo N° 003-2013-JUS.

ANEXO 08: Autorización de la Empresa para Publicación



AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 10165467553
Fibras Nativas	
Nombre del Titular o Representante legal: Betty Zapata Gonzales	
Nombres y Apellidos Betty Zapata Gonzales	DNI: 16546755

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo , no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón natural de colores del Bosque de Romac Chiclayo	
Nombre del Programa Académico: Maestría en Administración de Negocios – MBA	
Autor: Nombres y Apellidos Cynthia Vanessa Coronel Benites	DNI: 46350887

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

~~Romac~~ III, 20 de octubre del 2021

Firma: |



(*). Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f". Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

ANEXO 09: Matriz de Consistencia

Enunciado	Objetivo General	Variables	Indicadores	Población y muestra
Mejorar la rentabilidad de las artesanas de algodón de colores naturales del Bosque de Pómac con el plan de negocio propuesto.	Proponer un plan de negocio para la rentabilidad de las artesanas de algodón de colores naturales, con miras al mercado nacional e internacional.	laVI: Plan de Negocio VD: Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ○ Descripción del producto ○ Análisis de la competencia ○ Brecha de mercado nacional e internacional ○ FODA ○ Precio ○ Producto ○ Plaza ○ Promoción ○ Capacidad de producción ○ VAN ○ TIR ○ Unidades de Artesanía Producidas ○ Utilidad Bruta 	Se considerará como población muestral, la conformada por todas las artesanas de la Asociación "Fibras Nativas" de Pomac III, cuya población es de 10 artesanas, la cual está representado por la líder y asociadas. Así también, se ha considerado como parte de la población a los especialistas en el tema.

Pregunta	Objetivos Específicos	Enfoque	Instrumento
¿Cómo plan de negocio mejorará la rentabilidad de la asociación de artesanas de algodón natural de	Determinar el nivel de rentabilidad de la asociación de artesanas de Nativas.	Enfoque: cuantitativo Método: experimental Diseño: descriptivo	Se utilizará como instrumento el cuestionario y la técnica será la encuesta, documentos que contendrá las preguntas sugeridas sobre las categorías que se obtengan de las teorías

colores, ubicadasValidar el plan de
en el Bosque denegocio propuesto.

Pomac?

que se revisen para la
investigación.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, HUIMAN TARRILLO HUGO ENRIQUE, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA RENTABILIDAD DE LAS ARTESANAS DE ALGODÓN NATURAL DE COLORES DEL BOSQUE DE POMAC, CHICLAYO", cuyo autor es CORONEL BENITES CYNTHIA VANESSA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 08 de Enero del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
HUIMAN TARRILLO HUGO ENRIQUE DNI: 16418702 ORCID 0000-0002-8152-7570	Firmado digitalmente por: HTARRILLOH el 09-01- 2022 06:54:10

Código documento Trilce: TRI - 0260420