

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



Valor agregado en las fibras de Luffa y la generación de
ingresos económicos en la población femenina del caserío San
José, distrito San Rafael, región San Martín, 2022.

Tesis que presentan las bachilleres

Sujey Mirella del Rocío Miñope Seclén

Lessly Pamela Sonapo Rodríguez

Asesora

Dra. María Magdalena Barrantes Quiroz

Para obtener el título profesional de

ECONOMISTA

Lambayeque - Perú

Agosto - 2023

**VALOR AGREGADO EN LAS FIBRAS DE LUFFA Y LA GENERACIÓN DE
INGRESOS ECONÓMICOS EN LA POBLACIÓN FEMENINA DEL CASERÍO
SAN JOSÉ, DISTRITO SAN RAFAEL, REGIÓN SAN MARTIN, 2022.**

Decreto de sustentación N° 1205-2023-VIRTUAL-UNPRG-FACEAC-D/JGN

De la fecha 24 de agosto de 2023



Sujey Mirella del Rocío Miñope Seclén

Bachiller



Lessly Pamela Sonapo Rodriguez

Bachiller

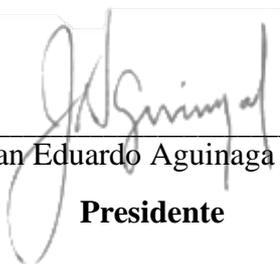


Dra. María Magdalena Barrantes Quiroz

Asesora

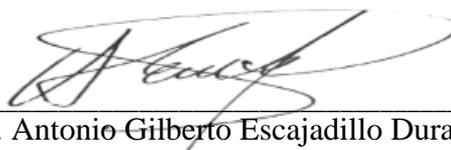
Presentada para obtener el título profesional de Economistas

Aprobado por el jurado:



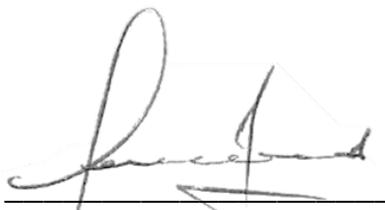
Dr. Juan Eduardo Aguinaga Moreno

Presidente



Dr. Antonio-Gilberto Escajadillo Durand

Secretario



Dr. Abdel Javier Flores Olivos

Vocal



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 05:30 pm. del día 31 de AÑO del 2023., se dio inicio a la Sustentación de Tesis en forma PRESENCIAL, con la participación de los miembros del Jurado, nombrados con Resolución 0125-2022-VIRTUAL-UNPRG-FACEAC de fecha 17 de Septiembre del 2022, conformado por:

Dr. Ivan Eduardo Aguirre Porena Presidente
 Dr. Antonio Gilberto Escudilla Durand Secretario
 Dr. Abdel Javier Flores Olivares Vocal
 Dra. Maria Magdalena Barrantes Quiroz Asesor(a)

Para evaluar el informe de tesis del tesista o de los tesisas: Niñope Seclen Sujey Mirella del Rocio y Sonapo Rodriguez Lessly Pamela, quién o quienes desean obtener su título profesional de: Economista, con la tesis titulada:

Valor agregado en las fibras de Lyffa y la generación de Ingresos económicos en la población femenina del caserío San José, Distrito San Rafael, Región San Martín, 2022

El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes de la Sustentación ordenó la lectura de la Resolución decanal N° 1205-2023-VIRTUAL-UNPRG-FACEAC de fecha 24 de AÑO del 2023... que autoriza la Sustentación Presencial del Informe de Tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó al candidato a efectuar la Sustentación, otorgándole 20 minutos de tiempo.

Culminada la exposición del sustentante o los sustentantes, el presidente dispuso la intervención de los señores miembros del jurado, empezando con el señor(a) vocal, luego señor(a) secretario (a) hasta culminar con el (la)señor(a) presidente, en ese orden los jurados plantearon preguntas y observaciones, las cuales fueron absueltas por el/ los sustentantes en forma Presencial. El señor presidente invita al asesor para que exponga lo que considere conveniente respecto de la exposición de la tesis.

Culminadas las preguntas y respuestas, el (la)Sr.(a) presidente, dispuso que los asistentes incluido el asesor y el o los tesisas abandonen temporalmente la sala, a fin de que el jurado delibere con plena libertad y pueda calificar la sustentación de la tesis. Los jurados califican de acuerdo a la rúbrica de evaluación de la facultad, Culminada la deliberación y calificación el (la) sr.(a) presidente autorizo que ingresen a la sala de sustentaciones el tesista o los tesisas, su asesor y público en general, y autorizó la lectura del acta por parte del señor(a) secretario(a).

El señor(a) secretario(a) dio lectura al acta señalando que el tesista o los tesisas: Niñope Seclen Sujey Mirella del Rocio y Sonapo Rodriguez Lessly Pamela, han obtenido 17 puntos equivalentes a Bueno quedando expedito para optar el título profesional de Economista.

Si uno o los dos tesisas hubieran tenido calificativo desaprobatorio, se anotará: que _____ ha obtenido _____ puntos equivalentes a _____, por las deficiencias y motivos siguientes _____, por cuyo motivo se

reprogramara la nueva sustentación en una plazo máximo de 60 días hábiles desde la fecha de desaprobación y si volviera a desaprobado en esta segunda oportunidad deberá elaborar otra tesis según lo establecido en el artículo 51 del reglamento.

Comunicado el resultado, el señor presidente da por concluido el acto académico a las 06:30 pm. horas del mismo día y en señal de conformidad firman los señores miembros del jurado y asesor.

ESCALA: 20 = Excelente; 18 - 19 = Muy Bueno; 16 - 17 = Bueno; 14 - 15 = Regular, Menos de 14 = Desaprobado.

PRESIDENTE

VOCAL

SECRETARIO

ASESORA

ÍNDICE

Índice de tablas	6
Índice de figuras	8
Índice de anexos	9
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
Capítulo I: Objeto de estudio.....	17
1.1 Contextualización del objeto de estudio	17
1.2 Características y manifestaciones del problema de investigación	20
Capítulo II: Marco Teórico.....	24
2.1 Antecedentes	24
2.2 Bases teóricas.....	32
2.2.1 Valor agregado	32
2.2.2 Ingreso económico	33
2.2.3 Planta de Luffa	34
2.2.4 Productos naturales	36
2.2.5 Comercialización.....	37
2.2.6 Emprendimiento	38
2.2.7 Idea de negocio.....	39
2.3 Definición de términos.....	39
2.3.1 Variable independiente.....	39
2.3.2 Variable dependiente.....	39
2.3.3 Insumos	40
2.3.4 Diseño.....	40
2.3.5 Instrumentos de trabajo	41
2.3.6 Mercado.....	41

2.3.7 Variedad	41
Capítulo III: Metodología desarrollada	42
3.1 Metodología	42
3.1.1 Diseño metodológico.....	42
3.2 Población y muestra.....	43
3.2.1 Población.....	43
3.2.2 Muestra.....	43
3.3 Fuentes, Técnicas de Recolección y Procesamiento de datos	44
3.3.1 Fuentes	44
3.3.2 Técnicas de recolección	45
3.3.4 Procesamiento de datos	46
Capítulo IV: Resultados y discusión	47
4.1 Resultados de la investigación.....	47
4.1.1 Validez de la encuesta	47
4.1.2 Análisis de los resultados	48
4.2 Discusión de los resultados.....	63
Capítulo V: Propuesta.....	66
5.1 Aspectos generales del modelo de negocio	66
5.1.1 Propuesta de valor.....	66
5.2 Análisis FODA	67
5.3 Desarrollo de actividades.....	68
5.4 Herramientas de trabajo	69
5.5 Análisis de la competencia	71
5.5.1 Identificación de la competencia.....	71
5.5.2 Precios de la competencia	71
5.6 Análisis de costos.....	72
5.6.1 Costos fijos.....	72

5.6.2 Costos variables.....	75
5.6.3 Costo total	76
5.6.4 Costo unitario	77
5.6.5 Precio de venta	77
5.7 Punto de equilibrio.....	78
5.8 Análisis del Beneficio.....	78
5.8 Análisis del Costo – Beneficio.....	80
CONCLUSIONES.....	81
RECOMENDACIONES	82
REFERENCIAS	83
ANEXOS	93

Índice de tablas

Tabla 1. Rango de edad de la población femenina del caserío San José.....	48
Tabla 2. Principales actividades de la población femenina del caserío San José.....	49
Tabla 3. Ingreso promedio mensual de la población femenina del caserío San José....	50
Tabla 4. Conocimiento de las propiedades de la Luffa.....	51
Tabla 5. Creatividad para elaborar diseños de la población femenina del caserío San José	52
Tabla 6. Posesión de los instrumentos de trabajo de la población femenina del caserío San José.....	53
Tabla 7. Precios vigentes en el mercado de esponjas sintéticas para utensilios.....	54
Tabla 8. Disposición a producir y comercializar esponjas naturales a base de Luffa...55	
Tabla 9. Toma de iniciativa de la población femenina del caserío San José para contribuir al cuidado del medio ambiente.....	56
Tabla 10. Toma de iniciativa de la población femenina del caserío San José para generar ingresos económicos.....	57
Tabla 11. Mejora constante en el proceso de realización de actividades de la población femenina del caserío San José.....	58
Tabla 12. Disposición de la población femenina del caserío San José para participar en la propuesta	59
Tabla 13. Disponibilidad de tiempo de la población femenina del caserío San José para participar en la propuesta.....	60
Tabla 14. Consumo mensual de esponjas para la limpieza de utensilios de la población femenina del caserío San José.....	61
Tabla 15. Rango de precios promedio que considera la población femenina del caserío San José para la comercialización de esponjas.....	62
Tabla 16. Análisis FODA.....	67
Tabla 17. Herramientas a utilizar en el proceso productivo.....	69

Tabla 18. Rango de precios de los productos sustitutos.....	71
Tabla 19. Herramientas de trabajo.....	72
Tabla 20. Cuadro de Depreciación mensual.....	74
Tabla 21. Costos fijos mensuales de la elaboración de esponjas.....	74
Tabla 22. Costos variables mensual de la elaboración de esponjas.....	75
Tabla 23. Costo total de la elaboración de esponjas.....	76
Tabla 24. Análisis del beneficio de la producción de esponjas a base de Luffa.....	79

Índice de figuras

Figura 1. Rango de edad de la población femenina del caserío San José.....	48
Figura 2. Principales actividades de la población femenina del caserío San José.....	49
Figura 3. Ingreso promedio mensual de la población femenina del caserío San José....	50
Figura 4. Conocimiento de las propiedades de la Luffa.....	51
Figura 5. Creatividad para elaborar diseños de la población femenina del caserío San José	52
Figura 6. Posesión de los instrumentos de trabajo de la población femenina del caserío San José	53
Figura 7. Precios vigentes en el mercado	54
Figura 8. Disposición a producir y comercializar esponjas naturales a base de Luffa... 55	
Figura 9. Toma de iniciativa de la población femenina del caserío San José para contribuir al cuidado del medio ambiente	56
Figura 10. Toma de iniciativa de la población femenina del caserío San José para generar ingresos económicos.....	57
Figura 11. Mejora constante en el proceso de realización de actividades de la población femenina del caserío San José	58
Figura 12. Disposición de la población femenina del caserío San José para participar en la propuesta.....	59
Figura 13. Disponibilidad de tiempo de la población femenina del caserío San José para participar en la propuesta.....	60
Figura 14. Consumo mensual de esponjas para la limpieza de utensilios de la población femenina del caserío San José	61
Figura 15. Rango de precios promedio que considera la población femenina del caserío San José para la comercialización de esponjas.....	62

Índice de anexos

Anexo 1. Encuesta	93
Anexo 2. Validación de cuestionario.....	97
Anexo 3. Matriz de consistencia	98
Anexo 4. Operacionalización de variables	99
Anexo 5. Tabla de resumen metodológica	100
Anexo 6. Fotografías de la planta de Luffa en el caserío San José	101
Anexo 7. Proceso de elaboración de esponjas naturales a base de fibra de Luffa.....	103

Dedicatoria

*“A mi Abuelo, aunque ya no estés físicamente conmigo, tus enseñanzas y
tu amor siempre estarán presentes en mi vida y en mi corazón.*

*A mi Mamá, quien es mi mayor motivación, tu apoyo incondicional es la
fuerza que me impulsa a perseguir mis sueños”*

Sujey Mirella del Rocio Miñope Seclen

*“A Dios, por bendecirme y guiarme en cada paso. A mi familia, por estar
conmigo en todo momento y motivarme a cumplir mis metas”*

Lessly Pamela Sonapo Rodriguez

Agradecimiento

Agradecida con Dios, por darme la fortaleza de seguir adelante incluso en los momentos más desafiantes.

A mi mamá, le agradezco por estar a mi lado en cada paso que doy y por siempre creer en mí.

A toda mi familia, gracias por su constante apoyo y por estar presente en cada logro que he tenido.

Sujey Mirella del Rocio Miñope Seclen

Agradezco en primer lugar a Dios por bendecirme y permitirme culminar con éxito lo que me propuse.

A mi familia por su comprensión, paciencia y apoyo absoluto en todo el proceso de la investigación.

Lessly Pamela Sonapo Rodriguez

A nuestra asesora, Dra. María Magdalena Barrantes Quiroz, por su guía experta, valiosos consejos y gran apoyo brindado a lo largo del desarrollo de la presente investigación. Su compromiso y conocimientos fueron fundamentales para dar forma y enriquecer nuestra investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la influencia del valor agregado en las fibras de Luffa en la generación de ingresos económicos de la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín, 2022; mediante el cual se espera mejorar la situación económica de la población femenina, quienes a través de la elaboración y comercialización de productos naturales a base de la fibra de Luffa aprovecharán adecuadamente este insumo que crece de manera natural en el caserío tras la puesta en marcha del modelo de negocio propuesto.

Asimismo, se utilizó un diseño metodológico de enfoque cuantitativo, de carácter descriptivo y no experimental, ya que respondió a los objetivos planteados a través del análisis de datos, además se describió la información acerca de la situación estudiada y estuvo basada en la observación lo cual permitió no alterar las variables; del mismo modo, por el periodo de estudio fue transversal puesto que la investigación se realizó en un tiempo predefinido.

Posteriormente se aplicó una encuesta a la población femenina del caserío San José, de la cual se obtuvieron datos que se procesaron en el programa estadístico SPSS versión 25, los mismos que ayudaron a identificar que añadirle valor a un insumo que no está siendo aprovechado resulta beneficioso para una población que no cuenta con los recursos económicos suficientes.

Palabras clave: Valor agregado, ingreso económico, idea de negocio, productos naturales, Luffa.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the influence of the added value of Luffa fibers in the generation of economic income of the female population of the San José hamlet, San Rafael district, San Martín region, 2022; through which it is expected to improve the economic situation of the female population, who through the elaboration and commercialization of natural products based on Luffa fiber will adequately take advantage of this input that grows naturally in the hamlet after the implementation of the proposed business model.

Likewise, a methodological design of quantitative approach was used, descriptive and non-experimental in nature, since it responded to the objectives set through data analysis, in addition to describing the information about the situation studied and was based on observation, which allowed not altering the variables; likewise, the study period was transversal since the research was conducted in a predefined period of time.

Subsequently, a survey was applied to the female population of the San José hamlet, from which data were obtained and processed in the SPSS version 25 statistical program, which helped to identify that adding value to an input that is not being used is beneficial for a population that does not have sufficient economic resources.

Key words: Value added, economic income, marketing, natural products, Luffa.

INTRODUCCIÓN

El Perú es un país muy diverso que se caracteriza por la variedad de ecosistemas que posee, es por eso que es importante que los recursos sean usados de manera sostenible, ya que la biodiversidad es un factor clave dentro de la actividad económica que contribuye al desarrollo del país. Ante ello, el Perú constituye uno de los cuatro países ricos en diversidad biológica, ya que ha logrado conservar óptimamente los recursos naturales, lo mismo que ha permitido que sea incluido dentro de los distintos mercados del mundo (Ministerio del Ambiente, p. 4, 2010).

Asimismo, es conveniente mencionar que la variedad de flora y fauna existente en la Amazonía peruana es asombrosa, por lo que la Comisión Ambiental Regional de San Martín (2016) mencionó que “se registran varias especies de biodiversidad que de una u otra forma son aprovechadas en la región” (p. 50).

Por ello, la presente investigación se centra en el estudio de una planta poco conocida por los pobladores, la llamada planta de Luffa, la misma que crece y se extiende de manera natural en el caserío San José; en donde es desaprovechada sin tener en cuenta que al darle un valor extra puede ofrecer múltiples beneficios; ya que la variedad de productos que pueden generarse dándole un valor agregado a las fibras de Luffa y la responsabilidad ambiental que trae consigo dicho proceso, hacen que la elaboración de estos productos adquieran un atractivo muy comercializable dentro de un mercado en donde cada vez se incrementan las preferencias por consumir productos naturales.

Por otro lado, se busca promover el uso de productos naturales mediante su elaboración y posterior venta e incentivar a todas las personas a conocer más de su entorno, puesto que con ello pueden crear oportunidades de negocio que les permita

mejorar su situación económica y a la vez contribuya a contrarrestar la problemática ambiental generada por el uso excesivo de productos sintéticos.

La investigación planteó como objetivo general determinar la influencia del valor agregado en las fibras de Luffa en la generación de ingresos económicos de la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín, 2022; y como objetivos específicos los siguientes:

- Describir el estado actual de las plantas de Luffa del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.
- Describir las actividades económicas y el nivel de ingresos de la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.
- Explicar el valor agregado en las fibras de Luffa a través de la elaboración de productos comercializables en el caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.
- Desarrollar una propuesta de valor agregado en productos comercializables a base de las fibras de Luffa que permitan generar ingresos económicos a la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.

Asimismo, está estructurada en 5 capítulos, los cuales se describen a continuación:

En el capítulo 1, titulado el objeto de estudio, se presenta la contextualización de la realidad abordada; así como las características y manifestaciones del problema de investigación, en los cuales se describe la situación actual del entorno donde se desarrolla la investigación y el problema de estudio a través de la comparación con estudios similares.

Mientras que en el capítulo 2, titulado marco teórico, se exponen los antecedentes internacionales, nacionales y locales relacionados al tema de estudio, así como se

conceptualizan las diversas definiciones de las variables analizadas y de los principales términos que intervinieron en el presente trabajo.

El capítulo 3, titulado metodología desarrollada, contiene el diseño metodológico empleado en la presente investigación, así como la población involucrada y el tamaño de muestra analizado; asimismo, detalla las fuentes, técnicas de recolección y procesamiento de datos utilizados durante el desarrollo de la tesis.

Por otro lado, en el capítulo 4, denominado resultados y discusión, se muestra la interpretación de los resultados obtenidos tras la aplicación de la encuesta, de la misma manera, se plasma el análisis de los resultados en comparación con otras investigaciones.

Y para finalizar, en el capítulo 5 se presenta el modelo de negocio propuesto por las investigadoras a cargo; posteriormente se exponen las conclusiones y recomendaciones elaboradas; así como las referencias y anexos considerados en la presente investigación.

Capítulo I: Objeto de estudio

1.1 Contextualización del objeto de estudio

La Amazonía del Perú está comprendida por áreas que destacan por su extensa diversidad; entre ellas se encuentra la región San Martín, quien sobresale por su riqueza agrícola y forestal; lo cual es un factor muy importante para determinar el crecimiento económico de la región.

Sin embargo, existe la disyuntiva respecto al aprovechamiento de los recursos obtenidos de la naturaleza, puesto que la población no tiene el suficiente conocimiento del estado actual de la diversidad del departamento.

San Martín se sitúa en la selva alta del territorio peruano, limitando por el norte con el departamento de Amazonas, por el sur con Huánuco, por el este con Loreto y por el oeste con La Libertad.

El departamento de San Martín, tiene como capital a la ciudad de Moyobamba y se divide en 10 provincias y 77 distritos; cuenta con una superficie de 51 253, 31 Km²; según el Censo Nacional del año 2017 reporta una población de 813,381 habitantes; asimismo posee un clima subtropical y tropical y su temperatura oscila entre 23°C y 27°C.

La actividad productiva predominante de la región se basa en la agricultura, destacando la siembra de arroz, café, cacao, palma aceitera, plátano, entre otros; además de actividades como la ganadería, la caza y la silvicultura.

Por otro lado, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021) señala que el Valor Agregado Bruto del departamento San Martín para el año 2020 decreció en 3,6%,

resultando ser 5 862 804 miles de soles; mientras que para el año 2021 se incrementó a 7.6%, representando 6 307 479 miles de soles.

En la región San Martín, la variación de los indicadores económicos como respuesta a las distintas situaciones presentadas en el país, no ha sido un problema que afecte el desarrollo del departamento, esto se ve reflejado en los niveles de pobreza.

En referencia a lo mencionado, Plataforma digital del estado peruano (2022) señala que “a nivel del país, uno de los ámbitos más afectados fue la lucha contra la pobreza, la cual retrocedió 10 años sólo en el 2020; sin embargo, a diferencia de otras regiones, San Martín no ha experimentado un incremento en las tasas de pobreza y pobreza extrema”.

Por ello, el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (2022) indicó que para el año 2020 el 26.0% de la población de la región San Martín se encontró en situación de pobreza monetaria, mientras que para el año 2021, el nivel de pobreza monetaria disminuyó a 20.3%.

Sin embargo, la Autoridad regional ambiental (2021) menciona que San Martín no es ajeno a una de las principales problemáticas globales como lo es la contaminación del agua, dado que en tres de sus provincias: Mariscal Cáceres, Bellavista y Picota, la calidad del agua está siendo afectada por la frecuente contaminación causada por los pobladores debido principalmente al uso de químicos en la agricultura y desecho de residuos sólidos en los ríos (p.10 – 11).

Bellavista es una provincia del departamento de San Martín, la cual se divide en seis distritos: Bellavista, Alto Biavo, Bajo Biavo, Huallaga, San Pablo y San Rafael; cuenta con una superficie territorial de 8, 051 Km². Limita por el norte con la provincia

El Dorado y la provincia de Picota, por el este con la región Loreto, por el sur con la provincia de Tocache y por el oeste con la provincia de Mariscal Cáceres y la provincia Huallaga.

Bellavista se ubica al borde del río Huallaga entre los 230 y 350 m.s.n.m., presenta un clima cálido y seco con temperatura media que oscila entre los 25°C y 26°C.

De acuerdo al censo nacional realizado en el año 2017, la provincia concentra alrededor de 55, 033 pobladores.

Asimismo, el Presupuesto Participativo basado en Resultados (2018) en su informe realizado señaló que para el año 2017 la provincia de Bellavista obtuvo una tasa de pobreza de 23.16%.

Entre los distritos que conforman la provincia de Bellavista se encuentra San Rafael, el cual ocupa una extensión territorial de 98, 32 Km²; por el norte limita con la provincia de Picota, por el sur con el distrito de Bajo Biavo, por el este con la provincia de Picota y el distrito de Bajo Biavo y por el oeste con el distrito de Bellavista.

Según resultados del censo nacional aplicado en el año 2017 la población registrada en el distrito de San Rafael fue de 6, 033 habitantes.

Además, respecto a la situación de pobreza registrada en el distrito por el Presupuesto Participativo basado en Resultados (2018) San Rafael reporta una tasa de pobreza de 31.76%.

El distrito de San Rafael está conformado por 81 centros poblados, entre los que se encuentran: 2 de Mayo, 9 de Diciembre, Arica, El Espacio, El Milagro, El Piñal, El

Porvenir, Esperanza, La Colmena, La Colonia, Monte Cristo, Naranjillo, Picas Yacu, Puente Sisa, Puerto Nuevo, Puerto Perú, San José, San Juan.

De los mencionados anteriormente, el centro poblado donde se desarrolla la investigación es el caserío de San José, el cual cuenta con una clasificación rural, tiene una altitud de 236 m.s.n.m. y según el censo nacional de población y vivienda del año 2017 posee una población total de 688 habitantes, de los cuales la población masculina se compone por 356 personas y la población femenina comprende 332 personas.

1.2 Características y manifestaciones del problema de investigación

La contaminación ambiental global por la que atravesamos sigue siendo un problema muy arduo de enfrentar, es por ello que cada día se continúa con la búsqueda consiente de diversas soluciones para mitigar sus efectos; en ese sentido el secretario general de la ONU, Antonio Guterres, en el Foro Económico Mundial 2021 sostuvo que “si hay una palabra que caracteriza al mundo actual, es fragilidad. Vemos fragilidad en la crisis del clima y la biodiversidad, esas son amenazas existenciales y están empeorando” (Méndez, 2021, párr. 15).

Por consiguiente, ante un escenario como el descrito, resulta de mucha importancia considerar el aprovechamiento de los recursos naturales que nos ofrece nuestro hábitat como una iniciativa para la creación de ideas de negocio, donde sus políticas estén alineadas en objetivos que busquen la generación del bienestar social y ambiental para la población.

Es por eso que, Ávila (2021) en su investigación realizada en Ecuador, cuyo título es “Aprovechamiento de residuos de caña de azúcar (*Saccharum officinarum*) y generación de ingresos de los productores, Cantón 24 de mayo”, se orientó en reutilizar

residuos ya que su propósito fue establecer cómo el aprovechamiento de residuos de caña de azúcar genera ingresos en los productores del cantón 24 de mayo.

Para ello, la metodología fue respaldada por una variedad de métodos y técnicas como la observación y la aplicación de una encuesta dirigida a microempresarios y productores. Finalmente, los resultados mostraron que los trabajadores microempresarios no aprovechan el bagazo, ya que no conocen los beneficios que les puede traer y tampoco existe motivación por parte del gobierno.

Además, se concluye que al añadirle valor agregado al bagazo de caña de azúcar se originan puestos de trabajo debido que se necesitarán de operadores para realizar las diversas actividades durante el proceso productivo.

En este contexto, se describe al departamento de San Martín como una de las regiones ricas en biodiversidad, puesto que posee una amplia variedad de flora y fauna; sin embargo, existe una disyuntiva en cuanto al uso de los recursos naturales, ya que no están siendo aprovechados de manera eficiente por los pobladores, al contrario su uso está ocasionando pérdidas ambientales, sociales y económicas.

Tal como lo menciona, Cuadros (2021) pese a que los emprendimientos con enfoque verde se están posicionando en la región San Martín, estos no perciben un apoyo integral o incentivos que les motiven a desempeñarse como parte del desarrollo sostenible (p. 19).

Ello evidencia que no existen los incentivos necesarios para impulsar los negocios que tengan por prioridad el cuidado responsable del medio ambiente, a pesar de que “en Perú como en el mundo entero, la demanda en productos orgánicos está creciendo y la mayoría de los consumidores comparten dos características principales: poder adquisitivo

y conciencia ambiental, lo que algunos llaman reflexive consumption” (Nigh y González, 2015, citado por Girad, 2015, p. 95).

Ante tal situación, se considera a la planta de Luffa como una opción interesante para ser aprovechada como insumo natural, puesto que en la región San Martín donde crece de manera natural, está siendo tratada como una externalidad negativa; la misma en la que se invierte tiempo y recursos en ser combatida. Todo ello sin tener en cuenta los beneficios económicos que aportaría el hecho de cosecharla y darle un valor agregado, gracias a que sus resistentes y suaves fibras facilitan la elaboración de múltiples productos, los cuales están siendo valorados y comercializados en otros países.

Al respecto, Guzmán (1997) indicó que, “en Costa Rica es utilizado principalmente para el aseo corporal como esponja de baño y en una pequeña proporción para uso artesanal” (p. 5).

Asimismo, en el Diario Sostenible de Chile, Opazo (2020) mencionó que, una vez maduro el fruto de la planta de Luffa es utilizado como esponja y exfoliante natural debido a su textura fibrosa, y también es una gran alternativa para limpiar los utensilios del hogar.

De igual manera, García (2022) afirmó que, en la actualidad la empresa agroforestal de Galicia “Ibérica de Esponjas Naturales”, destaca por su elaboración de esponjas vegetales para uso cosmético y de limpieza, asimismo mantiene su principal centro de operaciones en Pontevedra y cuenta con la perspectiva de seguir aumentando su producción, sin dejar de lado la conservación de sus cultivos en países como Portugal, Colombia y Egipto (párr. 6).

Por otro lado, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2019) resaltó el principal rol que desempeña la población femenina en el desarrollo económico de la

región San Martín; quienes invierten parte de su tiempo en la artesanía, la siembra de cacao y café, así como en actividades relacionadas a la alimentación de sus familias.

No obstante, la brecha de desigualdad de género persiste y retrasa su progreso económico; además restringen su participación en la toma de decisiones tales como la de formar parte de asociaciones dedicadas a la comercialización de productos.

Tras lo anteriormente descrito, el presente proyecto de investigación se plantea la siguiente interrogante: ¿Cómo influye el valor agregado en las fibras de Luffa en la generación de ingresos económicos de la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín, 2022?; para lo cual tiene como enfoque involucrar a la población femenina en la puesta en marcha del modelo que se describe al finalizar el informe, de tal manera que se consiga reducir la brecha de desigualdad respecto a las oportunidades de negocio que se presentan; todo ello mediante el aprovechamiento de sus talentos para la creación de productos a base de insumos naturales y la generación de ingresos económicos posteriormente de su comercialización.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Antecedentes

La investigación realizada contiene como tema de estudio el análisis de la influencia del valor agregado en las fibras de Luffa sobre la generación de ingresos económicos de la población femenina del caserío San José.

Por ello, para validar el tema de estudio y tener respaldo de trabajos previos se ha considerado profundizar en el desarrollo de las siguientes investigaciones, las cuales han trabajado con el tema en mención, como antecedentes a la investigación.

En el ámbito internacional se desarrollaron investigaciones, tales como:

La investigación realizada en la ciudad Colombiana Santiago de Cali por Saavedra (2014) se titula “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Luffa cilíndrica y productos derivados en el municipio de Ginebra Valle”, donde tuvo como objetivo buscar una propuesta de negocio que haga posible el funcionamiento de una empresa que se oriente a la elaboración y venta de Luffa, así como de productos a base del mismo insumo natural.

Otro de los propósitos del trabajo fue buscar una solución positiva que permita originar empleos a familias que viven en las zonas rurales, y el involucramiento de aquellas personas dedicadas a la producción de estropajo a la empresa, brindándoles la oportunidad de incrementar sus salarios tras comercializar los productos con un precio accesible.

Su metodología se basó en un estudio exploratorio, en el que se identificaron las variables que influyen en el proyecto, así como los componentes de éxito aplicados; y para determinar la viabilidad y ejecución del proyecto, así como el reconocimiento de

instrumentos para brindar solución a la problemática abordada, el estudio se desarrolló como una investigación descriptiva. Para ello recopiló información de encuestas, entrevistas, fuentes de internet, entre otros.

Finalmente se concluyó que implicar a los pobladores y pequeños productores genera un aporte al progreso agrícola y ambiental, de la misma manera indicó que existe una notoria mejoría en los ingresos de acuerdo a las ventas realizadas a partir de la aplicación de la propuesta del modelo de negocio, ya que se obtuvo un margen EBITDA del 4% en el primer y segundo año, mientras que el tercero ascendió a 6%, lo cual demuestra que el proyecto es rentable por su estabilidad y constancia, y por los beneficios obtenidos de las personas involucradas.

Entre los antecedentes se expone también la investigación de Milán (2010) realizada en Ecuador, la cual lleva por título “Determinación de alternativas de comercialización de la carne de Cuy (*cavia porcellus*) con valor agregado en la ciudad de Riobamba”, cuyo objetivo fue determinar las alternativas de comercialización del cuy y de la carne de cuy con valor agregado en la ciudad de Riobamba.

La metodología utilizada en el estudio es cuantitativa descrita por técnicas de muestreo, la cual se realizó en cuatro fases: la primera fase estuvo constituida por la segmentación de la población para su posterior aplicación de encuestas, la segunda fase constituyó el cálculo estadístico para determinar el número de encuestas a realizar, mientras que la tercera fase consistió en analizar los resultados de la encuesta, y en la cuarta fase se diseñó las estrategias y alternativas comerciales.

El análisis concluye que tras la realización de un estudio de mercado para la carne de cuy en la ciudad de Riobamba, determinando demandas grandes con precios justos que garantizaran la sostenibilidad de los criaderos; se obtuvo que la venta de cuy vivo en

mercados informales no es rentable ya que los indicadores financieros indican su inviabilidad; mientras que el cuy pelado si es rentable debido a que los indicadores financieros muestran un VNA de \$ 1.372,30 y una de TIR 21%; al igual que el cuy asado con papas, el cual presenta una demanda de 177 cuyes diarios, arrojando los indicadores financieros con un VNA de \$ 4.491,0 y una TIR de 26%, demostrando su viabilidad y sostenibilidad.

Esto indica que es rentable vender cuy asado con papas en un lugar de mayor seguridad y concurrencia, con una atención cortés y presentación apropiada, y con una distribución directa rompiendo de esta manera la cadena de los intermediarios.

Otra de las investigaciones consideradas es la desarrollada en la ciudad Tepic Nayarit de México por Saldaña et al (2013) titulada “Caracterización física de los residuos sólidos urbanos y el valor agregado de los materiales recuperables en el vertedero el Iztete de Tepic-Nayarit”, la cual tuvo como objetivo conocer las cantidades y tipos de residuos que se generan en el mencionado vertedero para determinar si es factible poner en marcha un modelo de reparación y transformación de los residuos sólidos.

Para ello, se realizó una muestra aleatoria, la cual ayudó a identificar, cuantificar y caracterizar la producción per cápita urbana de residuos sólidos en el vertedero el Iztete.

Concluyendo así que, la opción para llevar a cabo una mejor gestión de residuos sólidos es añadiéndole valor agregado a los materiales que puedan ser recuperados en su recolección; ya que con un escenario donde el municipio impulse el modelo de gestión propuesto, el potencial económico es viable y atractivo.

Estimándose que, si con la implementación de una planta generadora de plásticos, las ventas de los materiales que puedan ser recuperados podrían llegar a 6 millones de

\$USD al año. Además, se deduce que con la materia orgánica que pueda ser utilizada en composta ayudaría a reducir las emisiones contaminantes y la conservación del suelo.

Asimismo, se expresa la investigación desarrollada en la ciudad de Puebla en México por Reyes (2017) con la tesis denominada “Rentabilidad y aprovechamiento de residuos sólidos orgánicos que generen valor agregado a través de Lombricompostaje en Puebla capital”, donde buscó determinar la viabilidad económica y ambiental del proyecto a través de la propuesta de valor añadido a los residuos sólidos orgánicos.

La investigación fue del tipo descriptiva, cuyo instrumento de medición fue la aplicación de una entrevista a un grupo de 10 personas con las mismas características sociales y demográficas.

Al finalizar el desarrollo de la investigación se dedujo que el proyecto propuesto presenta una viabilidad económica muy aceptable, puesto que el valor presente neto (VPN) es de \$561 687.79, es decir, el rendimiento que se obtendrá es superior al rendimiento mínimo requerido.

De la misma manera indica que, el proyecto es viable ya que la tasa interna de retorno (TIR) es 61%, mientras que la relación beneficio – costo es de \$8.22, lo cual quiere decir que se obtendrá \$7.22 como beneficio por cada peso invertido.

Continuando con el análisis de los antecedentes, en el ámbito nacional se argumentan las siguientes investigaciones:

Carpio (2020) en la ciudad de Arequipa desarrolló su estudio, cuyo título es “Mejora del valor agregado de los desperdicios y retazos de una planta de tejido y confección de prendas en alpaca de la ciudad de Arequipa, 2020”, la cual tuvo como finalidad añadir un valor extra a los residuos generados durante la producción

desarrollada por una empresa que elabora prendas de vestir en base a fibra de alpaca, donde se propone utilizar los desperdicios generados para fabricar otros productos como mantas con hilado restaurado.

La metodología empleada fue descriptiva del tipo transversal, en la que se recolectó datos mediante la observación y la aplicación de encuestas; así como en la obtención de evidencias a través de la captura de fotos y videos.

Finalmente, se dedujo que es posible añadirle valor extra a los residuos en los distintos procesos que implican la elaboración de una prenda, desde su clasificación hasta su acabado; además con la asignación de un presupuesto, una estructura de costos y un precio de venta, se comprueba que la puesta en marcha de dicho proyecto traerá ventajas económicas a la empresa, ya que estaría aprovechando sus desperdicios para generar nuevos productos.

También se estudió la tesis desarrollada por Rivera (2017), “Modelo de negocios para la producción artesanal de vino en base a plátano de seda en Arequipa”, en la que se planteó realizar un modelo de negocios para la producción artesanal de vino en base a plátano de seda, mediante la proporción de valor agregado a un recurso natural y desaprovechado; con ello pretende alcanzar un producto diferenciado que destaque por su sabor, precio y calidad; y que satisfaga los gustos de los consumidores que prefieren alimentos que contribuyan a la salud.

La metodología utilizada en esta investigación es descriptiva, ya que la técnica de aplicación de encuestas permitió conocer qué tan aceptado es el producto, el interés de las personas por consumir y la rentabilidad del mercado meta, y con la ayuda del paquete estadístico de Excel analizaron y tabularon los datos obtenidos de la encuesta, los cuales fueron representados en tablas y figuras.

Tras culminar el estudio obtuvieron que el producto tendrá una aceptación del 97% en el mercado Arequipeño, por lo que se proyecta tener una demanda de 30,300 botellas de vino para el primer año y con un crecimiento anual del 2%; estimando que para el primer año se tendrá una venta de S/. 515,100.00 y para el quinto año S/. 557,560.81.

Además, la Tasa interna de retorno fue de S/256.92 con una rentabilidad de S/119,046.09, en definitiva, con el proyecto se obtendrán beneficios económicos tentativos.

En el mismo sentido, la investigación desarrollada en la ciudad de Trujillo por Palomino (2011) denominada “Determinar el tipo de valor agregado de la papa y su influencia en los ingresos de los agricultores de Puente Piedra – Huamachuco año 2011”, estuvo orientada a determinar el tipo de valor agregado de la papa y su influencia en los ingresos de los agricultores.

Para ello, la metodología se basó en los métodos inductivo – deductivo, observacional y analítico, los cuales permitieron reconocer la realidad y decidir cuál es la mejor opción para llevar a cabo la venta de los productos. Además, mediante la aplicación de entrevistas y encuestas a un grupo de agricultores, consumidores y expertos se estableció qué tipos de valor se pueden dar al insumo para generar ingresos.

Posteriormente, se obtuvo como resultados que dicho lugar posee una producción abastecida de papas, lo que señala que los productores pueden venderlas con un valor añadido, con ello incrementar sus ganancias y mejorar su calidad de vida.

Del mismo modo, concluye que la generación de ingresos es un elemento indispensable para los agricultores, puesto que permitirá medir su nivel de utilidades y mejorar su bienestar económico, familiar y social.

También se manifiesta la investigación realizada en la provincia de Surco por Evangelista et al (2022), denominada “Propuesta de Negocio para Optimizar el Aprovechamiento de la Cascarilla de Café en el Perú”, cuyo objetivo fue desarrollar un modelo de negocio con valor que ayude a ejercer un desarrollo sostenible enfocado en el cuidado del medio ambiente y crecimiento económico generado a partir del aprovechamiento adecuado de la cascarilla del café, ya que al ser visto como un desperdicio ocasiona contaminación y menos oportunidades de negocio para los caficultores.

Para ello, surgió la propuesta de valor titulada “RE-SET”, que involucra aprovechar la cascarilla de café para elaborar productos como infusiones y harina, contribuyendo a que los caficultores obtengan mayores ingresos.

Al finalizar el estudio los estados financieros ayudaron a concluir que, para un periodo de 5 años, se obtiene un resultado económico rentable; ya que el modelo de negocio estimó en el escenario pesimista, conservador y optimista en el que el VAN (valor actual neto) tanto económico como financiero arrojan resultados favorables, puesto que muestran ser mayor a cero, 750 mil y 547 mil respectivamente, por tanto, es rentable.

Además, el TIR (tasa interna de retorno) económico y financiero es mayor al COK (costo de oportunidad de capital) y al WACC (costo promedio ponderado de capital), en consecuencia, revalida que el modelo de negocio es viable.

Otra investigación es la que desarrolló Alcalá et al (2019) en la ciudad de Lima, cuyo título se denominó “Aprovechamiento de los residuos textiles para la elaboración de placas rígidas Ecotex”, del cual se propusieron a diseñar un modelo de negocio de placas de yeso a base de los residuos sólidos con valor agregado que ayude a mitigar la

problemática de la contaminación ambiental, debido a las crecientes cifras de residuos sólidos generados por la producción textil.

Para la obtención de información utilizaron la técnica de encuesta y con el análisis de los mismos se deduce que el modelo de negocio propuesto es viable, dado que el análisis financiero y económico arrojaron resultados positivos, el valor actual neto financiero y económico es de S/. 1654, 263 y S/. 1158,474 respectivamente, con lo cual se tiene una tasa interna de retorno financiero y económico del 71% y 55% relativamente.

Para concluir, en el ámbito local mencionaremos la investigación realizada por:

Cieza (2021) en la provincia de Rioja perteneciente a la región San Martín titulada “El valor agregado en plantas medicinales aromáticas y generación de ingresos económicos a las Nuwas de la Comunidad Shampuyacu”, en la cual propuso señalar de qué manera influye añadir un valor a las plantas curativas aromáticas en la creación de ingresos.

La metodología utilizada en el desarrollo de la investigación se alineó al enfoque cuantitativo y debido a la información recolectada en un periodo de tiempo determinado la investigación fue no experimental - transversal. Para la obtención de información se basó en la técnica de recolección de datos de entrevista y encuesta, los mismos que fueron analizados a través del software estadístico SPSS y Excel.

Tras el análisis de los resultados se logró implementar un modelo que diagnosticó la realidad de la problemática estudiada; posteriormente se concluyó que las preferencias por adquirir algunos productos dependen del valor agregado que poseen, y también existen varios determinantes que se consideran al añadirle un valor extra a un producto,

ya que son indispensables para mejorar el desarrollo y nivel de ingresos en la comunidad Shampuyacu.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Valor agregado

Cuando nos referimos al valor agregado como atributo que se le otorga a un producto o material, no solo hablamos de una estrategia empleada por los productores con la finalidad de beneficiarse mediante la comercialización de dichos bienes, si no que este término también implica principalmente involucrarse con el público objetivo ya que se busca proporcionarles bienestar mediante la satisfacción de sus necesidades.

Para ello, Vera y Cañón (2018) definen al valor agregado como un valor extra que es añadido a los distintos productos durante su transformación en la cadena productiva; es decir, representa una propiedad adicional que un producto brinda con el propósito de crear una mejor opción a la vista del comprador (p.88).

Mientras que, Ostertag y Rizo (2002) señalan que, un producto con valor agregado es aquel al cual se le realizan una o más operaciones, con el propósito de adecuarlos a las necesidades de los compradores o consumidores finales.

Asimismo, indican que dicho mecanismo genera ventajas como la creación de empleos, el incremento de ingresos y la diferenciación entre productos; ofreciendo a los consumidores, productos de calidad, accesibles y de fácil uso, respondiendo así a sus preferencias (pp. 4-8).

Por su parte, Evia y Gudynas (2000) sostienen otro modo de agregar valor a un insumo, este es el denominado valor agregado ambiental, para el cual manifiestan que se basa principalmente en mejorar un producto mediante la aplicación de métodos y técnicas

relacionadas al cuidado del medio ambiente, ello con el objetivo de reducir la contaminación ambiental, fomentar el aprovechamiento adecuado de los insumos y mantener la calidad de los bienes generados para su posterior comercialización (pp. 52-56).

Dicho de otra manera, la idea de implantar el valor agregado a un producto busca conseguir que este sea diferente a la competencia ya que le permitiría sobresalir a través de sus particularidades ecológicas, en el caso de ser aplicados a insumos o frutos.

Lo cual conjuntamente a los costos y a las inversiones necesarias; se lograría crecer en características muy importantes como en aspectos económicos, sociales y ambientales.

2.2.2 Ingreso económico

Los ingresos económicos constituyen la riqueza monetaria que percibe una persona, compañía o entidad, resultado de su desempeño en el proceso productivo.

La finalidad que cumple esta remuneración generada a partir de la realización de una actividad comercializable es elevar el bienestar de las personas mediante el incremento de sus ingresos.

En tal sentido, Guajardo y Andrade (2008), conceptualizan a los ingresos como los recursos obtenidos por un negocio tras la venta de un bien o el ofrecimiento de un servicio; los mismos que pueden ser recibidos mediante un pago a efectivo o a crédito (p.18).

Por otro lado, el Consejo Nacional de Política Económica y Social - República de Colombia (2009) menciona que:

La generación de ingresos es uno de los vehículos más importantes de la promoción social, ya que sus beneficios brindan a la población en situación de pobreza la oportunidad de acceder a los frutos del crecimiento económico.

Lo cual sostiene que, la generación de ingresos se convierte en una de las principales “puertas de salida” de la situación de pobreza extrema y vulnerabilidad (p.20).

2.2.3 Planta de Luffa

La planta de Luffa, conocida con distintos nombres en varios países, por ejemplo, en Colombia es llamada estropajo, en Costa Rica la llaman paste, en Venezuela le dicen quimombos, mientras que en Brasil y Estados Unidos la conocen como Buchados y loofah respectivamente o también llamada comúnmente esponja vegetal.

Es una planta muy antigua, sin embargo, su procedencia no se conoce con exactitud, pero se menciona que tuvo su origen en el año 600 A.C. en China, así como durante la edad media en Egipto.

Asimismo, se asumía que surgió en Asia Tropical, mientras que, con mucha probabilidad en la India, ya que en dicho lugar aún se pueden encontrar de manera natural (Díaz y Ávila, 2002, pp. 4 - 6).

Por otro lado, Banda y Llerena (2010) describen que botánicamente la Luffa es conocida de varias maneras, tales como “Lufa Aegyptiaca, Cylíndrica, Momordica Operculata, entre otros”. Dicha fibra comprende una longitud de 25 a 35 cm; además, mencionan que taxonómicamente se clasifica de la siguiente manera (p. 44):

Reino: Plantae

Phylum: Magnoliophyta

Clase: Magnoliopsida

Orden: Violales

Familia: Cucurbitaceae

Género: Luffa

Especie: Cilíndrica

Del mismo modo, la Luffa cilíndrica, llamada también calabaza esponja, es una planta fibrosa con frutos que poseen en su interior semillas negras. Dicha planta pertenece a la familia de las cucurbitáceas y se extiende como una enredadera con flores polinizadas que se convierten en frutos verdes llenos de semillas en un sistema de muchas fibras de celulosa entrelazadas (Adewuyi et al, 2013, p. 1).

Mayanquer (2011) señala que la Luffa crece en climas cálidos, con abundante humedad y sin heladas tempranas. Además, esta planta es vulnerable a suelos salinizados y no es recomendable cultivarlo cerca al mar. Finalmente, respecto a la cosecha estas se recogen cuando la cáscara empieza a ponerse de color amarillo casi anaranjado (p. 9 -11).

En palabras de Cortes (2014), la germinación de la Luffa sucede aproximadamente en 10 días posterior a su siembra, respecto a su desarrollo este empieza a los 20 días y a partir del segundo mes se forman los primeros botones florales, los cuales originarán el crecimiento del fruto. Posteriormente, en el tercer

mes su desarrollo es de forma continua para que finalmente en 10 meses se pueda obtener un periodo productivo eficiente de la planta (p. 30).

Respecto a sus características Molina et al (2021) mencionan que:

La fibra de los frutos de esta planta tiene características que la hacen adecuada para diversas aplicaciones como ser utilizada en condiciones secas, de humedad, resistencia a la proliferación de hongos, a diferencia de sus alternativas sintéticas es biodegradable y su producción puede realizarse de manera local; permitiendo integrar a la sociedad en el desarrollo de nuevos productos con alternativas al uso de materiales derivados del petróleo, facilitando su posible adopción en nuevas aplicaciones en el diseño industrial (p. 10).

Igualmente, la Luffa puede ser utilizada bajo diferentes presentaciones tales como sandalias, esponjas para baño, lámparas, tarjetas, carteras, monederos, cajitas para el baño u oficina y artículos decorativos (Banda y Llerena, 2010, p. 48).

2.2.4 Productos naturales

Todos los productos que no necesitan de la intervención de sustancias químicas son conocidos como productos naturales, es decir, son aquellos que durante su proceso de elaboración no han sido modificados desde su proveniencia natural.

Robert (2017) explica que “natural” es una expresión utilizada para describir la condición de un producto que resulte o se obtenga únicamente de un insumo proveniente de la naturaleza; es decir un producto es considerado natural, solo si este es consecuencia de la transformación de una planta, animal o mineral en el que no implique un cambio sintético.

Del mismo modo, Higuchi (2015) menciona que durante la producción de los productos orgánicos, biológicos o ecológicos no debe introducirse ningún tipo de químico sintético durante la cadena productiva para la obtención del producto final (p. 64).

2.2.5 Comercialización

La comercialización es el acto que induce a realizar acciones previamente como planear y organizar un determinado conjunto de actividades que serán necesarias para poner en marcha una mercancía o servicio para que dichos clientes puedan consumirlo y conocerlo.

Kloter y Armostrong (2013) señalan que la comercialización es la introducción de una mercancía para ser vendida, basándose en inquietudes tales como: en qué momento insertar el bien, dónde colocar el producto, cómo comercializar el bien y de qué manera incluir dicho bien (p. 238).

En tal sentido, el instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018) menciona que la comercialización es un instrumento que permite coordinar las transferencias e intercambios que van a realizar los agentes que conformen la cadena productiva y sus principales funciones constituyen: adquirir, intercambiar, distribuir, guardar, nivelar y organizar; así como costear, responsabilizarse de riesgos y conseguir la información necesaria de las ventas transadas en el mercado (p. 5).

Asimismo, Díaz (2014) hace énfasis al mencionar lo siguiente:

La comercialización no depende del deseo, la voluntad o la necesidad del que oferta, puesto que requiere de organización y de un personal idóneo y altamente especializado, por lo que es necesaria un continuo avance de los que se encargan de hacerlo (p. 22).

2.2.6 Emprendimiento

En el artículo, “Emprendimiento, una opción para el desarrollo”, Duarte y Ruiz (2009); señalan que, un emprendedor es capaz de crear algo novedoso, de proporcionar otro uso a algo que ya existe y de esa manera contribuir en la transformación de su vida y la de su entorno. Asimismo, tiene la capacidad de generar ideas, transformarlas, adaptarlas y proponer múltiples alternativas; es decir, ver en un problema una oportunidad.

También menciona que, un emprendedor debe poseer características particulares como necesidad de logro, disciplina, autoestima alta, trabajar por resultados y construir ambientes positivos frente a la iniciativa de un proyecto; además se dice que se identifica a un emprendedor mediante su dinamismo, creatividad, innovación, flexibilidad, crecimiento y riesgo.

Del mismo modo, Mendoza y Huari (2010) sostienen que, el emprendedor empresarial, en términos económicos, se define como la persona que posee habilidades de planear, ejecutar y desarrollar un plan de negocios o una empresa; con el principal objetivo de aprovechar las oportunidades que existen en el mercado o satisfacer las necesidades de generación de ingresos.

Por su parte, Kantis (2004), manifiesta que las principales razones para emprender van desde la realización personal, plasmar capacidades y mejorar condiciones económicas; hasta colaborar con la sociedad, deseos de independizarse, ser millonarios, conseguir una considerable posición social, no tener empleo o continuar con el negocio familiar.

2.2.7 Idea de negocio

Una idea de negocio se define como la venta de un bien o servicio resultado de la creación de una nueva idea o transformación de una existente, la misma al que se le añade un valor para ser atractivo en el mercado objetivo, con la finalidad de generar ganancias para el productor a través de la satisfacción del consumidor. Al respecto, la Universidad Esan (2022) señala lo siguiente:

La idea de negocio es la razón de ser de una empresa. Su propuesta de valor debe comunicar los beneficios de los productos o servicios que se quieren ofrecer. Debido a ello, forma parte importante del plan de negocios, pues es la base de todas las estrategias de ventas, marketing y desarrollo de productos (párr. 1).

2.3 Definición de términos

2.3.1 Variable independiente

Valor agregado

Reyes (2018) precisa que el valor agregado “es una estrategia de desarrollo económico - social, con la cual se basa en aprovechar sustentablemente los recursos naturales para obtener un beneficio económico e incentivar a la población a valorar y cuidar su riqueza natural” (p.19).

2.3.2 Variable dependiente

Ingreso económico

Es el total de ganancias que percibe presupuestariamente una entidad pública, privada, individual o grupal.

Los ingresos constituyen uno de los elementos indispensables en el sistema económico, ya que caracterizan las relaciones sociales, políticas y culturales, y además generan una mejora en el nivel de vida y en la estabilidad económica de las personas (Editorial Etecé, 2022).

2.3.3 Insumos

Se denomina insumo a todo elemento que se utiliza en la producción de bienes y servicios. Dichos insumos constituyen también a los bienes intermedios ya que son utilizados para crear nuevos productos, los cuales son destinados al uso directo.

Además, se menciona que el precio de los insumos es muy importante para considerar la ganancia de una empresa; puesto que, su adquisición para producir un bien se considera un costo que se tiene en la producción de dicho bien (Editorial Economía, 2014, párr. 1-2).

2.3.4 Diseño

El diseño de una mercancía implica acciones que van desde dejar volar la imaginación hasta lograr elaborar el resultado final deseado de un producto para ser vendido. Al respecto, Adrián (2020) menciona lo siguiente:

El diseño es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace. Para llevar a cabo un buen diseño es necesario la aplicación de distintos métodos y técnicas de modo que pueda quedar plasmado en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas; lo que se quiere lograr para así poder llegar a su producción y obtener la apariencia más idónea y emblemática posible (párr. 1).

2.3.5 Instrumentos de trabajo

Los instrumentos de trabajo son un grupo de útiles, herramientas y equipo que en el momento de su uso pueden ser desempeñados de manera propicia.

Deborah (2015) manifiesta que “las herramientas facilitan la realización de una tarea específica del hombre, a la vez que potencia su capacidad productiva; por tanto, son aquellos medios que utilizan las personas para poder alcanzar un fin específico” (párr. 2-3).

2.3.6 Mercado

Mercado es el espacio en el que se encuentran presentes quienes ofrecen y demandan un determinado bien o servicio; ya que mediante esta interacción se logra establecer el precio de estos.

Además, dicho espacio está constituido por varios demandantes potencialmente dispuestos a adquirir un bien o servicio; en el que también existen más de una persona dispuesta a satisfacer sus necesidades, un bien que permita satisfacerlas e individuos encargados de abastecer con mercancías y así percibir dinero por compensar dicha necesidad (Fischer y Espejo, 2011, p. 58).

2.3.7 Variedad

La variedad se entiende como la diversificación en la presentación de un producto ofrecido al público; para lo cual el costo económico de proporcionarla dependerá del diseño previamente acordado.

Es decir, para que una organización se ubique dentro del mercado como una de los mejores tendrá que ofrecer mercancías con una alta variedad y valor añadido (Ramos et al, 2010, p. 58).

Capítulo III: Metodología desarrollada

3.1 Metodología

3.1.1 Diseño metodológico

Hernández et al (2014) definen que una investigación con enfoque cuantitativo es un conjunto de procesos secuenciales y probatorios. El orden de las etapas que precede es riguroso, sin embargo, es posible determinar alguna fase. Inicia a partir de una idea general que se reduce hasta ser definida, de la cual posteriormente surgen objetivos y preguntas de investigación, para luego construir una teoría en base a los antecedentes revisados. Además, usa la recolección de datos para comprobar hipótesis en relación a la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento (p. 4).

Por otro lado, Cauas (2015) menciona que el diseño descriptivo se refiere a la explicación de situaciones en circunstancias establecidas, la cual plantea interrogantes enfocadas en las variables estudiadas. Además, permite recopilar información del fenómeno en estudio con la finalidad de describir lo que se investiga. Asimismo, consiste en responder a inquietudes tales como "¿Qué es?, ¿Cómo es?, ¿Dónde está?, ¿Qué actores están involucrados? y ¿Qué elementos lo componen?". Finalmente menciona que, de un estudio descriptivo resulta un análisis de la situación estudiada (pp. 6 - 7).

De la misma manera, Montano (2018) indica que la investigación no experimental es el tipo de diseño en el que no se alteran las variables, ya que se centra principalmente en la observación para luego ser analizado. En ocasiones el investigador asiste al lugar donde ocurren los hechos a estudiar (p. 1).

Asimismo, Huiré (2019) menciona que la investigación transversal “recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único y su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p. 16).

Por ello, el desarrollo de la tesis en mención según su enfoque o paradigma se basó en una investigación cuantitativa, con diseño metodológico de carácter descriptivo y no experimental y por el periodo de estudio fue transversal.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Entendemos por población al total de unidades con determinadas características para ser estudiadas. Para lo cual Mejía (2005) señala que “una población es la totalidad de sujetos o elementos que tienen características comunes. En otras palabras, una población es la totalidad de los miembros de la unidad de análisis” (p. 91).

Por ello, la población estuvo dada por todas las mujeres mayores de 18 años del caserío San José, debido a que ellas fueron quienes tomaron la decisión de poner en marcha el modelo de propuesta.

Teniendo así que, la población femenina del caserío San José según datos proporcionados por el Instituto nacional de estadística e informática cuenta con un total de 228 mujeres mayores de 18 años.

3.2.2 Muestra

López-Roldán y Fachelli (2015) conceptualizan lo siguiente:

Una muestra estadística es una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población o universo, seleccionadas de forma aleatoria, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo total investigado, dentro de unos límites de error y de probabilidad de que se pueden determinar en cada caso.

El tamaño de muestra de la presente investigación fue igual a la población (muestra poblacional), debido a que la cantidad de mujeres mayores de edad están representada por un número pequeño; por lo tanto, se consideró a las 228 mujeres mayores de 18 años del Caserío San José.

3.3 Fuentes, Técnicas de Recolección y Procesamiento de datos

La recopilación de datos para su posterior análisis estuvo relacionada a una serie de pasos donde se aplicaron técnicas, las cuales permitieron cumplir con el propósito de estudio. Arias (2020) menciona lo siguiente:

Las técnicas son las respuestas al “¿Cómo hacer?”, permiten el desarrollo científico y metodológico de la investigación, en este caso las técnicas no son el fin, sino, el medio. Además, las técnicas de investigación cuantitativas son las herramientas y el procedimiento disponible para los investigadores, los cuales les permiten obtener datos y guiar el camino de la recolección de datos (p. 54).

3.3.1 Fuentes

Miranda y Acosta (2009) mencionan que las fuentes de información “son todos aquellos medios de los cuales procede la información, que satisfacen las

necesidades de conocimiento de una situación o problema presentado y, que posteriormente será utilizado para lograr los objetivos esperados” (p. 2).

Por lo tanto, la investigación desarrollada se apoyó en fuentes de información primaria mediante la observación indirecta a través de un cuestionario; y de la misma manera en fuentes de información secundaria en las que se consideró el estudio de informes científicos, revistas y tesis relacionadas con el tema de estudio.

3.3.2 Técnicas de recolección

La recolección de datos consiste en recoger y organizar datos relacionados sobre variables, hechos, contextos, categorías y comunidades involucrados en la investigación, los cuales son obtenidos a través de la aplicación de instrumentos que deben ser correctos, precisos, así como probados. Es la fase operativa del diseño de investigación para alcanzar los objetivos deseados, por ello el proceso de medición de una variable requiere la utilización de técnicas tales como: la entrevista, observación, revisión documental, encuesta y sesión en profundidad; así como de instrumentos como el cuestionario, test, prueba de conocimiento, guía de entrevista, guía de observación, entre otros, que permitan al investigador acceder a los datos necesarios para la investigación (Useche et al, 2019, pp. 29-30).

Al respecto, las técnicas de recolección utilizados en este estudio fue la encuesta mediante la aplicación de un cuestionario, con el propósito de recopilar información necesaria que ayude a desarrollar e implementar el modelo propuesto.

3.3.4 Procesamiento de datos

El procesamiento de los datos se refiere a todo el proceso que sigue un investigador desde la recolección de datos hasta la presentación de los mismos en forma resumida. Además, el procesamiento de los datos por medio de programas informáticos, representan una ventaja ya que arrojan resultados inmediatos (Atlantic international university, 2014, p. 4).

Por lo tanto, respecto al procesamiento de datos el presente estudio optó por utilizar el software estadístico SPSS versión 25.0, idioma español. Del cual se obtuvo las tablas, figuras y estadísticas correspondientes para el análisis de los mismos.

Capítulo IV: Resultados y discusión

4.1 Resultados de la investigación

La sección resultados comprende una parte importante del reporte que describe las observaciones obtenidas después de una investigación. Los resultados deben estar organizados de tal forma que apoyen a las preguntas de investigación, hipótesis y discusión. Es conveniente presentar los resultados como párrafos titulados. Cada uno de estos párrafos debe ser capaz de proporcionar los datos de las observaciones presentadas en el texto, tablas y gráficas. La secuencia de las tablas y figuras tienen que estar dispuestas en secuencia lógica para apoyar las preguntas de investigación e hipótesis que están bajo investigación. (Deshpande, 2008, citado por Abreu, 2012).

Tras la aplicación de la encuesta durante el desarrollo de la investigación, el siguiente capítulo presenta el análisis e interpretación de cada uno de los indicadores que fueron puestos a estudio por la población femenina del caserío San José.

4.1.1 Validez de la encuesta

La validez de la encuesta fue otorgada por economistas profesionales y en condiciones de experto con experiencia en el campo de la investigación, que mediante su criterio dieron conformidad a la relación que existe entre las variables, dimensiones e indicadores con sus respectivos ítems.

4.1.2 Análisis de los resultados

4.1.2.1 Análisis de la información general de la población

San José es un caserío perteneciente al distrito de San Rafael, cuenta con un total de 688 habitantes, de los cuales 356 son hombres y 332 son mujeres. La principal actividad económica que realizan es la agricultura, de la que solventan sus necesidades a través de los ingresos generados. En adelante se presentan las interpretaciones de los ítems analizados.

Tabla 1

Rango de edad de la población femenina del caserío San José

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
18-27	44	19,30	19,30
28-37	51	22,37	41,67
38-47	76	33,33	75,00
48 a más	57	25,00	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

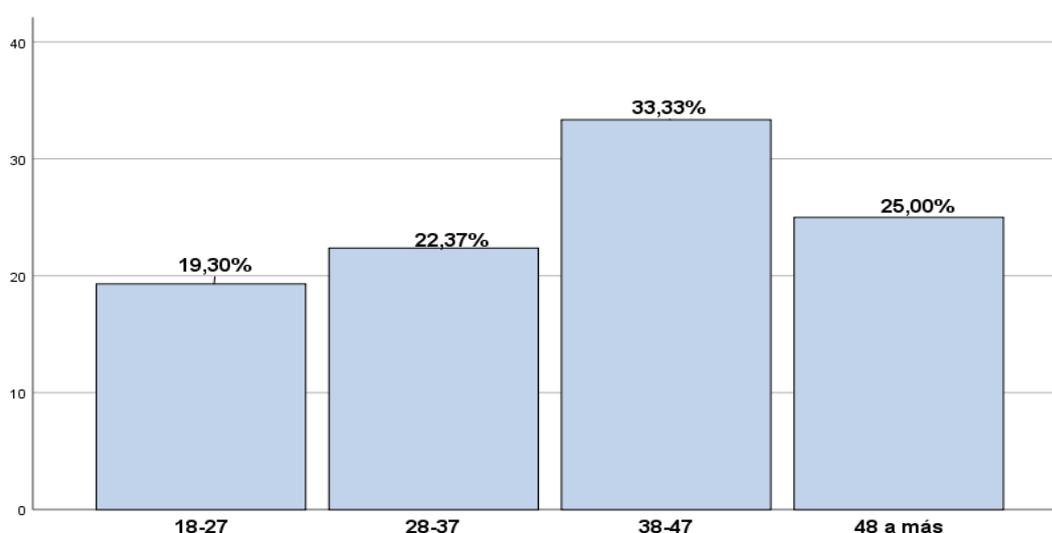


Figura 1. Rango de edad de la población femenina del caserío San José

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 33.33% de la población femenina tienen entre 38 a 47 años de edad, mientras que el 25.00% tiene entre

48 a más años de edad, el 22.37% tienen entre 28 a 37 años de edad y el 19.30% tienen entre 18 a 27 años de edad.

Tabla 2

Principales actividades de la población femenina del caserío San José

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Trabajador independiente	117	51,32	51,32
Ama de casa	76	33,33	84,65
Estudiante	9	3,95	88,60
Otro	26	11,40	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

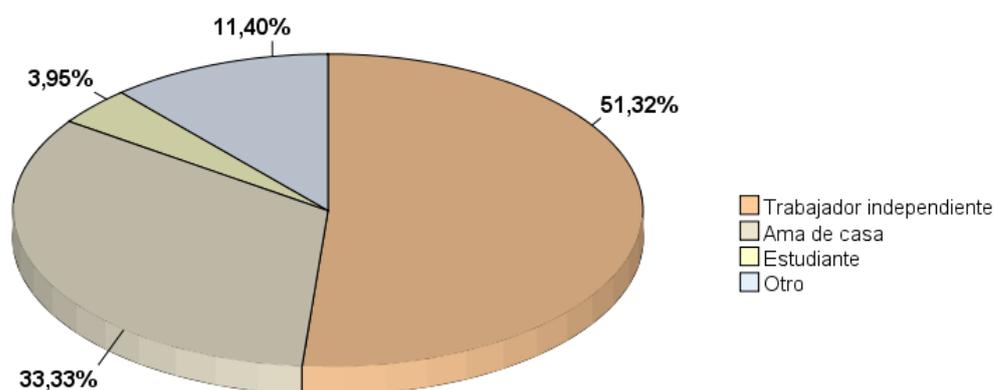


Figura 2. Principales actividades de la población femenina del caserío San José

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 51.32% de la población femenina registraron que son trabajadoras independientes, mientras que el 33.33% son amas de casa, el 11.40% se dedican a diferentes actividades como la siembra de arroz, conductoras de vehículos de carga pesada y electricistas, finalmente sólo el 3.95% son estudiantes.

De lo mencionado se precisa que más de la mitad de la población femenina tienen sus propios negocios, esto permite que dispongan de su tiempo para formar parte del proyecto propuesto.

Tabla 3

Ingreso promedio mensual de la población femenina del caserío San José

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
S/.300 - S/. 500	162	71,05	71,05
S/.500 - S/.700	52	22,81	93,86
S/.700 - S/.900	6	2,63	96,49
S/.900 a más	8	3,51	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

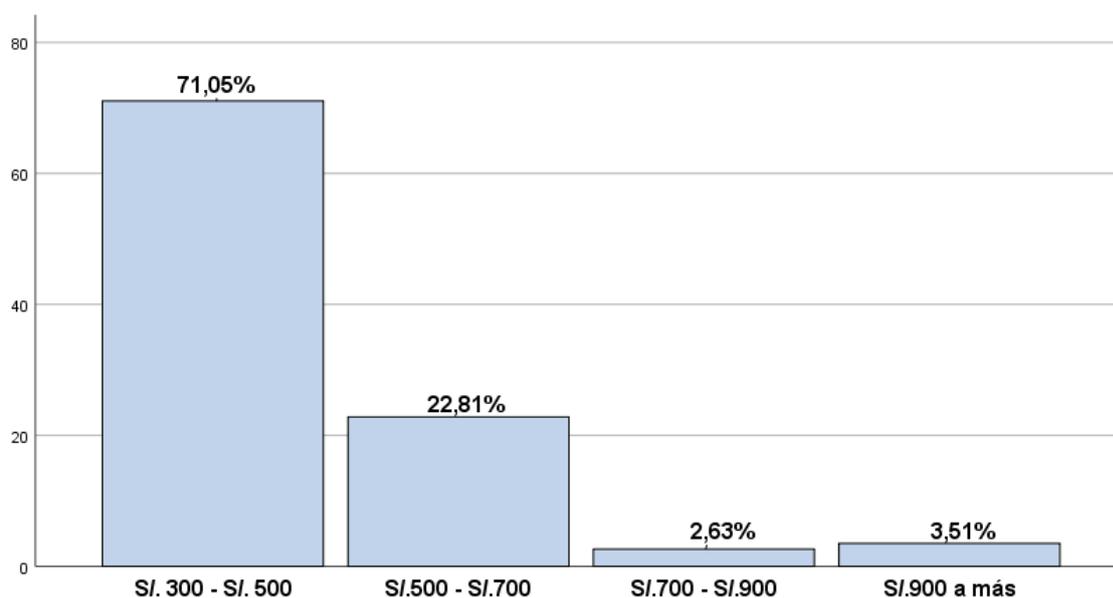


Figura 3. Ingreso promedio mensual de la población femenina del caserío San José

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 71.05% de la población femenina perciben un ingreso promedio mensual entre 300 a 500 soles, mientras que el 22.81% perciben un ingreso promedio mensual entre 500 a 700 soles, el

3.51% perciben un ingreso promedio mensual entre 900 a más y el 2.63% perciben un ingreso promedio mensual entre 500 a 700 soles.

Se puede determinar que, los bajos niveles de ingreso percibidos por la población femenina del caserío San José permiten que elijan formar parte de la propuesta sobre producir y comercializar esponjas naturales para mejorar sus ingresos económicos.

4.1.2.2 Análisis de la variable Valor agregado

Análisis de la dimensión Insumos

Tabla 4

Conocimiento de las propiedades de la Luffa

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Nada	35	15,35	15,35
Regularmente	133	58,33	73,68
Siempre	60	26,32	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

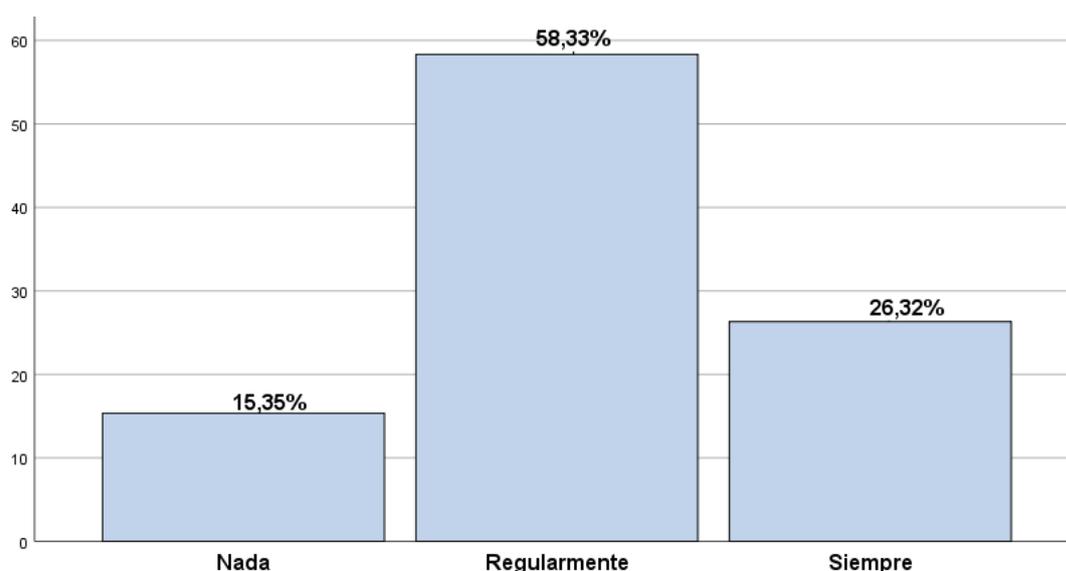


Figura 4. Conocimiento de las propiedades de la Luffa

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 58.33% de la población femenina conoce regularmente las propiedades que posee la planta de la Luffa,

mientras que el 26.32% sí conoce las propiedades que posee la planta de la Luffa y el 15.35% no conoce las propiedades que posee la planta de la Luffa.

Esto nos ayuda a determinar la gran importancia que implica conocer las propiedades de la planta silvestre por parte de las personas que habitan en ese lugar, ya que les permitiría aprovecharla y proporcionarle distintos usos.

Análisis de la dimensión diseño

Tabla 5

Creatividad para elaborar diseños de la población femenina del caserío San José

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Nada	25	10,96	10,96
Regularmente	56	24,56	35,52
Siempre	147	64,47	100,0
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

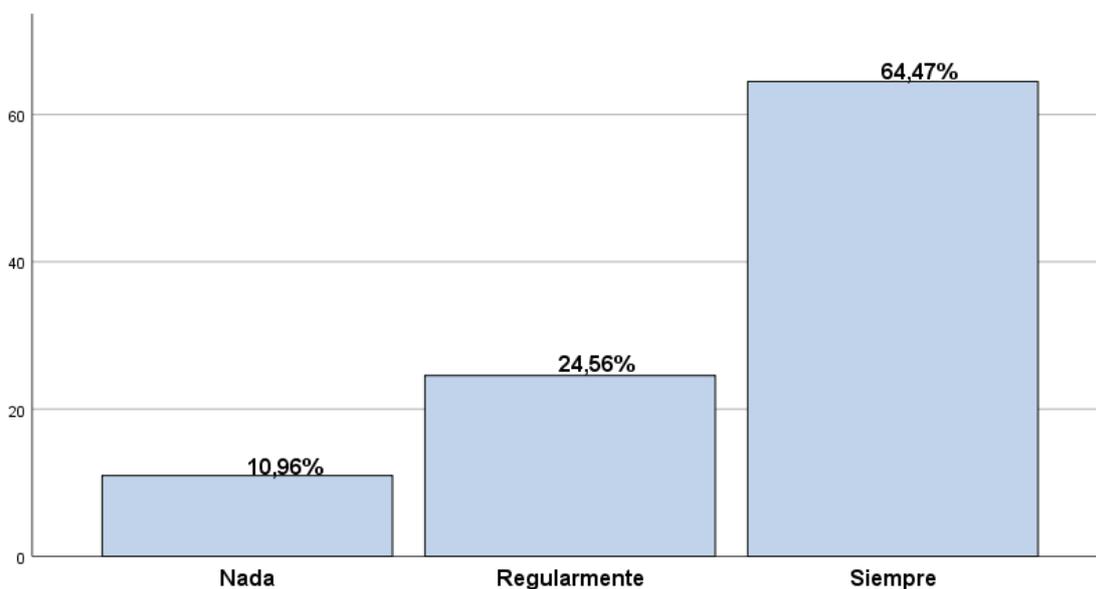


Figura 5. Creatividad para elaborar diseños de la población femenina del caserío San José

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 64.47% de la población femenina está dispuesta a colaborar con ideas creativas e innovadoras que

contribuyan en el proceso de elaboración y comercialización de los productos naturales a base de Luffa, mientras que el 24.56% colaboraría regularmente y el 10.96% no está dispuesto a colaborar.

De lo mencionado, se puede afirmar que en su mayoría las mujeres muestran una actitud positiva frente a la creación de ideas innovadoras para impulsar la propuesta planteada.

Análisis de la dimensión Instrumentos de trabajo

Tabla 6

Posesión de los instrumentos de trabajo de la población femenina del caserío San José

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Sí	203	89,04	89,04
No	25	10,96	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

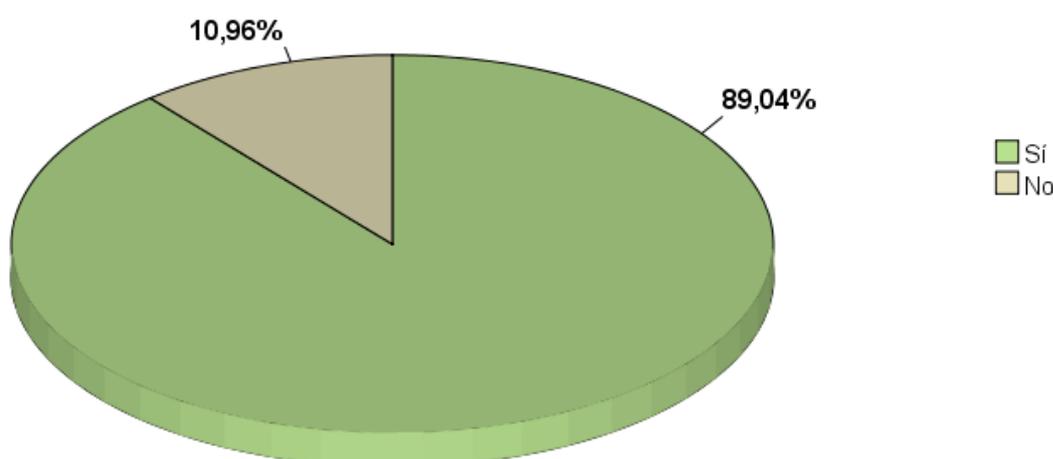


Figura 6. Posesión de los instrumentos de trabajo de la población femenina del caserío San José

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 89.04% de la población femenina si cuenta con las herramientas de trabajo indispensables tales como

tijeras y cuchillos para la elaboración del producto, mientras que el 10.96% no cuenta con las herramientas de trabajo requeridas.

Se deduce que, la mayoría de la población dispuesta a formar parte del equipo si poseen las herramientas necesarias para su desarrollo, no obstante, existe una pequeña proporción de mujeres que no cuenta con las herramientas requeridas, lo cual no significa ser un inconveniente para lograr la realización del modelo propuesto.

4.1.2.3 Análisis de la variable Ingreso económico

Análisis de la dimensión Mercado

Tabla 7

Precios vigentes en el mercado de esponjas sintéticas para la limpieza de utensilios

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Menos de S/.2	79	34,65	34,65
S/.2 - S/.3	149	65,35	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

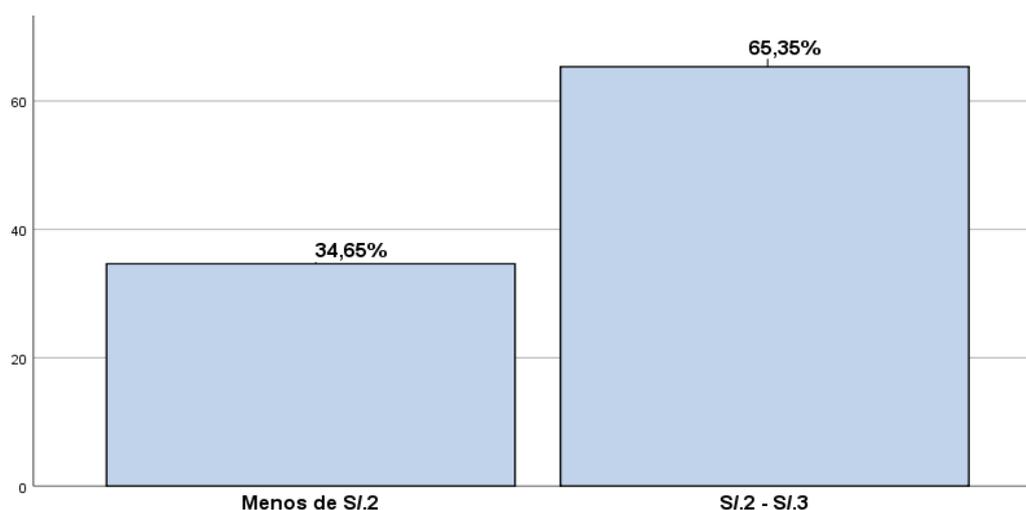


Figura 7. *Precios vigentes en el mercado de esponjas sintéticas para la limpieza de utensilios*

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 65.35% de la población femenina paga un precio promedio entre S/.2 a S/.3 por adquirir una esponja

para la limpieza de utensilios de cocina, mientras que el 34.65% paga menos de S/.2 por adquirir una esponja.

Respecto a lo anteriormente descrito se concluye que, los precios promedio que predominan en el mercado por la compra de una esponja son menores a S/2.00 y S/3.00, lo cual sirvió para determinar el precio de venta de las esponjas naturales a base de Luffa.

Tabla 8

Disposición a producir y comercializar esponjas naturales a base de Luffa

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Sí	203	89,04	89,04
No	25	10,96	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

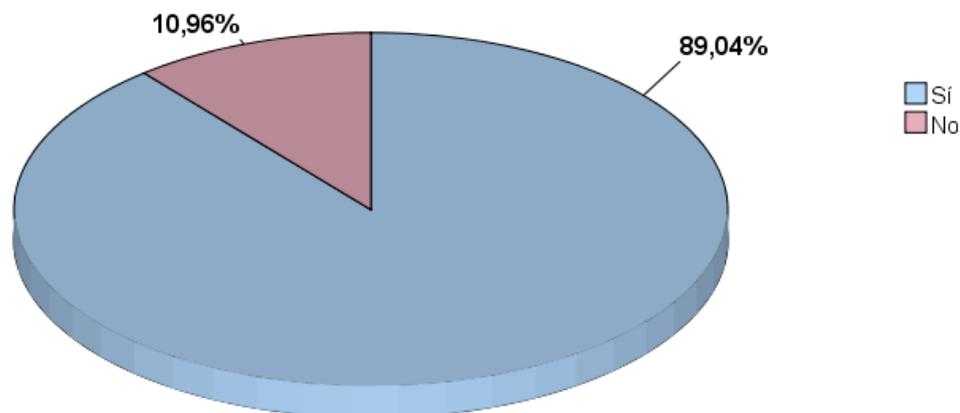


Figura 8. Disposición a producir y comercializar esponjas naturales a base de Luffa

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 89.04% de la población femenina está dispuesta a producir y comercializar esponjas naturales a base de Luffa para la limpieza de utensilios de cocina, mientras que el 10.96% no está dispuesta a producir ni comercializar esponjas naturales.

De lo mencionado se puede concluir que, casi el total de las personas encuestadas mostraron interés ante la iniciativa de emprender, lo cual es un indicador favorable para llevar a cabo la realización de la idea de negocio.

Análisis de la dimensión Variedad

Tabla 9

Toma de iniciativa de la población femenina del caserío San José para contribuir al cuidado del medio ambiente

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Nada	1	0,44	0,44
Regularmente	73	32,02	32,46
Siempre	154	67,54	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

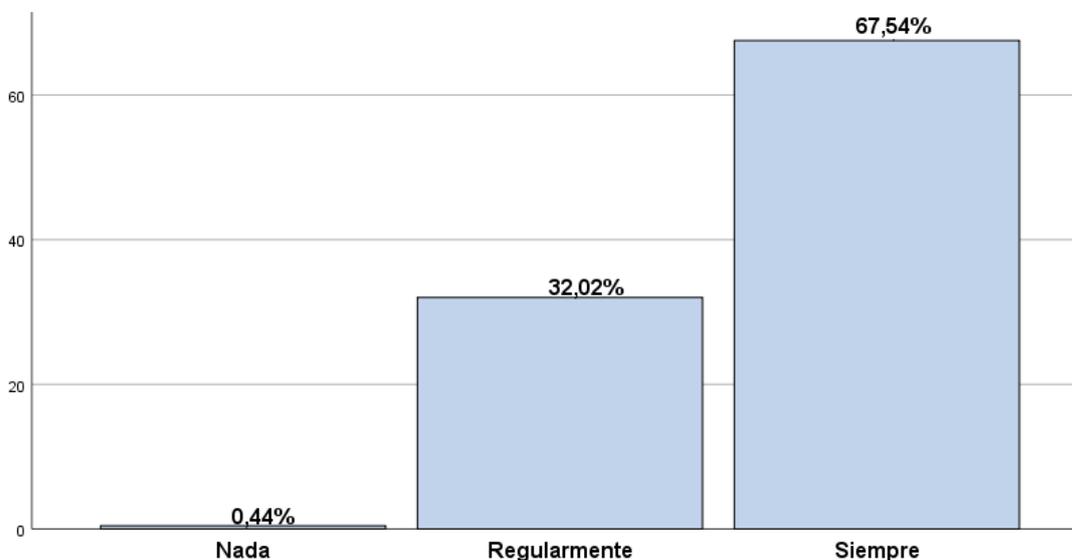


Figura 9. Toma de iniciativa de la población femenina del caserío San José para contribuir al cuidado del medio ambiente

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 67.54% de la población femenina está dispuesta a contribuir al cuidado del medio ambiente a través de acciones que reduzcan la utilización de productos sintéticos, mientras que el 32.02%

estaría dispuesta a contribuir regularmente y el 0.44% no está dispuesta a cuidar el medio ambiente.

Al respecto, podemos deducir que a pesar de los daños ocasionados al medio ambiente debido a la utilización y consumo masivo de productos sintéticos aún existen personas que no son capaces de tomar conciencia ante dicha situación; sin embargo, las personas que registraron actuar positivamente con el cuidado del planeta tomarán las medidas para reducir el impacto.

Tabla 10

Toma de iniciativa de la población femenina del caserío San José para generar ingresos económicos

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Nada	11	4,82	4,82
Regularmente	69	30,26	35,08
Siempre	148	64,91	100,00
Total	228	100,00	

Nota. datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

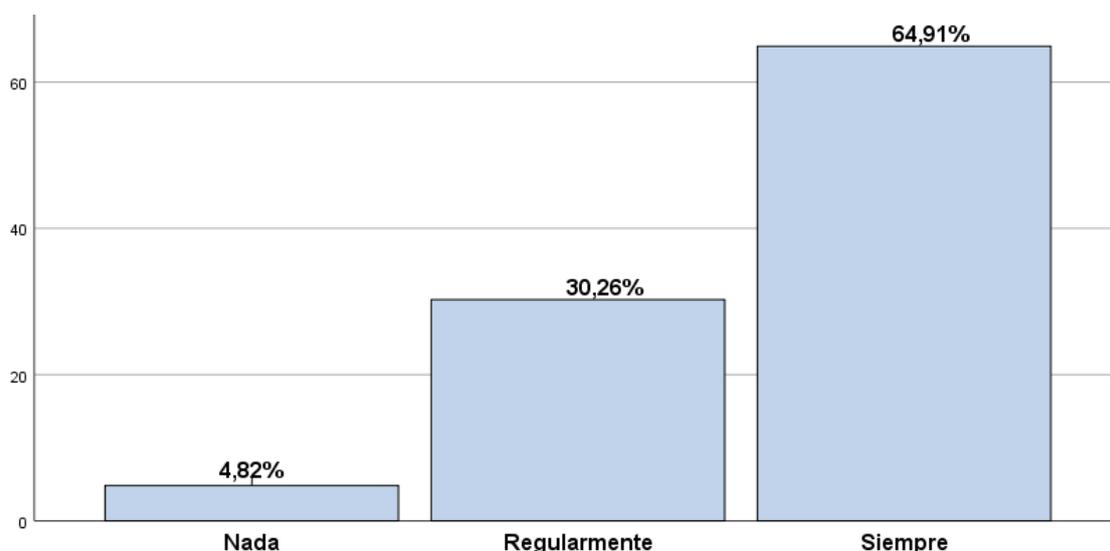


Figura 10. Toma de iniciativa de la población femenina del caserío San José para generar ingresos económicos

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 64.91% de la población femenina estaría de acuerdo en generar ingresos económicos a partir del

aprovechamiento de un insumo natural como la planta de Luffa, mientras que el 30.26% tal vez estaría de acuerdo en generar ingresos y el 4,82% no está de acuerdo con lo planteado.

Esto quiere decir que, la mayoría de las personas encuestadas desean generar ingresos agregando un valor extra a un insumo que crece naturalmente en su entorno, el cual es un resultado favorable para diseñar la idea de negocio.

Tabla 11

Mejora constante en el proceso de realización de actividades de la población femenina del caserío San José

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Sí	202	88,60	88,60
No	26	11,40	100,00
Total	228	100,00	

Nota. datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

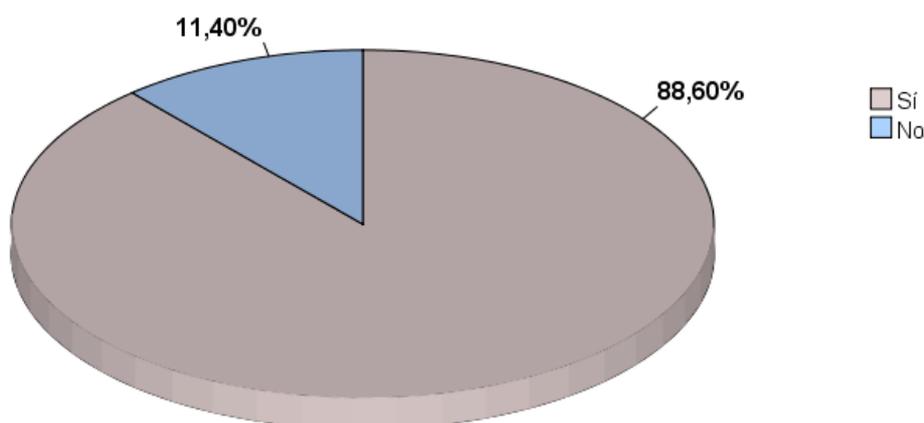


Figura 11. Mejora constante en el proceso de realización de actividades de la población femenina del caserío San José

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 88.60% de la población femenina se compromete a participar de manera responsable y a trabajar de

manera eficiente durante el desarrollo de las actividades propuestas, mientras que el 11.40% no se compromete a participar.

Se puede observar que, la mayoría de las personas encuestadas se muestran comprometidas ante el desarrollo de las distintas actividades a ser realizadas durante el proceso de producción y comercialización, lo que significaría llevar a cabo un trabajo eficiente.

4.1.2.4 Análisis de la información específica de la población

Tabla 12

Disposición de la población femenina del caserío San José para participar en la propuesta

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Sí	203	89,04	89,04
No	25	11,96	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

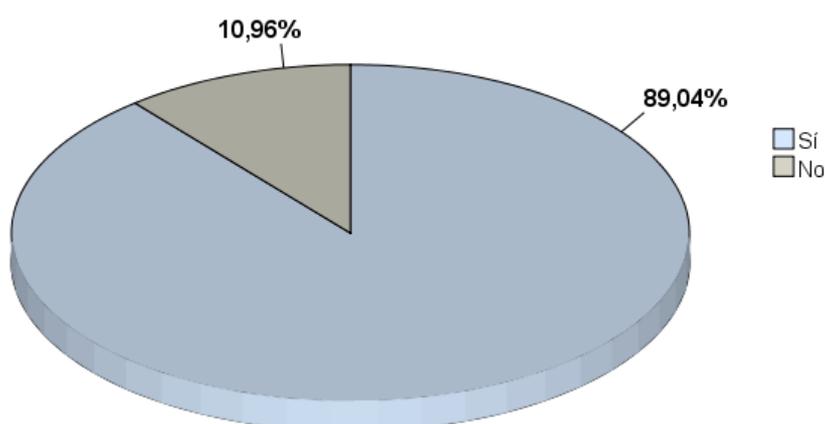


Figura 12. Disposición de la población femenina del caserío San José para participar en la propuesta

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 89.04% de la población femenina sí le gustaría ser parte del equipo que llevará a cabo la propuesta de

elaboración y comercialización de productos naturales a base de la fibra de Luffa, mientras que el 10.96% no formaría parte del equipo.

Se determina que, se registró un alto porcentaje de personas que decidieron formar parte de la propuesta, lo cual indica el respaldo de la mayoría de estas mujeres para la implementación del emprendimiento.

Tabla 13

Disponibilidad de tiempo de la población femenina del caserío San José para participar en la propuesta

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
2 horas al día	66	28,95	28,95
3 horas al día	65	28,51	57,46
4 horas al día	72	31,58	89,04
No dispone de tiempo	25	10,96	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

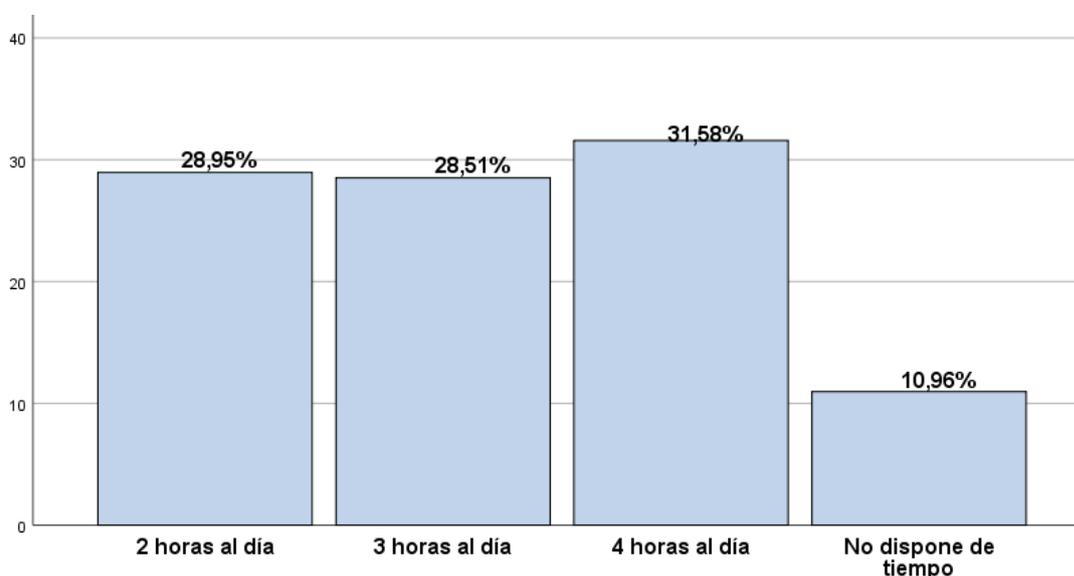


Figura 13. Disponibilidad de tiempo de la población femenina del caserío San José para participar en la propuesta

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 31.58% de la población femenina dispone de 4 horas al día para participar en el proceso de elaboración

de productos comercializables a base de Luffa, mientras que el 28.95% cuenta con 2 horas al día y el 28.51% dispone de 3 horas al día.

Se concluye que, las horas con las que disponen las personas que participarán en el desarrollo de las actividades son suficientes, ya que permitirá contar con una buena organización respecto a las tareas designadas.

Tabla 14

Consumo mensual de esponjas para la limpieza de utensilios de la población femenina del caserío San José

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
1 - 2 unidades	68	29,82	29,82
2 - 3 unidades	111	48,68	78,50
3 - 4 unidades	49	21,49	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

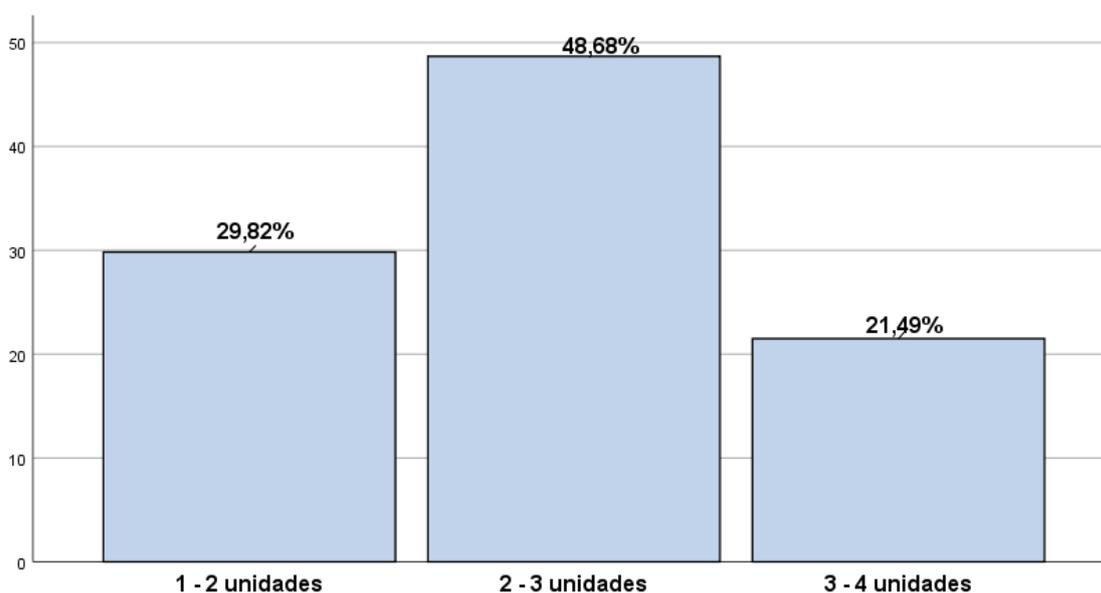


Figura 14. Consumo mensual de esponjas para la limpieza de utensilios de la población femenina del caserío San José

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 48.68% de la población femenina compra mensualmente entre 2 a 3 unidades de esponjas, mientras que

el 29.82% compra mensualmente entre 1 a 2 unidades de esponjas y el 21.49% compra entre 3 a 4 unidades de esponjas al mes.

De esta forma podemos contrastar que, el consumo promedio mensual de esponjas registradas por la población femenina del caserío San José es un factor clave para diseñar una idea de negocio, ya que en base a ello se proyectó las cantidades de esponjas naturales a ser producidas.

Tabla 15

Rango de precios promedio que considera la población femenina del caserío San José para la comercialización de esponjas

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Menos de S/.3	195	85,53	85,53
S/.3 - S/.5	32	14,04	99,57
S/.5 - S/.7	1	0,44	100,00
Total	228	100,00	

Nota. Datos proporcionados por la población femenina del caserío San José

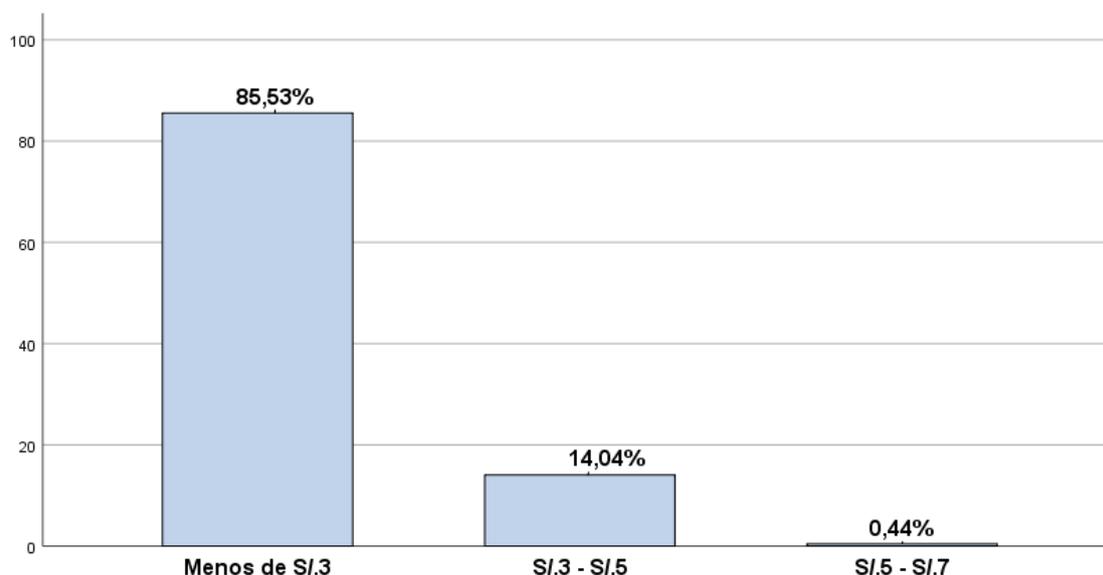


Figura 15. Rango de precios promedio que considera la población femenina del caserío San José para la comercialización de esponjas

Según la encuesta aplicada en el caserío San José, se revela que el 85.53% de la población femenina considera comercializar la venta de una esponja a menos de S/3.00,

mientras que el 14.04% considera el rango entre S/3.00 a S/5.00 y el 0.44% entre S/5.00 a S/7.00.

Al respecto se llega a la conclusión que, el rango de precios de venta de una esponja natural a base de Luffa definidos por la mayor parte de la población encuestada se basa en un precio vigente en el mercado, lo que permitirá que la comercialización de productos elaborados en base a un insumo natural compita con la venta de esponjas de otro material.

4.2 Discusión de los resultados

Discutir los resultados significa escribir comentarios analíticos acerca de los datos presentados, comparándolos con las conclusiones obtenidas en estudios mencionados previamente en el capítulo de revisión de literatura. Discutir los resultados no es solo repetir la información presentada en las tablas, es analizar la información (Avolio, 2015, citado por Aceituno et al, 2021).

Por tanto, después de haber realizado el análisis e interpretación de los datos obtenidos en el capítulo de resultados de la investigación, el presente apartado describe la discusión de la relación entre las similitudes de los antecedentes y el trabajo en mención.

De acuerdo a ello, el proyecto desarrollado en Colombia por Saavedra (2014) presenta resultados rentables debido a las ganancias que obtienen las personas involucradas tras proponer un negocio dedicado a la elaboración y venta de Luffa del mismo modo que la idea de negocio planteada.

Por otro lado, el estudio realizado en la provincia de Surco por Evangelista et al (2022) explica que el café es un producto muy demandado en el mercado, sin embargo,

su proceso de elaboración genera desperdicios que pueden ser utilizados en la elaboración de otros productos. Se trata de la cascarilla o pulpa, caracterizada por su color rojo y por su propiedad absorbente y antioxidante; es un subproducto desechado por los caficultores quienes no tienen en cuenta la contaminación que dicho insumo ocasiona, ya que, junto al mucílago, sustancia viscosa, concentran residuos químicos muy contaminantes para los terrenos agrícolas.

Al respecto, la presente investigación analizó el estado en el que se encuentra una planta que crece en el caserío San José, la Luffa, insumo que al igual que la cascarilla de café estudiada por Evangelista et al están siendo desaprovechadas por los pobladores debido al desconocimiento de sus beneficios y propiedades.

Del mismo modo, Palomino (2011) desarrolló su investigación en la ciudad de Trujillo, en la cual señala que los pobladores del caserío Puente Piedra del distrito Huamachuco se dedican a la agricultura, principalmente al sembrío de papa, la cual es vendida en los diferentes mercados de abastos para generar ingresos. Pese a ello, ya que el proceso de sembrío implica mucho esfuerzo e inversión las ganancias que consiguen después de su venta no son rentables, lo cual no permite que incrementen sus ingresos.

Para el presente estudio, la población femenina del caserío San José mayormente se dedica a trabajar de manera independiente lo que les permite solventar sus gastos necesarios, al igual que la investigación realizada por Palomino en la que los pobladores del caserío Puente Piedra no generan los suficientes ingresos para mejorar su calidad de vida.

Asimismo, la investigación desarrollada en la ciudad de Arequipa por Carpio (2020) menciona que la industria textil ocasiona contaminación ya que es inevitable generar desperdicios y retazos durante el proceso de confección de prendas; es por eso

que los desechos provenientes de la producción de prendas de fibra de alpaca son vendidos a precios accesibles sin considerar la opción de agregarle valor mediante la elaboración de nuevos productos como mantas de hilo a base de fibra regenerada. Esta acción es sustentable ya que reduce la contaminación textil y crea rentabilidad para la organización.

En tal sentido, la investigación desarrollada propone agregar valor a un insumo desaprovechado como la Luffa mediante la elaboración de esponjas naturales para la limpieza de utensilios; este estudio guarda relación con la investigación de Carpio ya que se están creando nuevos productos a partir de insumos considerados desechos, los cuales a su vez tienen impacto positivo en la conservación del medio ambiente.

Igualmente, la investigación que realizaron Alcalá et al (2019) en la ciudad de Lima se basó en proponer un modelo de negocio que genere ingresos, el cual consistió en añadir valor a los residuos provenientes de prendas desechadas, mermas y retazos de telas; con la finalidad de producir planchas térmicas - acústicas a base de tela reciclada junto a elementos como cartón reciclado, yeso y gel de sílice; lo que dará como resultado un producto con valor ecológico debido a que se está reutilizando desechos para su elaboración y que será puesto en venta dentro de un mercado en el que existe poca competencia. Además, la ejecución del proyecto resultará viable puesto que el análisis económico y financiero mostraron resultados rentables.

La investigación mencionada guarda relación con el presente estudio debido a que tiene como objetivo proponer un modelo de negocio con valor agregado y con impacto económico – ambiental; ya que consiste en la implementación de un negocio que elabore y comercialice esponjas a base de Luffa y que a su vez sea rentable como los resultados del análisis económico y financiero elaborado por Alcalá et al.

Capítulo V: Propuesta

5.1 Aspectos generales del modelo de negocio

5.1.1 Propuesta de valor

El modelo de negocio consiste en la elaboración y comercialización de esponjas naturales a base de la fibra de la planta de Luffa para la limpieza de los distintos utensilios de cocina; esta propuesta busca brindar una opción alternativa para aquellas personas que estén dispuestas a generar ingresos económicos y mediante un consumo responsable se promueva el cuidado del medio ambiente.

5.1.2 Características del producto

El producto final es una esponja natural a base de la fibra de la planta de Luffa, ideal para sustituir a las esponjas tradicionales ya que son 100% naturales, vegetales y biodegradables; y sus fibras favorecen a la limpieza de los utensilios del hogar.

5.1.2 Misión

Ofrecer un producto natural que destaque por su contribución al cuidado del medio ambiente a través de su utilización.

5.1.3 Visión

Ser reconocidos como el principal distribuidor a nivel nacional de esponjas naturales a base de fibra de Luffa para la limpieza de los distintos utensilios de cocina.

5.2 Análisis FODA

El análisis FODA consiste en describir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas referentes al modelo de negocio propuesto para conocer el entorno en el que se va a desarrollar.

Tabla 16

Análisis FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Ofrece un producto biodegradable• Producto elaborado con insumo natural• Precios accesibles• Equipo humano comprometido con el proceso de elaboración y comercialización• Promueve la conservación del medio ambiente	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Oferta poco diversificada• Presupuesto limitado• Escasa conexión a internet• Falta de herramientas tecnológicas para la producción• Competencia con grandes empresas que ofrecen productos sintéticos
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Diversificar nuevos productos• Aparición en redes sociales• Incremento en la demanda de productos naturales• Nuevos canales de venta• Abundancia de recursos naturales en el sector	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Industria altamente competitiva• Factores climáticos• Productos sustitutos• Ingreso de nuevos competidores• Alteración de los precios vigentes en el mercado• Producto nuevo

5.3 Desarrollo de actividades

Las actividades desarrolladas para la elaboración de esponjas naturales a base de Luffa fueron diseñadas considerando la participación de 10 personas, quienes según los resultados obtenidos de la encuesta disponen de 4 horas al día para la realización de las actividades; también se consideró que las labores se lleven a cabo 5 días a la semana teniendo en cuenta que cada persona elabore 5 esponjas por cada hora.

Al respecto, se realizarán cada una de las actividades detalladas a continuación:

- **Día 1 - recojo del insumo**

El primer día de actividades se realizará el recojo del insumo en costales cerrados, la luffa debe extraerse en fruto seco, para posteriormente ser llevada al lugar establecido y seleccionado según su tamaño y volumen.

- **Día 2 – humedecido del insumo**

Una vez seleccionado el insumo, en el segundo día se contabilizará y verificará las cantidades ingresadas de Luffa para después pasar por un pequeño proceso de corte, el cual consiste en cortar las puntas de cada fruto para permitir el ingreso de agua. Luego, serán sumergidas en recipientes durante el resto del día para suavizar la cáscara y facilitar su desprendimiento.

- **Día 3 – lavado y secado del insumo**

La actividad del tercer día empieza con el desprendimiento de la cáscara y semillas ubicadas en el interior del fruto de la Luffa. Luego, se lavan las fibras con agua, ya que así conseguirá más suavidad y eliminará cualquier resto de cáscara. Posteriormente se lleva a cabo el secado del fruto, el cual consiste en la unión de Luffas formando sartas, las cuales serán ubicadas en un lugar ventilado durante el resto del día.

- **Día 4 al día 20 – recorte, costura y empaquetado del producto**

El cuarto día se recogen las Luffas y a partir de ese momento se consolida la elaboración del producto final, en la que cada Luffa es recortada según los diseños establecidos; estas formas pueden ser rectangular, circular y ovalada, para después coserlas por los bordes. Una vez obtenidas las esponjas estarán listas para ser etiquetadas con papel kraft, en el que se colocará un sello con el logo del emprendimiento para ser comercializada como esponja para la limpieza de los utensilios de cocina.

5.4 Herramientas de trabajo

En la siguiente tabla se detallan las herramientas que se utilizarán en la elaboración de esponjas naturales a base de Luffa.

Tabla 17

Herramientas a utilizar durante el desarrollo de actividades

NOMBRE	IMAGEN	FUNCIÓN EN EL PROCESO
Recipiente		Permite humedecer, lavar la Luffa y recepcionar la fibra seca.
Tijera		Sirve para cortar la fibra de la Luffa.

Cuchillo



Será útil para realizar los cortes necesarios.

Hilo



Permitirá realizar el proceso de costura.

Costal



Se usarán para trasladar el insumo natural.

Papel kraft



Se utiliza para el empaquetamiento del producto.

Sello



Útil para colocar la marca del producto

Nota. Elaboración propia

5.5 Análisis de la competencia

5.5.1 Identificación de la competencia

En el departamento de San Martín aún no existe un producto natural como las esponjas a base de Luffa; esto quiere decir que no existe competencia por lo tanto resulta un producto atractivo ante los hogares que consumen esponjas.

5.5.2 Precios de la competencia

En el mercado existen productos que fácilmente pueden sustituir a las esponjas naturales, los cuales son las esponjas sintéticas. Es por eso que conocer sus precios será un factor para determinar el precio del producto ofrecido.

Tabla 18

Rango de precios de los productos sustitutos

Marca	Calidad	Rango de precio unitario
Scotch brite	Sintética	S/2.00 – S/4.00
Tottus	Sintética	S/1.00 – S/2.00
Dkasa	Sintética	S/1.50 – S/2.50
Sapolio	Sintética	S/1.00 – S/1.50
Esponja verde	Sintética	S/1.00 – S/1.50

Nota. Elaboración propia

De la tabla 18 se menciona que el rango de precios por adquirir una esponja sintética para utensilios de cocina oscila desde S/1.00 hasta S/4.00. Por lo que se considera que el precio de venta de la esponja de Luffa se ubique dentro de ese rango teniendo en cuenta también los demás factores determinantes.

5.6 Análisis de costos

5.6.1 Costos fijos

Son aquellos costos que se pagan independientemente de la cantidad de producción, es decir si el nivel de producción aumenta o disminuye el costo fijo no varía.

Para calcular los costos fijos mensuales en los que incurre el modelo de negocio propuesto, se realizó el análisis del valor de las herramientas con su depreciación y los gastos generales.

Tabla 19

Costo de las herramientas de trabajo

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario (S/.)	Total (S/.)
Recipientes	Unidad	6	50.00	300.00
Cuchillos	Unidad	-	0.00	0.00
Tijeras	Unidad	-	0.00	0.00
Sello	Unidad	1	20.00	20.00
Tinta para sello	Unidad	1	10.00	10.00
Total				230.00

Nota. Elaboración propia

Según la tabla 19 se considera cero las cantidades y valor unitario de cuchillos y tijeras, ya que los resultados de la encuesta (figura 6) indican que el 89.04% de la población encuestada cuenta con herramientas básicas como cuchillos y tijeras para la elaboración de esponjas.

Asimismo, mediante la obtención de los costos de herramientas de trabajo (tabla 19) se calculó la depreciación, que es la pérdida de valor de un activo a través del tiempo por su desgaste, y para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor del activo}}{\text{Tiempo de vida útil}}$$

✓ **Depreciación del recipient**

$$\frac{S/.50.00}{12 \text{ meses}} = S/.4.20 \text{ mensual}$$

Se estimó un tiempo de vida útil de 12 meses y el cálculo obtenido indica que la depreciación mensual de un recipiente es S/. 4.20, sin embargo, en el proceso productivo se usarán 6 recipientes. Por tanto, la depreciación mensual obtenida se multiplica por el número de herramientas utilizadas.

$$S/.4.20 \times 6 = 25.20$$

Obteniendo así que, la depreciación mensual de recipientes es de S/25.20

✓ **Depreciación del sello**

$$\frac{S/.20.00}{12 \text{ meses}} = S/.1.70 \text{ mensual}$$

Se estimó un tiempo de vida útil de 12 meses y el cálculo obtenido indica que la depreciación mensual de un sello es S/. 1.70.

✓ **Depreciación de la tinta para sello**

$$\frac{S/.10.00}{6 \text{ meses}} = S/.1.67 \text{ mensual}$$

Se estimó un tiempo de vida útil de 6 meses y el cálculo obtenido indica que la depreciación mensual de una tinta para sello es S/. 1.67.

Tabla 20*Cuadro de Depreciación mensual*

Descripción	Valor	Vida útil meses	Depreciación mensual total (S/.)
Recipientes	50.00	12 meses	25.20
Sello	20.00	12 meses	1.70
Tinta para sello	10.00	6 meses	1.67
Total			28.57

Nota. Elaboración propia

Según la tabla 20, la depreciación mensual de las herramientas de trabajo es de S/28.57, la cual indica el monto asignado que se debe pagar mensualmente por su uso.

Tabla 21*Costos fijos mensuales de la elaboración de esponjas*

Descripción	Costo mensual (S/.)
Consumo de agua	15.00
Depreciación	28.57
Total	43.57

Nota. Elaboración propia

La tabla 21, detalla para el consumo mensual de agua un pago estimado de S/15.00 (estimación según el pago mensual que realizan los habitantes del caserío). También muestra la depreciación, que junto a los gastos generales forma un monto que asciende a S/43.57.

5.6.2 Costos variables

Son los costos que cambian según el nivel de producción en un negocio, es decir es un costo que varía según la cantidad de bienes producidos; si esta aumenta los costos también y viceversa.

Los costos variables que incurren en la producción de esponjas de Luffa son los que se detallan a continuación:

Tabla 22

Costo variable mensual de la elaboración de esponjas

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor	
			unitario (S/.)	Total (S/.)
Materia prima				0.00
Luffa	Unidad	850	0	0.00
Mano de obra				1500.00
Mujeres	Personas	10	150.00	1500.00
Otros materiales				81.00
Hilo de coser	Cono mediano	5	5.00	25.00
Costal	Unidad	10	2.00	20.00
Papel kraft	Unidad	18	2.00	36.00
Total				1581.00

Nota. Elaboración propia

La tabla 22 muestra 850 como la cantidad total de frutos de Luffa que se utilizan para la elaboración de esponjas, debido a que se estimó que una persona produzca 5 esponjas en 1 hora, laborando 5 días a la semana; teniendo en cuenta que de un fruto se elaboran 4 esponjas, generando así un total de 3400 esponjas al mes para su comercialización. Además, se consideró cero el costo del insumo

debido a que crece de manera natural y no es utilizada por los pobladores del caserío San José.

Respecto a la mano de obra se considera un costo de S/150.00 por cada persona que forme parte del negocio (estimación según el nivel de ingresos obtenidos de la encuesta - tabla 3).

Por lo tanto, el cálculo del costo variable mensual de producir 3400 esponjas de Luffa hace un total de S/1581.00, monto que varía de acuerdo al aumento o disminución de la producción.

5.6.3 Costo total

El costo total es la suma de todos los gastos necesarios de un negocio, los cuales son los costos fijos y costos variables; la siguiente tabla muestra los gastos del modelo de negocio propuesto.

Tabla 23

Costo total de la elaboración de esponjas

Descripción	Costo mensual (S/.)
Costos fijos	43.57
Consumo de agua	15.00
Depreciación	28.57
Costos variables	1581.00
Materia prima	0.00
Mano de obra	1500.00
Otros materiales	81.00
Total	1624.57

Nota. Elaboración propia

Según la tabla 23, el costo total que incurre en la elaboración de 3400 esponjas a base de Luffa es de S/.1624.57.

5.6.4 Costo unitario

El costo unitario es la expresión monetaria de producir un bien y su cálculo es necesario para determinar el precio final del producto elaborado. Por tanto, el monto de producir una unidad de esponja se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$CV \text{ Unitario} = \frac{\text{Costo variable}}{\text{Total de unidades producidas}} = \frac{1581}{3400} = 0.47$$

El resultado obtenido nos indica que el costo de producir una esponja es S/.0.47, este costo permite establecer el precio de venta.

5.6.5 Precio de venta

El precio de venta representa el monto a pagar por la compra de un producto. Mediante la siguiente formula se determinó el precio de venta por cada esponja natural a base de la fibra de Luffa.

$$\text{Precio de venta (PV)} = \frac{\text{Costo variable unitario}}{1 - \text{margen}}$$

$$\text{Precio de venta (PV)} = \frac{0.47}{1 - 0.69}$$

$$\text{Precio de venta (PV)} = \frac{0.47}{0.31}$$

$$\boxed{\text{Precio de venta (PV)} = 1.50}$$

Con un margen de ganancia del 69% se calculó a través de la fórmula que cada esponja a base de Luffa tenga un valor de S/.1.50.

5.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite conocer el número de unidades que se debe vender para cubrir el total de gastos. Su cálculo es importante para evitar pérdidas, ya que el resultado que se obtenga permite establecer el número de unidades que se deben producir para no ganar ni perder. El cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Punto de equilibrio (unidades - mes)} = \frac{\text{Costos fijos mensuales}}{(P_{\text{venta}} - CVu)}$$

$$\text{Punto de equilibrio (unidades - mes)} = \frac{43.57}{(1.50 - 0.47)}$$

$$\text{Punto de equilibrio (unidades - mes)} = \frac{43.57}{(1.03)}$$

$$\text{Punto de equilibrio (unidades - mes)} = 42.30$$

$$\boxed{\text{Punto de equilibrio} \approx 42 \text{ unidades por mes}}$$

Este resultado indica que se deben producir y vender 42 esponjas por mes para cubrir con los gastos necesarios. Es decir, con la venta de la esponja número 43 se empieza a obtener beneficios.

5.8 Análisis del Beneficio

Analizar el beneficio implica conocer las ganancias que se obtendrán por la venta del producto. A continuación, se presenta la tabla en la que se calcula el beneficio de la comercialización de esponjas de Luffa.

Tabla 24*Análisis del beneficio de la producción de esponjas a base de Luffa*

PRECIO (P)	CANTIDAD (Q)	INGRESO (P*Q)	COSTO TOTALES	BENEFICIO (IT - CT)
1.50	0	0.00	43.57	-43.57
1.50	42	63.14	63.14	0.00
1.50	84	126.00	82.63	43.37
1.50	126	189.00	102.16	86.84
1.50	168	252.00	121.69	130.31
1.50	210	315.00	141.22	173.78
1.50	252	378.00	160.75	217.25
1.50	294	441.00	180.28	260.72
1.50	336	504.00	199.81	304.19
1.50	378	567.00	219.34	347.66
1.50	2856	4284.00	1371.61	2912.39
1.50	2898	4347.00	1391.14	2955.86
1.50	2940	4410.00	1410.67	2999.33
1.50	2982	4473.00	1430.20	3042.80
1.50	3024	4536.00	1449.73	3086.27
1.50	3066	4599.00	1469.26	3129.74
1.50	3108	4662.00	1488.79	3173.21
1.50	3150	4725.00	1508.32	3216.68
1.50	3192	4788.00	1527.85	3260.15
1.50	3234	4851.00	1547.38	3303.62
1.50	3276	4914.00	1566.91	3347.09
1.50	3318	4977.00	1586.44	3390.56
1.50	3360	5040.00	1605.97	3434.03
1.50	3400	5100.00	1624.57	3475.43

Nota. Elaboración propia

La tabla 24 muestra los beneficios calculados a partir de la diferencia entre los ingresos y gastos totales, los cuales se determinaron a través del precio de venta multiplicado por las cantidades a producir y los costos que se generan según el número de esponjas elaboradas. Obteniendo así que la comercialización de 3400 esponjas permite

cubrir los costos totales de producción que asciende a S/.1624.57, asimismo el análisis realizado muestra un beneficio de S/.3475.43.

5.8 Análisis del Costo – Beneficio

El análisis costo – beneficio se realiza para conocer si es rentable la ejecución de una idea de negocio y con ello tomar la decisión de llevarlo a cabo, ya que muestra la inversión que se va a realizar y las ganancias que se obtienen en un periodo determinado, es decir el proyecto será viable cuando los beneficios sean superiores a los costos, mientras que se estaría optando por otro proyecto cuando las ganancias sean menores o igual al costo.

En relación a lo mencionado, la idea de negocio propuesta conlleva una inversión de S/. 1624.57 de la que se obtiene una rentabilidad de S/. 3475.43, esto quiere decir que cada persona que forma parte del equipo estaría percibiendo un beneficio de S/. 347.54 mensualmente. Asimismo, los beneficios obtenidos son superiores a los costos, por lo que resulta rentable la ejecución de la idea de negocio que consiste en la elaboración de esponjas naturales a base de Luffa en el caserío San José.

CONCLUSIONES

- Se concluye que proporcionar valor agregado a las fibras de Luffa influye positivamente en la generación de ingresos económicos, ya que la elaboración y comercialización de esponjas naturales en el Caserío San José permite que cada participante del emprendimiento obtenga ganancias de S/497.54 al mes; esto se ve reflejado en los resultados rentables que se obtienen en el análisis del beneficio.
- Respecto al primer objetivo específico, el estado situacional en el que se encuentran las plantas de Luffa en el caserío San José permite que la viabilidad del modelo de negocio sea rentable, debido a que el insumo principal para llevar a cabo la elaboración de esponjas naturales está al alcance de los pobladores del caserío y no tiene un costo.
- En relación al segundo objetivo específico, los resultados de la encuesta determinaron que el 51.30% de la población femenina cuenta con trabajo independiente, mientras que el ingreso promedio mensual del 71.10% de la población varía de S/300 a S/500, lo que permite a las mujeres del caserío San José mostrar interés para poner en marcha el modelo de negocio propuesto ya que el nivel de ingresos que perciben mensualmente es muy bajo.
- Referente al tercer objetivo específico, se deduce que existen varios productos elaborados a base de fibra de Luffa que son comercializados en otros países, lo cual sirvió de referencia para diseñar y proponer el modelo de negocio en el presente estudio.
- Finalmente, del cuarto objetivo se infiere que el modelo de negocio es una propuesta que ayuda a generar ingresos económicos a la población femenina del caserío San José, ya que el análisis del beneficio determinó que elaborar y comercializar esponjas naturales a base de Luffa tiene una rentabilidad positiva,

ofreciéndose el producto a un precio accesible de S/1.50. Además, el punto de equilibrio indicó que con una cantidad mínima de 42 esponjas estarían cubriendo los costos de producción.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere que la población tome en cuenta la naturaleza que crece a su alrededor e investigue todo lo relacionado a ella, tal como su origen, propiedades y usos para que de esa manera aprovechen al máximo los recursos naturales, ya que al igual que la planta de Luffa pueden existir otras plantas que no son aprovechadas.
- Se recomienda a la población optar constantemente por ideas de negocio que permitan mejorar sus niveles de ingresos, ya que cada vez son frecuentes los aumentos de pobreza registrados en los caseríos y en las zonas alejadas del Perú.
- Se aconseja tener en cuenta la importancia de dar valor agregado ya que permite el aprovechamiento adecuado de los insumos y con ello crear productos nuevos, novedosos, sustentables y diferenciados a precios accesibles.
- Se propone aplicar el modelo de negocio presentado y se invita a seguir promoviendo ideas de negocio que contribuyan al cuidado del medio ambiente y a la vez que permita mejorar su situación económica.
- Se recomienda la participación del estado por medio de la implementación de políticas públicas encaminadas a incentivar emprendimientos que tengan como prioridad la conservación del medio ambiente a través de lo que ofrecen.

REFERENCIAS

- Abreu, J. (2012). Investigación: Resultados, Discusión & Conclusiones.
[http://www.spentamexico.org/v7-n3/7\(3\)131-138.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n3/7(3)131-138.pdf)
- Aceituno, C., Alosilla, W., Moscoso, I. (2021). *Discusión de resultados*.
https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2256/1/Discusi%C3%B3n_De_Resultados.pdf
- Adewuyi, M., Solomon, O., Omobola, A. (2013). *Usos tradicionales y medicinales de Luffa cylindrica: una revisión*. Revista de Estudios de Plantas Medicinales 2320-3862. Volumen 1. 102-111.
https://www.researchgate.net/publication/260072169_Traditional_And_Medicinal_Uses_Of_Luffa_cylindrica_A_Review
- Adrián, Y. (2020). *Diseño*. <https://conceptodefinicion.de/disenio/>
- Alcala, M., Asto, J., Cristobal, L., Gamarra, J., Ruiz, F. (2019). *Aprovechamiento de los residuos textiles para la elaboración de placas rígidas Ecotex*. [Tesis, universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/ecee765e-1100-4e03-8900-0e4ca9caca3e>
- Arias, J. (2020). *Proyecto de tesis: guía para la elaboración*.
http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2236/1/AriasGonzales_ProyectoDeTesis_libro.pdf
- Atlantic international university (2014). Recolección y procesamiento de datos.
<https://cursos.aiu.edu/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION/Sesion%208/WORD/SESI%C3%93N%208.pdf>

Autoridad regional ambiental (2021). *Plan de acción ambiental 2013-2021*.

<https://www.regionsanmartin.gob.pe/OriArc.pdf?id=78162#:~:text=La%20contaminaci%C3%B3n%20del%20agua%20es,h%C3%A1bitats%20y%20p%C3%A9rdida%20de%20especies>.

Ávila, J. (2021). *Aprovechamiento de residuos de caña de azúcar (Saccharum officinarum) y generación de ingresos de los productores, Cantón 24 de mayo*.

[Tesis para optar el grado de Economista, Universidad estatal del Sur de Manabí].

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2974/1/TESIS%20FINAL%20JENNIFFER%20PRISCILA%20AVILA.pdf>

Banda, P. y Llerena, C. (2010). *Estudio de factibilidad para la creación de la*

microempresa de artesanías de Lufa en la ciudad de Otavalo con cobertura del

mercado nacional e internacional. [Tesis para optar el título de Ingeniería

comercial, Universidad Técnica del norte].

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/346/1/02%20ICO%20184%20TESIS.pdf>

Carpio (2020). *Mejora del valor agregado de los desperdicios y retazos de una planta de*

tejido y confección de prendas en alpaca de la ciudad de Arequipa, 2020. [Trabajo

de investigación para optar el grado académico de Bachiller en Ingeniería

Industrial, Universidad Continental]

<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/8080>

Cauas, D. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*.

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=investigacion+descriptiva+definiciones&btnG=&oq=investigacion+descriptiva+defi

Cieza, M. (2021). *El valor agregado en plantas medicinales Aromáticas y generación de ingresos económicos a las Nuwas de la Comunidad Shampuyacu*. [Tesis para optar el grado de Economista, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/9567/Huancas_de_la_Cruz_Wilmer_Casely.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Comisión Ambiental Regional de San Martín (2016). *Estrategia regional de la diversidad biológica de San Martín*. <https://www.cbd.int/doc/nbsap/sbsap/pe-sbsap-san-mart%C3%ADn-es.pdf>

Consejo Nacional de Política Económica y Social - República de Colombia (2009). *Lineamientos de la Política de Generación de Ingresos para la Población en Situación de Pobreza Extrema y/o Desplazamiento*. <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Conpes/Conpes%203616%20de%202009.pdf>

Cortes, C. (2014). *Fauno – Módulos de vida Luffa Cylindrica Aplicación como Sustrato*. https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/26503/FAUNO_MODULOS%20DE%20VIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
[Trabajo de Grado para optar al título de diseñador industrial]

Cuadros, C. (2021). Proyecto Agenda Perú: Repensando el rol del sector privado en el desarrollo sostenible. Informe regional 1 - San Martín. <https://econiaverde.pe/wp-content/uploads/2021/08/informe-San-Martin-con-caratula.pdf>

Deborah (2015). *Definición de Herramientas*. <https://www.definicion.co/herramientas/>

- Díaz, J. (2014). *Comercialización de los productos y servicios de la ciencia: retos y perspectivas*. Revista Cubana de Ciencia Agrícola, Cuba. <https://www.redalyc.org/pdf/1930/193030122007.pdf>
- Díaz, J. y Ávila, L. (2002). *Sondeo del mercado mundial de Estropajo (Luffa cilindrica)*. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, Bogotá, Colombia. <https://cupdf.com/document/sondeo-del-mercado-mundial-de-estropajo-luffa-apiningcomsondeod-sondeo.html?page=5>
- Duarte, T. y Ruiz, M. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- Editorial Economía (2014). *Definición de insumo*. <https://economia.org/insumo.php>
- Editorial Etecé (2022). *Ingreso*. <https://concepto.de/ingreso-2/>
- Evangelista, J., Riva, M., Tomas, M., & Vargas, A. (2022). *Modelo prolab: Propuesta de negocio para optimizar el aprovechamiento de la cascarilla de café en el Perú*. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/22321>
- Evia, G. y Gudynas, E. (2000). *Valor agregado ambiental: las nuevas relaciones entre ecología y agropecuaria*. Revista del Plan Agropecuario No. 92, pp 52-56. <http://agropecuaria.org/2000/08/valor-agregado-ambiental-las-nuevas-relaciones-entre-ecologia-y-agropecuaria/>
- Fischer, L. y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. McGraw-Hill. <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxwb3J0YWZvbGlva2V2aW5ta3R8Z3g6NGU4MTE1NzUzYmFmMjc5NA>
- García, T. (2022). Las esponjas vegetales de planta de luffa y con patente europea que se cultivan en Galicia.

<https://www.elespanol.com/treintayseis/articulos/economia/las-esponjas-vegetales-de-planta-de-luffa-y-con-patente-europea-que-se-cultivan-en-galicia>

Girard, M. (2015). Economía social y comercialización de productos orgánicos en Cusco, Perú. ¿Pasos iniciales en el desarrollo de una estrategia alternativa?
<https://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/1648/1329>

Guajardo, G. y Andrade, N. (2008). *Contabilidad financiera*. McGraw-Hill/Interamericana.
<https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/e23f70cdbc8ebb07228b167f869c522d.pdf>

Guzmán, G. (1997). Aspectos técnicos sobre el cultivo del paste (Luffa cilíndrica). [Ministerio de agricultura y ganadería, Costa Rica].
<https://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/F01-5115.pdf>

Hernández, R., Fernández C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Higuchi, A. (2015). *Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima*. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Lima. <http://www.scielo.org.pe/pdf/apuntes/v42n77/a02v42n77.pdf>

Huaire, J. (2019). Método de investigación.
<https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/78.pdf>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018). *Gestión empresarial táctica y operativa: El mercado y la comercialización*.
<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021). Producto Bruto Interno Por Departamentos. <https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/producto-bruto-interno-por-departamentos-9089/>

Kantis, H. (2004). *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia internacional.*

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Desarrollo-emprendedor-Am%C3%A9rica-Latina-y-la-experiencia-internacional.pdf>

Kloter, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing.* Decimoprimer edición. Pearson educación, México.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

López-Roldán, P. & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa.* https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf

Mayanquer, A. (2011). *Tintura de la fibra de luffa con colorantes naturales para elaborar productos artesanales.* [Tesis previo a la obtención del título de Ingeniería textil, Universidad Técnica del norte]

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1054/1/04%20IT%20098%20informe%20tecnico%20corregido2001.pdf>

Mejía, E. (2005). *Técnicas e instrumentos de investigación.* <http://online.aliat.edu.mx/adistancia/InvCuantitativa/LecturasU6/tecnicas.pdf>

Méndez, L. (2021). Medio ambiente y recuperación económica, los ejes del Foro de Davos 2021. Diario France 24.

<https://www.france24.com/es/econom%C3%ADa-y-tecnolog%C3%ADa/20210125-foro-davos-ambiente-recuperacion-economica>

Mendoza, J. y Huari, D. (2010). *Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú*.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/econo/article/view/9000/7828>

Milán (2010). *Determinación de alternativas de comercialización de la carne de Cuy (Cavia porcellus) con valor agregado en la ciudad de Riobamba*.
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4081/1/20T00329.pdf>

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (2022). *Reporte regional de indicadores sociales del departamento de San Martín*.
<https://sdv.midis.gob.pe/redinforma/Upload/regional/San%20Martin.pdf>

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2019). *MIMP dialoga con mujeres cacaoteras y artesanas de San Martín para fortalecer su participación económica*. <https://www.gob.pe/institucion/mimp/noticias/70770-mimp-dialoga-con-mujeres-cacaoteras-y-artesanas-de-san-martin-para-fortalecer-su-participacion-economica>

Ministerio del ambiente (2010). *Perú: Economía y diversidad biológica*.
<https://old.sernanp.gob.pe/sernanp/archivos/imagenes/vida/perueconomia.pdf>

Miranda, U., Acosta, Z. (2009). *Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa*.
<https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>

Molina, D., Heredia, E., García, C., & Monroy, M. (2021). *Uso de Luffa cylindrica para aplicaciones en el diseño a base de fibras naturales*.
<https://revistatd.azc.uam.mx/index.php/rtd/article/view/123/229>

Montano, J. (2018). *Investigación no experimental: diseños, características, tipos y ejemplos*.
<https://s9329b2fc3e54355a.jimcontent.com/download/version/1545253266/module/9548088069/name/Investigaci%C3%B3n%20No%20Experimental.pdf>

Opazo, M. (2020). ¿Qué es la luffa y qué usos puedes darle en tu casa? Diario Sostenible, Chile. <https://www.diariosostenible.cl/noticia/el-dato-sostenible/2020/12/que-es-la-luffa-y-que-usos-puedes-darle-en-tu-casa>

Ostertag, C. y Rizo, J. (2002). *Introducción al valor agregado*. Proyecto de Desarrollo de Agro - empresarial Rural. <https://core.ac.uk/reader/132680080>

Palomino, E. (2011). *Determinar el tipo de valor agregado de la papa y su influencia en los ingresos de los agricultores de Puente Piedra – Huamachuco año 2011*. [Tesis para optar el título de licenciado en Administración].
https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3810/gomez_edson.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Plataforma digital del estado peruano (2022). Gobierno regional de San Martín: Resaltan indicadores de crecimiento en San Martín ante la recuperación económica.
<https://www.gob.pe/institucion/regionsanmartin/noticias/581737-resaltan-indicadores-de-crecimiento-en-san-martin-ante-la-recuperacion-economica>

Presupuesto Participativo basado en Resultados (2018). *Región San Martín: población y niveles de pobreza*.

<https://www.regionsanmartin.gob.pe/GsonData?url=PdfPublicaciones&ruta=/PPBR/ponderacion.pdf>

Ramos, R., Borja, V., López, M., Ramírez, A. (2010). Método de diseño para variedad de productos basado en el análisis de su modularidad. <https://www.scielo.org.mx/pdf/iit/v11n1/v11n1a7.pdf>

Reyes, L. (2017). Rentabilidad y aprovechamiento de residuos sólidos orgánicos que generen valor agregado a través de lombricompostaje en Puebla capital. [Tesis, universidad Autónoma de Puebla]. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/13191>

Reyes, M. (2018). *El valor agregado comunitario, una estrategia para evitar el desperdicio de la riqueza natural en el estado de Oaxaca*. <http://192.100.170.40:8080/bitstream/123456789/243/1/2018TCyT-MRG.pdf>

Rivera (2017). *Modelo de negocios para la producción artesanal de vino en base a plátano de seda en Arequipa*. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/6768/44.0537.II.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Robert, A. (2017). *Diferencia entre natural y sintético*. <https://oushia.com/diferencia-natural-sintetico/>

Saavedra, M. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Luffa Cilíndrica y productos derivados en el municipio de Ginebra Valle*. [Tesis para optar el grado de administrador de empresas, Universidad del Valle]. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19466/0516815.pdf?sequence=1>

Saldaña, C., Hernández, I., Messina, S., Pérez, J. (2013). Caracterización física de los residuos sólidos urbanos y el valor agregado de los materiales recuperables en el vertedero el Iztete, de Tepic-Nayarit, México. *Revista internacional de contaminación ambiental*, 7(29), 25-32.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37029665003>

Universidad Esan (2022). Idea de negocios: ¿Qué aspectos se deben tomar en cuenta?
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/idea-de-negocios-que-aspectos-se-deben-tomar-en-cuenta#:~:text=La%20idea%20de%20negocio%20es,marketing%20y%20desarrollo%20de%20productos>

Useche, M., Artigas, W., Queipo, B., Perozo, E. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*.
<https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%c3%b3n%20de%20datos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vera, J. y Cañón, J. (2018). El valor agregado de un sistema de gestión ambiental más allá de la certificación. *Revista Bistua*: 86-91.
https://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/BISTUA/article/view/3194/1707

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



CUESTIONARIO

La presente encuesta es realizada con fines académicos ya que forma parte del desarrollo de un proyecto de investigación, cuyo objetivo es identificar el interés y compromiso de la población femenina del caserío San José en elaborar productos comercializables que les generen ingresos económicos a partir del valor agregado que se les puede proporcionar a las fibras de Luffa o esponjilla.

Instrucciones: Marque con una cruz (+) o aspa (x) las alternativas que considere

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

- a) 18 - 27 b) 28 - 37 c) 38 - 47 d) 48 - más

2. ¿Cuál de las siguientes actividades usted realiza?

- a) Trabajadora independiente
b) Ama de casa
c) Otro (especifique) _____

3. ¿Entre que rango se encuentra el ingreso promedio mensual que percibe por las actividades que realiza?

- a) Entre S/.300 a S/.500 b) Entre S/.500 a S/.700 c) Entre S/.700 a S/.900
d) Entre S/.900 a más

4. Dado que el habitual uso de productos sintéticos está dañando la salud del planeta, ¿Estaría dispuesta a contribuir al cuidado del medio ambiente a través de acciones que reduzcan la utilización de estos productos?

a) Nada

b) Regularmente

c) Siempre

5. ¿Conoce las distintas propiedades que posee la planta de la Luffa?

a) Nada

b) Regularmente

c) Siempre

6. ¿Estaría de acuerdo en generar ingresos económicos a partir del aprovechamiento de un insumo natural como la planta de Luffa?

a) Nada

b) Regularmente

c) Siempre

7. ¿Le gustaría ser parte del equipo que llevará a cabo la propuesta de elaboración y comercialización de productos naturales a base de la fibra de Luffa? Si la respuesta es Sí continúe resolviendo el cuestionario, si la respuesta es No finaliza el cuestionario.

a) Sí

b) No

8. ¿Está dispuesta a colaborar continuamente con ideas creativas e innovadoras que contribuyan positivamente en el proceso de elaboración y comercialización de los productos naturales a base de Luffa?

a) Nada

b) Regularmente

c) Siempre

9. ¿Usted cuenta con las herramientas de trabajo indispensables tales como tijera, hilos, cuchillo, recipientes, etc. para la elaboración del producto?

a) Sí

b) No

10. ¿Con qué disponibilidad de tiempo cuenta para participar en el proceso de elaboración de productos comercializables a base de Luffa?

a) 2 horas diarias b) 3 horas diarias c) 4 horas diarias d) Más de 5 horas diarias

11. ¿Se compromete a participar de manera responsable y a trabajar de manera eficiente durante el desarrollo de las actividades propuestas?

a) Sí

b) No

12. Considerando que la propuesta dada consiste en la elaboración de esponjas naturales a base de la fibra de Luffa. Bajo la perspectiva de consumidor ¿Cuántas esponjas compra mensualmente para la limpieza de utensilios de su cocina?

a) 1 – 2 unidades

b) 2 – 3 unidades

c) 3 – 4 unidades

d) No usa

13. ¿Cuál es el precio promedio que usted paga al adquirir una esponja para la limpieza de utensilios de cocina?

- a) Menos de S/.2.00 b) S/.2.00 - S/.3.00 c) S/.3.00 - S/.4.00 c) No paga

14. ¿Estaría dispuesta a producir y comercializar esponjas naturales a base de Luffa para la limpieza de utensilios de cocina?

- a) Sí b) No

15. Teniendo en cuenta que la elaboración de esponjas naturales a base de la fibra de Luffa implica la inversión de tiempo y dinero (costos). Usted como productor ¿Qué rango de precios promedio consideraría para su comercialización?

- a) Menos de S/.3.00 b) S/.3.00 - S/.5.00 c) S/.5.00 - S/.7.00
- d) S/.7.00 soles a más

Anexo 2. Validación de cuestionario

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Valor agregado en las fibras de Luffa y la generación de ingresos económicos en la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín, 2022.

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario para medir la variable valor agregado/ingreso económico.

III. TESISISTAS:

- Sujey Mirella del Rocio Miñope Seclen
- Lessly Pamela Sonapo Rodriguez

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, 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:

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

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 18 de febrero del 2023

Dr. Wilson Idrogo Rengifo

Firma del Experto:



Anexo 3. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones
¿Cómo influye el valor agregado en las fibras de Luffa en la generación de ingresos económicos de la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín, 2022?	Objetivo General:			
	Determinar la influencia del valor agregado en las fibras de Luffa en la generación de ingresos económicos de la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.	El valor agregado en las fibras de Luffa influyen directamente en la generación de ingresos económicos de la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.	Independiente Valor agregado	Insumos Diseño Instrumentos de trabajo
	Objetivos específicos:			
	- Describir el estado situacional de las plantas de Luffa del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.			
	- Describir las actividades económicas y el nivel de ingresos de la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.		Dependiente	Mercado
	- Explicar el valor agregado en las fibras de Luffa a través de la elaboración de productos comercializables en el caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.		Ingresos económicos	Variedad
	- Desarrollar una propuesta de valor agregado en productos comercializables a base de las fibras de Luffa que permitan generar ingresos económicos a la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín.			

Nota. Elaboración propia

Anexo 4. Operacionalización de variables

Tipo de variable	Dimensiones (Factores)	Sub Dimensiones	Indicadores	
Independiente	Insumos	Estado del insumo	Propiedades del insumo	
	Diseño	Cantidad de diseños	Creatividad para elaborar diseños	
			Amplia imaginación	
	Valor agregado	Instrumentos de trabajo	Estado de los instrumentos de trabajo	Poseción de los instrumentos de trabajo
Dependiente	Mercado	Precios	Precios vigentes	
		Cantidades producidas	Demanda de productos naturales	
	Ingresos económicos	Variedad	Involucramiento	Toma de iniciativa Organización
			Mejora continua	Mejora constante en el proceso de realización de actividades.

Nota. Elaboración propia

Anexo 5. Tabla de resumen metodológica

Variables	Dimensión	Población	Muestra	Fuentes de Información	Técnica de recolección
Valor Agregado	Insumos	Está conformada por 332 mujeres pertenecientes al caserío San José, distrito San Rafael, provincia Bellavista, departamento San Martín.	Según la fórmula empleada se obtuvo que la muestra será de 228 mujeres del caserío San José.	-Artículos -Revistas -Tesis -Encuestas -Entrevistas	- Aplicación de encuesta - Aplicación de entrevista
	Diseño				
	Instrumentos de trabajo				
	Mercado				
Ingresos Económicos	Variedad				

Nota. Elaboración propia

Anexo 6. Fotografías de la planta de Luffa en el caserío San José



Nota. Planta de Luffa en el caserío San José



Nota. Fruto de la planta de Luffa que crece en el caserío San José

Anexo 7. Proceso de elaboración de esponjas naturales a base de fibra de Luffa



Nota. Recojo del fruto de la planta de Luffa



Nota. Selección del fruto de la planta de Luffa



Nota. Humedecido de los frutos de la planta de Luffa



Nota. Desprendimiento de la cáscara y lavado de la fibra de Luffa



Nota. Secado de las fibras de Luffa para su producción



Nota. Corte de las fibras de Luffa según el diseño a producir



Nota. Proceso de costura de la esponja natural a base de Luffa



Nota. Proceso de empaquetado de la esponja natural a base de Luffa para su venta

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo: **MARÍA MAGDALENA BARRANTES QUIRÓZ**, ASESOR(A) de la TESIS titulada “Valor agregado en las fibras de Luffa y la generación de ingresos económicos en la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín, 2022” presentada por las Bachilleres **SUJEY MIRELLA DEL ROCIO MIÑOPE SECLÉN** y **LESSLY PAMELA SONAPO RODRIGUEZ** para optar el Título Profesional de Economista, luego de la revisión exhaustiva del documento constato que la misma tiene un índice de similitud de 4% verificable en el reporte del programa TURNITIN.

EL suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada uno de las coincidencias detectadas no constituyen plagio, por lo que esta se encuentra en condiciones aptas para su presentación y sustentación de acuerdo al reglamento vigente de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, por lo que doy mi **CONFORMIDAD**.



Dra. María Magdalena Barrantes Quiroz

Asesora

Lambayeque, 23 de agosto del 2023

Valor agregado en las fibras de Luffa y la generación de ingresos económicos en la población femenina del caserío San José, distrito San Rafael, región San Martín, 2022.

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

3%

2

dspace.esPOCH.edu.ec

Fuente de Internet

1%

3

pdfcookie.com

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

Dra. María Magdalena Barrantes Quiroz

Asesora



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Lessly Sonapo Rodriguez
Título del ejercicio: Informe Final
Título de la entrega: Valor agregado en las fibras de Luffa y la generación de ingr...
Nombre del archivo: INFORME_FINAL_DE_TESIS.pdf
Tamaño del archivo: 1.2M
Total páginas: 87
Total de palabras: 18,539
Total de caracteres: 103,364
Fecha de entrega: 21-ago.-2023 03:56p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 2149100636

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



Valor agregado en las fibras de Luffa y la generación de
ingresos económicos en la población femenina del caserío San
José, distrito San Rafael, región San Martín, 2022.

Tesis que presentan

Bach. SUJEY MIRELLA DEL ROCÍO MIÑOPE SECLÉN

Bach. LESSLY PAMELA SONAPO RODRIGUEZ

Para obtener el título profesional de

ECONOMISTA

Lambayeque – Perú

Agosto - 2023

Dra. María Magdalena Barrantes Quiroz

Asesora