



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

“YAKU CACAO Chocolate Orgánico”

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

Presentado por:

César Eduardo Debernardi Gárate (0009-0004-9568-6443)

Lima – Perú

2023

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 08/06/2023

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. María de Lourdes Plácido Chiok

Plan de Negocios

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

YAKU CACAO Chocolate Orgánico.

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100043396	César Eduardo Debernardi Gárate

Para optar al grado de Bachiller en: Administración de Empresas en la carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100043396	César Eduardo Debernardi Gárate	Aprobado (14)	Desaprobado (Nota)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. María de Lourdes Plácido Chiok

ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS / TRABAJO DE INVESTIGACIÓN¹

Lima, 21 de Mayo del 2023

Señor,
Dr. Carlos Zavalaga Reyes

Director General de Investigación, Desarrollo e Innovación
Universidad Científica del Sur
Presente. –

De nuestra consideración,

Yo: César Eduardo Debernardi Gárate, estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con el asesor/la asesora de tesis Maria de Lourdes Placido Chiok, declaramos que este informe final de tesis/trabajo de investigación titulado: Plan de Negocios YAKU CACAO Chocolate Orgánico, sustentado para obtener el título/grado de Bachiller es original.

Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de mi investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos ², que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,



Firma tesista
DNI: 43764278



Firma del asesor de tesis
DNI: 41015502

¹ En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD

² Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. Yaku cacao chocolate orgánico

Autores. César Eduardo Debernardi Gárate.

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 2143255960).

Resultado de la evaluación. 7%

Revisado por. Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

Comentarios sobre la revisión. Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras.



Índice general

Índice general	3
Índice de figuras	7
Índice de tablas	5
Resumen ejecutivo	8
Introducción	9
CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA	9
1.1. Análisis del entorno.....	9
1.2. Sondeo de Mercado.....	12
1.2.1. Sondeo de Mercado.....	12
1.3. Análisis de la empresa.....	15
1.4. Plan estratégico de la empresa.....	17
1.4.1. Visión.....	17
1.4.2. Misión.....	17
1.4.3. Objetivos estratégicos.....	15
1.4.4. Estrategia del negocio.....	17
1.4.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva.....	18
CAPITULO II: PLAN DE MARKETING	
1.5. Plan de Marketing.....	18
1.5.1. Objetivos de marketing.....	19
1.5.2. Marketing mix.....	19
1.5.3. Descripción de producto o servicio.....	19
1.5.4. La estrategia de precio.....	17
1.5.5. La estrategia de distribución de plaza.....	20
1.5.6. La estrategia de promoción.....	20
1.5.7. La estrategia de servicio al cliente o postventa.....	20
1.5.8. La estrategia de posicionamiento.....	18

1.6.	El Plan de Operaciones.....	20
1.6.1.	Los objetivos de operaciones.....	18
1.6.2.	Actividades previas al inicio de la producción	21
1.6.3.	Proceso de producción de Yaku Cacao	21
1.7.	Diseño de estructura y plan de recursos humanos.....	26
1.7.1.	Las estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal	30
1.7.2.	Las estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal	33
1.7.3.	Las estrategias de desarrollo del personal y motivación.....	35
1.7.4.	Políticas de remuneraciones y compensaciones	35
CAPITULO III PLAN FINANCIERO		
1.8.	Plan financiero.....	37
1.8.1.	Datos, supuestos y políticas económicas y financieras	36
1.8.2.	Ventas	36
1.8.3.	Plan de ventas de la empresa	38
1.8.4.	Análisis de costos	41
1.8.5.	Punto de equilibrio de Yaku Cacao	42
1.8.6.	Adquisición de materiales e insumos para la producción	41
1.8.7.	Inversión inicial	45
1.8.8.	Capital de trabajo.....	46
1.8.9.	Fuentes de financiamiento	47
1.8.10.	Proyección de flujo de caja	48
1.8.11.	Análisis de rentabilidad	49
1.8.12.	Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa	51
1.8.13.	Balance General proyectado de la empresa	52
1.8.14.	Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa	54
1.9.	Descripción del equipo gerencial de la empresa	56
1.9.1	Organigrama de la empresa.....	54

CAPITULO IV ESTUDIO DE MERCADO

2.0 Plan de estudio de mercado.....	55
2.1. Desarrollar el procedimiento de recolección de datos.....	55
2.2. Marco Muestral.....	55
2.3. Recolectar los datos.....	56
2.4. Encuestas.....	60

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

Índice de figuras

Gráfico 1: Proceso del cacao	23
Gráfico 2: Dos procesos diferentes	24

Índice de tablas

Tabla 1: Análisis de entorno	9
Tabla 2: Exportación de Cacao y derivados	11
Tabla 3: Exportación de cacao	12
Tabla 4: Matriz de impacto Foda	13
Tabla 5: Modelo Canvas de la Empresa	14
Tabla 6: Flujo de Proceso	22
Tabla 7: Organigrama del Área de RRHH de Yaku Cacao	26
Tabla 8: Descriptivo de puesto	28
Tabla 9: Flujo de proceso de contratación de personal.	30
Tabla 10: Autovaloraciones	32
Tabla 11: Estructura salarial de Yaku	34
Tabla 12: Estructura de inversiones	43
Tabla 13: Estructura de financiamiento	44
Tabla 14: Organigrama de la empresa	54

Resumen ejecutivo

YAKU CACAO es una empresa peruana. emprendimiento que nace de 4 amigos que se reúnen compartiendo la misma idea de negocio que incluye 3 factores fundamentales y pilares para la creación de la marca, sostenibilidad, crecimiento y desarrollo teniendo en cuenta la generación de hábitos que permitan una vida más saludable en las personas.

La empresa se dedicará a la producción y venta de chocolate orgánico de alta calidad. Nuestra misión es ofrecer productos deliciosos y saludables, mientras promovemos prácticas sostenibles y justas en toda la cadena de suministro. Para lograr esto, utilizamos solo granos de cacao orgánicos de proveedores confiables, y nos aseguramos de que nuestro proceso de producción sea ético y sostenible.

El objetivo de nuestro negocio será producir y vender chocolate orgánico de alta calidad. El mercado de alimentos orgánicos está en constante crecimiento, y esperamos aprovechar esta tendencia.

Además, la marca se piensa crear este Año y busca descubrir y difundir cuales son los beneficios del chocolate orgánico como la concentración de antioxidantes, la estimulación del sistema nervioso y el cuidado del medio ambiente. Además de los minerales y vitaminas.

Creemos que la marca es un factor de cambio que podemos lograr a partir de la adecuada comunicación y difusión en las personas y en el cuidado de su salud.

El mercado potencial del chocolate orgánico es bastante amplio y su éxito está asegurado ya que hoy existe gran preocupación por el consumo de productos orgánicos y los resultados positivos que estos pueden tener en las personas que los consumen.

Nuestra meta es hacer un mapa en el cual ayude a los consumidores a ubicar en donde están los puntos de venta y así facilitar la compra de nuestro producto, esto se canalizará a través de todos los medios informáticos.

Tenemos como de dato que le Perú se consume 500 gramos de cacao por persona al año nuestra meta es que aumente a 1.5kg por persona en 2 años.

Tenemos un plan de finanzas muy rentable que no ayudara a través del tiempo a ser una empresa económicamente sostenible.

Introducción

La presente investigación para el curso de plan de negocios de la carrera de administración de empresas tiene como finalidad dar a conocer a la empresa peruana YAKU CACAO chocolates orgánicos, sus propiedades y beneficios en el consumo humano, así como también la sostenibilidad y crecimiento de las comunidades indígenas.

Cabe mencionar, que hoy en día existe una tendencia a comer sano y a la generación de comportamientos aptos de vida saludable. Por eso, consideramos que hoy en día las empresas incluyen en sus líneas productos lo nutritivo de estos productos orgánicos, los mismos que han aumentado su consumo considerablemente en estos Años.

Además, en el Perú tenemos uno de los mejores cacaos del mundo por su sabor, aroma y concentración. El Perú está ubicado en el puesto 9 (noveno) como productor de cacao global.

El mercado del chocolate está en constante crecimiento, y los alimentos orgánicos respecto a su consumo experimentan un crecimiento exponencial en estos Años. Este crecimiento es en gran parte al despertar de la conciencia que las personas que consumen alimentos orgánicos tienen en cuenta, como la sostenibilidad y la salud. Nuestro público objetivo serán los consumidores que buscan productos de calidad, éticos y sostenibles.

ABSTRACT

The purpose of this research for the business plan course of the business administration career is to make known to the Peruvian company YAKU CACAO organic chocolates, their properties and benefits for human consumption.

That is why, today, companies include in their product lines the nutrition of these organic products, the same ones that have increased their consumption considerably in recent years.

In addition, cocoa in Peru is considered one of the best in the world for its flavor and aroma. Peru ranks as the 9th (ninth) global cocoa producer.

The chocolate market is constantly growing, and organic foods with respect to their consumption experience exponential growth in these years. This growth is largely due to the awakening of awareness that people who consume organic food take sustainability and health into account.

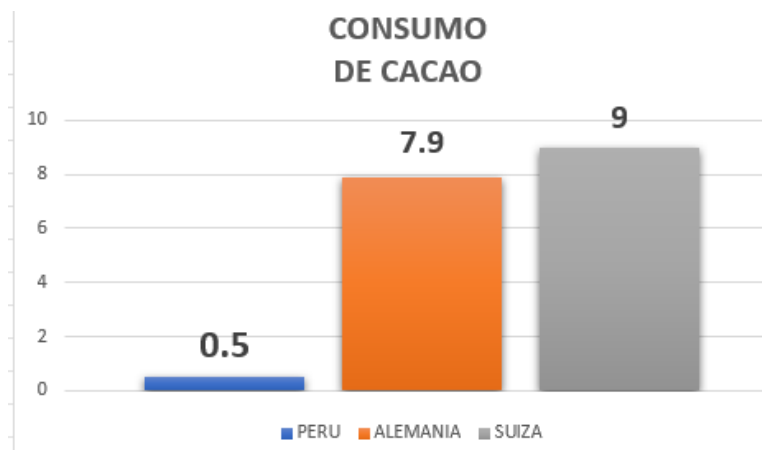
CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA
1.1. Análisis del entorno
Tabla 1
Análisis del Entorno

FUERZA	VARIABLE	RESULTADO	IMPACTO
POLÍTICO	EXPORTACIONES DEL CACAO Y EL CONTEXTO POLÍTICO	Las exportaciones del Cacao superaron en más lo estimado desde el 2010 al 2020. Además, el crecimiento de la producción en PERÚ ha sido de más de 150% en realización a esos Años.	Ser los primeros Exportadores y productores de América Latina
ECONÓMICO	CRECIMIENTO DEL SECTOR TURISMO	A partir de la Post Pandemia muchos puestos de trabajo del sector turismo se han restablecido y las operaciones con la nueva normalidad también esto contribuye a que la producción de Cacao en nuestra Amazonía siga creciendo	Generar más empleos y rentabilidad en el negocio del cacao.
SOCIAL	VIDA SALUDABLE COMO FACTOR SOCIAL	Entregar más trabajo a más familias que aún no tienen que cacao como negocio, pero son productores pequeños.	Mas familias prosperen a través del producto del cacao.
TECNOLÓGICO	DESARROLLO DE PLATAFORMA E-COMMERCE	Ingresar en todas las áreas tecnológicas tanto en redes sociales, como páginas web, y comercialización por WhatsApp.	Llevar a un siguiente nivel la forma de venta del cacao.
ECOLÓGICO	CAMBIO CLIMÁTICO Y FENÓMENO DEL NIÑO	Al ser producto orgánico ayuda al medio ambiente, y promueve el cuidado de la naturaleza.	Ayuda a conservar la naturaleza
LEGAL	LEY DE PROMOCIÓN DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE	El cacao no solo es un producto, sino que aporta en la alimentación diaria para llevar una vida saludable. Tiene muchos beneficios naturales.	Alimentación saludable.

Nota. Este análisis permite conocer los aspectos más importantes de Yaku Cacao organizacionalmente. Fuente: Elaboración Propia 2023

1.2. Sondeo de Mercado

1.2.1. Sondeo de Mercado



Fuente: Elaboración Propia 2023

Consumo de cacao

En el Perú se consume cacao alrededor de 500 gr por cada persona y en un año, pero en países de Europa como Alemania 7.9 kg y en Suiza 9 kg., por persona al año.

Nuestra meta es que pase el consumo a 1.5 Kg por persona al año.

El Perú obtiene el décimo puesto N° 10 del ranking del mundo en el año 2020 y compite con todos los exportadores mundiales de cacao en grano y a nivel de América Latina en el puesto N° 2, por último, Se consolida como productor del cacao en grano a nivel mundial.

Tabla 2
Exportación de Cacao y derivados 1
Perú: Exportación de Cacao y derivados (US\$ Miles)

Productos	2017	2018	2019	2020	2021	Var% Prom. 2021/2017	Var% 2021/2020	Part.% 2021
Cacao	232,857.9	261,609.8	295,115.2	278,949.3	305,880.2	7.1%	9.7%	100.0%
Cacao en grano	128,631.8	145,085.0	145,414.3	135,617.7	142,133.5	2.5%	4.8%	46.5%
Manteca de cacao	50,495.5	64,604.6	88,188.0	66,881.0	75,537.9	10.6%	12.9%	24.7%
Chocolate	18,196.0	22,828.1	27,337.1	29,430.5	38,220.6	20.4%	29.9%	12.5%
Cacao en polvo	14,202.9	12,708.2	15,731.3	21,200.2	23,085.1	12.9%	8.9%	7.5%
Pasta de cacao	4,895.6	5,998.1	9,692.6	15,319.4	15,730.3	33.9%	2.7%	5.1%
Residuo de cacao	8,290.4	5,177.9	4,652.6	6,113.4	6,925.3	-4.4%	13.3%	2.3%
Nibs de cacao	8,145.7	5,208.0	4,099.2	4,387.1	4,247.5	-15.0%	-3.2%	1.4%

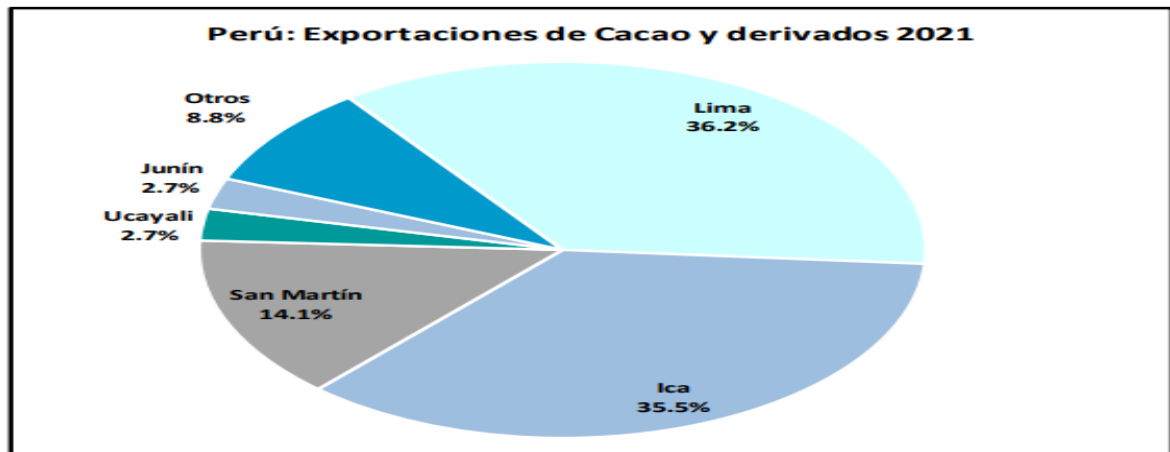
Fuente: SUNAT, ADEX Data Trade

Elaboración CIEN- ADEX

Nota. Cuadro que resume la cantidad de Cacao para la exportación en el Perú como indicador para Yaku Cacao.

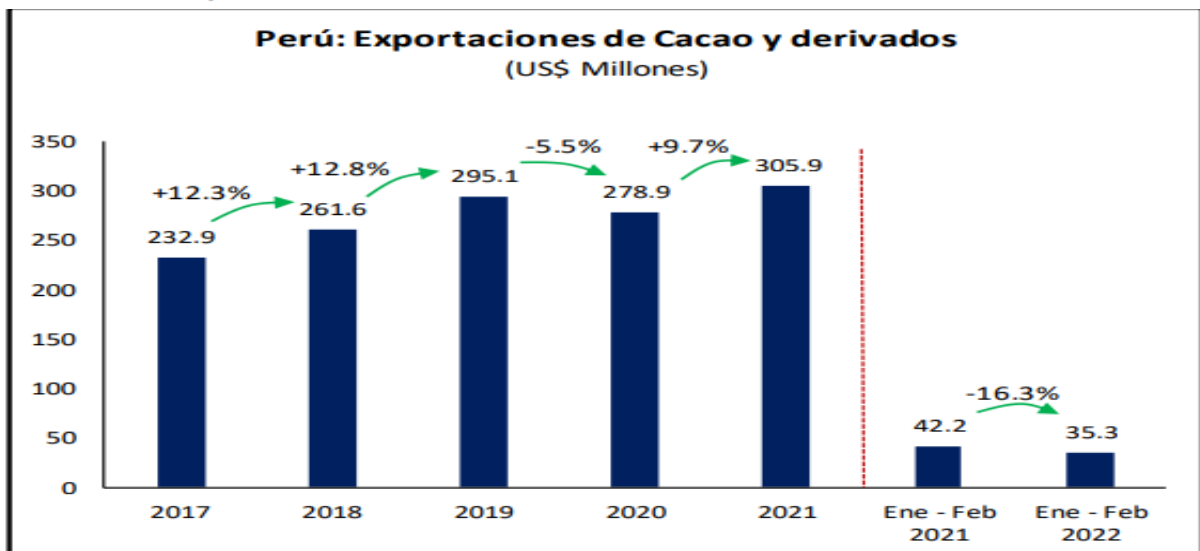
Tabla 3

Exportación de Cacao y derivados 2



Fuente: SUNAT, ADEX Data Trade

Elaboración: CIEN-ADEX



Fuente: SUNAT, ADEX Data Trade

Elaboración: CIEN-ADEX

Nota. En el Perú, a nivel local, Lima concentra 36.2 % de envíos de cacao como también de sus derivados (US \$ 110.7 millones de dólares), Luego, continúa Ica con 35.5% que hace alrededor de (US \$ 108.7 millones de dólares) y la localidad de San Martín en el Amazonas con 14.1% (US \$ 43.0 millones).

1.3. Análisis de la empresa

1.3.1 Situación de la empresa

Yaku Cacao será una empresa desde su lanzamiento en desarrollo y crecimiento sostenido por las estrategias que implementaremos y la cultura compartida.

Son 4 los puntos a detallar

- Portafolio de productos bastante comercializados en estos 4 años.
- Ventas consolidadas (tiendas por conveniencia y canal digital 35%).
- Presencia a nivel nacional en puntos de ventas estratégicos.
- Difundir y comunicar la importancia y cuidado de la salud con nuestros chocolates.

1.3.2 Matriz de Impacto foda

Tabla 4

Matriz Foda



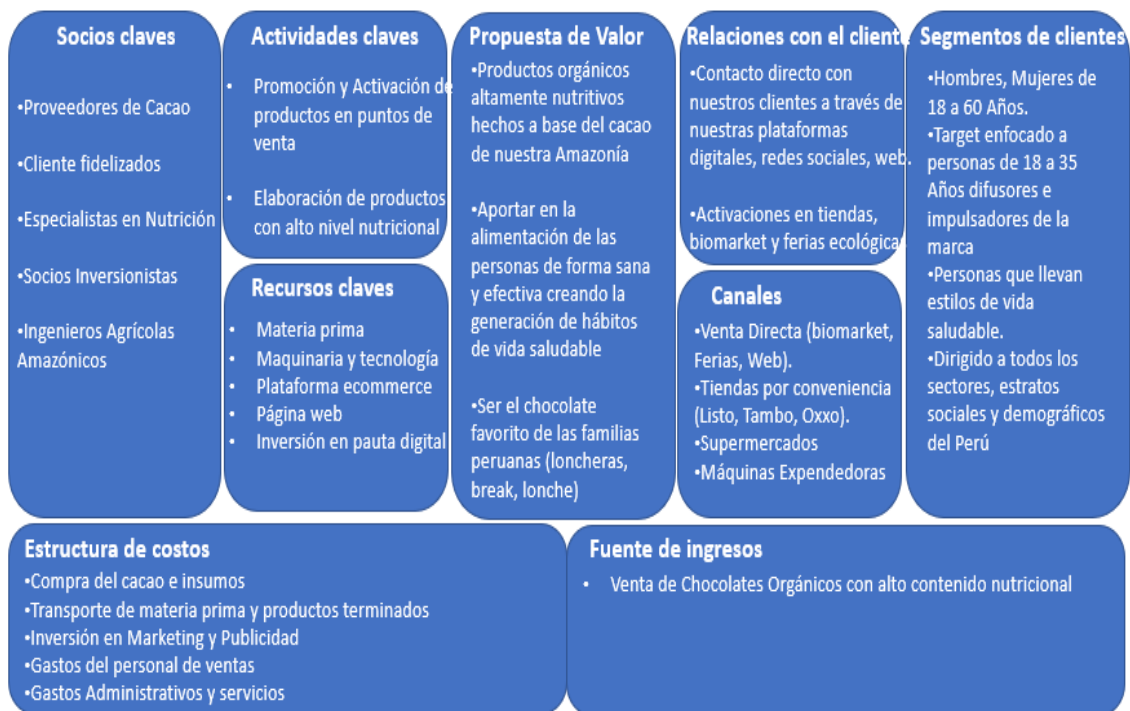
Nota. La siguiente matriz le permite a Yaku Cacao identificar puntos de mejora como la competencia y mercado. Fuente: Elaboración Propia 2023

1.3.3 Modelo Canvas de la empresa

Tabla 5

Modelo Canvas

Modelo CANVAS de Yaku Cacao



Nota. Nos va a permitir moldear la operación en Yaku. Fuente: Elaboración Propia 2023

1.4. Plan estratégico de la empresa

Para producir chocolate orgánico de alta calidad, necesitamos utilizar ingredientes de calidad. Nuestro chocolate será elaborado con granos de cacao orgánicos de alta calidad. Nuestro equipo de investigación y desarrollo trabajará en la creación de nuevas recetas y sabores.

1.4.1. Visión

Buscamos ser líderes en ventas en el mercado peruano y cada día en ser mejores cuidando la calidad de todos nuestros productos, nuestro servicio contribuyendo con el país y con el medio ambiente.

1.4.2. Misión

Que se conozca este producto no como una golosina sino como un alimento que ayuda en la dieta diaria de las personas. Ya que estos chocolates orgánicos de alta calidad son altamente nutritivos y con muchos beneficios.

1.4.3. Valores

Al ofrecer un producto natural estamos comprometidos con la verdad, responsabilidad, constancia, integridad hacia la naturaleza.

1.4.4. Objetivos estratégicos

- Convertirnos en la empresa peruana que lidere en el mercado de Lima y a nivel nacional.
- Buscar crecer sosteniblemente, fidelizar a todos nuestros clientes en el transcurso del tiempo.
- Trabajar en la elaboración y desarrollo de productos con una alta calidad y con competitividad de precios en el mercado local.

1.4.5. Estrategia del negocio

Contamos con un producto 100% orgánico, desarrollado de manera natural. Es una de nuestras ventajas competitivas que nos diferencian de otras chocolateras.

La estrategia es crea un mapa donde se vea los puntos de ventas y así sea más fácil la compra del producto.

Incrementar el número de consumidores y buscar nuevos clientes

1.4.6. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

Consideramos el paladar de nuestros clientes, por lo que les enseñamos a educar su paladar y saber diferenciar entre un chocolate de sabor concentrado y una golosina.

Tenemos un producto que se diferencia a un costo calidad-precio.

1.5. Plan de Marketing

Para dar a conocer nuestro producto, utilizaremos una variedad de estrategias de marketing, como publicidad en redes sociales, degustaciones en tiendas locales y eventos de degustación en festivales. También tendremos un sitio web y una tienda en línea.

Nuestro objetivo es llegar a los consumidores conscientes de la salud y el medio ambiente, así como a aquellos que buscan productos de alta calidad y sabor. Para lograr esto, utilizaremos una combinación de marketing en línea y fuera de línea, incluyendo:

- **Redes sociales:** crearemos una presencia activa en plataformas como Instagram y Facebook, donde podremos mostrar nuestros productos, compartir noticias y eventos, y atraer seguidores.
- **Publicidad en línea:** utilizaremos anuncios pagados en Google y otras plataformas de búsqueda, así como anuncios en línea en sitios web y blogs de alimentos saludables y sostenibles.
- **Eventos y degustaciones:** participaremos en ferias y eventos de alimentos, así como organizaremos degustaciones en tiendas de alimentos saludables y tiendas especializadas de chocolate.

1.5.1. Objetivos de marketing

El objetivo primero es dar a conocer nuestro producto, donde al utilizar las redes sociales se capte nuevos clientes y nichos de mercado que aun no han sido explotados.

1.5.2. Marketing mix

Nuestro objetivo es que el precio sea competitivo, para eso tenemos que promocionar nuestros productos de manera presencial y también a través de la pauta digital como las redes sociales y en su tipo de distribución ayudaran al que sea más comercial.

Para esto debemos ver todos estos puntos que es son:

- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción

1.5.3. Descripción de producto o servicio

Lo que vamos a ofrecer no solamente mente es el producto en bruto sino darle un valor agregado ofreciendo variedades del mismo.

Lo productos para ofrecer son:

- Bombones Yaku con fresa, leche condensada y chocolate 1 caja contiene 1 pack de 15 unidades
- Trufas Yaku de chocolate 1 caja contiene pack de 4 unidades
- Brownie Yaku de chocolate 1 caja contiene pack de 2 unidades

1.5.4. La estrategia de precio

Ofreceremos los mejores precios acordes al mercado basado en Precio-Calidad, siento altamente competitivos.

El precio esta en el rango entre 15 soles a 30 soles.

1.5.5. La estrategia de distribución de plaza

Tendremos socios a nivel nacional para su distribución, y explorar nuevos mercados.

1.5.6. La estrategia de promoción

Se harán campañas promocionales para la introducción del producto y se reforzara estas campañas en días festivos donde el consumo es mayor, como día de la madre, día del niño.

1.5.7. La estrategia de servicio al cliente o postventa

Se atenderá por todos los canales de atención tanto físico (tienda) como virtuales como (Facebook, WhatsApp, página web) esto ayuda a un mejor servicio hacia el cliente.

1.5.8. La estrategia de posicionamiento

Cabe resaltar que en el Perú aun han Provincias en la cual no se le toma tanta importancia al cacao orgánico por eso que es nuestro deber llegar a nuevos mercados y clientes.

Ya que aun no saben la diferencia entre una golosina y el verdadero Cacao.

1.6. El Plan de Operaciones

1.6.1. Los objetivos de operaciones

Los objetivos en el plan de operaciones tienen como finalidad generar eficiencia en los procesos de producción de Yaku Cacao acordes a la estrategia de marketing, la logística de distribución como cumplir y mantener los estándares de calidad en todo el proceso productivo.

El proceso de cosecha y procesamiento del cacao es largo y necesita especial atención como revisarse al detalle. La producción de granos de cacao tiene previamente 2 etapas más, como la cosecha y clasificación.

El plan de operaciones comprende las especificaciones técnicas del Cacao, la gestión de la calidad, la descripción de los materiales y la determinación de herramientas, maquinaria y equipos.

Para producir nuestro chocolate, necesitaremos granos de cacao orgánicos, así como otros ingredientes como azúcar orgánica, manteca de cacao y leche de coco. Compraremos los ingredientes a proveedores confiables y los almacenaremos en

nuestra fábrica. Utilizaremos equipos especializados de producción de chocolate para mezclar y moldear nuestros productos. Contrataremos personal capacitado para la producción, la gestión de la empresa y el marketing.

Comenzaremos produciendo pequeñas cantidades de chocolate y expandiremos gradualmente nuestra producción según la demanda del mercado.

a. Especificaciones técnicas del chocolate orgánico

La baya, también denominada mazorca en algunos casos, rojo, amarillo y marrón tiene características de aroma y sabor únicos. Se encuentran entre 30 y 40 semillas de grano de cacao.

Los cultivos tienen lugar en la amazonia peruana donde se produce casi el 1,7% de cacao de la producción mundial.

Según la Universidad Agraria en 2021 la producción en el Perú de cacao alcanzó las 157.859 toneladas.

Para el caso del chocolate orgánico este comprende chocolate bitter al 75% de cacao, cacao orgánico en pasta, la manteca de cacao, la panela y la fruta deshidratada, que es el jugo deshidratado de la caña de azúcar.

b. La gestión de la calidad

Mantener un enfoque en la gestión de la calidad va a permitir optimizar en los recursos, los resultados serán más eficientes y siempre habrá mejoras continuas.

La norma técnica del cacao (NTP-ISO 2451:2018 Especificaciones y Calidad). Indica que los granos de cacao deben cumplir con toda la normativa publicada por el Ministerio de la Producción en todo, estos granos deben ser cuidadosamente producidos y aptos.

Esta norma es aplicable en el rubro que la utiliza como materia prima para la producción del cacao para el consumo humano.

El uso de un manual de buenas prácticas es fundamental en la preparación del equipo encargado de la producción del grano de cacao así como en la producción del chocolate orgánico. Se deben contar con equipo adecuados, para la siembra, cosecha, beneficios, así como los almacenes y plantas de procesamiento.

Las normas técnicas de cacao y chocolate son las siguientes

Las siguientes son las Normas Técnicas Peruanas (NTP) vigentes en el Perú.

- PNTP 107.311:2021 CHOCOLATE. Lineamientos para la evaluación sensorial de chocolate
- NTP 107.310:2021 CACAO Y DERIVADOS. Buenas prácticas de manufactura

- La validación de métodos de determinación de extracto seco magro en granos de cacao y productos derivados (Proyecto de NTP: Cacao y Chocolate “Determinación de extracto seco magro en granos de cacao y productos de cacao”).

Las consideraciones o criterios a tomar en cuenta para la producción y comercio del chocolate orgánico serían las siguientes

- Servicio de atención al cliente, con buzón de sugerencias y reclamos.
- Lineamientos para acciones correctivas en el incumplimiento de la norma técnica.
- Determinación de causas.
- Seguimiento de la gestión y resultados.
- Trazabilidad de los productos.
- Desempeño de los procesos y evaluaciones de desempeño de los procesos internos.

c. Descripción de materiales

La maquinaria y equipos a utilizar en la producción de cacao y chocolate orgánico son de fabricación peruana en su mayoría y se han tomado en cuenta algunas consideraciones como el precio y la capacidad de producción.

Las actividades en la línea de producción son cuidadosamente supervisadas manteniendo los estándares de calidad y cumpliendo con los protocolos establecidos.

- Máquina para descascarillar cacao
- Máquina de tostado
- Máquina de molienda
- Prensado
- Chancadora de cacao
- Máquina de templado de chocolate
- Máquina de moldeo
- Cámara de refrigeración
- Máquina de empaques
- Almacenes

d. Determinación de materiales, maquinaria y equipos.

Es de vital importancia la óptima ubicación de la planta donde se va a producir el chocolate orgánico. La ubicación de la maquinaria y equipos es estratégica para cumplir con la línea de producción.

La distribución de nuestra planta para la producción, como los almacenes y el diagrama que presentan las operaciones explican todas las actividades del proceso del chocolate de Yaku Cacao.

1.6.2. Las actividades previas al inicio de la producción

Tenemos que asegurar la factibilidad y viabilidad de nuestro negocio por lo que la obtención del cacao que es la materia prima del negocio de Yaku Cacao, es fundamental para la producción y elaboración del chocolate orgánico de Yaku Cacao.

Desde la siembra, con las condiciones climáticas adecuadas para el cacao en nuestra amazonia y luego la cosecha explica detalladamente como se consigue la materia prima para luego convertirse en el chocolate de Yaku Cacao.

Las bayas crecen en los troncos de los árboles donde se encuentran los granos de cacao. Se han definido varios pasos en la obtención de los granos de cacao.

En la cosecha encontramos varias etapas que se detallan a continuación.

- Proceso de madurar.
- Proceso de recolección.
- Proceso de separación de los granos.

En el proceso de cacao

- El proceso de fermentación
- El proceso de secado
- El proceso de añejamiento
- El proceso de almacenar.

Se debe tomar en cuenta que todos estos pasos deben ser revisados al detalle, supervisados y requieren de mucho tiempo y dedicación para la producción de cacao de alta calidad y por consiguiente chocolate orgánico fino.

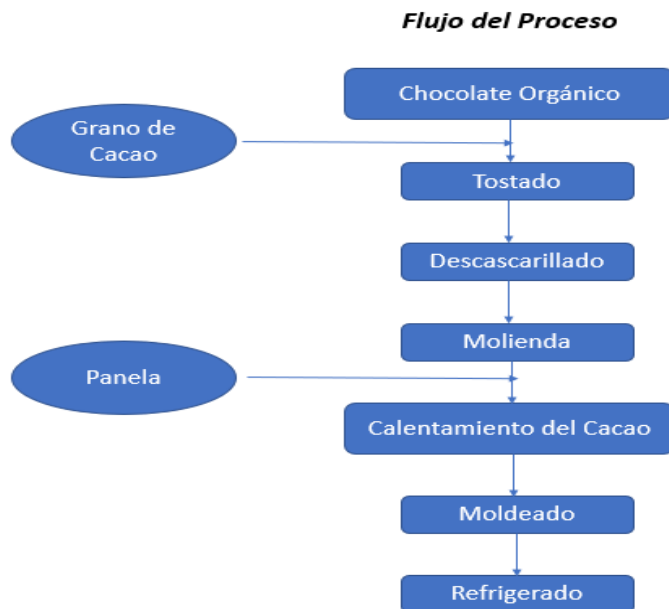
1.6.3. Proceso de producción de Yaku Cacao

Se elabora chocolate sin usar fertilizantes o pesticidas. Los componentes deben ser naturales y no tratados, como la panela, los frutos secos y especias. Todo tiene que ser orgánico y se puede verificar en la envoltura de nuestros productos.

Para explicar de manera más detallada el proceso en la producción del chocolate orgánico en Yaku Cacao es necesario detallar el diagrama del flujo del proceso.

Tabla 6

Flujo del Proceso



Nota. Es el flujo del proceso de Yaku Cacao en la elaboración de los chocolates.
Fuente: Elaboración Propia 2023

En la planta de producción se encuentra casi el 80% del éxito de la marca. Para que el cacao se convierta en el chocolate orgánico que esperamos pasa por una cantidad de procesos y secuencias.

Figura 1

Proceso del Cacao



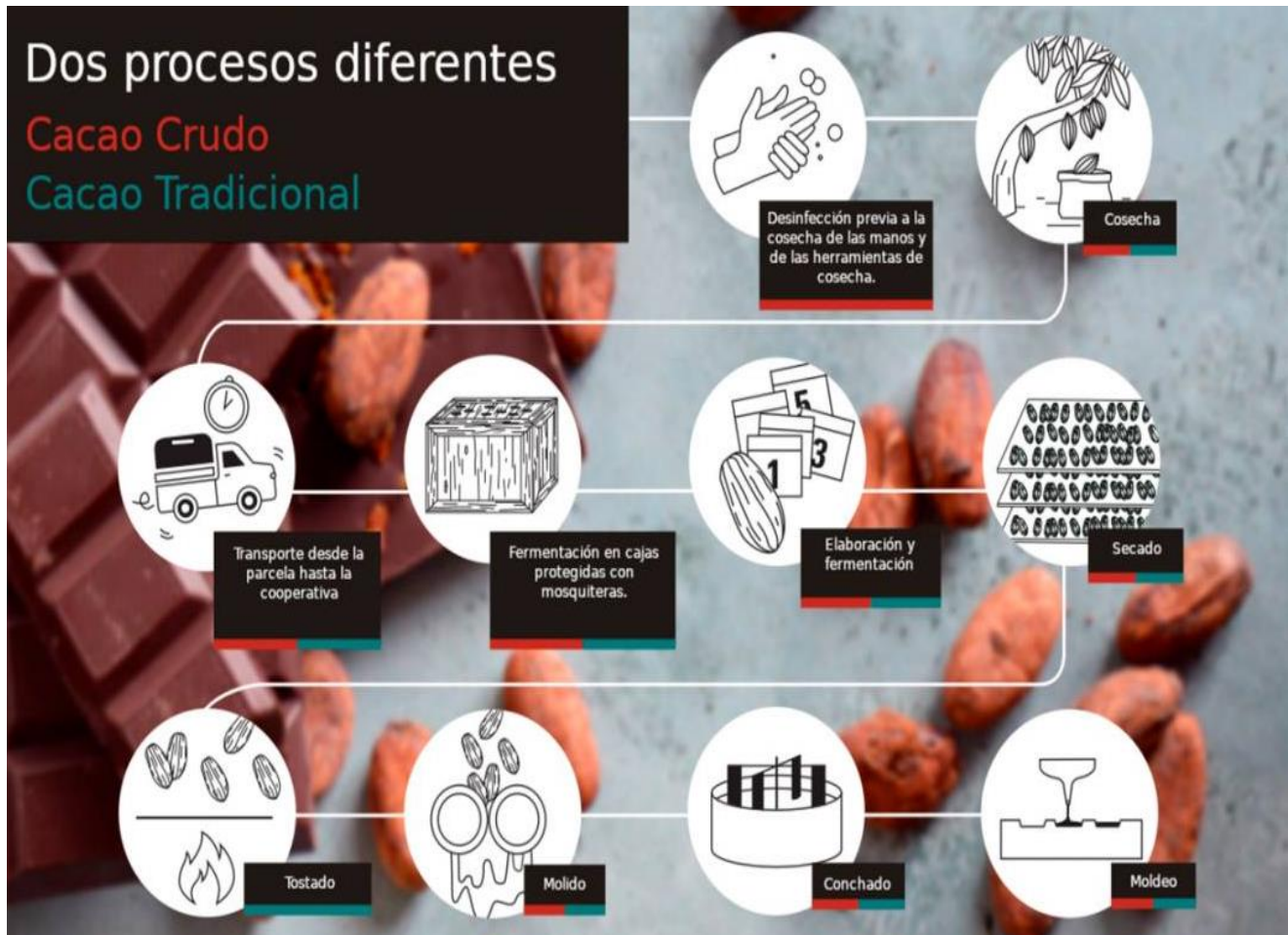
Nota. Proceso del Cacao que permite convertirse en el chocolate de Yaku Cacao. Elaboración Propia 2023

Los productores recolectan de la planta el cacao recién y se seleccionan los granos, para cumplir con esta función, se buscan los cacaos más adecuados. Luego de abrir el cacao, se procede a fermentar las semillas en un tiempo de 5 y 7 días para que el cacao adquiera sus aromas naturales.

Nosotros como empresa compramos a los mejores productores y esto continua en el registro de entrada, se recibe el grano de cacao seco (como podemos observar en el grafico en la parte Numero 4) en las instalaciones de la empresa y se transporta a la planta de producción para la elaboración del chocolate orgánico.

Figura 2

Dos Procesos: Cacao crudo y tradicional



Nota. Procesamiento del Cacao de Yaku Cacao. Fuente: Elaboración Propia 2023

En la etapa del tostado las semillas de cacao ingresan 5kg por 20 minutos y luego se deja enfriar.

Una vez, los granos de cacao se encuentran tostados los 5kg se colocan en la máquina de descascarillado para ser pelados.

En la molienda se muelen los granos de cacao y estos se deben quedar pulverizados.

En la etapa de calentamiento del cacao, el chocolate bitter debe ser derretido por alrededor de 5 a 6 minutos al igual que la panela hasta ser mezclados.

Esta etapa es conocida como Baño María donde el chocolate para temperar se eleva a 50 grados centígrados para luego ser disminuido a 20 grados con agua fría o helada y evitar que se derrita.

Es muy importante llevar el control de la temperatura para tener un color uniforme, sabor y aroma esperado.

En el moldeado del chocolate una vez la mezcla está fría, son vertidos en moldes preestablecidos con los que se cuenta y que son los diseños de los productos que ofrecemos.

Por último, el chocolate es refrigerado en las compresas de frío o máquinas refrigerantes por alrededor de 15 a 20 minutos.

Luego, los chocolates son trasladados al área de empaques y envolturas donde es cuidadosamente seleccionado cada molde para sus empaques respectivamente.

Cuando los chocolates se encuentran listos, son derivados al área de control de la calidad para ser revisados sistemática y manualmente con el fin de cumplir con la norma y estándares de la calidad.

Posteriormente son llevados a los almacenes para la logística y registro de salida, de salida en función a los pedidos y solicitudes y puedan ser distribuidos en los puntos y canales de venta.

La duración del producto final es de un año.

1.7. El diseño de estructura y nuestro plan de los recursos humanos

Nuestro diseño en la estructura de los recursos humanos de Yaku Cacao está fijado por un plan de acción para llevar a cabo. Este proceso integral busca que la empresa encuentre eficiencia tomando en consideración el factor aspiracional y bienestar común de cada trabajador y del grupo. los cuales se desprenden en las siguientes líneas. La estructura del área de Recursos Humanos es la siguiente.

Tabla 7

Organigrama de Yaku Cacao



Nota. Organigrama de los recursos humanos en Yaku Cacao. Fuente: Elaboración Propia 2023

a. Objetivos

- Incrementar logro de objetivos anuales.
- Cumplir las metas comerciales.
- Retención del talento humano
- Mejorar clima laboral.
- Incrementar la motivación y el compromiso.

b. Etapas

- Establecer objetivos mensuales, trimestrales y anuales.
 - Establecer línea de carrera de desarrollo.
 - Establecer indicadores de gestión para seguimiento de colaboradores.
 - Gestión de recursos.
 - Medir el progreso.

c. Desarrollo de estrategias

Actividades y estrategias para el logro de objetivos de colaboradores desde su integración, desarrollo y liderazgo.

Se generan equipos de innovación y mejoras continuas y al personal nuevo se les hace participar como suerte de oportunidad para conocer mejor a la empresa y la cultura de Yaku Cacao.

d. Integración

Establecer un programa de bienvenida.

Presentar a las áreas de la empresa y de parte de ellas dar a conocer funciones, historia, organigrama, filosofía, valores y cultura organizacional.

Bienvenida por parte del equipo de trabajo. (se elabora un cartel de bienvenida realizado por los miembros de su equipo y liderado por el área.

En la gestión de integración se considera involucrar al personal en talleres donde se comparta el propósito y la visión del negocio.

e. Formación y Capacitación

Plataforma de capacitación donde se tendrán accesos a cursos de interés y que generan bienestar en los trabajadores.

eLearning: Programa a través de una plataforma virtual.

Podcasts: Sobre gestión del proyecto, ventas, producción, operaciones y cursos de interés.

Charlas mensuales realizadas por los mejores colaboradores del mes, donde compartirán su metodología de trabajo y compartirán experiencia.

f. Coaching

Talleres de coaching. Feedforward programados trimestralmente para crecimiento del grupo. Sesiones informales periódicamente para realizar dinámicas integradoras.

1.7.1. Las estrategias de reclutamiento, el proceso de selección y la contratación de personal.

a. Descripción del Puesto

Alinear la descripción del perfil del puesto en función a lineamientos, tendencias y actualizaciones que plantean los mercados actuales y énfasis en las empresas que tienen este tipo de negocios y se dedican a la distribución como a la venta del chocolate orgánico.

Tabla 8

Descriptivo del Puesto

		Descriptivo de Puesto			
		Ejecutivo de Ventas - YAKU CACAO			
1. Datos del puesto					
Área	Comercial				
Sub Área	Ventas				
Supervisado por	Gerencia Comercial				
2. Objetivo / Propósito del puesto					
Objetivo	Yaku CACAO busca un ejecutivo de ventas que tenga como mínimo secundaria completa, de preferencia técnico o bachiller en las carreras de Marketing, o afines a ventas. Cumplir con los objetivos y lineamientos establecido por las empresa				
3. Funciones generales del puesto					
Funciones	Función	% de tiempo			
	Cumplimiento de metas comerciales	60%			
	Atención y servicio al cliente	20%			
	Eficiencia Operativa	10%			
	Gestión de Cartera de Clientes	10%			

4. Indicadores de Gestión (KPIs)				
Indicadores	Indicador	Forma de cálculo o sustento	Valor esperado	
	ASCENDO FLEX	CUMPLIMIENTO DE METAS	100%	
	KPI'S VENTAS	EFFECTIVIDAD Y NUMERO DE VENTAS	100%	
5. Nivel de responsabilidad				
Responsabilidad de Supervisión	Puesto supervisado	Tipo de supervisión	N° de ocupantes del puesto	
	SUPERVISOR DE VENTAS	PERMANENTE	1	
Responsabilidad por relaciones externas	Entidad	Asunto motivo de la relación (ext)	Jerarquía de contraparte (ext)	Frecuencia (ext)
	AGENCIA 051	REPORTE DE ACCIONES Y CAMPAÑAS	EJECUTIVO DE CUENTAS	MENSUAL
		INVERSIÓN EN PAUTA DIGITAL		
Responsabilidad por relaciones internas	División-Área/ Comité	Asunto motivo de la relación (int)	Jerarquía de contraparte (int)	Frecuencia (int)
	COMERCIAL	AVANCE DE VENTAS / REUNIONES COMERCIALES	GERENTE DE VENTAS	MENSUAL
	MARKETING	CAMPAÑAS MENSUALES	COORDINADOR DE MARKETING	MENSUAL
	SERVICIO AL CLIENTE	ENTREGAS DE UNIDADES INMOBILIARIAS		
Consecuencia del error	COMENTARIO: BAJO			
Impacto en el negocio	COMENTARIO: COMPARTIDO			
Decisiones que se toman en el puesto	COMENTARIO: Se describen todas las funciones del cargo			
6. Nivel de orientación recibida				
Nivel de orientación recibida	COMENTARIO: El grado de nivel es intermedio			

CAPACITACIONES INTERNAS	CAPACITACIONES EXTERNAS	AUTOAPRENDIZAJE	HABILIDADES O COMETENCIAS
Conocimiento de Productos	Inglés	Comunicación efectiva.	Responsabilidad
Benchmarking	Especialización en gestión comercial	Escucha activa	Empatía
Técnicas de venta.	Excel intermedio.		Coordinación
Técnicas de cierre de venta	Power BI		Trabajo en Equipo
Atención al cliente			Proactividad

Nota. Los cuadros indican los requerimientos descriptivos del puesto a cubrir en Yaku Cacao. Fuente: Elaboración Propia 2023

b. Selección

Es el proceso donde el objetivo principal se encuentra en buscar el talento más valioso para la empresa, donde se consiguen colaboradores cualificado, se reduce el costo de formación y se evita la rotación del personal.

En Yaku Cacao se busca optimizar en el clima laboral, la adaptación y flexibilidad.

En el proceso de selección es importante que el personal a contratar tenga conocimiento técnico sobre todo en las áreas que requieren mayor detalle y que es estratégico en la viabilidad del negocio. Para la producción se busca que sea personal técnico con experiencia y apertura para aprender y obtener mayor conocimiento. Que tenga conocimiento del proceso agrícola del cacao así como su cuidado.

c. Contratación

Las técnicas y herramientas que se emplean dependen de las políticas internas de la empresa. La oferta económica es competitiva en el mercado ya que presenta condiciones más beneficiosas que otras empresas del.

Buscando el crecimiento sostenido de la empresa. Los plazos de contratación y dependiendo la modalidad contractual, son a partir de los 6 Meses, además de un periodo de prueba y cumpliendo con lo establecido por ley.

A continuación, se explica el flujo del proceso de contratación del personal para Yaku Cacao.

Tabla 9

Flujo de Proceso: Contratación

Flujo de proceso de contratación del personal



Nota. Descripción del flujo de contratación en Yaku Cacao. Fuente: Elaboración Propia 2023

El mismo día deben de estar todas las herramientas activas, intranet, correos, equipos de trabajo, etc.

En Yaku Cacao se busca atraer el talento y realizar una buena gestión para el crecimiento y rendimiento de la empresa. En Yaku Cacao se cumplen con todos los beneficios de ley (seguro, AFP, EPS de ser el caso).

1.7.2. Las estrategias de inducción, la capacitación y la evaluación del personal

Las presentaciones por realizar deben ser dinámicas y fácil entendimiento, donde se comparta la cultura y se dé la bienvenida por cada área sea presencial o de manera virtual.

Capacitaciones y desarrollo de funciones y habilidades para lograr los objetivos del negocio. Se busca entrenar al personal en las áreas correspondientes con los programas de entrenamiento de la empresa.

Existen 3 competencias laborales que son parte fundamental del Accountability que queremos lograr en Yaku Caco y son: la proactividad, compromiso y responsabilidad.

Además, como sistemas de evaluación se hace retroalimentación de los colaboradores y se mide el desempeño con evaluaciones en 360 grados y tener una visión integral de lo que se requiere desarrollar.

Es muy importante contar con indicadores de gestión y de monitoreo del desempeño.

Tabla 10
Valoraciones

Autovaloración		Respuestas Abiertas	
	¿Cuáles son las fortalezas?	¿Cuáles son las oportunidades?	1 (malo) - 5 (bueno)
Conocimiento	Conocimiento de los Productos	Adquirir más conocimientos entorno, contexto y actualización de productos	5
Trabajo en Equipo	Crecimiento continuo	Sentido de Propósito	5
Gestión al Cambio	Adaptabilidad	Adaptable al cambio	4
Innovación y Tecnología	Manejo de herramientas digitales	Actualización tecnológica permanente	5

Promedio

Valoración de tu jefe			
	¿Cuáles son las fortalezas?	¿Cuáles son las oportunidades?	1 (malo) - 5 (bueno)
Conocimiento	Tiene conocimientos de los Productos	Adquirir más conocimientos entorno, contexto y actualización de productos	5
Trabajo en Equipo	Compañerismo y Trabajo en equipo	Mejoras Continuas y buenas prácticas	5
Gestión al Cambio	Leve resistencia al cambio	Desarrollo en habilidades blandas	4
Innovación y Tecnología	Manejo de herramientas digitales	Actualización tecnológica permanente	5

Promedio

Valoración de tu pares / clientes internos			
	¿Cuáles son las fortalezas?	¿Cuáles son las oportunidades?	1 (malo) - 5 (bueno)
Conocimiento	Tiene conocimientos de los Productos	Adquirir más conocimientos entorno, contexto y actualización de productos	5
Trabajo en Equipo	Compañerismo	Se realiciona con el equipo	5
Gestión al Cambio	Flexibilidad	Flexible al cambio	5
Innovación y Tecnología	Manejo de herramientas digitales	Actualización tecnológica permanente	5

Promedio

KPIS propios del negocio

La evaluación
Diagnóstico
Comunicación
Información
Motivación
Desarrollo
Objetivos

Nota. Valoraciones del colaborador en Yaku Cacao. Fuente: Elaboración Propia 2023

1.7.3. Las estrategias de desarrollo del personal y motivación

Desde RRHH necesitamos estrategias diseñadas que permitan estimular a las personas, desde la productividad, operatividad y aseguramiento de la continuidad cultural.

Aplicar la escucha activa y comunicación efectiva es indispensable para el desarrollo del talento y clima organizacional, como el reconocimiento constante al talento. La línea de carrera ofrecida es en base a una estructura organizacional.

Porque buscamos el desarrollo de nuestro personal, la forma más atractiva de afiliar a nuestros trabajadores es ofreciéndoles una línea de carrera para aquellos que tengan mejor desempeño es por eso que también apoyaremos ofreciendo cursos para que puedan postular en las áreas que quieran desarrollarse.

E aquí los puestos de la empresa:

Gerente general
Jefe de recursos humanos
Jefe de finanzas
Asist. Adm. y contable
Responsable de producción
Sup. de operaciones
Asist. de Logística
Operario de producción
Responsable Comercial
Coordinador de marketing y ventas
Community Manager
Ejecutivo de ventas

Para mantener un buen ambiente laboral ofreceremos.

- Almuerzos o desayunos organizados por el jefe del área.
- Reuniones de integración. (mensuales siempre y cuando se logren objetivos).
- Celebrar los cumpleaños de los colaboradores.
- Paseo de integración como full days.
- Llamadas telefónicas vía Microsoft teams.

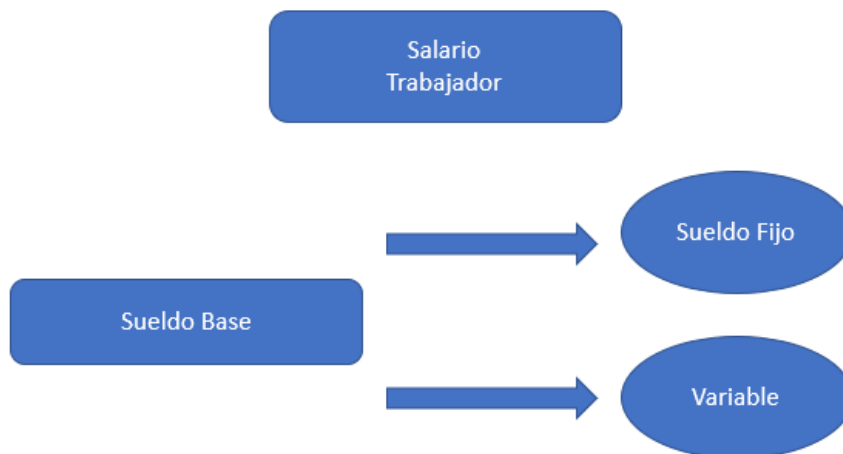
1.7.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones

Nuestras políticas establecidas en Yaku Cacao para la aplicación de las remuneraciones y el pago de las planillas están constituidas dentro del marco legal peruano que indica que todo empleador tiene la facultad de establecer sus políticas remunerativas, establecer montos, fijarlos y sumar beneficios.

Tabla 11

Estructura Salarial

Estructura Salarial de Yaku Cacao



Nota. Definición de la estructura salarial de Yaku Cacao. Fuente: Elaboración Propia 2023

Los sueldos son establecidos en algunas áreas de la empresa como ventas, por sueldos fijos y variables (comisiones).

Además, se busca contar con un programa de beneficios y recompensas que incentive y motive a los colaboradores. La empresa cumplirá con todos los salarios básicos y sueldos completos a los colaboradores y sus beneficios de Ley. La empresa será una S.A.

Dentro de las obligaciones según ley son los siguientes, CTS, gratificación, vacaciones, seguro de vida ley, SCTR, essalud.

La empresa también buscar dar EPS, en cuanto a medida se vaya desarrollando económicamente.

Se busca también que se pueda hacer una línea de carrera dentro de la empresa, ofreciendo cursos a través de becas.

Por lo que se cuenta con bonos por cumplimiento mensual para el área de ventas en función a los objetivos o metas establecidas y aprobadas por el área comercial.

También compensaciones e incentivos por para toda la empresa por cumplimiento de objetivos como:

- Premios
- Viajes

1.8. Plan financiero

La empresa es un completamente nueva en el mercado peruano. Lo que busca el plan de negocios de Yaku Cacao es ver la viabilidad y factibilidad del negocio a través del capital que, si bien no cuenta hoy con una historia financiera propiamente dicha, tiene los recursos y la información de manera proyectiva para desarrollar el negocio.

1.8.1. Los datos, supuestos y políticas económicas y financieras

SEGMENTACION GEOGRAFICA

$$PROYECCION = POB\ 2022 * (1 + TASA\ PROMEDIO)^n$$

No dirigiremos a la zona 6 y la zona 7, donde se concentra el nivel socioeconómico de mayor cantidad la mayor cantidad (A y B) y el perfil de nuestros consumidores, tomaremos la población del CPI de los años 2017 y 2022, para calcular una tasa de crecimiento y luego proyectar desde el 2022 hacia 2023 (año 0 del proyecto) y hasta el año 2028 (año 5 del horizonte

ZONA	POBLACION DISTRITO		TASA DE CRECIMIENTO	
	DIST.	2017		2022
Zona 6	Jesús María	74,700	88,300	3.40%
	Lince	52,400	64,000	4.08%
	Pueblo Libre	79,400	97,400	4.17%
	Magdalena	56,900	70,400	4.35%
	San Miguel	140,900	180,900	5.12%
Zona 7	Miraflores	85,800	117,000	6.40%
	San Isidro	56,800	71,500	4.71%
	San Borja	116,700	133,000	2.65%
	Surco	357,600	383,800	1.42%
	La Molina	178,200	163,900	-1.66%
TOTAL	1,199,400	1,370,200		



ZONA	DIST.	POBLACION PROYEC.					
		1 2023	2 2024	3 2025	4 2026	5 2027	6 2028
Zona 6	Jesús María	91,304	94,410	97,621	100,942	104,376	107,927
	Lince	66,612	69,330	72,159	75,103	78,168	81,358
	Pueblo Libre	101,463	105,695	110,104	114,696	119,481	124,464
	Magdalena	73,462	76,658	79,992	83,472	87,103	90,892
	San Miguel	190,171	199,917	210,162	220,933	232,256	244,158
Zona 7	Miraflores	124,487	132,454	140,931	149,949	159,545	169,756
	San Isidro	74,868	78,395	82,088	85,955	90,004	94,244
	San Borja	136,524	140,141	143,853	147,665	151,577	155,592
	Surco	389,266	394,810	400,433	406,135	411,920	417,786
	La Molina	161,181	158,507	155,877	153,291	150,748	148,247
TOTAL	1,409,338	1,450,317	1,493,220	1,538,141	1,585,178	1,634,424	

Fuente: <http://www.cpi.pe/banco/estadisticas-poblacionales.html>

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.2. Ventas

INGRESOS POR VENTAS

En el ingreso por ventas se indican todas las ventas que se ofrecen por producto y en cuánto se vende cada producto en cada uno de los canales de distribución, finalmente se determina un porcentaje y cuánto representa cada una de las ventas en el valor de venta total mensual y anual

VALOR DE VENTA	2024	2025	2026	2027	2028
Bombones Yaku	S/ 555,399	S/ 617,296	S/ 686,425	S/ 763,667	S/ 850,023
Supermercados saludables	S/ 190,862	S/ 212,132	S/ 235,889	S/ 262,432	S/ 292,109
Tiendas por conveniencia	S/ 189,925	S/ 211,092	S/ 234,731	S/ 261,145	S/ 290,675
Tienda Online	S/ 174,612	S/ 194,072	S/ 215,806	S/ 240,090	S/ 267,239
Brownie Yaku	S/ 694,249	S/ 771,613	S/ 858,025	S/ 954,597	S/ 1,062,539
Supermercados saludables	S/ 238,577	S/ 265,163	S/ 294,858	S/ 328,045	S/ 365,139
Tiendas por conveniencia	S/ 237,406	S/ 263,862	S/ 293,412	S/ 326,436	S/ 363,348
Tienda Online	S/ 218,265	S/ 242,588	S/ 269,755	S/ 300,116	S/ 334,052
Trufas Yaku	S/ 520,683	S/ 578,717	S/ 643,529	S/ 715,944	S/ 796,898
Supermercados saludables	S/ 178,932	S/ 198,875	S/ 221,147	S/ 246,033	S/ 273,852
Tiendas por conveniencia	S/ 178,054	S/ 197,899	S/ 220,062	S/ 244,826	S/ 272,508
Tienda Online	S/ 163,698	S/ 181,943	S/ 202,319	S/ 225,086	S/ 250,537
VALOR DE VENTA	S/ 1,770,330	S/ 1,967,627	S/ 2,187,980	S/ 2,434,208	S/ 2,709,460
IGV	S/ 318,659	S/ 354,173	S/ 393,836	S/ 438,157	S/ 487,703
INGRESO POR VENTAS	S/ 2,088,990	S/ 2,321,799	S/ 2,581,816	S/ 2,872,365	S/ 3,197,163
		11.145%	11.199%	11.254%	11.308%

Fuente: Elaboración Propia 2023

PLAN DE VENTAS EN UNIDADES

Para calcular el programa de ventas en unidades mensualizado, se usa la demanda anual por presentaciones, con la estacionalidad distribuida en los años

Programa de ventas en unidades = Demanda * Estacionalidad

SABORES	DEMANDA				
	2024	2025	2026	2027	2028
Bombones Yaku	40,396	44,898	49,926	55,544	61,825
Brownie Yaku	50,495	56,122	62,407	69,431	77,282
Trufas Yaku	37,871	42,092	46,806	52,073	57,961
TOTAL	128,762	143,112	159,139	177,048	197,068



2024	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	7.32%	7.52%	7.72%	7.89%	8.09%	8.29%	8.33%	8.53%	8.73%	9.00%	9.20%	9.40%	100.00%
Bombones Yaku	2,956	3,036	3,117	3,187	3,267	3,348	3,365	3,446	3,526	3,635	3,716	3,797	40,396
Brownie Yaku	3,694	3,795	3,896	3,983	4,084	4,185	4,206	4,307	4,408	4,544	4,645	4,746	50,495
Trufas Yaku	2,771	2,847	2,922	2,987	3,063	3,139	3,154	3,230	3,306	3,408	3,484	3,560	37,871
TOTAL UNIDADES	9,421	9,678	9,936	10,157	10,415	10,672	10,725	10,983	11,240	11,588	11,845	12,103	128,762

2025	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	9.40%	9.40%	9.40%	8.09%	8.09%	8.09%	7.11%	7.11%	7.11%	8.74%	8.74%	8.74%	100.00%
Bombones Yaku	4,218	4,218	4,218	3,631	3,631	3,631	3,191	3,191	3,191	3,925	3,925	3,925	44,898
Brownie Yaku	5,273	5,273	5,273	4,539	4,539	4,539	3,989	3,989	3,989	4,906	4,906	4,906	56,122
Trufas Yaku	3,955	3,955	3,955	3,405	3,405	3,405	2,992	2,992	2,992	3,680	3,680	3,680	42,092
TOTAL UNIDADES	13,446	13,446	13,446	11,575	11,575	11,575	10,172	10,172	10,172	12,511	12,511	12,511	143,112

2026	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	9.40%	9.40%	9.40%	8.09%	8.09%	8.09%	7.11%	7.11%	7.11%	8.74%	8.74%	8.74%	100.00%
Bombones Yaku	4,691	4,691	4,691	4,038	4,038	4,038	3,549	3,549	3,549	4,364	4,364	4,364	49,926
Brownie Yaku	5,863	5,863	5,863	5,048	5,048	5,048	4,436	4,436	4,436	5,456	5,456	5,456	62,407
Trufas Yaku	4,398	4,398	4,398	3,786	3,786	3,786	3,327	3,327	3,327	4,092	4,092	4,092	46,806
TOTAL UNIDADES	14,952	14,952	14,952	12,872	12,872	12,872	11,311	11,311	11,311	13,912	13,912	13,912	159,139

2027	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	9.40%	9.40%	9.40%	8.09%	8.09%	8.09%	7.11%	7.11%	7.11%	8.74%	8.74%	8.74%	100.00%
Bombones Yaku	5,219	5,219	5,219	4,493	4,493	4,493	3,948	3,948	3,948	4,856	4,856	4,856	55,544
Brownie Yaku	6,523	6,523	6,523	5,616	5,616	5,616	4,935	4,935	4,935	6,070	6,070	6,070	69,431
Trufas Yaku	4,892	4,892	4,892	4,212	4,212	4,212	3,701	3,701	3,701	4,552	4,552	4,552	52,073
TOTAL UNIDADES	16,634	16,634	16,634	14,320	14,320	14,320	12,584	12,584	12,584	15,477	15,477	15,477	177,048

2028	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	9.40%	9.40%	9.40%	8.09%	8.09%	8.09%	7.11%	7.11%	7.11%	8.74%	8.74%	8.74%	100.00%
Bombones Yaku	5,809	5,809	5,809	5,001	5,001	5,001	4,394	4,394	4,394	5,405	5,405	5,405	61,825
Brownie Yaku	7,261	7,261	7,261	6,251	6,251	6,251	5,493	5,493	5,493	6,756	6,756	6,756	77,282
Trufas Yaku	5,446	5,446	5,446	4,688	4,688	4,688	4,120	4,120	4,120	5,067	5,067	5,067	57,961
TOTAL UNIDADES	18,515	18,515	18,515	15,939	15,939	15,939	14,007	14,007	14,007	17,227	17,227	17,227	197,068

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.3. El plan de ventas de la empresa Yaku Cacao

PLAN DE VENTAS YAKU CACAO EN SOLES

Para calcular en soles todas las ventas, se deriva por el canal de ventas y luego se utiliza el valor de venta unitario neto

18.¿Dónde le gustaría encontrar nuestros chocolates orgánicos “Yaku”?

	Ponderado
a. Supermercados saludables (Flora&Fauna, Sanahoria, Organa)	495
b. Tiendas por conveniencia (Listo, repsol, oxxo, tambo, etc)	431
c. Tienda online (E-commerce)	317
	1243



Yaku Cacao está orientado a supermercados, a las tiendas por conveniencia y las tiendas online

	Ponderado	Participación
a. Supermercados saludables (Flora&Fauna, Sanahoria, Organa)	495	39.82%
b. Tiendas por conveniencia (Listo, repsol, oxxo, tambo, etc)	431	34.67%
c. Tienda online (E-commerce)	317	25.50%
	1243	100%



Comparativa de los márgenes por canales

CANALES	Supermercados sal.		Tiendas por conv.		Tienda Online	
MARGEN	30%		20%		0%	
PRE DE VENTA UNI	S/	20	S/	20	S/	20
VALOR DE VENTA UNI	S/	16.95	S/	16.95	S/	16.95
MARGEN COBRADO	-S/	5.08	-S/	3.39	S/	-
VALOR DE VENTA UNITARIO NETO	S/	11.86	S/	13.56	S/	16.95

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.4. Análisis de costos

COSTOS FIJOS Y COSTO VARIABLE UNITARIO

Aquí tenemos que separar los costos como los gastos variables incluyendo cada sabor y considerando las unidades vendidas es que se calcula el costo unitario variable

C.Variab.	2024		2025		2026		2027		2028	
Mater. direct.	S/	724,563	S/	811,310	S/	890,042	S/	991,785	S/	1,077,022
CIF variable	S/	56,913	S/	63,548	S/	70,073	S/	78,036	S/	85,546
Materiales indirectos	S/	35,375	S/	39,610	S/	43,454	S/	48,421	S/	52,583
Luz	S/	7,575	S/	8,419	S/	9,362	S/	10,416	S/	11,593
Mantenimiento maquinaria	S/	13,963	S/	15,519	S/	17,257	S/	19,199	S/	21,370
TOTAL	S/	781,476	S/	874,858	S/	960,115	S/	1,069,821	S/	1,162,568
Unidades vendidas		128,762		143,112		159,139		177,048		197,068
Costo variable unitario	S/	6.07	S/	6.11	S/	6.03	S/	6.04	S/	5.90

Gastos variables	2024		2025		2026		2027		2028	
G. administración variable	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-
G. ventas variables	S/	101,804	S/	86,036	S/	85,463	S/	91,015	S/	101,098
Comisiones	S/	35,407	S/	39,353	S/	43,760	S/	48,684	S/	54,189
Transporte y distribución	S/	25,752	S/	28,622	S/	31,828	S/	35,410	S/	39,414
Sampling	S/	40,645	S/	18,061	S/	9,875	S/	6,921	S/	7,495
TOTAL	S/	101,804	S/	86,036	S/	85,463	S/	91,015	S/	101,098
Unidades vendidas		128,762		143,112		159,139		177,048		197,068
GVU	S/	0.79	S/	0.60	S/	0.54	S/	0.51	S/	0.51
Costo VU total	S/	6.86	S/	6.71	S/	6.57	S/	6.56	S/	6.41

COSTOS Y GASTOS FIJOS	2024		2025		2026		2027		2028	
M. Obra D.	S/	50,967	S/	50,967	S/	56,063	S/	82,226	S/	90,449
Fijo CIF	S/	181,708	S/	196,163	S/	211,395	S/	221,509	S/	228,224
G.A.F. (Gastos administrativos fijos)	S/	276,590	S/	275,494	S/	280,262	S/	284,907	S/	289,423
G.V.F. (Gastos de ventas fijos)	S/	260,172	S/	239,474	S/	240,507	S/	241,548	S/	240,698
La depreciación	S/	20,827	S/	20,827	S/	20,827	S/	20,827	S/	20,827
Intangibles y la amortización	S/	48,793	S/	30,664	S/	30,664	S/	-	S/	-
TOTAL	S/	839,057	S/	813,590	S/	839,718	S/	851,018	S/	869,621

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.5. Punto de equilibrio de Yaku Cacao

PUNTO DE EQUILIBRIO

Importes en soles

Descripción	Punto de equilibrio ope. uni = $\frac{\text{Costos fijos totales + Util. deseada}}{\text{Valor de venta unitario - costo variable unitario}}$									
	2024		2025		2026		2027		2028	
Ventas (Soles)	S/	1,770,330	S/	1,967,627	S/	2,187,980	S/	2,434,208	S/	2,709,460
Venta en Uni		128,762		143,112		159,139		177,048		197,068
Valor de Venta Promedio	S/	13.75	S/	13.75	S/	13.75	S/	13.75	S/	13.75
Material directo	S/	724,563	S/	811,310	S/	890,042	S/	991,785	S/	1,077,022
CIF variable	S/	56,913	S/	63,548	S/	70,073	S/	78,036	S/	85,546
G. administración variable	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-
G. ventas variables	S/	101,804	S/	86,036	S/	85,463	S/	91,015	S/	101,098
Costos Variables	S/	883,281	S/	960,895	S/	1,045,578	S/	1,160,836	S/	1,263,666
Costo variable unitario	S/	6.86	S/	6.71	S/	6.57	S/	6.56	S/	6.41
Mano O.D.	S/	50,967	S/	50,967	S/	56,063	S/	82,226	S/	90,449
CIF	S/	181,708	S/	196,163	S/	211,395	S/	221,509	S/	228,224
G.A.F. (Adm.)	S/	276,590	S/	275,494	S/	280,262	S/	284,907	S/	289,423
G.V.F. (Ventas)	S/	260,172	S/	239,474	S/	240,507	S/	241,548	S/	240,698
Depreciación A. F.	S/	20,827	S/	20,827	S/	20,827	S/	20,827	S/	20,827
Amortización de Int.	S/	48,793	S/	30,664	S/	30,664	S/	-	S/	-
TOTAL COSTO FIJO	S/	839,057	S/	813,590	S/	839,718	S/	851,018	S/	869,621
Punto E. (Nº de Unidades)		121,795		115,656		116,975		118,324		118,533
Punto E. (En Soles)	S/	1,674,548	S/	1,590,136	S/	1,608,266	S/	1,626,826	S/	1,629,696

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.6. La adquisición de materiales e insumos para la producción

Bombones Yaku

Unidades de producción	42,674	46,392	50,895	56,710	61,587
	2024	2025	2026	2027	2028
Consumo de material directo	S/ 206,748	S/ 231,503	S/ 253,974	S/ 282,992	S/ 307,329
Mano de obra directa	S/ 15,989	S/ 15,990	S/ 17,589	S/ 25,796	S/ 28,377
Costo indirecto de fabricación	S/ 87,613	S/ 87,145	S/ 91,405	S/ 96,144	S/ 100,792
COSTO DE PRODUCCION TOTAL	S/ 310,350	S/ 334,638	S/ 362,968	S/ 404,932	S/ 436,498
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	S/ 7.27	S/ 7.21	S/ 7.13	S/ 7.14	S/ 7.09
Gastos de administración	S/ 86,774	S/ 86,430	S/ 87,925	S/ 89,382	S/ 90,799
Gastos de ventas	S/ 112,315	S/ 101,641	S/ 102,027	S/ 104,160	S/ 107,090
Depreciación	S/ 6,534	S/ 6,534	S/ 6,534	S/ 6,534	S/ 6,534
Amortización de intangibles y g.preop	S/ 15,307	S/ 9,620	S/ 9,620	S/ -	S/ -
COSTO TOTAL	S/ 531,280	S/ 538,864	S/ 569,074	S/ 605,009	S/ 640,920
COSTO UNITARIO TOTAL	S/ 12.45	S/ 11.62	S/ 11.18	S/ 10.67	S/ 10.41

Brownie Yaku

Unidades de producción	50,495	56,122	62,407	69,431	77,282
	2024	2025	2026	2027	2028
Consumo de material directo	S/ 276,388	S/ 309,475	S/ 339,501	S/ 378,326	S/ 410,828
Mano de obra directa	S/ 19,987	S/ 19,986	S/ 21,985	S/ 32,246	S/ 35,469
Costo indirecto de fabricación	S/ 109,515	S/ 108,928	S/ 114,247	S/ 120,183	S/ 125,982
COSTO DE PRODUCCION TOTAL	S/ 405,890	S/ 438,389	S/ 475,732	S/ 530,755	S/ 572,279
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	S/ 8.04	S/ 7.81	S/ 7.62	S/ 7.64	S/ 7.41
Gastos de administración	S/ 108,467	S/ 108,036	S/ 109,906	S/ 111,729	S/ 113,500
Gastos de ventas	S/ 141,904	S/ 127,574	S/ 127,762	S/ 130,379	S/ 133,965
Depreciación	S/ 8,168	S/ 8,168	S/ 8,168	S/ 8,168	S/ 8,168
Amortización de intangibles y g.preop	S/ 19,134	S/ 12,025	S/ 12,025	S/ -	S/ -
COSTO TOTAL	S/ 683,562	S/ 694,193	S/ 733,592	S/ 781,030	S/ 827,912
COSTO UNITARIO TOTAL	S/ 13.54	S/ 12.37	S/ 11.75	S/ 11.25	S/ 10.71

Trufas Yaku

Unidades de producción	37,871	42,092	46,806	52,073	57,961
	2024	2025	2026	2027	2028
Consumo de material directo	S/ 241,427	S/ 270,331	S/ 296,567	S/ 330,466	S/ 358,865
Mano de obra directa	S/ 14,991	S/ 14,991	S/ 16,490	S/ 24,185	S/ 26,603
Costo indirecto de fabricación	S/ 82,139	S/ 81,700	S/ 85,692	S/ 90,139	S/ 94,491
COSTO DE PRODUCCION TOTAL	S/ 338,557	S/ 367,021	S/ 398,748	S/ 444,790	S/ 479,959
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	S/ 8.94	S/ 8.72	S/ 8.52	S/ 8.54	S/ 8.28
Gastos de administración	S/ 81,350	S/ 81,028	S/ 82,431	S/ 83,796	S/ 85,124
Gastos de ventas	S/ 107,757	S/ 96,295	S/ 96,182	S/ 98,023	S/ 100,742
Depreciación	S/ 6,126	S/ 6,126	S/ 6,126	S/ 6,126	S/ 6,126
Amortización de intangibles y g.preop	S/ 14,351	S/ 9,019	S/ 9,019	S/ -	S/ -
COSTO TOTAL	S/ 548,141	S/ 559,489	S/ 592,505	S/ 632,736	S/ 671,950
COSTO UNITARIO TOTAL	S/ 14.47	S/ 13.29	S/ 12.66	S/ 12.15	S/ 11.59

Fuente: Elaboración Propia 2023

RESUMEN DE COSTOS UNITARIOS

Costo unitario de producción	2024	2025	2026	2027	2028
Bombones Yaku	S/ 7.27	S/ 7.21	S/ 7.13	S/ 7.14	S/ 7.09
Brownie Yaku	S/ 8.04	S/ 7.81	S/ 7.62	S/ 7.64	S/ 7.41
Trufas Yaku	S/ 8.94	S/ 8.72	S/ 8.52	S/ 8.54	S/ 8.28

Costo unitario total	2024	2025	2026	2027	2028
Bombones Yaku	S/ 12.45	S/ 11.62	S/ 11.18	S/ 10.67	S/ 10.41
Brownie Yaku	S/ 13.54	S/ 12.37	S/ 11.75	S/ 11.25	S/ 10.71
Trufas Yaku	S/ 14.47	S/ 13.29	S/ 12.66	S/ 12.15	S/ 11.59

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.7. Inversión inicial

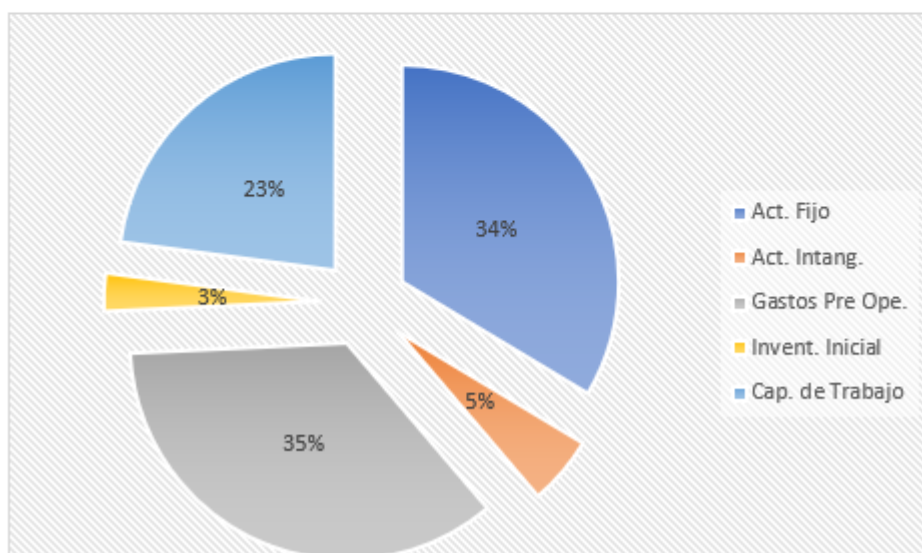
Tabla 12

Estructura de Inversiones

LA ESTRUCTURA DE INVERSIONES DE YAKU CACAO

Lo que debemos realizar para estructurar las inversiones de Yaku Cacao es juntar toda la inversión para crear la empresa y antes de iniciar las operaciones en el mercado. Todo nuestro capital de trabajo incluye montos con IGV sin que el monto final afecte al IGV.

	VALOR		IGV		INVERSION		%
Act. Fijo	S/	104,136	S/	18,745	S/	122,881	33.61%
Act. Intang.	S/	18,129	S/	718	S/	18,847	5.16%
Gastos Pre Ope.	S/	117,817	S/	11,915	S/	129,732	35.49%
Invent. Inicial	S/	8,808	S/	1,585	S/	10,393	2.84%
Cap. de Trabajo	S/	83,724			S/	83,724	22.90%
TOTAL	S/	332,614	S/	32,963	S/	365,577	100.00%



Nota. La estructura de inversiones de Yaku Cacao para conocer cómo se compone el capital y las fuentes de trabajo. Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.8. Capital de trabajo

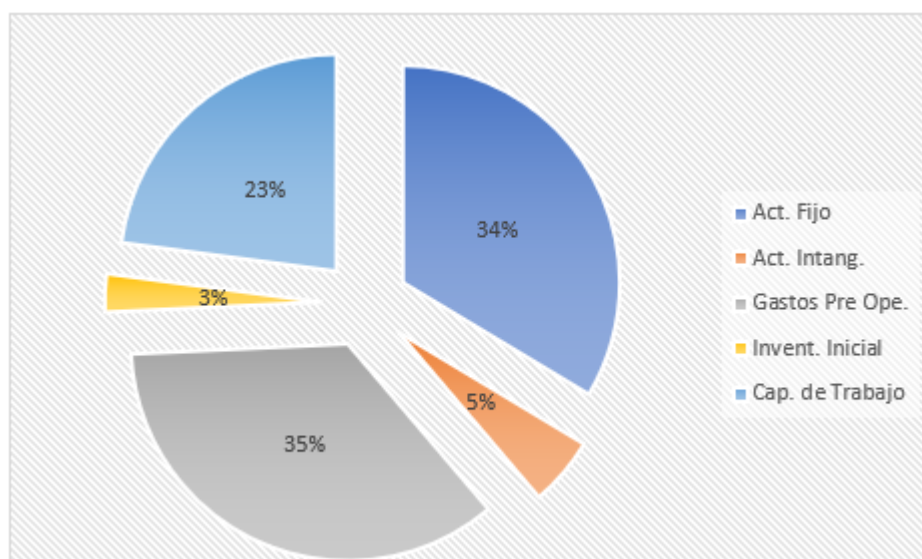
Tabla 13

La estructura de Financiamiento

LA ESTRUCTURA DE INVERSIONES DE YAKU CACAO

Lo que debemos realizar para estructurar las inversiones de Yaku Cacao es juntar toda la inversión para crear la empresa y antes de iniciar las operaciones en el mercado. Todo nuestro capital de trabajo incluye montos con IGV sin que el monto final afecte al IGV.

	VALOR		IGV		INVERSION		%
Act. Fijo	S/	104,136	S/	18,745	S/	122,881	33.61%
Act. Intang.	S/	18,129	S/	718	S/	18,847	5.16%
Gastos Pre Ope.	S/	117,817	S/	11,915	S/	129,732	35.49%
Invent. Inicial	S/	8,808	S/	1,585	S/	10,393	2.84%
Cap. de Trabajo	S/	83,724			S/	83,724	22.90%
TOTAL	S/	332,614	S/	32,963	S/	365,577	100.00%



Nota. En cuánto a la estructura de financiamiento va a estar distribuida para deuda y el patrimonio, para encontrar la estructura del capital esperado.
Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.9. Fuentes de financiamiento

Se define para nuestro financiamiento en primera instancia quien va a financiar el proyecto de Yaku Cacao. Se establece un cronograma que tiene que estar calculado por la cuota fija o método francés, ya que en nuestro sistema financiero es el método que utilizan las entidades financieras y en donde se pagan primero los intereses en la cuota y luego es amortizado el capital. Tenemos dos opciones a través de dos entidades financieras:

- BBVA

Entidad	BBVA	
Prestamo	S/	122,881
TCEA		20.18%
TEM		1.54%
Plazo años		5
Plazo meses		60
Cuota mensual	S/	3,155

- Mi Banco

Entidad	Mi Banco	
Prestamo	S/	60,000
TCEA		27.44%
TEM		2.04%
Plazo años		3
Plazo meses		36
Cuota mensual	S/	2,370

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.10. La proyección de flujo de caja

Todos los cobros son juntados en el flujo de caja y también pagos con IGV en Yaku Cacao, luego es evaluado el proyecto y se utiliza el flujo anual donde es separado el flujo de caja operativo. (operaciones en la empresa con costos y gastos), luego es calculado el flujo de caja del capital que incluye las inversiones con que inicia el proyecto y las inversiones futuras y lo que se recupera finalmente.

Después este flujo de caja económico que es de capital con el flujo operativo sirve para el cálculo del VAN económico, se termina añadiendo la deuda en el flujo de caja del servicio para la deuda, por último, el flujo de caja neto del inversionista se calcula y este se utiliza para encontrar el VAN financiero.

FLUJO DE CAJA ANUAL	2023	2024	2025	2026	2027	2028				
INGRESOS	S/	2,088,990	S/	2,321,799	S/	2,581,816	S/	2,872,365	S/	3,197,163
Bombones Yaku	S/	655,371	S/	728,410	S/	809,982	S/	901,127	S/	1,008,027
Brownie Yaku	S/	819,213	S/	910,504	S/	1,012,469	S/	1,126,424	S/	1,253,796
Trufas Yaku	S/	614,406	S/	682,886	S/	759,364	S/	844,814	S/	940,339
EGRESOS	S/	1,971,428	S/	2,186,715	S/	2,374,798	S/	2,618,890	S/	2,856,324
Materiales	S/	982,443	S/	1,079,329	S/	1,180,672	S/	1,312,496	S/	1,420,394
Las Planillas										
M. de Obra directa	S/	49,118	S/	50,921	S/	55,898	S/	81,379	S/	93,111
M. de Obra indirecta	S/	111,745	S/	115,834	S/	118,075	S/	120,616	S/	127,409
ADM.	S/	193,410	S/	200,497	S/	200,497	S/	200,497	S/	206,997
Ventas y Marketing	S/	129,436	S/	134,179	S/	134,179	S/	134,179	S/	138,529
Las Comisiones	S/	35,407	S/	39,353	S/	43,760	S/	48,684	S/	54,189
REPOSICIONES Y MANTENIMIENTO										
Mant. de maquinarias	S/	16,476	S/	18,312	S/	20,363	S/	22,655	S/	25,217
Mant. de equipos	S/	14,225	S/	14,609	S/	14,960	S/	15,274	S/	15,549
Rep. herramientas	S/	3,107	S/	3,191	S/	3,268	S/	3,336	S/	3,396
Rep. de utensilios	S/	3,927	S/	4,033	S/	4,130	S/	4,217	S/	4,292
Rep. de utiles	S/	5,810	S/	5,967	S/	6,110	S/	6,238	S/	6,351
SERVICIOS TERCIALIZADOS CON IGV										
Limpieza industrial	S/	22,684	S/	23,297	S/	23,856	S/	24,357	S/	24,795
Recursos humanos	S/	3,540	S/	3,636	S/	3,723	S/	3,801	S/	3,869
Ser. Contable	S/	21,240	S/	21,813	S/	22,337	S/	22,806	S/	23,217
Empresa de seguridad	S/	36,901	S/	37,897	S/	38,807	S/	39,622	S/	40,335
Seguro contra todo de planta	S/	2,832	S/	2,908	S/	2,978	S/	3,041	S/	3,096
Transporte y distribución	S/	30,388	S/	33,774	S/	37,557	S/	41,783	S/	46,508
SERVICIOS COMUNES										
El Agua	S/	10,620	S/	10,907	S/	11,169	S/	11,403	S/	11,608
La Luz	S/	17,700	S/	18,933	S/	20,261	S/	21,698	S/	23,257
Internat y telefonía	S/	2,459	S/	2,525	S/	2,586	S/	2,640	S/	2,688
Alquiler	S/	67,200	S/	78,000	S/	88,800	S/	99,600	S/	110,400
Responsabilidad social	S/	32,567	S/	32,567	S/	32,567	S/	32,567	S/	32,567
Publicidad y marketing	S/	74,340	S/	57,702	S/	56,758	S/	54,162	S/	48,144
IMPUESTOS										
Pago de imp. sin G.financiero	S/	4,799	S/	42,498	S/	74,813	S/	110,116	S/	155,492
Pagos de IGV al Estado	S/	99,053	S/	154,032	S/	176,675	S/	201,723	S/	234,914

FLUJO DE CAJA OPERATIVO		S/	117,562	S/	135,084	S/	207,017	S/	253,476	S/	340,838	
Act. Fijo	-S/	122,881										
Valor Desecho + IGV									S/		38,542	
Act. Intang.	-S/	18,847										
Gastos Pre Ope.	-S/	129,732										
Invent. Inicial	-S/	10,393										
Cap. de Trabajo	-S/	83,724	-S/	9,331	-S/	10,421	-S/	11,645	-S/	13,017	S/	128,138
Recuperación de garantía de alquiler										S/	11,200	
FLUJO DE CAJA CAPITAL	-S/	365,577	-S/	9,331	-S/	10,421	-S/	11,645	-S/	13,017	S/	177,880
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/	365,577	S/	108,231	S/	124,663	S/	195,373	S/	240,458	S/	518,718
Prestamos	S/	182,881										
Quotas			-S/	73,106	-S/	73,106	-S/	73,106	-S/	41,252	-S/	41,252
Escudo fiscal			S/	12,172	S/	9,947	S/	7,182	S/	3,744	S/	2,043
FLUJO DE CAJA DE SERV. DE DEUDA	S/	182,881	-S/	60,934	-S/	63,160	-S/	65,925	-S/	37,508	-S/	39,208
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/	182,696	S/	47,297	S/	61,504	S/	129,448	S/	202,950	S/	479,510
Saldo inicial de caja			S/	-	S/	47,297	S/	108,801	S/	238,249	S/	441,199
SALDO FINAL DE CAJA	S/	-	S/	47,297	S/	108,801	S/	238,249	S/	441,199	S/	920,709

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.11. Análisis de rentabilidad

CAPM

Este método CAPM utiliza algunos referentes del mercado norteamericano y como se estructura el financiamiento de Yaku Cacao, se afina cuando se añaden los riesgos por los accionistas que han considerado.

Descripción	Base	Sigla	Dato
La Tasa Libre de Riesgo	Rentabilidad (T-Bonds USA) - Damodaran 1928-2021	rf	4.87%
Rendimiento Mercado	Rendimiento USA (S&P 500) - Damodaran 1928-2021	Rm	11.51%
Beta Desapalancado	DAMODARAN procesamiento de alimentos	Bd	0.75
Tasa de Riesgo País	BCRP	Rp	1.99%
Porcentaje Cap. Propio	Estructura de financiamiento del proyecto	E	50%
Porcentaje Financ. 1	Estructura de financiamiento del proyecto	D1	34%
Porcentaje Financ. 2	Estructura de financiamiento del proyecto	D2	16%
Impuesto a la Renta (Tasa)	Legislación Vigente	T	29.50%
Beta Apalancado	BA = BD*{1+(D/E)*(1-T)}	Ba	1.29
Costo Cap. Propio	Ke = rf + Ba*(Rm - rf) + Rp	Ke	15.40%

Fuente: Elaboración Propia 2023

COK propio

Las tasas de referencia utilizadas para el COK propio son donde nuestros accionistas conservan el dinero y lo guardan para determinar si no invierten en Yaku Cacao, posteriormente se procede a calcular el promedio, añadiendo a las tasas de deudas para el cálculo el COK propio con un factor de riesgo.

	DESCRIPCIÓN	TASA
SOCIO A	(Dep. a plazo) Banco Interbank	8.31%
SOCIO B	(Depósito a plazo) Banco Pichincha	8.58%
SOCIO C	(Depósito a plazo) Financiera Efectiva	8.86%
SOCIO D	(Depósito a plazo) Banco Ripley	8.73%
SOCIO E	(Depósito a plazo) Banco Saga Falabella	8.50%
	Cok promedio	8.60%
	Factor de riesgo	2.85
	Cok neto propio	24.50%

CONCEPTO	Inversion	Ponderacion	TCEA	TCEA neta
Deuda A.F.	S/ 122,881.00	67%	20.18%	9.56%
Deuda Cap. De Trabajo	S/ 60,000.00	33%	27.44%	6.35%
Deuda total	S/ 182,881.00	100%		15.91%

	TCEA NETA	15.91%
	COK promedio =	8.60%
	Factor =	2.85

Fuente: Elaboración Propia 2023

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC)

Encontramos que el WACC se halla, utilizando el promedio ponderado y las tasas que financian Yaku Cacao (las deudas y el patrimonio), como concepto es la tasa mínima de descuento que tiene el proyecto o el total de los activos con los que cuenta. Es decir, la inversión total.

Concepto	Base	Sigla	Dato
Impuesto a la Renta (Tasa)	Legislación Vigente	T	29.50%
Porcentaje Cap. Propio	Estructura de financiamiento del proyecto	E/V	50%
Porcentaje Financ. 1	Estructura de financiamiento del proyecto	D1/V	34%
Porcentaje Financ. 2	Estructura de financiamiento del proyecto	D2/V	16%
Costo de la deuda 1	Financiamiento	Rd1	20.18%
Costo de la deuda 2	Financiamiento	Rd2	27.44%
Costo de oportunidad de capital	COK propio	cok	24.50%
C. efectivo de la deuda 1	$Rd1 * (1 - T)$	$Rd1 * (1 - T)$	14.23%
C. efectivo de la deuda 2	$Rd2 * (1 - T)$	$Rd2 * (1 - T)$	19.35%
Costo Prom. de Capital	WACC = $D1/V * Rd1 * (1 - T) + D2/V * Rd2 * (1 - T) + E/V * COK$	WACC	20.20%

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.12. Estado de Ganancias y Pérdidas en proyección

Estado de Resultados y del Flujo de Caja

* Estado de Resultados como en los Flujos Proyectados se expresan en soles e indican todos los montos.

* Se sigue con las normas y los procedimientos contables establecidos y vigentes, incluidos en los Estados de Resultados todos los rubros que se presentan no incluyen IGV.

* En el caso de los Flujos de Caja, Financiero y Económico, aquí si es incluido el IGV en todos los rubros, siempre que en ellos se reflejen cada movimiento del efectivo.

* En la asignación de gastos por los Centros de Costo, se consideran algunas áreas como Producción, Ventas y Administración

* 10% del impuesto a la renta es la tasa que se considera de las primeras 15 UIT a efectos de las utilidades y luego el 29.5% en la utilidad superior a 15 UIT.

*** La T:C.E.A. del financiamiento**

Activo fijo	BBVA	20.18%
Capital de trabajo	Mi Banco	27.44%

* valor de venta unitario de cada canal es:

Supermercados saludables	S/	11.86	Sin IGV
Tiendas por conveniencia	S/	13.56	Sin IGV
Tienda Online	S/	16.95	Sin IGV

Fuente: Elaboración Propia 2023

Estado de Resultados sin Gastos Financieros

El estado de ganancias y pérdidas mensual y anual se constituye y se elabora como pieza clave del negocio, De aquí recién es calculado el impuesto a la renta anual, aprovechando las dos escalas de impuestos debido a que es pequeña empresa se puede obtener este beneficio. Aquí no se incluyen, el interés y la utilidad por la venta de los activos ya que lo que se busca es calcular el impuesto y declararlo en el flujo de caja operativo.

	2024	2025	2026	2027	2028
Ventas	S/ 1,770,330	S/ 1,967,627	S/ 2,187,980	S/ 2,434,208	S/ 2,709,460
(-) Costo de ventas	-S/ 1,014,151	-S/ 1,121,988	-S/ 1,227,573	-S/ 1,373,556	-S/ 1,481,241
Consumo de material directo	S/ 724,563	S/ 811,310	S/ 890,042	S/ 991,785	S/ 1,077,022
Mano de obra directa	S/ 50,967	S/ 50,967	S/ 56,063	S/ 82,226	S/ 90,449
Costo indirecto de fabricación	S/ 238,621	S/ 259,711	S/ 281,468	S/ 299,545	S/ 313,770
Utilidad bruta	S/ 756,180	S/ 845,639	S/ 960,407	S/ 1,060,652	S/ 1,228,219
(-) Gastos de administración	-S/ 276,590	-S/ 275,494	-S/ 280,262	-S/ 284,907	-S/ 289,423
(-) Gastos de ventas	-S/ 361,977	-S/ 325,511	-S/ 325,970	-S/ 332,563	-S/ 341,796
(-) Depreciación	-S/ 20,827	-S/ 20,827	-S/ 20,827	-S/ 20,827	-S/ 20,827
(-) Amortización de intangibles	-S/ 48,793	-S/ 30,664	-S/ 30,664	-S/ -	-S/ -
Utilidad operativa	S/ 47,993	S/ 193,142	S/ 302,684	S/ 422,354	S/ 576,172
(-) Gastos financieros					
Utilidad por ventas de activos					
Utilidad antes de impuestos	S/ 47,993	S/ 193,142	S/ 302,684	S/ 422,354	S/ 576,172
Perdida año anterior		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Utilidad antes de impuestos	S/ 47,993	S/ 193,142	S/ 302,684	S/ 422,354	S/ 576,172
(-) Imp. a la renta 10%	-S/ 4,799	-S/ 7,425	-S/ 7,425	-S/ 7,425	-S/ 7,425
(-) Imp. a la renta 29.5%	S/ -	-S/ 35,073	-S/ 67,388	-S/ 102,691	-S/ 148,067
Utilidad Neta	S/ 43,194	S/ 150,644	S/ 227,871	S/ 312,238	S/ 420,680

Imp. a la renta	2024	2025	2026	2027	2028
Hasta 15 UIT	10%	10%	10%	10%	10%
Más de 15UIT	29.5%	29.5%	29.5%	29.5%	29.5%
Util. antes de impuestos	S/ 47,993	S/ 193,142	S/ 302,684	S/ 422,354	S/ 576,172
Hasta 15UIT	S/ 47,993	S/ 74,250	S/ 74,250	S/ 74,250	S/ 74,250
Mas de 15UIT	S/ -	S/ 118,892	S/ 228,434	S/ 348,104	S/ 501,922
Rent. bruta	42.7%	43.0%	43.9%	43.6%	45.3%
Rent. operativa	2.7%	9.8%	13.8%	17.4%	21.3%
Rent. neta	2.4%	7.7%	10.4%	12.8%	15.5%

Fuente: Elaboración Propia 2023

Estado de Resultados con Gastos Financieros

Aquí en el estado de ganancias y pérdidas es donde se incluyen el gasto financiero por los préstamos adquiridos y la utilidad por venta de los activos para recalcular los impuestos verdaderos que tiene que pagar la empresa al estado

	2024		2025		2026		2027		2028	
Ventas	S/	1,770,330	S/	1,967,627	S/	2,187,980	S/	2,434,208	S/	2,709,460
(-) Costo de ventas	-S/	1,014,151	-S/	1,121,988	-S/	1,227,573	-S/	1,373,556	-S/	1,481,241
Consumo de material directo	S/	724,563	S/	811,310	S/	890,042	S/	991,785	S/	1,077,022
Mano de obra directa	S/	50,967	S/	50,967	S/	56,063	S/	82,226	S/	90,449
Costo indirecto de fabricación	S/	238,621	S/	259,711	S/	281,468	S/	299,545	S/	313,770
Utilidad bruta	S/	756,180	S/	845,639	S/	960,407	S/	1,060,652	S/	1,228,219
(-) Gastos de Adm.	-S/	276,590	-S/	275,494	-S/	280,262	-S/	284,907	-S/	289,423
(-) Gastos de ventas	-S/	361,977	-S/	325,511	-S/	325,970	-S/	332,563	-S/	341,796
(-) Depreciación	-S/	20,827	-S/	20,827	-S/	20,827	-S/	20,827	-S/	20,827
(-) Amortización de intangibles	-S/	48,793	-S/	30,664	-S/	30,664	S/	-	S/	-
Utilidad operativa	S/	47,993	S/	193,142	S/	302,684	S/	422,354	S/	576,172
(-) Gastos financieros	-S/	41,261	-S/	33,718	-S/	24,345	-S/	12,690	-S/	6,927
Utilidad por ventas de activos								S/		43,550
Util. antes de impuestos	S/	6,732	S/	159,425	S/	278,339	S/	409,664	S/	612,796
Perdida año anterior			S/	-	S/	-	S/	-	S/	-
Util. antes de impuestos	S/	6,732	S/	159,425	S/	278,339	S/	409,664	S/	612,796
(-) Impuesto a la renta 10%	-S/	673	-S/	7,425	-S/	7,425	-S/	7,425	-S/	7,425
(-) Impuesto a la renta 29.5%	S/	-	-S/	25,127	-S/	60,206	-S/	98,947	-S/	158,871
Utilidad neta	S/	6,059	S/	126,873	S/	210,707	S/	303,292	S/	446,500
ESCUDO FISCAL	S/	12,172	S/	9,947	S/	7,182	S/	3,744	S/	2,043
Imp. a la renta		2024		2025		2026		2027		2028
Hasta 15 UIT		10%		10%		10%		10%		10%
Más de 15UIT		29.5%		29.5%		29.5%		29.5%		29.5%
Util. antes de impuestos		6,732		159,425		278,339		409,664		612,796
Hasta 15UIT		6,732		74,250		74,250		74,250		74,250
Más de 15UIT		0		85,175		204,089		335,414		538,546
Rent. bruta		42.7%		43.0%		43.9%		43.6%		45.3%
Rent. operativa		2.7%		9.8%		13.8%		17.4%		21.3%
Rent. neta		0.3%		6.4%		9.6%		12.5%		16.5%

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.13. Balance General proyectado de la empresa

BALANCE GENERAL PROYECTADO												
AÑOS	0		1		2		3		4		5	
ACTIVOS												
CAJA BANCOS	S/	-	S/	47,297	S/	108,801	S/	238,249	S/	441,199	S/	920,709
CRED. FISCAL	S/	32,963										
INVENTARIOS	S/	10,393	S/	137,718	S/	214,100	S/	296,866	S/	388,101	S/	341,593
CAP. DE TRABAJO	S/	83,724	S/	9,331	S/	10,421	S/	11,645	S/	13,017	S/	13,017
GARANTIA DE ALQUILER	S/	11,200	S/	11,200	S/	11,200	S/	11,200	S/	11,200	S/	11,200
ACT. FIJO	S/	104,136	S/	104,136	S/	104,136	S/	104,136	S/	104,136	S/	104,136
(-) DEPREC.ACUM			█S/	20,827	█S/	41,655	█S/	62,482	█S/	83,309	█S/	104,136
ACTIVO INTANGIBLES	S/	123,160	S/	123,160	S/	123,160	S/	123,160	S/	123,160	S/	123,160
(-) AMORTIZAC.ACUM.			-S/	72,225	-S/	102,889	-S/	133,553	-S/	133,553	-S/	133,553
TOTAL ACTIVO	S/	365,577	S/	339,790	S/	427,275	S/	589,221	S/	863,952	S/	1,276,126
PASIVO												
IGV POR PAGAR												
PRESTAMOS POR PAGAR	S/	182,881	S/	151,036	S/	111,647	S/	62,886	S/	34,325	S/	-
CAPITAL	S/	182,696	S/	182,696	S/	182,696	S/	182,696	S/	182,696	S/	182,696
RESULTADO ACUMULADO	S/	-	S/	-	S/	6,059	S/	132,932	S/	343,639	S/	646,931
RESULTADO EJERCICIO	S/	-	S/	6,059	S/	126,873	S/	210,707	S/	303,292	S/	446,500
TOTAL PASIVO Y PATRIM.	S/	365,577	S/	339,790	S/	427,275	S/	589,221	S/	863,952	S/	1,276,126

Fuente: Elaboración Propia 2023

1.8.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa

LAS VARIABLES DE ENTRADA

	2024	2025	2026	2027	2028
Demanda por producto					
Bombones Yaku	40,396	44,898	49,926	55,544	61,825
Brownie Yaku	50,495	56,122	62,407	69,431	77,282
Trufas Yaku	37,871	42,092	46,806	52,073	57,961
Demanda total	128,762	143,112	159,139	177,048	197,068
Las Planillas	S/ 483,710	S/ 501,431	S/ 508,650	S/ 536,672	S/ 566,046
Valor venta unitaria promedio	S/ 13.75	S/ 13.75	S/ 13.75	S/ 13.75	S/ 13.75
Costo de los materiales promedio	S/ 6.47	S/ 6.39	S/ 6.29	S/ 6.28	S/ 6.11
El Alquiler	S/ 67,200	S/ 78,000	S/ 88,800	S/ 99,600	S/ 110,400

LAS VARIABLES DE SALIDA

VAN ECONÓMICO	S/ 245,140
VAN FINANCIERO	S/ 206,806
TIR ECONÓMICO	40.69%
TIR FINANCIERO	54.21%

TASAS INICIALES

COK	24.50%
WACC	20.20%

Fuente: Elaboración Propia 2023

Bombones Yaku

VAN = 0	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Bombones Yaku	40,396	44,898	49,926	55,544	61,825
VAN ECONOMICO					S/ 245,140
TIR ECONOMICA					40.69%
TIR FINANCIERA					54.21%
VARIACION MAXIMA					-24.91%
Demanda variada	30,333	33,714	37,489	41,708	46,424
VAN ECONOMICO					S/ 16,868
TIR ECONOMICA					21.67%
TIR FINANCIERA					24.50%

La demanda de BOMBONES YAKU como variable se encuentra que no es crítica y se puede disminuir hasta 24.91%

Fuente: Elaboración Propia 2023

Brownie Yaku

VAN FINANCIERO = 0	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Brownie Yaku	50,495	56,122	62,407	69,431	77,282
VAN ECONOMICO					S/ 245,140
TIR ECONOMICO					40.69%
TIR FINANCIERO					54.21%
VARIACION MAXIMA					-19.93%
Demanda variada	40,432	44,938	49,971	55,594	61,881
VAN ECONOMICO					S/ 16,868
TIR ECONOMICA					21.67%
TIR FINANCIERO					24.50%

La demanda del BROWNIE YAKU como variable se encuentra que no es crítica y se puede disminuir hasta 19.93%

Fuente: Elaboración Propia 2023

Trufas Yaku

VAN FINANCIERO = 0	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Trufas Yaku	37,871	42,092	46,806	52,073	57,961
VAN ECONOMICO					S/ 245,140
TIR ECONOMICO					40.69%
TIR FINANCIERO					54.21%
VARIACION MAXIMA					-26.57%
Demanda variada	27,808	30,907	34,368	38,236	42,560
VAN ECONOMICO					S/ 16,868
TIR ECONOMICO					21.67%
TIR FINANCIERO					24.50%

La demanda de TRUFAS YAKU no se considera una variable crítica, ya que podría disminuir hasta de 26.57%

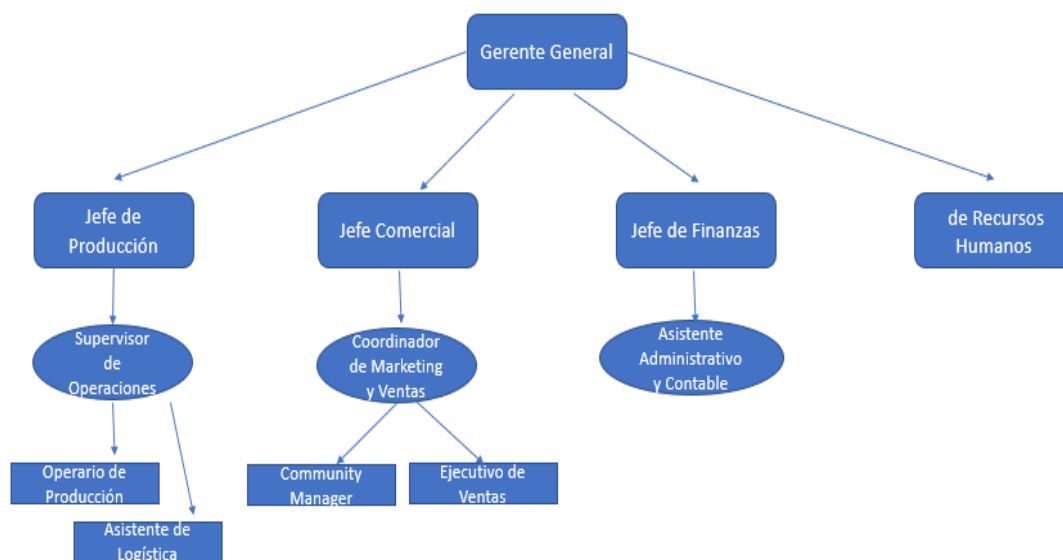
1.9 La descripción del equipo gerencial de la empresa

1.9.1 Organigrama de la empresa

En YAKU CACO la empresa se conforma con el siguiente orden jerárquico que se indica en el organigrama de la empresa.

Tabla 14

Organigrama de Yaku Cacao



Nota. La siguiente es la estructura organizacional de Yaku Cacao y el orden jerárquico de los puestos. Fuente: Elaboración Propia 2023

CAPITULO IV: ESTUDIO DE MERCADO

2.0 Plan de Estudio de Mercado

2.1. Desarrollar el procedimiento de recolección de datos

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Cuantitativa	Encuestas

2.2. Marco Muestral

Marco Muestral

MARCO DE MUESTRA

$$Yaku = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

			Z
Nivel de confianza	=	95%	1.96
Probabilidad de éxito(p)	=	50%	
Probabilidad de fracaso(q)	=	50%	
Margen de error	=	5%	

Yaku	=	$\frac{(1.96^2) * 50% * 50%}{(0.05^2)}$	=	385
------	---	---	---	-----

La cantidad de encuestas es la ideal para la implementación del Proyecto

2.3. Recolectar los datos

ENCUESTAS PARA MERCADOS – YAKU CACAO

Instrucciones: Leer las preguntas y marcar con una (X) la alternativa correcta y/o que crea más conveniente. La presente encuesta es de carácter académico y se desarrolla de manera confidencial buscando veracidad y honestidad en las respuestas a efectos de nuestra investigación.

Parte 1: Filtro de Preguntas

- A. Género:
1. Mujer
 2. Hombre
- B. ¿Qué edad tiene?
1. 5 - 19
 2. 20 – 34
 3. 35 – 44
 4. 45 – 59
 5. 60 a más
- C. ¿En qué distrito de Lima vives?
1. Jesús María
 2. San Miguel
 3. Pueblo Libre
 4. Magdalena
 5. Lince
 6. San Isidro
 7. Miraflores
 8. La Molina
 9. San Borja
 10. Santiago de Surco
 11. Otros
- D. ¿Cuál es tu nivel de ingresos?
1. 0 - S/. 3,970
 2. S/. 3,971 – S/. 7,020
 3. S/. 7,021 – S/. 12,770
 4. S/. 12.771 a más
- E. ¿Compra productos de calidad orgánicos que contribuyen con su salud?
1. Si
 2. No
- F. ¿Las compras donde las realiza?
1. Supermercados
 2. Tiendas por conveniencia
 3. Tiendas especializadas
 4. E-commerce

Parte 2: Perfil Consumidor

- G. ¿Consume continuamente cacao orgánico en diferentes recetas? (postres o comidas)
1. Si
 2. No
- H. ¿Podría consumir chocolates en postres con cacao orgánico?
1. Si (Ir a validación del producto pregunta 12)
 2. No (Fin de la encuesta)
- I. ¿Cuáles marcas de chocolates orgánicos más conoce? (puede marcar más de 1 alternativa).
1. Tabernero bombones
 2. La Ibérica pastillas
 3. Orquídea
 4. Shattell
 5. Acasiap
 6. Inkao
 7. Bakau
 8. Manzano
 9. La ensenada
 10. Q'uma
 11. Maraná
 12. Slender
 13. Inkani
 14. Bon Cacao
- J. ¿Cuál es su consumo de chocolates orgánicos a la semana?
1. 1 paquete
 2. 3 paquetes
 3. 5 paquetes
 4. 6 paquetes
- K. ¿Cuánto gasta a la semana en chocolates orgánicos?
1. Menos de S/. 15.00
 2. De S/. 15.00 a S/. 19.00
 3. De S/. 20.00 a S/. 24.00
 4. De S/. 50.00 a S/. 29.00
 5. Desde S/. 30.00

Parte 3: Validación

Al momento de tener un antojo de dulce, sentimos el remordimiento de toda el azúcar que contiene, o los octógonos o contraindicaciones que tiene el consumir cualquier postres o dulce. YAKU CACAO es una empresa peruana. emprendimiento que nace de 4 amigos que se reúnen compartiendo la misma idea de negocio que incluye 3 factores fundamentales y pilares para la creación de la marca. sostenibilidad, crecimiento y desarrollo y la generación de hábitos en la salud de las personas.

Ofreceremos chocolate orgánico 100% de nuestra amazonia peruana y de la mejor calidad, presentado en 3 productos

<ul style="list-style-type: none"> Bombones Yaku con fresa, leche condensada y chocolate 	1 CAJA / 15 unidades	
<ul style="list-style-type: none"> Brownie Yaku de chocolate 	1 CAJA / Pack 2 unidades	
<ul style="list-style-type: none"> Trufas Yaku de chocolate 	1 CAJA / Pack de 4 unidades	

L. ¿Compraría usted nuestra propuesta de chocolates orgánicos “Yaku”?

- Si
- No

M. ¿Cuánto pagaría por alguno de nuestros chocolates orgánicos?

- Menos de S/. 15.00
- De S/. 15.00 a S/. 19.00
- De S/. 20.00 a S/. 24.00
- De S/. 25.00 a S/. 29.00
- De S/. 30.00 a más

N. ¿Con qué frecuencia compraría usted alguno de nuestros chocolates orgánicos?

- Todas las semanas
- Intersemanal
- Cada 15 días
- Cada 2 semanas
- Una vez al Mes

O. ¿Cuántas cajas de nuestros chocolates orgánicos realizaría en sus compras?

1. 1 caja
2. 3 cajas
3. 5 cajas
4. 6 cajas

P. ¿Qué producto de nuestra cartera de chocolates orgánicos preferiría?

- a. Bombones Yaku con fresa, leche condensada y chocolate (caja de 15 unidades)
- b. Brownie Yaku de chocolate (caja de 2 unidades)
- c. Trufas Yaku de chocolate (caja de 4 unidades)

Q. ¿Nuestra propuesta de chocolate orgánico en que estación cree que se compra más?

1. Otoño
2. Verano
3. Primavera
4. Invierno
5. Todo el año

R. ¿En qué tipos de tiendas le gustaría encontrar nuestros chocolates orgánicos “Yaku”?

	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
1. Supermercados saludables (Flora&Fauna, Sanahoria, Organa)					
2. Tiendas por conveniencia (Listo, repsol, oxxo, tambo, etc)					
3. Tienda online (E-commerce)					

S. ¿De nuestros chocolates orgánicos cuál cree usted es el atributo más importante?

	Nada importante (1)	Poco importante (2)	Importante (3)	Muy importante (4)	Totalmente importante (5)
1. Cacao orgánico					
2. Variedad de presentaciones					
3. Combinación de sabores					
4. Beneficios					

T. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de nuestros chocolates orgánicos?

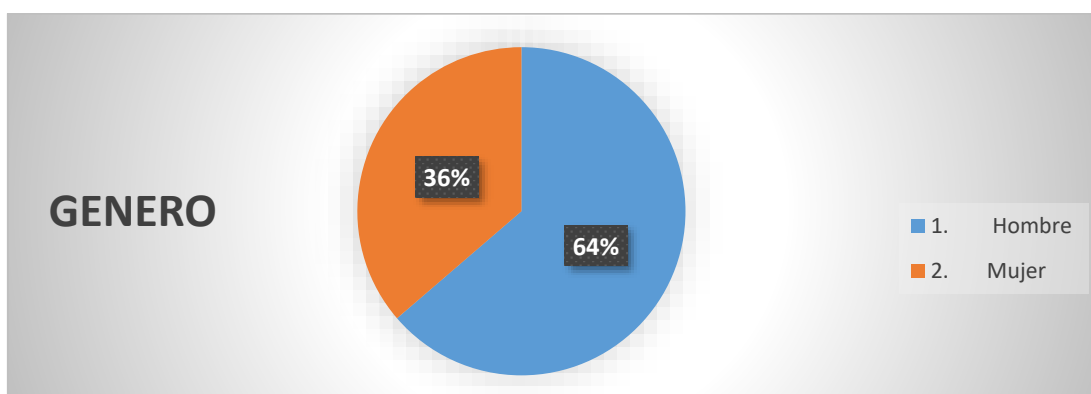
	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
1. Medios Web					
2. Correo					
3. Televisión y Radio					
4. Redes sociales					

2.4. Encuestas de Yaku Cacao

Parte 1: Filtro de Preguntas

1. ¿Género?

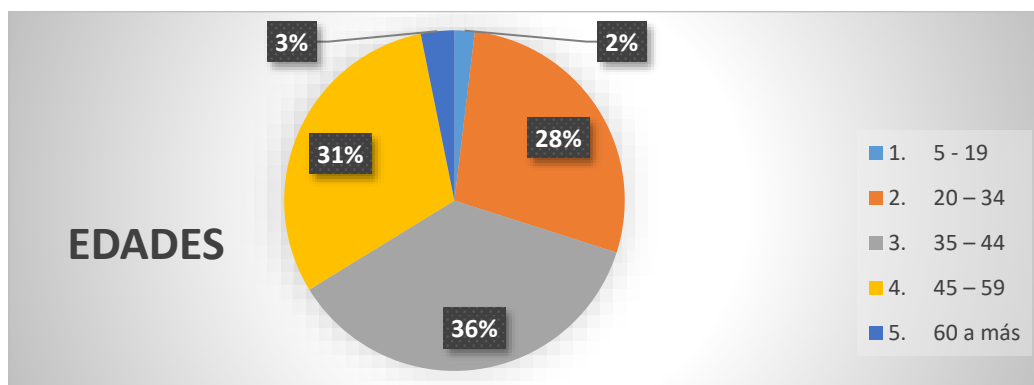
	Nº	%
a. Hombre	100	63.69%
b. Mujer	57	36.31%
	157	100%



2. ¿Qué edad tiene?

	Nº	%
a. 5 - 19	3	1.91%
b. 20 - 34	44	28.03%
c. 35 - 44	57	36.31%
d. 45 - 59	48	30.57%
e. 60 a más	5	3.18%
	157	100%

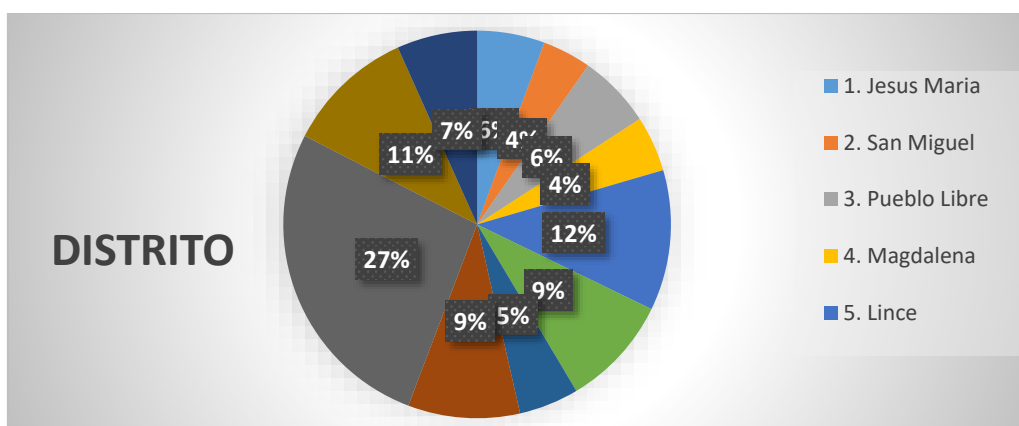
PASAN A LA PREGUNTA 3 **149**



C. ¿En que distrito de Lima vives?

	Nº	%
1. Jesus Maria	8	5.64%
2. San Miguel	6	4.06%
3. Pueblo Libre	9	6.14%
4. Magdalena	7	4.64%
5. Lince	17	11.71%
6. San isidro	14	9.25%
7. Miraflores	7	4.99%
8. La Molina	14	9.34%
9. San Borja	40	26.77%
10. Santiago de Surco	16	10.73%
11. Otros	10	6.71%
	149	100%

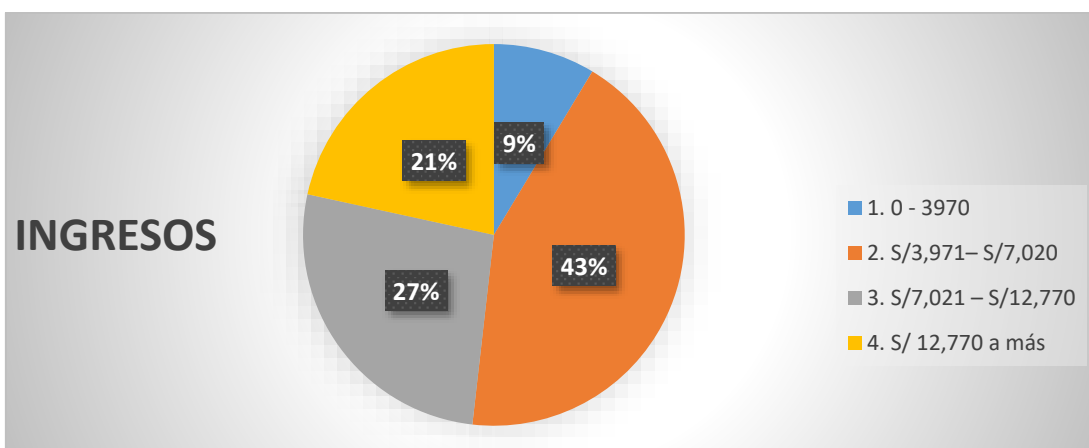
PASAN A LA PREGUNTA 4 **139**



D.¿Cuál es tu nivel de ingresos?

	Nº	%
1. 0 - 3970	12	8.63%
2. S/3,971– S/7,020	60	43.17%
3. S/7,021 – S/12,770	37	26.62%
4. S/ 12,770 a más	30	21.58%
	139	100%

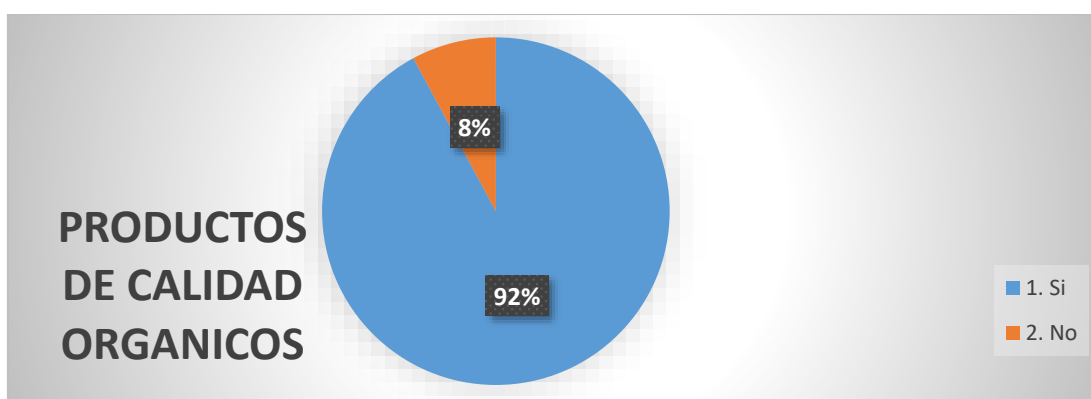
PASAN A LA PREGUNTA 5 127



E.¿Compra productos de calidad orgánicos que contribuyen con su salud?

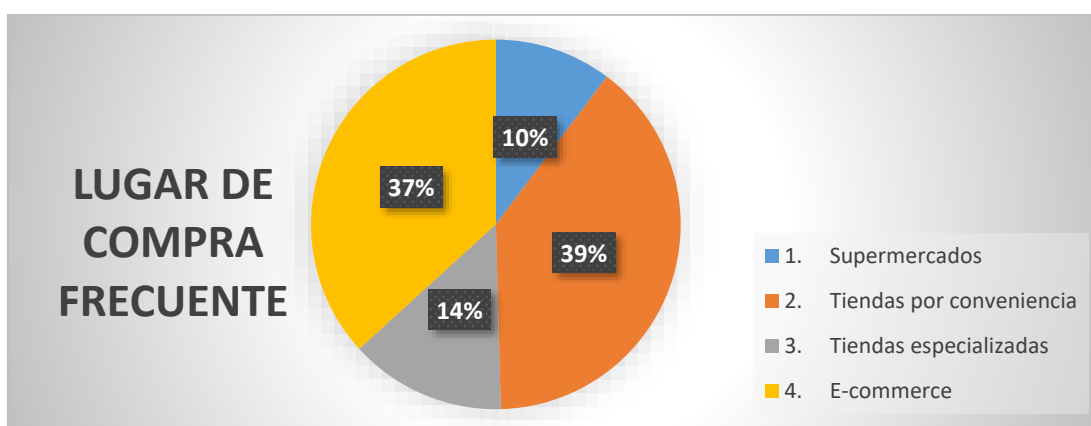
	Nº	%
1. Si	117	92.13%
2. No	10	7.87%
	127	100%

PASAN A LA PREGUNTA 6 117



F. ¿Las compras donde las realiza?

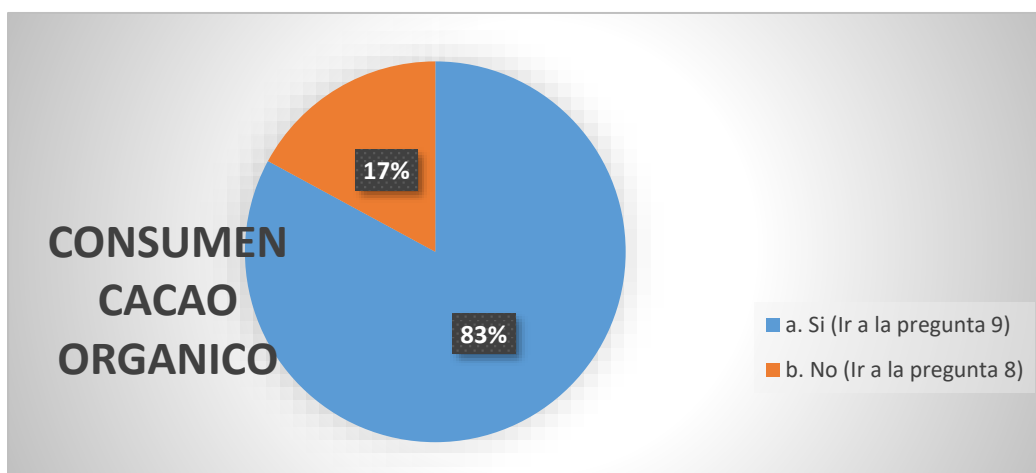
	Nº	%
1. Supermercados	12	10.26%
2. Tiendas por conveniencia	46	39.32%
3. Tiendas especializadas	16	13.68%
4. E-commerce	43	36.75%
	117	100%



Parte 2: Perfil Consumidor

G. ¿Consume continuamente cacao orgánico en diferentes recetas? (postres o comidas)

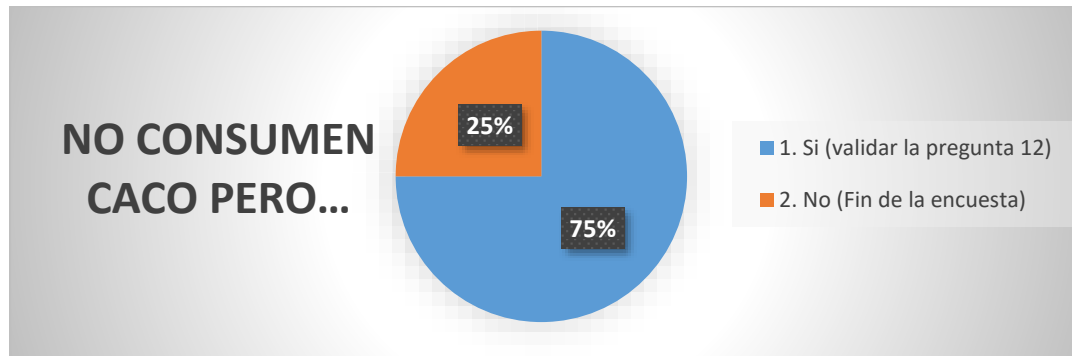
	Nº	%
1. Si	97	82.91%
2. No	20	17.09%
	117	100%



H.¿Podría consumir chocolates en postres con cacao orgánico?

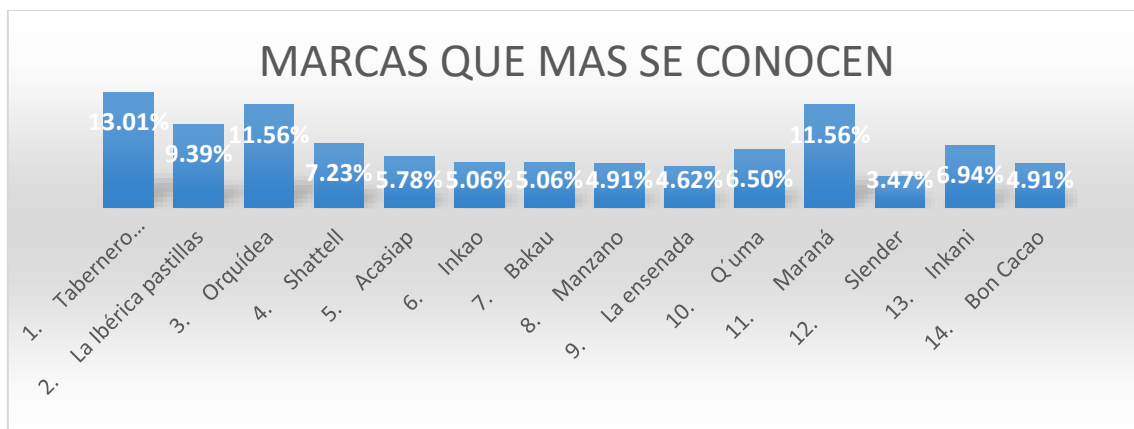
	Nº	%
1. Si (validar la pregunta 12)	15	75.00%
2. No (Fin de la encuesta)	5	25.00%
	20	100%

PASAN A LA PREGUNTA 10	15
-------------------------------	-----------



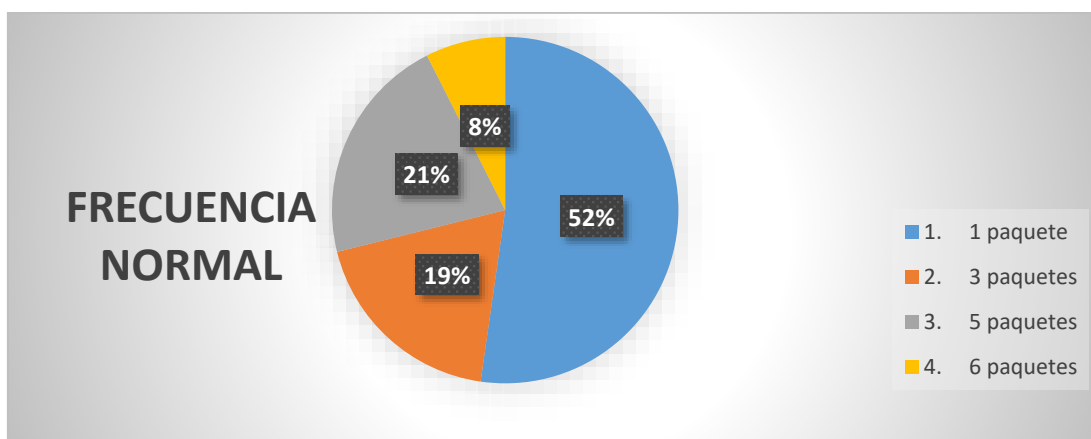
I.¿Cuáles marcas de chocolates orgánicos más conoce?(Puede marcar más de 1)

	Nº	%
1. Taberero bombones	90	13.01%
2. La Ibérica pastillas	65	9.39%
3. Orquídea	80	11.56%
4. Shattell	50	7.23%
5. Acasiap	40	5.78%
6. Inkao	35	5.06%
7. Bakau	35	5.06%
8. Manzano	34	4.91%
9. La enseñada	32	4.62%
10. Q'uma	45	6.50%
11. Maraná	80	11.56%
12. Slender	24	3.47%
13. Inkani	48	6.94%
14. Bon Cacao	34	4.91%
	692	100%



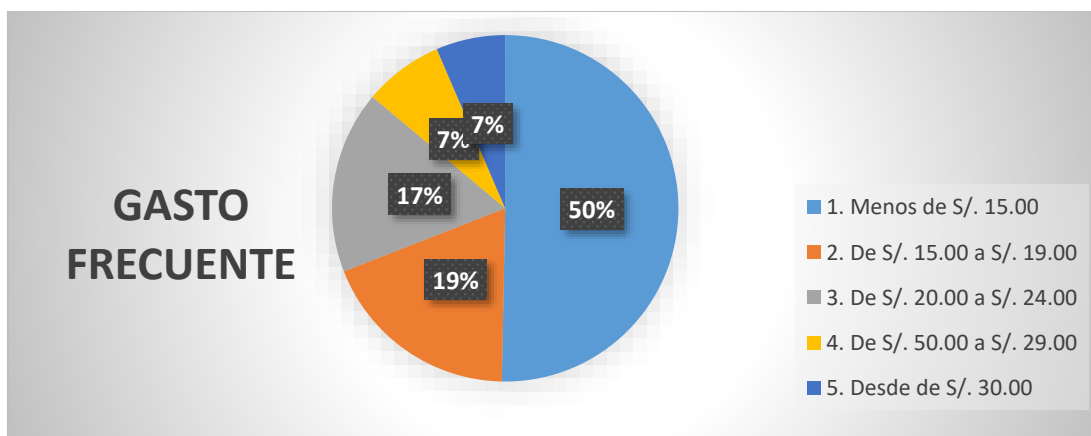
J. ¿Cuál es su consumo de chocolates orgánicos a la semana?

	Nº	%
1. 1 paquete	61	52.27%
2. 3 paquetes	22	18.85%
3. 5 paquetes	25	21.42%
4. 6 paquetes	9	7.46%
	117	100%



K. ¿Cuánto gasta a la semana en chocolates orgánicos?

	Nº	%
1. Menos de S/. 15.00	59	50.31%
2. De S/. 15.00 a S/. 19.00	22	18.76%
3. De S/. 20.00 a S/. 24.00	20	17.05%
4. De S/. 50.00 a S/. 29.00	9	7.42%
5. Desde de S/. 30.00	8	6.46%
	117	100%



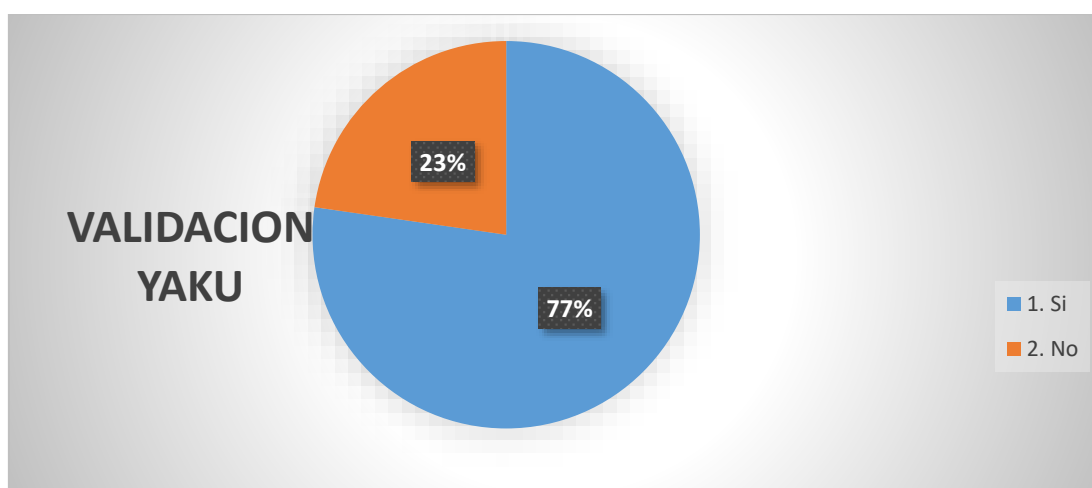
Parte 3: Validación

PREGUNTA NUMERO 8	15
PREGUNTA NUMERO 11	117
TOTAL DE PREGUNTAS 12	132

L.¿Compraría usted nuestra propuesta de chocolates orgánicos "Yaku"?

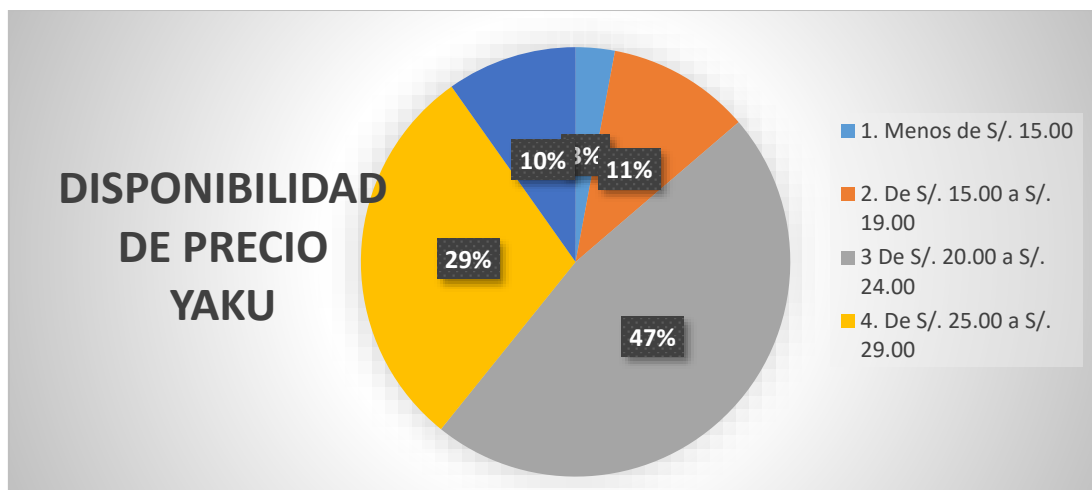
	Nº	%
1. Si	102	77.27%
2. No	30	22.73%
	132	100%

PASAN A LA PREGUNTA 11	102
-------------------------------	------------



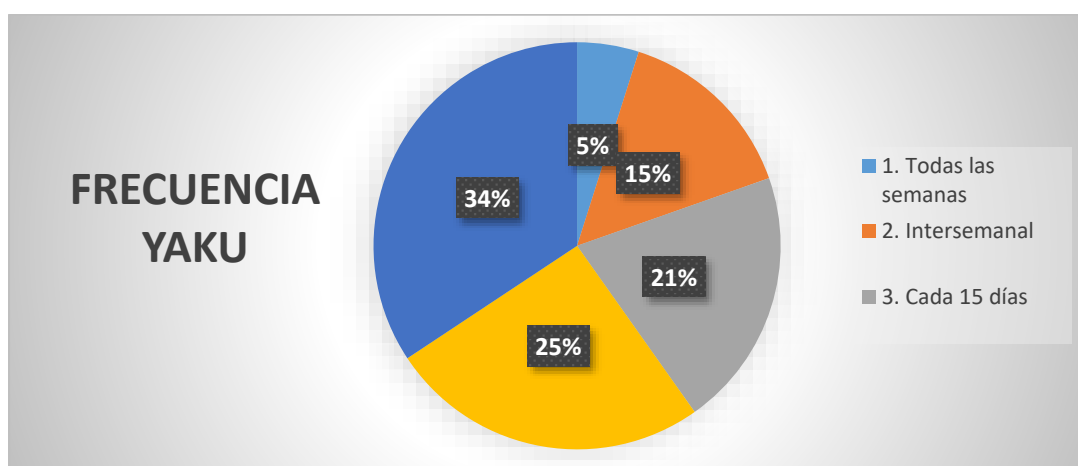
M.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alguno de nuestros chocolates orgánicos?

	Nº	%
1. Menos de S/. 15.00	3	2.94%
2. De S/. 15.00 a S/. 19.00	11	10.78%
3 De S/. 20.00 a S/. 24.00	48	47.06%
4. De S/. 25.00 a S/. 29.00	30	29.41%
5. De S/. 30.00 a más	10	9.80%
	102	100%



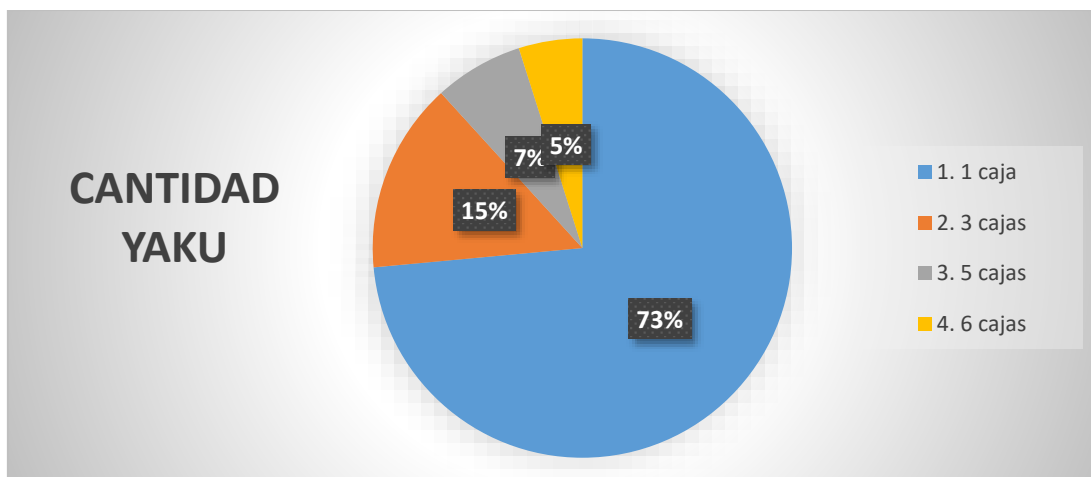
N.¿Con qué frecuencia compraría usted alguno de nuestros chocolates orgánicos?

	Nº	%
1. Todas las semanas	5	4.90%
2. Intersemanal	15	14.71%
3. Cada 15 días	21	20.59%
4. Cada 2 semanas	26	25.49%
5. Una vez al Mes	35	34.31%
Total	102	100%



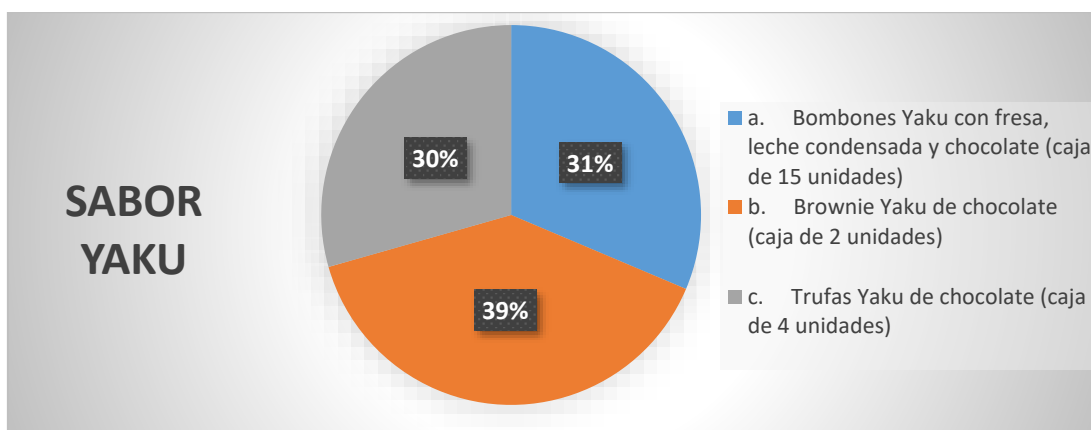
O.¿Cuántas cajas de nuestros chocolates orgánicos realizaría en sus compras?

	Nº	%
1. 1 caja	75	73.53%
2. 3 cajas	15	14.71%
3. 5 cajas	7	6.86%
4. 6 cajas	5	4.90%
Total	102	100%



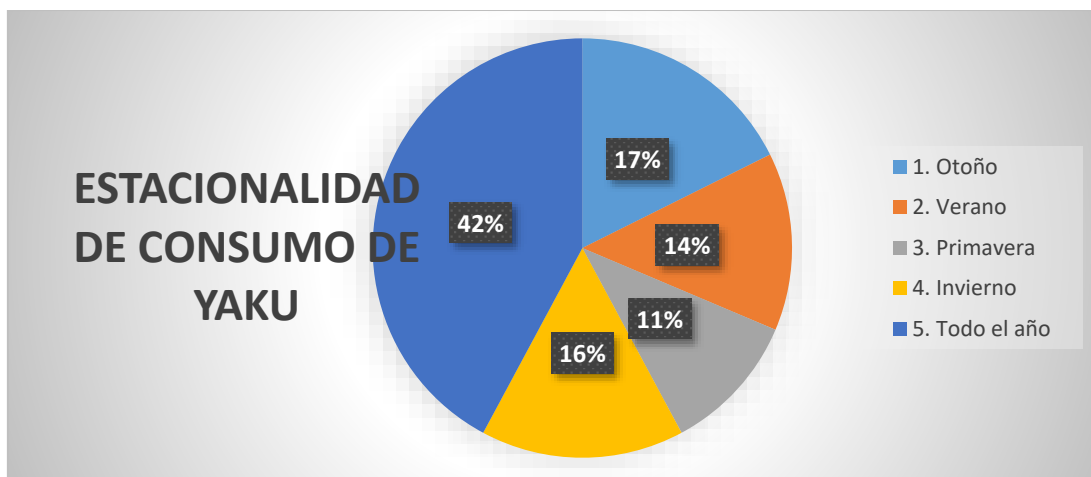
P.¿Qué producto de nuestra cartera de chocolates orgánicos preferiría?

	Nº	%
a. Bombones Yaku con fresa, leche condensada y chocolate (caja de 15 uni	32	31.37%
b. Brownie Yaku de chocolate (caja de 2 unidades)	40	39.22%
c. Trufas Yaku de chocolate (caja de 4 unidades)	30	29.41%
	102	100%



Q.¿Nuestra propuesta de chocolate orgánico en que estación cree que se compra más? orgánico?

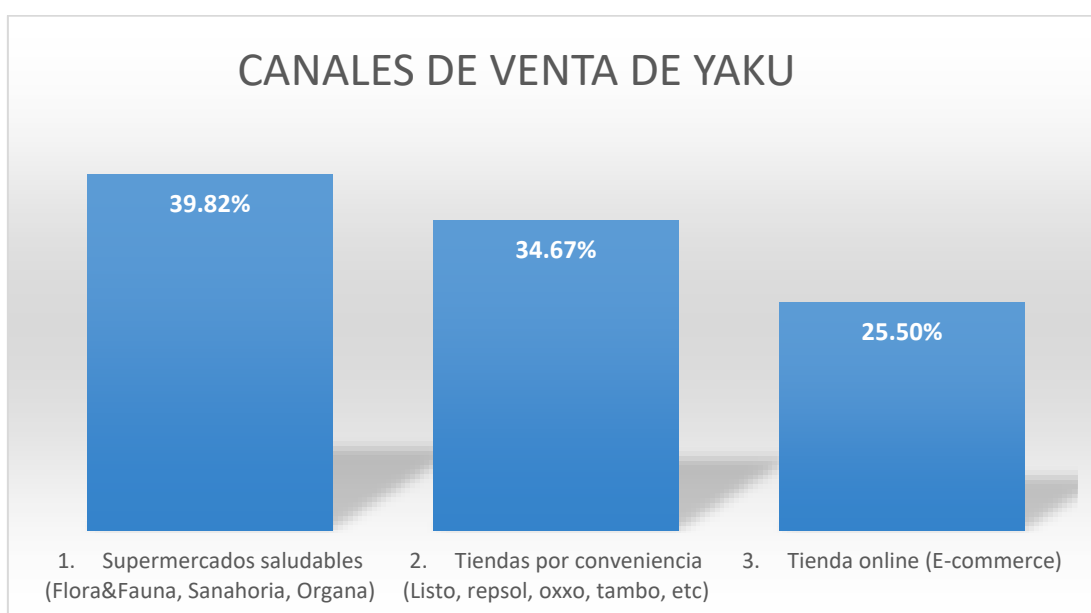
	Nº	%
1. Otoño	18	17.65%
2. Verano	14	13.73%
3. Primavera	11	10.78%
4. Invierno	16	15.69%
5. Todo el año	43	42.16%
	102	100%



R.¿En qué tipos de tiendas le gustaría encontrar nuestros chocolates orgánicos "Yaku"?

	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	TOTAL
1. Supermercados saludables (Flora&Fauna, Sanahoria, Organa)	1	1	1	6	93	102
2. Tiendas por conveniencia (Listo, repsol, oxo, tambo, etc)	0	11	12	22	57	102
3. Tienda online (E-commerce)	14	19	25	30	14	102

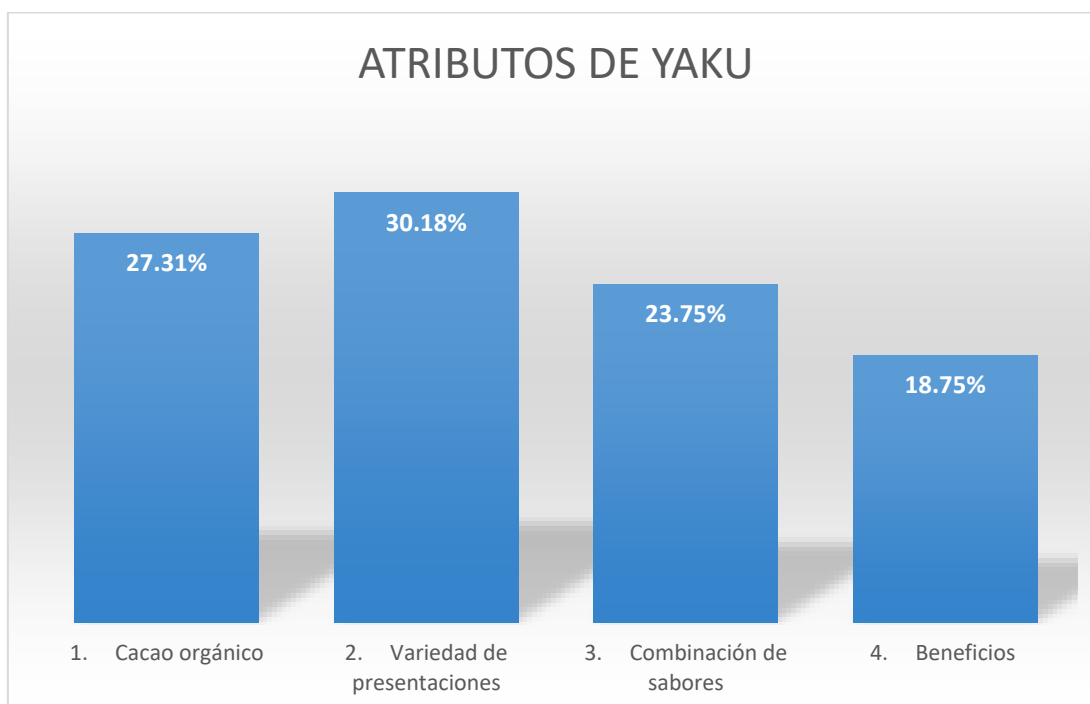
	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	Ponderado	TOTAL
1. Supermercados saludables (Flora&Fauna, Sanahoria, Organa)	1	2	3	24	465	495	39.82%
2. Tiendas por conveniencia (Listo, repsol, oxo, tambo, etc)	0	22	36	88	285	431	34.67%
3. Tienda online (E-commerce)	14	38	75	120	70	317	25.50%
TOTAL						1243	100.00%



S.¿De nuestros chocolates orgánicos cuál cree usted es el atributo más importante?

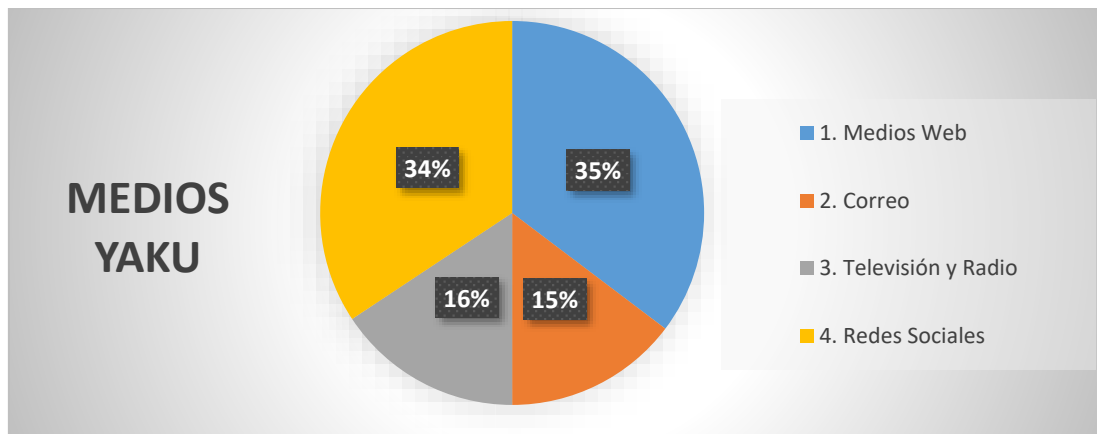
	Nada importante (1)	Poco importante (2)	Importante (3)	Muy importante (4)	Totalmente importante (5)	TOTAL
1. Cacao orgánico	6	6	20	29	41	102
2. Variedad de presentaciones	0	10	10	19	63	102
3. Combinación de sabores	1	15	40	34	12	102
4. Beneficios	11	27	50	11	3	102

	Nada importante (1)	Poco importante (2)	Importante (3)	Muy importante (4)	Totalmente importante (5)	Ponderado	TOTAL
1. Cacao orgánico	6	12	60	116	205	399	27.31%
2. Variedad de presentaciones	0	20	30	76	315	441	30.18%
3. Combinación de sabores	1	30	120	136	60	347	23.75%
4. Beneficios	11	54	150	44	15	274	18.75%
TOTAL						1461	100.00%



T.¿Por qué medio le gustaría enterarse de nuestros chocolates orgánicos?

	Nº	%
1. Medios Web	36	35.29%
2. Correo	15	14.71%
3. Televisión y Radio	16	15.69%
4. Redes Sociales	35	34.31%
TOTAL	102	100%



Conclusiones

La producción y venta de chocolate orgánico puede ser una empresa rentable y sostenible a largo plazo. Con la creciente demanda de alimentos saludables y sostenibles, así como la creciente conciencia sobre la importancia de la agricultura sostenible y la equidad en la cadena de suministro, Yaku Cacao puede tener éxito en un mercado en crecimiento. Con una buena planificación, una excelente calidad.

Con una estrategia de marketing bien desarrollada, operaciones eficientes y un enfoque en la calidad, la ética y la sostenibilidad, esperamos que Yaku Cacao se convierta en una marca líder en el mercado de chocolate orgánico.

Recomendaciones

- El Perú actualmente realiza el cultivo del cacao, por lo que, si la empresa desea diversificar su producción, es decir debería incluir la fabricación del cacao, es recomendable que se asocie con productores regionales. Esto le ayudaría a generar valor de marca y ser una empresa sostenible en el tiempo. Esto ayudaría que sus productos se diversifiquen y tengan un valor agregado mayor que otros productos.
- Nos da a entender que tenemos un gran mercado en el cacao no solo local sino internacional que lo que ayudaría que la empresa crezca más rápido ya que estamos en un contexto global donde la tecnología no ayuda a agilizar los procesos, y dar más facilidades para poder llegar al cliente final.
- Sería deseable volver a invertir en tecnología ya que esto ayudaría a agilizar los procesos de compra, venta y distribución.

Referencias Bibliográficas

- Diario Oficial El Peruano. (2018). Aprueban Reglamento de la Ley N° 30709, Ley que prohíbe la discriminación remunerativa entre varones y mujeres. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-reglamento-de-la-ley-n-30709>
- Guevara, J. (2018, marzo 6). Explicación Paso a Paso: La Cosecha y El Procesamiento del Cacao. *Perfect Daily Grind Español*. <https://perfectdailygrind.com/es/2018/03/06/explicacion-paso-paso-la-cosecha-y-el-procesamiento-del-cacao/>
- Ministerio de la Producción. (2021). Guía de Implementación de la Norma Técnica Peruana NTP-ISO 2451 Granos de cacao. Especificaciones y requisitos de calidad. <https://hub.unido.org/sites/default/files/publications/03.%20GQSP%20PER%C3%9A%20-%20Gu%C3%ADa%20103%20-%20NTP-ISO%202451-2018%20Granos%20de%20cacao.%20Especificaciones%20y%20requisitos%20de%20calidad.pdf>
- Ministerio de Agricultura. (2011). Un campo fértil para sus inversiones y el desarrollo de sus exportaciones. *Ficha Técnica del Cacao*. https://www.midagri.gob.pe/portal/download/pdf/biblioteca-virtual/ficha-tecnica-2011/ficha_cacao.pdf
- Ministerio de Agricultura. (2020, septiembre 30). Producción nacional de cacao en grano creció en la última década a un promedio de 12.6% al año. <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/305143-produccion-nacional-de-cacao-en-grano-crecio-en-la-ultima-decada-a-un-promedio-de-12-6-al-ano>