



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ECONÓMICA
Y DE NEGOCIOS

Jabón artesanal de cacao orgánico

Trabajo de investigación para optar el grado académico de
Bachiller en Ingeniería Económica y de Negocios

Integrantes:

Maribel Maritza Vivanco Parco

Karol Viviana Saravia Saldaña

Karol Fabiola Mercado Chávez

Alexander Grande Espino

Melisa Alania Caton

LIMA- PERÚ

2020

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR JURADO

Fecha: 06/02/2020

El Jurado del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Luis Eduardo García Calderón

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

Jabón Artesanal de Cacao Orgánico

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
100022328	Vivanco Parco Maribel Maritza	Maribel.96.0210@gmail.com	980032182
100032085	Saravia Saldaña Karol Viviana	Karol-21-1@hotmail.com	945342382
100020275	Grande Espino Alexander	Alexandergrandeespino@gmail.com	987521943
100022829	Mercado Chávez Karol Fabiola	Kafabimch@gmail.com	933447955
180000066	Alania Catón Melisa	Melisa.53tu@gmail.com	929373590

Para optar al grado de Bachiller en: Ingeniería Económica y de Negocios en la carrera de Ingeniería Económica, 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	
100022328	Vivanco Parco Maribel Maritza	Aprobado (16)	Desaprobado ()
100032085	Saravia Saldaña Karol Viviana	Aprobado (16)	Desaprobado ()
100020275	Grande Espino Alexander	Aprobado (16)	Desaprobado ()
100022829	Mercado Chávez Karol Fabiola	Aprobado (16)	Desaprobado ()
180000066	Alania Catón Melisa	Aprobado (16)	Desaprobado ()

El jurado firma en señal de conformidad.



Mg. Luis Eduardo García Calderón

Índice

1. Antecedentes	6
1.1. Propiedades del Cacao	8
1.2. El Cadmio	8
2. Descripción del Problema Económico	9
3. Idea de Inversión	9
3.1. Análisis externo	10
a. Fuerzas PEST	10
3.2. Análisis Industrial	15
a. Fuerzas de Porter	15
3.3. Análisis Interno	18
a. FODA	18
4. Formulación de Alternativas	19
4.1. Arroz	19
a. Beneficios	19
b. Riesgo de cultivo	20
c. Distribución Geográfica	20
4.2. Coco	20
a. Beneficios	20
b. Riesgos de cultivo	20
c. Distribución Geográfica	20
4.3. Cacao	20
a. Beneficios	20
b. Riesgos de Cultivo	21
c. Distribución Geográfica	21
5. Matriz de Decisión de Alternativas	21
6. Justificación de la Inversión	22
7. Diseño de la Superestructura	22
7.1. La Misión	22
7.2. La Visión	23
7.3. Valores	23
7.4. Formulación de la Estrategia	23
8. Planeamiento por áreas de Negocio	24

8.1. Aspectos Legales	24
a. Constitución de la empresa – Minuta	24
b. Contratos de alquiler de bienes inmuebles	27
c. Autorizaciones de Funcionamiento	28
8.2. Aspectos tributarios	28
a. Obtención de RUC	28
b. Obtención de la clave SOL.....	30
c. Autorización e impresión de comprobantes de pago	30
d. Declaración de impuestos cuando se inicien actividades.....	32
e. Régimen para MYPE	35
f. Gratificaciones.....	36
g. Beneficios	37
8.3. Aspectos Laborales	38
a. Contratos	38
b. Salarios.....	38
c. Jornada de trabajo	39
d. Vacaciones	39
e. Los Impuestos	39
8.4. Aspectos Técnicos	40
a. Estudio tecnológico	40
b. Proceso de producción.....	40
c. Certificación.....	41
d. Certificación DIGEMIND	45
e. Autorización sanitaria de funcionamiento de productos sanitarios.....	46
f. Diseño de planta	46
8.5. Estudio de Mercado	46
a. Resumen ejecutivo	46
b. BRIEF	47
c. Antecedentes.....	48
d. Action Standards	49
e. Metodología	50
8.6. Estudio Organizativo	56
a. Manual de organización y funciones (MOF)	57

b.	Reglamento de organización y funciones (ROF)	65
8.7.	Estudio Ambiental	74
8.8.	Plan De Operaciones	74
a.	Logística de Entrada y Salida.....	75
8.8.	Plan De Marketing.....	77
a.	Análisis de mercado	77
b.	El Mix Del Marketing 4ps	80
c.	Diseño Del Producto.....	82
d.	Definición Del Perfil Del Cliente Objetivo	85
8.9.	Sistema De Cadena De Valor	86
a.	Actividades Primarias.....	86
b.	Actividades de Soporte	89
8.10.	Cronograma del proyecto.....	90
8.11.	Plan de Recursos Humanos	91
a.	Organización funcional.	91
b.	Plan de contratación.	92
c.	Política salarial.	92
d.	Plan de externalización de funciones.....	93
9.	Conclusiones	93
10.	Anexo de Gráficos	93
11.	Anexo de Guías	98
12.	Bibliografía	101

1. Antecedentes

Se dice que el cacao es originario de las zonas amazónicas de América donde anteriormente era considerada como la semilla sagrada de los dioses, pero tras la conquista española el cacao llega a España logrando ahí su reputación para posteriormente llegar a Francia e Italia donde en este último país logro un furor y se quedó ahí. Por ello, gracias a la demanda europea que empieza a surgir, el cacao se convierte en un bien económico a partir del siglo XVIII provocando una gran aceptación ante el mundo.

En lo que respecta al Perú, se sabe que posee un 60% de variedades de cacao, así como su producción está centrada en la selva peruana (Cusco, San Martín, Amazonas, Piura, Ayacucho y Junín) concentrando el 80% de la producción nacional. Además, resulta clave tomar en cuenta que la organización internacional del cacao reconoce al Perú como uno de los países que produce y exporta un cacao fino y sobre todo de gran aroma, por ello el Perú se coloca como un productor que posee el 36% de la producción mundial teniendo como principales mercados de exportación a Estados Unidos y la Unión Europea.

El cacao peruano durante los años transcurridos ha ganado premios internacionales logrando así su reconocimiento, por ello fabricas exclusivas de chocolate de Suiza, Bélgica y Francia hace uso del cacao peruano para fabricar sus productos.

Eh aquí donde resalta la importancia del cacao siendo un producto que poco a poco ha empezado a ganarse una reputación y respaldo dentro del mercado peruano, así como internacionalmente llegando para el 2017 a una producción nacional histórica de 108 000 toneladas donde el 90% es destinado a exportación y el 10% para consumo nacional.

Por este motivo, mediante el presente trabajo se busca realizar un plan de negocio que permita obtener un derivado de este producto tan cotizado internacionalmente. Ante ello, dicho proyecto de negocio está basado en la producción de jabones artesanales de cacao orgánico del cual nosotros seremos productores de nuestro bien final en este caso el jabón. Si bien no se cuenta con trabajos semejantes al plan de negocio que se presenta lo que se quiere es que sirva de apoyo para futuras investigaciones y proyectos.

En este sentido, resulta importante señalar que los beneficios de producir jabones artesanales son muy buenos para el cuidado de la piel ya que utilizar el cacao en polvo brinda a la piel hidratación, suavidad y elasticidad gracias a la producción de colágeno y elastina, pero además por su alto contenido de antioxidantes y poli fenoles los cuales contribuyen a que se retrase el envejecimiento celular. Sin embargo, no se puede dejar de lado sus propiedades anticelulíticas los cuales permiten que el jabón elaborado no solo sea para un solo uso que podría ser lavarse las manos sino también que puede ser usado para todo el cuerpo.

Ahora que ya se tiene mayor conocimiento de los beneficios del cacao para la piel, se dará a conocer la manera en cómo se obtiene el jabón de manera artesanal. Para ello, se debe dejar en claro que se busca conseguir un jabón base en suspensión lo que quiere decir que debe ser proveniente de partículas en polvo del cacao para que se disperse en todo el jabón y no se quede sentado en la base para lo cual se necesita glicerina y colorante para concentrar un color chocolate vistoso. Por otro lado, el proceso de obtención se basa en colocar en un recipiente glicerina líquida, luego se agrega el cacao en polvo y se remueve para que se disperse todo el polvo, después echar el colorante para darle un color

uniforme. De esta manera, ya llegado a este punto se rellena el molde escogido y se deja secar hasta desmoldar.

Como se puede ver el proceso de fabricación no es complicado, pero ello no quiere decir que sea un proceso sin ningún cuidado meticuloso ya que sobrepasarse con algún ingrediente ocasionara que el producto genere perdidas económicas al proyecto de negocio establecido.

1.1. Propiedades del Cacao

Pontaza y Escobar (2013) afirman que el cacao es utilizado para la creación de diversos productos como el chocolate, así como la mantequilla de cacao usado para fabricar productos de belleza como cremas humectantes, labiales, protectores, jabones, pomadas y para el revestimiento de píldoras ello debido a las propiedades antisépticas, diurética y por generar una función euforizante, estimulante.

Martínez (2014) afirma que el cacao resulta ser fuente de fibra dietética ya que contiene el 60% de peso seco de fibra dietética la cual permite prevenir algunas enfermedades. Además, es conocido por su alto contenido de flavonoides como antioxidante y su consumo puede ayudar como protector vascular.

1.2. El Cadmio

Debido a que nuestro producto tendrá contacto con la piel, tomamos en cuenta el contenido de cadmio presente en el cacao ya que puede traer consecuencias que perjudiquen tanto a la piel del cliente y a nuestra imagen como empresa y producto.

Pérez, Perla. (2012), señala que el cadmio trae serias consecuencias en cuanto se ingiere o se inhala y en cuanto al contacto con la piel, causa irritación solo en altas cantidades de cadmio como también la irritación en los ojos. Conociendo esto, no habrá mayor

afectación de nuestro producto hacia el cliente ya que habrá cantidades menores de cadmio debido a que el jabón también tendrá otros tipos de componentes.

2. Descripción del Problema Económico

Como materia prima principal para nuestro producto tenemos al Cacao, el cual es muy utilizado para la elaboración de chocolates en fábricas representativas como Suiza, Bélgica y Francia. Además, se tiene como principales mercados de exportación a los Estados Unidos y la Unión Europea, pero con este último se están dando algunos inconvenientes debido al tema del cadmio ya que ha puesto un límite de este metal dentro del contenido de cacao, generando una disminución del volumen exportado.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, existen investigaciones que afirman que el cadmio no afecta a la salud por ello no debería darse las barreras comerciales con respecto al Cacao. Por otro lado, el gobierno debería colaborar en reducir las restricciones sobre niveles de cadmio ya que esta barrera es injustificada, el riesgo va dirigido más que todo a la parte baja de la vertiente occidental y la selva peruana donde se encuentra el cultivo de Cacao.

Con respecto al jabón artesanal de cacao orgánico, el producto a tratar, cambiaría la perspectiva ya que el producto no está dirigido a la ingesta del mismo, las características que presenta como jabón generan beneficios. Entre ellos podría mencionarse que ayuda a la disminución de celulitis ya que cuenta con antioxidantes, ilumina y purifica la piel y como un plus especial disminuye las manchas solares. Asimismo, se obtendría un mayor aprovechamiento de este recurso propio de Perú y ampliar información sobre las propiedades del producto.

3. Idea de Inversión

A continuación, se presentara el análisis interno y externo de la idea de negocio.

3.1. Análisis externo

Se realizara el análisis del entorno de la idea de negocio

a. *Fuerzas PEST*

Fuerza Social

Las tradiciones, costumbres, hábitos y creencias ejercen una gran influencia en cuanto a la Industria del cuidado personal. Estas dirigen las decisiones de consumo de un bien o servicio. Normalmente antes no era bien visto de que un hombre se cuida la piel y de hacerlo era tildado de ser homosexual o metrosexual porque solo las mujeres lo hacían. Hoy en día los hombres han perdido cierto temor ante estas situaciones cuidándose la piel independientemente de las creencias que aún están en la sociedad aumentando de esta manera el consumo de productos de cuidado personal. De acuerdo con el diario Correo (23 de Mayo, 2018) menciona que la demanda de productos para el cuidado personal ha aumentado y que esto se debe a la demanda masculina. Este mercado de cuidado de la piel ha registrado un crecimiento del 3% que representa S/700 millones en ventas. Oriflame proyecta que para el 2021 este mercado pueda crecer hasta un 4.7% gracias a la demanda masculina y las personas que tienen como prioridad el cuidado de la piel que es un 97% de la población. Asimismo, cabe mencionar que esta sociedad ha sido influenciada e incentivada a mantener una rutina de cuidado personal, para tener una piel radiante y otros beneficios, por personajes públicos a los que las personas están acostumbradas a seguir, y porque no, imitar. Formándose de esta manera estereotipos de personas bien cuidadas con una piel y cuerpo definidos. Es ahí donde crece, tanto los hombres como las mujeres la preocupación por su cuidado personal.

Estas situaciones pueden ser utilizadas como una herramienta para aumentar el consumo de bienes de cuidado personal. Los patrones mentales de lo que debería hacer un hombre y lo que debería hacer una mujer, en cuanto a su aspecto físico, se están rompiendo y dejando de lado.

Por otra parte, existen otros factores que determinan el desarrollo de este mercado como la garantía y seguridad del producto, pues por más que sea vendido como el mejor producto que pueda existir, las personas siempre tendrán cierto temor a lo nuevo por lo que podrían pensar que podría dañar de cierta manera su rostro, es decir, tienen mucho más cuidado en probar cosas nuevas y prefieren quedarse con lo que ya conocen y saben que les funciona.

Otro factor es la cultura, pues cada persona forma parte de un grupo y con tal de pertenecer a ese grupo seguirá las normas culturales las cuales influenciarán en su decisión de consumo. Por ejemplo, si una persona católica quiere incorporarse a la iglesia adventista, deberá dejar de comer carne de cerdo y de todo animal que tenga pezuñas, si desea integrarse a ese grupo acatará esas normas. Basta con quien alguien utilice un bien para que influya en su grupo a utilizarlo también.

El estilo de vida es otro factor, generalmente cada persona tiene definido su estilo de vida de acuerdo los ingresos con los que cuenta. Unos optan por estilos de vida más saludables, por lo que si desean mantener su cuerpo libre de imperfecciones físicas (como granitos o unos kilitos de más) prefieren comer sano y hacer ejercicios. Como también hay personas, en su mayoría, quienes no hacen ejercicios pero que consumen bienes que les ayuden a reducir de peso o a quitar imperfecciones, las cuales suelen ser pastillas o cremas, generalmente.

Fuerza Económica

De acuerdo con el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), (29 de agosto del 2017) proyectó para el 2017 que la economía peruana crecería en un 2,6% gracias a las exportaciones y que en el 2018 crecería en un 3,5%. Por otro lado, el Ministerio de Economía y Finanzas calculó para el 2017 un crecimiento en la economía del 2,8% y para el 2018 un 4%, cifras mayores a las estimadas por el IEDEP-CCL.

Según Cesar Peñara sustentó su proyección alegando que además de las exportaciones, en el crecimiento del sector servicio en un 3,6%, la minería 4,2% pesca 36,7%, la recuperación del sector manufactura en 2,1%, el sector comercio en 1,3% y el sector construcción en -0,2%, eran muy bajos y lentos, es por ello su proyección tan baja.

El diario Gestión (24 de agosto del 2018), señala que el Ministerio de Economía y Finanzas había aumentado su proyección de crecimiento del PBI a un 4% pues en abril había previsto un crecimiento de 3.6%, es decir, 0.4 puntos porcentuales menos. Esto se debió al dinamismo que tuvo la actividad económica actualmente asociada con la recuperación de la inversión privada la cual se expandirá en el 2018 de un 5.2% a un 7.5% en el 2019.

Como se vio anteriormente, el Ministerio de Economía y Finanzas acertó de cierta manera lo que ya había previsto sobre el crecimiento de 4%, que si bien es cierto no fue el porcentaje con el que se comenzó en el año, fue un porcentaje alcanzado durante el año.

Por otro lado, la inflación en el país es una amenaza, ya que es el incremento de precios generalizado. Según el diario Peru21 (8 de septiembre 2018) las expectativas de inflación en agosto están dentro del rango meta del Banco Central de Reserva (BCR) que es entre 1% y 3%, esta sería del 2.39% en agosto

Esto quiere decir que, si bien tenemos inflación, esta puede ser controlada dentro del rango meta del BCR y que no nos afecta en gran magnitud como suceden en otros países, nuestra moneda aún sigue teniendo el valor correspondiente como para adquirir bienes y servicios en el mercado.

Fuerza Política

La dimensión política en cuanto a la industria productiva del cuidado personal a base del cacao está sujeta a medidas gubernamentales que puede incentivar como también frenar el consumo del producto que ofreceremos. Uno de esos motivos podría ser el cuidado de los recursos naturales, ya que estos son escasos, pues al utilizar pesticidas para hacer frente a las plagas que se presenten pueden llevar a contraer alteraciones en el ecosistema hasta la infertilidad de la tierra, siendo de esa manera una amenaza para el proyecto ya que nuestros proveedores se verían limitados a la explotación del principal recurso que necesitaremos, el cacao.

Debido a que nuestro país es considerado uno de los lugares originarios del cacao donde contamos con el 60% de variedades de cacao del mundo, podemos utilizar eso como una ventaja ya que podemos crear varias combinaciones y formas de hacer productos de chocolate con ello. Cabe señalar que las principales regiones donde se produce el cacao son Ayacucho, Cusco, Huánuco, Pasco, Piura, Junín, Amazonas y el VRAE obteniendo cacao de calidad.

Por otro lado, si el Estado llegara a aumentar el salario mínimo de los trabajadores ocasionaría un incremento en los costos de producción, esto sería una amenaza para nuestro proyecto ya que las ganancias se verán reducidas para poder destinarlas al pago de la mano de obra. El hecho de que el Estado aumente el salario mínimo es algo perjudicial no solo para las empresas, sino también para los trabajadores. Muchas veces las personas se dejan llevar por las promesas de los candidatos a la presidencia quienes prometen aumentar el salario mínimo en cuanto lleguen al poder, sin embargo, no se dan cuenta que esto en realidad no es bueno independientemente de que, si se cumpla o no, pues las empresas al ver que el salario mínimo aumento, comenzaran a despedir personal pues les costara más producir, viéndose afectada sus ganancias. Por ello, en esa situación la oferta de mano de obra es mayor que la demanda de esta. Al ver tantos desempleados, las empresas sacarán provecho de ello para ofrecer salarios por debajo del mínimo, algo que los trabajadores tendrán que aceptar si desean seguir laborando, convirtiéndose así en trabajadores informales.

Asimismo, la corrupción política que aún existe en el país sería una amenaza para nuestro proyecto, pues esta puede ser evidenciada en los gastos públicos lo cuales son demasiados altos conduciendo de esta manera a un déficit y deuda pública sin precedentes, los cuales serán pagados por los ciudadanos y empresas a través del impuesto sin saber a cuánto ascienden mucho menos el destino del dinero desaparecido. Así como existe corrupción política, también existe la corrupción en la empresa el cual no permite que la empresa se siga desarrollando pues parte de las ganancias se ven afectadas, es más, la empresa podría llegar a su fin y manchar el nombre.

Fuerza Tecnológica

Una de las mejoras tecnológicas que se podría aprovechar para la venta del producto de nuestro proyecto, es el crecimiento acelerado del comercio electrónico en Perú, el cual consiste en realizar los pagos de las compras por internet, en su mayoría por un dispositivo móvil; se le dice crecimiento acelerado debido a que la cifra del porcentaje de pagos por compras en Internet, según Perú Retail (6 de abril 2018), para este año aumentarían a un 30.2%. Generalmente, todos tenemos un celular a la mano donde podemos entrar a internet y encontrar variedades de productos que nos ofrecen tanto nacionalmente como internacionalmente.

Por otro lado, debemos tener en cuenta que el pago por internet tiene sus riesgos. Pues existe la posibilidad que ocurra que una persona al hacer la compra por internet realice ciertos procedimientos que harán que el pago se registre pero que luego de un tiempo, este pago desaparezca, es decir, llevarse el producto sin pagar de manera que el vendedor no se haya dado cuenta.

3.2. Análisis Industrial

a. Fuerzas de Porter

Este análisis estratégico sirve para tener una visión de la competencia dentro de la industria, a continuación, se desarrollan las 5 fuerzas analizadas.

Nuevos Competidores

El mercado de nuevas marcas de jabones de tocador en barra en nuestro país no ha tenido mucho éxito ya que existen marcas muy bien recordadas por el consumidor, ya sea por el precio o por la calidad que hay en el producto. Las

marcas de jabón de tocador en barra como Moncler y Etiquet han tenido que ser relanzadas debido a que en su primer lanzamiento no tuvo una buena acogida por el público, por el cual han tenido que hacer cambios tanto en la presentación como en la formulación de este.

Nuestro proyecto tendrá que competir contra las marcas que se han ganado un lugar en el mercado mediante la innovación de un nuevo jabón de tocador hecho a base de cacao orgánico haciendo conocer sus beneficios mediante publicidades.

Compradores

Nuestro proyecto de producto de jabón en barra a base de cacao está dirigido para todas las personas en cuanto al cuidado personal ofreciéndole un producto que tiene muchos beneficios como la hidratación, tonificación, regeneración y revitalización de la piel gracias a los aminoácidos, proteínas y minerales que contiene el cacao.

De acuerdo a Cosas Femeninas.com (s.f) el cacao puede ser utilizado para cualquier tipo de piel ya que actúa como humectante. Por si fuera poco, a las personas estresadas le devuelve el brillo en la piel al mismo tiempo que lo tonifica, esto hace retarde la aparición de las arrugas. Es decir, se puede retardar más la aparición de arrugas mientras se use antes de que estas aparezcan. Y de ya estar en el rostro, ayuda a suavizarlas para que no sean tan visibles.

Productos Sustitutos

Los productos sustitutos que existirían para nuestro proyecto de producto de jabón en barra hecho a base de cacao orgánico son los jabones en líquido, los jabones hechos a base de manteca de cacao y el jabón artesanal de chocolate

quienes ofrecen no todos los beneficios que nuestro producto si ofrecerá como el de retardar la aparición de arrugas en el rostro.

Proveedores

Nuestra principal materia prima que es el cacao orgánico en polvo, será comprada a una empresa llamada Nutry Body, el cual cuenta con certificación orgánica y en cuanto a las envolturas los vamos a tercerizar de manera que reduzcamos nuestros costos.

Competidores

Si bien es cierto, no contamos con un posicionamiento en el mercado como empresa, donde las personas ya nos conozcan y sepan del producto que ofrecemos. Este mercado tiene como marca favorita de jabones en barra a Dove, según señala una encuesta virtual realizada por Peru.com.

En este mercado dominan los productos de jabón en barra de empresas internacionales como Unilever Andina Perú con su marca de jabón Dove, seguido de Colgate-Palmolive Perú con su marca de jabón Palmolive y protex.

Estas marcas de jabones en barra son las que más se venden en nuestro país.

3.3. Análisis Interno

a. FODA

Se presenta la matriz FODA cruzada, la cual contiene las estrategias posibles a realizar:

Tabla 1 Matriz FODA

Matriz FODA	<p>Principales Oportunidades:</p> <p>(O1) No existe una empresa en el país que produzca jabones en barra de cacao.</p> <p>(O2) Aumento de la preferencia por consumir productos a base de lo natural.</p> <p>(O3) Aumento de la prioridad por cuidar su aspecto físico.</p> <p>(O4) Bajos costos de publicidad</p>	<p>Principales Amenazas:</p> <p>(A1) Al ser un producto nuevo, su compra no se dará con mucha frecuencia.</p> <p>(A2) Competencia de alto nivel.</p> <p>(A3) Aumento del Salario mínimo.</p>	
	<p>Principales Fortalezas:</p> <p>(F1) Capacidad financiera suficiente para establecer precios bajos.</p> <p>(F2) Proyecto de producto novedoso con múltiples beneficios.</p> <p>(F3) Producto hecho a base de cacao orgánico de calidad.</p> <p>(F4) Personal capacitado.</p> <p>(F5) Insumos de calidad.</p>	<p>Estrategias FO:</p> <p>(F2, O4) Aprovechar el bajo precio de la publicidad para dar a conocer al público las ventajas de consumir un producto orgánico.</p> <p>(F3, O2) Enfatizar en la calidad de nuestra materia prima para satisfacer con mayor eficiencia las preferencias de los consumidores.</p> <p>(F1, O1) Establecer un precio aceptable para los consumidores, teniendo en cuenta que no existen productos iguales en el mercado actual.</p>	<p>Estrategias FA:</p> <p>(F5, A1) Optimizar el proceso productivo del cacao, reduciendo costos y tener la facilidad de entrar al mercado a un precio bajo para aumentar la cantidad demandada del producto.</p> <p>(F4, A2) Enfatizar en la capacitación de nuestro personal, brindando mayor conocimiento y aumentando su productividad, para posicionarnos mejor frente a la competencia</p>
	<p>Principales Debilidades:</p> <p>(D1) Falta de experiencia.</p> <p>(D2) No contar con un posicionamiento en el mercado.</p> <p>(D3) No tener una certificación ISO.</p>	<p>Estrategias DO:</p> <p>(D3, O4) Priorizar la obtención de la certificación ISO para aprovecharlo como una ventaja comparativa y darlo a conocer mediante campañas de marketing.</p> <p>(D2, O1) Aprovechar la inexistencia de un mercado establecido del producto para posicionarnos como empresa pionera en la producción del bien.</p>	<p>Estrategias DA:</p> <p>(D1, A2) Analizar empresas existentes en mercados extranjeros para reducir el tiempo de nuestra curva de obtención de experiencia y dar frente a la competencia del mercado actual.</p> <p>(D2, A1) Acelerar el posicionamiento en el mercado mediante estrategias relacionadas al producto y precio, para tener una mayor frecuencia de ventas y aumentar la rentabilidad.</p>

Fuente: Elaboración Propia

4. Formulación de Alternativas

El sector de cuidado corporal es uno de las industrias más solicitadas e intensivas del mercado, especialmente los jabones en barra o en líquido, ya que son indispensable para la limpieza de toda persona. En el recorrido de nuestras compras hemos encontrado cientos de marcas de jabón. Sin embargo, los consumidores buscan un producto de calidad que tengan varias funciones no solo para limpieza sino beneficios para suavizar la piel y al mismo tiempo eliminar bacterias.

Este mercado tiene mucho por desarrollarse ya que nuestro país tiene diversidad de cultivos para fabricar productos de limpieza, para ello es necesario elegir materias con más beneficios, costo, distribución Geográfica. Por ello, proponemos algunas alternativas que podrían ser de gran potencial para crear un jabón innovador y de calidad.

4.1. Arroz

a. Beneficios

Según Química Farmacéutica y cosmética, estudios reportan que el arroz contiene gran cantidad de glucoespingolípidos que constituyen la ceramida, la cual proporciona un excelente efecto hidratante para la piel. Por otro lado, el almidón de arroz funciona como un exfoliante, mientras que la semilla está compuesta por ácido fítico lo cual posee la propiedad del antioxidante. La semilla de arroz es buena para la limpieza profunda del poro, eliminación de células muertas, mejora la microcirculación de la dermis, suaviza y alisa la piel.

b. Riesgo de cultivo

El cultivo del arroz tiene un bajo riesgo en la selva alta del Perú ya que es una zona perfecta para su desarrollo, sin embargo, puede darse fenómenos como el huayco, desplace del rio etc.

c. Distribución Geográfica

Las principales regiones productoras de arroz son: San Martín, Piura, Lambayeque, La libertad y Arequipa.

4.2. Coco**a. Beneficios**

Según la doctora Belia Pulido de la Cruz en su publicación de SCRIBD, el aceite de Coco contiene ácido láurico, el cual mata bacterias, virus, hongos, ayudando a combatir infecciones. Además, mejora el cabello, la hidratación de la piel, y puede funcionar como protector solar.

b. Riesgos de cultivo

Tiene Bajo riesgo en las zonas adecuadas para su plantación y desarrollo.

c. Distribución Geográfica

Produce en altitud no mayor a 250 m.s.n.m, es decir en la zona costa del Perú.

4.3. Cacao**a. Beneficios**

Es estimulante del sistema nervioso, evita el estreñimiento, mejora el estado de ánimo, aporta muchos minerales, permite mantener una buena Salud Cardiovascular y es bueno para la Piel porque tiene nutrientes que regenera y reduce la inflamación.

Posee vitaminas A, B, C, D, E, K, B1, B2 Y minerales como el potasio, cobre, hierro, magnesio, y está compuesto en un 55% por lípidos.

b. Riesgos de Cultivo

Hay un bajo riesgo de cultivo cuando se realiza en la zona adecuada, salvo si hay fenómenos y ataque de plagas.

c. Distribución Geográfica

El cacao es un cultivo que produce en varias regiones del País como: Amazonas, Tumbes, Piura, Cajamarca, San Martín, Huánuco, Junín, Ayacucho, Ucayali, Cusco.

5. Matriz de Decisión de Alternativas

Los criterios de evaluación para la toma de decisión están a base de la información previa en la formulación de alternativas de los tres cultivos planteados, de allí hemos considerado evaluar mediante puntajes del 1 al 10 según el grado de beneficios, riesgo de cultivo, distribución geográfica y potencial para nuevas innovaciones, luego tomar un cultivo y fabricar el mejor jabón innovador.

Tabla 2 Matriz de decisión de alternativas

	BENEFICIO	BAJO RIESGO	DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	POTENCIAL INNOVACIÓN	TOTAL PUNTAJE
ARROZ	7	6	5	3	21
COCO	8	8	3	3	22
CACAO	9	7	10	8	34

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla de evaluación hemos obtenido con mayor puntaje al cacao, debido a sus grandes beneficios regeneradores y a comparación de otras alternativas tiene la capacidad de mejorar el estado de ánimo, además permite reducir inflamación y tiene todo tipo de minerales que favorecen a la piel.

Por otro lado, hemos visto que tiene una distribución geográfica muy alta, puede desarrollarse en más de 9 departamentos del Perú a comparación del arroz que solo se desarrolla no más de 5 departamentos y del coco solo en la costa. Esto es bueno ya que al crearse empresas con derivados de este producto permite dar más solución a la pobreza y genera mayores ingresos a más zonas del país.

Finalmente, por sus grandes beneficios y su bajo riesgo significativo, hemos elegido elaborar el jabón artesanal de cacao orgánico un producto innovador, ya que tiene beneficios adicionales a comparación de los que tienen la mayoría.

6. Justificación de la Inversión

El financiamiento del proyecto de jabón artesanal de cacao orgánico se dará en su totalidad con capital propio, no incurriremos en préstamos bancarios.

Así también:

- La venta de un carro, joyas y propiedades.
- Financiamiento propio (ahorros personales).

7. Diseño de la Superestructura

7.1. La Misión

“Contribuir a la salud y el bienestar de las personas, poniendo a su disposición un producto de alta calidad, que genere beneficio tanto para nosotros como para el productor de cacao peruano”

7.2. La Visión

“Para el 2023, buscamos aumentar nuestra participación en el mercado local, ser una empresa con un ambiente laboral favorable y contar con una solidez financiera que nos permitan seguir ampliando nuestras metas”

7.3. Valores

Enfoque en el desarrollo del negocio a largo plazo, sin perder de vista la necesidad de obtener resultados positivos de nuestra actividad para los accionistas.

Compromiso con la sociedad, al buscar generar el menor impacto ambiental posible, colaborando con las generaciones futuras.

Mejora continua, aprendiendo de nuestros errores, las innovaciones aplicadas a la empresa buscaran siempre la eficiencia.

Respeto, en nuestra empresa debe primar siempre el respeto entre todos los trabajadores, transmitiéndolo hacia los clientes.

Honestidad, cada trabajador debe actuar siempre con base a la verdad en la información que le brindaremos a los clientes.

7.4. Formulación de la Estrategia

Liderazgo en costes

Debido a la gran cantidad de materia prima que demandaremos para la producción del jabón artesanal, buscaremos tener un convenio con el proveedor de manera que este asegure una demanda fija y nosotros una cobertura de necesidad de materia, es por esto de manera implícita se obtendrán beneficios como reducción del precio por ser un cliente fiel y por comprar grandes cantidades.

Estrategia de Desarrollo del Producto

Implica que según pase el tiempo y el producto este expuesto a las valorizaciones y exigencias del mercado, se desarrollaran mejoras del producto para estar a la altura de las expectativas y demandas de los clientes.

8. Planeamiento por áreas de Negocio

Se presentan los aspectos y normativas necesarias legales, tributarias, laborales y técnicas además de un estudio de mercado completo relacionado a la aceptación del nuevo producto en el mercado.

8.1. Aspectos Legales

a. Constitución de la empresa – Minuta

Se denomina a la empresa con el nombre COSOAP S.A.C. en el cual se generó el acto constitutivo presentando el documento por los 5 miembros que conforman la sociedad sobre el proyecto de Jabón Artesanal de Cacao Orgánico, manifestando la voluntad de constituir una empresa y en donde se encuentra señalado todos los acuerdos respectivos.

Según los requisitos necesarios para el acto constitutivo fueron llevados a una notaría para realizarse el trámite.

Sociedad Anónima Cerrada

Se dice que hoy en día es la que más uso tiene en el Perú debido a la simplicidad de los requisitos que se solicitan para constituirla. Según Carmen Chasseloup, es la que más se recomienda para la formación de empresas familiares, medianas o pequeñas.

Requisitos

- Nombre de la sociedad: este no debe ser similar a otro que ya existe por ello lo recomendable es realizar una búsqueda previa en los registros públicos así poder realizar una reserva del nombre elegido con la finalidad de que no sea escogido.
- Capital Social: no existe un mínimo, pero puede ser en bienes o en efectivo, donde al ser en efectivo se debe abrir una cuenta bancaria en la cual por temas administrativos se puede solicitar un mínimo de 2000 soles, en nuestro caso se usara ahorros propios.
- Tener como mínimo 2 socios y como máximo 20: resulta una ventaja al constituir la sociedad ya que pueden ser personas naturales o jurídicas.
- Elegir un gerente general y establecer sus funciones: dicho gerente general puede llegar a ser un socio.
- Establecer la existencia de un directorio o no: esta sociedad nos permite pactar la no existencia de un directorio.
- Designar y regular un derecho de preferencia: nos permite que, al momento de vender acciones a terceros, se prefiera vender a otro accionista.
- Establecer las causas de la exclusión de un socio: importante para regular si un socio no aporta o abandona la sociedad con la finalidad de no dejar la sociedad paralizada.

- Designar un domicilio y duración: resulta cosas muy obvias donde lo recomendable sería que en domicilio se coloque “ciudad de Lima” y en duración “indefinida”.

Características

- Funciona sin directorio.
- Que la máxima cantidad de accionistas sea 20 no implica a que no pueda manejar grandes cantidades.
- No tiene accionistas inscritos en el registro público del Mercado de Valores.
- Si el estatuto o los accionistas pactan se podría tener auditoría externa anual.

Ventajas

- Las deudas y daños de terceros no son responsabilidad de los accionistas. Los acreedores de la sociedad anónima cuentan con el derecho de los bienes de la sociedad, pero no sobre los bienes de los accionistas. Por lo tanto, el dinero arriesgado o perdido en una inversión por los accionistas está limitada al monto invertido.
- Existe la facilidad de acumulación de capital, ya que las propiedades en esta sociedad resultan ser acciones transferibles.
- Facilidad en la negociación de acciones, ya que estas pueden ser vendidas entre los accionistas sin generar la disolución de la organización.

- Las sociedades anónimas cerradas grandes pueden ser adquiridas o vendidas por medio de inversionistas en el mercado como por ejemplo en la bolsa de valores de Lima.
- Es una persona jurídica que cuenta con una experiencia ilimitada.
- Los accionistas escogen su junta directiva y la gerencia es la encargada de administrar la totalidad de negocios que tiene la empresa.

Desventajas

- Presentan impuestos altos
- Existe una mayor regulación
- Existe una separación entre el control y el derecho de propiedad. Así como de las funciones de la propiedad y la administración donde en algunas ocasiones puede resultar una desventaja en otras una ventaja.

b. Contratos de alquiler de bienes inmuebles

Se cuenta con el documento correspondiente sobre los derechos, obligaciones y responsabilidades tanto por parte del propietario que alquila el local para la fabricación de Jabón Artesanal de Cacao Orgánico y para el inquilino (los cinco socios). Se obtuvo por medio de la celebración de este contrato el Certificado de Eficiencia Energética del inmueble.

Este contrato se encuentra vigente por 5 años, aunque de todas formas se pactó dar prioridad para una renovación a ellos mismos, si en caso se diera la situación sobre esto, aunque dentro de este contrato se quedó en el

acuerdo de que los socios tienen el derecho a terminar el contrato de forma anticipada.

c. Autorizaciones de Funcionamiento

La ubicación de la planta de fabricación y áreas administrativas se encuentra ubicada en el distrito de San Juan de Miraflores por ello se obtuvo la licencia de funcionamiento en dicho distrito. Buscando con ello, la gestión y desarrollo de mecanismos en términos de orden, limpieza y seguridad que permitan elevar los estándares administrativos y de gestión en favor del ciudadano. Cabe mencionar que para el otorgamiento de esta licencia se evaluaron y aceptaron las condiciones de Seguridad en Defensa Civil y Zonificación y Compatibilidad de Usos.

8.2. Aspectos tributarios

a. Obtención de RUC

De acuerdo con la SUNAT (2018) el Registro Único del Contribuyente (RUC), es un registro que maneja la SUNAT donde se tiene la información de cada empresa y las actividades que realiza en el país, también contiene la información de la empresa como contribuyente donde están registrados el nombre de la empresa, domicilio fiscal, la actividad a la que se dedica, números telefónicos, entre otros datos.

Este número de RUC que obtendremos es único y tendrán 11 dígitos. Será nuestra identificación como contribuyentes y deberá ser utilizado en todo trámite que realicemos en la SUNAT.

Para llevar a cabo nuestras actividades comerciales, nos inscribiremos como una Persona Jurídica adoptando la forma empresarial de Sociedad Anónima Cerrada (sin directorio). Por ello presentaremos la constitución de Sociedad Anónima Cerrada Sin Directorio – SAC, en el cual figuraran los datos personales de los socios de la empresa, la razón social de la empresa y su ubicación, la cantidad de acciones de cada uno de los integrantes y su aporte tanto en bienes tangibles e intangibles como dinero, y, por último, figurara el gerente general.

Para obtener el RUC, tendremos que Preinscribirnos a través de la página web de la SUNAT ya que así ahorraremos tiempo en lo que vamos hasta el mismo establecimiento de la SUNAT.

Luego de ello, debemos acercarnos a un Centro de Servicios de la SUNAT para completar el trámite el cual será más rápido porque los datos ya estarán registrados.

Requisitos

- DNI original del representante legal de la Persona Jurídica
- Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta días calendario.
- Documento privado o público en el que conste la dirección que declararemos domicilio fiscal.

El representante legal deberá llenar y firmar:

- Un formulario de solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos.
- Un formulario de declaración de establecimientos anexos si es que se requiriese de un establecimiento adicional.
- Un formulario de los representantes legales, directores, Miembros del Consejo Directivo.
- Un formulario de los domicilios de los representantes legales.

Al sacar el RUC, nuestras actividades deben empezar dentro de los 12 meses siguientes. Asimismo, tenemos la obligación de actualizar nuestra información y en caso se modifique el domicilio fiscal, comunicarlo en el plazo de 1 día hábil.

b. Obtención de la clave SOL

Para tramitar la Clave SOL, nos acercaremos a la SUNAT presentando nuestro Documento Nacional de Identidad (DNI).

La SUNAT nos entregara un sobre sellado en el que se encontrara el Código de Usuario y la Clave SOL. Para señalar conformidad, deberemos firmar la constancia de entrega de la Clave SOL.

c. Autorización e impresión de comprobantes de pago

Nuestra empresa deberá emitir boletas de ventas, facturas y notas entre otros, por cada venta y otra operación que realicemos con respecto a nuestros productos para que quede constatado ante terceros el total de lo que se vendió. Para ello debemos solicitar la autorización de

comprobantes de pagos físicos y cumplir con los requisitos que requiere la autorización ante la SUNAT.

Requisitos

- Ser contribuyente con RUC ACTIVO y con domicilio fiscal habido.
- Tener registrados los tributos correspondientes, de acuerdo con el régimen tributario, a los comprobantes de pago que requiramos.
- Debido a que estamos afecto a la renta de tercera categoría, debemos confirmar o actualizar nuestro número celular y correo electrónico, los cuales serán validados con el código de verificación.
- Presentar declaraciones de pagos correspondientes de los últimos seis meses vencidos.
- Generar el Registro de Ventas e Ingresos y Registro de Compras de manera electrónica de los últimos 12 meses inclusive si no hemos tenido operaciones, ya que recién empezaremos a facturar.
- Presentar la Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta por rentas de tercera categoría del último ejercicio vencido, de estar obligados.

El procedimiento que debemos seguir es el siguiente:

Primero: Ingresar a través del portal de la SUNAT con la Clave SOL en la opción “Tramites y Consultas” y realizar el Formulario Virtual N°816. El sistema validara si es que cumplimos con los requisitos y nos solicitara

identificar la imprenta donde encargaremos la impresión de los comprobantes.

Segundo: La SUNAT comunicara a la imprenta que elijamos a través del Buzón SOL nuestra solicitud de impresión.

Tercero: Cuando la imprenta acepte la solicitud, el sistema generara el número de autorización y nos la comunicara por el Buzón SOL.

d. Declaración de impuestos cuando se inicien actividades

Nuestra empresa se acogerá al Régimen Especial ya que somos personas jurídicas con ingresos de tercera categoría de naturaleza empresarial o negocio que desarrollaremos actividades industriales con la elaboración de jabones hecho a base de cacao orgánico.

Con la venta de nuestros productos, podremos utilizar comprobantes de pago como hacer uso de boleta de ventas, tickets y facturas. Sin embargo, no es necesario hacer uso de ello si corresponde a ventas menores a S/5.00 soles al menos que el comprador lo solicite. Es relevante mencionar que solo están obligados a emitir boletas y facturas electrónicas si obtienen ingresos igual o superior a 150 UIT, si se realiza exportaciones mayores a las 75 UIT.

También debemos llevar como mínimo un Registro de Ventas, un Registro de Compras, un Libro Diario de formato simplificado y llevar una contabilidad completa, es decir, tener libro de Caja y bancos y los que dispone las normas de la Ley del Impuesto a la Renta, Libro de Retenciones, Registro de Activos Fijos, Registro de Costos, Registro de Inventario

Permanente en unidades físicas y Registro de Inventario Permanente valorizado.

Las ventajas que obtendremos de este Régimen Tributario es que podremos desarrollar nuestra actividad teniendo varios beneficios, podremos emitir todo tipo de comprobantes de pago y en caso tengamos perdidas económicas en un año, nos descontaran de las utilidades de los años siguientes y hasta podríamos no pagar Impuesto a la Renta de Regularización. Cabe mencionar que las no pueden acceder a este régimen quienes cuenten con ingresos o adquisidores mayores a S/ 525 000.00 soles, activos fijos superiores a S/ 126 000.00 a excepción de vehículos y una cantidad de trabajadores mayor a 10.

Debemos declara el Impuesto a la Renta (IR), que es el pago a cuenta mensual de 1.5% de los ingresos netos, asimismo debemos pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) de manera mensual de 18%, para esta última existe una Ley N°30524 – Prórroga del pago del IGV, con la finalidad de que el contribuyente pueda alargar el plazo del pago del IGV hasta por tres meses. Para ello debe cumplir los siguientes requisitos:

- Tener un límite de ventas anuales hasta 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (actualmente el valor de la UIT es de S/4150).
- Las ventas anuales se deben calcular sumando los doce meses anteriores a la prórroga.
- No contar con compromisos tributarios exigibles obligatorias mayores a 1 Unidad Impositiva Tributaria.

- No tener titulares a personas naturales o accionistas condenados por delitos tributarios.
- No tener procesos abiertos.
- Haber cumplido con las declaraciones del IGV y el Impuesto a la Renta de los doce meses anteriores a la prórroga.

Estos impuestos deben ser cancelados de acuerdo al cronograma de obligaciones mensuales que nos brindara la SUNAT.

No debemos olvidar que anualmente debemos presentar una declaración anual obligatoriamente con la cual se paga una regularización del impuesto igual al 29.5% sobre la ganancia.

A continuación, mostraremos el esquema general dada por la SUNAT para la determinación del Impuesto Anual de Tercera Categoría a quienes se acogen al Régimen General, estando sujetos a la siguiente estructura:

Tabla 3 Esquema general del impuesto a la renta de tercera categoría

Ingresos Brutos
 (-) Costo Computable
 = Renta Bruta
 (-) Gastos
 (+) Otros Ingresos
 = Renta Neta
 (+) Adiciones

(-) Deducciones
 (-) Perdidas Tributarias Compensables
 = Renta Neta Imponible / Perdida
 = Impuesto Resultante
 (-) Créditos
 = Saldo a favor (del físico o del contribuyente)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

e. Régimen para MYPE

Para pertenecer al régimen MYPE se deben cumplir ciertos requisitos, ya que contar con un negocio formal trae muchos beneficios, tales como:

- Transparencia, credibilidad y aceptación.
- Normas dirigidas a las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Acceso a mercados internacionales.
- Contar con créditos en entidades financieras.

Respecto a las condiciones se tiene varios puntos por mencionar, uno de ellos es que el régimen tributario para MYPES puede ser para personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas o sociedades conyugales.

Se pueden mantener en este régimen los que cuenten con un ingreso neto menor a 1700 UIT durante el año. Cabe indicar que se puede emitir cualquier tipo de comprobante de pago.

Acerca de las tasas del impuesto se cuenta con el impuesto general a las ventas (IGV) con una tasa de 18% y el impuesto a la renta lo cual depende de los siguientes recuadros:

Tabla 4 Tasas de impuesto a la renta

Pagos a cuenta mensuales	Impuesto a la Renta Anual
--------------------------	---------------------------

Ingresos netos	Tasa	Renta Neta	Tasa
Hasta 300 UIT	1%	Hasta 15 UIT	10%
Más de 300 UIT hasta 1700 UIT	Coeficiente o 1.5%	Más de 15 UIT	29.50%

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

En relación con los libros y registro se tiene que según el régimen MYPE tributario con ingresos netos anuales hasta 300 UIT contará con: registro de ventas, registro de compras y libro diario de formato simplificado. Por otro lado, los ingresos brutos anuales mayores de 300 UIT y menores a 500 UIT, cuentan con: registros de ventas, registro de compras, libro mayor y libro diario. También se tiene los ingresos brutos anuales mayores a 500 UIT y que no excedan a las 1700 UIT con las cuales cuenta con: registro de compras, registro de ventas, libro diario, libro mayor y libro de inventarios y balances.

f. Gratificaciones

Las gratificaciones a los trabajadores de pequeñas y medianas empresas se les otorgan siempre y cuando se cumpla con algunos requisitos que determina la ley.

Las características de un régimen laboral para pequeñas empresas son las siguientes:

- La empresa debe contar con un máximo de 100 trabajadores.

- Se debe contar con ventas anuales de 1700 UIT como máximo y haber realizado un registro en el Registro Nacional de Micro y Pequeñas Empresa.

Con estas características podemos decir que los trabajadores podrían recibir dos gratificaciones en el año, uno es por fiestas patrias y el otro por navidad, cada una de ellas sería equivalente a la mitad de su salario mensual. Este aspecto se encuentra fiscalizado por el Ministerio de Trabajo, el cual se hace cargo del cumplimiento de las gratificaciones el cual, de no cumplirse, se considera una falta muy grave y la empresa tendría que asumir una multa de entre 6 a 10 UIT, dependiendo del número de trabajadores afectados. Pero existe también el régimen especial para la micro y pequeña empresa en donde la sanción se ve reducida en un 50%.

Sin embargo, son muy diferente las consideraciones con las microempresas debido a que este régimen laboral especial no recibe gratificaciones en ninguno de los dos casos antes mencionados.

g. Beneficios

A partir del 2017 los nuevos contribuyentes y los que resultan del nuevo RUS, en la cual SUNAT no asignara las infracciones que serán mencionadas a continuación, siempre y cuando se subsanen dichas infracciones, tales como:

- Excluir los libros de contabilidad, u otros libros y/o registros exigidos por las leyes y reglamentos.
- Ignorar la forma y condiciones en las normas con respecto a los libros de contabilidad.

- Tener un retraso superior a lo que las normas permiten, sobre los libros contables u otros libros y/o registros.
- No tener a simple vista los libros, registros u otros documentos que solicite la administración tributaria.

8.3. Aspectos Laborales

a. Contratos

El contrato es el acuerdo formal entre dos partes por un lado el que presta servicios de mano de obra o servicios profesionales, por otro lado, el que requiere este servicio es decir una organización u empresa activa. Este pacto debe contener información en cuanto al salario, las funciones, el lugar específico del trabajo, el horario, vacaciones, etc.

En muchos casos en el Perú se hacen contratos verbales los cuales son válidos, existe la confianza en las palabras de ambas partes por ello no necesitan firmar nada. Sin embargo, es necesario que se haga un acuerdo formal mediante una firma y escrita para evitar cualquier malentendido en el transcurso del tiempo de contrato.

En el caso de nuestra empresa, todos los trabajadores contarán con un contrato de trabajo de manera formal.

b. Salarios

En nuestro país existe un salario mínimo regulado por la ley, sin embargo, las ponen a práctica solo las empresas 100% formales y con alto nivel de estabilidad, mientras que las empresas pequeñas e informales suelen hacer contratos verbales con sus trabajadores sin ningún tipo de contrato firmado.

En el caso de nuestra empresa, lo mínimo que se le pagará a los trabajadores será 930 mensuales, contribuyendo al bienestar económico de la sociedad.

c. Jornada de trabajo

Según el límite de horas de trabajo permitido según la ley peruana es máximo hasta 8 horas, sin embargo, esta norma solo obedece las empresas legales mayormente las grandes y en algunos casos las medianas. Por otro lado, tenemos a pequeñas empresas e informales las horas de trabajo son desde 10 a 12 horas diarias desde lunes a domingo con solo un día de descanso.

d. Vacaciones

Los días de vacaciones anuales obligatorias varían entre los 15 y los 30 días los cuales se realizan normalmente fines de año, en realidad según los planes de cada empresa, en algunas ocasiones puede darse durante los meses del año para intercalar las vacaciones de sus empleados. Cabe recalcar que la empresa respetara estas reglas y brindara las vacaciones correspondientes a sus empleados.

e. Los Impuestos

Si se hace un contrato formal en una empresa formal, el sistema impositivo se deduce directamente del salario que corresponde 15.4% para peruanos. Sin embargo, en estos últimos años 2018 el sistema impositivo para los trabajadores formales extranjeros ascendió a 50%.

8.4. Aspectos Técnicos

Tomar en cuenta los aspectos técnicos dentro de un proyecto significa establecer claramente la constitución física y su sistema de producción para lo cual definiremos los siguientes puntos:

a. Estudio tecnológico

Nos permitirá poder proponer propuestas y a la vez analizarlas para escoger la mejor alternativa para la producción del jabón artesanal a base de cacao orgánico. Este análisis lo que busca es definir el equipo o maquinaria e instalaciones que se usarán para el proyecto. Lo que nos permitirá saber cuáles serán nuestros costos de inversión, materia prima y capital de trabajo requerido. Por lo tanto, para poder realizar el estudio tecnológico se necesitará saber la localización del proyecto.

En cuanto a la producción del jabón artesanal de cacao orgánico se ha alquilado un local en el distrito de San Juan de Miraflores el cual cuenta con el área adecuada y requerida para la producción, así como con las instalaciones necesarias para tener una producción eficiente.

b. Proceso de producción

Es el proceso por el cual los insumos para la fabricación del bien pasan por una transformación la cual dependiendo del proceso puede ser sencilla o compleja. En este caso el proceso para la elaboración del producto es sencillo dado que ya compraremos el cacao en polvo, luego se necesitan cosas básicas como glicerina la cual se juntará con el polvo para lograr una consistencia líquida ligera a la cual se le añadirá colorante. Posteriormente

se necesitará de varios moldes para vestir la mezcla y pasarlo a un proceso de secado natural el cual durará 24 horas.

c. Certificación

Nuestro producto será producido a base de cacao orgánico, y debemos mantener esa etiqueta orgánica hasta el final de nuestro proceso productivo.

Para ello debemos obtener la certificación orgánica de la certificadora autorizada CERES cumpliendo el procedimiento que se requiere.

- Deberemos acercarnos a pedir información a CERES, donde nos enviarán de manera electrónica un conjunto de información en el que encontraremos el documento de los pasos para la certificación orgánica, la presentación de la empresa, un resumen informativo sobre las normas para conseguir la certificación y un formulario de solicitud.
- El cliente llenará dicha solicitud y esta será evaluada por CERES. La solicitud se aprobará si es que CERES puede brindar dicho servicio.
- CERES calculará el precio de la certificación de acuerdo con el tamaño del espacio y de la tarifa diaria. Este precio suele ser un monto fijo por lo que el cliente tiene conocimiento de lo que le costará la certificación. Una vez se defina el precio a cobrar por la certificación, CERES nos enviará la oferta escrita.
- Una vez que nuestra empresa y CERES nos hayamos puesto de acuerdo en cuanto al precio de la certificación, procederemos a firmar el

contrato con copia para nosotros. De esta manera nos estaremos comprometiendo a cumplir las normas orgánicas.

- CERES nos enviara un segundo bloque de información previo pago del adelanto del 50% del precio pactado. Este bloque de información contendrá los principios relevantes de CERES, las normas, el programa de inspección y el plan de manejo orgánico.
- Nuestra empresa deberá completar el plan de manejo orgánico, el cual también nos servirá para identificar no conformidades y corregirlas.
- CERES analizará el plan de manejo orgánico y nos dará a conocer los resultados de dicho análisis.
- Si es que nuestra empresa presenta no conformidades, estas deberán ser corregidas antes de que se lleve a cabo la inspección.
- Nuestra empresa y el inspector tendrán que fijar una fecha para que se realice la inspección. De no ser de nuestro agrado el inspector, tenemos todo el derecho de solicitar a CERES otro inspector.
- El representante de nuestra empresa tendrá que estar presente con toda la documentación relevante. El inspector verificara si el plan de manejo orgánico se está cumpliendo y vera si es que existen no conformidades. En caso se presenten no conformidades, el representante de la empresa deberá proponer medidas de corrección, las cuales serán evaluadas por el inspector. Por último, procederán a firmar el informe de la inspección.
- Una vez culminada la inspección, el inspector redactara su informe y lo presentara a CERES.

- Nuestra empresa recibirá una copia del informe del inspector, el cual será revisado por el evaluador a cargo de manera que, si es que hubiera puntos que aclarar, le hará preguntas al inspector al respecto.
- Nuestra empresa deberá pagar los 50% restantes incluyendo los gastos incurridos del viaje del inspector.
- Nuestra empresa deberá corregir incumplimientos y enviando evidencia de ello a CERES. Por el lado de CERES, tomara la decisión de brindar la certificación en un plazo de 4 a 6 semanas luego de la inspección.

Existen 3 escenarios que podrían suceder.

Primer escenario, que nuestra empresa cumpla con las normas y que obtengamos el certificado.

Segundo escenario, que nuestra empresa presente observaciones las cuales deben ser corregidas. Por ende, CERES nos brinda una Carta de incumplimientos las cuales nuestra empresa deberá corregirlas y enviar evidencia de ello. De esa manera, CERES nos otorgara el certificado.

Tercer escenario, que nuestra empresa presente no conformidades muy relevantes que no se puedan resolver en el corto plazo. Por ende, CERES no nos otorgara la certificación.

De acuerdo a la información proporcionada por la página de CERES (2018), nuestra empresa tomara la certificación NOP (National Organic Program) que significa Programa Nacional Orgánico. Mediante esta certificación daremos la confianza necesaria a nuestro consumidor de que el bien que le estamos ofreciendo está hecho con productos orgánicos, ya que usamos el

cacao orgánico para la producción de nuestros jabones. Asimismo, contaremos con un ingreso bruto mayor a \$5000 dólares por lo que aplicamos para este tipo de certificación.

Debido a que manejaremos insumos orgánicos, el e-CFR (Código electrónico de regulaciones federales (29 de noviembre, 2018) determina requerimientos necesarios para ello las cuales son:

- Describir cuáles serán las actividades a realizar en el lugar donde se producirá y cuál será su frecuencia.
- Realizar un listado de los insumo que se utilizaran para producir el bien haciendo mención a su composición y cuál será su ubicación.
- Describir como se inspeccionara el proceso y la frecuencia en la que se realizara.
- Hacer una descripción de los mantenimientos que se realizaran.
- Determinar cómo se manejara y se evitara que el producto orgánico y no orgánico se mezclen. Es decir, los productos orgánicos no deben tener contacto con cualquier producto distinto a ello.

Para que nuestro producto pueda ser etiquetado como “Hecho con Cacao Orgánico”, la certificadora CERES (s. f) nos menciona que el producto final no debe tener más de tres ingredientes orgánicos, algo que cumplimos ya que nuestro jabón contará con el cacao orgánico y el colorante vegetal.

De acuerdo a ello, El Código electrónico de regulaciones federales en su página e-CFR (s. f) da a conocer cuáles son los insumos permitidos y no permitidos para la elaboración de un producto que contenga una materia

prima orgánica. Por lo tanto, los insumos que nuestra empresa utilizara están dentro de lo permitido, los insumos que necesitaremos son la glicerina, colorante y el cacao orgánico.

Asimismo, CERES (2016) menciona que debemos contar con el etiquetado obligatorio el cual debe decir “Jabón de Cacao” y de manera opcional poner los ingredientes utilizados indicando cual es el orgánico.

Por otro lado, para utilizar de manera voluntaria el sello de la certificadora CERES es necesario cumplir con ciertos requerimientos el cual cumplimos ya que tenemos un producto “Hecho con ingredientes orgánicos”, también debemos poner el sello a un tamaño pequeño y sin distorsionarlo y debe ser ubicado debajo del nombre de la empresa el nombre de la certificadora. Es así como los consumidores tendrán la certeza de que el producto está hecho con el cacao orgánico puesto que una empresa certificadora la respalda.

d. Certificación DIGEMIND

Se realiza una certificación DIGEMIND en el Ministerio de Salud, puesto que el jabón de cacao artesanal se encuentra en el rubro de registro sanitario de productos sanitarios y de higiene domestica nacional o importado, aprobado por la Ley General de la Salud N° 26842 Artículo 92° y por el Reglamento del D.S. N° 010-97-SA Artículo 107° y 108°.

Al solicitar esta certificación se tiene que generar un pago equivalente al 10% UIT, lo cual significa 415.00 nuevos soles y para ello necesitamos:

- Generar solicitud dirigida al director ejecutivo de Autorizaciones, haciendo una Declaración Jurada, firmado por el Representante legal y el químico farmacéutico responsable, según formato.
- Copia de rotulados.
- Comprobante de pago de Derecho de trámite.

e. Autorización sanitaria de funcionamiento de productos sanitarios

Para el funcionamiento del área de producción se necesita obtener una autorización en DIGEMID, lo cual corresponde a un derecho de pago de 23.5% UIT equivalente a 975.25 nuevos soles

f. Diseño de planta

8.5. Estudio de Mercado

Se presenta el procedimiento y resultados obtenidos tras la aplicación de un estudio de mercado completo, obteniendo resultados, conclusiones y estimaciones relevantes para el proyecto.

a. Resumen ejecutivo

En el presente informe realizado en el segundo semestre del año 2018, se pretende presentar los resultados obtenidos tras la aplicación de una investigación de mercados realizado con la finalidad de determinar la viabilidad de llevar a cabo un proyecto de inversión para la fabricación y distribución de jabón de cacao orgánico en el departamento de Lima. La justificación de la investigación se basa en la necesidad de recolectar información relevante para el proyecto de inversión.

El presente informe tiene como objetivos:

- Evaluar el mercado potencial para el producto de estudio
- Analizar la respuesta de los consumidores a la variación del precio del producto
- Analizar la demanda potencial del producto para cuantificar la oferta
- Determinar las características de la potencial demanda

Dentro de los resultados obtenidos podemos destacar que las características más solicitadas por los encuestados son aquellas que sobresalen en los jabones artesanales, como el cuidado al contacto con la piel, la capacidad bactericida y el buen olor. Otro dato importante es el precio del producto, como se puede ver en la actualidad el precio de los jabones artesanales es elevado en comparación con la competencia, esa debe ser una de las causas de la baja demanda del producto, siendo este un aspecto a tener en cuenta.

b. BRIEF

Problema de decisión empresarial

¿Se deberá llevar a cabo el proyecto de inversión para producir y vender jabón de cacao orgánico?

Problema de Investigación

¿Tendrá acogida el jabón de cacao orgánico dentro del mercado limeño?

Objetivo de la Investigación

Determinar si el jabón de cacao orgánico tendrá una acogida favorable y rentable dentro del mercado limeño

Problemas Específicos

P.E.1- ¿Cuál es el perfil de los potenciales consumidores del producto?

P.E.2- ¿Cuál será el rango de precio del producto que tenga mayor aceptación?

P.E.3- ¿Cuáles son los sustitutos que representan una mayor competencia para el producto?

P.E.4- ¿Cuáles son las promociones más atractivas para los consumidores?

Objetivos Específicos

O.E.1- Determinar cuales es el perfil de los potenciales consumidores del producto.

O.E.2- Establecer cuál será el rango de precio del producto que tenga mayor aceptación.

O.E.3- Detectar cuáles son los sustitutos que representan una mayor competencia para el producto.

O.E.4- Determinar cuáles son las promociones más atractivas para los consumidores.

c. Antecedentes**Descripción breve del proyecto**

El proyecto se basa en iniciar una empresa dedicada a la fabricación de jabones con aroma y nutrientes de cacao orgánico, al ser el cacao orgánico la materia prima característica del producto.

Misión

“Contribuir a la salud y el bienestar de las personas, poniendo a su disposición un producto de alta calidad, que genere beneficio tanto para nosotros como para el productor de cacao peruano”

Visión

“Para el 2023, buscamos aumentar nuestra participación en el mercado local, ser una empresa con un ambiente laboral favorable y contar con una solidez financiera que nos permitan seguir ampliando nuestras metas”

Valores

Enfoque en el desarrollo del negocio a largo plazo, sin perder de vista la necesidad de obtener resultados positivos de nuestra actividad para los accionistas.

Compromiso con la sociedad, al buscar generar el menor impacto ambiental posible, colaborando con las generaciones futuras.

Mejora continua, aprendiendo de nuestros errores, las innovaciones aplicadas a la empresa buscaran siempre la eficiencia.

Respeto, en nuestra empresa debe primar siempre el respeto entre todos los trabajadores, transmitiéndolo hacia los clientes.

Honestidad, cada trabajador debe actuar siempre con base a la verdad en la información que le brindaremos a los clientes.

d. Action Standards

Con la información que se obtendrá tras culminar la investigación de mercado, resolviendo el problema inicialmente planteado, ayudará a la toma de decisión del administrador sobre si debiese llevar a cabo o no la inversión en el proyecto de jabón de cacao orgánico.

e. Metodología

Nuestra investigación será de manera cualitativa y cuantitativa debido a que necesitamos conocer cuál podría ser el perfil de nuestros potenciales consumidores y los productos que representen mayor competencia para la empresa. Asimismo, necesitamos conocer cuál es la propensión para pagar por nuestro producto.

Tamaño teórico de la muestra

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

N: Es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

Tabla 5 Tabla de niveles de confianza y valores k –Estimación de la demanda

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

Fuente: Recuperado de Feedback Networks

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.

Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que p=q=0.5 que es la opción más segura.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.

n: Es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

e: Es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.” (FeedBackNetowrks,s.f)

Resultado Obtenido por aplicación de la fórmula: 384

Técnica Cualitativa

FOCUS GROUP - El propósito es conocer cuáles son las marcas más conocidas de jabón y sus variedades con productos naturales, así como algunas características de las personas que estarían dispuestas a comprar el producto, como su lugar de residencia y sus pasatiempos.

Técnica Cuantitativa

ENCUESTAS ESCRITAS - El propósito es conocer las expectativas del precio del servicio, además de la diferenciación que este pueda ofrecer.

Tabla 6 Grupo Objetivo

DEMOGRÁFICA	PSICOGRÁFICA
Destinadas a personas de ambos sexos, de cualquier estado civil y de cualquier nivel de ingresos y que vivan en los distritos de Miraflores, la molina, chorrillos y surco	Destinadas a personas con un alto interés por el cuidado personal , un nivel de ingresos medio – alto y que disfruten los productos naturales

Elaboración propia

Entrega de Resultados

Los resultados serán entregados y expuestos al cliente el día 22 de octubre del presente año.

Usuarios Finales de la Información

La información final será empleada por el equipo de trabajo que está a cargo del proyecto, para que estos utilicen la información recabada y facilite la toma de decisiones relacionada a la ejecución del trabajo.

Cuerpo

Resultados obtenidos mediante la realización del Focus Group

De acuerdo con el Focus Group que hemos realizado hemos obtenido las siguientes conclusiones:

Evaluación de medios de información

- Los medios de comunicación más usados son las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y Snapchat y algunos comerciales de televisión).

Conocimiento de los Jabones

- La mayoría de nuestros entrevistados no saben cuál es la diferencia entre jabón industrial y uno artesanal
- La mayoría de entrevistados consumen jabones industriales.
- Conocen la existencia de los jabones artesanales gracias a los comerciales y publicaciones en redes sociales, ya que algunos de sus contactos suelen publicar información relacionada.

Identificar las características más importantes en un jabón

- Las características que consideran que son más relevantes son: capacidad de hidratación de la piel, suavidad al roce, capacidad de eliminación de bacterias y como una característica importante pero no prioritaria se mencionó al buen olor.

Determinación del precio de venta

- El precio que estarían dispuestos a pagar por el bien oscila entre 6 a 9 soles, pero vemos que hay un porcentaje de consumidores informados sobre el producto que estaría dispuesto a asumir un costo más elevado.
- La frecuencia de compra de jabones corresponde a 1 o 2 veces al mes en la mayoría de los casos

Evaluar las promociones más atractivas para los consumidores

- Sería conveniente contar con cupones y muestras como entrada al mercado, dando a conocer el producto de manera gratuita. Ya teniendo un tiempo y habiendo obtenido una porción de mercado, sería bueno contar con descuentos y promociones (2x1 por ejemplo)

Resultados obtenidos de las encuestas

- La encuesta es realizada para ambos géneros por la cual un porcentaje mayoritario (66.7%) de encuestados son hombres y el 33.3% son mujeres, según los resultados. (Ver gráfico 1)
- La mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de 18-25 años con un 59.8%. (Ver gráfico 2)
- El 50.8% de los encuestados son estudiantes, el porcentaje de empleados corresponde a 34.1% y el resto de los encuestados se distribuyen entre empresarios, desempleados y retirados. (Ver gráfico 3)
- El medio de comunicación más utilizado son las redes sociales por la cual podemos hacer uso para crear una mayor interacción con los clientes potenciales. (Ver gráfico 4)

- Los tipos de jabón que más compran los encuestados son los jabones industriales, representando el 90.9% del total de encuestas, mientras que el jabón artesanal solo representa el 9.1% . (Ver gráfico 5)
- En relación con la frecuencia de compra de jabón, el 44.7% realiza la compra 1 vez al mes, el 31.1% cada 2 semanas y el 24.2% realiza la compra semanalmente o cada 2 meses a más (Ver gráfico 6)
- Con respecto a las unidades adquiridas por compra, el 25% compra 3 unidades, el 28.8% de 4 a más unidades, el 22.7% compra solo 1 unidad y el 23.5% compra 3 unidades. (Ver gráfico 7)
- A continuación, se enumeran por importancia las características que los encuestados consideran son las más importantes al momento de escoger un jabón:

Suavidad al contacto con la piel

Capacidad de eliminación de las bacterias

Olor

Materiales usados en la fabricación

Precio Bajo

(Ver Gráfico 8)

- Con respecto al precio que los encuestados estarían dispuestos a pagar, el 80.3% de los encuestados respondieron de 6 a 9 soles, el 14.4% de 10 a 13 soles y el 5.3% de 14 a más. (Ver Gráfico 9)
- A continuación, se enumera por importancia los puntos de ventas preferidos por los encuestados para adquirir el producto:

Supermercados

Bodegas

Mercados

Almacenes Mayoristas

Farmacias

(Ver Gráfico 10)

Estimación de la demanda

Población Total: 968861

Promedio de personas que compran jabones artesanales: 460000 (6%)

Promedio de Integrantes por familia en lima: 3.7 – 3.6 (4)

Promedio de familias que compran jabones artesanales: 115000

Promedio de jabones artesanales comprados por año por persona: 36

Promedio de jabones artesanales comprados por año por familia: 144

Promedio de demanda de jabones artesanales por año: 2092740

Porción de mercado estimada: 1%

Demanda estimada anual de jabones artesanales de cacao orgánico: 20927

Resultados

- En cuanto a la aceptación del producto, se puede decir que existe poca demanda en comparación con sus sustitutos, pero las encuestas revelan que esto se debe al elevado precio de venta de un jabón artesanal en comparación con uno industrial, teniendo esto en cuenta una correcta fijación del precio del producto generaría una mayor demanda en comparación con la competencia.

- Como demuestra la investigación, uno de los puntos más relevantes es la suavidad al contacto con la piel, y los jabones artesanales favorecen a su cuidado, además el hecho de que no se utilicen químicos en el proceso de fabricación como los industriales estos pueden ser utilizados para tipos piel delicada como niños o bebés.
- Podemos ver que el producto tendría que tener un precio entre 6 a 9 soles para tener una alta aceptación entre los consumidores.
- Está claro que el punto de distribución del producto es un factor clave, para que los consumidores se sientan más motivados a comprarlo este se debe encontrar en lugares atractivos y de fácil acceso, por lo que sería óptimo poder encontrar el producto en supermercados, bodegas, mercados y farmacias.

Recomendaciones

- Se recomienda que, al iniciar el proyecto de inversión en jabón de cacao orgánico, se tomen en cuenta los costos a los que se incurra, para no tener un precio de venta muy elevado.
- Teniendo en cuenta el hecho de que las promociones son un aspecto importante para dar a conocer el producto, se recomienda hacer un estudio de mercado posterior para determinar los tipos de promociones más atractivas para los consumidores.

8.6. Estudio Organizativo

Nuestro proyecto tendrá como fin una comunicación horizontal en la empresa, de esta manera tendremos mejor comunicación y evitaremos que la información se distorsione por un proceso burocrático tan tedioso.

Mediante esta forma de organización buscamos que el proyecto lleve a cabo su fin, que es el de vender los jabones artesanales hecho a base de cacao orgánico.

Cabe mencionar que el manual de organización y funciones y el Reglamento de Organización y funciones que presentaremos a continuación es un esquema adaptado a nuestro proyecto del Manual de Organización y Funciones – Departamento Provincial de Moyobamba y de la guía de elaboración del MOF encontrada en biblioteca virtual en salud – MINSA.

a. Manual de organización y funciones (MOF)

Presentación

Nuestra empresa COSOAP SAC., es una empresa dedicada a la producción de jabones artesanales de cacao, pero a base de cacao orgánico. De esta manera le daremos un valor agregado a nuestro producto para diferenciarlos de los demás.

Nuestra empresa al recién empezar sus actividades productivas y ser nueva en el mercado, perseveraremos en cuanto a la venta del producto y hacer lo posible por ser reconocida y formar parte de las primeras alternativas del cliente en cuanto desee comprar un jabón para su cuidado personal.

La realización de este Manual de Organización y Funciones – MOF tiene como objeto la realización eficiente de los cargos que comprenderá para el funcionamiento y producción de la empresa.

El Manual de Organización y Funciones permitirá a cada área saber cuáles son las funciones que deben realizar y la manera en la que serán evaluados. Asimismo, busca que cada cargo pueda contar con ciertas competencias específicas para cada área de tal forma que puedan realizar con éxito sus funciones y tener una buena calificación al ser evaluados y mantenerse en el cargo. Cada representante de cada área será responsable de la manera en que se desenvuelve sus trabajadores y como se encuentra su área.

Así, una vez en claro las funciones y responsabilidades, se verá beneficiado no solo nuestros clientes, sino también la empresa ya que podremos dar un producto de calidad a base de un trabajo eficiente y siendo competentes en el mercado en el desarrollo de nuestras funciones.

Este Manual de Organización y Funciones ha sido elaborado en conjunto con el grupo de trabajo de este proyecto, identificando las necesidades que tendrá nuestro proyecto y con lo que debemos contar para el buen funcionamiento de la empresa.

Finalidad Del Manual

Este Manual de Organización y Funciones de nuestra empresa COSOAP S.A.C., tiene como objeto:

Hacer de conocimiento la estructura de las áreas comprendidas en la empresa y estableciendo cuáles serán sus funciones tanto como generales y específicas, también haciendo de conocimiento las responsabilidades bajo su cargo.

Esclarecimiento de su organización y sus funciones.

Alcance de información sobre las funciones y responsabilidades a todos los trabajadores de la empresa. Por eso, se hará presente mediante copias el Manual de Organización y Funciones.

Todas las personas que laboran en la empresa deberán cumplir con lo estipulado en el Manual de Organización y Funciones.

Las no consideraciones presentes en el MOF deberán llevarse a cabo mediante la lógica e interpretación del Manual.

Alcance

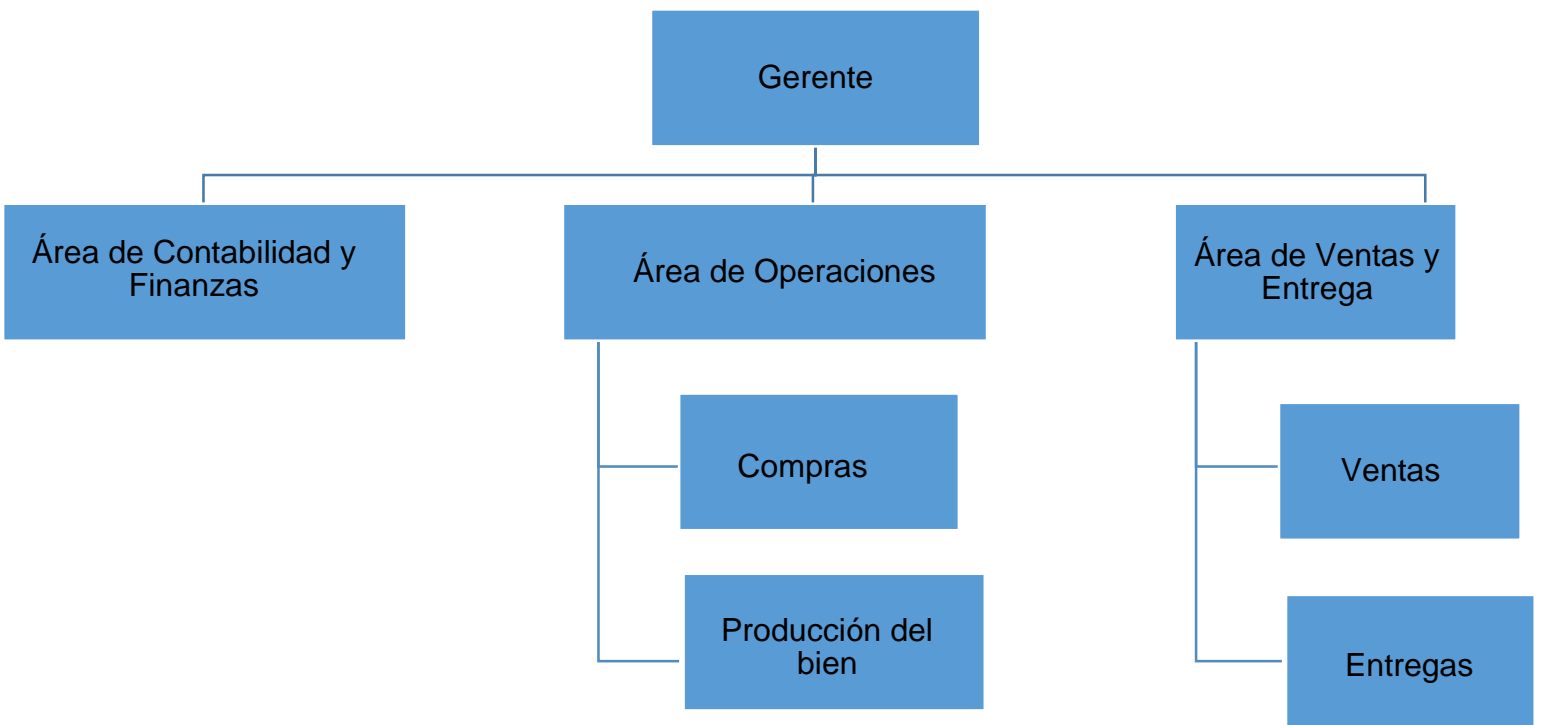
El Manual de Organización y Funciones será llevado a cabo por todos los que laboran en la empresa COSOAP S.A.C. de manera que tengan conocimiento de las actividades que tendrán que desarrollar según su área y cargo.

Aprobación

El presente manual será aprobado por nuestros accionistas para luego ser ejecutado.

A continuación, presentaremos la estructura que tendrá nuestra empresa para realizar sus actividades.

Ilustración 1 Organigrama



Elaboración Propia.

Gerente

Es la parte que acata las decisiones tomadas por el directorio y presentara planes de acción al directorio para responder ante eventualidades o mejoras para la empresa.

Funciones:

- Administrar y realizar gestiones correspondientes de la empresa.
- Constituir las reglas internas de la empresa.
- Velar por que la contabilidad este al día.
- Representar a la empresa ante diferentes eventos, en nombre de la empresa.
- Presentarse a las reuniones de accionistas cada vez que sea necesaria su presencia donde no necesariamente se tome en cuenta su voto.
- Elaboración de informes sobre acuerdos de los accionistas, de libros contables, entre otros relevantes.
- Dar a conocer a los accionistas, para que dé su veredicto sobre la aprobación o no, los presupuestos de la empresa para los años siguientes y otras actividades.
- Llevar a cabo lo aprobado por los accionistas y mencionar mejoras que pueda realizarse.
- Firmar contratos y obligaciones de la empresa de acuerdo con lo establecido en el estatuto y los accionistas.
- Estar al frente de la contabilidad de manera que se respeten las normas legales en la que regimos.
- Realizar operaciones que brinden bienes disponibles tanto muebles como inmuebles para que la empresa realice sus actividades correctamente.
- Administrar las cuentas bancarias de la empresa y garantizar los fondos necesarios para girar cheques.

- Realizar operaciones bancarias, entre ellas, autorizar retiros de dinero, ventas entre otros.
- Realización de pagos.

Requisitos

- Profesionales de las carreras de Administración o Economía.
- Experiencia laboral en cargos similares de 3 años.
- Conocimiento intermedio de Excel y Word.
- Contar con las siguientes habilidades: liderazgo, toma de decisiones, trabajo en equipo, responsabilidad, trabajo bajo presión y orientación hacia resultados.

Área De Contabilidad Y Finanzas

Encargado de contabilidad y finanzas

Funciones

- Registrar las operaciones diarias de compra y venta de bienes.
- Registrar las facturas recibidas y emitidas.
- Registrar los activos muebles e inmuebles y la depreciación de ellos.
- Realizar los libros contables que nos pide la SUNAT de acuerdo al régimen en la que nos encontramos.
- Legalizar los libros contables.
- Disposición de pago de impuestos.
- Planificar las fuentes de financiamiento que se requerirán y si es que se necesitaran.
- Análisis de los estados financieros.

Requisitos

- Ser de la carrera de contabilidad.
- Tener como mínimo 1 año de experiencia.
- Tener conocimiento avanzado en Excel.
- Contar con las siguientes habilidades: responsable, puntual, capacidad de resolver problemas y fácil adaptación.

Área De Operaciones

En esta área se llevarán a cabo todas las actividades relacionadas con la producción del bien final.

Encargado de compras

Funciones

- Planificar las compras de los insumos y materiales que se necesitaran para la producción del bien final.
- Llevar un registro de compras de los materiales.
- Negociar y fijar con los proveedores los precios y fechas de pagos de las facturas.
- calcular la cantidad necesaria de insumos o materiales que se necesitara.
- Inspeccionar la utilización de los materiales.

Requisitos

- Profesional de Logística.
- Experiencia de 1 año.

- Contar con las siguientes habilidades: responsable, puntual, capacidad de resolver problemas y trabajo bajo presión

Trabajadores de producción del bien final

Funciones

- Ejecutar las ordenanzas del encargado de la producción del bien final.
- Hacer los jabones artesanales.
- Empaquetar los jabones y ponerlos en la caja para su distribución.

Requisitos

- Secundaria completa
- Tener experiencia de 1 año en un puesto similar.
- Contar con las siguientes habilidades: trabajo en equipo y responsable.

Químico Farmacéutico

Funciones

- Encargarse de la combinación de los insumos necesarios para la creación del jabón orgánico.
- Dar indicaciones de cuál debe ser la combinación correcta de los insumos para la creación.
- Brindar asesorías personalizadas a los trabajadores en cuanto a sus funciones con respecto a la elaboración de los jabones.
- Supervisar los procesos que se están llevando a cabo.
- Encargarse de los requerimientos que nos pide la DIGEMID (Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas) para contar y mantener el permiso.

- Estar presente en las auditorias que se lleven a cabo.
- Verificar que los insumos que se compraron son los adecuados para la elaboración del jabón.
- Realizar propuestas con el fin de mejorar la calidad del producto.

Requisitos:

- Ser egresado de la carrera de Químico Farmacéutico.
- Contar con 2 años de experiencia en funciones similares.
- Tener conocimiento de permisos y certificaciones tanto de la DIGEMID como de CERES.
- Contar con las siguientes habilidades: facilidad de comunicación, trabajo en equipo, responsable y disciplinado.

Área De Ventas Y Entrega

En esta área se llevará a cabo actividades relacionadas con la venta de nuestros productos finales.

Ventas

Encargado de ventas

Funciones

- Planificar y llevar a cabo la promoción de nuestro producto.
- Determinar y encaminar el plan de ventas de la empresa.
- Determinar los lugares donde nuestro producto será vendido.

- Solucionar los reclamos de los clientes.
- Proyectar la distribución de nuestro producto y su precio.
- Tomar los pedidos de los clientes.

Requisitos

- Ser de la carrera de Marketing o afines.
- Tener 1 año de experiencia en cargos similares.
- Contar con las siguientes habilidades: trabajo bajo presión, proactivo, facilidad de comunicación, creatividad, innovación y relaciones interpersonales.

b. Reglamento de organización y funciones (ROF)

Disposiciones Generales

Artículo 1.- Objeto

El Reglamento de Organización y Funciones de COSOAP S.A.C., es un documento de carácter normativo donde se encuentra la estructura de nuestra empresa que está encaminada al logro de la misión, visión y objetivos. De igual manera, comprende las funciones de las empresas y de las áreas que las conforman, creando responsabilidades.

Artículo 2.- Alcance

Las condiciones establecidas en este reglamento son de cumplimiento de carácter obligatorio por todos los trabajadores de la empresa.

Artículo 3.- Aprobación

Los accionistas de la empresa COSOAP S.A.C., ha aprobado el Reglamento de Organización y Funciones.

Artículo 4.- Difusión

El gerente general deberá distribuir el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) a todas las partes de la empresa y estas deberán hacer conocer este reglamento a los trabajadores de la empresa.

Artículo 5.- Naturaleza

La empresa COSOAP S.A.C., es una empresa privada dedicada a la producción de jabones artesanales hechos a base de cacao orgánico.

Artículo 6.- Finalidad de COSOAP S.A.C.

El propósito de la empresa COSOAP S.A.C. es realizar actividades artesanales donde no se harán uso de maquinarias para la elaboración de jabones, por lo contrario, se hará uso de mano de obra.

Artículo 7.- Misión y Visión

La empresa COSOAP S.A.C., tiene como misión: “Contribuir a la salud y el bienestar de las personas, poniendo a su disposición un producto de alta calidad, que genere beneficio tanto para nosotros como para el productor de cacao peruano”

Y como visión: “Para el 2023, buscamos aumentar nuestra participación en el mercado local, ser una empresa con un ambiente laboral favorable y contar con una solidez financiera que nos permitan seguir ampliando nuestras metas.

LA GERENCIA GENERAL

Artículo 8.- La Gerencia es la parte más alta de la organización de la empresa quien actúa como representante ante cualquier ente y si fuese necesario, en algunas ocasiones, es necesario la presencia de los accionistas.

Artículo 9.- La Gerencia es quien acata las decisiones que se tomaron en el Directorio. Debe administrar tanto la empresa como lo económico en concordancia con los objetivos determinados por el directorio

El Gerente se hace cargo del puesto de Gerente con las siguientes funciones:

- i. Administrar y realizar gestiones correspondientes de la empresa.
- ii. Constituir las reglas internas de la empresa.
- iii. Velar por que la contabilidad este al día.
- iv. Representar a la empresa ante diferentes eventos, en nombre de la empresa.
- v. Presentarse a las reuniones de Directorio cada vez que sea necesaria su presencia donde no necesariamente se tome en cuenta su voto.
- vi. Elaboración de informes sobre acuerdos del Directorio, de libros contables, entre otros relevantes.

- vii. Dar a conocer al Directorio, para que dé su veredicto sobre la aprobación o no, los presupuestos de la empresa para los años siguientes y otras actividades.
- viii. Llevar a cabo lo aprobado por el Directorio y mencionar mejoras que pueda realizarse.
- ix. Firmar contratos y obligaciones de la empresa de acuerdo con lo establecido en el estatuto y el Directorio.
- x. Estar al frente de la contabilidad de manera que se respeten las normas legales en la que regimos.
- xi. Realizar operaciones que brinden bienes disponibles tanto muebles como inmuebles para que la empresa realice sus actividades correctamente.
- xii. Administrar las cuentas bancarias de la empresa y garantizar los fondos necesarios para girar cheques.
- xiii. Realizar operaciones bancarias, entre ellas, autorizar retiros de dinero, ventas entre otros.
- xiv. Realización de pagos.

DEL AREA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

Artículo 10.- Esta área es la que está encargada de ver tanto el financiamiento como la inversión de la empresa mediante la presentación de los Estados Financieros. Podremos obtener también información sobre las utilidades y ganancias que estamos obteniendo con la actividad de la empresa. La realización de esta actividad deberá ser de la manera más transparente y honesta, de lo contrario se hará la denuncia correspondiente.

El encargado de la contabilidad y finanzas deberá realizar las siguientes funciones:

- i. Registrar las operaciones diarias de compra y venta de bienes.

- ii. Registrar las facturas recibidas y emitidas.
- iii. Registrar los activos muebles e inmuebles y la depreciación de ellos.
- iv. Realizar los libros contables que nos pide la SUNAT de acuerdo al régimen en la que nos encontramos.
- v. Legalizar los libros contables.
- vi. Disposición de pago de impuestos.
- vii. Planificar las fuentes de financiamiento que se requerirán y si es que se necesitaran.
- viii. Análisis de los estados financieros.

DEL AREA DE OPERACIONES

Artículo 11.- Esta área tendrá a cargo las actividades que se deberán realizar para la producción del bien final. Comprenderán desde la compra de insumos necesarios para la producción, como también la producción de la principal materia prima que es el cacao orgánico y por último la realización del bien final.

Artículo 12.- Esta área tendrá un encargado de las compras de los insumos quien deberá prever la cantidad de insumos necesarios para la producción de manera que no haga falta para que no se vea afectada la producción.

Esta área deberá cumplir con las siguientes funciones:

- i. Planificar las compras de los insumos y materiales que se necesitaran para la producción del bien final.
- ii. Llevar un registro de compras de los materiales.
- iii. Negociar y fijar con los proveedores los precios y fechas de pagos de las facturas.
- iv. calcular la cantidad necesaria de insumos o materiales que se necesitara.

- v. Inspeccionar la utilización de los materiales.

Artículo 13.- Dentro del área de operaciones se considera también la producción de la materia prima principal, que es el cacao. Esta materia prima será obtenida por nuestro proveedor Nutri Body.

Artículo 14.- El encargado de la producción de la materia prima deberá cuidar principalmente que la cosecha y obtención del cacao orgánico sea de acuerdo con lo establecido por CERES. Asimismo, deberá de prever lo que necesitará para ello.

Tendrá como función lo siguiente:

- i. Contratación de mano de obra.
- ii. Determinar las funciones de los obreros de producción de materia prima.
- iii. Constante supervisión en la zona de trabajo.
- iv. Administración eficiente de los recursos.
- v. Fijar horarios de trabajos, descansos y horas de refrigerio.
- vi. Observar el estado de la tierra y producción.
- vii. Controlar acciones que perjudiquen la producción como regar demasiado.
- viii. Hacer que se cumplan con los parámetros y reglamentos que CERES nos pide para la certificación orgánica.

Artículo 15.- En cuanto a los trabajadores de la producción de la materia prima deberán acatar las órdenes del encargado de la producción de la materia prima que tengan que ver con esa actividad, mas no la realización de otra actividad delegada por el encargado que no tenga nada que ver con la actividad principal. De ser así, el trabajador podrá rehusarse a realizar dicho mandato y no ser removido de su puesto de trabajo.

Su función es:

- i. Ejecutar las ordenanzas del encargado de la producción de la materia prima.
- ii. Sembrar, regar, y cosechar la materia prima.
- iii. Hacer curaciones si es que fuese necesario.
- iv. Sacar el cacao para ser pasado al área de producción del bien.

Artículo 16.- Respecto a las actividades que se realizaran para la producción del bien final, el encargado deberá dirigir la producción de manera eficiente y con calidad motivando al grupo de trabajadores a su cargo la realización del producto de manera dedicada.

Tendrá que cumplir las siguientes funciones:

- i. Dar a conocer a los nuevos trabajadores la realización de la actividad de producción.
- ii. Llevar el control de la hora de ingreso y salida.
- iii. Hacer respetar las horas de refrigerios.
- iv. Verificar el uso adecuado de implementos otorgados por la empresa.
- v. Guiar la producción.

Artículo 17.- En cuanto a los trabajadores de la producción de los productos finales, deben acatar las órdenes del encargado de su área, solo las que tengan relación a la actividad que realizan mas no las ordenes que no tengan nada que ver con la actividad principal de su área.

Deberán cumplir con las siguientes funciones:

- i. Ejecutar las ordenanzas del encargado de la producción del bien final.
- ii. Hacer los jabones artesanales.

iii. Empaquetar los jabones y ponerlos en la caja para su distribución.

Artículo 18.- El químico farmacéutico formara parte del proceso de producción ya que tendrá que realizar las combinaciones y asegurarse que estas sean realizadas según lo indicado. De esa manera también podrán realizarse mejoras para alcanzar una mayor calidad como producto.

El Químico Farmacéutico tendrá como funciones:

- Encargarse de la combinación de los insumos necesarios para la creación del jabón orgánico.
- Dar indicaciones de cuál debe ser la combinación correcta de los insumos para la creación.
- Brindar asesorías personalizadas a los trabajadores en cuanto a sus funciones con respecto a la elaboración de los jabones.
- Supervisar los procesos que se están llevando a cabo.
- Encargarse de los requerimientos que nos pide la DIGEMID (Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas) para contar y mantener el permiso.
- Estar presente en las auditorias que se lleven a cabo.
- Verificar que los insumos que se compraron son los adecuados para la elaboración del jabón.
- Realizar propuestas con el fin de mejorar la calidad del producto.

DEL AREA DE VENTAS

Artículo 19.- Esta área se hará responsable de las actividades en relación con la venta de nuestros productos finales. Se deberá promocionar el producto, cumplir con los objetivos de ventas trazados de manera que podamos obtener beneficios. Para finalmente hacer la entrega respectiva.

Artículo 20.- En esta área, el encargado de ventas deberá velar por llevar a cabo los fines de la empresa en cuanto a las ventas del producto.

Para ello deberá cumplir las siguientes funciones:

- i. Planificar y llevar a cabo la promoción de nuestro producto.
- ii. Determinar y encaminar el plan de ventas de la empresa.
- iii. Determinar los lugares donde nuestro producto será vendido.
- iv. Solucionar los reclamos de los clientes.
- v. Proyectar la distribución de nuestro producto y su precio.
- vi. Tomar los pedidos de los clientes.

Artículo 21.- En cuanto al área de entregas, deberá hacer efectivo lo que el área de ventas logro mediante las ventas. Deberá contar con información sobre donde deberá realizarse la entrega, monto y cantidad haciéndose responsable de lo que se le ha asignado. Deberá responder por las cantidades del producto y rendir cuentas presentando un informe de los productos que se entregó y no se entregó y si es que hubo o no reclamos.

Las funciones para realizar son:

- i. Tener la relación de las direcciones de los lugares donde se tendrá que repartir los productos.

- ii. Asignar a cada trabajador los lugares que tendrá a cargo para llevar los productos.
- iii. Entregar a cada trabajador las boletas o facturas de los pedidos para ser entregados al cliente.
- iv. Verificar las cargas de mercadería que saldrán por cada trabajador.
- v. Resolver las devoluciones o no aceptación del producto.

Artículo 22.- en cuanto a los trabajadores del área de entrega tienen la responsabilidad de entregar el producto final al cliente para así demostrar el compromiso de la empresa con el cliente de manera que obtengamos beneficios de ello. De ser rechazado por el cliente, el trabajador deberá regresarlo y explicar el motivo que le dieron para no aceptar el producto.

La función que desarrollara es:

- i. Ejecutar las ordenanzas del encargado de las entregas.
- ii. Realizar las entregas a las direcciones señaladas con su respectiva boleta o factura.
- iii. Registrar las devoluciones, reclamos o no recepción del producto.
- iv. Sustentar la entrega con la firma o huella del cliente.

8.7. Estudio Ambiental

La idea de negocio, jabones de cacao artesanal, no tiene un impacto negativo sobre el ambiente ya que no se empleara ningún tipo de pesticidas.

8.8. Plan De Operaciones

Dentro del plan de operaciones resumiremos aspectos técnicos y operativos relacionados a la producción y movilización del producto

a. Logística de Entrada y Salida

Para maximizar el acceso de los clientes se debe tener en cuenta que un sistema de logística de calidad, según Martín A. Ramón, cuenta con los siguientes aspectos: producto adecuado, cantidad y estado adecuado en el momento preciso y con un coste mínimo que maximiza beneficios.

Cadena de Suministros: La cadena de suministros comprende desde el proveedor, fabricante, distribuidor, vendedor y finalmente consumidor.

Nuestro proyecto se basa en el aprovisionamiento interno lo cual nos permite reducir cierto costo y tener una mejor posición de negociación sobre los proveedores de materias primas que no producimos. Somos fabricantes que distribuimos nuestro producto para llegar a nuestros clientes finales.

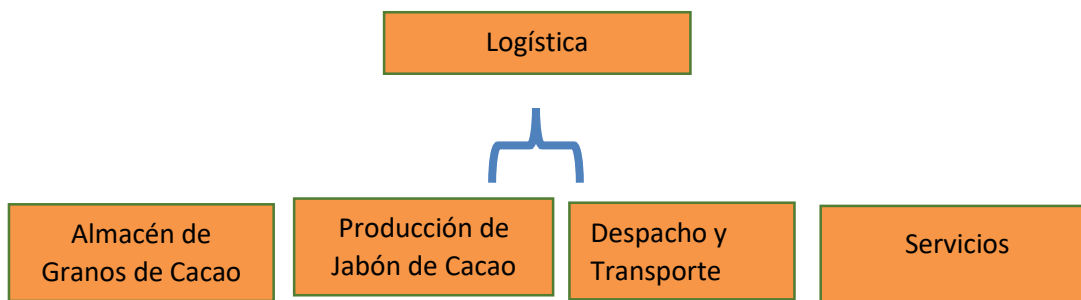
Nuestra estrategia para una buena integración y gestión de relaciones con nuestros clientes se basa en establecer vínculos amicales y premiar por su fidelidad y la cantidad de su consumo. Además, innovaremos nuevas novedades para sorprender y tener actualizados a nuestros consumidores, seguidamente mostraremos una sencilla gráfica de nuestra cadena de suministros.

Ilustración 2 Logística de Entrada y Salida



Elaboración Propia

Ilustración 3 Estructura del departamento de Logística



Elaboración Propia

Actividades Claves de Logística: Soluciones y objetivos con la ayuda de sistemas de información, en nuestro caso utilizaremos el Excel y otros programas de bajo costo.

Una de las actividades también será el diseño de procesos y las coordinaciones que corresponden a la fase. La logística comprende las actividades que respectan con:

Clientes: Esta área tendrá a su cargo el servicio al cliente y asegurarse de su satisfacción.

Asimismo, se encargará de la recepción de pedidos, procesamiento de estos, de comprobantes y guías.

Inventario: Se hará un control de previsión según la cantidad de pedidos, con la mayor precisión posible de tal manera que los productos siempre estén disponibles a las necesidades de la demanda.

Suministros y servicios: Se aplicará políticas de compra de suministros, la subcontratación de personal, integración con proveedores, órdenes de compra, pago y comprobante.

Transporte: Se elaborará un diseño de red para la gestión de envíos, gestión de flota, gestión de mercaderías y operadores logísticos.

Almacén: Comprende la recepción, colocación, almacenado y envió.

Producción: Esta etapa describe las actividades en la planta, Asimismo el manejo de los materiales y la programación de la producción. Para que los procesos sean eficaces se maneja el control de calidad en los productos, los insumos y las maquinarias de operación.

La programación de la producción es muy importante, esto va a depender de las ventas estimadas para cada temporada. Además, la producción afecta al programa de abastecimientos.

Logística: Está relacionada estrechamente a la producción, según las programaciones se realizarán compra de materiales, el control de inventarios, almacenes y la distribución del mismo.

Marketing: Nuestros planes de marketing se basan en estrategias de precios, publicidades e interacción con los clientes, con la finalidad de llegar a nuestro objetivo que es incrementar nuestras ventas.

8.8. Plan De Marketing

Hoy en día todas las empresas por más que sean pequeñas buscan plantear un plan de marketing con la finalidad de desarrollar una empresa exitosa para ello esquematizan estudios de mercado, plantean objetivos y estrategias a implementar y planifican como continuar con su empresa.

Un plan de marketing sigue la siguiente división:

a. Análisis de mercado

Nos permite tener una visión más clara acerca de la situación de la empresa en el mercado respecto a sus competidores.

En esta situación, si bien nuestro producto tendrá que competir con las marcas de jabón que ya se encuentran posicionadas en el mercado se busca con la innovación presentar un producto a base de insumos naturales para superar esta barrera y así poder llegar a nuestros clientes de manera efectiva. Por ello, mediante las propiedades beneficiosas del cacao queremos brindar productos de calidad.

Nuestro público objetivo está basado en personas de 20 años aproximadamente en adelante, de ambos sexos que se preocupan por su arreglo personal y se encuentra en una posición económica entre el sector B y A de la ciudad de Lima. Por lo tanto, el público objetivo puede presentar diferentes tipos de personalidades, así como estilos de vida ante ello podemos decir que nuestro producto cuenta con una segmentación conductual por beneficios buscados, ya que los consumidores busquen nuestro producto por los beneficios que este brinda.

En cuanto a nuestra competencia, como se mencionó anteriormente existen marcas muy bien posicionadas en el mercado que cuentan con una amplia experiencia en el consumo y distribución de su producto por ello, buscamos diferenciarnos siendo la primera empresa en producir jabón artesanal a base de cacao orgánico de calidad por lo tanto contamos con un proyecto novedoso con múltiples beneficios pero al ser un producto nuevo en el mercado su acogida o frecuencia de compra será paulatinamente ya que se cuenta con una competencia de alto nivel a la cual se le suma la nueva experiencia que tendremos nosotros en posicionar nuestro producto en el mercado.

Objetivo

Obtener el 1% de acogida en el primer año de ventas de los jabones artesanales de cacao orgánico en la ciudad de Lima.

Medible

Aumentar el posicionamiento de los jabones artesanales de cacao en un 5% centrándonos en nuestro público objetivo de personas de 20 años en adelante.

Alcanzable

Aumentar las ventas en un 10% en el primer año para lanzar al mercado nuevas presentaciones de los jabones artesanales de cacao orgánico.

Realista

Incrementar nuestro equipo de ventas de 2 a 4 personas para el quinto año en el mercado así poder cubrir con la capacidad de venta en la totalidad del distrito limeño.

Oportuno

Crear una página web con las diferentes variedades de presentaciones de jabones artesanales de cacao orgánico para obtener datos de nuevos clientes y puntos de referencia de donde se concentra nuestra mayor demanda online que permita tener una llegada efectiva hacia nuestro cliente objetivo.

Estrategias

Gestionar publicidades por medio de la creación de redes sociales como Fan Page en Facebook e Instagram donde se pueda difundir los beneficios del uso del jabón artesanal en el cuidado de la piel y la diferencia con el jabón industrial así la empresa optimizaría su posicionamiento y acogida en el mercado.

Diseñar de manera creativa la presentación y diseño del producto para mostrar ante el público objetivo la innovación de nuestro producto artesanal de cacao orgánico así aumentar las ventas en el primer año de entrada en el mercado limeño.

Optimizar la mano de obra de nuestro equipo de ventas seleccionando personas con espíritus emprendedores y motivados a buscar el acercamiento de nuestro producto con el público objetivo.

Incrementar la red de clientes mediante la base de datos de la página web creada así tener una visión más clara de las necesidades y características que tienen los consumidores en la búsqueda de un producto que los satisfaga.

Revisión del trabajo realizado

En este punto lo que se busca es realizar una revisión sobre el plan de marketing desarrollado para obtener los resultados de las medidas ejecutadas y comprobar si los objetivos planteados resultaron ser realistas o no y en caso de que no simplemente replantearlas con la finalidad de no desviarse de las metas planteadas para no cometer errores críticos en la empresa. Por ello, también es recomendable la revisión de los flujos de la empresa para ver cómo va avanzando los ingresos y egresos del negocio así observar si tiene un progreso positivo que haga ver al negocio como uno rentable.

b. El Mix Del Marketing 4ps

Precio

El precio de lista de los jabones industriales oscila entre los 4 y 13 soles donde algunos de ellos son: Heno de Pravia, Johnson's, Palmolive, Dove, Protex, Boreal, Neko, Lux, entre otros. Mientras que los precios de los jabones artesanales están aproximadamente entre

los 9 y 25 soles dependiendo de la presentación, insumo o beneficios que este brinda a los consumidores. En cuanto a descuentos es conveniente contar con cupones o muestras como entrada al mercado de nuestro jabón orgánico y más adelante brindar promociones de 2x1 para incentivar el consumo del bien. Sobre el tipo de pago que se ofrece, todo es en efectivo.

Producto

Dependiendo de la demanda del jabón orgánico se buscará crear una línea de producto a base de nuestro insumo esencial que es el cacao para el cuidado de la salud. Este será un jabón de calidad ya que está elaborado a base de insumos orgánicos, pero también contará con características específicas en cuanto al diseño y envase del jabón buscando la innovación y diferenciación de nuestro producto con el resto que se encuentra posicionado en el mercado.

Promoción

Como ya se mencionó anteriormente se realizará publicidades resaltando los beneficios del cacao en la salud, asimismo promociones de ventas para acercar más el producto con el público objetivo. La manera en cómo se hará está relacionado con la publicidad en redes sociales, sitios web y la circulación de volantes, cupones y entrega de muestras durante la entrada y posicionamiento del producto en el mercado.

Plaza o distribución

Mediante el uso de redes sociales y sitios web se creará una distribución personalizada para la entrega del producto adquirido vía online por lo tanto se manejará un inventario

debidamente especificado para evitar errores en el conteo de stock disponible para la venta.

c. Diseño Del Producto

Tabla 7 Beneficios y atributos

ATRIBUTOS	BENEFICIOS
Colágeno	Hidratación, suavidad y elasticidad
Antioxidante	Retrasa el envejecimiento celular
Posee vitamina A B C D E	Antioxidante, energía, evita infecciones, absorción del calcio y protege células y tejidos
Es un insumo indispensable para la producción de café, la cafeína	Estimula el sistema nervioso
El hábito de su consumo en diversos derivados del cacao	Mejora el estado de animo
Alto contenido de flavonoides	Mantiene un buen sistema cardiovascular
Reduce la inflamación	Contiene nutrientes
Elaboración propia.	

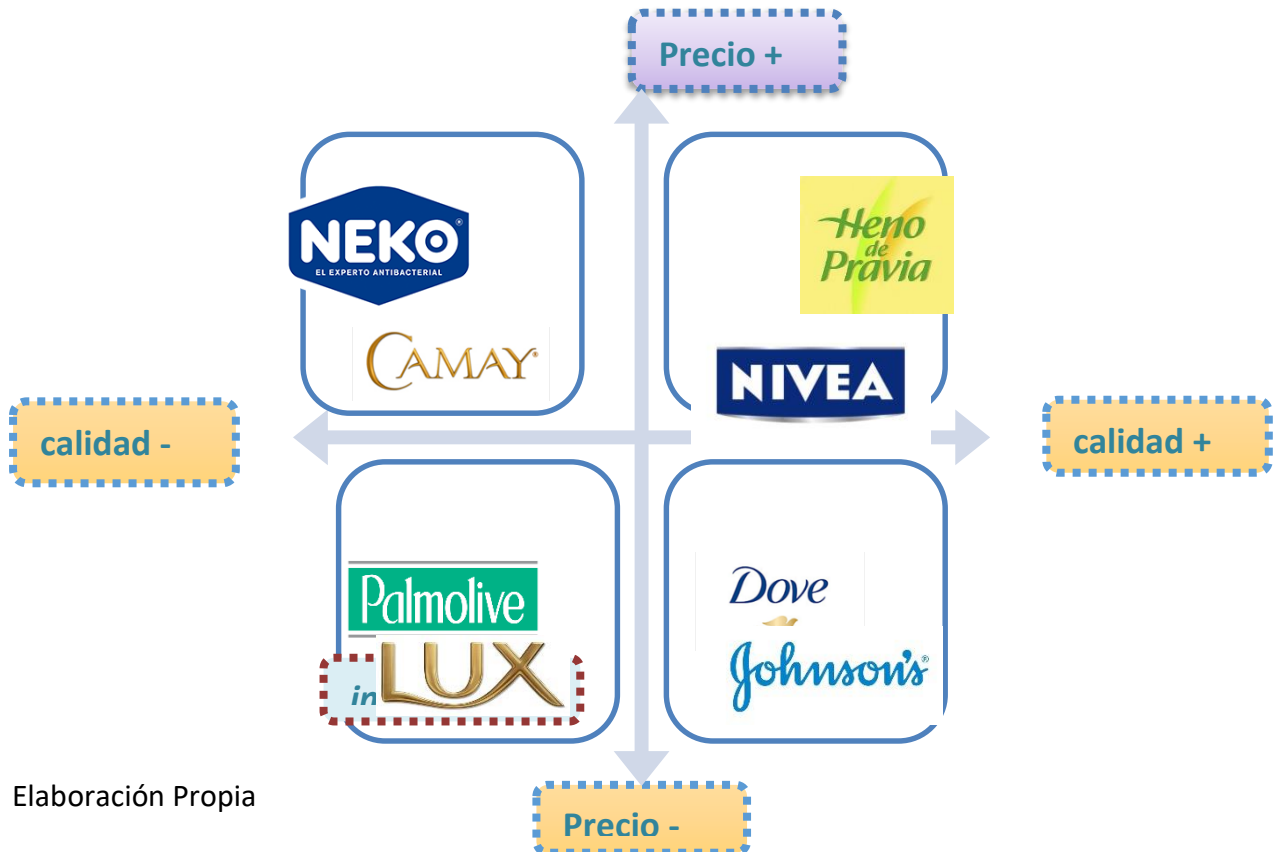
Tabla 8 Competidor y ventajas

COMPETIDOR	VENTAJAS
¿Quiénes son mis competidores?	Utiliza cacao orgánico
Dove y Nivea: utilizan cremas humectantes y agentes limpiadores por lo tanto químicos dentro de su composición.	No utiliza químicos en todo su proceso de fabricación ya que solo utiliza glicerina, colorante y esencia. Lo demás se realiza de manera natural.
Johnsons y Neko: tienen vitaminas y antioxidantes dentro de sus componentes.	Nuestra ventaja general es que usaremos cacao orgánico que, si nos comparamos con Dove, nivea o heno de pravia claramente se puede observar que sus productos no cuentan con ese toque natural de esencia como lo tiene nuestro
Camay: hace uso de la cera de la abeja para la elaboración de sus jabones.	

jabón artesanal.

Elaboración propia

Ilustración 4 Matriz de posicionamiento del producto



Elaboración Propia

Describir la flor de servicio

Cómo llegar al lugar: Distribución vía online

Programa, horario de servicio: lunes a viernes 9am – 6pm

Precio: El precio del jabón artesanal de cacao orgánico será de 17 soles

Condiciones de venta, Instrucciones de uso: A precio retail los jabones se venden por unidad, pero a partir de 6 unidades o 1 docena se venderán al por mayor conservando el producto cerrado. En cuanto a su fecha de caducidad siempre es recomendable visualizarlo antes de utilizar y mantenerlo en un lugar fresco y seco.

Toma de pedido

Como solicitar el servicio: Página web, teléfono y correo electrónico

Sistema de entrada: Redes sociales

Cobranza

Estado de cuenta periódico, por medio de correo o boleta

Pago

Sistema fácil de pagar: Pago directo

Asesorías

Consejos individualizados: Se brindará asesorías mediante call center ante dudas sobre la composición, beneficios, precios del producto que ofrecemos a nuestros clientes.

Instalaciones sanitarias: Se cuenta con un local que brinda instalaciones sanitarias (baños), para un público en general distribuido por géneros asegurando una higiene personal adecuada.

Seguridad: Contamos con personal de seguridad capacitado ante cualquier situación de robo o pérdida de objetos personales de nuestros clientes.

Amabilidad

Instalaciones sanitarias: Se cuenta con un local que brinda instalaciones sanitarias (baños), para un público en general distribuido por géneros asegurando una higiene personal adecuada.

Seguridad

Contamos con personal de seguridad capacitado ante cualquier situación de robo o pérdida de objetos personales de nuestros clientes.

Excepciones

Solicitudes especiales son atendidas: Contamos con un área de quejas, soluciones y un libro de reclamaciones para que los clientes expongan sus quejas y sugerencias.

Resolución de problemas: Contamos con un personal especializado que responde nuestra línea gratuita y disponible en el horario que abre el local para los clientes que necesiten realizar reclamos o sugerencias.

Manejo de quejas y reclamos: No

Resarcimiento: En el caso de que el producto este vencido, tenga un material dentro o se encuentre dañado se procederá a la devolución del dinero o en caso de que el cliente desee cambiar el producto por uno nuevo en buen estado; finalmente si se cree necesario la empresa brindara un producto gratuito para resarcir el mal momento o daño causado al cliente.

d. Definición Del Perfil Del Cliente Objetivo

Demográfico

El perfil de nuestro cliente objetivo es de una persona de 20 años en adelante que sea de ambos sexos, cuente o no un nivel de estudios, ingreso promedio de un sueldo básico de 930 soles como mínimo.

Geográfico

Residentes o no residentes de la ciudad de Lima.

Psicográfica

Clase social media y alta que cuente con diversas personalidades, así como estilos de vida de afortunados, progresistas y modernos.

Sociocultural

Valores culturales bien definidos.

8.9. Sistema De Cadena De Valor

La presentación de nuestro sistema de cadena de valor se dividirá en 2 grupos, actividades primarias y actividades de apoyo

a. Actividades Primarias

Logística de Entrada: Esta etapa comprende la recepción de Materias primas, insumos y materias primas indirectas.

Con el fin de elaborar jabones altamente competitivos, desarrollaremos estrategias de aprovisionamiento interno, lo cual nos permitirá consolidar ventajas de costo. El conjunto de productos que requeriremos para la obtención del Cacao y posteriormente para la elaboración del jabón, su empaquetamiento y envase, está asociado a la siguiente lista.

- Cacao Orgánico en polvo: Contaremos con un distribuidor el cual será el encargado de abastecernos de la materia prima durante la vida del proyecto.
- Glicerina: Para la obtención de este importante insumo estamos considerando los siguientes proveedores:
 - Omnichem: Afirma que es una empresa peruana proveedora de insumos químicos de farmacéutica, Cosmética, Alimenticia y Veterinaria. Se encuentran constantemente en la ampliación de su cartera de productos y también de sus clientes. Sus productos son innovadores, tecnológicamente avanzados y fácilmente adaptables a las necesidades del cliente. Con respecto a sus servicios son cuidadosos y muy eficaces cuando se trata del tiempo de entrega, lo cual es valorable en la búsqueda de nuestros proveedores, más aún necesitamos de sus competencias para producir nuestro producto y encontrar diferenciarlos.
 - Sigonza: Según su portal, Sigonza es una empresa peruana con apenas 9 años de experiencia dedicada a la importación, promoción, comercialización y distribución de fragancias, saborizantes e insumos químicos en sectores como la cosmética, farmacéutica, limpieza y alimentación. Lo más resaltante de esta empresa es que sus productos son de calidad y de bajos precios, necesitamos un proveedor de tales características, además según dicha empresa sus atenciones son personalizadas.

- MacroQuímicos S.A.C: Es una empresa peruana fundada en 2006, se dedica al mismo sector que las firmas mencionadas en líneas anteriores. Su visión está enfocado a brindar un producto de calidad y de novedad a sus clientes, además convertirse en un socio estratégico de los mismos.
- Aromatizantes: Estos insumos serán obtenidas de las firmas mencionadas, ya que además de la glicerina se dedican a proveer aromatizantes.
- Material de Empaque: Cajas de cartón y cajitas de papel Kraft, como nuestros proveedores consideraremos a las siguientes empresas.
 - CARVIMSA: Es una empresa dedicada a proveer empaques de cartón y derivados de papel a diversos sectores industriales.
 - Cartonería Cely: Al igual que CARVIMSA se dedica a proveer empaques y hacen el traslado de las cajas hasta el local solicitado.

Operaciones: Si bien es cierto que tendremos un proveedor de polvo de Cacao Orgánico tenemos que tener en cuenta el proceso de transformación.

Fabricación del Jabón: Se combinará la glicerina con la harina del Cacao lo cual es nuestro insumo principal, adicionalmente se añadirá aromatizantes, aceites, etc. Luego se vaciará en moldes pequeños y finalmente se procederá al enfriamiento, empaquetado y etiquetado.

Maquinaria Para la Producción

- Máquina de mezclador: Mezcla la glicerina con la harina y otros aditivos convirtiendo en una pasta dura.

- Máquina de timbrado de Jabón: Realiza el proceso de estampado y sellado, da la forma y el tamaño perfecto que se requiere, dejando finalmente listo para el empaque.

Logística de Salida: Para el traslado de productos a distintas tiendas, supermercados, mercados, etc, se firmará contrato con empresas de transportes de carga, quienes se encargarán de dejar los productos a sus destinos.

Marketing y Ventas: Pondremos atención a nuestro nivel de servicio, previamente haremos constantemente la investigación de mercados para actualizarnos en cuanto a la información sobre nuestros clientes.

Nuestra estrategia de marketing se basará en el uso de medios masivos gratis o baratos ya que no contamos con un fuerte capital. Si bien es cierto, los medios que más usan nuestro público objetivo son el Facebook, Instagram, Páginas de Facebook, Páginas Webs y YouTube. Nuestro objetivo es incrementar nuestras ventas gradualmente con la ayuda de nuestra mencionada estrategia.

Servicios: Además de estar disponible en redes sociales contaremos con una tienda física, lo cual permitirá a nuestros clientes conectarse mejor con nosotros, ayudará a poner sus quejas, comunicarse y hacer sus compras, además contaremos con teléfonos y celulares para pactar los contratos de transacciones.

b. Actividades de Soporte

Infraestructura de la Empresa: Se manejará el mismo organigrama anteriormente presentado en el Manual de Organización y Función de la Empresa

Administración de Recursos Humanos: Al principio las áreas de administración contabilidad, área Legal y finanzas tendrá a su cargo una sola persona, en caso de marketing se requiere al menos dos personas que esté en constante contacto en el planteamiento de las estrategias de venta y las publicaciones en las redes.

Desarrollo de Tecnología: Al principio compraremos maquinarias según nuestro presupuesto tanto en cantidad y tecnología, posteriormente se implementarán innovaciones más avanzadas en cuanto a procesos de producción.

Aprovisionamiento: El aprovisionamiento en cuanto a recursos humanos y los insumos para la producción serán controladas mediante herramientas que mejor adapte a nuestro proyecto.

8.10. Cronograma del proyecto

Tabla 9 Programa de constitución de la empresa

TAREA1 PARA LA MINUTA	DURACIÓN	INICIO	FIN
Reserva del nombre de la empresa	2	03/12/2018	04/12/2018
Abrir una cuenta Bancaria para la Empresa	1	05/12/2018	05/12/2018
Constitución de Socios	5	06/12/2018	11/12/2018
Elegir Gerente y establecer sus funciones	3	12/12/2018	14/12/2018
Establecer la existencia de un directorio	1	17/12/2018	17/12/2018
Designar o regular un derecho de preferencia	1	18/12/2018	18/12/2018
Establecer las causas de la exclusión de un socio	1	18/12/2018	18/12/2018
Realizar el acto constitutivo mediante un abogado y tramitar	3	19/12/2018	19/12/2018
TAREA 2 ASPECTOS TRIBUTARIOS			
Obtención del RUC	1	20/12/2018	20/12/2018
Obtención del Clve Sol	1	21/12/2018	21/12/2018
Obtener la autorización de la impresión de comprobantes de pago	2	24/12/2018	25/12/2018

Elaboración Propia.

8.11. Plan de Recursos Humanos

Nos permite analizar y determinar los elementos que están relacionados con la política del personal de la empresa.

a. Organización funcional.

Mediante el manual de organización y funciones MOF se determinó que las áreas que comprenderán nuestra empresa después del directorio y gerente son las siguientes: Área de Recursos Humanos, Área de Contabilidad y Finanzas, Área de Operaciones y el Área de Ventas y Entrega. Las cuales guardan una relación directa y abarcaran personal a cargo con funciones respectivas según el área en el que laboran por unas 8 horas diarias de lunes a viernes.

En cuanto al personal requerido por cada área de trabajo se tiene:

- Área de Contabilidad y Finanzas: en cuanto al registro de los estados financieros se contará con un contador externo quien registrará las transacciones en los libros contables mientras que el tesorero de la empresa realizará los flujos de efectivo.
- Área de Operaciones: contará con un encargado de logística quien lleve un registro de las transacciones realizadas con los insumos requeridos, un supervisor de operaciones quien vigile el proceso de producción del jabón, un químico farmacéutico y 3 operarios encargados de la producción del bien.
- Área de Ventas y Entrega: para esta área se dispondrá de dos vendedores quienes harán llegar nuestro producto final a nuestro público objetivo.

b. Plan de contratación.

En nuestro caso, nuestros trabajadores contarán con un contrato formal en la cual se especificará los beneficios, funciones, salarios, horas de trabajo, entre otros. El cual será del tipo indefinido y solo en el caso del contador sería por prestación de servicios ya que es un personal externo.

En cuanto al monto salarial que percibirán cada uno de nuestro personal es:

- Supervisor de operaciones: s/. 1000
- Operarios: s/. 930
- Químico Farmacéutico: s/. 1600
- Administrador: s/. 1500
- Encargado de logística: s/. 1000
- Vendedores: s/. 930
- Seguridad: s/. 930

c. Política salarial.

La política salarial nos ayuda a tener equitativamente los sueldos y así poder ofrecer una remuneración equilibrada para los empleados.

- i. Las remuneraciones serán dadas mensualmente, en la cual el colaborador tendrá que apertura una cuenta corriente o de ahorros en el Banco de Crédito del Perú para su depósito (de generar apertura de cuenta en otro banco, la transferencia tardará un día).
- ii. El colaborador ingresa a planilla y cuenta con todos los beneficios de la ley desde el primer día (CTS, gratificaciones, vacaciones). Con respecto a los operarios, adicional a esos, se les brindará uniformes descartables que serán renovados semanalmente.

iii. Los descuentos en las remuneraciones corresponderán a lo siguiente:

Aportaciones a la ONP o AFP.

Deudas con la empresa, reconocidas y autorizadas por el empleado.

Faltas o tardanzas injustificadas.

iv. Con respecto a las faltas y tardanzas, por cada falta se generará un descuento de 20.00 soles por día y por 5 tardanzas acumuladas en el mes será equivalente a una falta, cada tardanza tiene una tolerancia de 20 minutos, excedido este tiempo se generará un descuento de 10.00 soles.

d. Plan de externalización de funciones.

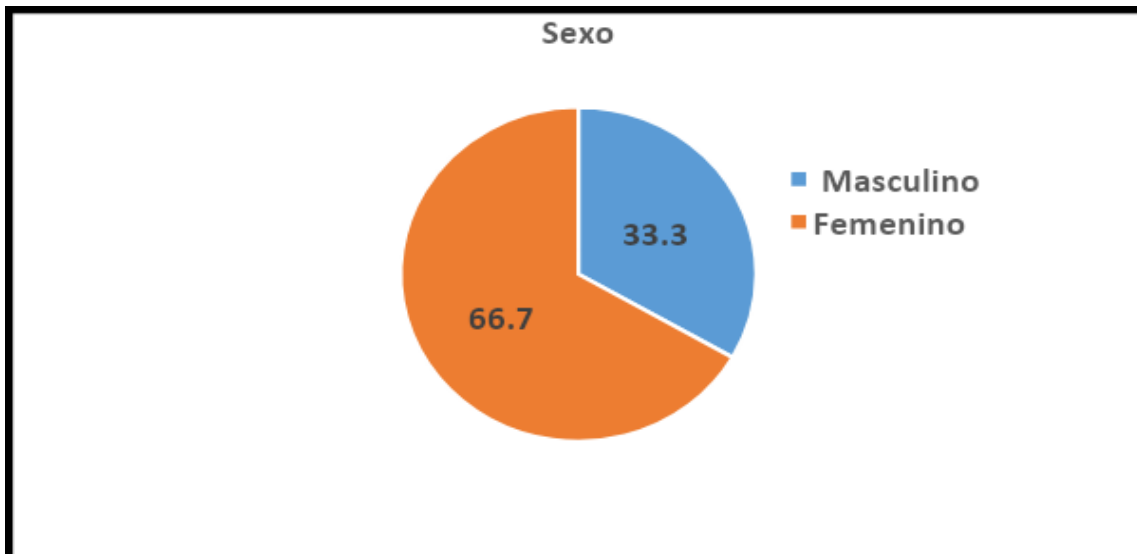
Se contará con asesor en contabilidad externo, quiere decir que asistirá a la empresa una vez al mes, especialmente al final del mes para hacer las revisiones correspondientes al funcionamiento y estado financiero de la XXX S.A.C., asimismo regula y planifica para comprensión tanto de los inversores como proveedores. Esto debido a minimizar costos en su salario a comparación de un contador fijo.

9. Conclusiones

Tras haber realizado la correcta proyección financiera por un plazo de 5 años y haber realizado la investigación correspondiente sobre su aceptación en el mercado, concluimos que la creación de una empresa dedicada a la producción y venta de jabón artesanal de cacao orgánico es una idea de negocio rentable, teniendo un VAN positivo al final de los 5 años de proyección. No obstante, sería ideal realizar un análisis más exhaustivo teniendo en cuenta escenarios pesimistas y optimistas.

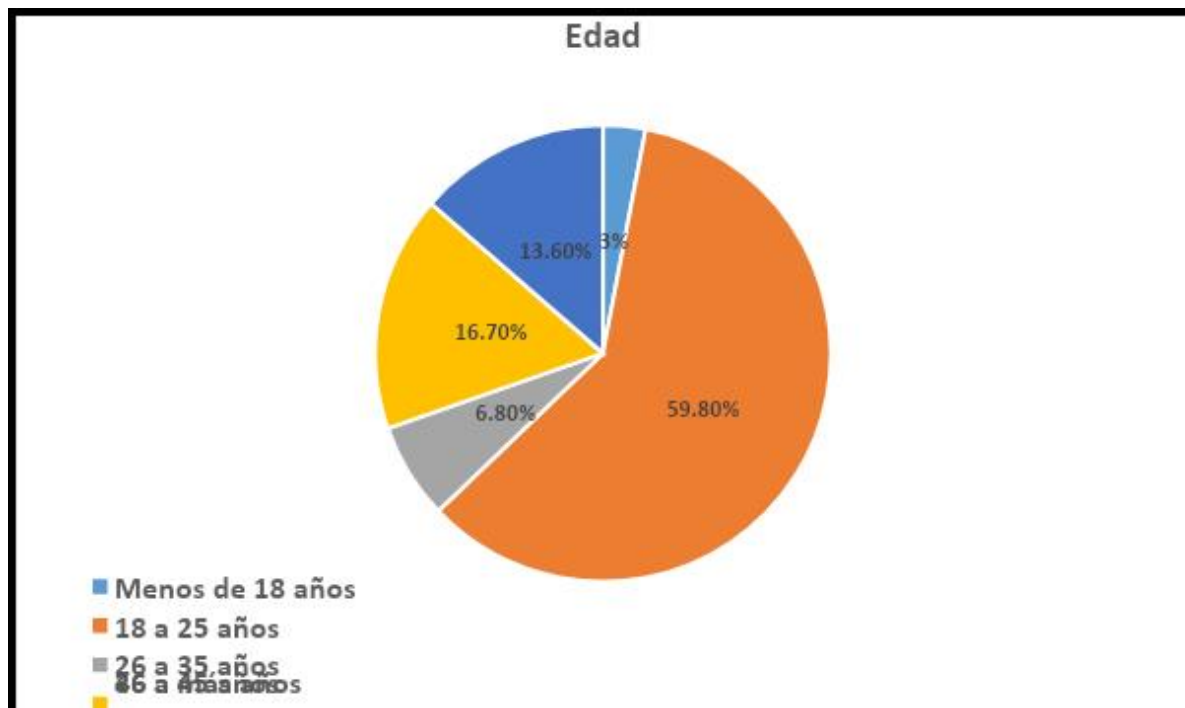
10. Anexo de Gráficos

Gráfico 1 – Gráfico de distribución de Sexo



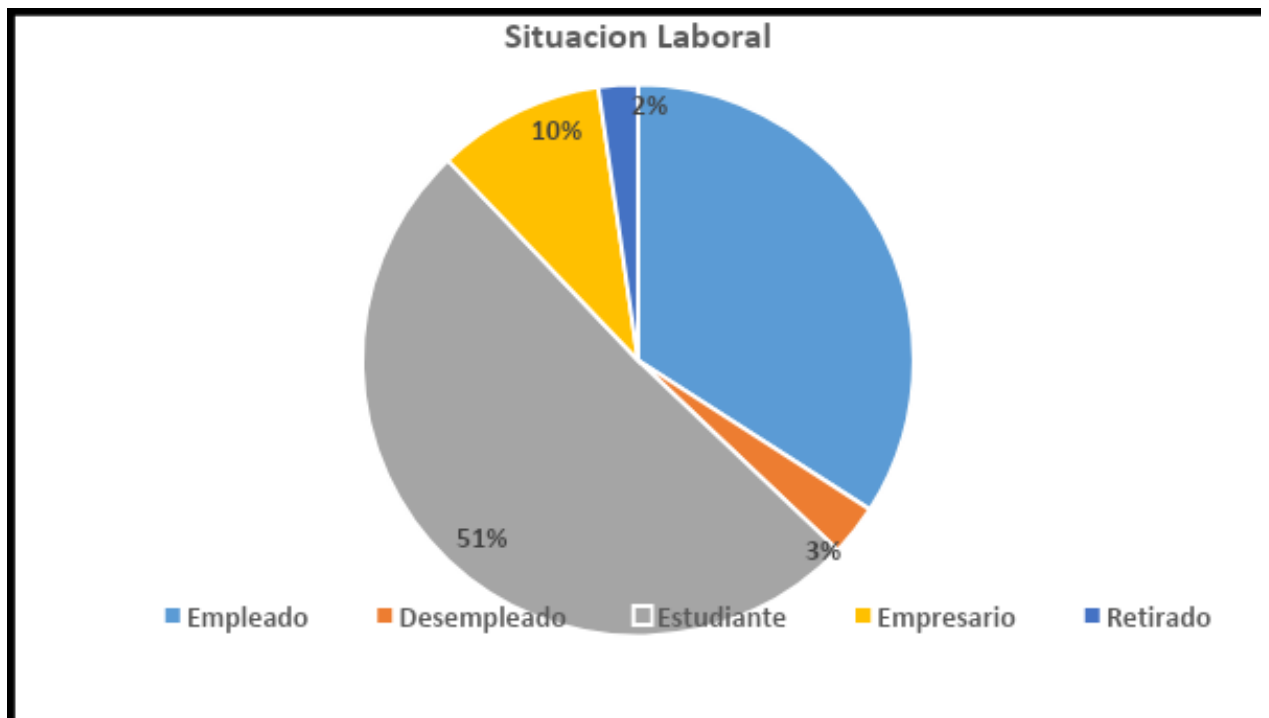
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 2 – Grafico de distribución por edad



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 3 – Distribución de Situación Laboral



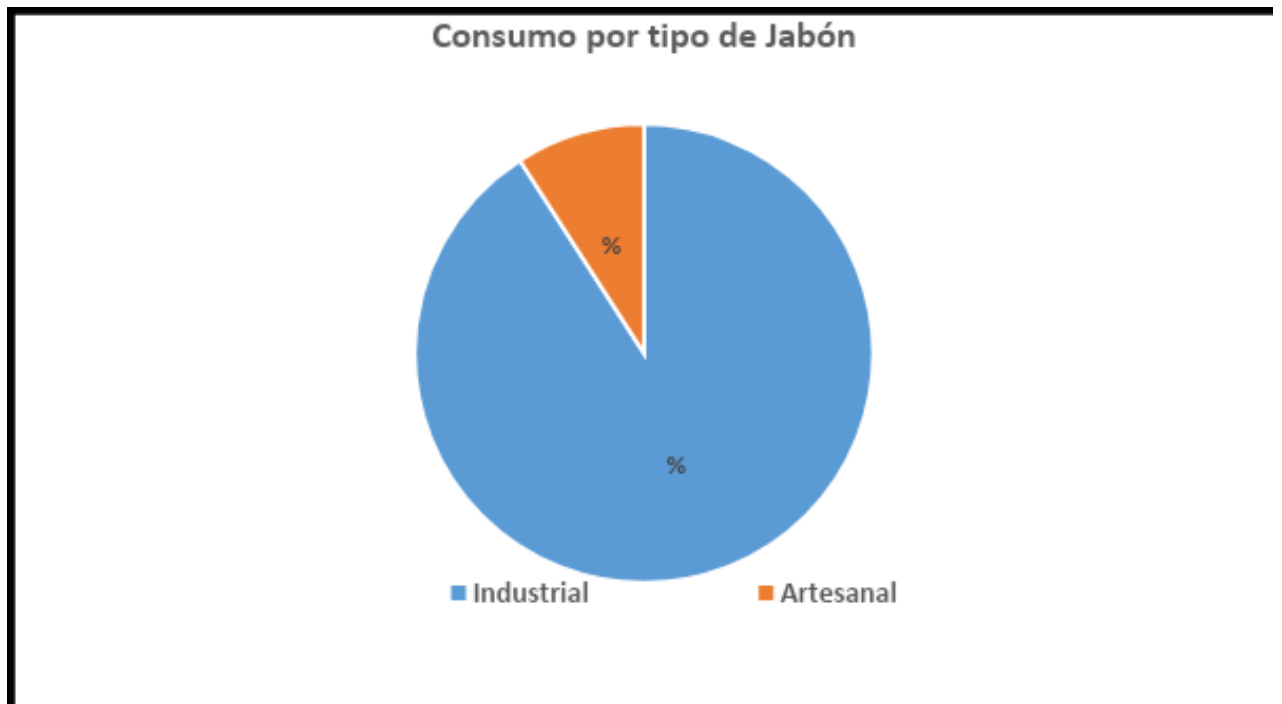
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4 – Medios de Comunicación más utilizados



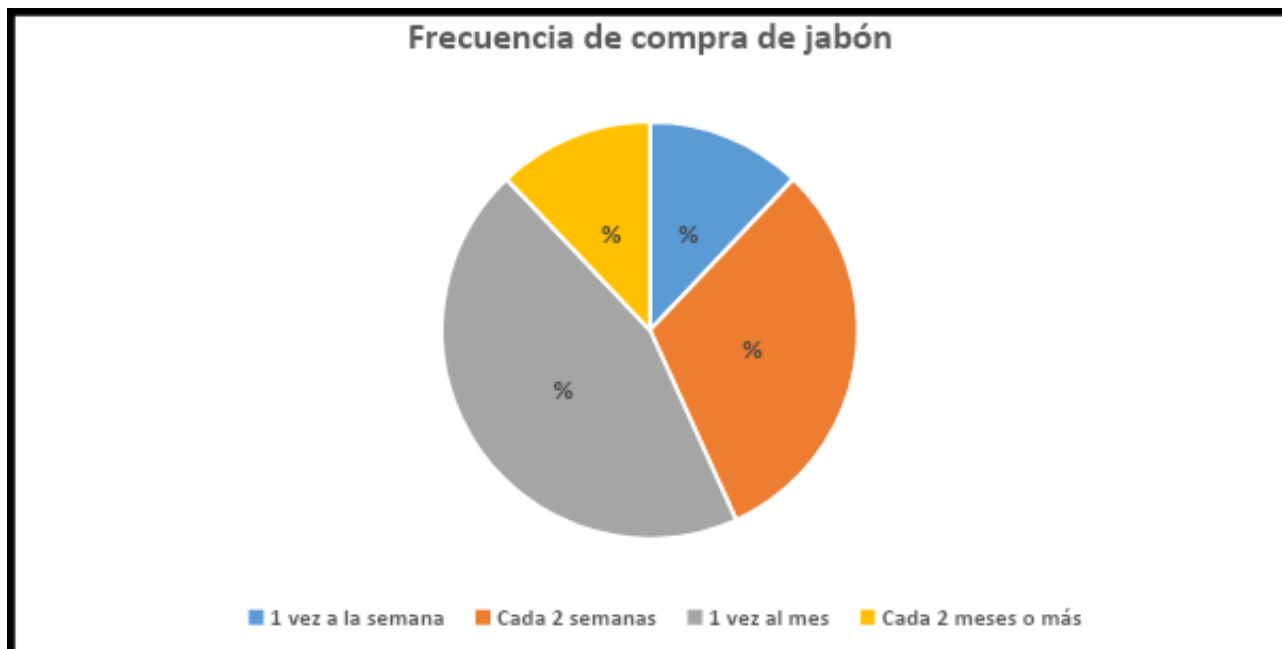
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5 – Distribución de consumo por tipo de Jabón



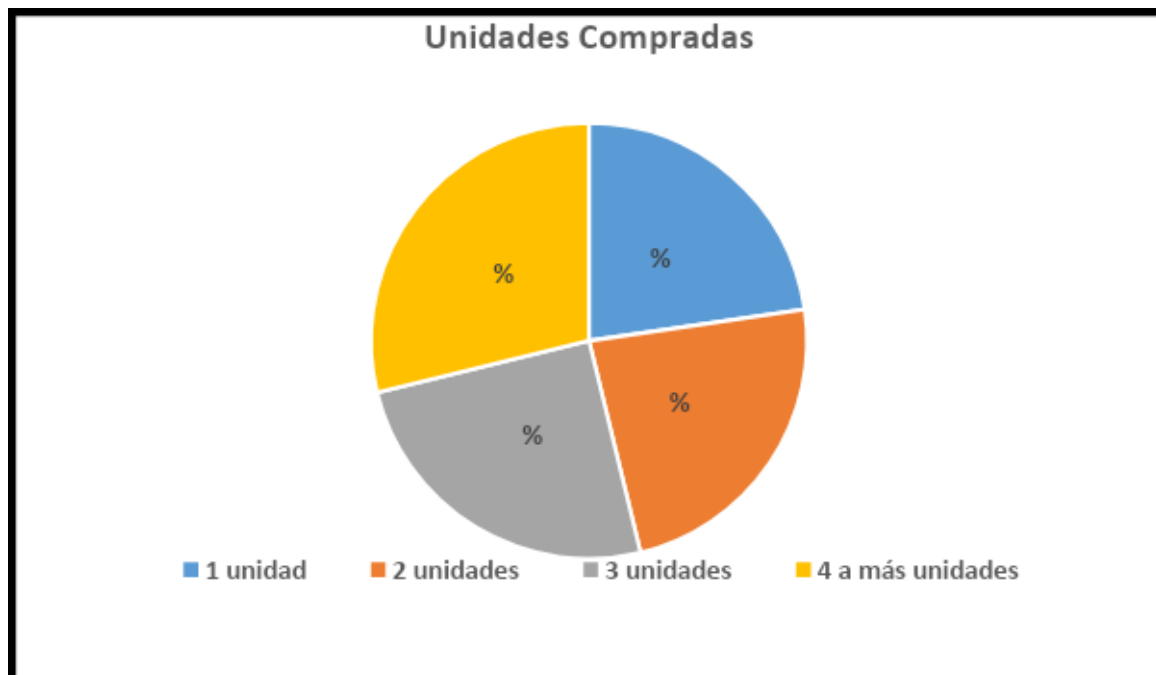
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 6 – Frecuencia de Compra de Jabón



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 7 – Distribución de unidades de jabón compradas por ocasión



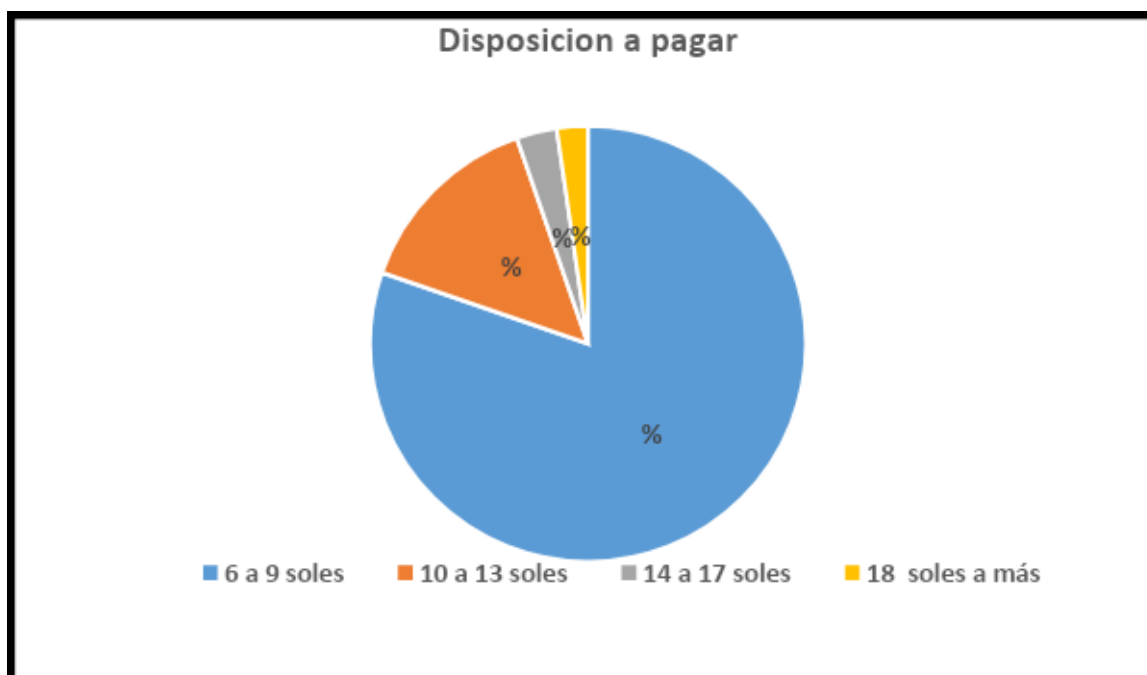
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 8 – Características importantes para escoger un jabón



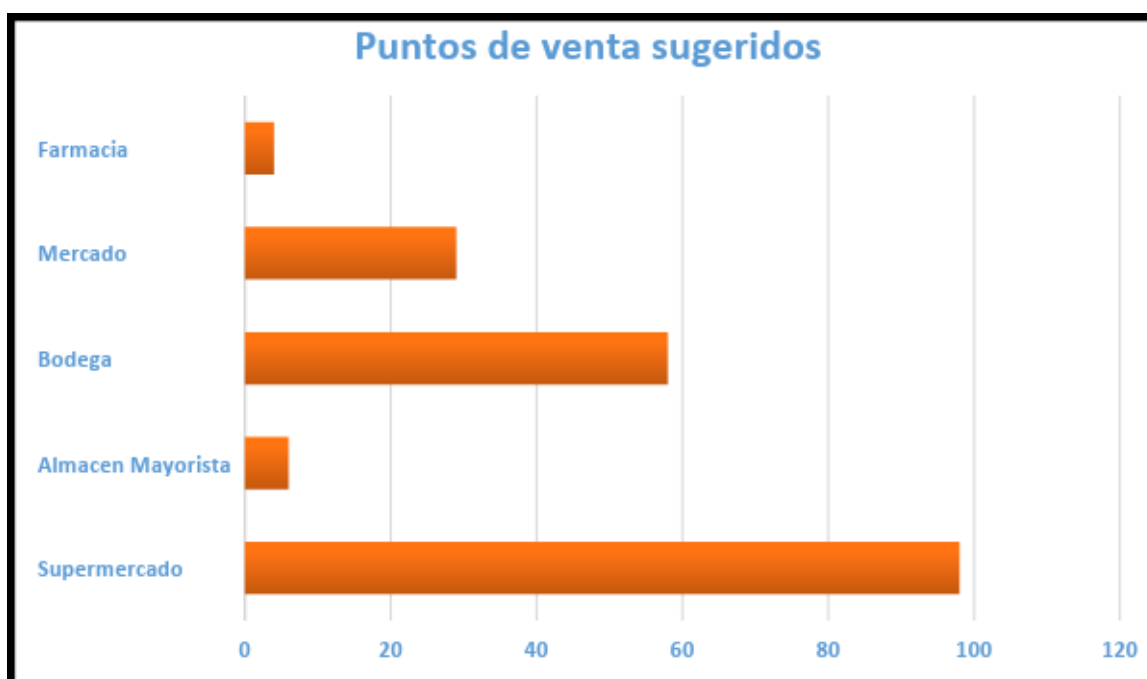
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 9 – Distribución por disposición a pagar



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 10 – Preferencia de puntos de venta



Fuente: Elaboración Propia

11. Anexo de Guías

Guía de Focus Group

INDICACIONES PARA EL CONSULTOR

Objetivos principales:

Determinar si el jabón de cacao orgánico tendrá una acogida favorable y rentable dentro del mercado limeño

Objetivos específicos

- Presentación y calentamiento: 3 minutos
- Tema 1**:**Conocimiento de instrumentos de aseo**
 - a. Conocimiento general
 - b. Medios de información por los que se dan a conocer
- Tema 2**:**Identificar las características más importantes en un jabón**
- Tema 3**:**Determinación del precio de venta**
 - a. Nivel de Ingresos
 - b. Frecuencia de compra de producto
 - c. Precio sugerido
 - d. Sensibilidad al precio
- Tema 4*:**Evaluación de medios de información**
 - a. Medios más usados
 - b. Grado de importancia
 - c. Hábitos de lectura de medios impresos
- Tema 5**:**Evaluar las promociones más atractivas para los consumidores**
 - a. Clasificación de los tipos de promociones
 - b. Áreas de interés para aplicación de promociones

GUIA DE DISCUSIÓN

OBJETIVO DEL ESTUDIO: Determinar si el jabón de cacao orgánico tendrá una acogida favorable y rentable dentro del mercado limeño

PRESENTACIÓN

Buenas tardes, nuestros nombres son Karol Saravia, Melisa Alania Caton, Maribel Vivanco, Karol Mercado y Alexander Grande; y los(as) hemos invitado el día de hoy porque nos gustaría conversar con ustedes acerca de las distintas variedades de jabón corporal y su importancia. Siéntanse libres de dar su opinión ya que esta información es relevante para nosotros.

CALENTAMIENTO

(Tiempo estimado: 5 minutos)

- ¿A qué se dedican?
- ¿Qué otras actividades suelen realizar?
- ¿Desde cuándo practica esa actividad?

Ahora quisiera que hablemos un poco de los principales medios de información.

Conocimiento de marcas de jabón

(Tiempo estimado: 10 minutos)

Ahora vamos a cambiar un poco de tema, quiero que me digan

- ¿Sabe cuál es la diferencia entre un jabón industrial y uno artesanal?
- (SI NO SABE, EXPLICAR)
- ¿Ha escuchado hablar de algunas de las siguientes marcas?
 MENCIONAR: Dove, Johnson's, Palmolive, Nivea, Cacao Tiger, Sapon
 - ¿Qué ha escuchado hablar? ¿Cómo las conoció?
- ¿Conoce de algún medio de información que utilicen estas marcas? ¿Cuáles? ¿Qué otros medios de información podrían utilizar?
- ¿Y qué medio le gustaría que utilicen las marcas mencionadas para dar a conocer sus servicios y promociones? ¿Por qué?

Identificar las características más importantes en un jabón

(Tiempo estimado: 10 minutos)

- ¿Qué beneficios considera que debería tener un jabón? ¿Por qué?
- (Mencionar diferentes beneficios en caso de desconocimiento: buen olor, suavidad, capacidad de hidratación, etc.)
- ¿Cuáles son los más importantes? (PRIORIZAR)
- (Si no menciona hidratación y proveniente de productos naturales)
- ¿Qué tan importante es que hidrate bien la piel y que este hecho de productos naturales? ¿Por qué?

Determinación del precio de consulta

(Tiempo estimado: 10 minutos)

Ahora vamos a conversar sobre un precio que sería aceptable para ustedes, los consumidores, con la finalidad de tener una idea de cuál sería el precio relativo de venta.

- Consultar la frecuencia de compra de jabones o instrumentos de limpieza corporal
- Pedir opiniones sobre cuál sería un precio justo según cada persona
- Dinámica: Decir precios al azar y ver las reacciones y comentarios de los participantes

Evaluación de medios de información

(Tiempo estimado: 10 minutos)

Para empezar, me gustaría que me cuenten...

- ¿Qué medios de información conoce?
- ¿Qué medios de información suele utilizar? ¿Por qué?
- ¿Cuál de estos considera que es el medio más importante? ¿Por qué?

Evaluar las promociones más atractivas para los consumidores

(Tiempo estimado: 10 minutos)

Ahora hablaremos sobre los tipos de promociones para un jabón artesanal nuevo

- Preguntar qué tipo de promociones conocen
(2x1, descuentos, muestras, cupones, concursos, etc)

Solicitar que clasifiquen las diferentes promociones según su importancia o relevancia

12. Bibliografía

- Amaro, L (30 de mayo, 2014). RENTA DE 1°, 2°, 3°, 4° Y 5° CATEGORIA. Recuperado de <https://prezi.com/zvkbzobgsizs/renta-de-1234-y-5-categoria/>
- ANDINO INVESTMENT HOLDING. (s. f). Funciones y Responsabilidades del Gerente General. Recuperado de <http://www.andino.com.pe/wp->

- [content/uploads/2011/11/FUNCIONES-Y-RESPONSABILIDADES-DEL-GERENTE-GENERAL-.pdf](#)
- ARCEGA Z. JIMMY L.. (2013). PROPUESTAS TECNOLÓGICAS POST COSECHA PARA UN APROVECHAMIENTO INTEGRAL DEL COCO". 07/10/18, de UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA Sitio web:
<http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3009/T%20664%20Z46.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 - BENEFICIOS DEL CACAO PARA LA PIEL. 07/10/18, de COSAS FEMENINAS Sitio web:
<https://cosasfemeninas.com/beneficios-del-cacao-para-la-piel/>
 - Calcular la muestra correcta. Octubre 14, 2018, de Feedback Networks Sitio web:
<https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>
 - CAMARA DE COMERCIO LIMA. (29 de agosto, 2017). Economía peruana crecería 2,6% en 2017 y 3.5% en el 2018. Recuperado de
<https://camaralima.org.pe/principal/noticias/noticia/economia-peruana-creceria-2-6-en-2017-y-3-5-en-el-2018/881>
 - Carlos Ramsay. (2011). Sociedad Anonima Cerrada - Requisitos. 26 de octubre del 2018, de Legalmente informados Sitio web:
<http://legalmenteinformados.blogspot.com/2011/06/sociedad-anonima-cerrada-requisitos.html>
 - CARVIMSA ¿Quiénes Somos? 11/11/2018, de Grupo CARVIMSA Sitio web:
<http://www.carvimsa.com/>
 - CERES (02 de junio, 2017). Pasos a la certificación orgánica. Recuperado de
http://www.ceres-cert.com/portal/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&file=fileadmin/downloads/qms/3.1.1.1_es_Pasos-a-la-Certificacion-Organica_Inf_17-06-02.pdf&t=1541091674&hash=89378a84948682be824fbc9040c572ac
 - CERES (1 de noviembre, 2016). Breve información sobre el etiquetado de productos orgánicos / ecológicos según Reg. (CE) 834/07, NOP y JAS. Recuperado de
http://www.ceres-cert.com/portal/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&file=fileadmin/downloads/qms/3.2.24_es_Breve-Info-Etiquetado-Organico_Inf_16-11-01.pdf&t=1543710395&hash=2f085937d13451a94a7f12e670d34faf

- CERES (17 de noviembre, 2018). Anexo al contrato de Certificación: Reglas para el uso del sello de certificación de CERES. Recuperado de http://www.ceres-cert.com/portal/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&file=fileadmin/downloads/qms/7.2.1.1_es_Sello-de-Certificacion_Con_18-11-17.pdf&t=1543710395&hash=2cc60f03d41409cbcbfee6ed237be741
- CERES (8 de agosto, 2016). Breve información sobre NOP. Recuperado de http://www.ceres-cert.com/portal/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&file=fileadmin/downloads/qms/3.2.10_es_Breve-Informacion-NOP_Inf_16-08-08.pdf&t=1543710395&hash=cb0ec31b22b7957df3e51315d6bee40c
- CERES (s. f). Organico / Ecológico. Recuperado de <http://www.ceres-cert.com/portal/index.php?id=67&L=2#label>
- Código electrónico de regulaciones federales. (29 de noviembre, 2018). 205.201 Plan de producción orgánica y sistema de manejo. Recuperado de https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=47e90de0098dcdfe79caee200a298586&mc=true&node=se7.3.205_1201&rgn=div8
- Código electrónico de regulaciones federales. (29 de noviembre, 2018). 205.605 Sustancias no agrícolas (no orgánicas permitidas como ingredientes en o sobre productos procesados etiquetados como “orgánicos” o “hechos con ingredientes orgánicos (ingredientes específicos o grupo (s) de alimentos)” solo de acuerdo con las restricciones específicas en esta sección. Recuperado de https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=47e90de0098dcdfe79caee200a298586&mc=true&node=se7.3.205_1605&rgn=div8
- Cómo funciona qué. (19 de Diciembre, 2015). Las 4 funciones del departamento de compras y ventas. Recuperado de https://comofuncionaque.com/las-4-funciones-%C2%AD%C2%ADdel-departamento-de-compras-y-ventas/#El_departamento_de_compras
- Cosas Femeninas. (s.f). Beneficios del cacao para la piel. Recuperado de <https://cosasfemeninas.com/beneficios-del-cacao-para-la-piel/>

- Cuscomania. (2010). Aspectos técnicos del proyecto. 29 de Octubre del 2018, de Cuscomanía Sitio web: <https://www.cuscomania.com/contributors/aspectos-tecnicos-del-proyecto.html>
- Dean Romero. (2017). Plan de marketing: qué es y cómo hacer uno [+Plantilla]. 12 de Noviembre del 2018, de Inboundcycle Sitio web: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>
- DRA. DE LA CRUZ P. BELIA. ((...)). EL FAMOSO ACEITE DE COCO. 07/10/2018, de SCRIBD Sitio web: <https://es.scribd.com/document/243027321/EL-FAMOSO-ACEITE-DE-COCO-pdf>
- El área de recursos humanos. (s. f). Recuperado de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448169352.pdf>
- Emprendepyme.net. (s. f). Funciones del departamento de contabilidad. Recuperado de https://www.emprendepyme.net/funciones-del-departamento-de-contabilidad.html#cuales_son_las_tareas_del_departamento_de_contabilidad
- ESTUDIO ORGANIZACIONAL. (s. f). Estudio organizacional:. Recuperado de <https://estudio-organizacional.webnode.mx/>
- EUROMONITOR INTERNATIONAL. (JUNIO 2018). Bath and Shower in Peru. Recuperado de <https://www.euromonitor.com/bath-and-shower-in-peru/report>
- Fondo MIVIVIENDA. (4 de Junio, 2013). Manual de organización y Funciones. Presidencia y Gerencia General. Recuperado de http://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/10029/PLAN_10029_Manual_de_Organizaci%C3%B3n_y_Funciones_de_la_Presidencia_del_Directorio_y_Gerencia_General_del_FMV.2013.pdf
- GESTION. (24 de agosto, 2018). MEF elevo su proyección de crecimiento del PBI de 3.6% a 4% para 2018. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/mef-elevo-3-6-4-proyeccion-crecimiento-pbi-2018-nndc-242539>
- Gran Velada. (2014). Hacer jabón de cacao. 7 de Octubre del 2018, de Un blog de Gran Velada Sitio web: <https://www.hacerjabones.es/como-preparar-jabon-de-cacao-con-forma-de-chocolate/>

- Isabel Palacios. (2018). Perú sabe a chocolate. 7 de Octubre del 2018, de Libro de Recetas Sitio web: <https://libroderecetas.com/informacion/cacao-peruano>
- J & V RESGUARDO S.A.C. (27 de noviembre, 2013). MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES. Recuperado de <http://www.liderman.com.pe/webanterior/images/liderman/sgi/sgi/pdfs/210105.pdf>
- La voz de los emprendedores. (s.f.). Sociedad Anónima Cerrada: Características y beneficios. 26 de Octubre del 2018, de Portal PQS Sitio web: <https://www.pqs.pe/emprendimiento/sociedad-anonima-cerrada-caracteristicas-y-beneficios>
- Maquinaria para Jabón. 14/11/2018, de Quality Sitio web: http://www.jagdishexports.com/SPANISH/jabon_tocador.html
- Martín A. Ramón. ((...)). Gestión de Operaciones y Logística. 14/11/2018, de (...) Sitio web: http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:48259/componente48257.pdf
- Martínez, S. (2014). Cacao y café, alimentos ricos en fitoquímicos con propiedades beneficiosas en salud: estudios de biodisponibilidad de metilxantinas y efectos en salud en voluntarios sanos y con riesgo cardiovascular. Doctorado. Universidad Complutense de Madrid, España.
- Medifarma. (s.f). NUEVOS JABONES ETIQUET. Recuperado de <https://www.medifarma.com.pe/noticias/nuevos-jabones-etiquet/>
- Mercado negro. (10 de marzo, 2017). Quorum lanza campaña para Jabón Moncler. Recupero de <http://www.mercadonegro.pe/quorum-lanza-campana-jabon-moncler/>
- Morice T. Ana C., Cruz V. Miner, etc.... (2011). ARROZ UN ALTO VALOR NUTRICIONAL. REVISTA ARROCERA, 7, 4,5 <https://www.conarroz.com/UserFiles/File/RevistaArroceraVIIedicion.pdf>
- MUNICIPALIDAD DE MOYOBAMBA (s. f). Reglamento de Organización y Funciones. Recuperado de http://www.munimoyobamba.gob.pe/app/web/doc_gestion/rof.php

- MUNICIPALIDAD DE MOYOBAMBA. (s. f). Manual de organización y funciones (MOF). Recuperado de http://www.munimoyobamba.gob.pe/app/web/doc_gestion/mof.php
- Omnichem. ¿Quiénes Somos?. 14/11/2018, de Omnichem Sitio web: <https://omnichemsac.com/1-business/>
- Oruna R. Miguel Á.. ((...)). Gestión Estratégica de Logística. 14/11/2018, de Universidad San Martín de Porres Sitio web: http://www.usmp.edu.pe/recursoshumanos/pdf/ppt_pros_log.pdf
- Percy Ramirez. (2017). Ventajas y Desventajas de la Sociedad Anónima Cerrada. 26 de Octubre del 2018, de Prezi Sitio web: <https://prezi.com/d7fvw4qxupof/ventajas-y-desventajas-de-la-sociedad-anonima-cerrada/>
- Pérez D. Joselito. (2017). BENEFICIOS TRIBUTARIOS OTORGADOS POR LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN EN LA AMAZONIA N° 27037 Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA POBLACIÓN URBANA DE BAGUA GRANDE, DEPARTAMENTO AMAZONAS – 2016. 28/10/18, de Universidad Católica de Santo Toribio de Mogrovejo, Sitio web: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/1021/1/TL_PerezD%C3%ADazJoselito.pdf. pdf
- Perez Garcia, P y Azcona Cruz, M. (2012). Los efectos del cadmio en la salud. Revista de Especialidades Medico-Quirurgicas, 17(3), 199-205. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/473/47324564010.pdf>
- Perú.com. (13 de abril, 2011). Conozca las marcas favoritas de los peruanos. Recuperado de <https://peru.com/2011/04/13/actualidad/economia-y-finanzas/conozca-marcas-favoritas-peruanos-noticia-2192>
- Perú21. (8 de septiembre, 2018). Expectativas de inflación se mantienen dentro del rango meta del BCR. Recuperado de <https://peru21.pe/economia/expectativas-inflacion-mantienen-rango-meta-bcr-nndc-426729>

- PerúRetail. (6 de abril, 2018). El e-commerce en Perú crecería 30.2% en el 2018. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/el-e-commerce-en-peru-creceria-30-2-en-el-2018/>
- Pontaza, A. and Escobar, E. (2013). Uso del Theobroma cacao sp. (CACAO) Recolectado en el área de Alta Verapaz para la fabricación de cuatro Cosméticos. Titulación. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Producción de plantas de cacao en vivero. (S.f.). Producción de plantas en vivero. 20 de Octubre del 2018, de Producción de plantas de cacao en vivero Sitio web: <http://cacaomovil.com/guia/3/contenido/produccion-de-plantas/>
- Quispetupa C. Celia. ((...)). Fabrica de Cartón en San Miguel. 12/11/2018, de Cartoneria Cely Sitio web: <http://www.cartoneriacely.com/>
- Ramos P. Danilo F. Consideraciones ambientales y viabilidad socioeconómica del sistema productivo del cacao. El caso de los agricultores de Pueblo Bello, Departamento del César. 14/11/2018, de Pontificia Universidad de Javeriana Sitio Web: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/15004/RamosPerezDaniloFernando2014.pdf?sequence=1>
- Sierra y selva exportadora. Descripción. Recuperado de <https://www.sierraexportadora.gob.pe/programas/cacao/que-significa.php>
- SIGONZA. Nosotros. 14/11/2018, de SIGONZA Sitio web: <http://www.sigonsa.com/nosotros.html>
- SUGERY REVERON. ((...)). BENEFICIOS DEL CHOCOLATE PARA LA PIEL. 07/10/2018, de VIX Sitio web: <https://www.vix.com/es/imj/5655/beneficios-del-chocolate-para-la-piel>
- SUNAT (s.f) ¿Cómo me inscribo en el RUC? Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc>
- SUNAT (s.f) Indices y Tasas. Valores de la UIT. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/indicestajas/uit.html>
- SUNAT (s.f) Tipos de personas jurídicas (Empresas). Sociedad Anónima Cerrada (sin directorio) n°. De página 1 – 4. Recuperado de <https://sid.sunarp.gob.pe/sid/informa.htm?method=goConstEmp>

- SUNAT (s.f). Como obtener la Clave SOL en Centros de Servicios. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/sistema-sol-sunat-operaciones-en-linea-personas/3311-requisitos-para-obtener-la-clave-sol-personas>
- SUNAT (s.f). Comprobantes de Pago emitidos de manera impresa. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/comprobantes-de-pago-fisicos-empresas/autorizacion-de-impresion-de-comprobantes-de-pago/6606-01-comprobantes-de-pago-emitidos-de-manera-impresa>
- SUNAT (s.f). ESQUEMA GENERAL DEL IMPUESTO A LA RENTA DE TERCERA CATEGORIA. DECLARA Y PAGA RENTA 2016. Recuperado de <http://renta.sunat.gob.pe/2016/assets/pdf/tercera-categoria.pdf>
- SUNAT (s.f). Iniciando mi negocio. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-conviene-tributar>
- SUNAT (s.f). LIBROS Y REGISTROS CONTABLES – CAMBIOS. Boletín SUNAT. Recuperado de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/130-libros-y-registros-contables-cambios>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2018). Régimen especial del Impuesto a la Renta. Recuperado: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas/2932-concepto-del-regimen-especial> (Consulta 01/12/2018).
- Swisscontact. (2016). Desarrollo de la Cadena de Valor del Cacao. 14/11/2018, de Swisscontact Sitio web: https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/HEAD_OFFICE/Documents/Topics_Brochures/Folleto_Cacao.pdf