



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Plan de Negocios Jabón Artesanal- SELVA TROPICAL SAC,
ciudad Iquitos, 2018**

Autoras:

**Del Águila García, Karla Daniela
Gonzales Fernández, Paola Andrea**

**Para optar el título profesional
de Licenciada en Administración de Empresas**

**Iquitos – Perú
2018**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a familia, principalmente a un ángel que me cuida desde el cielo, papá Raymundo, a mi querida madre, Debbie, a mi hermano Roy y a mi hermana Paula. A ellos les dedico con mucho cariño y amor

Karla Del Águila

Dedico este trabajo con mucho cariño a mis padres, a mi amada mamá Dolores de Jesús y a mi querido padre Cesar Augusto, por sus palabras de aliento que me han motivado a lograr un objetivo más en mi vida.

Paola Gonzales

AGRADECIMIENTO

Mi infinito agradecimiento a nuestro padre celestial por permitir llegar a concluir mis estudios a mis querido padres Raymundo y Debbie, a mis hermanos, familiares y a toda las demás personas que de una u otra manera contribuyeron a lograr mi objetivo personal, a ellos gracias. A mí querida Universidad Científica del Perú a los docentes y a todos mis compañeros, gracias por todos los inolvidables momentos que pasamos.

Karla Del Águila

Agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, a mis padres, Dolores de Jesús y Cesar Augusto, por sus tiempo, paciencia y dedicación que han contribuido durante todos estos años para verme realizada como profesional.

Paola Gonzales



FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de Empresas

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL**

Con Resolución Decanal N° 76-2019-UCP-FAC.NEGOCIOS del 06 de febrero de 2019, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Trabajo de Investigación a los señores:

- | | |
|--|------------|
| • CPC. Luis Alberto Barriga Roa | Presidente |
| • Lic. Adm. Raúl Alejandro Cornejo Coa | Miembro |
| • Lic. Adm. Jacobo Díaz Meléndez | Miembro |

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 10 AM horas del día 15 de 02 del 2019, en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Investigación: "PLAN DE NEGOCIOS JABON ARTESANAL- SELVA TROPICAL S.A.C., CIUDAD IQUITOS 2018"

Presentado por:

**KARLA DANIELA DEL AGUILA GARCÍA
PAOLA ANDREA GONZALES FERNANDEZ**

Como requisito para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La sustentación es:

APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del jurado firman el acta.

	 CPC. Luis Alberto Barriga Roa Presidente	
Lic. Adm. Raúl Alejandro Cornejo Coa Miembro		Lic. Adm. Jacobo Díaz Meléndez Miembro

CALIFICACIÓN:	Aprobado (a) Excelencia	: 19-20
	Aprobado (a) Unanimidad	: 16-18
	Aprobado (a) Mayoría	: 13-15
	Desaprobado (a)	: 00-12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
I. INFORMACIÓN GENERAL	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	04
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING	06
2.1 Necesidades de los clientes.....	06
2.2 Demanda actual y tendencias.....	08
2.3 Oferta actual y tendencias.....	10
2.4 Programa de Marketing.....	11
2.4.1 Producto.....	11
2.4.2 Precio.....	13
2.4.3 Promoción.....	14
2.4.4 Cadena de distribución.....	16
III. PLAN DE OPERACIONES	17
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	17
3.2 Proceso productivo.....	17
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	20
4.1 Organización.....	20
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	20
4.3 Condiciones laborales.....	21
4.4 Régimen Tributario.....	21
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	22
5.1 Estudio económico.....	23
5.2 Estudio financiero.....	24
CONCLUSIONES	26
BIBLIOGRAFÍA	27

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2017.....	04
Cuadro 02. Demanda proyectada, 2018.....	08
Cuadro 03. Competencia actual de los jabones en Perú 2018.....	10
Cuadro 04. Precio de los productos, 2018.....	14
Cuadro 05. Principales proveedores, 2018.....	17
Cuadro 06. Costo de los principales insumos.....	17
Cuadro 07. Comportamiento del mercado: tendencias y participación, 2018...	22
Cuadro 08. Ingreso por ventas.....	22
Cuadro 09. Costo de ventas.....	22
Cuadro 10. Gastos administrativos.....	23
Cuadro 11. Gastos comerciales.....	23
Cuadro 12. Gastos operativos.....	23
Cuadro 13. Inversión en activos.....	23
Cuadro 14. Programa de endeudamiento.....	24
Cuadro 15. Estado de resultado integrales.....	25
Cuadro 16. Flujo de caja.....	25
Cuadro 17. VAN y TIR.....	25

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 01. Logo de la empresa, 2018.....	03
Figura 02. Ubicación de la empresa, 2018.....	03
Figura 03. Jabones artesanales con aroma regional, 2018.....	05
Figura 04. Jabones artesanales, 2018.....	07
Figura 05. Variación porcentual de la canasta de cuidado personal, 2017.....	09
Figura 06. Jabón artesanal con aroma de aguaje, 2018.....	13
Figura 07 Jabón artesanal con aroma de maracuyá, 2018.....	13
Figura 08. Fan page de la empresa, 2018.....	15
Figura 09. Tasa con el logo de la empresa, 2018.....	15
Figura 10. Polo con el logo de la empresa, 2018.....	16
Figura 11. Proceso de elaboración de jabón artesanal, 2018.....	18

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico 01. Participación de mercado de jabones de tocador en Perú, 2018...	11
Gráfico 02. Canales de distribución de la empresa, 2018.....	16
Gráfico 03 Flujo del proceso de producción de la empresa.....	18
Gráfico 04 Estructura organizacional de la empresa, 2018.....	20

RESUMEN

PLAN DE NEGOCIOS JABÓN ARTESANAL-SELVA TROPICAL, CIUDAD IQUITOS 2018

Karla Daniela Del Águila - García

Paola Andrea Gonzales - Fernández

La presente investigación se realizó con la finalidad de estudiar la factibilidad de constituir una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de jabones artesanales con aromas regionales, en la ciudad de Iquitos; principalmente jabones para el cuidado de la piel de las personas.

La empresa ha definido sus procesos de manera simple, con el propósito de elaborar un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes. El proceso también está elaborado de forma ordenada para aprovechar los insumos y evitar mermas.

En cuanto a la estructura orgánica, se adapta a una micro y pequeña empresa, el organigrama es funcional. Las funciones establecidas son claras para cada uno de los puestos de la empresa.

Los ratios económicos y financieros son alentadores, arrojan cifras positivas para el proyecto, la rentabilidad es alta, por lo que se aprecia que el proyecto es rentable.

Palabras claves: plan de negocios, jabones, aguaje, coco, palo de sangre.

ABSTRAC

BUSINESS PLAN JABON ARTESANAL-SELVA TROPICAL, CIUDAD IQUITOS 2018

Karla Daniela Del Águila - García
Paola Andrea Gonzales - Fernández

The present investigation was carried out in order to study the feasibility of forming a company dedicated to the elaboration and commercialization of artisanal soaps with regional aromas, in the city of Iquitos. Mainly soaps for the care of people's skin.

The company has defined its processes in a simple way, in order to develop a quality product that meets the needs of customers. The process is also elaborated in an orderly manner to take advantage of the inputs and avoid waste.

As for the organic structure, it adapts to a micro and small company, the organizational chart is functional. The established functions are clear for each of the positions of the company.

The economic and financial ratios are encouraging, they show positive figures for the project, the profitability is high, so it is appreciated that the project is profitable.

Keywords: business plan, soaps, aguaje, coconut, palo de sangre.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre: Jabón artesanal SELVA TROPICAL SAC, 2018

Sector de la actividad: industria

Localización: calle Napo Nro.960, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

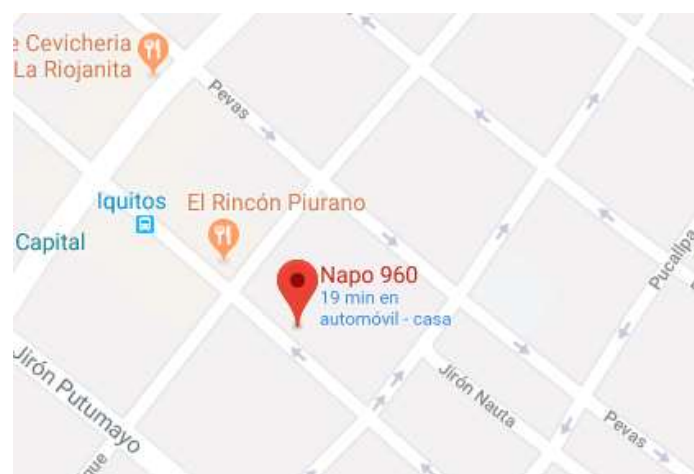
Actividad: producción y comercialización de jabones artesanales con aroma de frutas regionales

Figura 01. Logo de la empresa, 2018



Fuente: elaboración propia

Figura 02. Ubicación de la empresa , 2018



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2017

D	Industrias Manufactureras			
	24	Fabricación de sustancias y productos químicos		
		241	Fabricación de sustancias químicas básicas	
			2424	Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocado.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se busca satisfacer las necesidades de aseo personal durante el baño, además, se busca satisfacer la necesidad del cuidado de la piel, como también la necesidad de elegir el aroma según su preferencia de las personas que optan por mantener un buen cuidado personal día a día.

Nuestros clientes serán las personas que hacen sus compras en los mercados de abastos y supermercados. A las diferentes familias a cada uno de sus integrantes que tienen gustos diferentes. Asimismo, para establecimientos de servicios como hoteles, alojamientos, gimnasios.

La empresa ofrece jabones con fragancia de 2 aromas, varios tamaños de presentaciones y característica sólida.

La oferta del producto llegará a los puestos de clientes minoristas a quienes se les otorgarán descuentos, en paquetes de 12 unidades y cada unidad con su respectiva envoltura. Se elaborarán con esencias naturales.

Figura 03 Jabones artesanales con aroma regional, 2018



Fuente: elaboración propia

II. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

Kotler y Armstrong, afirman que la gente satisface sus necesidades y deseos con productos y servicios. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

Hoy en día nos encontramos saturados de ingredientes sintéticos en la cosmética convencional y en la mayoría de los jabones que encontramos en el mercado, por lo que cada día son más lo que valoran “lo natural”. Poco a poco se está teniendo más conciencia de los beneficios que poseen los jabones artesanales frente a los industriales.

La principal diferencia, entre unos y otros, radica en el proceso de fabricación de los jabones artesanales, ya que se utilizan únicamente ingredientes vegetales muy beneficiosos para la salud de nuestra piel al poseer multitud de propiedades terapéuticas, que no contienen la mayor parte de los jabones comerciales; además, si se conjugan con técnicas de elaboración artesanal de antaño el beneficio es aún mayor.

1. Los jabones artesanales están elaborados de tal forma que mantiene toda la glicerina que es muy beneficiosa para la piel sensible y seca. Se utiliza en tratamientos contra el eczema pues disminuye la picazón en la piel, ayuda a tratar enfermedades cutáneas, entre otras ventajas.
2. No contienen fragancias artificiales ni productos químicos propios de los jabones industriales para conseguir más espuma, que pueden irritar la piel.
3. Si hacemos nuestro propio jabón podemos utilizar los ingredientes y aceites que mejor se adapten a nuestra piel e incluso podemos evitar algunas enfermedades cutáneas.
4. Los aceites esenciales utilizados contienen multitudes de propiedades terapéuticas.
5. Se garantiza el uso de materia primas naturales y de primera calidad (aceites vegetales, hierbas, etc)

6. No contienen derivados de petróleo con lo que evitamos la contaminación del medio ambiente

Si las necesidades de los clientes son satisfechas existe gran ventaja de la fidelización de clientes, es decir se incrementan las ventas, posibilidad de incrementar precios, reducción de costos de publicidad, reducción de la dependencia de promoción, clientes y amigos ayudan a evitar errores, mejor conocimiento de los gustos de los clientes.

Figura 04. Jabones artesanales, 2018



Fuente: elaboración propia

2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIA

2.2.1 Mercado potencial

Cuadro 02: Demanda proyectada, 2018 (en miles)

	Total	Urbana	Total urbano
Población distrito Iquitos	150,484	82%	123,397
Población distrito San Juan Baustista	154,696	68%	105,193
Población distrito Punchana	91,128	70%	63,790
Población distrito Belén	75,685	80%	60,548
Población ciudad Iquitos (censada al 2007)	471,730		352,928
Crecimiento promedio anual de la población			2%
Población ciudad Iquitos (proyectada al 2018)			438,821
Promedio personas por vivienda			4
Familias ciudad Iquitos (proyectado al 2018)			88,232
Consumo del producto (unidades por día/familia)			0.067
Consumo del producto (unidades por mes/familia)			2
Consumo del producto (unidades por año/familia)			24
Consumo del producto (unidades)			2'117,566
Segmento B ciudad Iquitos			4.50%
Segmento C ciudad Iquitos			14.10%
Consumo del mercado objetivo (unidades)			393,867

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

El consumo de productos de cuidado personal registró un crecimiento de 6,3% en unidades y 5,3% en términos de valor entre enero y mayo de 2018 según una medición de la consultora Kantar Worldpanel. Con ese desempeño, la categoría cuidado personal es la que ha tenido un mejor comportamiento dentro de la canasta de productos básicos de los hogares peruanos, la misma que aumentó apenas 1% en volumen y 2,3% en valor.

Agrega que, la ciudad de Lima es donde la canasta de cuidado personal registró el mayor crecimiento (7,5%), mientras que en provincias esta canasta incrementó su consumo en 4,7 (creciendo 8,3% en la región Sur; 2,8% en la región Norte; y 1,8% en Centro-Oriente).

Añade que, la canasta de cuidado personal, está conformada por 24 productos. De este total, a nivel nacional, con 34% maquillaje ostenta el mayor crecimiento, seguida de bloqueadores (26%), agua de colonia (13%), crema de peinar y otros (12%), talcos (11%), desodorantes (10%), acondicionadores

(9%), pañales (9%), pañitos y toallas (7%), fragancias (6%), tintes (5%), cepillo dental (5%), cremas faciales (4%), shampoo (3%), pasta dental (3%), jabón de tocador (1%).

Explica que las categorías de tratamiento de cabello (0%), papel higiénico (0%), cremas corporales (-1%), máquinas de afeitar (-3%), bronceadores (-4%), enjuague bucal (-12%) no tuvieron variación alguna o esta fue negativa.

Finalmente todas las canastas los resultados en volumen cuidado personal creció 6,3%, bebidas 3,2%, mientras que hay descensos en cuidado del hogar -0,6%, alimentos -0,9% y lácteos en -3,8%. En cuanto a valor, la canasta de bebidas registró un crecimiento de 8,3%, la de cuidado personal 5,3%, cuidado del hogar 4,2%, alimentos 1,1%, mientras que la de lácteos decreció en -4,7%.

Figura 05. Variación porcentual de la canasta de cuidado personal, 2017



Fuente: consultora Kantar Worldpanel

2.2.2 Consumidores potenciales.

El mercado potencial de los jabones naturales está conformado por los gimnasios, empresas hoteleras, ecolodge, etc; con quienes se establecerán contacto después de posicionar nuestra marca en el mercado local.

2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIA

Cuadro 03. Competencia actual de los jabones artesanales en Perú, 2018

Producto	Jabones artesanales SPRING	Jabones artesanales Bera	Jabones artesanales "Mia Vella"
Jabones de maracuya	S/. 8.00	S/. 10.00	S/. 10.00
Jabones de aguaje	S/. 8.00	S/. 10.00	S/. 10.00

Fuente: elaboración propia

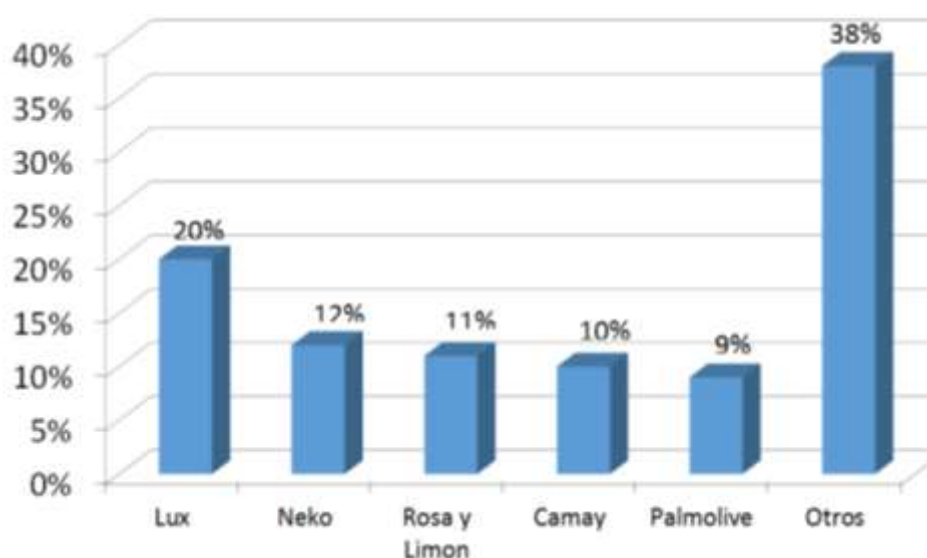
Kantar presenta que, el sector de productos de aseo presenta tendencias diferentes para cada uno de sus segmentos en cuanto a la demanda. Los productos de tocador no han podido consolidarse ni ser considerados por la totalidad de la población como artículos de primera necesidad, sobre todo por los niveles socioeconómicos más bajos C y D - equivalentes al 59.7% de la disponibilidad financiera del momento. Por su parte, los productos de limpieza económicos han logrado aceptación en los consumidores y han incrementado su mercado.

Añade que, el segmento de productos de tocador en Perú evidencia una gran preferencia por los productos importados, principalmente a causa de los precios más favorables y la mayor variedad que pueden ofrecer. El caso de productos de limpieza es contrario, pues en los últimos años se ha fortalecido la producción nacional, garantizando a los consumidores productos de mayor calidad y economía.

Agrega que, el mercado de jabón ofrece gran variedad de productos en cuanto a aromas, tamaños, cualidades y beneficios. Su uso está segmentado en jabones para bebés, medicados, antisépticos y tradicionales/cosméticos, en presentaciones que fluctúan entre los 85 a 180 gramos y frascos para jabón líquido.

La mayor participación del mercado la tienen los jabones de tocador tradicional, seguido por los jabones antisépticos y/o antibacteriales, evidenciando una tendencia creciente de la preferencia del consumidor hacia jabones que les ofrezcan la mayor cantidad de virtudes en un mismo producto como pueden ser protección antibacterial, humectación de la piel y agradable aroma.

Grafico 01. Participación de mercado de jabones de tocador en Perú, 2016



Fuente: Kantar Wordpanel

En la figura anterior podemos apreciar que el jabón que cuenta con mayor participación de mercado es Lux, con un 20%; seguido por Neko, con un 12%; Rosas y limón, con un 11%; Camay, con un 10% y finalmente Palmolive, con un 9%.

2.4 PROGRAMA DE MARKETING

2.4.1 Producto

El bien consiste en jabones de 100 gramos, los cuales estarán hechos a base de aceites e insumos naturales y regionales, que serán vendidos por unidad a los consumidores finales. Se contarán con tres líneas de productos: jabón de maracuyá, jabón de aguaje y jabón de sangre de grado.

Nuestros jabones no están fabricados con grasas animales por motivos éticos y de calidad. Además de que no es necesario utilizar grasa animal para fabricar jabones, estas grasas son de mejor calidad que las vegetales para la hidratación y nutrición de la piel.

El proceso de fabricación de nuestros jabones artesanales es en frío sin necesidad de un calentamiento extra y aprovechando la temperatura de la propia combustión del proceso de saponificación. Estos jabones se fabrican en barras de 6 kilos y son cortados a mano, asegurando un proceso totalmente

artesanal. Se asegura que la temperatura no sea muy alta de unos 40°- 45°C manteniendo una elaboración minuciosa y de mucho cuidado.

Las materias primas que se utilizan para la elaboración de estos jabones artesanales son 100% vegetales de alta calidad como aceite de oliva, áloe vera, almendras dulces, lavanda, pepita de uva, coco, aceite esencial de limón, hiedra, esencia de rosa y pulpa de aguaje; y se usan íntegramente. La piel se beneficia no sólo de una limpieza sana sino de una hidratación y nutrición duradera.

Nuestros jabones artesanales son de mejor calidad y más beneficiosos para la piel que los jabones comerciales debido a que se diferencian de los industriales:

- Conservan glicerina natural ayudando a mantener la piel hidratada.
- Son más suaves, no llevan químicos adicionales y no producen reacciones de irritación ni cualquier otro tipo de problema cutáneo.
- Las materias primas no son aisladas y se usan íntegramente en su fabricación, dejando que las sustancias insaponificables de los aceites formen parte del producto final.
- Contienen aceites beneficiosos que ayudan a nutrir la piel. Garantizan el uso de materias primas naturales y de primera calidad como aceites vegetales, hierbas, aceites esenciales.

Por todo ello, los jabones artesanos son ideales para las pieles con problemas como la dermatitis atópica, psoriasis, alergias, etc. y para una completa hidratación y nutrición de las pieles normales.

Características físicas

- Olor : Según la línea de producto
- Color : Según la línea de producto
- Textura : Firme y sólida
- Forma : Rectangular.
- Tamaño : Largo 7.5 cm. y ancho 4.5 cm.

Figura 06. Jabón artesanal con aroma de aguaje, 2018



Fuente: elaborado por los autores.

Figura 07. Jabón artesanal con aroma de maracuyá, 2018



Fuente: elaborado por los autores.

2.4.2 Precio

Se manejarán los precios en base al mercado, teniendo en cuenta la competencia.

Cuadro 04. Precio de los productos, 2018

Producto	Unidad	Precio S/.
Jabones de maracuyá	unidad x 100gr.	10
Jabones de aguaje	unidad x 100gr.	10
Jabones de sangre de grado	unidad x 100gr.	15

Fuente: elaborado por los autores.

2.4.3 Promoción y publicidad.

Nuestra principal herramienta de promoción serán las redes sociales, por ser un medio efectivo y de largo alcance, además de ser un medio económico, que no exigen mayor inversión. Además contaremos con módulos para realizar activaciones en: Centros comerciales, súper mercados y mercados de abastos como Belén, Central y Modelo.

Se contará con un módulo de activación, el mismo que debe contar con un responsable, una anfitriona, material para entregar, jabones para sortear y un equipo de sonido.

La publicidad se realizará a través de las redes sociales tales como:

- Facebook: creación de una fan page, para la proporción e información sobre jabones artesanales y los beneficios a brindar subiendo fotos y videos.
- Twitter: su objetivo principal es tener un gran número de seguidores y se realizará publicaciones constantemente.
- Ferias comerciales: participaremos en las distintas ferias que se realizan en la ciudad.
- Publicidad: en radio, la más sintonizada por nuestros clientes locales, en las horas más sintonizadas.
- Promoción de ventas: por apertura del local sorteo entre los presentes.
- Souveniers: lapiceros, tasas, polos y llaveros.

Figura 08. Fan page de la empresa, 2018



Fuente: elaborado por los autores.

Figura 09. Tasa con logo de la empresa, 2018.



Fuente: elaborado por los autores.

Figura 10. Polo con el logo de la empresa, 2018

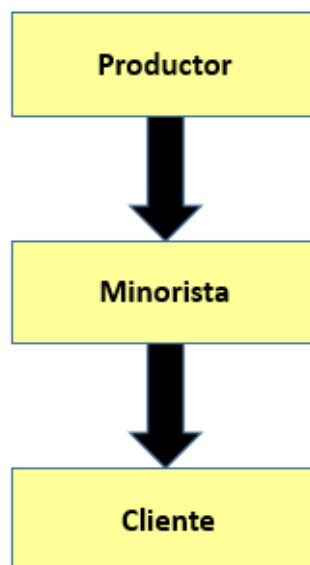


Fuente: elaborado por los autores.

2.4.4 Cadena y/o canales de distribución

La cadena de distribución a emplear en la empresa Selva Tropical SAC, será a través de los minoristas quienes tiene la función de hacer llegar nuestro producto al consumidor final es decir la distribución es netamente de forma indirecta.

Grafico 02. Canales de distribución de la empresa, 2018



Fuente: elaborado por los autores

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento

La principal política de aprovisionamiento de la empresa Selva Tropical SAC, es contar con proveedores seleccionados quienes nos abastecerán soda cáustica (sosa), glicerina líquida, agua y aceite vegetal (coco o aguaje). Las compras se realizarán todas las semanas, según la cantidad de pedido.

Cuadro 05. Principales proveedores de insumos, 2018

Principales proveedores	Giros	Dirección
Ferrería de D' todo SAC	Ferretería	Jr. Sgto. Lores 516
Ferretería Denisan	Ferretería	Av. Grau 1513
COMISA	Ferretería	Jr. Próspero 624

Fuente: elaborado por los autores.

3.2. Proceso productivo

El proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. La empresa productora de jabones artesanales, ha diseñado proceso cortos eficientes

Cuadro 06. Costo de los principales insumos

Detalle	Unidad	Precio	2kg.
Sosa	Kg	S/ 4.00	S/ 8.00
Aceite de coco	Litro	S/ 45.00	S/ 90.00
Agua	Litro	S/ 1.00	S/ 1.00
Otros	Varios	S/ 4.00	S/ 4.00
	Total	S/ 43.00	S/ 99.00
		Unidades	20
		Costo Unit.	S/ 4.95

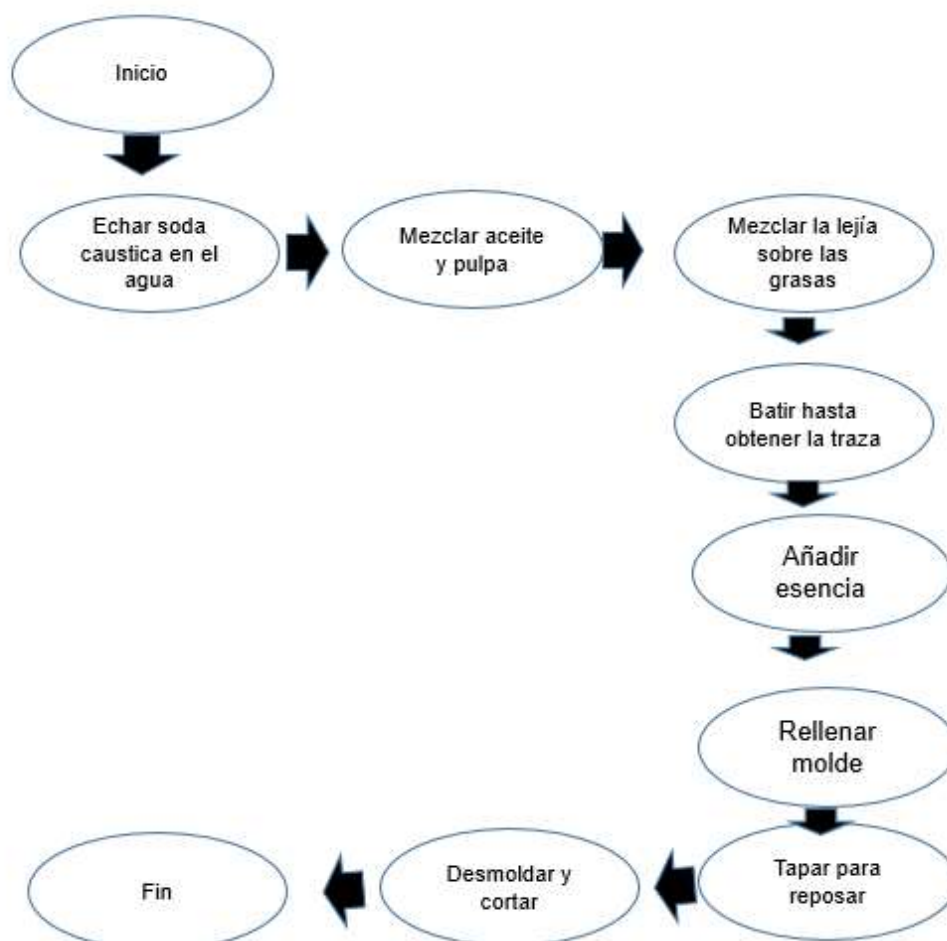
Fuente: elaborado por los autores

Figura 11. Proceso de elaboración de jabón artesanal, 2018



Fuente: elaborado por los autores

Gráfico 03: Flujo del proceso de proceso de producción de la empresa, 2018



Fuente: elaborado por los autores

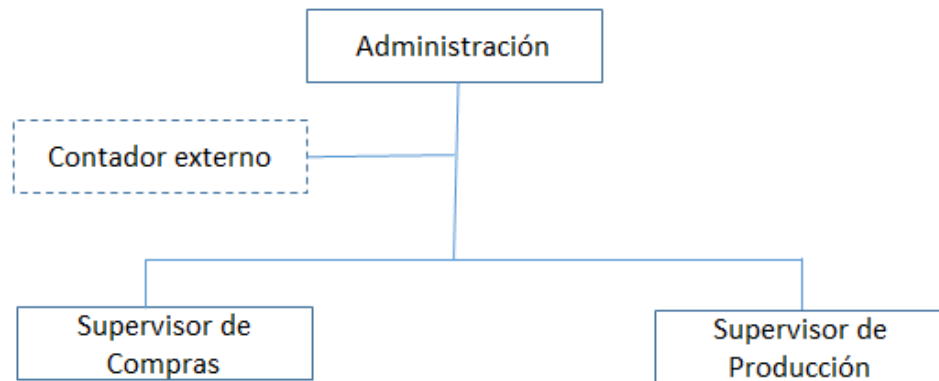
El proceso se detalla a continuación:

1. Verter la cantidad de soda cáustica indicada en el agua. Remover por varios minutos hasta disolver toda la soda cáustica en el agua. El agua alcanzará una temperatura muy elevada (unos 80-85°C), hay que dejar que enfríe.
2. Minutos siguientes se junta en un recipiente de cristal el aceite y la pulpa de maracuyá refinada y se calienta
3. Una vez que la lejía (agua con la sosa) y la fase de las grasas (aceite y manteca) estén entre 45-49°C podremos echar la lejía sobre las grasas.
4. Batir hasta que obtengamos la traza. La traza estará cuando levantemos la batidora y se quedan marcados los surcos de esta en la traza. Nos deberá quedar como la textura que tienen las natillas.
5. Añadir la esencia aromática y remover bien con una espátula de madera. Nosotros no hemos puesto colorante a este jabón casero ya que el aceite de coco deja un color bastante blanco y es lo que buscábamos. Si quieres darle un toque de color a tu jabón casero, debes incorporarlo antes de la esencia y batir un poco con la batidora para romper la partícula.
6. Rellenar el molde.
7. Tapamos el jabón, con una toalla o una manta, y lo dejamos reposar durante 24-48 horas. Durante este tiempo el jabón casero va perdiendo el calor y se solidifica. Esto tiene que ser gradual, por eso lo tapamos.
8. Finalmente desmoldar y cortar en pastillas. Personalizarlo con los sellos para jabones. Ahora solo falta dejar que saponifique durante 40 días.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Organización

Grafico 04: Estructura orgánica de la empresa Selva Tropical SAC, 2018



Fuente: elaborado por los autores

4.2 Puestos, tareas y funciones

a) Puesto: administrador

Funciones:

- Elaborar el planeamiento estratégico de la organización.
- Programar las actividades.
- Decisión sobre los objetivos.
- Organizar la estructura organizacional y asignar los recursos financieros y humanos.
- Designación de cargos.
- Dirección para los objetivos.
- Planificar las necesidades operativas y estratégicas de la organización
- Comunicación, liderazgo y motivación del personal.
- Actualizarlo periódicamente el plan estratégico.
- Presentarlo en junta de accionistas para validarlo.
- Ejecutar el plan estratégico.
- Verificar periódicamente el funcionamiento del plan estratégico.
- Representar a la empresa en asuntos legales cuando sea necesario

b) Puesto: supervisor de compras

Funciones:

- Prospección, búsqueda y negociación de/con proveedores
- Analizar periódicamente los precios de las materias primas, componentes o materiales.
- Control de calidad de las materias primas y componentes.
- Información a tiempo real del stock de la organización
- Realizar las cotizaciones de la empresa.
- Realizar los cuadros comparativos de los proveedores
- Realizar las compras según el cuadro comparativo realizado
- Realizar las compras de insumos manteniendo la calidad de los productos

c) Puesto: supervisor de producción

Funciones:

- Responsable de las existencias de materia prima, material de empaque y productos en proceso durante el desempeño de sus funciones.
- Entrena y supervisa a cada trabajador encargado de algún proceso productivo durante el ejercicio de sus funciones.
- Vela por la calidad de todos los productos fabricados.
- Ejecuta planes de mejora y de procesos.
- Ejecuta y supervisa planes de seguridad industrial. Controla la higiene y limpieza de la fábrica.
- Establece controles de seguridad y determina parámetros de funcionamiento de equipos y procesos que garanticen la producción y mantengan la seguridad del empleado.
- Obtiene muestra del producto final.
- Presenta resultados al administrador
- Presenta resultados a los colaboradores del área.
- Retroalimenta a los colaboradores del área.

4.3. Condiciones laborales

Se tendrán colaboradores con una jornada laboral de 8 horas diarias, en los siguientes horarios de 9:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 3:00 a.m. a 7:00 p.m.

La empresa Selva Tropical se acogerá a la ley MYPE por los beneficios laborales, contables, tributarios y financieros. Posteriormente se evaluará la posibilidad de acogerse al régimen general. Para el caso del contador será por servicios por honorarios.

4.4. Régimen tributario

En nuestro país existen cinco regímenes tributarios para constituir y/o formalizar un negocio, uno de ellos es el régimen de la Amazonía, creado para brindar beneficio a las empresas de la región amazónica. Las empresas de nuestra región perciben beneficios tributarios por estar comprendidas en esta norma ley 27037 ley de promoción de la inversión de la Amazonía. La empresa se acogerá a este régimen porque reduce el impuesto a la renta del 29.50% a 5% anual.

Encontramos los siguientes regímenes tributarios:

- Nuevo RUS
- Régimen especial (RER)
- Régimen General
- Régimen Mype Tributario
- Régimen de la amazonia

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

Cuadro 07. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Demanda actual anual (unidades)	393,627		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual (unidades)	393,627	401,499	409,529
Participación de mercado	7.00%	8.00%	10.00%
Demanda del proyecto (unidades)	27,554	32,120	40,953

Fuente: elaborado por los autores

Cuadro 08. Ingresos por ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	27,554	32,120	40,953
Precio mercado soles x unidades	10.00	10.00	10.30
Tendencia del precio	0%	3%	4%
Precio de venta efectiva(unidades)	S/.10.00	S/.10.30	S/.10.71
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.275,539	S/.330,835	S/.438,688

Fuente: elaborado por los autores

Cuadro 09. Costo de ventas

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales por unidades		27,554	32,120	40,953
Inventario final por unidades	10%	2,755	3,212	4,095
Total requerimiento por unidades		30,309	35,332	45,048
.-Inventario inicial por unidades		-	2,755	3,212
Compras por unidades		30,309	32,577	41,836
Costo compra		S/.5.00	S/.5.00	S/.5.05
Tendencia del costo de compra		0%	1%	3%
Costo compra efectiva		S/.5.00	S/.5.05	S/.5.20
COMPRA TOTAL DE LA EMPRESA		S/.151,546	S/.164,512	S/.217,611

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	27,554	32,120	40,953
Costo compra	S/5	S/5	S/5
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/137,769	S/162,206	S/213,017

Fuente: elaborado por los autores

Cuadro 10. Gastos administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,300	S/. 1,500
Supervisor	2	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,200	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	S/. 3,200	S/. 4,900	S/. 5,100
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 3,477	S/. 5,325	S/. 5,542
Servicios públicos	S/. 200	S/. 400	S/. 300
Utiles oficina	S/. 100	S/. 210	S/. 250
Otros	S/. 300	S/. 150	S/. 200
Total mensual	S/. 4,077	S/. 6,085	S/. 6,292
TOTAL ANUAL	S/.48,928	S/.73,016	S/.75,504

Fuente: elaborado por los autores

Cuadro 11. Gastos comerciales

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/ 250.00	S/ 300.00	S/ 300.00
Alquiler de local	S/ 500.00	S/ 550.00	S/ 550.00
Promociones	S/ 200.00	S/ 250.00	S/ 250.00
Otros	S/ 100.00	S/ 200.00	S/ 200.00
Total mensual	S/ 1,050.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00
TOTAL ANUAL	S/ 12,600.00	S/ 15,600.00	S/ 15,600.00

Fuente: elaborado por los autores

Cuadro 12. Gastos pre operativos

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 2,300.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaborado por los autores

Cuadro 13. Inversión en activos

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida
Local	S/. 0	-	S/. 0	20
Terreno	S/. 0	-	S/. 0	0
Equipos	S/. 10,000	1	S/. 10,000	5
Vehiculos	S/. 4,000	1	S/. 4,000	5
Muebles	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5
Total			S/. 16,000	

Fuente: elaboración propia

5.1 Estudio financiero

Cuadro 14. Programa de endeudamiento

Deuda a tomar	S/. 50,000			
35.00%	Anual	2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	50,000	1,000	1,389	2,389
2	48,611	972	1,389	2,361
3	47,222	944	1,389	2,333
4	45,833	917	1,389	2,306
5	44,444	889	1,389	2,278
6	43,056	861	1,389	2,250
7	41,667	833	1,389	2,222
8	40,278	806	1,389	2,194
9	38,889	778	1,389	2,167
10	37,500	750	1,389	2,139
11	36,111	722	1,389	2,111
12	34,722	694	1,389	2,083
		10,167	16,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	33,333	667	1,389	2,056
14	31,944	639	1,389	2,028
15	30,556	611	1,389	2,000
16	29,167	583	1,389	1,972
17	27,778	556	1,389	1,944
18	26,389	528	1,389	1,917
19	25,000	500	1,389	1,889
20	23,611	472	1,389	1,861
21	22,222	444	1,389	1,833
22	20,833	417	1,389	1,806
23	19,444	389	1,389	1,778
24	18,056	361	1,389	1,750
		6,167	16,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	16,667	333	1,389	1,722
26	15,278	306	1,389	1,694
27	13,889	278	1,389	1,667
28	12,500	250	1,389	1,639
29	11,111	222	1,389	1,611
30	9,722	194	1,389	1,583
31	8,333	167	1,389	1,556
32	6,944	139	1,389	1,528
33	5,556	111	1,389	1,500
34	4,167	83	1,389	1,472
35	2,778	56	1,389	1,444
36	1,389	28	1,389	1,417
		2,167	16,667	
TOTAL		18,500	50,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Estado de resultados integrales

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.275,539	S/.330,835	S/.438,688
Costo ventas	-S/.137,769	-S/.162,206	-S/.213,017
Margen Bruto	S/.137,769	S/.168,630	S/.225,671
Gastos administrativos	-S/.48,928	-S/.73,016	-S/.75,504
Depreciación	-S/.3,660	-S/.3,660	-S/.3,660
Gastos comerciales	-S/.9,600	-S/.12,000	-S/.12,600
Margen operativo	S/.75,581	S/.79,954	S/.133,907
Gastos financieros	-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167
Margen antes de tributos	S/.65,415	S/.73,787	S/.131,740
Tributos	-S/.3,271	-S/.3,689	-S/.6,587
Margen neto	S/.62,144	S/.70,098	S/.125,153

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.275,539	S/.330,835	S/.438,688	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.18,300				S/.7,320
Capital de trabajo	-S/.41,331	-S/.19,775	-S/.18,482	-S/.4,494	S/.84,082
Compras		-S/.137,769	-S/.162,206	-S/.213,017	
Gastos administrativos		-S/.48,928	-S/.73,016	-S/.75,504	
Gastos comerciales		-S/.9,600	-S/.12,000	-S/.12,600	
Pago impuestos		-S/.3,779	-S/.3,998	-S/.6,695	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.59,631	S/.55,687	S/.61,134	S/.126,378	S/.91,402
Préstamo recibido	S/.50,000				S/.0
Amortización		-S/.16,667	-S/.16,667	-S/.16,667	-S/.50,000
Gastos financieros		-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167	-S/.18,500
Escudo fiscal		S/.508	S/.308	S/.108	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.9,631	S/.29,362	S/.38,609	S/.107,653	S/.22,902
FCE	-S/.59,631	S/.55,687	S/.61,134	S/.217,780	
FCF	-S/.9,631	S/.29,362	S/.38,609	S/.130,555	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17.VAN y TIR

VAN Económico	S/.131,020
Tasa de descuento (CAPM)	26.26%
TIR Económica	118%
Indice B/C	3.20
VAN Financiero	S/.88,746
Tasa de descuento (WACC)	33.59%
TIR Financiero	357%
Indice B/C	10.21

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

- La presente investigación es constituir una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de jabones artesanales con insumos regionales. Habiéndose determinado que el plan de negocios presenta aceptable rentabilidad, viabilidad con alta proyección de crecimiento en el mercado.
- En cuanto al plan de operaciones se han elaborado procesos de forma simple, ordenada, buscando que sean eficientes. En vista que estos representan un factor importante en la empresa, de ello depende que el servicio a brindar sea de calidad, que satisfaga las necesidades del cliente.
- En relación al plan de recursos humanos, se estableció el manual de organización y funciones de manera sencilla, con funciones claras. Los colaboradores son una parte clave en la empresa. El reclutamiento se realizará según el perfil del puesto.
- Para finalizar el plan económico y financiero de la empresa se ha realizado con la finalidad de evaluar la situación económica y financiera de la empresa. Los ingresos se han proyectado para 3 años y estos arrojan utilidad desde el primer, segundo y tercer año.

BIBLIOGRAFÍA:

Julio Fernández (02 Junio 2018), Gerente General del Telepizza Perú, Diario El Comercio, Lima.

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible web: www.inei.gob.pe

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - INEI, Censos Nacionales 1993 y 2007, Disponible web: www.inei.gob.pe

Kotler y Armstrong (15 Noviembre 2017), Fundamentos de Marketing, Beneficios de los jabones artesanales, Primera Edición, Lima.

Superintendencia de Administración Tributaria. Disponible web: www.sunat.gob.pe

Kantar Wordpanel (12 Agosto 2016), Consumo de productos de cuidado personal, Diario El Comercio, Lima.

Ricardo Antonio Vargas Morato (01 enero 2001) Elaboración jabón artesanal, Bogotá.

Carlos Rodrigo Illera (30 setiembre 2009) Administración y funciones de la empresa, España.