

1.-PERFIL DEL PROYECTO

1.1. ANTECEDENTES

En el mercado mundial y nacional es muy común el consumo de las populares “golosinas”, tanto en niños como en adolescentes y adultos.

Cuando hablamos de golosinas siempre pensamos en alimentos de pobre calidad en los cuales el azúcar abunda. Sin embargo, en medio de la tendencia por reducir el azúcar de la dieta muchos son los productos que se presentan como alternativa a las clásicas chucherías. Pero, ¿existen las golosinas saludables?

Denominamos golosinas a aquellos productos de pequeño tamaño que frecuentemente usamos para picar entre horas y que en su gran e inmensa mayoría poseen sabor dulce. Este tipo de golosinas incluyen diferentes opciones comerciales como gomas de mascar, gominolas o gomitas, caramelos, piruletas y más que habitualmente son fuente de azúcar sin mucho más. Su aporte calórico es elevado aunque como se trata de pequeñas unidades nunca llegamos a consumir grandes proporciones, pero por cada 100 gramos las golosinas tradicionales como caramelos con azúcar aportan alrededor de 350 Kcal o poco más, siendo su nutriente principal como dijimos antes, los hidratos de carbono simples o azúcares. Estas golosinas no sacian, no aportan minerales, ni vitaminas, ni proteínas por lo que son fuente de calorías vacías o sin importancia nutricional y de allí que su exceso de consumo sea desaconsejado todo el tiempo, pues puede asociarse a una dieta de mala calidad que fomente el sobrepeso así como caries dentales y otras enfermedades vinculadas al consumo habitual y elevado de azúcar. Entre la gran variedad de golosinas tanto saladas como dulces podemos destacar las famosas “gomitas o gominolas” que es un producto de característica gelatinosa y que en su composición tiene agua, azúcar, colorantes y saborizantes artificiales.¹

En la actualidad conocemos gran variedad de estos dulces, los cuales en su mayoría solo tienen un aporte energético dejando de lado los nutrientes y aportes vitamínicos para los consumidores que en su gran mayoría son niños.

Una de las ventajas que se identifican es que en la actualidad se le da gran importancia al consumo de productos orgánicos que sean nutritivos y que tengan composiciones muy naturales, ya que tienen la capacidad de estimular el sistema digestivo y mejorar el metabolismo, como por ejemplo la SÁBILA que contiene numerosas propiedades y que actualmente se utiliza para jugos refrescantes por su alto valor nutricional.

Además podemos destacar que la sábila se utiliza en múltiples situaciones. Es una planta generosa, pues además de tener la capacidad de crecer en condiciones inhospitalarias, sus múltiples propiedades curativas han sido acreditadas en la ayuda del sistema digestivo y las úlceras. Forma parte de la extensa familia de las liliáceas (la misma a la que pertenece la cebolla y el ajo), que agrupa a unas 250 especies diferentes que crecen en regiones secas. Pero solo cuatro son estimados por su valor nutricional para los humanos, y de ellas, la Aloe es la más aprovechada por la industria alimentaria.²

¹(<https://www.superalimentos.es/aloe-vera/> 2009)

²(www.chapintv.com/actualidad/propiedades-y-beneficios-de-la-sabila-17907 2012)

1.2. JUSTIFICACIÓN DE TRABAJO

SÁBILA O ALOE VERA

Se plantea utilizar la sábila como base en la elaboración de Gomititas para ofrecer a los consumidores un producto que contenga altos niveles nutricionales y no solamente un contenido energético utilizando una materia prima natural con múltiples propiedades.

La sábila es un producto que posee vitaminas, minerales, aminoácidos, enzimas; a esto se suma sus componentes, un núcleo gelatinoso y transparente (pulpa), en la elaboración de gomitas con un aporte natural que se pueden encontrar en el producto a elaborar. Los productos de confitería tienen gran acogida en cualquier época del año y por casi todos los segmentos de mercado, motiva al aprovechamiento de nuevas materias primas para dar una nueva opción de consumo, esto pretende aportar en las gomitas, una materia prima natural que permitirá que el producto obtenido tenga muchas cualidades de la sábila.

El aloe vera es una planta que tradicionalmente se ha utilizado por vía tópica para aliviar quemaduras en la piel, y por vía oral para ayudar a acelerar la motilidad intestinal contra el estreñimiento. También contiene una gran cantidad de vitaminas, minerales y antioxidantes que estimulan los mecanismos de defensa y de adaptación del cuerpo para hacer frente al estrés físico, emocional y ambiental.

-La planta de aloe forma parte de la familia de las liliáceas, la misma familia que el ajo y las cebollas. Del aloe vera se utilizan diferentes partes de la planta con aplicaciones tanto internas como externas con diferentes efectos en el cuerpo humano. Lo interesante del jugo de aloe vera es que a pesar del enorme esfuerzo de marketing para hablar de los numerosos beneficios para la salud en humanos, no hay excesivos datos científicos para apoyar su consumo vía oral. Es más, algunas de las investigaciones realizadas en animales sobre su toxicidad es alarmante.

Cabe decir, no obstante, que los investigadores utilizaron la hoja completa de extracto de aloe vera, y no las fórmulas comerciales, que ya vienen filtradas de los componentes laxantes. El gel del aloe vera se obtiene separándolo de la parte verde exterior de la hoja. El aloe vera es rico en vitaminas como la A, C, E, ácido fólico, colina, B1, B2, B3 (niacina), B6; y minerales incluyendo calcio, magnesio, zinc, cromo, selenio, sodio, hierro, potasio, cobre y manganeso.

Alcaliniza el cuerpo ayudando a equilibrar nuestros hábitos alimentarios excesivamente ácidos (productos refinados, proteínas animales, refrescos, alcohol, etc). Es también alta en aminoácidos y ácidos grasos. Contiene tres esteroides vegetales, que son importantes ácidos grasos que disminuyen las grasas en la sangre y útiles para reducir los síntomas de las alergias y la indigestión ácida.

El aloe vera se usa tópicamente para curar heridas y para diversas afecciones cutáneas: artritis, quemaduras, quemaduras solares, psoriasis, en la cicatrización de heridas quirúrgicas profundas, e incluso picaduras de insectos. Es excelente para la piel. Debido al alto contenido de agua, más del 99%, es una gran manera de hidratar y rejuvenecerla. El aloe vera es un potenciador inmunológico debido a su alto nivel de antioxidantes que ayudan a combatir los radicales libres que contribuyen al proceso de envejecimiento.

El aloe vera impide el crecimiento de microorganismos y bacterias patógenas eliminando muchas infecciones fúngicas y virales. Un tracto digestivo que funcione correctamente es una de las claves para tener una buena salud. El aloe calma y limpia el tracto digestivo y ayuda a mejorar la digestión.

También mantiene la flora intestinal sana y ayuda a disminuir las bacterias dañinas en nuestro intestino. El aloe ayuda en la pérdida de peso al aligerar la carga tóxica en nuestro cuerpo dándonos más energía. Al ser una planta con textura gelatinosa ayuda en la desintoxicación del cuerpo, a través del tracto intestinal absorbiendo toxinas y desechos.³

³ (www.chapintv.com, págs. Martes, 22 de Enero de 2019 | 8:02 am)

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los productos relacionados a las golosinas tanto dulces como saladas tienen valores energéticos elevados por sus altos contenidos de carbohidratos, son muy pocas las golosinas que tengan altos valores nutricionales y vitamínicos.

Las personas debemos tomar conciencia sobre los alimentos que son nutritivos, que puedan satisfacer las necesidades y al mismo tiempo precautelar la salud, reemplazando productos convencionales por lo que surge la idea de producir gomitas o gominolas hechas a base de jugo de sábila.

De esta manera se pretende introducir en el mercado un alimento nutritivo, que permita gozar de buena salud, atendiendo la falta de productos ecológicos y orgánicos para conceder a los consumidores el placer de la degustación de una golosina saludable.

“¿Es factible económica y financieramente la producción y comercialización de gomitas hechas a base de jugo de sábila?”

1.3.1 Preguntas de investigación

- ¿Qué segmentos del mercado serán los más atractivos para este producto?
- ¿Existirá una demanda para este producto?
- ¿Qué estilo de vida llevan las personas hacia las cuales va dirigido este producto?
- ¿Qué experiencia se plantea brindar a quienes consuman este producto?
- ¿En nuestra ciudad se vive una tendencia de consumo de alimentos naturales y orgánicos?
- ¿Dónde y cuándo se consumiría este producto?

1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

Determinar la viabilidad de este emprendimiento que permitirá la producción y comercialización de gomitas hechas a base de jugo de sábila en la ciudad de Tarija y así contribuir a la mejora de la salud y nutrición.

1.4.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la segmentación de mercado, conocer la posible demanda para la comercialización de gomitas hechas a base de jugo de sábila.
- Desarrollar un plan de producción para la preparación del producto.
- Con la información que se cuenta, dar a conocer el valor nutritivo y los beneficios que aportan las gomitas hechas a base de jugo de sábila.
- Efectuar un estudio financiero para conocer a factibilidad de este plan de negocios que es la producción y comercialización de gomitas hechas a base de jugo de sábila.
- Desarrollar un plan para la organización de los recursos humanos necesarios para la puesta en marcha de este plan de negocios.

1.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

✓ Tipo de investigación

Investigación exploratoria: Se utilizará una investigación de tipo exploratoria del entorno, para identificar los principales factores que tiene influencia en el sector y en los consumidores.

Investigación descriptiva: con esta investigación se logrará describir las características más relevantes, los perfiles de las personas y características

importantes de la población que estará bajo estudio para que se puedan analizar.

✓ Metodología

Métodos empíricos: Se utilizará los métodos de observación, encuesta y estadísticos. En la encuesta se aprovechará la técnica del cuestionario para recopilar información y datos acerca de los consumidores a quienes se les aplique la investigación cuantitativa.

Para llevar a cabo las encuestas se empleará la técnica de muestreo que determina la población que estará bajo estudio que será la ciudad de Tarija, provincia Cercado para que de esta manera se puedan obtener datos de primera mano.

Métodos teóricos: El método deductivo es aquel que parte de lo general para llegar a lo particular, el cual permite obtener aspectos o características generales de estudio. Esta recopilación de información se desarrollará en base a fuentes secundarias por medio de revisión bibliográfica y webgráfica.

1.6. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Alcance Teórico

La investigación de este emprendimiento se fundamentará en todas las áreas empresariales aprendidas en el transcurso de la formación académica (producción, marketing, recursos humanos y finanzas).

1.6.2. Alcance Temporal

Este plan de negocios tendrá un alcance de un semestre, el primer periodo de la gestión 2019 que abarca desde el mes de febrero hasta el mes de junio respectivamente. Para la realización de un análisis de la información sobre datos estadísticos de demandas de otros tipos de golosinas similares a las gomitas, servirán como base para poder estimar la

posible demanda del nuevo producto, cantidad de producción por año y otros datos importantes contando con información histórica de gestiones pasadas.

1.6.3. Alcance Espacial

Este plan de negocio se desarrollará en la ciudad de Tarija, en la provincia Cercado (Zona urbana) del departamento de Tarija.

ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO

1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

El análisis del contexto externo nos permite recabar información acerca de los factores que se encuentran en el entorno de la empresa, factores que podrían influir de manera positiva o negativa en el funcionamiento de la misma, y con el análisis que se realiza se logrará saber qué factores son una amenaza o una oportunidad para el negocio.

El análisis del contexto interno permite practicar un estudio del interior de la empresa, en cada área funcional, para describir las ventajas competitivas que pueden ser una fortaleza para la empresa, con este análisis interno también se podrá identificar las debilidades que podría tener la empresa.

El análisis del contexto interno es importante porque nos permite conocer la situación en la que puede estar la empresa es decir, conocer las ventajas y desventajas internas de la empresa y de esta manera se puede tener una idea de cómo puede afectar los diferentes factores en el futuro.

1.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO MEDIATO DEL NEGOCIO

1.1.1. Factor político – legal

En los factores político-legales se establecen reglas en las que se desenvuelven las empresas; en todo sistema económico, las instituciones públicas deben cumplir una serie de funciones, que para poder ejercerlas se emiten normas y regulaciones.

En estos factores se consideran los cambios políticos y legislativos que afectarán de manera directa o indirecta a nuestro emprendimiento.

El país debe enfrentar retos de gobernabilidad y eficiencia del sector público para mejorar la ejecución de políticas, incrementar la inversión y la provisión de servicios públicos.

La informalidad es alta, lo que se traduce en una menor productividad. Si bien hay interesantes logros en desarrollo productivo en el área rural, donde vive un tercio de la población que son obstaculizados por una precaria infraestructura productiva y de servicio.

En la parte legal se debe cumplir con las leyes que rigen en nuestro país; para que el funcionamiento de este emprendimiento cuente con toda la documentación necesaria al día, se deberá inscribir en FUNDAEMPRESA⁵, realizar el registro en la Alcaldía Municipal para contar con la licencia de funcionamiento, en Servicio de Impuestos Nacionales para contar con un N.I.T., en el Ministerio de Trabajo y también con la autorización de SENASAG⁶.

La Alcaldía se encarga de controlar de manera periódica mediante la intendencia municipal, quienes realizan controles en cuanto a la elaboración de los productos para que se respete el peso del producto, el debido control de higiene en el lugar donde se procesa el producto así como también en los puestos de venta y en la distribución.

Se cumplirá con todas las normas y requisitos que se exigen por el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA⁷), para garantizar que los productos que se ofrecen al consumidor sean de calidad

⁵(www.fundempresa.org.bo/directorio) FUNDEMPRESA: operando el Registro de Comercio de Bolivia

⁶info@senasag.gob.bo Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria.

⁷Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, certificación, inspección y capacitación.

<http://www.ibnorca.org/>

Políticas públicas de seguridad alimentaria

Las propuestas de desarrollo rural orientadas a la seguridad y soberanía alimentaria insertas en el Plan de Desarrollo Sectorial del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT) bajo el título “Revolución Rural Agraria y Forestal”, señalan como propósito central la transformación de los sistemas productivos del área rural, modificando los actuales modelos de tenencia y acceso a tierras y bosques. Estas propuestas fueron formuladas a fines del año 2005 para alcanzar los siguientes tres objetivos:

- a) Impulsar la seguridad y soberanía alimentaria,
- b) Mejorar la contribución de la agricultura y los bosques a los medios de vida de la población.
- c) Impulsar el uso sustentable y la conservación de los recursos naturales.

La Constitución Política del Estado considera importante el cuidado del medio ambiente y de los derechos que tienen las personas y otros seres vivos tanto de las actuales como de las futuras generaciones a disfrutar de un medio ambiente saludable por lo que el presente plan de negocios cumplirá con las normas de sanidad para la elaboración del producto, también se acatará las obligaciones emitidas por el Estado que son el pago de impuestos. Así mismo desde el año 2009 la Constitución Política del Estado indica que el gobierno tiene como política garantizar la alimentación de todos los bolivianos mediante una política alimentaria, la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) también garantiza la alimentación a todos los miembros de las Naciones Unidas; es de esta manera que en Bolivia se tiene una parte de la política del vivir bien y de esta manera el gobierno tiene el propósito de industrializar la materia prima que se produce.

⁸Soberanía y seguridad alimentaria en Bolivia: Políticas y estado de la situación.
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/cedla/20100511095256/segali.pdf>

También es importante mencionar que la Constitución Política del Estado contempla la organización económica en su cuarta parte abarcando desde el artículo N° 306 hasta el artículo N° 339 afirmando que toda organización económica debe aportar en cuanto a generar trabajo digno, y contribuir a la reducción de las desigualdades y a la erradicación de la pobreza. Y también que se respeta y reconoce a las iniciativas privadas como lo dice en el siguiente artículo:

Artículo 311

I. El Estado reconocerá, respetará y protegerá la forma de organización económica privada y la iniciativa privada, siempre que cumplan una función social y contribuyan al desarrollo del país.

II. Se garantiza la libertad de empresa y el pleno ejercicio de las actividades empresariales, que serán reguladas por la ley.

En Bolivia la política de seguridad alimentaria contempla el derecho a la alimentación de toda la población, así también el fortalecimiento de la agricultura familiar campesina, indígena y originaria de base comunitaria, el acceso equitativo a los recursos naturales y la promoción de la agricultura ecológica. Esta política promueve la participación de los actores públicos y privados así como la integridad y multisectorialidad, por lo que todos los ministerios deben articular esfuerzos técnicos y económicos en la construcción de la seguridad y soberanía alimentaria del país.⁹

La información anterior es de gran importancia por la priorización de la producción y consumo de alimentos de origen agropecuario producidos en territorio boliviano, para incentivar a la producción de materias primas en nuestro país, en este caso puntualmente de la penca de sábila o aloe vera

Políticas sobre normas, técnicas de calidad y reglamentación sanitaria

El emprendimiento deberá cumplir ante cuatro instituciones que son el Consejo Nacional de Calidad, el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, el Instituto Boliviano de Metrología y el Instituto Boliviano de Acreditación; estas entidades son responsables del cumplimiento en cuanto a cantidades, calidad, normas de elaboración etc. También estará sujeto a las reglamentaciones de carácter sanitario para su autorización previa por ser un producto alimentario, para poder obtener un permiso de inocuidad alimentaria emitida por el Servicio Nacional de Calidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria-SENASAG donde la validez de permiso será establecida por esta entidad.

Para el correcto funcionamiento de este emprendimiento se deberá cumplir con la declaración del impuesto a la renta, así como el impuesto al valor agregado (IVA), También se contará con un registro sanitario para garantizar las condiciones sanitarias del producto y del establecimiento.

IMPUESTO	%
I.V.A.	13%
I.T.	3%
I.U.E.	25%

Asimismo se contemplará a cabalidad los aspectos legales importantes para el funcionamiento del proyecto como las leyes del Código de Comercio (pasos para la apertura de un negocio), laborales (Ministerio de Trabajo), Ley 843, sobre el sistema impositivo tomando en cuenta los impuestos establecidos en la ley, en el sector privado empresarial de nuestro país, al cual perteneceremos, tributa impuestos como valor agregado, impuestos a las transacciones, el impuesto a las utilidades y otros que deben cumplirse.

⁹<http://bolivia.infoleyes.com/shownorm.php?id=469>[12/28/2011]

1.1.2. Factor económico

El Producto Interno Bruto (PIB) de Bolivia registró una variación positiva de 4,20%, durante el período acumulado entre enero y diciembre del 2017 con respecto a enero - diciembre 2016, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Esto supone un incremento respecto a los resultados obtenidos en los años anteriores, cuando el crecimiento del PIB alcanzó el 4,3% y el 4,2% para 2016 y 2017, respectivamente.

La previsión de alcanzar este nivel de crecimiento hizo que el Gobierno boliviano activara el pago del doble aguinaldo para los trabajadores asalariados, política que refuerza la demanda interna y, por tanto, retroalimenta el nivel de actividad económica de cara al cierre del año 2018 e inicios del 2019. Estos resultados se obtienen a pesar del contexto regional desfavorable.

En cuanto al comportamiento del nivel de precios, la inflación acumulada a noviembre del 2018 es del 1,16% en función de los datos hechos públicos por el Banco Central de Bolivia (BCB), cifra muy por debajo a la inicialmente prevista por el propio BCB, que la situaba en el 4,5% al inicio del ejercicio, y que revisaba a la baja a mediados de año para situarla en el 3,5%.

En total contraste a las anteriores afirmaciones tenemos los datos que se obtienen del departamento de Tarija. El Producto Interno Bruto (PIB) de Tarija en 2017 registró un índice negativo de 3,66%. Se trata de la tercera gestión, desde 2015, en que la región registra cifras rojas en su crecimiento, lo que afectó la generación del empleo, redujo el poder adquisitivo de las personas y los ingresos. La Gobernación del principal departamento productor de gas proyecta un plan de recuperación de su economía.

El Instituto Nacional de Estadística publicó recientemente los datos de crecimiento del PIB de los nueve departamentos de Bolivia en 2017. Tarija es la que tiene el menor desempeño, con casi siete puntos porcentuales por debajo del promedio nacional; mientras que Santa Cruz se presenta como la región con mayor crecimiento, 6,72%.

La Federación de Empresarios Privados de Tarija¹¹ reportó en diciembre de 2017 que la tasa de desocupación era de 9%, pero la cifra fue superada por las estimaciones de la Gobernación, que asegura que llega a 20%.

En cuanto a datos y cifras que se pueden destacar con respecto a ocupación y desocupación laboral podemos ver que en Bolivia, en el área urbana la población ocupada alcanza alrededor de 3.571.000 personas, y destaca que el 22,1% de esta población (790.000 personas) tiene como principal actividad el Comercio, seguido de un 14,1% (504.000 personas) que se dedica a la Industria Manufacturera y el 9,8% (349.000 personas) que trabaja en Alojamientos y comidas, principalmente.

Por otro lado, cuando se realiza el análisis por sexo, se observa que el 54% de los ocupados son varones y el 46% son mujeres; y por grupos de edad, la mayoría de las personas ocupadas (44,3%) tienen entre 36 y 59 años.

Para el cuarto trimestre de 2018, la tasa de desocupación urbana en Bolivia (4,27%) fue la más baja de la región, seguida de Ecuador (4,8%); en cambio, las más altas se registraron en Brasil (11,6%), Colombia (10,2%) y Argentina (9,0%).

¹⁰ Instituto Nacional de Estadística (INE). <https://www.ine.gob.bo/>

¹¹ <http://fept.org/> FEDERACION DE EMPRESARIOS PRIVADOS DE TARIJA

1.1.3. Factor social demográfico

Los componentes de una sociedad comparten una serie de valores y creencias, algunos de ellos son irrelevantes para una empresa, otros repercuten sobre su forma de actuar; la forma en que la sociedad contempla la actividad empresarial produce consecuencias en la actividad real de las organizaciones.

Hoy en día las personas son muy cuidadosas con su salud por lo que prefieren alimentos orgánicos y nutritivos que tengan aportes específicos para la buena salud, por lo que en el mercado los productos de estas características son cada vez más populares y preferidos por los consumidores.

El Estado Plurinacional de Bolivia tiene una población aproximada de 11.216.000 habitantes, de los cuales 50,7% es mujer y 49,3%, hombre, según datos procesados por la Encuesta de Hogares (EH) 2017, informó el Instituto Nacional de Estadística (INE).

La estructura de la población por grupos de edad, establece que 29,8% de los habitantes en el país tiene entre 0 y 14 años, 58,4% pertenece al rango de edad de 15 a 59 años y 11,8% aglutina a la población de 60 años o más.

En Pando se encuentra el mayor porcentaje de habitantes entre 0 a 14 años, con 38,7%, mientras que Tarija concentra el porcentaje más alto de personas cuyas edades oscilan entre los 15 y 59 años. En cuanto a la población de 60 años o más, Potosí agrupa el porcentaje más elevado con 17,9%

La ciudad de Tarija, capital departamental y de la provincia Cercado, celebra 443 años de fundación. El municipio tiene una población proyectada para este año de aproximadamente 247.000 habitantes, de los cuales 51,2% es mujer y 48,8%, hombre; para el 2020 habrá cerca de 268.000 personas en esta región del país, informó el Instituto Nacional de Estadística. Tarija, 4 de julio de 2017 (INE)¹².

Tarija tiene la mayor tasa de crecimiento poblacional de Bolivia dado por la alta tasa de migración, esto repercute en el aumento de las necesidades básicas en la población tarijeña por lo cual se eleva la demanda de productos y servicios.

1.1.4. Factor tecnológico

En cuanto a la tecnología podemos observar en el territorio departamental la existencia de numerosas empresas tanto industriales como artesanales; para el sector de empresas productoras de alimentos destacan empresas altamente industrializadas en todo el territorio boliviano que cuentan con alta tecnología como así también existen empresas que a pesar de tener grandes volúmenes de producción se mantienen en lo artesanal ya que para algunos consumidores el término artesanal viene a darle un valor agregado al producto y lo diferencia de sus similares.

Por otro ámbito, en cuanto a las telecomunicaciones y tecnología de este tipo podemos apreciar que en los últimos años esta ha avanzado a pasos agigantados logrando tecnificar varios procesos, colaborando de esta manera al crecimiento de varias empresas que aplican distintas innovaciones en varios aspectos de las organizaciones.

En Bolivia gran parte de la maquinaria que se comercia para el equipamiento de fábricas o plantas productoras viene de importaciones y solo las grandes industrias disponen de maquinaria de última tecnología para grandes producciones ya que cuentan con el capital suficiente para financiar estas inversiones. La industria representa un 34,2% del producto interior bruto (PIB) según INE. Las empresas manufactureras operan a pequeña escala y más de las dos terceras partes se localizan en la ciudad de La Paz, que es también el principal centro de comercio a nivel estatal. Las principales industrias del país están relacionadas con el refinado de azúcar, la alimentación y bebidas, el cuero, la minería, los textiles, el cemento, el papel y los muebles, el vidrio y la joyería, además de las energéticas.

La puesta en marcha de la fábrica de gomitas hechas a base de jugo de sábila corresponderá más a un ámbito artesanal ya que se elaborarán dichas gomitas a base de materias primas naturales básicas, en un proceso de producción que involucrará herramientas simples y un predominio del trabajo físico.

La tecnología que se utilizará mayormente en este emprendimiento será en los aspectos informativos gerenciales, bases de datos, controles etc.

1.1.5. Factor ambiental

En los últimos años Bolivia, como otros países, ha resentido los bruscos cambios climatológicos acompañados de numerosos desastres naturales ocasionados por la creciente emisión de contaminación de las personas naturales como también de las personas jurídicas.

La contaminación excesiva provoca desequilibrio ambiental lo que se refleja en cambios climáticos radicales y desastrosos para las regiones que los sufren como ser inundaciones, sequías, precipitaciones sólidas (granizo) temporales y otros, las estaciones como tales no se diferencian como en épocas pasadas, se podría decir que las temperaturas son demasiado volubles.

En cuanto al departamento de Tarija se podría afirmar que aunque no se libera de estos desastres naturales la producción permanece constante y no se ve afectada de manera estrepitosa, además de que Tarija es reconocida por tener suelos aptos para la producción de frutas y vegetales en amplias variedades.

Para la conservación del medio ambiente se estableció la ley N° 1333 del 24/04/1992 (vigente) que tiene por objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales. Como también la ley Madre Tierra¹³, establece el derecho a la madre tierra y a una vida limpia.

Por su parte, los gobiernos departamentales y municipales deben asumir un rol de planificación y regulación en la gestión del manejo de los residuos sólidos en cada departamento.

La Secretaría de Medio Ambiente y Aguas de la Gobernación tarijeña emitió el 6 de Junio de 2013 tres resoluciones destinadas a contrarrestar la contaminación:

- 1) Disminución del uso de bolsas plásticas.
- 2) Uso adecuado de pilas y baterías usadas.
- 3) Reglamentos ambientales para la industrialización y manejo de manufactura ambiental.

Toda empresa debe cuidar el medio ambiente y preservarlo para las generaciones futuras, el sector de producción de golosinas como lo son las gomitas hechas a base de jugo de sábila genera desechos al igual que otras empresas que afectan aunque sea mínimamente a nuestro habitat. Lo correcto sería que cada empresa, ya sea pequeña, mediana, o grande, responda a la sociedad por el permiso que se les otorga para realizar sus actividades.

¹² Instituto Nacional de Estadística (INE). <https://www.ine.gob.bo/>

¹³ Ley N° 071 de Derechos de la Madre Tierra. http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/FAO-countries/Bolivia/docs/Ley_300.pdf

Análisis del macro entorno:

IMPACTO			
FACTORES	BAJA	MEDIA	ALTA
FACTOR POLÍTICO			X
FACTOR ECONÓMICO			X
FACTOR TECNOLÓGICO		X	
FACTOR SOCIO DEMOGRÁFICO			X
FACTOR AMBIENTAL			X

En cuanto al factor político se deben cumplir con todas las normas que son necesarias para la apertura de una nueva empresa, cumplir con las normas y requerimientos de SENASAG, Impuestos Nacionales, Gobierno Municipal etc.

En el factor Económico podemos destacar que los emprendimientos de características similares al nuestro tuvieron muy buenos resultados además que podemos destacar el apoyo que estas actividades permiten para el desarrollo y crecimiento del país convirtiéndose en fuentes de trabajo. Este emprendimiento pretende innovar en el mercado de la ciudad de Tarija y satisfacer las necesidades de los consumidores ofreciendo un producto diferente con características muy naturales y sanas. También se aportará en cuanto al apoyo de los agricultores que se dedican al cultivo y comercialización de la materia prima principal para este producto, como es la penca de sábila.

Respecto al factor tecnológico podemos destacar que en nuestro país se dieron grandes avances relacionados con el ensamblaje de equipos de computación, baterías de litio y otros, a pesar de estos avances que sirvieron de mucho para mejorar la economía de Bolivia. La maquinaria que se requiere para este emprendimiento es mínima y será adquirida directamente de una importadora, ya que ese tipo de maquinaria no se produce en territorio boliviano.

Con relación a las cifras de población según el censo realizado en 2012 se puede evidenciar que hubo un gran aumento poblacional que se relaciona directamente con el aumento de la demanda en cuanto a bienes y servicios.

En el factor ambiental la empresa debe tomar en cuenta las leyes del cuidado del medio ambiente, para de esta manera contribuir a la preservación del medio ambiente dando una imagen de ser una empresa amigable con el mismo y que colabora con su defensa y protección.

1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO

Para el análisis inmediato del nuevo emprendimiento se debe estudiar las fuerzas más cercanas a este, que puedan afectar la capacidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

1.2.1. Consumidores

El producto que se ofertará en el mercado puede ser consumido por todos en general pero las personas que más se dedican al cuidado de tener una buena alimentación son los jefes de familia, ya sean madre o padre que están pendiente de la salud de su familia, también jóvenes dedicados a la actividad física y deportes que valoren las características del producto, en general personas que cuiden su alimentación y se interesen por productos novedosos y de composición natural.

1.2.2. Competidores actuales

Se ha identificado competidores directos e indirectos, los cuales nos ayudan a determinar aspectos de relevancia; los principales competidores en el sector de producción de gomitas son:

- Mogul, de la marca Arcor.

- Trululu
- Colombina
- Ambrosoli
- Fini

Estas empresas elaboran gomitas de diferentes variedades y tamaños, en su totalidad son empresas internacionales que solamente distribuyen sus productos en territorio boliviano, empresas importadoras colocan los productos en los diferentes puntos de la ciudad; en Bolivia no existen empresas que elaboren y comercialicen gomitas.

1.2.3. Competidores potenciales

Como competidores potenciales podemos mencionar diferentes golosinas de similares características como ser los caramelos, estos dulces o golosinas son muy populares y prácticos por la necesidad básica de indulgencia que satisfacen.

- Los caramelos dulces, que además de modificar el sabor en la boca, satisfacen la necesidad de indulgencia.
- Los caramelos refrescantes, principal sustituto de las gomas, por satisfacer la necesidad básica de la categoría, que además de modificar el sabor de la boca, la sensación de frescura y seguridad que ofrece tener un buen aliento.

Otro producto que es un competidor, son los chocolates, principalmente por el poder de inversión no solo en comunicación sino también en relevancia en el punto de venta. Hoy en día, es una categoría que cada vez gana más relevancia para los consumidores.

Las gomas de mascar también son un fuerte competidor ya que es una golosina muy común en puntos de venta, a pesar de todos los productos existentes podemos decir que las gomitas son un producto diferenciado y que atrae en su mayoría a niños y niñas.

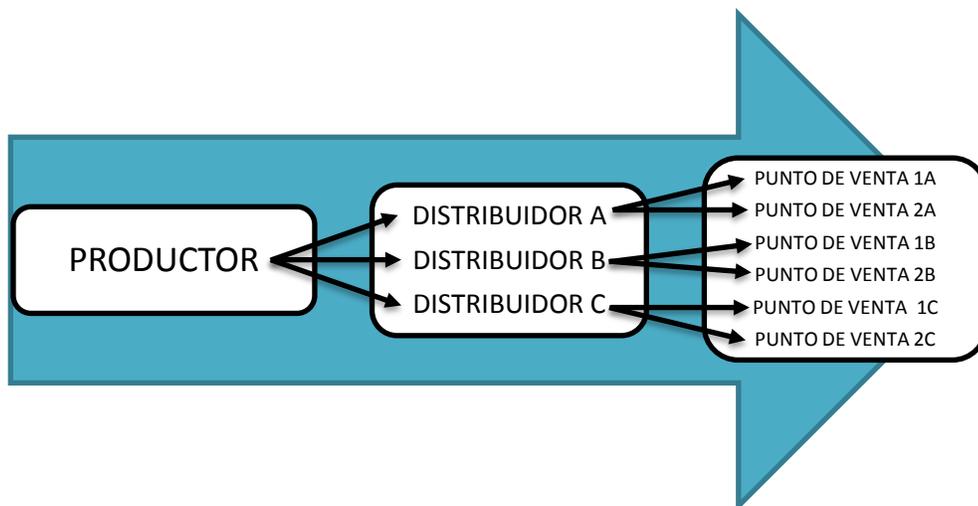
1.2.4. Intermediarios

Para distribuir las gomitas en los diferentes puntos de comercio de la ciudad de Tarija se analizó la siguiente posible cadena de distribución para el producto:

- Distribución directa.



- Distribución indirecta.



Siendo la distribución indirecta la elegida. Esta opción de distribución es la más utilizada por diversas empresas de manera que los productos puedan llegar y abastecer a los diferentes comercios de la ciudad.

Se debe establecer una cadena de distribución confiable para garantizar que nuestro producto se coloque de manera oportuna en los puntos de venta.

1.2.5. Productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que satisfacen las mismas necesidades que cubrirá nuestro producto, por lo que se pudo identificar los siguientes productos como sustitutos para las gomitas hechas a base de jugo de sábila.

- Caramelos, dulces y refrescantes.
- Chocolates, en todas sus presentaciones.

Estos productos son potenciales sustitutos de las gomitas ya que son de similares características y cubren la misma necesidad básica, además de que son comercializados en innumerables puntos de venta en nuestra ciudad.

1.2.6. Productos complementarios

Los productos complementarios que acompañan a las gomitas son muy reducidos, en algunos casos podrían ser otras golosinas pero en su mayoría se podría considerar complementario a líquidos, ya sea:

- Refrescos
- Agua
- Gaseosas

Que acompañan el consumo de golosinas en general por su complementación líquida.

1.2.7. Proveedores

Para iniciar la producción de las gomitas hechas a base de jugo de sábila en la ciudad de Tarija se requiere de materia prima, insumos, maquinaria, equipos y muchos otros elementos para lograr la comercialización del producto.

A continuación se detalla el material que la empresa requiere en cuanto a:

- Maquinaria.
- Material auxiliar.
- Equipamiento de oficina.
- Materia prima e insumos.

MAQUINARIA	Marmita	La marmita es un recipiente cilíndrico con agitación, calentamiento y sistema de volteo. Son utilizados para preparación de alimentos tales como: Salsas, ates, mermeladas, etc. Es importante que la fabricación de una marmita destinada a las aplicaciones alimenticias sea fabricada en Acero Inoxidable 304 ya que es un material aprobado por la FDA Son utilizadas para agitar y homogeneizar líquidos de distintas densidades. ¹⁴
	Balanza analítica	La balanza analítica es una clase de balanza utilizada principalmente para medir pequeñas masas. Este tipo de balanza es uno de los instrumentos de medida más usados en laboratorio y de la cual dependen básicamente todos los resultados analíticos. ¹⁵
	Termómetro	Instrumento que sirve para medir la temperatura de un sólido, un líquido o un equipo de trabajo (congelador, horno). La graduación aparece en grados Celsius, según una escala variable en función del uso previsto. Los termómetros convencionales utilizados en cocina constan de un tubo de cristal que contiene un líquido (mercurio) que se dilata según la temperatura. ¹⁶
	Refractómetro	Los refractómetros son instrumentos ópticos que sirve para determinar el porcentaje de sólidos solubles en una disolución líquida. Para ello, el refractómetro hace uso del principio de refracción total de la luz (originada por el tipo y la concentración de las sustancias disueltas en una disolución líquida por ejemplo El azúcar), el cual tiene lugar en la capa límite entre el prisma y la muestra ¹⁷
	Cronómetro	Un cronómetro es un reloj de precisión que se emplea para medir fracciones de tiempo muy pequeñas.
	Balanza gramera	Una balanza gramera es un tipo de balanza muy sensible, esto quiere decir que pesa cantidades muy pequeñas y también es utilizada para determinar o pesar la masa de objetos y gases. ¹⁸

	Pipetas	La pipeta es un instrumento volumétrico de laboratorio que permite medir la alícuota de un líquido con mucha precisión. Suelen ser de vidrio o plástico. Está formada por un tubo transparente que termina en una de sus puntas de forma cónica, y tiene una graduación (una serie de marcas grabadas) con la que se indican distintos volúmenes. ¹⁹
	Probetas	La probeta es un instrumento volumétrico que consiste en un cilindro graduado de vidrio borosilicatado que permite contener líquidos y sirve para medir volúmenes de forma exacta. Está formado por un tubo generalmente transparente de unos centímetros de diámetro y tiene una graduación desde 5 ml hasta el máximo de la probeta, indicando distintos volúmenes. ²⁰
	Moldes	Los moldes para gomitas varían según el tamaño que se requiera en su mayoría son de plástico y pueden tener formas específicas ya sea de fruta o animales
	Procesador	Es un electrodoméstico usado para realizar diversas tareas repetitivas en el proceso de preparación de la comida. Actualmente el término alude casi siempre a un aparato eléctrico, si bien hay algunos dispositivos mecánicos que realizan la misma función. Normalmente se necesita poco o ningún líquido en la operación del robot, a diferencia de las batidoras, que necesitan alguna cantidad de líquido para mover las partículas alrededor de sus cuchillas.
MATERIAL AUXILIAR	Bandejas	Para el colocado y reposo de los productos antes de ser envasados, de material aluminio o acero inoxidable y en diferentes tamaños
	Cuchillos	Para el cortado de las láminas de gomita que se puedan obtener.
	Cucharones	Para facilitar la manipulación de diferentes ingredientes que se utilicen en la elaboración de las gomitas
EQUIPAMIENTO DE OFICINA	Equipo de computación	Para facilitar el manejo de datos e información dentro de la empresa y poder contar con una base de datos
	Muebles y enseres	Mobiliario necesario para la puesta en marcha como ser escritorio, sillas, estantes, mesas etc.
	Material de escritorio	Todo lo complementario al trabajo de oficina que se pueda requerir.
MATERIA PRIMA	Hojas de sábila	La materia prima principal se obtendrá de diferentes productores de las zonas rurales del departamento de Tarija
	Gelatina sin	Para darle la consistencia necesaria a las gomitas a producir

	sabor	
	Agua	Insumo básico necesario
	Luz	Insumo básico necesario
	Gas	Insumo básico necesario
	Insumos	Edulcorantes, conservantes, colorantes.

¹⁴ <https://www.inoximexico.com/index.php/acero-inoxidable/.../31-que-es-una-marmita>

¹⁵ <https://www.tplaboratorioquimico.com/laboratorio...e...de.../balanza-analitica.html>

¹⁶ <https://www.tplaboratorioquimico.com/laboratorio-quimico/...e.../termometro.html>

¹⁷ <https://www.tplaboratorioquimico.com/laboratorio-quimico/.../refractometro.html>

¹⁸ balanzaelectronicaperu.com/gramera-digital.html

¹⁹ <https://www.tplaboratorioquimico.com/laboratorio-quimico/...e...de.../pipeta.html>

²⁰ <https://www.tplaboratorioquimico.com/laboratorio-quimico/...e.../probeta-4.html>

1.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO

El análisis en el ámbito mediato e inmediato resumió las siguientes conclusiones:

- En el factor político-legal es donde se detallan las reglas para la creación de una nueva empresa en donde todas las instituciones cumplen diferentes funciones a cabalidad para poder ejercer como empresa.
- En cuanto al factor ambiental podemos destacar que en Bolivia las empresas deben cumplir con las leyes medioambientales vigentes que rigen el ejercicio que se realiza en el territorio nacional precautelando el cuidado del medio ambiente. Por lo que nuestro emprendimiento debe preocuparse por elaborar productos que no generen residuos contaminantes que puedan perjudicar a los habitantes de la región.
- En el sector económico las cifras de estadísticas nacionales son alentadoras ya que en promedio son bastante positivas; en contraste a esto tenemos las cifras departamentales que se ven en negativos y que preocupan al saber que el sector empresarial en nuestra ciudad se encuentra en alerta por los constantes cierres de empresas; a pesar de este panorama, podemos destacar que las características del producto que realizaremos lo diferencia y puede ser muy llamativo para los consumidores.
- En el factor social-demográfico se puede notar que las personas son cada vez más cuidadosas con el consumo de alimentos de origen natural o catalogados como orgánicos o ecológicos que contribuyan mediante su consumo al cuidado de la salud personal, se aprecia un mayor interés por los nutrientes que cualquier verdura o fruta pueda aportar por lo que podemos augurar una buena aceptación de las gomitas hechas a base de jugo de sábila.
- Refiriéndonos al factor tecnológico podemos remarcar que al ser un emprendimiento de tipo artesanal no se requerirá maquinaria industrial y se podrá aprovechar en un mayor nivel el desempeño personal de cada empleado en sus funciones; en otros aspectos como las telecomunicaciones y las informaciones se

hace necesaria la utilización de las actuales tendencias como ser redes sociales, medios de comunicación visuales como videos, el manejo de la información en equipos actualizados y muy eficientes para la empresa.

En el entorno inmediato podemos resaltar las siguientes conclusiones:

- En cuanto a la competencia podemos observar que es muy agresiva, los productos dulces como caramelos y chocolates son muy comunes en nuestro medio y muy conocidos por los consumidores aunque estos productos no contienen más que azúcares y valores energéticos; por lo contrario el producto que se ofertará de este emprendimiento será con valores nutricionales que favorezcan la buena salud de los consumidores.
- En la ciudad de Tarija no hay empresas consolidadas que se dediquen a un rubro como el de la producción de gomitas, por lo que no contaremos con competidores directos a nivel departamental.
- Para el equipamiento necesario de la planta de producción se deberá adquirir la maquinaria y elementos necesarios ya sea de importadoras y de proveedores locales como nacionales.

2. NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DE NEGOCIO

La presente idea de negocio pretende la creación y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de gomitas hechas a base de jugo de sábila en la ciudad de Tarija, teniendo en cuenta las características que posee la sábila.

Las gomitas son confites que tienen en su fórmula algún agente colágeno que les otorga una textura elástica, esto les permite recuperar su forma rápidamente cuando se someten a presión con los dedos de la mano. Deben ser cristalinas, estables, es decir su humedad debe estar en equilibrio con el entorno, naturalmente ello depende del medio en el que se conserven. Son productos de confitería compuestos por una pasta elaborada con azúcar, aromatizada, coloreada mediante un generoso uso de aditivos y que se presenta con formas y tamaños variados. Su nutriente mayoritario son los hidratos de carbono sencillos: glucosa, sacarosa y fructosa, que brindan una fuente de energía de rápida asimilación.²¹

El proceso que se utiliza para la elaboración de gomitas no es de gran complejidad, tomando en cuenta que si estuviese a nuestro alcance maquinaria sofisticada la elaboración de las gomitas sería de fácil producción industrial. Pero el proceso que se utiliza para la elaboración de gomitas se detallará oportunamente, tomando en cuenta medidas de higiene, y buenas prácticas de manufactura puesto que es un producto de consumo humano y el emprendimiento que se realizara será de tipo artesanal.

2.1.1. Sábila (Aloe vera)

En WIKIPEDIA, (2017). La sábila (aloe o zabila) es originaria de África y de sur de Arabia, crece en climas tropicales y sub-tropicales. Ha sido utilizada desde hace siglos

por los griegos, los romanos, los egipcios, los hindúes y los chinos. Muchas culturas la han usado para curar problemas comunes en la piel.

Es una planta generosa, pues además de tener la capacidad de crecer en condiciones inhospitalarias, sus múltiples propiedades curativas han sido acreditadas en la ayuda del sistema digestivo y las úlceras. Forma parte de la extensa familia de las liliáceas (la misma a la que pertenece la cebolla y el ajo), que agrupa a unas 250 especies diferentes que crecen en regiones secas. Pero solo cuatro son estimados por su valor nutricional para los humanos, y de ellas, la *Aloe* es la más aprovechada por la industria alimentaria. Además es una planta muy atractiva para decorar.

Recientemente se está haciendo uso del jugo para la preparación de bebidas refrescantes y saludables dado su contenido de proteínas, aminoácidos, minerales, enzimas y otros complementos que dan cualidades aperitivas, nutritivas, tónicas y reconstituyentes.

2.1.2. Clasificación Botánica²¹

- Reino: Planta
- División: Magnoliophyta
- Clase: Liliopsida
- Subclase: Lillidae
- Orden: Liliales
- Familia: Liliacea
- Género: Aloe
- Especie: Vera
- Nombre científico: Aloe vera L.
- Nombre vulgar: Sábila

²¹Fuente: HERBOTECNIA. COM, (2002), Guatemala.

2.1.3. Composición de la hoja de sábila

Según WIKIPEDIA, (2017). La planta consiste básicamente en un grupo variable de hojas que parten de un tronco que hace las veces de raíz central y del que sale esporádicamente dos o tres veces al año un largo tallo con varias ramas del que cuelgan sus flores amarillas. De la raíz central se ramifican otras pequeñas pero firmes que no profundizan mucho en el suelo para aprovechar toda el agua que en este se deposite.

La estructura de la hoja es un núcleo gelatinoso y transparente (pulpa) envuelto por una fina capa líquida de color amarillo (acíbar) protegido todo ello por la fina pero resistente corteza interna.

2.1.4. Composición química de la sábila²²

La especie del género aloe contiene una mezcla de glucósidos llamados Aloína colectivamente, la cual es el principio activo de la planta. El contenido de aloína en la planta puede variar según la especie la región y la época de recolección.

El principal constituyente de la aloína es la barbaloina, un glucósido amarillo pálido soluble en agua. Otros constituyentes son la emodina isobarbaloina, betabarbaloina y resinas. El olor es debido a trazas de un aceite esencial.

- Dos resinas amarillo brillantes, muy activas, posiblemente idénticas solubles en bicarbonato:30%
- Aloína, ligeramente activa: 15%
- Emodina, ligeramente activa: 1.5% a 1.8%
- Sustancias hidrosolubles inactivas: 15.2%
- Sustancias amorfas: 5.1%

La cantidad y variedad de componentes encontrados en el *Aloe vera* no han sido halladas en las especies vegetales estudiadas más complejas y todavía hoy se continúan los estudios sobre su composición molecular arrojando nuevos resultados. Este hecho conduce a la conclusión de que en la sinergia de todos los componentes de la planta la que produce unos efectos inigualados por ningún otro producto conocido, haciendo la naturaleza el mejor 100% natural y vegetal.

2.1.4.1. Componentes de la Sábila²³

- Vitaminas: Betacaroteno, Vitamina B1, Vitamina B2, Ácido fólico, Vitamina C, Vitamina B3, Vitamina B6, Vitamina E y Colina.
- Minerales: Calcio, Magnesio, Sodio, Cobre, Manganeso, Potasio, Cinc, Cromo y Cloro.
- Aminoácidos: Lisina, Treonina, Valina, Metionina, Leucina, Isoleucina, Fenilalanina, Triftofano, Histidina, Arginina, Hidroxiprolina, Ácido aspártico, Serina, Acido glutámico, Prolina, Glicerina, Alanina, Cistina y
- Tirosina.
- Antraquinonas: Aloina, Isobarbaloina, Barbaloina, Ácido cinámico, Emodina de *Aloe*, Estero de ácido cinámico, Antracena, Antranol, Ácido aloético, Aceites etéreos, Resistanoles, y Ácido crisofanico.
- Mono y Polisacáridos: Celulosa, Glucosa, Manosa, Galactosa, Aldonentosa, L-ranosa, Acido uronico, Xilosa, Ácido glucurónico, y Arabinosa.
- Enzimas: Oxidasa, Amilasa, Catalasa, Lipasa y Alinasa.

²² INSTITUTO NACIONAL DE ECOLOGÍA MÉXICO, (2005).

²³Fuente: WIKIPEDIA, Enciclopedia Libre, (2018).

2.1.4.2. Compuestos químicos de la sábila y su función

- Aleomitina: Previene y controla la propagación de ciertas formas cancerígenas.
- Aleomodina: Regula el funcionamiento de la mucosa intestinal.
- Aleoleina: Mejora úlceras duodenales y estomacales. Disminuye la acidez.
- Aleotina: Neutraliza el efecto de las toxinas microbianas.
- Aminoácidos: Interviene en la formación de proteínas.
- Carrisina: Refuerza el sistema inmune y aumenta las defensas.
- Creatinina: Resulta fundamental en las reacciones de almacenaje y transmisión de energía.
- Emolina, Emodina, Barbaloina: Generan ácido salicílico de efecto analgésico y antifebril.
- Fosfato de Manosa: Actúa como agente de crecimiento de los tejidos con efecto cicatrizante.
- Minerales: Calcio, Magnesio, Fósforo, Potasio, Zinc, Cobre.
- Mucilago: Actividad emoliente sobre la piel.
- Saponinas: Anticéptico.²³

2.1.4.3. Propiedades de la sábila

- Inhibidora del dolor
- Antiinflamatorio
- Coagulante
- Queratolítico
- Antibiótico
- Regenerador celular
- Energético y nutritivo
- Digestivo
- Desintoxicante

- Rehidratante y cicatrizante.²²

2.1.5 Gelatina sin Sabor

La gelatina es un agente que sirve para aumentar la viscosidad, es un agente para hacer cuajar los alimentos como postres de gelatinas, por ello y más la gelatina es el agente gelante más efectivo en el uso dentro de la confitería. Muchas proteínas se desnaturalizan con el calor pero la gelatina al igual que la caseína que también tiene un alto contenido de prolina no se desnaturaliza.

Es una sustancia de origen animal formada por proteínas y usada en alimentación. Se extrae de pieles, huesos y otros tejidos animales mediante tratamiento con álcalis o con ácidos. Es muy fácil de digerir y aunque sea 100 % proteína su valor nutritivo es incompleto al ser deficiente en ciertos aminoácidos esenciales. En el comercio se puede encontrar preparada junto con azúcar, colorantes y potenciadores de sabor.

La gelatina sin sabor es una proteína de color amarillento, por lo tanto libre de carbohidratos o azúcares, grasa y colesterol. La gelatina se obtiene del colágeno natural de tejido conectivo animal, específicamente del cuero vacuno, y se elabora a través de una estricta selección de materias primas y de la más alta y moderna tecnología, como también de un control de calidad que asegura una materia prima natural y nutritiva, con miles de posibilidades de elaboración de comidas, postres, confitería y repostería. La gelatina es una proteína pura que contiene un 84-90% de proteína y 1-2% de sales minerales.

La gelatina seca al ponerla en contacto con un líquido lo absorbe y se hincha. Al calentar el líquido se forma un sistema coloidal fluido con el líquido como dispersante. A medida que se enfría el sistema, la viscosidad del fluido aumenta y acaba solidificando formando un gel (sistema coloidal de aspecto sólido).²³

Como actividad principal la empresa tendrá la producción de gomitas hechas a base de jugo de Sábila teniendo como materia prima principal la sábila, que como podemos apreciar tiene innumerables valores nutricionales beneficiosos para la salud.

Como mercado objetivo para la presente idea de negocio están los jefes de familia ya sean madres o padres y los jóvenes que se dediquen al cuidado de su cuerpo y a una relativa actividad física.

2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa productora de gomitas hechas a base de jugo de sábila tiene vastas oportunidades comerciales por su contenido nutricional. Las expectativas de los consumidores potenciales por encontrar alimentos con alto valor nutritivo y vitamínico nos podrá diferenciar del resto de los productos como las golosinas.

2.2.1. Nombre de la empresa

“SABILITAS” S.R.L.

El nombre se debe a un diminutivo en plural de la materia prima a ser utilizada para la elaboración de las gomitas.

2.2.2. Tipo de empresa

La empresa se clasificará dentro del sector artesanal alimenticio esto por la transformación que se le dará a la materia prima que sería la sábila, para convertirla en un alimento.

2.2.3. Ubicación y tamaño

La ubicación de la empresa se situara en el barrio Villa Abaroa en la Avenida 4 de Julio entre Avenida Mejillones y calle Pando.



En cuanto al tamaño de la empresa considerando que las empresas son denominadas pequeñas al contar con un número de trabajadores entre 6-20 personas, por lo tanto nuestro emprendimiento se clasifica como pequeño.

2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL

2.3.1. Visión, misión y valores de la empresa.

Misión

Ser una empresa dedicada a la producción y comercialización de un producto nutritivo para el consumo, satisfaciendo las necesidades de sus clientes por encima de sus expectativas, brindándoles productos de calidad y con excelencia en el servicio que estará integrado por personal capacitado y con un espíritu emprendedor para brindar una excelente atención colaborando con el crecimiento sostenido de la empresa y el desarrollo profesional de sus trabajadores.

Visión

Ser una empresa líder a nivel local en la producción y comercialización de gomitas hechas a base de jugo de sábila, posicionándonos en el mercado con una gestión social y ambientalmente responsable.

Valores

- Responsabilidad: en las actividades dentro y fuera de la empresa en cuanto a cumplimiento de tiempos establecidos tanto en los procesos como en la entrega de nuestro producto
- Compromiso: entre todo el personal para lograr un trabajo en equipo que desarrolle un ambiente organizacional muy agradable y motivador a un mejor desempeño.
- Respeto: en cuanto a sugerencias, opiniones, y apreciaciones por parte de los trabajadores de la empresa como así también por parte de los clientes.
- Higiene: esencialmente en nuestros procesos de producción, esta es la clave para la prevención de cualquier tipo de patología que pueda afectar al cliente mediante el consumo de nuestro producto. Se procurará el trabajo en un ambiente limpio para garantizar la integridad de nuestras gomitas.
- Honestidad: un valor primordial entre los responsables de los procesos a realizarse dentro de la empresa, ya sea encargados de área, de registros y otros papeleos con lo que se desea colaborar en la obtención de un ambiente laboral agradable y adecuado para el trabajo.
- Éxito: buscamos lograr el éxito en nuestras actividades pero de manera idónea (eficaz y eficiente) crecer como empresa y como profesionales en el rubro de la confitería.

2.3.2. Objetivos estratégicos de la empresa

ÁREA	OBJETIVO ESTRATÉGICO
Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none">➤ Obtener rentabilidad para la empresa➤ Incrementar los niveles de ventas en cada periodo
Proveedores	<ul style="list-style-type: none">➤ Lograr alianzas con los agricultores que se dedican al cultivo de la sábila.
Clientes	<ul style="list-style-type: none">➤ Detectar nuevos mercados➤ Lograr la satisfacción del cliente con un producto saludable
Calidad	<ul style="list-style-type: none">➤ Iniciar proceso de certificación a partir del primer año de operación➤ Obtener certificación de calidad al término del 2º año de ejercicio de la empresa.

2.3.3. Ventajas Competitivas

Las ventajas competitivas con las que cuenta el presente producto son las siguientes:

- Al ingresar al mercado de la ciudad de Tarija, las gomitas hechas a base de jugo de sábila se destacarían por ser un producto que aprovecha y ofrece a los consumidores todas las cualidades de la planta de sábila ya que en nuestra ciudad no se cuenta con un producto similar.
- La materia prima principal como es la planta de sábila es muy accesible, es una planta que se puede encontrar en los diferentes mercados de la ciudad pero nosotros lo adquiriremos directamente de los productores en grandes cantidades, además que esta planta tiene un costo medianamente bajo. La mayoría de la producción de sábila se la encuentra en las zonas altas de nuestro departamento como ser en la provincia Méndez en las localidades de Trancas, Tomatas Grande, Calama, Santa Bárbara y otras. Aunque también se la cultiva en menores

proporciones en zonas como San Andrés, Turumayo y algunas localidades vecinas a estos. La producción de sábila en nuestro departamento es en su mayoría informal o improvisada, es decir se la produce en pequeñas cantidades sin dedicar un cultivo especializado a la planta.

- El producto tendrá un gran atractivo para los consumidores ya que se diferencia de sus similares con la gran ventaja de aportar nutrientes y ser muy bueno para la salud, también tendrá un sabor muy agradable al gusto de los compradores.

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1.PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Con el uso de la investigación de mercados se podrá orientar nuestro proyecto obteniendo información relevante, precisa, exacta y confiable, sabiendo que la opinión de los clientes es muy importante para conocer el posible rechazo o aceptación del nuevo producto.

3.1.1. Problema gerencial

¿Se debe implementar este emprendimiento de una empresa dedicada a la producción y comercialización de gomitas hechas a base de jugo de sábila?

3.1.2. Problema de investigación de mercado

Determinar las características más sobresalientes que los consumidores consideran importante en el momento de adquirir el nuevo producto gomitas hechas a base de jugo de sábila.

3.1.3. Preguntas de investigación

¿Con que frecuencia se consumen golosinas similares a nuestro producto?

¿Qué cantidades de golosinas similares a nuestro producto se consumen en la ciudad de Tarija?

¿Qué marca de golosinas similares a nuestro producto prefieren los consumidores?

¿La población de Tarija estará de acuerdo con la introducción de un nuevo producto como son las gomitas hechas a base de jugo de sábila?

¿Qué medios publicitarios serán más atractivos para lograr captar la atención de los consumidores?

3.1.4. Planteamiento de la hipótesis

H.: Los principales factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores es que los productos sean de calidad, que contengan valores nutricionales que beneficien a la salud y que tengan un precio accesible.

3.1.5. Objetivos de la investigación de mercados

Objetivo general.

Determinar qué factores influyen en el mercado meta al momento de comprar el producto que ofrece nuestra empresa

Objetivos específicos

- Identificar las características que los consumidores consideran más importantes en el momento de comprar un producto alimentario.
- Determinar si el producto que la empresa ofertará tendrá aceptación en el mercado.
- Entender la posible demanda que el producto: gomitas hechas a base de jugo de sábila tendrá.
- Precisar la forma de difundir información hacia los consumidores sobre el producto y sus características.
- Establecer el precio adecuado para el producto a ofertar en el mercado.

3.1.6 Métodos y técnicas de investigación

El presente trabajo aprovechará el siguiente tipo de investigación:

Investigación exploratoria: Permite realizar un diagnóstico general de los factores que forman parte del contexto y son más influyentes al momento de adquirir un producto.

Investigación descriptiva: El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Necesitamos conocer a detalle los factores más importantes de las exigencias del mercado meta, con la técnica de la encuesta que será aplicada de manera personal aleatoriamente, contendrá tanto preguntas abiertas como cerradas, esto con la finalidad de contar con información más precisa proporcionada directamente por los clientes potenciales.

Técnica de recolección de datos que se utilizará

Encuesta: Método de recopilación de información que consiste en un cuestionario estructurado que se aplica a una muestra de la población, que está diseñada para obtener información específica, para observar la percepción que tiene el cliente sobre el producto como ser gustos, preferencias, etc. De esta manera podremos notar la aceptación que tendría el nuevo producto en el mercado.

Entrevista: Es una conversación directa con un posible consumidor en la cual el investigador formula varias preguntas abiertas o cerradas al entrevistado para obtener información amplia sobre las preferencias que pueda tener sobre productos similares al que produciremos, es un método del cual podemos obtener conclusiones habiendo analizado la información obtenida.

Observación directa: Nos permite saber el comportamiento que tiene el consumidor sin verse afectado por alguna influencia o presión, la información obtenida es puntual y concreta.

Para poder determinar la muestra a la que se aplicará la encuesta se utilizará el método de muestreo aleatorio simple (M.A.S.). Para la realización de este método debemos conocer datos estadísticos como la población de la ciudad de Tarija.

3.2.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Con la recopilación de información se obtendrán resultados de los datos que contengan las encuestas, confiando en que son una fuente precisa y que nos será proporcionada de manera directa por los encuestados. De esta manera se conocerán los atributos y características que son necesarios para un consumidor en un producto como en este caso, las gomitas hechas a base de jugo de sábila. Las encuestas se aplicarán en el área urbana de la ciudad de Tarija a personas de varias edades ya que el punto de vista los consumidores en general es muy importante.

3.2.1. Recopilación de la información

Para ejecutar las encuestas se obtuvo información de los habitantes de la ciudad de Tarija en la página web de I.N.E. de donde se pudo obtener el número de población en el área urbana de la ciudad, más específicamente en un radio de 10 cuadras de la plaza principal.

La encuesta se la aplicará en la zona central de la ciudad de Tarija, ya que en esa zona transitan personas como madres y padres de familia, niños, jóvenes y adolescentes en sus rutinas diarias al asistir a sus fuentes laborales, centros de estudio y esparcimiento, ya que son nuestros clientes objetivos.

3.2.1.1.Determinación de la población y el tamaño de la muestra.

En la definición de la población se tomaron en cuenta las siguientes características:

Para obtener la probabilidad de éxito y fracaso se realizó una encuesta piloto al mercado meta, la misma que fue aplicada a 20 personas del mercado meta y que constaba de una sola pregunta:

¿Usted estaría dispuesto a comprar gomitas hechas a base de jugo de sábila?

Elementos: La población a la que se adaptará este proyecto son las personas con capacidad de compra, es decir, principalmente padres y madres de familia que en general adquirirán el producto para sus hijos, niños y niñas en edad escolar ya que los colegios son de los principales lugares en los que se pretende colocar el producto y es donde los niños y niñas, a pesar de su corta edad, ya se enfrentan a decisiones de compra. Así también a jóvenes de todas las edades, para quienes el aspecto salud sea de relevancia ya sean deportistas o simplemente cuiden su alimentación como hábito cotidiano.

Extensión Geográfica: La investigación se llevará a cabo el departamento de Tarija, provincia Cercado, Municipio de Tarija, más específicamente en la zona central (diez cuadras a la redonda de la plaza principal).

Tiempo: Para la aplicación de las encuestas se dispondrá de dos días hábiles, ya que necesitamos encontrar a nuestros encuestados en sus labores rutinarias laborales y estudiantiles, un día se ocupará en la recopilación de la información y el otro se ocupará para la tabulación de los datos que se obtengan.

Selección de la técnica de muestra: Se eligió la técnica de muestreo aleatorio simple (M.A.S.) para poder determinar el tamaño de la muestra.

Datos:

N	Población total
P	Probabilidad de éxito
Q	Probabilidad de fracaso
Z	Valor de la normal dado un nivel de confianza del 94%
e	Margen de error permitido

Fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fórmula para obtener el tamaño de la muestra de la técnica del Muestreo Aleatorio Simple.

Datos:

N = 56930 habitantes.

P = 90%

Q = 10%

Z E/2 = 94% = 1.75

e = 6%

Se toma un error de 6 %, considerando el contratiempo que podríamos enfrentar en el llenado de la encuesta.

Reemplazando en fórmula:

$$N = \frac{(1,75)^2 \times 56930 \times 0.90 \times 0.10}{(0.06)^2(56930 - 1) + (1.75)^2 \times 0.90 \times 0.10}$$

$$N_0 = 76,4684$$

Nº de encuestas definitivas

$$n = \frac{76,4684}{1 + \frac{76,4684}{56930}}$$

$$n = 76,37 = 76 \text{ encuestas a realizar}$$

3.2.1.2. Las encuestas

Para realizar las encuestas se formularán preguntas que están de acuerdo a la investigación; las encuestas están formadas por un total de 20 preguntas cerradas, esto con el propósito de obtener información confiable y precisa.

3.2.1.3. Observación

Para la realización de la observación se seleccionó un grupo de estudiantes entre las edades de 11 a 12 años, todos ellos pertenecientes al curso 6º B de la Unidad Educativa Ángel Calabi Pazzolini de la comunidad de Tomatitas, aunque esta comunidad no se encuentra contemplada en la zona hacia la cual está dirigida el producto, de igual manera se realizó la observación por ser niños y niñas de las edades que requerimos para la investigación.

Cabe aclarar que las unidades educativas y colegios de la zona hacia la que está dirigido el producto requieren de numerosos procedimientos para la autorización de la aplicación

de este tipo de dinámicas en las aulas, por lo que se consideró una unidad educativa fuera de la zona urbana de la ciudad de Tarija, en la cual se pudo obtener una pronta aceptación por parte del director de la unidad educativa y de la maestra de grado para realizar esta actividad con los estudiantes.

Fueron un total de 18 estudiantes quienes participaron de la observación, 8 hombres y 10 mujeres.

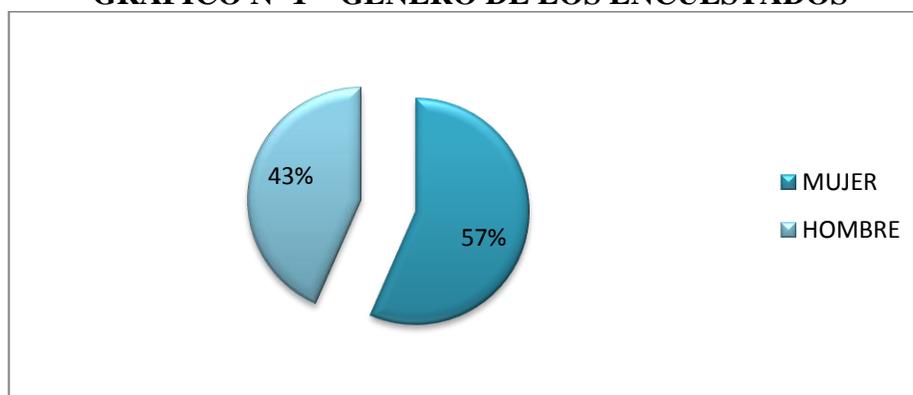
3.3.PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Con los resultados que se obtengan de las encuestas de investigación será posible conocer datos importantes relacionados a gustos y preferencias de los consumidores.

En los siguientes gráficos se detallan los resultados más sobresalientes, logrados por las encuestas efectuadas a una muestra de la población. Para el procedimiento y tabulación de datos se utilizó el programa SPSS.

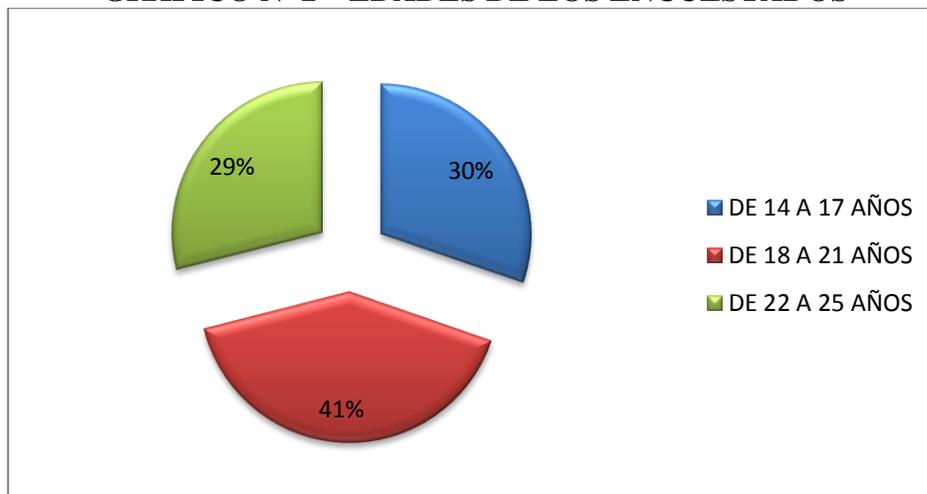
GRÁFICO N° 1 – GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

En la encuesta realizada se observa que un 43.42% de los encuestados son hombres y un 56.58% de los encuestados son mujeres, la mayoría de ellos consumidores potenciales de nuestro producto.

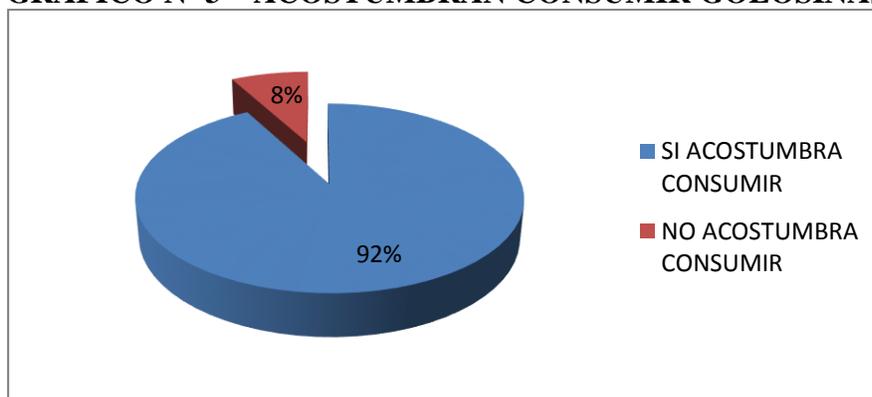
GRÁFICO N° 2 – EDADES DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

En la encuesta realizada podemos apreciar que los encuestados entre las edades de 14 a 17 años son un 30%, de 18 a 21 años son un 41% y de 22 a 25 años son 29%. Se toma en cuenta el rango de 14 a 25 años por ser consumidores potenciales para nuestro producto ya que en esas edades se consume con más frecuencia todo tipo de golosinas.

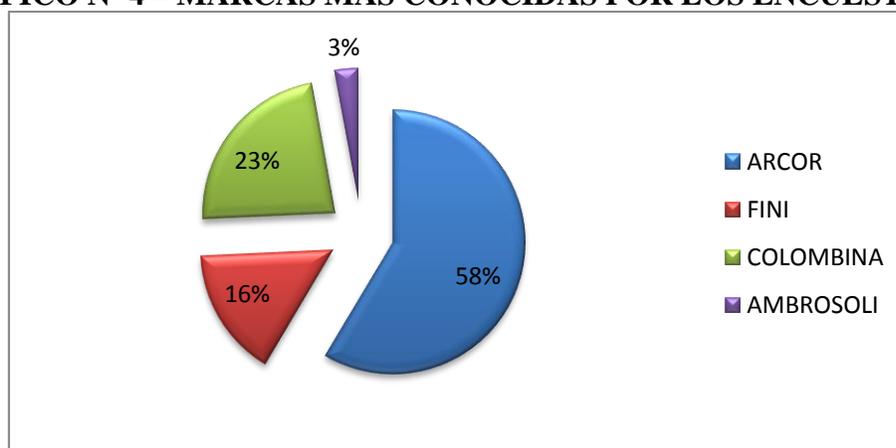
GRÁFICO N° 3 – ACOSTUMBRAN CONSUMIR GOLOSINAS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Con el resultado de las encuestas aplicadas se determinó que un 92.11% de los encuestados consumen golosinas y un 7.89% de los encuestados no consumen golosinas.

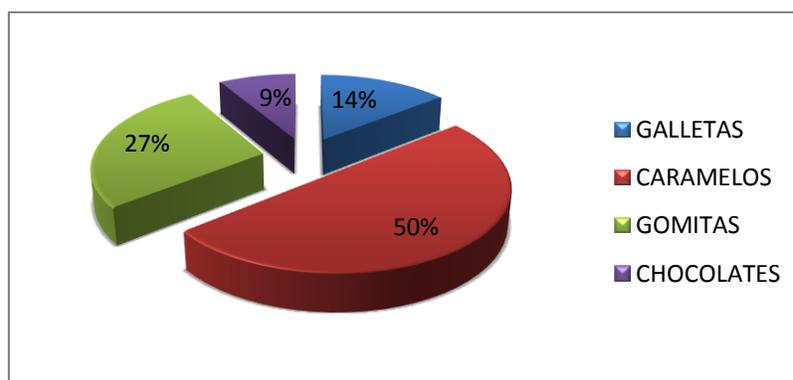
GRÁFICO N° 4 – MARCAS MÁS CONOCIDAS POR LOS ENCUESTADOS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

En el gráfico n° 4 podemos observar que la marca más conocida por los consumidores es ARCOR mencionada por 58% de los encuestados, la segunda marca más conocida es COLOMBINA mencionada por 23% de los encuestados, la tercer marca más conocida es FINI mencionada por 16% de los encuestados y por último la marca AMBROSOLI mencionada por 3% de los encuestados.

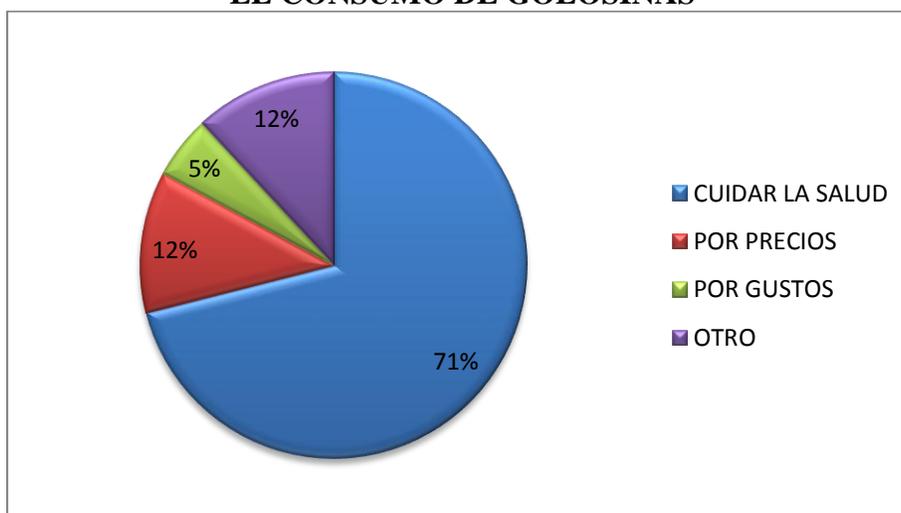
GRÁFICO N° 5 – VARIEDADES DE GOLOSINAS MÁS CONOCIDAS POR LOS ENCUESTADOS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

En este gráfico podemos observar qué tipo de golosinas son las más conocidas por los encuestados; en primer lugar están los caramelos mencionados por 50% de los encuestados, en segundo lugar están las gomitas mencionadas por 27% de los encuestados, en tercer lugar están las galletas mencionadas por 14% de los encuestados y en último lugar están los chocolates mencionados por 9% de los encuestados.

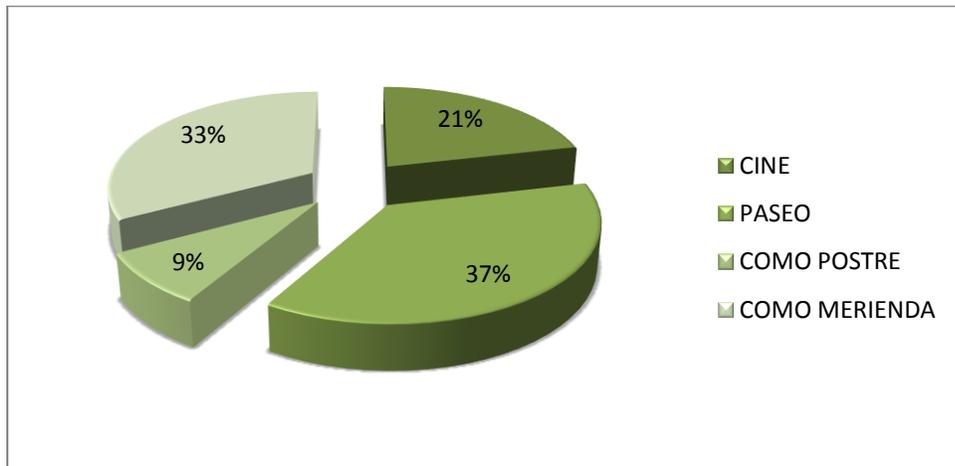
GRÁFICO N°6 – RAZÓN POR LA CUAL LOS ENCUESTADOS EVITARÍAN EL CONSUMO DE GOLOSINAS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

En el gráfico n° 6 podemos observar las razones por las cuales los encuestados no consumirían golosinas; en primer lugar con un 71% de incidencia tenemos la opción de cuidado de la salud, en segundo lugar con un 11.84% de incidencia tenemos la razón de los precios, en tercer lugar tenemos la opción Otro con un 11.84% , y por último tenemos la razón por diferencia de gustos un 5.20% de incidencia por parte de los encuestados.

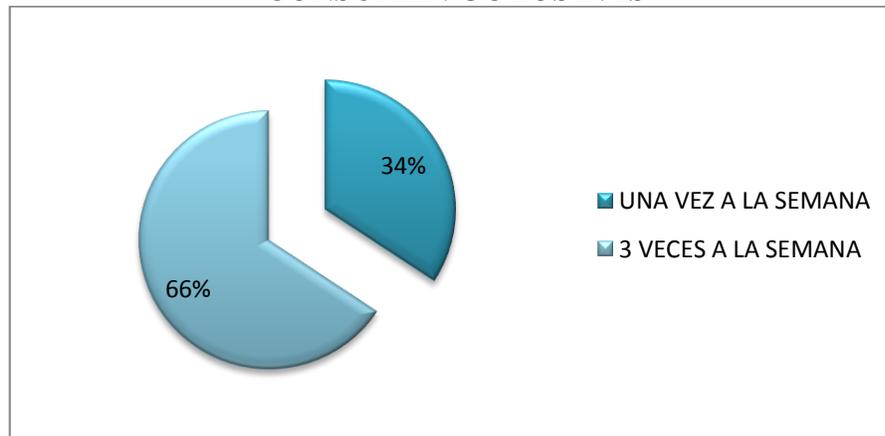
GRÁFICO N° 7 – OCASIONES EN LAS QUE CONSUMEN GOLOSINAS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

En el gráfico n° 7 podemos observar las ocasiones en las que los encuestados consumen golosinas; en primer lugar podemos mencionar que 37% de los encuestados consume golosinas durante paseos, 33% de los encuestados afirma que consume golosinas como una merienda, 21% de los encuestados consume golosinas cuando asiste al cine y 9% de los encuestados consume golosinas como postre.

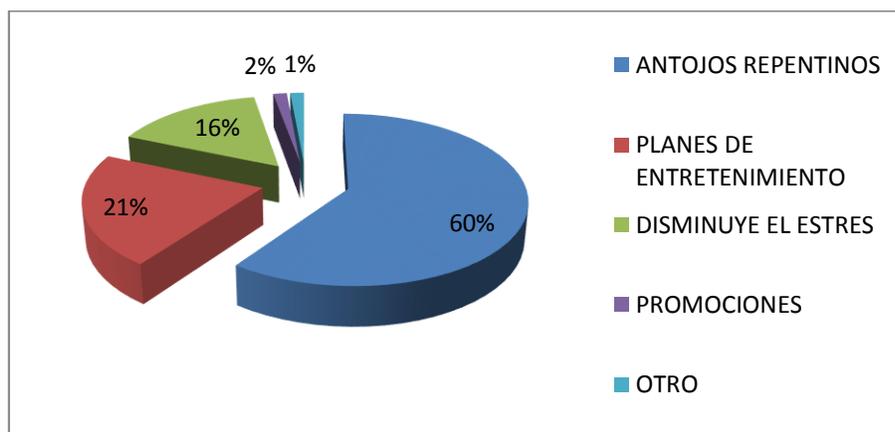
GRÁFICO N° 8 – FRECUENCIA CON LA QUE LOS ENCUESTADOS CONSUMEN GOLOSINAS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Según los datos obtenidos de las encuestas se puede observar que los encuestados en su mayoría consumen golosinas alrededor de 3 veces por semana siendo un 66% los encuestados que confirma este dato, el restante 34% afirma que consume golosinas alrededor de 1 vez a la semana, por lo que podemos concluir que la mayoría de las personas consume golosinas 3 veces o más por semana.

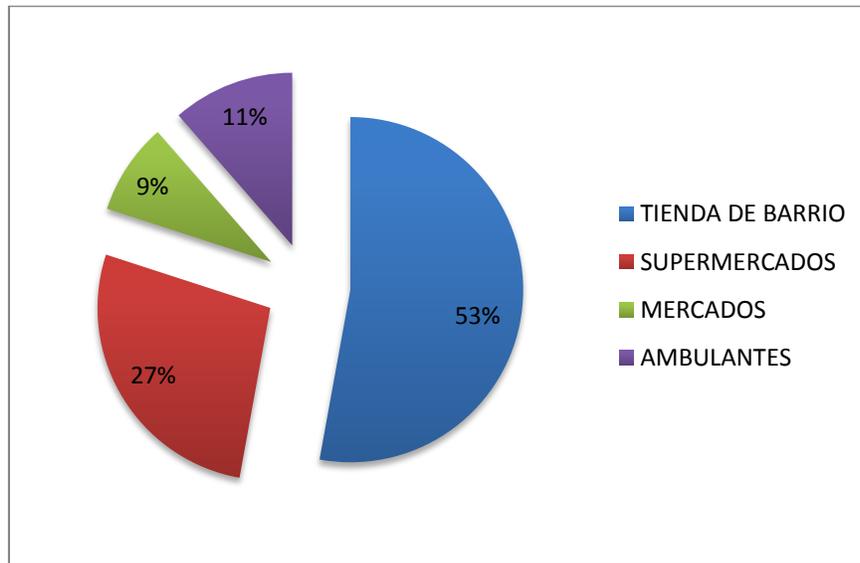
GRÁFICO N° 9 – RAZÓN POR LA QUE LOS ENCUESTADOS COMPRAN GOLOSINAS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Según datos reflejados en el gráfico n° 9 podemos observar que un 60% de los encuestados compra golosinas por antojos repentinos, un 21% de los encuestados compra golosinas para planes de entretenimiento, un 16% de los encuestados afirma que compra y consume golosinas porque ayudan a disminuir el estrés, un 2% de los encuestados afirma que compra golosinas por promociones y un 1% de los encuestados compra golosinas por otras razones; de lo que podemos concluir que la mayoría de los encuestados consume golosinas por antojos repentinos.

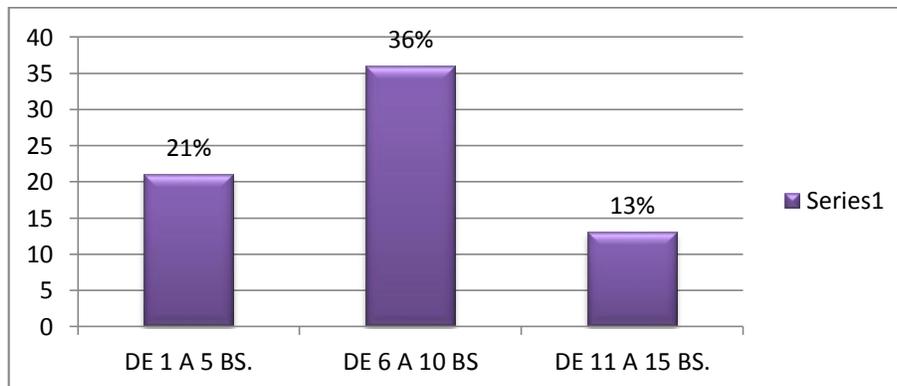
GRÁFICO N° 10 – LUGAR DONDE COMPRA GOLOSINAS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

El 53% de los encuestados realiza sus compras de golosinas en tiendas de barrio, el 27% de los encuestados realiza sus compras de golosinas en supermercados, un 11% de los encuestados realiza sus compras de golosinas de vendedores ambulantes y el restante 9% de los encuestados compra golosinas de mercados.

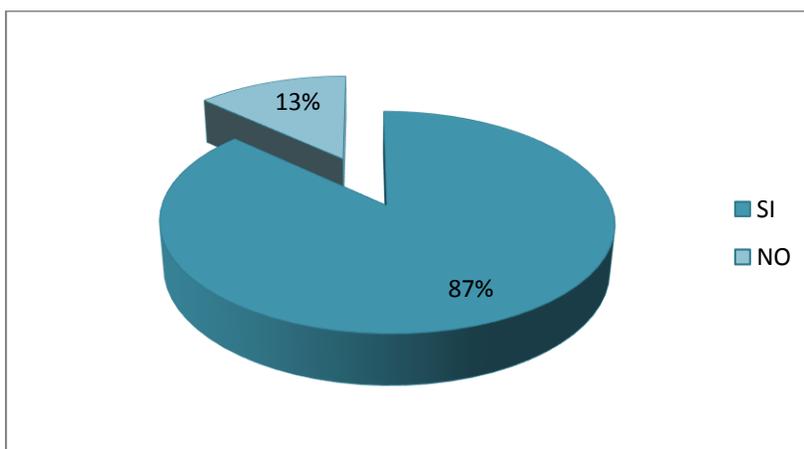
GRÁFICO N° 11 – CUANTO SUELE PAGAR POR UNA GOLOSINA



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Según datos del gráfico n° 11 nos refleja los montos que los consumidores suelen pagar por una golosina habitualmente, un 36% de los encuestados paga de 6 a 10 bs. por una golosina, un 21% de los encuestados paga de 1 a 5 bs por una golosina, un 13% de los encuestados paga de 11 a 15 bs. por una golosina; por lo que se observa que los productos con precios de 6 a 10 bs son los más preferidos por los consumidores.

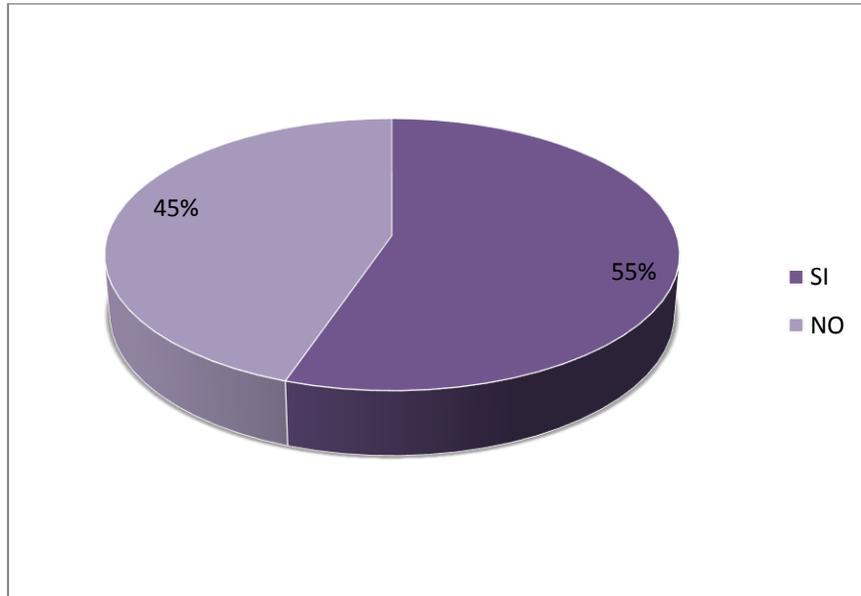
GRÁFICO N° 12 – DEDICA UN CUIDADO ESPECIAL AL CONSUMO DE ALIMENTOS SALUDABLES



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Según datos del gráfico n° 12 podemos observar que un 87% de los encuestados dedica un cuidado especial al consumo de alimentos saludables y un 13% de los encuestados no dedica un cuidado especial en el consumo de alimentos saludables.

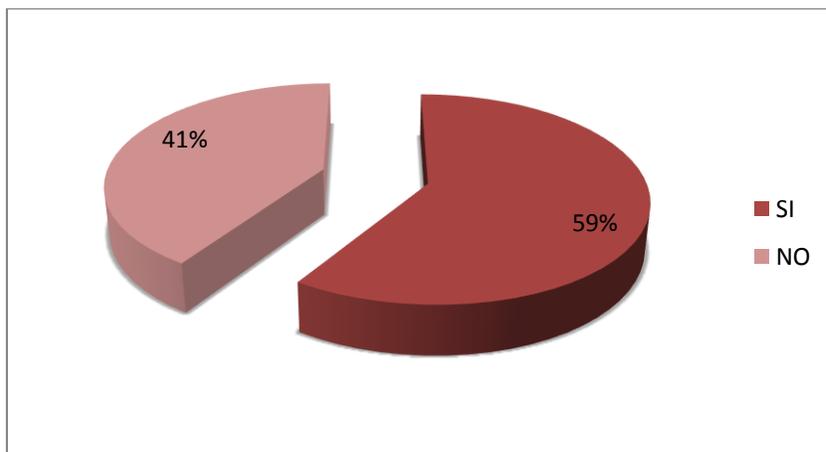
GRÁFICO N° 13 – CONOCEN LOS ENCUESTADOS LAS CUALIDADES DE LA PLANTA DE SÁBILA



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

En el gráfico n° 13 podemos apreciar los porcentajes de los encuestados que conocen o no conocen las cualidades de la planta de sábila siendo un 55% de los encuestados quien conoce las cualidades de la sábila y un 45% de los encuestados quien no conoce las cualidades de la planta de sábila. Observando estos resultados podemos concluir que es necesario informar a los consumidores acerca de las características de la planta de sábila y de sus beneficios para la salud.

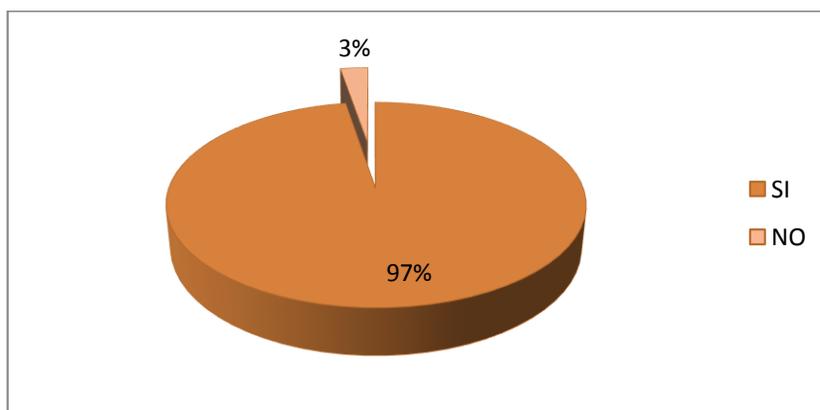
GRÁFICO N° 14 – CONOCEN LOS ENCUESTADOS ALGUNA GOLOSINA SALUDABLE



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Un 59% de los encuestados asegura conocer alguna golosina con características saludables que en su mayoría son golosinas de miel de abeja, y un 41% de los encuestados afirma no conocer alguna golosina con características saludables. Esto podría ser una ventaja para nuestro producto ya que su característica nutritiva y saludable podría ganar la preferencia de los consumidores.

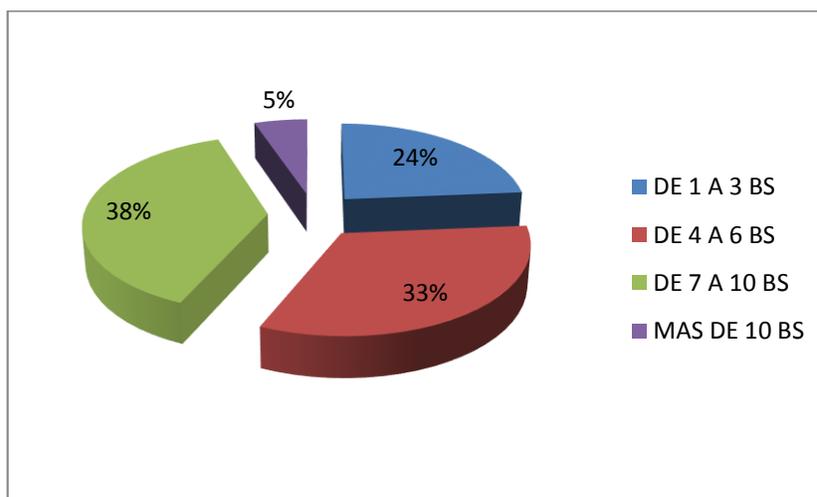
GRÁFICO N° 15 – CONSUMIRÍAN LOS ENCUESTADOS UNA GOLOSINA HECHA A BASE DE JUGO DE SÁBILA



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Con los datos reflejados en el gráfico n° 15 podemos señalar que un 97% de los encuestados si consumiría una golosina hecha a base de jugo de sábila, y el restante 3% no consumiría una golosina hecha a base de jugo de sábila. Por lo que podemos afirmar que nuestro producto sería aceptado por una gran mayoría de los consumidores.

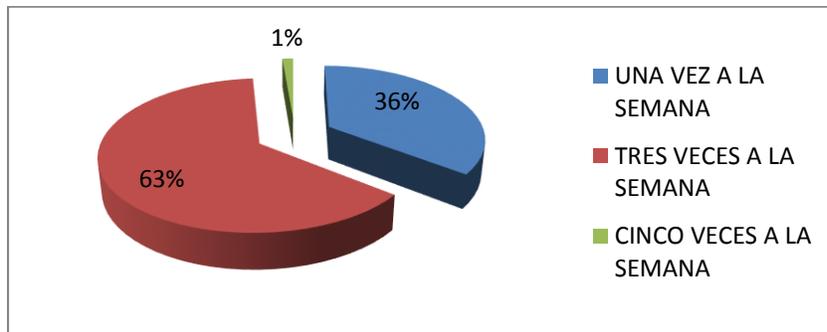
GRÁFICO N° 16 – CUANTO ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR LOS ENCUESTADOS POR UNA GOLOSINA HECHA A BASE DE JUGO DE SÁBILA



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

En el gráfico n° 16 podemos apreciar los precios que los encuestados afirmaron estar dispuestos a pagar por una golosina hecha a base de jugo de sábila, un 38% de los encuestado afirma estar dispuesto a pagar un monto de 7 a 10 bs, un 33% de los encuestados afirma estar dispuesto a pagar de 4 a 6 bs, un 24% de los encuestados afirma estar dispuesto a pagar de 1 a 3 bs y tan solo un 5% de los encuestados afirma estar dispuesto a pagar más de 10 bs. Por los que el precio de nuestro producto debería estar situado entre los 4 a 10 bs que son los intervalos con mayor frecuencia.

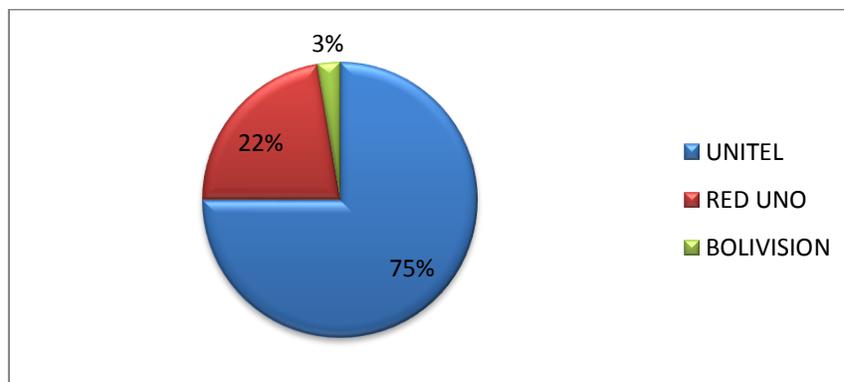
GRÁFICO N° 17 – FRECUENCIA CON LA QUE LOS ENCUESTADOS CONSUMIRÍAN UNA GOLOSINA SALUDABLE HECHA A BASE DE JUGO DE SÁBILA



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

El gráfico n° 17 nos muestra la frecuencia con la que los encuestados consumirían una golosina saludable hecha a base de jugo de sábila; un 63% de los encuestados afirma que consumiría una golosina saludable tres veces a la semana, un 36% de los encuestados afirma que consumiría una golosina saludable una vez a la semana y un 1% de los encuestados afirma que consumiría una golosina saludable cinco veces a la semana.

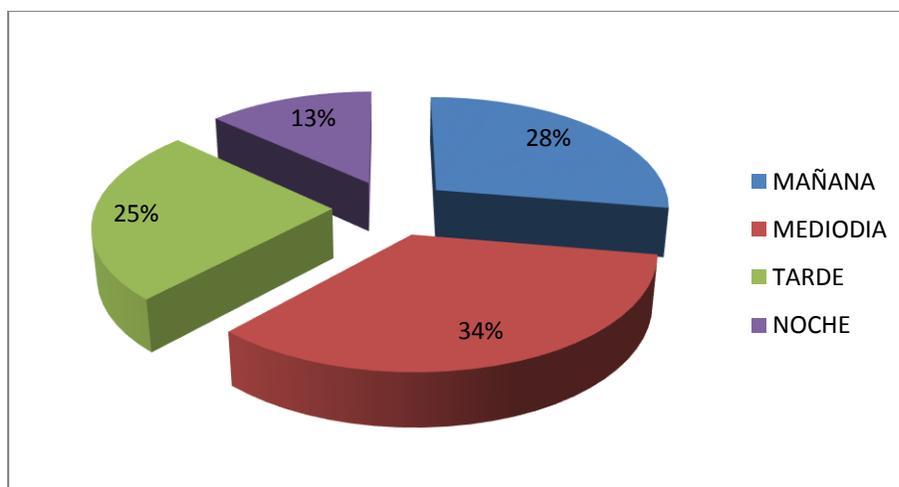
GRÁFICO N° 18 – CANALES DE TELEVISIÓN QUE LOS ENCUESTADOS PREFIEREN



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Un 75% de los encuestados prefiere el canal UNITEL, un 22% de los encuestados prefiere el canal RED UNO y un 3% de los encuestados prefiere el canal BOLIVISIÓN; estos resultados nos ayudan a definir el canal que podemos utilizar para promocionar nuestro producto en televisión siendo los preferidos UNITEL y RED UNO.

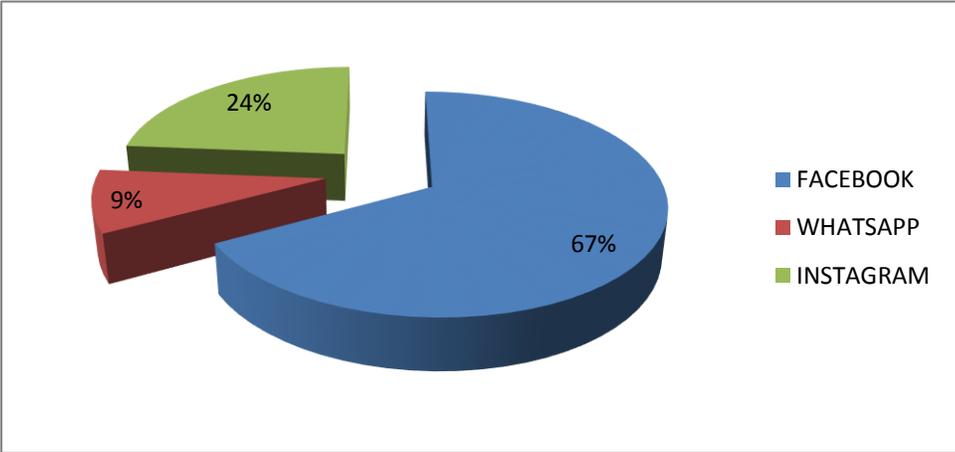
GRÁFICO N° 19 – HORARIOS EN LOS QUE LOS ENCUESTADOS VEN TELEVISIÓN



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Los horarios en los cuales los encuestados ven televisión son los siguientes: un 34 % de los encuestados ve televisión durante el mediodía, un 28% de los encuestados ve televisión durante la mañana, un 25% de los encuestados ve televisión durante la tarde y por ultimo un 13% de los encuestados ve televisión durante la noche. Podemos observar que el horario más dedicado a ver televisión por parte de los encuestados es durante el mediodía por lo que este horario sería el más indicado para publicitar nuestro producto.

GRÁFICO N° 20 – RED SOCIAL PREFERIDA POR LOS ENCUESTADOS



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en la ciudad de Tarija

Según los encuestados la red social preferida para informarse sobre productos nuevos es FACEBOOK con un 67% de preferencia por los encuestados, en segundo lugar está INSTAGRAM con un 24% de preferencia por los encuestados y en último lugar tenemos a WHATSAPP con un 9% de preferencia según los encuestados. Según estos datos podemos apreciar que la red social en la que deberíamos publicitar nuestro producto es FACEBOOK.

RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

El día miércoles 19 de Junio del año 2019 a horas 9:30 a.m. se dio inicio a la observación grupal realizada a los estudiantes del 6° grado B de la Unidad Educativa Ángel Calabi Pazzolini de la comunidad de Tomatitas.



Para comenzar con la actividad se ingresó al aula donde se encontraban los 18 estudiantes debidamente organizados para poder atender adecuadamente la explicación, todos ellos ordenados de manera semicircular en sus pupitres.

Para iniciar se saludó como corresponde y se dio una breve ilustración de lo que trataría la explicación y la actividad, a cada estudiante se le entregó una bolsita que contenía tres gomitas en los sabores uva, piña y frutilla, cada bolsita estaba debidamente sellada con una de las etiquetas que se elaboraron específicamente para el producto; a continuación también se les entregó un tríptico que contenía variada información sobre las gomitas, su contenido, información básica de la planta de sábila y recomendaciones para una buena alimentación, dicho tríptico estaba debidamente ilustrado para lograr una mejor asimilación de su contenido.

Se procedió a realizar una explicación sobre la planta de sábila, interrogando a los estudiantes en cuanto a su conocimiento de esta planta, muchos de ellos aseguraron conocerla u otros cuantos afirmaron tener esta planta en alguna parte de sus viviendas, al preguntarles si sabían para que servía la planta de sábila o si la habían utilizado en algún momento ellos o algún miembro de su familia fueron solo tres quienes respondieron, todos coincidieron que el uso que le dan a esta planta es básicamente para el cuidado del cabello o la eliminación de la caspa.

Para adentrarnos en el tema puntual de las golosinas se les preguntó si alguno de ellos conocían alguna golosina que fuera saludable, es decir, que proporcionara nutrientes a lo que todos respondieron que no, seguidamente se les explicó que en nuestro medio sí existen golosinas saludables, la mayoría de estas derivados de la miel de abeja y diferentes tabletas de vitaminas con agradables sabores similares a las golosinas.

Posteriormente se les indicó a los estudiantes que observaran las bolsitas de gomitas que se les habían entregado para que pudieran apreciar los colores tanto de las gomitas como de las etiquetas para que pudieran responder si los colores y formas eran de su agrado a lo que todos respondieron de manera positiva, luego de observar y palpar el producto se les indicó que abran las bolsitas y puedan probar el sabor de las gomitas y sentir su aroma, todos los estudiantes procedieron y reaccionaron muy sorprendidos de manera positiva al sabor como también al aroma de cada una de las gomitas.

Luego de haber probado cada una de ellas la mayoría de los estudiantes indicaron como su favorita a la gomita de sabor piña en primer lugar, la de sabor uva en segundo lugar y la de sabor frutilla en tercer lugar, les llamo la atención el aroma de cada una de ellas y la consistencia. En una pregunta general sobre si les había gustado o no las gomitas se obtuvo una respuesta general de un sí rotundo.

Habiendo probado todos los estudiantes las gomitas se les informa que estas gomitas estaban hechas a base de jugo de sábila, a lo que todos reaccionaron muy sorprendidos y

con algunas risas, se les preguntó también si alguno de ellos había sentido sabor o algún aroma relacionado con la planta de sábila y la mayoría respondieron que no, aunque un solo niño respondió que sí pudo sentir sabor o aroma relacionados con la planta de sábila no pudo explicar ni el sabor ni el aroma ya que esta planta no posee estas características.

Aunque los estudiantes estaban sorprendidos por saber que las gomitas que habían comido estaban hechas con jugo de sábila todos coincidieron que el sabor y el aroma eran muy agradables y que les gustaba mucho.

Luego se les explicó de qué manera se utiliza la planta de sábila y exactamente qué parte de la hoja se utiliza a lo que todos atendieron y demostraron bastante interés, se les indicó que leyeran el contenido de los trípticos y se les explicó su contenido, luego se les pidió que formularan preguntas sobre del producto que habían probado, acerca de la planta de sábila y acerca de los ingredientes que se les indico que se utilizan para la elaboración de la gomitas. De manera ordenada todos fueron formulando preguntas las cuales fueron respondidas a cabalidad para dilucidar cualquier duda que se pudo haber generado, todos los estudiantes se mostraron muy interesados con la explicación analizando cada característica del producto, de su elaboración, cuestionando el uso de los diferentes ingredientes, tratando de comprender el porqué de este proyecto.

Algunas de las preguntas planteadas por los estudiantes fueron:

- ✓ ¿Se puede usar jugo de fruta o de alguna verdura en vez de usar el jugo de sábila?
- ✓ ¿Qué es la gelatina sin sabor? O de qué está hecha?.
- ✓ ¿Se puede reemplazar los colorantes y saborizantes con el jugo de alguna fruta?
- ✓ ¿Cuál sería el aspecto de las gomitas si no se utilizarían colorantes?
- ✓ ¿Cómo se hacen las gomitas?
- ✓ ¿Cuánto se tarda en hacer las gomitas?
- ✓ ¿Qué sabores más se podría hacer?

- ✓ ¿Cómo se obtiene el jugo de sábila?
- ✓ ¿Por qué se utiliza el jugo de sábila?

Al responder cada pregunta los estudiantes iban formulando más interrogaciones relacionadas con las respuestas, también surgieron preguntas sobre la carrera universitaria para la cual se estaba desarrollando la actividad, la relación de este tipo de proyectos con la carrera, que proyectos más se desarrollan, si estos proyectos se ponen en marcha o solo se quedan en una idea.

Las preguntas de los estudiantes eran variadas y totalmente espontáneas.

La dinámica se desarrolló de manera fluida empleando términos sencillos en la explicación para que todos los estudiantes pudieran entender las respuestas que se daban a sus preguntas y también para poder compartirles la información adecuadamente.

También se les dio muchas recomendaciones acerca del cuidado de la salud, del consumo de productos naturales como frutas y verduras, de lo importante que sería que ellos pudieran reemplazar las golosinas convencionales que consumen normalmente con golosinas saludables o frutas.

Durante todo el desarrollo de esta actividad se realizó un video para documentar las reacciones y la interacción que se pudo lograr con los estudiantes.

3.4.PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO

La participación de la competencia está constituida por las marcas que se nombran a continuación

- Arcor, con su línea mogul
- Fini
- Colombina
- Ambrosoli

Las marcas de gomitas citadas anteriormente son las más conocidas en el mercado de la ciudad de Tarija pero las marcas que tienen mayor preferencia son ARCOR y FINI.

3.5.RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las familias en el departamento de Tarija tienen un crecimiento considerable en los últimos años por lo que significa una gran demanda de productos de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Un riesgo inminente es la posibilidad de que los precios de las maquinarias y materia prima se incrementen antes de comenzar la producción.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las personas han adquirido hábitos de cuidados a la salud por lo que buscan alimentos más naturales y saludables. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se pueden atravesar problemas al pretender invertir una cifra alta ya que es un producto nuevo que tiene mucha competencia.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Para realizar la producción de las gomitas se cuenta con maquinaria que se adquiere en el mercado nacional de origen importado, como también se dispone de la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Al existir diferentes marcas que están bien posicionadas en el mercado podrían afectar a la participación del producto en el mercado como también la variación de precios.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El consumo de las golosinas es medianamente elevado ya que son muy populares entre los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Es posible que los intermediarios no estén dispuestos a adquirir el producto por ser nuevo, lo que podría obstaculizar la comercialización del producto.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las personas exigen productos de calidad, mejor aún que tengan características nutritivas y que 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Una amenaza puede ser la aparición de nuevos productos que tengan

beneficien a la salud.

similares características en cuanto a la materia prima.

- La demanda de este producto en el mercado es atractiva por el mercado meta que se ha trazado.
- Podemos afirmar que el producto a introducir en el mercado es aceptado por la población, esto se debe a que el producto contiene un alto valor nutritivo y que cumple con las expectativas de los consumidores.
- Los consumidores están dispuestos a comprar este producto porque existe la capacidad de pago y el precio es accesible.

3.6. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Luego de la interpretación de las encuestas se pudo determinar que los consumidores consideran como un atributo importante la calidad del producto y sus características nutritivas, es decir que sea un producto que le proporcione grandes beneficios para su salud ya que con las gomitas hechas a base de Jugo de sábila podemos lograr este objetivo. También se considera el precio como un factor muy importante, los consumidores buscan productos que sean accesibles a su economía. Otro factor al que se debe prestar mucha atención es el hecho de dar a conocer el producto en el mercado.

3.7.CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Con las encuestas realizadas podemos comprobar que los consumidores suelen comprar golosinas y con mucha frecuencia por lo que es una gran oportunidad ofertar este producto en la ciudad de Tarija.
- Con la observación realizada a un grupo de estudiantes podemos observar una muy alentadora aceptación de este producto, apreciando las reacciones espontáneas que se dieron en el desarrollo de la actividad, esto se puede apreciar en el video y las fotografías logrados para documenta esta actividad.
- El consumo de golosinas por parte de los consumidores se debe a muchas razones ya sea por planes de entretenimiento, en ocasiones en las que asisten al cine, por antojos repentinos y otras razones, por lo que es una gran oportunidad para la fabricación y comercialización de este producto.
- También podemos observar que la frecuencia con la que compran golosinas es elevada, lo cual se convierte en un gran indicador para la producción de este producto.
- Existen marcas de importación que son las más conocidas por los encuestados lo que podría significar una fuerte competencia para nuestro producto, pero estas marcas ofrecen variedad de productos convencionales que no aportan a la salud de los consumidores por lo que podremos diferenciarnos.
- A pesar que las gomitas no son la golosina más popular entre los consumidores sabiendo que tenemos que competir con los caramelos, tienen una preferencia alentadora por lo que producir esta golosina en particular es una gran oportunidad.

- En la mayoría de las situaciones en las que los consumidores prefieren evitar el consumo de una golosina es por la razón de cuidar la salud, lo que es una ventaja para nuestro producto ya que ofrece cualidades nutritivas de la planta de sábila.
- Los puntos de venta en los que los consumidores adquieren sus golosinas con más frecuencia son las tiendas de barrio seguido de los supermercados, por lo que debemos enfocarnos en colocar nuestro producto en estos puntos de venta para que sean de fácil acceso para los consumidores.
- Según los datos que nos aportan las encuestas podemos apreciar que una mayoría de los encuestados conocen las cualidades de la planta de sábila, por lo que se debe informar a través de las publicidades de nuestro producto sobre las características de las gomitas hechas a base de jugo de sábila.
- La frecuencia con la que los encuestados consumiría una golosina saludable hecha a base de jugo de sábila como ser las gomitas, en su mayoría es de tres veces a la semana. Esta es una cifra alentadora para la introducción de nuestro producto al mercado.

3.8.TAMAÑO DEL MERCADO

Con la investigación que se realizó se pudo delimitar el tamaño del mercado que consume este producto.

En las encuestas que se realizaron se obtuvo que el 92.11% de la población acostumbra consumir golosinas en algunas ocasiones el porcentaje restante asegura no consumir golosinas.

Se determinó que el 98% de la población considerada está comprendida entre las edades de 10 a 25 años, quienes consumen este producto por lo que podemos determinar que el tamaño del mercado se especifica de la siguiente manera:

$$56930 * 92.11\% = 52438$$

El tamaño del mercado es de 52 438 habitantes comprendidos entre las edades de 10 a 25 años que son niños y jóvenes que consumen golosinas de manera medianamente rutinaria. Se eligió ese tamaño de muestra comprendida entre esas edades porque a esta edad las personas tienden al consumo de golosinas. Además de que también son personas que pueden adquirir estos productos por decisión propia ya que los precios son accesibles y representan un producto muy demandado en nuestro medio.

4. PLAN DE MARKETING

4.1. OBJETIVOS DE MARKETING

- Efectuar una promoción del producto en el momento de la introducción al mercado, con el fin de dar a conocer los beneficios para la salud que posee el nuevo producto.
- Determinar los canales más idóneos para la comercialización del producto para así suministrar oportunamente a los consumidores finales.
- Determinar el precio adecuado para el producto.
- Realizar una propuesta de nombre, logotipo y slogan para la empresa y la marca del producto.

El plan de marketing que se establecerá permitirá a la empresa lograr los objetivos globales de la empresa, obtener mayor número de clientes, consiguiendo mayores ingresos por las ventas del producto, logrando a la vez satisfacer a los clientes con un producto de calidad. En este plan se utilizará el Marketing Mix.

4.2.SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

4.2.1. Mercado Meta.

El mercado meta es el grupo puntual de personas al que va dirigido los esfuerzos de marketing para satisfacer sus necesidades. Por lo que el mercado meta inicial para este plan de negocios son niños a partir de los 10 años hasta jóvenes de 25 años, que asistan a colegios ubicados en la zona central de nuestra ciudad y a nuestra casa universitaria respectivamente.

4.2.2. Segmento Geográfico

El producto está dirigido para el mercado local de la ciudad de Tarija específicamente en la provincia Cercado. Para niños y niñas que asisten a colegios de la zona central de la ciudad de Tarija y para jóvenes universitarios alumnos de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.

4.2.3. Segmento demográfico

En este segmento se especifica a alumnos y alumnas asistentes a colegios ubicados en la zona central de la ciudad de Tarija como son:

- Aniceto Arce
- Narciso Campero
- Santa Ana
- San Roque
- San Luis
- Eustaquio Méndez
- Tercera Orden Franciscana
- María Laura Justiniano
- Liceo Tarija
- Liceo Campero

Y para alumnos universitarios, hombres y mujeres, asistentes a la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.

- Número de estudiantes universitarios aproximado: 27500
- Número promedio de estudiantes en los colegios seleccionados: 2943.

Total población considerada: 56930

4.2.4. Segmento Pictográfico

En este segmento se examinan los atributos relacionados con los pensamientos y conductas de las personas.

El producto que se ofertará al mercado está dirigido para los niños, niñas y jóvenes. Con el objetivo de aportar en cuanto al cuidado de la salud siendo un producto nutritivo.

4.3.MARKETING MIX

En la mezcla comercial se utilizará Las 4 P's que significa:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

4.3.1. Producto

En la descripción del producto se mencionarán las características que posee el producto que la empresa ofertara al mercado, que son las gomitas hechas a base de jugo de sábila, que como muchas otras similares son golosinas pequeñas pero en este caso tienen como atributo principal agentes nutritivos al estar compuestas por el jugo de la sábila, este producto estará dirigido a niños, niñas y jóvenes con el objetivo de aportar en su alimentación y nutrición.

➤ Clasificación del producto

El producto a ofertar al mercado se clasificará dentro de los bienes perecederos o no duraderos ya que después de un lapso de tiempo determinado por el fabricante pasa a ser un producto no apto para el consumo, es decir, pasada la fecha de vencimiento

especificada el producto comienza su proceso de descomposición o degradación y no puede ser consumido.

Este producto es de consumo directo, ya que para ser consumido no requiere de ningún tipo de preparación o transformación que se tenga que realizar por parte del consumidor ni de algún tipo de intermediario.

➤ **Función del producto**

Las gomitas hechas a base de jugo de sábila combinan dos características muy importantes, una de ellas es el hecho de que este tipo de dulces llaman la atención y son muy populares por su gran variedad de sabores, colores, tamaños y formas. La otra característica especial e importante que se puede mencionar es que al estar fabricadas con jugo de sábila como materia prima principal, estas golosinas tendrán todas las cualidades nutritivas que posee la planta de sábila, esta planta por lo general es consumida en jugos que regularmente se consumen para el alivio de malestares estomacales y gastrointestinales, también la podemos encontrar como ingrediente en múltiples productos de higiene personal como shampoos y jabones, y en el aspecto del cuidado de la piel en productos como cremas, pomadas medicinales, lociones dérmicas, desodorantes y varios otros.

Muchas personas ignoran los beneficios que conlleva el consumo de la sábila ya que esta planta tiene muchísimas propiedades que alivian patologías de varios padecimientos tales como la gastritis, reflujo gástrico, estreñimiento, intestino perezoso, indigestión y muchos más.

Es por estos beneficios que se puede afirmar que el producto: gomitas hechas a base de jugo de sábila aparte de ser una golosina será también un producto que cuidará de la salud de sus consumidores ya que no contendrá aditivos ni conservantes u otros componentes artificiales que perjudican la salud.

➤ **Empaque**

Para el diseño del empaque o envoltura del producto se analizan varios materiales pero por el hecho de conservar el producto aislado de la humedad del ambiente y de las fluctuaciones de temperaturas se optará por un pote de plástico PVC con tapa hermetica, los cuales se agruparan en cajas de un máximo de 20 potes para facilitar su almacenamiento, distribución y transporte.

4.3.2. Precio

El precio se contempla como uno de los factores relevantes para la decisión de compra de un producto, así mismo los consumidores valoran características puntuales de los productos que pueden elegir, colocando en un primer plano de importancia, la composición del producto, por lo que se ven dispuestos a pagar un precio determinado por un producto que tenga un valor agregado y que satisfaga sus necesidades.

Nuestra estrategia para la fijación de precios se basa en el valor lo que implica entender que tanto valor dan los consumidores a los beneficios que reciben del producto y fijar un precio adecuado a dicho valor, la estrategia se fundamenta en la percepción que tienen los clientes sobre el producto. Aunque también se tomará en cuenta los costos de producción, el valor del producto por sus características nutritivas en comparación con sus productos competidores será una de sus características más imponentes.

Habiendo realizado nuestro análisis financiero determinamos el precio del producto en Bs. 5.50.- antes de la aplicación del impuesto.

Datos externos:

En nuestra ciudad hay diferentes marcas de golosinas similares a nuestras gomitas, en su mayoría son marcas de importación que circulan en nuestra ciudad. Analizaremos y

compararemos sus precios unitarios en empaques de 60 a 80 gramos que son los más comunes en el mercado.

MARCA	PROCEDENCIA	PRECIO
<ul style="list-style-type: none"> • ARCOR (en sus diferentes presentaciones de la línea MOGUL, que aglomera una gran variedad de gomitas) 	<ul style="list-style-type: none"> • ARGENTINA • CHILE 	BS. 4 BS. 5.5 BS. 7
<ul style="list-style-type: none"> • FINI (en todas sus variedades de gomitas de variados nombres y presentaciones) 	<ul style="list-style-type: none"> • ARGENTINA • BRASIL 	BS. 3.5 BS. 5
<ul style="list-style-type: none"> • AMBROSOLI (en sus diferentes presentaciones de gomitas) 	<ul style="list-style-type: none"> • ARGENTINA 	BS. 4

En el mercado de la ciudad de Tarija no se cuentan con empresas que se dediquen puntualmente a la producción de gomitas por lo que nuestra empresa sería pionera en el ramo de las golosinas de este tipo.

Las golosinas comunes que se mencionan en el cuadro comparativo y otras más que en algunas temporadas suelen llegar a territorio tarijeño, podría decirse que son las más populares y más conocidas por los consumidores.

Todas estas marcas tienen una composición básica entre azúcares, glucosa, colorantes y saborizantes lo que se resume en valores energéticos vacíos que no aportan nutrientes a los consumidores, a excepción de algunas variedades de la línea MOGUL que contienen jugo natural de fruta.

Las gomitas hechas a base del jugo de sábila, contendrán los nutrientes y las vitaminas que contiene la planta de sábila por lo que será superior al producto de la competencia,

lo que se convertirá en el valor agregado del producto y en una ventaja competitiva y al mismo tiempo permitirá que el producto se diferencie de sus similares.

Datos internos:

Se determinará el precio en relación a los costos y el porcentaje de utilidad que se pretende obtener por el producto que podrá ser adquirido por los consumidores en general,

Para la fijación del precio del producto se detallarán los cálculos del costo de producción y costos operativos adicionando el margen de utilidad, el impuesto correspondiente y concluyendo con el precio de factura del producto.

El producto se agrupará en cajas de 15 unidades cada uno de los potes del contenido tendrá un peso aproximado de 100 gramos, por lo que cada caja tendrá un peso aproximado de 1.5 kilos. Esto facilitará la manipulación del producto en el almacenamiento, distribución y venta correspondiente.

4.3.3. Promoción

En el momento de la introducción del nuevo producto al mercado se debe invertir en publicidad para dar a conocer el producto y sus características y de esa manera despertar el interés en el mercado para el nuevo producto.

Como estrategia para dar a conocer el producto, se resaltarán los beneficios que contiene al estar hecho a base de jugo de sábila, mostrando esto como valor agregado y ventaja del producto frente a los de la competencia. La publicidad será dirigida para el mercado objetivo en el momento de la introducción del producto.

Para la realización de la promoción se utilizarán las herramientas específicas de publicidad para comunicar de manera eficaz el concepto general del producto a los clientes.

La publicidad se realizará en su mayoría por redes sociales, ya que en los últimos años estas se convirtieron en medios de comunicación muy populares para personas de todas las edades, su rápido avance nos lleva a considerarlas como un fuerte canal de información que utilizaremos para dar a conocer el producto.

Según los resultados de la encuesta, el canal UNITEL es de los más preferidos por la gente, los horarios en los que las personas suelen ver este canal en su mayoría es durante el mediodía, y durante la noche por lo que se analizará la opción de publicitar el producto por este medio, ya que por la misma razón de ser un medio de comunicación muy popular también tiene precios muy elevados por lo que de inicio no resulta conveniente para el negocio colocar spots publicitarios durante los comerciales del canal.

Spot publicitario

El spot publicitario estará dirigido al mercado meta, que son niños y jóvenes entre las edades de 10 a 25 años ya que estas personas son quienes consumen golosinas con más frecuencia; cabe mencionar que la población de este segmento tiene muy poco conocimientos sobre las propiedades de la planta de sábila y de los beneficios que conlleva su consumo, por lo que se aprovechará para dar a conocer la información básica nutricional de las gomitas hechas a base de jugo de sábila.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación que se consideran según la preferencia de los consumidores para difundir mejor la información sobre el producto son:

- Televisión: UNITEL TARIJA
- Redes sociales: FACEBOOK, INSTAGRAM, WHATSAPP.

El mensaje

Para la realización del mensaje se deben resaltar varios aspectos del producto, su característica diferenciada por contener las propiedades nutritivas de la sábila es una de las más importantes, además que es un producto único en nuestra ciudad por ser gomitas hechas a base de jugo de sábila por lo que es un producto natural y saludable aparte de ser una golosina; además, se debe valorar que al ser una golosina se podrá atraer el interés de los más pequeños, niños y niñas que al mismo tiempo de consumir una golosina estarán consumiendo nutrientes muy importantes para su desarrollo y crecimiento.

Folletos: es muy importante informar a la población en general sobre las características y cualidades del producto por lo que utilizaremos folletos, que son una herramienta muy versátil para llegar con la información básica sobre nuestro producto a los consumidores, los folletos podrán llevar información resumida y clara sobre los ingredientes de las gomitas hechas a base de jugo de sábila, también contendrán información sobre los aspectos nutritivos y naturales del producto y sobre los beneficios de su consumo para la salud.

Carteles: para que los consumidores puedan identificar puntos de venta en los que podrá adquirir el producto gomitas hechas a base de jugo de sábila se utilizarán carteles que destaquen el producto y le den una imagen definida.

Publicaciones virtuales: para poder promocionar el producto en las redes sociales se realizará publicaciones mediante la creación de una página de Facebook exclusivamente para las gomitas hechas a base de jugo de sábila, donde se podrá publicar información, promociones, características y todo lo relacionado con el producto y que es de gran relevancia para el conocimiento de los consumidores.

4.3.4. Estrategias de plaza (canal de distribución)

La plaza es uno de los aspectos claves para la empresa y una de las estrategias más importantes ya que la distribución del producto debe estar muy bien elaborado. Como medios de distribución se identificaron los siguientes:

- La empresa: que se ubicará en el barrio Villa Abaroa de donde los consumidores podrán adquirir el producto.
- Tiendas de barrio.
- Quiscos de colegios.
- Quioscos de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.

Para poder colocar el producto en estos puntos de venta la empresa dará a conocer el producto y sus características como ser el valor nutricional, los ingredientes que se utilizan para su elaboración y otros aspectos.

Los canales de distribución más adecuados para la empresa serán el canal directo y el canal indirecto.

Canal directo:



Se instalará una agencia que estará ubicada en el barrio Villa Abaroa, en instalaciones de la misma empresa donde el producto estará disponible para los consumidores de manera directa.

Canal indirecto:

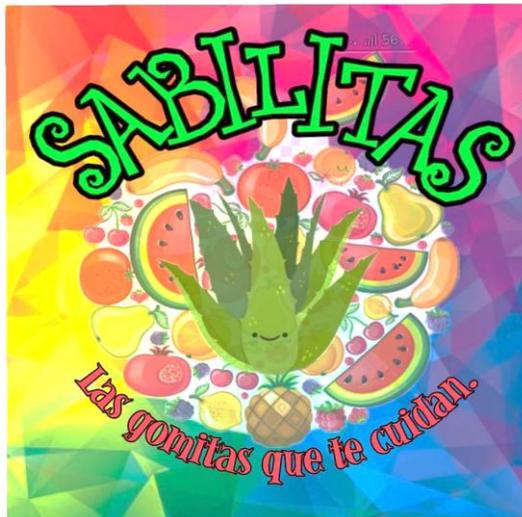


Para este canal de distribución la empresa dotará de sus productos a los minoristas como ser las tiendas de barrio y quioscos.

Para la correcta distribución del producto la empresa contará con un agente de ventas quien tendrá como función principal levantar las órdenes de pedido de cada uno de los puntos de venta donde se vaya a distribuir el producto, al mismo tiempo al visitar a los intermediarios podrá dar a conocer las promociones que la empresa realice.

4.3.5. Estrategias de posicionamiento

4.3.5.1. Imagen de la empresa mediante el diseño de la marca, logotipo y eslogan.



4.3.5.2. Estrategia de diferenciación

Para la realización de la estrategia se tomó en cuenta el estudio realizado sobre las preferencias y necesidades que tienen los consumidores.

Este producto se caracteriza por los nutrientes que contiene, su alto contenido en vitaminas y proteínas lo colocan en una posición muy diferente comparado con los productos de la competencia, es decir, es un producto único entre los demás del mercado.

La estrategia de diferenciación estará basada en la ventaja competitiva que tiene nuestro producto que son todas las propiedades beneficiosas para la salud de la sábila; el objetivo principal es hacer que las personas conozcan el producto y valoren los aportes que éste puede tener para la salud.

La empresa presentará al mercado que va dirigido el producto haciendo énfasis en las características del mismo, para que los consumidores puedan notar cada una de ellas como ser la calidad, el tamaño, la composición del producto, un empaque llamativo que menciona las propiedades del producto que informe mínimamente al consumidor y que al momento de la decisión de compra este producto sea el preferido ante los productos de la competencia.

4.3.5.3.Estrategia publicitaria

La publicidad del producto se la realizará por medio de televisión y redes sociales básicamente, se promocionará el producto mediante publicidad en el canal UNITEL que según los resultados de las encuestas es el canal más visto por la gente, también se realizará publicaciones en redes sociales principalmente en Facebook donde se creará una página específicamente para el producto, mediante la cual se mantendrán informados a los consumidores, además se utilizarán volantes y carteles que contendrán la información básica del producto y sus características.

La estrategia publicitaria tiene como finalidad principal hacer que los consumidores conozcan el producto y sus características.

4.3.5.4.Estrategia de promoción y ventas

Para el lanzamiento del producto se fijaron promociones en fechas especiales como ser días festivos, día de la madre, día del niño, eventos y ferias a las que la empresa asistirá y podrá hacer degustar su producto a los consumidores.

Las promociones estarán basadas en las cantidades de producto que se compre, según determinadas cantidades se podrá aplicar un porcentaje de descuento o acceder a una membresía como cliente importante y obtener de esta manera descuentos fijos en sus compras

➤ **Personal de ventas**

El personal con el que la empresa contratará para las ventas recibirá una previa capacitación que estará relacionada con conocer el producto a cabalidad, para que pueda dar información confiable a los consumidores o intermediarios.

4.3.5.5.Estrategia de crecimiento

La estrategia de crecimiento consiste en crear nuevos productos relacionados con el principal o dotar de nuevas características superiores al mismo producto, para conseguir que los clientes adquieran los nuevos productos o los prefieran frente a los de la competencia. Nuestra Empresa para conseguir más clientes aparte de producir las gomitas hechas a base de Jugo de sábila irá ampliando la cartera de productos basado siempre en utilizar materias primas naturales que benefician a la salud de los consumidores principalmente el Jugo de sábila.

4.4.MARKETING SOCIAL

Un factor muy importante para las empresas productoras es el cuidado que se le debe dar al medio ambiente para preservar un planeta saludable para futuras generaciones, por lo que la empresa, para ayudar a conservar el medio ambiente, realizará una campaña de reciclaje de los empaques del producto que serán cambiados por premios esto con la intención de incentivar el cuidado del medio ambiente; esta actividad se realizará con motivo de celebración en cada aniversario que cumpla la empresa.

5. PLAN DE PRODUCCIÓN

El plan de producción está relacionado con los accesorios que se necesitan para la producción como es la tecnología con la que se contará, la disponibilidad de la materia prima y otros materiales para demostrar que la empresa estará bien equipada para producir y vender el producto que se quiere introducir al mercado.

5.1.OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

- Contar con un sistema de producción que pueda optimizar las habilidades de la mano de obra.
- Disponer de maquinaria adecuada para la producción, de esta manera se evita desperdicios y la disminución de los costos de producción.
- Realizar el manipuleo y producción de las gomitas hechas a base de jugo de sábila con la respectiva higiene y calidad que se requiera.

5.2.INGENIERÍA DEL PRODUCTO

Es importante que el producto cuente con un diseño de empaque para las gomitas hechas a base de jugo de sábila, este empaque deberá reflejar el producto y llamar la atención de los consumidores además de contener todas las características informativas que se requieren. A continuación se mostrará el diseño oficial del producto.

Etiqueta



Logotipo

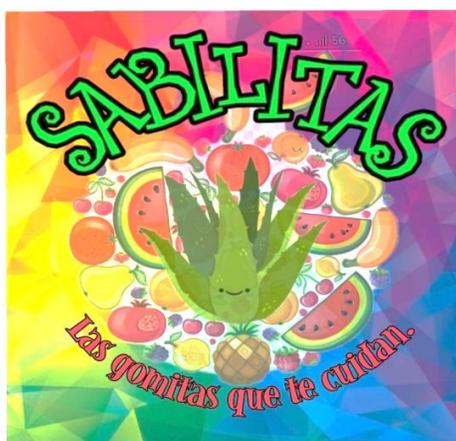


Tabla nutricional

INFORMACIÓN NUTRICIONAL			
Porción: 1 gomita (7 g)			
Porciones por envase: 50			
	100 g	1 Porción	
Energía (Kcal)	107	7,5	
Proteínas (g)	0	0	
Grasa Total (g)	0	0	
Hidratos de carb. disp (g)	57	4	
Azúcares totales (g)	7,1	0,5	
Fibra Dietética	35,7	2,5	
Sodio (mg)	0	0	
Vitamina D (ug)	179	12,5	(*) 250%

(*) % en relación a la Dosis Diaria Recomendada

5.3.DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de producción de las gomitas hechas a base de jugo de sábila incluye varias etapas, cada una de ellas muy importantes. A continuación detallaremos el paso a paso de la realización del producto. Para la obtención de la receta adecuada para la producción de las gomitas se pudo contar con el asesoramiento de un estudiante de la carrera de Ingeniería en Alimentos de nuestra casa universitaria. El estudiante Romel Eduardo Cardozo Villa, quien se encuentra cursando el último semestre de dicha carrera.

1.- Recepción de la materia prima

En esta etapa se recibe la materia prima en la planta de producción y se la almacena en ambientes oscuros y frescos para conservarla en óptimas condiciones; esta materia prima se la obtiene directamente de los proveedores que son los productores de la planta de sábila.

2.- Lavado y pelado

En esta etapa se pela la sábila quitando toda la corteza y dejando únicamente la parte gelatinosa de la hoja, luego se procede al lavarla para quitar el yodo de la misma y conservar solamente la parte buena de la hoja.

3.-Cocción

En la etapa de cocción se coloca toda la pulpa de la hoja de sábila en la marmita donde se la cocina en agua hirviendo durante 5 minutos para después sacarla y colocarla en agua con hielos, este procedimiento evitará que la sábila produzca algún tipo de olor o sabor desagradable ya que es un procedimiento de esterilización.

4.-Procesado

En el procesado se coloca la pulpa de sábila que se obtuvo de la cocción en la máquina procesadora para convertirla en líquido.

5.-Preparado

Durante el preparado se vierte el líquido de sábila a la marmita en la que se va calentando a fuego bajo o lento todo el líquido, luego se añaden los otros ingredientes como ser jarabe de glucosa, azúcar, aromatizantes, saborizantes y la gelatina sin sabor.

6.-Moldeado

Luego de haber preparado la mezcla del jugo de sábila con todos los ingredientes se procede a colocarla en los moldes, donde reposará durante 4 a 5 horas a temperatura ambiente para que pueda adquirir la consistencia necesaria; en caso de contar con un ambiente de refrigeración entre los 8°C. a 12°C. el proceso se reduciría a dos horas de refrigeración para proceder al desmolde de cada gomita.

7.-Empaque

Una vez que la mezcla está consistente se procede a vaciar los moldes para envasar las gomitas en empaques adecuados para su comercialización cada empaque contendrá un peso aproximado de 100 g. en producto.

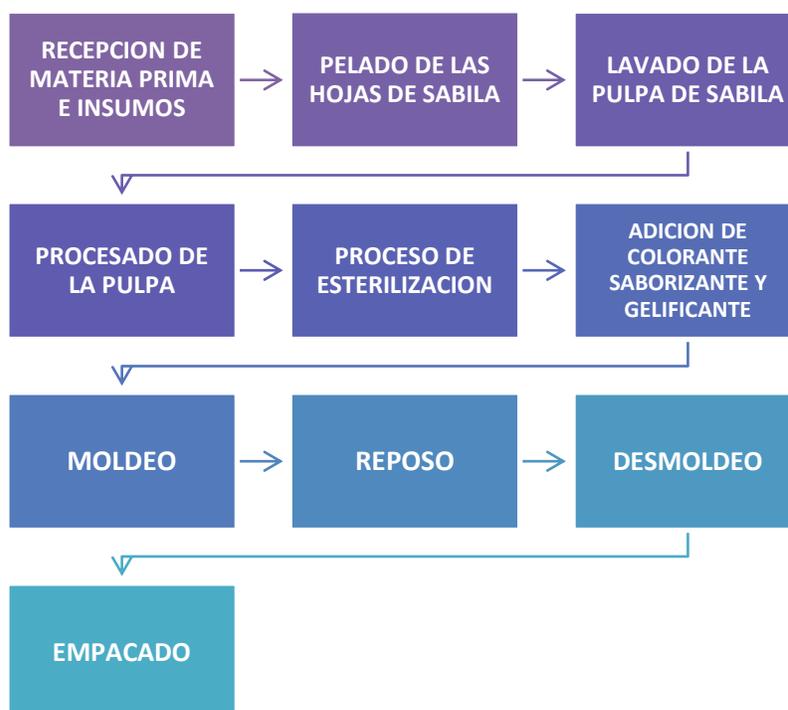
Además los empaques pequeños se agruparán en cajas para facilitar el almacenamiento y transporte del mismo, cada caja contendrá 15 unidades.

8.-Almacenamiento

Se procederá al almacenamiento de las cajas del producto en ambientes frescos y secos donde no se altere el producto.

El almacenamiento del producto se realizará bajo el método de los primeros en entrar y primeros en salir para evitar que los productos estén sin rotación ya que serán almacenados temporalmente para su distribución hacia los puntos de venta.

PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LAS GOMITAS HECHAS A BASE DE JUGO DE SÁBILA



5.3.1. Tipos de procesos

El tipo de proceso que la empresa ha elegido para realizar la producción de su producto es el proceso en línea debido a que es un tipo de producción a escala.

Este tipo de proceso lleva un control de inventario de la producción para luego ser comercializada en el mercado, además los materiales que se utiliza para la producción avanzan en forma lineal o en serie, es decir, de una operación a otra

5.3.2. Flujograma del proceso

Para mostrar de mejor manera el proceso de producción se emplea el gráfico OTIDA ya que es la mejor manera de mostrar visualmente el flujo de datos y de información. En este gráfico se describe las operaciones de las secuencias que se deben seguir para solucionar problemas, se utilizará símbolos de un lenguaje universal que son los siguientes:



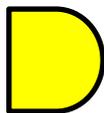
- Operación, indica los procedimientos donde la materia prima o producto se modifica durante el proceso.



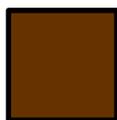
- Transporte, indica el movimiento de los trabajadores materiales y equipos de un lugar a otro.



- Almacenamiento es cuando el objeto es guardado y protegido cuando se autoriza traslado a otro lugar.

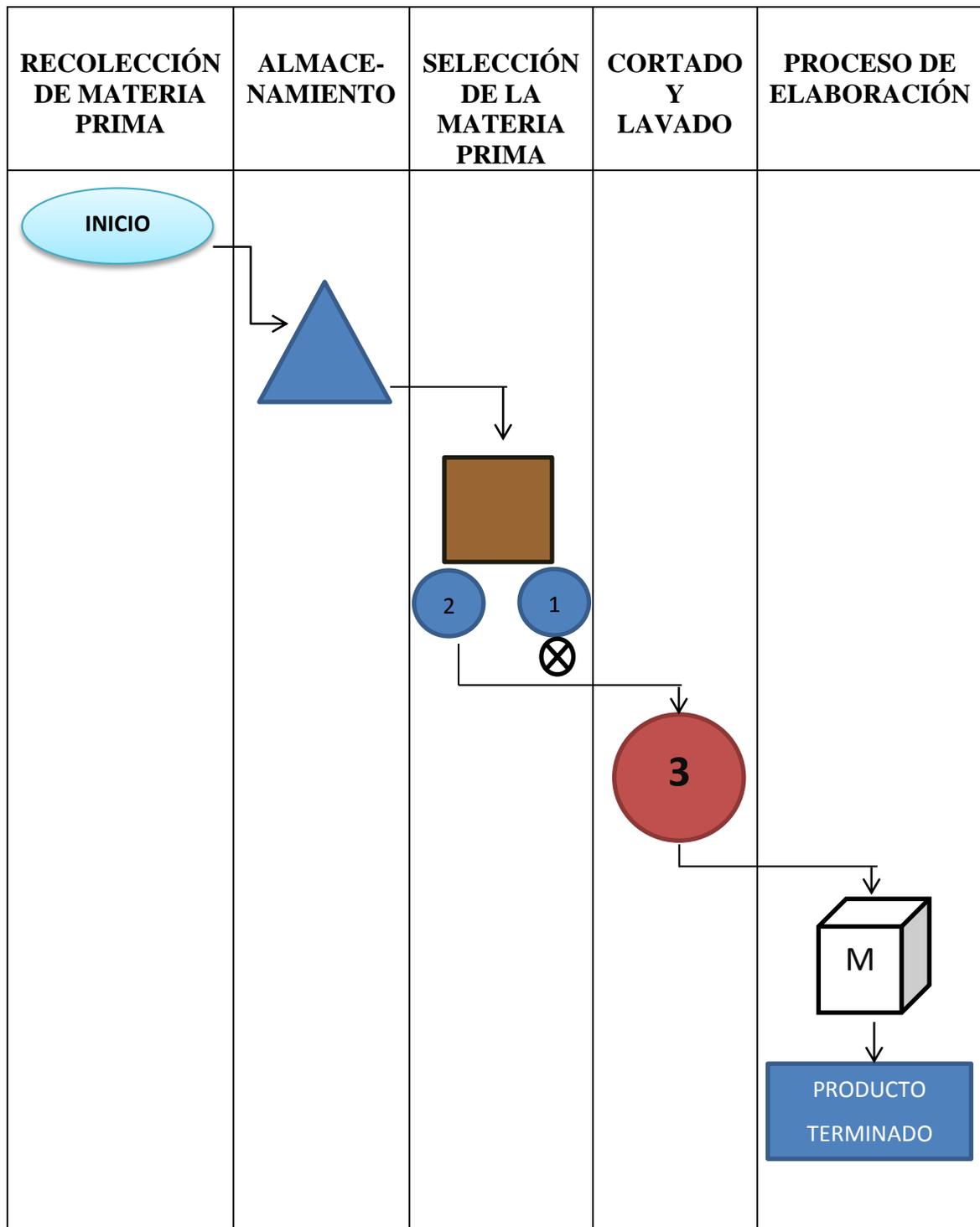


- Demora es el retraso en la llegada de un objeto cuando las condiciones no permiten la ejecución de la actividad siguiente o es un almacenaje temporal.



- Inspección es cuando se verifica la calidad o donde se realiza la inspección al semiproducto o producto final.

Flujograma del proceso de producción de gomitas hechas a base de Jugo de sábila



5.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

Para la producción de gomitas hechas a base de jugo de sábila se requiere de varias operaciones y en cada una de ellas se requiere maquinarias y equipos específicos.

Para la obtención de dicha maquinaria se observa que en nuestro mercado local no se consiguen por lo que las compras se las realizará en la ciudad de La Paz de la importadora HANSSEN que cuenta con variedad de máquinas relacionadas con el rubro.

5.4.1. Requerimiento de equipos y maquinarias

La maquinaria requerida para la producción de las gomitas debe cumplir con las características necesarias de higiene y calidad que se solicitan, principalmente debe ser de material inoxidable. A continuación tenemos el detalle de la maquinaria que se hace necesaria en la planta de producción.

DESCRIPCIÓN	ITEM	PROVEEDOR	UBICACIÓN
Maquinaria	Marmita	Importaciones y servicios HANSSEN	La Paz
	Balanza analítica	Importaciones y servicios HANSSEN	La Paz
	Termómetro	TRAMONTINA	Tarija
	Cronómetro	Importaciones y servicios HANSSEN	La Paz
	Balanza gramera	Importaciones y servicios HANSSEN	La Paz
	Moldes	TRAMONTINA	Tarija
	Procesador	Importaciones y servicios HANSSEN	La Paz
Material auxiliar	Bandejas	TRAMONTINA	Tarija
	Cuchillos	TRAMONTINA	Tarija
	Cucharones	TRAMONTINA	Tarija
Material de escritorio	Equipo de computación	HP Computer Sistem Tarija	Tarija
	muebles y enseres	Sucursales zona la loma	Tarija

	Material de escritorio	Librería Yireh	Tarija
Materia prima e insumos.	Hojas de sábila	Mercado Campesino	Tarija
	Gelatina sin sabor	Distribuidora	Tarija
	Agua	COSAALT	Tarija
	Luz	SETAR	Tarija
	Gas	EMTAGAS	Tarija
	Insumos	Distribuidora SOLQUIFAR	Tarija

COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

MAQ.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	CANTIDAD	UNIDAD	C. TOTAL.
Marmita	Capacidad: 100 litros. Dimensiones: 850x900x850 mm PESO:125kg ESPECIFICACIONES TÉCNICAS: Construcción en acero inoxidable, funcionamiento a vapor directo, diseño rectangular, válvula de salida	15500	1	Pieza	15500
Balanza analítica	Marca: FAMAVA Modelo: b30 Industria brasilera Capacidad: 30 k Capacidad mínima 5gr Voltaje: 220 volts Funcionamiento a batería y corriente	400	1	pieza	400
Termómetro	Intervalo de medida: 35,50 °C – 42,00 °C Exactitud: ±0,1 °C Batería: 1 pila botón 1,5 V LR/SR-41 Vida media de la batería: Aprox. 100	30	1	pieza	30

	horas en continuo Peso / Dimensiones: Aprox. 11g / 129x22x14mm				
Cronómetro	Operación a 4 botones Pantalla LCD grande con ajuste de contraste Indicador de 12/24 horas Hora normal y repique	30	1	pieza	30
Moldes	Moldes de silicona para 50 unidades de gomitas cada uno	10	30	piezas	300
Procesador	Mini robot de cocina Para procesar la pulpa de sábila y convertirla en líquido Capacidad: 10 litros	380	1	pieza	380
Bandejas	Acero inoxidable	35	8	pieza	280
Cuchillos	Acero inoxidable	20	6	pieza	120
Cucharones	Acero Inoxidable	18	4	pieza	72
Estante	Metálico 3 metros de ancho 2 metros de alto	200	1	pieza	200
Mesa de trabajo	De madera de quina de 2 metros de largo por 1.5 metros de ancho	800	1	pieza	800
Computadora	Marca HP cori5	2500	1	pieza	2500
Escritorio	De madera de cedro	500	1	pieza	500
Sillas	De madera de cedro	200	6	pieza	1200
TOTAL					22312

5.5.ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES

5.5.1. Necesidad de la materia prima

Para la producción de las gomitas hechas a base de jugo de sábila se tiene como principal materia prima a la planta de sábila, los proveedores se ubicarán mediante los comerciantes de esta planta en el mercado campesino de la ciudad de Tarija; muchos de esos comerciantes son también los productores de esta planta, por lo que se hace muy

importante contactarlos y mantener una comunicación constante para conseguir la materia prima.

5.5.2. Proveedores negociables

Además de obtener la materia prima del mercado campesino de nuestra ciudad también se contará con servicios básicos de las distintas empresas de Tarija como ser COSAALT, EMTAGAS, SETAR y COSETT.

Los diferentes colorantes, aromatizantes, gelificantes y conservantes que se utilizan para la producción de las gomitas se obtendrán de la distribuidora SOLQUIFAR ubicada en la avenida La Paz.

El empaque del producto se obtendrá de la imprenta PRINT ART.

5.5.3. Sistemas de compras

La realización de la compra de los empaques del producto, de la materia prima y de los insumos necesarios se realizará de manera mensual, trimestral o semestral de acuerdo a la necesidad que se tenga y de acuerdo a los niveles de producción que se manejen.

5.6. ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS

La administración de los inventarios tiene la función de determinar la cantidad y de clasificar los tipos de insumos de productos en proceso y productos terminados para hacer frente a la demanda, de esta manera facilitar los procesos de producción minimizando los costos al producir una cantidad óptima.

De esta manera se puede optimizar el tiempo porque al contar con la existencia de inventarios de productos podemos planificar eficientemente la distribución de los pedidos.

También se contará con inventarios de la materia prima esto nos servirá para proteger a la empresa en cuanto a la fluctuación de precios, ya sea por escasez de la materia prima o épocas bajas permitiendo continuar con el proceso de producción.

Para tener un mejor control de los inventarios se utilizará el método de primeros en entrar primero en salir, esto con el principal objetivo de aprovechar la materia prima y todos los insumos respetando el orden de llegada de cada uno de ellos.

Se utilizará un kardex donde se registra las entradas y salidas, saldos en cantidades y los costos unitarios y totales correspondientes

5.7.CAPACIDAD PRODUCTIVA

Considerando la capacidad productiva de la maquinaria con la que contará la empresa y del personal que se contratará se espera lograr el nivel de producción requerido.

La cantidad de gomitas hechas a base de jugo de sábila que se producirán al mes será de 50000 paquetes de 100 g cada uno.

5.8.LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La ubicación de las instalaciones de la empresa será en un punto estratégico cercano al mercado campesino de la ciudad de Tarija donde nos dotaremos de la materia prima.

Para definir la localización de la empresa se consideraron varios criterios que son los siguientes:

- Debe contar con todos los servicios básicos.
- Debe estar cerca de los proveedores de la materia prima.
- Debe estar cerca de los canales de distribución.
- Debe tener disponibilidad de la mano de obra.

- Debe tener fácil acceso en cuanto al transporte de los trabajadores.

Ubicación de la empresa

La ubicación que se eligió para la empresa cumple cabalmente con los criterios mencionados anteriormente, por lo que el lugar en donde se ubicará la empresa es en zona Villa Abaroa, Avenida 4 de Julio, entre Avenida Mejillones y calle Beni.

5.9.DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y OFICINAS

Por distribución de la planta se entiende a la ordenación física de los elementos para la elaboración del producto; esta ordenación en el proyecto incluye los espacios necesarios para el movimiento de materiales, almacenamientos, para el movimiento de los trabajadores y todas las otras actividades o servicios necesarios, así como para el equipo de trabajo y el personal del taller.

La distribución ideal de nuestra planta se basa en encontrar una ordenación de las áreas de trabajo y del equipo que sea la más eficiente y al mismo tiempo la más segura, que brinde satisfacción a los empleados en sus funciones. Los factores que se tomaron en cuenta para el diseño de la planta son los siguientes:

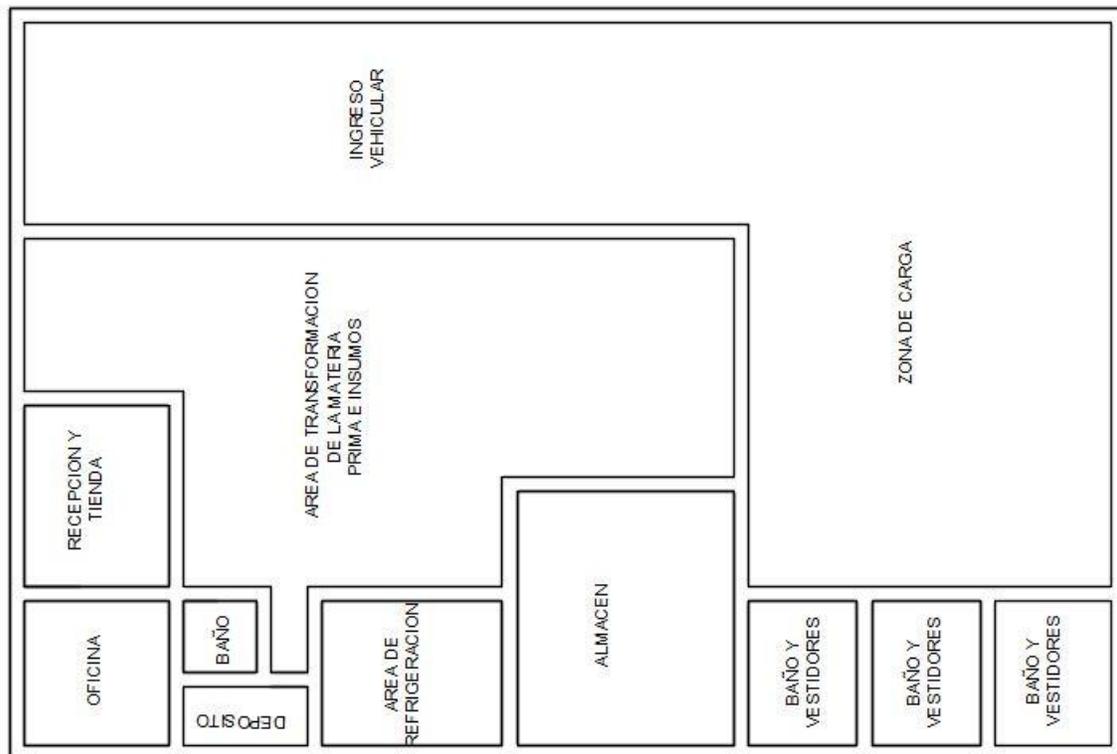
- Reducción del riesgo laboral y aumento de la seguridad de los trabajadores.
- Disminución en los retrasos de la producción.
- Aminoración de la congestión o desorden.
- Superficie para la maquinaria y equipo.
- Espacio que ocupa la mano de obra.
- Movimiento y espacio para que el personal pueda desplazarse de mejor manera.
- Extensión para ubicar las áreas de servicio como ser los sanitarios y enfermerías.
- Mayor facilidad de ajuste a los cambios de condiciones.

Al conocer las secuencias de las actividades del proceso de producción para las gomitas hechas a base de jugo de sábila se tiene una idea general de la distribución de la empresa.

Por lo que se requiere un espacio mínimo de 200 m. cuadrados, el lugar será alquilado y será dividido de la siguiente manera:

- Área de almacenamiento de la materia prima.
- Área del proceso de producción.
- Oficinas y punto de venta.
- Almacenamiento para el producto terminado.
- Baños y parqueo de movilidades.

Diseño interno de las funciones de la plata



5.10. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

5.10.1. Control de higiene

Se debe establecer normas que controlan el estado de higiene del personal, las instalaciones y equipos de la empresa.

La alta manipulación de los alimentos por parte de los operarios puede ocasionar transmisión de enfermedades mediante las manos, nariz y boca de las personas que trabajan en la empresa, por lo que se establecen las siguientes normas:

Higiene personal.- los operarios de los alimentos deberán contar con ropa especial para realizar su trabajo.

Manos.- las personas deberán tener las uñas de las manos cortas y limpias esto para prevenir que las uñas estén contaminadas con microbios; las uñas de las mujeres no deben estar pintadas con esmalte y en el momento de manipular los alimentos se deben lavar las manos oportunamente.

Cabello.- los hombres deberán tener el cabello corto la barba recortada y utilizarán barbijos y cofia para cubrir el cabello Por otra parte las mujeres deberán tener el cabello recogido dentro de la cofia y también utilizar barbijos.

Accesorios personales.- los trabajadores en el área de trabajo no deberían usar sus accesorios como ser sólo joyas collares anillos y otros.

Ropa de trabajo.- el personal de la empresa utilizará un overol de color blanco gorro barbijo guantes y un delantal.

Accidentes de trabajo o enfermedades.- Si los operarios que se encargan del proceso de producción tuvieran heridas punzocortantes o tal vez las personas están enfermas

deberán suspender sus actividades laborales y otro empleado deberá reemplazar sus funciones; los accesorios de trabajo son los siguientes:

EQUIPO DE PROTECCIÓN	
Traje de trabajo u overol	
Guantes	
Barbijos	
Gorros de redecilla o cofia.	
Mandiles	

Higiene de las instalaciones de la empresa

En las áreas de trabajo se deberá realizar la limpieza de los pisos de manera diaria como también la limpieza de los baños, de las ventanas y puertas.

Limpieza de las máquinas y utensilios de trabajo

La maquinaria será limpiada después de cada jornada de trabajo, esto se hace con el fin de mantener la higiene y que en la máquina no queden restos del producto.

Utensilios.- Luego de su uso se realizará la limpieza respectiva de cada utensilio utilizado.

Control de los desechos

Los desechos de la materia prima que es la cáscara de la hoja de sábila serán colocados en recipientes cerrados para luego ser desechados y así evitar la acumulación de desechos; el lugar donde se colocarán los desechos de la materia prima debe estar limpio con el objetivo de evitar malos olores que no se acumulen insectos u otro tipo de plagas

5.10.2. Seguridad industrial

Los accidentes de trabajo están relacionados con el proceso de producción, eso se ocasionaría si el trabajador no estaría capacitado en el área que se lo haya designado.

Para evitar cualquier tipo de accidente de trabajo los empleados serán capacitados en las áreas que se les designe, recibirán información del proceso de producción que se debe realizar y cada trabajador contará con la ropa adecuada de trabajo para así eludir cualquier tipo de riesgo.

5.11. CONTROL DE CALIDAD

Para estar seguros de la calidad de nuestro producto se debe realizar inspecciones rutinarias para controlar los procesos de la fábrica.

Al momento de adquirir la materia prima se debe verificar el estado en que se encuentra y si es la cantidad requerida.

En cuanto el producto termina su proceso se debe verificar el peso que debe cumplir los 100 gramos por paquete, también se debe comprobar que los empaques estén bien sellados y que cuenten con el etiquetado correspondiente.

Asimismo se realizará el control para que cada operario encargado del proceso productivo utilice correctamente los instrumentos necesarios; de igual manera se vigilará que los empleados trabajen con la ropa adecuada y cumpliendo con las normas de uso obligatorio de barbijos, delantales y cofias.

6. PLAN ORGANIZACIONAL DE RECURSOS HUMANOS

El estudio de organización es muy importante ya que nos permite determinar las funciones y actividades que se estiman necesarias. Asimismo se designa a las personas adecuadas para desempeñar dichas actividades.

Es posible establecer las líneas de autoridad y responsabilidad que debe existir entre los niveles jerárquicos a través de la estructura técnica de la empresa, tanto de las áreas operativas como administrativas.

6.1.OBJETIVOS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

- Definir la estructura organizacional de acuerdo a las actividades y necesidades de la empresa estableciendo funciones de cada puesto.
- Realizar el proceso de reclutamiento y selección del personal en un plazo no mayor a 2 meses una vez iniciado el proyecto.
- Capacitar al personal nuevo a través del manual de funciones acerca de la empresa aplicando el manual de funciones propuesto.
- Evaluar al personal permanentemente para el beneficio de la empresa con la técnica de evaluación de desempeño propuesto.

6.2.DISEÑO ORGANIZACIONAL

6.2.1. Estructura organizacional

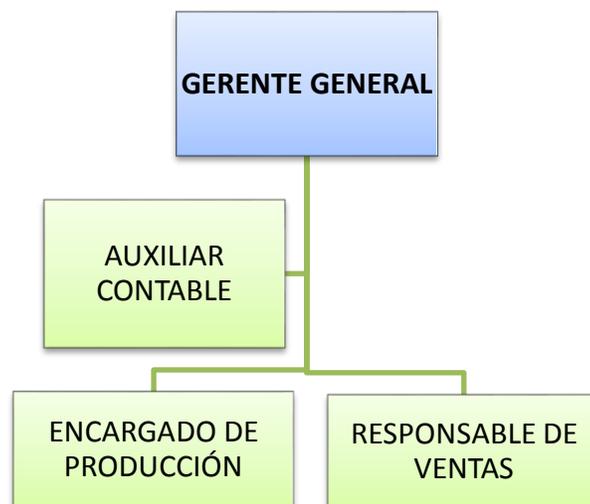
El propósito de la estructura organizacional es contribuir a la creación de un entorno favorable para el desempeño humano, por lo tanto se plantea para la empresa un diseño organizacional simple que permita una fácil gestión de áreas.

La empresa opta por una departamentalización por funciones empresarial que expresa lo que efectúa; típicamente este tipo de departamentalización es la base de uso más común para la organización de actividades y se halla presente en algún nivel de la estructura organizacional de casi todas las empresas por lo que es el más confiable.

A continuación se muestra detalladamente la estructura organizacional que conformará la empresa para ofrecer un mejor servicio y a partir de ese organigrama se podrá determinar el costo de contar con esos recursos humanos.

ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA EMPRESA

SABILITAS S.R.L.



Nivel de decisión o Superior

Este nivel contempla el cargo de máxima autoridad ejecutiva, integrado por la dirección general que está conformado por los socios o dueños de la empresa quienes tendrán la responsabilidad de cumplir los objetivos señalados por la empresa, siendo responsables por el desempeño de los funcionarios en forma eficiente y eficaz y sí también por el Gerente General.

Nivel intermedio o ejecutivo

Conformado por los jefes de departamentos, de producción y de comercialización.

Nivel operativo

Compuesto por los operarios y distribuidores que son los que van a operar las diversas tareas a realizar para lograr de esta forma todo lo señalado en los objetivos de la empresa.

El presente organigrama está sujeto a cambios ya que puede ampliarse por crecimiento de la empresa, también es dependiente del nivel de demanda en cuestión de crecimiento o encogimiento.

6.2.2. Descripción de puestos o manual de funciones

A continuación se detalla cada uno de los puestos que se requiere para la empresa.

MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre del cargo	Gerente General
Supervisa a:	<ul style="list-style-type: none">• Encargado de producción.• Auxiliar contable.• Responsable de ventas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none">• Planificar las estrategias a nivel empresarial y del entorno asociado al sector al que pertenece.• Establecer los lineamientos para la elaboración del plan operativo de la empresa y para los distintos niveles gerenciales bajo su cargo.• Supervisar las estrategias de ejecución de las obras que se están realizando.

- Controlar las actividades de carácter financiero y administrativo de la organización.
- Atender y resolver los problemas de recursos humanos de la empresa.
- Resolución de problemas administrativos y de funcionamiento.
- Revisión exhaustiva del trabajo de los departamentos a cargo.

Nombre del cargo

Responsable de producción

- Planificar, gerenciar y supervisar las labores realizadas en el área de la producción de las gomitas hechas a base de jugo de sábila.
- Dirigir y controlar diariamente el proceso productivo verificando desde la calidad de la materia prima hasta obtener un producto de acuerdo con las especificaciones establecidas por la empresa.
- Normalizar los desarrollos estratégicos a seguir para conseguir los objetivos de la empresa teniendo en mira la misión y visión.
- Dar apoyo a las actividades del Gerente General.
- Coordinar dirigir y supervisar la elaboración de informes y estudios técnicos solicitados por las autoridades de la empresa.
- Verificar el cumplimiento del plan estratégico de la Gerencia de Producción.

Nombre del cargo	Responsable de ventas
Supervisa a:	Personal para la comercialización
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y supervisar las labores realizadas en el área de comercialización. • Garantizar que los procesos se ejecuten de manera eficaz y según lo planificado. • Normalizar los desarrollos estratégicos a seguir para conseguir los objetivos de la empresa teniendo en mira su misión y visión. • Establecer estrategias de mercado para una mejor posición del producto. • Coordinar dirigir y supervisar la elaboración de informes y estudios técnicos solicitados por la autoridad de la empresa. • Verificar el cumplimiento del plan estratégico de la gerencia de comercialización.

6.2.3. Proceso de integración del personal

Idalberto Chiavenato en su libro Administración de Recursos Humanos, segunda edición página 115 y 121, denomina al proceso de integración de personas como de ingreso el cual básicamente está conformado por el reclutamiento, selección e inducción del personal.

Para la empresa resulta funcional la captación de personal, razón por la cual se pretende adquirir ventajas competitivas no solo a nivel del producto sino también en su recurso humano que resulta ser el único sostenible a lo largo del tiempo. A continuación se presenta el procedimiento administrativo del personal, el cual está compuesto por las funciones de gestión de recursos humanos.

➤ **Reclutamiento y selección**

La empresa que se pretende incorporar al mercado departamental requiere de una contratación externa de personal.

Para el proceso de reclutamiento la empresa buscará al personal para llenar los puestos vacantes utilizando como medio de comunicación la publicación en páginas web relacionadas con fuentes laborales, así también a través de la página de Facebook que se creará a nombre de la empresa.

El proceso de reclutamiento concluirá con las recepciones de la solicitud de empleo y el currículo de requisitos correspondientes requeridos para el puesto, para aquellas personas interesadas.

Luego de tener dichas solicitudes se procederá a la selección del personal tomando en cuenta los siguientes detalles del cargo que requiere cada puesto de la empresa.

Especificación de las características de las personas a contratar

Perfil del rango Gerente General

Conocimientos

- Para la ocupación de este puesto se requiere tener una carrera profesional en área administrativa y contable con Licenciatura en Administración de Empresas.

Experiencia

Debe contar con experiencia mínima de 2 años.

Por lo tanto este puesto es el más importante dentro de la empresa porque su desempeño se refleja en los resultados ya que de él dependen los demás puestos; se requiere capacidad para dirigir y tomar decisiones, así como tener iniciativa y creatividad.

Características

- Características del líder.
- Creatividad.
- Atención concentrada en los detalles.
- Capacidad de negociar.
- Capacidad de relación gestión y negociación en el entorno regional y nacional.
- Visión sistemática.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Manejo de conflictos.

Perfil del rango de Responsable de Ventas y Distribuidor

Conocimientos

La persona deberá tener conocimientos en el área de venta.

Conocimientos en gestión de recursos humanos materiales y financieros.

Conocimientos en el área de planificación estratégica en la segmentación de mercado y marketing comercial.

Experiencia

Experiencia mínima en el área al menos de 6 meses.

La razón principal es que se requiere tomar decisiones importantes en su área de trabajo por lo tanto es necesario tener la capacidad de resolver los problemas que se le presenten.

Características

- Facilidad de comunicación.
- Cordialidad en el trato con las personas.
- Capacidad de relación gestión y negociación.
- Integración, visión sistemática, coordinación, organización y supervisión.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Manejo de conflictos líder.
- Líder.

Distribuidor

Requisitos mínimos para el desempeño del cargo

Brevet profesional categoría B con una experiencia mínima de un año y conocimiento de las zonas de distribución.

Perfil del cargo del responsable de producción

Conocimientos

- Conocimientos sobre la organización de los sistemas de producción en el área.
- Experiencia en el manejo de actividades de procesos de producción.
- Discernimiento en gestión de recursos humanos materiales y productivos.
- Conocimiento en el área de planificación estratégica en la elaboración de gomitas.

Características

- Capacidad de relación gestión de producción.
- Coordinación organización y supervisión.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Manejo de conflictos.
- Líder.

Encargado de producción.

Conocimiento

Sobre el proceso de elaboración de gomitas u otro tipo de golosinas.

Requisitos intelectuales

Escolaridad: Discernimiento de manipulación de alimentos, amplio conocimiento en la elaboración de productos similares al nuestro

Experiencia: 1 año mínimo como operador en la misma área.

Actitudes: Compromiso responsabilidad agilidad creatividad y puntualidad.

Requisitos físicos: Poseer buena articulación y fuerza física.

Responsabilidades: Será el encargado de que la producción sea satisfactoria y que se cumplan los tiempos.

Condiciones de trabajo

Ambiente: Olores agradables y un leve ruido de las máquinas.

Riesgos: Mínimos.

Una vez cumplido con los requisitos mínimos se procederá a la selección mediante estos pasos.

- Solicitud de empleo.
- Entrevista inicial de selección.
- Examen médico.
- Análisis de decisión final.

Después de haber tomado en cuenta las especificaciones de cada puesto en el proceso de reclutamiento, la contratación será de la persona que mejor cumpla con los requisitos del puesto del que se trata.

Una vez evaluado el perfil de los candidatos se procederá a realizar el pre seleccionado, una entrevista formal por parte del Gerente en la que se aplicará preguntas de acuerdo a las especificaciones que el cargo requiere; si es que existen varios candidatos la empresa optará por adaptar otra alternativa de selección de personal que será el concurso de méritos.

La decisión final estará a cargo del Gerente General en función a los resultados que se dé luego de practicar las comparaciones de las cualidades del candidato con las aspiraciones y con las especificaciones del cargo.

➤ **Contratación**

Ya seleccionado el personal adecuado, se procederá a la contratación de aquel que haya cumplido con las exigencias mínimas específicas del cargo, por lo cual se procederá a efectuar el contrato de trabajo con todas las cláusulas necesarias que beneficien tanto al

empleado como a la empresa donde quedarán específicas en mutuo acuerdo las responsabilidades y obligaciones de las partes interesadas.

➤ **Inducción**

Una vez que el personal fue contratado se procederá a capacitarlo acerca del producto que ofrece la empresa, el segmento al que se dirige los precios y otras informaciones. También aspectos organizacionales y estrategias de la empresa. Todo el proceso de capacitación estará a cargo del Gerente General de la empresa.

Posteriormente se procede a la entrega del manual de funciones para dar a conocer cuáles son las funciones a desempeñar por cada empleado de la empresa; una vez que el empleado haya presentado un informe favorable durante el período de prueba se procederá a contratarlo de forma permanente, caso contrario se dejará de prescindir de sus servicios. De acuerdo a la ley el período de prueba es de 3 meses.

➤ **Evaluación del desempeño**

El método que se utilizará para realizar la evaluación del desempeño será el de elección forzada ya que mediante este método se puede eliminar la superficialidad, generalización y la subjetividad. Este método consiste en evaluar el desempeño de las personas por medio de bloques de frases descriptivas que se enfocan en determinados aspectos del comportamiento.

6.3.ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

El pago de los sueldos y salarios será equitativo en proporción directa de su desempeño y referencia a lo que ganan sus compañeros que hacen actividades similares.

6.3.1. Presupuesto del salario para el personal

SUELDOS Y SALARIOS EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
CARGO	CANTIDAD DE PUESTOS	MESES	REMUNERACIÓN MENSUAL
Gerente General	1	12	2900
Auxiliar contable	1	12	2150
Encargado de producción	1	12	2200
Encargado de ventas	1	12	2400
TOTAL			9650

7. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

7.1.TIPO DE SOCIEDAD

La empresa será una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) cuyo capital integrado por cuota no está representado por títulos negociables, en donde la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario ya que todos los socios responderán con el monto o capital que se requiere en forma equitativa para el respectivo funcionamiento del proyecto.

Los pasos legales que se deben realizar para la implementación de nuestro proyecto son los siguientes:

- Constitución legal de la empresa en FUNDEMPRESA.
- Inscripción en el registro de comercio.
- Inscripciones servicio impuestos nacionales.
- Inscripción a la municipalidad.
- Inscripción en el Ministerio de Trabajo.
- Afiliación en la caja Nacional de salud.
- Inscripción en la Cámara del sector respectivo.

7.2.CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA EN BOLIVIA

La constitución de la empresa deberá realizarse ante un notario de fe pública y deberá contemplar los siguientes pasos:

- Lugar y fecha de constitución.
- Nombre, edad, estado civil, nacionalidad, profesión y dirección de las personas naturales o jurídicas.
- Nombre y dirección de la empresa.
- Giro o razón social.
- Montos de acciones o cuotas de capital.

- Plazo de duración.
- La manera en que se llevará a cabo la organización y el control de la empresa así como los nombres de los representantes legales.
- La manera en la que el directorio convocará, constituirá y tomará decisiones en las asambleas generales de accionistas.
- Previsiones para reservas.
- Derechos y obligaciones de los accionistas.
- Disolución, liquidación y arbitraje.

7.3.OBLIGACIONES FISCALES

Las instituciones que regulan el funcionamiento de las empresas en la ciudad de Tarija son las siguientes:

- Registro de la empresa en la Cámara de Comercio.
- Obtención del NIT además determina el tipo de impuesto que se tiene que pagar como el IUE 25% anualmente IVA 13% el IT 3% mensualmente.
- Padrón municipal y licencia de funcionamiento.
- Afiliación de la empresa y las personas que trabajan en ella.
- Registro del empleado.

7.3.1. FUNDEMPRESA

La empresa para registrarse debe proceder de la siguiente manera:

Requiere verificar la disponibilidad del nombre comercial que utilizará la empresa a través del control de homonimia.

Efectuar el registro de comercio de acuerdo a la forma legal que tendrá la empresa para ver los requisitos que infiere.

Si el representante legal es extranjero debe presentar el documento original que acredite la dedicatoria en el país (únicamente para verificación), debiendo constar en el mismo alternamente VISA de objetivo determinado, VISA múltiple o permanencia indefinida acompañado de una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso puede también presentar certificación original o fotocopia legalizada extendida por el Servicio Nacional de Migración (SENAMIG).

Plazo del trámite: dos días hábiles computables a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el registro de comercio.

7.3.2. Servicio de Impuestos Nacionales S.I.N.

Este paso es primordial, debido a que comenzamos a formar parte de los contribuyentes y de esta manera podemos iniciar con nuestra actividad, además que su tramitación no lleva mucho tiempo tan solo algunos minutos si se cuenta con todos los papeles que se requieren. Igualmente que este trámite no tiene costo alguno, de esta manera se puede obtener el número de identificación tributaria (N.I.T.) según régimen impositivo los trámites pertinentes.

La entrega del certificado N.I.T. es inmediata si se cumple los requisitos indicados, una vez obtenido el certificado N.I.T. la empresa tiene 20 días para presentar su balance de apertura que indica el inicio de actividades.

Número de identificación tributaria

El número de identificación tributaria N.I.T. es un registro con el que debe contar la empresa ya que el mismo constituye el registro único de contribuyentes.

Su utilización será obligatoria, el trámite del N.I.T. será completamente gratuito; si la empresa no cuenta con este registro se hace acreedor/a a las sanciones establecidas

para tal efecto, multa por incumplimiento de deberes formales por no inscribirse en el registro de contribuyentes U.F.V.2500 y clausura del local no registrado.

Para obtener el N.I.T. debe empadronarse en servicio de impuestos nacionales y esperar a que el servicio de impuestos nacionales procese los datos presentados por la empresa; posteriormente se le entrega su nuevo documento.

Los documentos que recibirá la empresa en un sobre manila son los siguientes:

- Cartel de exhibición del N.I.T. y tarjeta de contribuyente.
- Certificado de inscripción.
- Volante con información básica.

Una vez recibido se debe firmar el acuse de recibo, el mismo se encuentra en la parte posterior del sobre que se le entregará. Debe colocar el cartel del N.I.T. aquel que dice “exija su factura” en un lugar visible a los clientes.

Si se pierde el N.I.T. debe dirigirse a las oficinas de su jurisdicción y solicitar una reposición del mismo, el trámite es completamente gratuito debiendo el contribuyente llenar el formulario correspondiente para el régimen general, formulario 4595 – 1 y presentar su documento de identidad.

Impuestos a pagar

Los impuestos que la empresa debe pagar son los siguientes:

- I.V.A. impuestos al valor agregado, 13%.
- I.T. impuesto a las transacciones, 3%.
- I.U.E. impuesto a las utilidades de la empresa, 25%

7.3.3. Gobierno municipal

Continuando con el proceso, se necesita realizar la transacción para la obtención de la licencia de funcionamiento, con el objetivo de certificar la apertura de nuestra actividad económica considerando que deben efectuar todas las actividades comerciales y de servicios existentes en la ciudad.

Se pueden obtener los formularios utilizando el N.I.T. ya obtenido y el nombre que acompaña este, ya sea una persona natural o jurídica, para obtener la licencia de funcionamiento según el sector de servicio dentro de lo que son los productos alimenticios.

El gobierno municipal, para otorgar la licencia de funcionamiento, una vez presentados todos los requisitos y previo el de dicha licencia, efectuará una inspección mediante la cual verificará las condiciones técnicas (conexiones de agua, luz, gas, etc.), condiciones ambientales respecto al ruido, condiciones laborales, higiene, salubridad, de tal manera que se aprueba o rechace la respectiva solicitud de licencia de funcionamiento.

7.3.4. Caja Nacional de Salud (C.N.S.)

Todas las empresas deben inscribir a sus empleados a la caja Nacional de Salud para cumplir con las normas sociales vigentes de acuerdo a la norma legal que posea, también hay la opción de que un trabajador pueda incorporarse a la Caja de forma voluntaria, puede hacer sus consultas individuales de acuerdo a ello se puede observar los trámites correspondientes y requisitos necesarios para una sociedad de responsabilidad limitada

7.3.5. Administración de Fondo de Pensiones (AFPs)

Son los encargados de administrar los recursos de los trabajadores cuando los mismos lleguen a una edad avanzada, su principal objetivo es incrementar el nivel de ahorro del

país de acuerdo a las leyes vigentes, por lo que todas las empresas están obligadas a registrarse ante las AFPs.

7.3.6. Ministerio de Trabajo

El último paso del proceso a realizar para la tramitación es en el Ministerio de Trabajo tomando en cuenta que dura sólo un día y tiene un costo aproximado de bolivianos 50

7.3.7. Leyes y normas que regulan al proyecto

➤ Ley general del trabajo

Marco jurídico laboral del contrato de trabajo

En el presente proyecto se tomará en cuenta las disposiciones vigentes del Decreto Supremo 21060 en el cual se estableció que las empresas del sector público y privado pueden aplicar la libre contratación del personal.

Contrato individual del trabajo

El contrato de trabajo es la relación que vincula al empleador con el trabajador para que realice un determinado trabajo.

Los contratos que efectúe la empresa serán de tiempo mínimo o máximo, eso según el personal que ocupe el cargo, estos contratos serán en forma normal y sencilla.

Jornada de trabajo

La jornada de trabajo de la empresa estará en función al artículo N° 46. Donde se establece que la jornada de trabajo no excederá las 8 horas por día y 48 horas por semana.

Sistema de pagos de sueldos

Los periodos de tiempo para el pago de salarios no excederán de 15 días. Serán días hábiles para el trabajador todos los días del año con excepción de los feriados, considerándose tales todos los domingos feriados civiles y los que así fueran declarados ocasionalmente por leyes y decretos especiales.

Sueldos

Los sueldos a pagar en la empresa serán fijados en función al salario mínimo instituido por ley y también por las funciones que desarrolla.

Aguinaldo

La ley indica que todos los que trabajan tres meses o más deben recibir aguinaldo; en el caso de nuestro proyecto los empleados tendrán derecho a cobrar aguinaldo si la persona cumple los 3 meses de trabajo.

El monto a pagar por el aguinaldo de un año dependerá del total del sueldo dividido por los 12 meses de trabajo por lo que el aguinaldo será un sueldo completo.

Ahora si el empleado viene trabajando con la empresa menos de un año entonces su aguinaldo será igual al total del sueldo dividido por los 12 meses que tiene el año y multiplicado por el número de meses trabajados.

Vacaciones

Las vacaciones que tenga el empleado de la empresa dependerán del número de años que este trabaje, por lo que la empresa seguirá las normas que indica la ley del trabajo.

Según la ley estos son los días de vacaciones que tiene un trabajador según los años de trabajo:

DÍAS DE VACACIONES QUE TIENE EL TRABAJADOR SEGÚN AÑOS TRABAJADOS

AÑOS DE TRABAJO	DÍAS DE VACACIÓN	TOTAL PAGADO
1-5	15	Duodécimos
5-10	20	Duodécimos
10 en adelante	30	Salario mes completo

La duodécima de pagos dentro del período de vacaciones igual al total pagado dividido por 30 días multiplicado por el número de días hábiles.

➤ SENASAG

El Servicio Nacional de Seguridad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria tiene como misión asegurar la inocuidad de alimentos y bebidas en el territorio boliviano.

El SENASAG hace un seguimiento a la empresa que procesa alimentos de origen agropecuario, tras el seguimiento; si la empresa cuenta con todos los requisitos el SENASAG otorga un certificado sanitario, el cual sirve como aval y certificación que indica que la empresa está produciendo un producto inocuo por lo tanto garantizado para el consumo.

Para obtener el certificado sanitario se deben presentar los requisitos correspondientes.

Cumplido con los requisitos, el SENASAG va a realizar una inspección de todo el proceso además de la infraestructura, maquinaria, equipos, materiales, insumos y el personal. Si las normas de higiene, limpieza y desinfección son cumplidas por la empresa, el SENASAG pasa a conocer el registro sanitario.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE LA ORGANIZACIÓN

GASTOS DE ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

INVERSIÓN DIFERIDA EXPRESADO EN BOLIVIANOS		
Nº	DETALLE	SUB TOTAL
1	FUNDEMPRESA	660
2	H. Alcaldía Municipal	3595
3	Certificado único de empleado	100
4	SENASAG	1450
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		5805

8. PLAN FINANCIERO

8.1.OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA

- Determinar el capital que se requiere invertir para la realización del proyecto.
- Calcular los egresos e ingresos que la empresa puede generar en su funcionamiento.
- Conocer la rentabilidad del negocio utilizando las técnicas financieras de valor actual neto, tasa interna de retorno y el periodo de recuperación.

8.2.ESTRUCTURA DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTOS

Para poder llevar a cabo el plan de negocio se debe conocer su viabilidad; si será rentable y si contará con la liquidez necesaria el estudio se realiza para los cinco primeros años de la empresa para determinar la cantidad a invertir y los costos que tendrá la puesta en marcha de la empresa se realizará de la siguiente manera:

8.2.1. Inversión fija

Este plan de negocios requiere la adquisición de herramientas, muebles y enseres, vehículo, maquinarias y equipos de computación para su funcionamiento, que llegan a ser los activos fijos de la empresa por lo que se detallará los costos; para conocer la inversión se debe materializar:

ACTIVOS FIJOS

Herramientas

Para llevar a cabo la elaboración de las gomitas hechas a base de jugo de sábila se necesitará las siguientes herramientas con un valor total de: 832 Bs.

INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS					
EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	Moldes	Pieza	30	10	300
2	Bandejas	Pieza	8	35	280
3	Cuchillos	Pieza	6	20	120
4	Cucharones	Pieza	4	18	72
5	Cronometro	Pieza	1	30	30
6	Termómetro	Pieza	1	38	38
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					840

Muebles y enseres

Para llevar a cabo la elaboración de las gomitas hechas a base de jugo de sábila se necesitará los siguientes muebles y enseres con un valor total de: 1700 Bs.

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES					
EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	Estante	Pieza	1	200	200
2	Silla	Pieza	1	200	200
3	Escritorio	Pieza	1	500	500
4	Mesa de trabajo	Pieza	1	800	800
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					1700

Vehículo de transporte

Para llevar a cabo la elaboración de las gomitas hechas a base de jugo de sábila se necesitará el siguiente vehículo con un valor de: 12615 Bs.

INVERSIÓN EN VEHÍCULO					
EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL
1	Motocarro	1	1	12615	12615
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					12615

Inversión en equipo de computación

Para llevar a cabo la elaboración de las gomitas hechas a base de jugo de sábila se necesitará el siguiente equipo de computación con un valor de: 2500 Bs.

INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN					
EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL
1	Computadora de escritorio.	Pieza	1	2300	2300
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					2300

Maquinaria

Para llevar a cabo la elaboración de las gomitas hechas a base de jugo de sábila se necesitará la siguiente maquinaria con un valor de: 16280 Bs.

INVERSIÓN EN MAQUINARIA					
EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	Marmita	Pieza	1	15500	15500
2	Balanza Analítica	Pieza	1	400	400
3	Procesador	Pieza	1	380	380
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					16280

Para calcular la inversión fija se sumarán todos los costos que se mencionaron anteriormente para así conocer el total de toda la inversión fija.

RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA INICIAL			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
N°	DETALLE	UNIDAD	TOTAL
1	HERRAMIENTAS	Pieza	840
2	MUEBLES Y ENSERES	Pieza	1700
3	VEHÍCULO	Pieza	12615
4	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	Pieza	2300
5	MAQUINARIA	Pieza	16280
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			33735

ACTIVOS CORRIENTES

Cuenta de banco

La empresa cuenta con una caja de ahorro de bs 10000.- en el banco Mercantil Santa Cruz.

CUENTA DE BANCO		
EXPRESADA EN BOLIVIANOS		
N°	ENTIDAD FINANCIERA	VALOR
1	Mercantil Santa Cruz	10000
TOTAL		10000

Inventario de mercadería

En el inventario de mercadería se contempla la compra de varios ítems como ser: gelatina sin sabor, ácido cítrico, jarabe de glucosa, aromatizantes, saborizantes y colorantes además de lo principal para la elaboración del producto, es decir la materia prima fundamental que es la hoja de sábila. La suma en cuanto a la adquisición de todas estas mercaderías asciende a un total de Bs 77500.-

INVENTARIO DE MERCADERÍAS			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
N°	NOMBRE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Gelatina sin sabor BLOOM 250	65	28670
2	Ácido cítrico	10	1760
3	Colorantes	25	2000
4	Saborizante/aromatizante	26	2026
5	Jarabe de glucosa	20	19465
6	Jugo de sábila		18154
7	Edulcorante	50	5425
TOTAL			77500

8.2.2. Inversión diferida

En los siguientes cuadros se detalla los costos que se realizarán en la inversión diferida.

INVERSIÓN DIFERIDA			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
N°	DETALLE	SUB TOTAL	TOTAL
1	FUNDEMPRESA	660	660
2	H. ALCALDÍA MUNICIPAL	3595	3595
3	CERTIFICADO ÚNICO DE EMPLEADO	100	100
4	SENASAG	1450	1450
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			5805

8.2.3. Capital de trabajo

Capital total a invertir

Con la obtención de los costos de los materiales directos e indirectos se puede determinar el monto total que se debe invertir.

CAPITAL A INVERTIR			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
N°	DETALLE	SUB TOTAL	TOTAL
1	INVERSIÓN FIJA INICIAL	33735	33735
2	INVERSIÓN DIFERIDA	5805	5805
3	INVERSIÓN CORRIENTE	87500	87500
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			127040

8.2.4. Financiamiento

Para la apertura y puesta en marcha de la empresa se requiere una base en cuanto a financiamiento; la cantidad de inversión necesaria no es demasiado elevada por lo que se optará por realizar un aporte al 100% de inversión propia.

Sueldos y salarios

Para la determinación del costo total de la mano de obra se tomó en cuenta el número de subordinados con los que contará la empresa; el pago del salario se basa en el salario mínimo legal que está vigente. En el siguiente cuadro se detalla el número de operarios que la empresa requiere y el monto que se les pagará por las funciones que realicen.

SUELDOS Y SALARIOS				
EXPRESADO EN BOLIVIANOS				
CARGO	CANTIDAD DE PUESTOS	MESES	REMUNERACIÓN MENSUAL UNITARIA	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	12	2800	36400
Operario	1	12	2150	27950
Distribuidor	1	12	2200	28600
Encargado de ventas	1	12	2400	31200
TOTAL			9550	124150

Los costos en los que se incurrirá en cuanto a los recursos humanos para el funcionamiento de la empresa constituyen un 79.2 % de los costos fijos.

Gastos administrativos

Los gastos administrativos que son generados por la empresa que consideramos para nuestros cálculos son insumos de oficina, servicios básicos en general y gastos de transporte; los costos se detallan en el siguiente cuadro:

GASTOS ADMINISTRATIVOS POR AÑO					
EXPRESADOS EN BOLIVIANOS					
Nº	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Energía eléctrica	Mensual	12	230	2760
2	Teléfono celular	Mensual	12	20	240
3	Servicios de transporte	Mensual	12	225	2700
4	Material de escritorio	Mensual	12	200	2400
5	Agua	Mensual	12	80	960
6	Gas	Mensual	12	40	480
7	Alquiler	Mensual	12	1800	21600
COSTO TOTAL				2595	31140

GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Los gastos de ventas se refieren a los gastos de promoción y venta del producto, dichos gastos se detallan en el siguiente cuadro:

GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN POR AÑO					
EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
Nº	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Publicidad en Redes Sociales	Anual	1	400	400
2	Afiches	Anual	1000	0.80	800
3	Volantes	Anual	1000	0.30	300
COSTO TOTAL					1500

Estos gastos constituyen el 20,8% del total que son la suma entre los gastos administrativos más los gastos de comercialización.

8.3.DETERMINACIÓN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN

Determinación de los costos fijos y variables.

En el cuadro siguiente se presentan los costos fijos y variables:

RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES		
EXPRESADO EN BOLIVIANOS		
N°	NOMBRE	MONTO
1	Sueldos y salarios	9550
2	Gastos operativos	2595
3	Gastos de comercialización	125
	TOTAL	12270

8.4.DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Determinación del costo unitario del producto

Los costos en los que se incurren para la producción nos ayudarán a determinar el precio unitario del producto, que se lo detalla a continuación:

DETERMINACIÓN DEL COSTO DEL PRODUCTO	
EXPRESADO EN BOLIVIANOS	
DETALLE	MONTO
Costo variable	2.55
Costo fijo	1.85
Total costo de producción	4.4
Margen de utilidad	20%
Precio de venta	5.5
IVA	13%
Precio con factura	6.215

8.5.CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN

El método que se utiliza para determinar la depreciación será el de línea recta, los artículos que se depreciarán son los siguientes:

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS							
EXPRESADA EN BOLIVIANOS							
Nº	ACTIVOS TANGIBLES	MONTO	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR RESIDUAL
1	Vehículo	12615	20	5	2523	12615	0
2	Equipo de computación	2300	25	4	575	2875	0
3	Maquinaria y equipo	16280	20	5	3256	16280	0
4	Muebles y enseres	1700	10	10	170	850	850
5	Herramientas	840	25	4	210	1050	0
TOTAL		33735			6734		805

8.6.BALANCE DE APERTURA

BALANCE DE APERTURA				
SABILITAS S.R.L.				
Practicado al viernes 7 de Junio de 2019				
EXPRESADO EN BOLIVIANOS				
ACTIVOS			PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES		87500	PASIVOS CIRCULANTES	
Caja	0		Cuentas/documentos por pagar	0
Banco	10000			
Inventario de mercaderías	77500			
Otros activos circulantes	0		PASIVO NO CIRCULANTE	
ACTIVO NO CIRCULANTES		39540	Crédito bancario	0
Activos fijos	33735			
Vehículo	12615		PATRIMONIO	
Equipo de computación	2300		Capital Contable	127040
Maquinaria y equipo	16280		Aporte por cada acción	127040
Muebles y enseres	1700			
Herramientas	840			
Activos intangibles	5805			
Licencia de funcionamiento	3595			
FUNDEMPRESA	660			
Certificado único de empleado	100			
SENASAG	1450			
TOTAL ACTIVOS	127040		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	127040

8.7.FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es uno de los estados financieros que permite conocer la viabilidad del negocio para la determinación de los ingresos y los costos en los que incurre la empresa.

Se lo desarrollará de la siguiente manera:

Proyección de los ingresos en efectivo de los próximos cinco años:

Para el cálculo de la producción se utiliza la siguiente fórmula:

$$Q_f = Q_A (1 + i)^n$$

Datos:

Q_f : Cantidad Futura

Q_A : Cantidad Actual

I : tasa de crecimiento poblacional

n : tiempo

Obtener los ingresos de efectivo para la empresa dependerá de la cantidad que se produzca y al precio estimado sin el IVA

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
INGRESOS ANUALES (2019-2023)			
AÑO	CONSUMO ANUAL	PRECIO	TOTAL INGRESO
2019	50000	5,6644	283223
2020	51495	5,6644	291691
2021	53035	5,6644	300412
2022	54621	5,6644	309395
2023	71851	5,6644	406996

Para la proyección de la demanda se utilizó los siguientes datos:

i : 2.99 % crecimiento poblacional

n : tiempo

Proyección de la materia prima para los cinco años

Para la determinación de los costos de la materia prima se toma en cuenta la posibilidad de que aumente la demanda de este nuevo producto en el mercado, por lo que la producción puede variar en los próximos cinco años.

MATERIAS PRIMAS					
DETALLE	AÑO				
TIPO DE COSTO	1	2	3	4	5
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Costos Fijos	156790	156790	156790	156790	156790
Costos Variables	79817	82204	84662	87193	89800
COSTO TOTAL	236607	238994	241452	243983	246590

Con los datos obtenidos sobre la cantidad a producir cada año, el precio de venta y el costo de producción se realiza el flujo de caja desarrollado en el siguiente cuadro.

8.7.1. Evaluación Financiera

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO						
EXPRESADO EN BOLIVIANOS						
DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
	AÑO "CERO"	1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS	0	283223	291691	300412	309395	406996
(+) Ventas		283223	291691	300412	309395	406996
(+) Valor Residual						850
(+) Capital de operaciones						87500
B: EGRESOS EFECTIVOS		246578	250485	254508	258652	285008
(-) Inversión Fija	33735					
(-) Inversión Diferida	5805					
(-) Capital de operaciones	87500					
(-) Costos Variables		79817	82204	84662	87193	89800
UTILIDAD BRUTA		203405	209487	215751	222202	317196
(-) Costos Fijos		156790	156790	156790	156790	156790
UTILIDAD ANTES DE INT. E IMP		46615	52697	58961	65412	160406
(-) Costos Financieros		0	0	0	0	0
(-) Depreciaciones		6734	6734	6734	6734	6734
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		39881	45963	52227	58678	153672
(-) Impuesto de Ley		9970	11491	13057	14669	38418
UTILIDAD NETA		29911	34472	39170	44008	115254
(+) Depreciación		6734	6734	6734	6734	6734
(-) Amortización Préstamo		0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	-127040	36645	41206	45904	50742	121988
Flujo de caja acumulado		36645	77851	123755	174498	296485

8.7.1.1. Cálculo del Valor Presente Neto (V.A.N.) y la Tasa Interna de Retorno (T.I.R.)

El VAN es la sumatoria de los flujos de caja netos actualizados menos la inversión inicial, es una medida absoluta de la rentabilidad del proyecto.

La TIR es la tasa de actualización que nos anula la rentabilidad absoluta neta del proyecto, es decir, que hace el VAN = 0, la TIR representa la rentabilidad general del proyecto.

INDICADORES	
VAN	122215
TIR	28.99%

Según el resultado obtenido el inversionista recupera su inversión y cubre los costos de operación obteniendo una utilidad de Bs. 122215.-

La TIR es la tasa que iguala los flujos de efectivo actualizados con la inversión inicial del proyecto, por lo que es el porcentaje de rendimiento que se obtiene al invertir en un proyecto. Para nuestro emprendimiento la TIR es de 28,99% que es superior al costo de capital, lo que indica que el proyecto es rentable.

8.7.1.2. Periodo de recuperación de la inversión

Cálculo de los años que se requiere para recuperar la inversión.

$$PR = tn + \frac{(SA_1)}{(SA_1 + SA_2)} - m$$

Donde:

Pr: Periodo de Recuperación

Tn: número de años que transcurre desde el momento que fue efectuado el primer desembolso hasta el saldo acumulado negativo.

SA₁: El último saldo acumulado negativo

SA₂: El primer saldo acumulado positivo

m: el periodo de maduración

PERIODO DE RECUPERACIÓN EXPRESADO EN BOLIVIANOS				
PERIODO	AÑO	INVERSIÓN	UTILIDAD NETA	SALDO ACUMULADO
1	0	-127040	-	-127040
2	1		36645	-90395
3	2		41206	-49189
4	3		45904	-3285
5	4		50742	47457
6	5		121988	169445

$$PR = 5 + \frac{90395}{92395 + 47457} - 3$$

$$PR = 2.65$$

P.R.: 2 años y 8 meses

La recuperación de este proyecto se recuperará en 2 años y 8 meses.

8.7.1.3. Análisis de sensibilidad

Análisis de escenario pesimista

Es cuando aumenta el costo de la materia prima ya sea por una inflación o una época de baja producción, podemos tomar como incremento un 10% aproximadamente.

INDICADORES	
VAN	82822
TIR	20.79%

El resultado de la inversión financiera, considerando un escenario pesimista, demuestra que el emprendimiento sigue siendo rentable, que genera un VAN de Bs. 82822 considerando un incremento en la materia prima de 10%.

A pesar de este incremento el emprendimiento soportaría este aumento en los costos aunque el periodo de recuperación de la inversión se dilataría considerablemente.

Análisis de escenario optimista

En este escenario se espera que las ventas de nuestro nuevo producto aumenten en un 10% que significa mayores ingresos; los resultados se presentan de la siguiente manera:

INDICADORES	
VAN	178299
TIR	37.85%

En este escenario optimista se supone un incremento en la producción garantizando la rentabilidad del emprendimiento, con un VAN de Bs. 178299 y una TIR de 37.85%.

Para poder lograr este escenario es necesario conseguir la preferencia de los consumidores, lo cual resulta posible por tratarse de un producto nutritivo y saludable.

Conclusión del estado financiero

Según los datos obtenidos del estado financiero realizado para nuestro emprendimiento podemos aseverar que se requiere una inversión de Bs. 127040.- que será financiado en su totalidad por inversionista privado ya que no se considera que sea un monto demasiado elevado como para recurrir a un financiamiento bancario.

Con respecto a la evaluación financiera se observa que con la inversión inicial de Bs. 127040.- se genera una VAN de Bs. 122215,2.- y una TIR de 28,99% y un periodo de recuperación de 2 años y 8 meses.

Para la realización del análisis de sensibilidad se consideró tanto el incremento del 10% en costos de materia prima para el escenario pesimista y un incremento del 10% en las ventas del producto para el escenario optimista de lo que se obtuvo los siguientes resultados:

EVALUACIÓN FINANCIERA EN LOS DIFERENTES ESCENARIOS			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
CONCEPTO	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO ACTUAL
Inversión inicial	127040	127040	127040
VAN	82822	178299	122215.2
TIR	20.79%	37.85%	28.99%

Según la tabla anterior podemos observar que en el escenario pesimista la VAN y TIR sigue teniendo cifras positivas a pesar del incremento en los costos de la materia prima, es decir este emprendimiento sigue siendo rentable.

En el escenario optimista los indicadores de VAN y TIR se ven aún más elevados lo que nos confirma la rentabilidad del emprendimiento en el caso de que las ventas aumentaran un 10 %.

En el escenario actual tenemos los indicadores de VAN y TIR con cifras positivas por lo tanto podemos concluir que el emprendimiento es rentable.

8.8.PUNTO DE EQUILIBRIO

La determinación del punto de equilibrio indica la cantidad que se debe producir para cubrir los costos y evitar pérdidas; para la determinación del punto de equilibrio se utilizaron los siguientes datos:

Precio unitario: 5.5 por cada pote de 100 gramos de gomitas

Costo fijo: 133791.35

Costo Variable Unitario: 2.55

Nº de unidades producidas al año: 50000 potes de gomitas de 100 gramos.

FÓRMULA:

$$Q = \frac{\text{COSTO FIJO}}{(\text{PRECIO} - \text{C. VARIABLE}_{\text{unit}})}$$

Q= 45353 unidades de potes de 100 gramos de gomitas cada uno.

$$S = \frac{\text{COSTO FIJO}}{\frac{(1 - \text{C. VARIABLE}_{\text{unit}})}{\text{PRECIO}}}$$

S= 249441.5

Con los resultados obtenidos la empresa debe producir un mínimo de 45353 unidades de potes de 100 gramos de gomitas hechas a base de jugo de sábila cada uno al año, ya que al producir esta cantidad la empresa SABILITAS SRL evitará pérdidas y obtendrá ingresos anuales de bs. 249441,5.-