

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

1. PERFIL DE TRABAJO

1.1. INTRODUCCIÓN

1.2. ANTECEDENTES

El Aloe vera, es un miembro de la familia de los lirios, es una planta espinosa y suculenta. Es originaria del este y sur de África y existen más de 300 especies identificadas, pero el aloe vera es la más popular.

El aloe vera ha estado en uso durante miles de años, y se menciona en registros que datan de 1750 D.C. La leyenda dice que aloe vera fue uno de los secretos de Cleopatra para mantener su piel suave. Plinio y Dioscórides de la antigua Grecia escribieron sobre los efectos curativos de esta planta. Además, se dice que Alejandro Magno adquirió Madagascar para poder utilizar el aloe vera que crece allí y así tratar las heridas de los soldados.

La planta de aloe vera se ha utilizado tradicionalmente en todo el mundo como un remedio popular para varias enfermedades debido a sus múltiples propiedades biológicas observadas, incluyendo en la práctica de la medicina.

Los primeros escritos conocidos sobre el zumo nutritivo de la planta se remontan hace 6.000 años en el antiguo Egipto. El aloe vera era considerada una planta sagrada cuya «sangre» contenía los secretos de la belleza, la salud y la inmortalidad.

Era conocida como la «planta de la eternidad». Su efecto antiinflamatorio y calmante del dolor se documentó en el papiro Eber de 1,550 a.c.

Para su beneficio, los romanos siguieron la sabiduría de los egipcios y griegos al usar también la planta. Durante el reinado del emperador Nerón, alrededor del 50 a.c. el médico y naturalista Dioscórides la describe como una de sus plantas curativas favoritas. Recomendaba su zumo para numerosos trastornos físicos, como el tratamiento de heridas, molestias gastrointestinales, gingivitis, artralgia, irritación de la piel, quemaduras solares, acné, pérdida de cabello, etc.

La entrada de la sábila a América fue realizada por Cristóbal Colón, Quien la traía como parte de los " remedios " del botiquín de abordó. En nuestro país fueron los conquistadores españoles quienes trajeron la sábila, estableciéndola en los cascos de las haciendas de donde se propagó, algunas veces inducida por el hombre y otras escapadas al cultivo, a grado tal, que con el tiempo, llegó a naturalizarse en diferentes regiones del país.

En la actualidad, y por sus características como regenerador celular y otras particularidades medicinales, ha despertado el interés de muchos países para su estudio y su aprovechamiento. Por ser la sábila una especie susceptible de adaptarse y ser propagada en las zonas áridas y semiáridas, presenta un gran potencial como generadora de una actividad económica de importancia en tales regiones.

La producción de sábila más grande de Bolivia se encuentra en el departamento de Chuquisaca en el Distrito 7 del Municipio de Sucre, que toma en cuenta las necesidades urgentes de la asociación de productores agrícolas de la comunidad de Limón Pampa que actualmente tiene una producción potencial de Aloe Vera bajo riego (50.000 plantas en estado comercial) del cual se comercializa solo gel a empresas de transformación de sábila en los departamentos de Santa Cruz y Cochabamba.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El grupo de patologías que más muertes causaron son las del sistema digestivo, con 64 casos. Dentro de ellas está la insuficiencia hepática, vólvulo (torsión del intestino grueso), cirrosis hepática alcohólica, enfermedad diverticular del intestino, peritonitis, hemorragia gastrointestinal y obstrucción intestinal (Daniel, 2018) (Ver anexo 2).

Debido a la falta de higiene, a las malas condiciones de salubridad, el consumo de agua cruda y la ingesta de comida chatarra, entre otras causas, ocho de cada diez bolivianos padecen gastritis de tipo infeccioso producida por la bacteria *Helicobacter pylori*. Adecuados hábitos de higiene y una buena alimentación pueden prevenir en gran medida esta molesta y dolorosa patología, que ataca cada vez a personas más jóvenes, incluso a adolescentes.

En los últimos diez años las costumbres familiares de los bolivianos cambiaron drásticamente al igual que los hábitos alimenticios. Ahora la gente opta más por consumir comida rápida de la calle o chatarra, mal manipulada y guardada.

Según se dice el noventa por ciento de las personas de la ciudad de Tarija padecen de una enfermedad gastrointestinal que son las primeras causas de muerte (Yenny, 2018) (Ver anexo 3).

Esta enfermedad es a causa debido al desorden alimenticio, al consumo de agua cruda, bebidas alcohólicas, fumar cigarrillos y consumo de comida chatarra.

La planta es originaria de lugares cálidos, por lo que nuestro clima es propicio para su crecimiento. Hoy en día no hay naturista en Tarija que no recomiende. Carlos Antonio es uno de ellos y en entrevista con El País nos detalla los valores curativos de la penca de

sábila (aloe vera). Según explica sirve para regenerar las células de la piel, posee acción digestiva, tiene efecto depurativo, favorece la regeneración de tejidos internos, elimina los hongos y virus, tiene un efecto analgésico, protege el sistema inmunitario y posee acción antiinflamatoria, entre otros beneficios (Pamela, 2019) (Ver anexo 4).

De acuerdo a la información obtenida por Hospital San Juan de Dios y SEDES se presenta la necesidad de crear un agua mineral con extracto de aloe vera que brinde al cuerpo todas las vitaminas, calorías y proteínas que el cuerpo requiere para evitar enfermedades gastrointestinales

1.3.1. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

El plan de negocios surge a raíz de querer emprender un nuevo negocio, que brinde a los consumidores un producto natural y a su vez se encuentre al alcance de la población, se trata de un agua saludable y refrescante que al contener extracto de Aloe Vera, introduce un plus de vida para la salud ya que aporta al organismo un beneficio adicional al que se deriva de la propia agua mineral.

Este producto será destinado a todas las personas que cuya edad esta entre los 20 a 49 años de edad de la ciudad de Tarija. Al considerar que el agua mineral es un producto de consumo masivo y es aceptado por las personas y a la constante preferencia por productos saludables, es que se considera un punto a favor y una gran oportunidad para la producción y comercialización del agua mineral con extracto de aloe vera.

Es un producto que ayudara a calmar los dolores y síntomas que padecen las personas que sufren de enfermedades gastrointestinales en ciudad de Tarija.

1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué aspectos técnicos deben de considerarse para la implementación de un Plan de Negocios para la producción y comercialización de un agua mineral con extracto de aloe vera en la ciudad de Tarija?

1.4.OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad económica para la creación de una empresa productora de agua mineral con extracto de aloe vera para la ciudad de Tarija.

1.4.2. OBJETIVO ESPECIFICO

- Determinar los requerimientos técnicos, administrativos y legales para la creación y funcionamiento de la empresa productora de agua mineral.
- Realizar una investigación de mercados para determinar los gustos, preferencias y la aceptación del producto logrando identificar un mercado meta
- Identificar estrategias de marketing basadas en el producto, el precio, la distribución y la promoción.
- Diseñar un producto de calidad que satisfaga las necesidades del consumidor.

1.5. MARCO METODOLOGICO

1.5.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de este plan de negocios se efectuará una investigación con enfoque cuantitativo y un enfoque cualitativo.

Enfoque cualitativo

La investigación cualitativa no es estructurada, sino de naturaleza exploratoria, basada en pequeñas muestras que se proponen para proporcionar la idea y comprensión más profundas del problema, utiliza técnicas cualitativas comunes tales como sesiones de grupos y entrevistas. (Malhotra, 1998)

(Hernandez Sampieri y Baptista, 2014) define este autor “son descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones”.

Principalmente se eligió la investigación cualitativa para obtener una comprensión de las opiniones y conocimientos de las personas sobre las propiedades y los beneficios que tiene la planta de aloe vera.

Enfoque cuantitativo

(Malhotra, 1998) Afirma que “La Investigación cuantitativa busca cuantificar los datos por lo que aplica una forma de análisis estadística”.

Asimismo, el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Hernandez Sampieri y Baptista, 2014)

Se seleccionó este tipo de investigación por lo que se realizará un estudio de mercado determinando la viabilidad de la propuesta de un nuevo producto a través de la recopilación y análisis de información que se obtendrán de diferentes fuentes, para este proceso se utilizarían herramientas estadísticas y matemáticas que permitirá identificar,

comprobar el problema de investigación. se utilizará para la recolección y el análisis de datos para nuestro proyecto y así poder conocer qué porcentaje de personas conoce los beneficios con los que cuenta el aloe vera al ser consumido.

1.5.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente proyecto se utilizará la tipología de investigación exploratoria como también la investigación descriptiva.

- ✓ **La investigación exploratoria.** Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos; además, constituyen el preámbulo de otros diseños (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Pilar Baptista, 2014, pág. 91).

Para el presente plan de negocios se utilizó inicialmente una investigación de tipo exploratoria recopilando información preliminar para poder plantear y definir nuestro problema a investigar.

- ✓ **La investigación descriptiva** tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Pilar Baptista, 2014, pág. 92).

En esta investigación nos ayudó a describir sobre los datos obtenidos en la investigación exploratoria sobre los benéficos que tiene la planta.

También nos servirá más adelante al momento de identificar las características relevantes de las personas de la ciudad de Tarija tales como sus percepciones, preferencias, intenciones de compra que tienen, mediante encuestas vía online.

1.6. ALCANCE DE LA INVESTIGACION

1.6.1. ALCANCE TEMPORAL

El plan de negocio propuesto para la producción del agua mineral con extracto de ALOE VERA se tomó en cuenta la información de los últimos cinco años hasta la presente fecha.

1.6.2. ALCANCE ESPACIAL

El plan de negocio propuesto se encontrará en la Zona de Turumayo que está ubicado a 12 kilómetros de la ciudad de Tarija. (Ver anexo 5)

País: Estado Plurinacional de Bolivia

Ciudad: Tarija

Provincia: Cercado

CAPÍTULO II

CAPÍTULO II

2. ANALISIS DEL CONTEXTO

2.1.ANALISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO

El análisis del contexto es muy importante ya que nos permitirá tener una visión clara, de la situación en la cual se desenvolverá el futuro negocio, para ello se analizó los factores del entorno mediato e inmediato y cómo éstos influirán ya sea de manera positiva o negativa al producir y comercializar el agua mineral con extracto de aloe vera.

2.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO POLÍTICO-LEGAL

El gobierno promulgo la Ley N° 775 - Ley de promoción de alimentación saludable que tiene por objetivo establecer lineamientos y mecanismos para promover hábitos alimentarios saludables en la población boliviana, a fin de prevenir las enfermedades crónicas relacionadas con la como la diabetes, hipertensión arterial y el cáncer, debido a la mala nutrición (Comunicacion, 2018)

Así también influirá en el desarrollo de la empresa el Decreto Supremo N° 1802, que tiene por objeto instituir el Segundo Aguinaldo “Esfuerzo por Bolivia” para las servidoras y los servidores públicos, trabajadoras y trabajadores del Sector Público y Privado del Estado Plurinacional, que será otorgado en cada gestión fiscal, cuando el crecimiento anual del Producto Interno Bruto - PIB, supere el cuatro punto cinco por ciento (4.5%). (Lexivox, 2013)

Cabe recalcar que toda empresa debe seguir normas para poder iniciar su actividad productiva y/o comercial están tipificados en el Código Tributario, Código de Comercio,

la ley general del trabajo, El código Tributario, Ley De Pensiones, Ley General de Higiene, Seguridad Ocupacional y Bienestar.

Por otro lado, la empresa se encargará de procesar materia prima como ser la sábila y la purificación de agua y es indispensable que esta tenga el Registro Sanitario que proporciona la institución SENASAG (Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria)

Las políticas y las normas mencionadas anteriormente son importantes al momento de constituir la empresa de agua mineral con extracto de aloe vera, ya que de esta manera se llegará a poner en funcionamiento la empresa en la ciudad de Tarija, tomando en cuenta las leyes que se deben de cumplir.

2.1.2. ANÁLISIS DEL ECONÓMICO

Se realizará un análisis económico al igual que otros factores del entorno mediato inciden del funcionamiento de las actividades económicas por lo que para precisar el nivel de incidencia para la idea del negocio se tomara en cuenta las siguientes variables:

- **Producto interno bruto (PIB):**

El año 2020 se culminó con un PIB (Producto Interno Bruto) de -8,8% debido a los efectos relacionados a la emergencia sanitaria COVID-19 que afectó a todas las economías del mundo. Las necesarias medidas de confinamiento adoptadas para hacer frente al coronavirus y resguardar la salud de la población afectaron el normal desenvolvimiento de las actividades económicas, que tuvieron que paralizar o disminuir sus capacidades productivas.

El Índice Global de la actividad Económica (IGAE) indica que para el primer cuatrimestre del 2021 está teniendo un crecimiento del 5,3%, recordaremos que el año pasado hemos terminado con -8,8% de variación negativa de la actividad económica y ahora estamos en una senda de recuperación.

Según informes del Banco Mundial estimó que el crecimiento del producto interno bruto (PIB) de Bolivia crecerá durante este año (Comunicacion V. d., 2021)

- **Índice de precio al consumidor (IPC)**

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró una variación positiva de 0,52% en el mes de agosto de 2021 respecto al mes anterior. La variación acumulada hasta agosto fue positiva de 0,97% y a doce meses de la misma manera habiendo alcanzado una cifra positiva de 0,18%. (Estadísticas, 2021)

GRÁFICA 1 IPC 2020-2021

BOLIVIA: ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR, VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL, ACUMULADA Y A DOCE MESES, 2020 - 2021 (Índice 2016=100 y en porcentaje)

MES	ÍNDICE (Base 2016=100)		VARIACIÓN PORCENTUAL					
			Mensual		Acumulada		12 meses	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Enero	103,85	105,07	-0,03	0,47	-0,03	0,47	1,21	1,17
Febrero	103,79	105,24	-0,06	0,16	-0,09	0,63	1,30	1,40
Marzo	103,91	105,12	0,12	-0,12	0,02	0,51	1,44	1,16
Abril	104,34	105,05	0,42	-0,06	0,44	0,45	1,72	0,68
Mayo	104,32	104,88	-0,02	-0,16	0,42	0,28	1,23	0,54
Junio	104,69	104,89	0,36	0,01	0,78	0,29	1,44	0,19
Julio	104,84	105,05	0,14	0,15	0,92	0,44	1,35	0,20
Agosto	105,41	105,59	0,54	0,52	1,47	0,97	1,39	0,18
Septiembre	104,35		-1,00		0,45		0,46	
Octubre	104,63		0,27		0,72		0,28	
Noviembre	104,35		-0,27		0,45		-1,10	
Diciembre	104,58		0,22		0,67		0,67	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

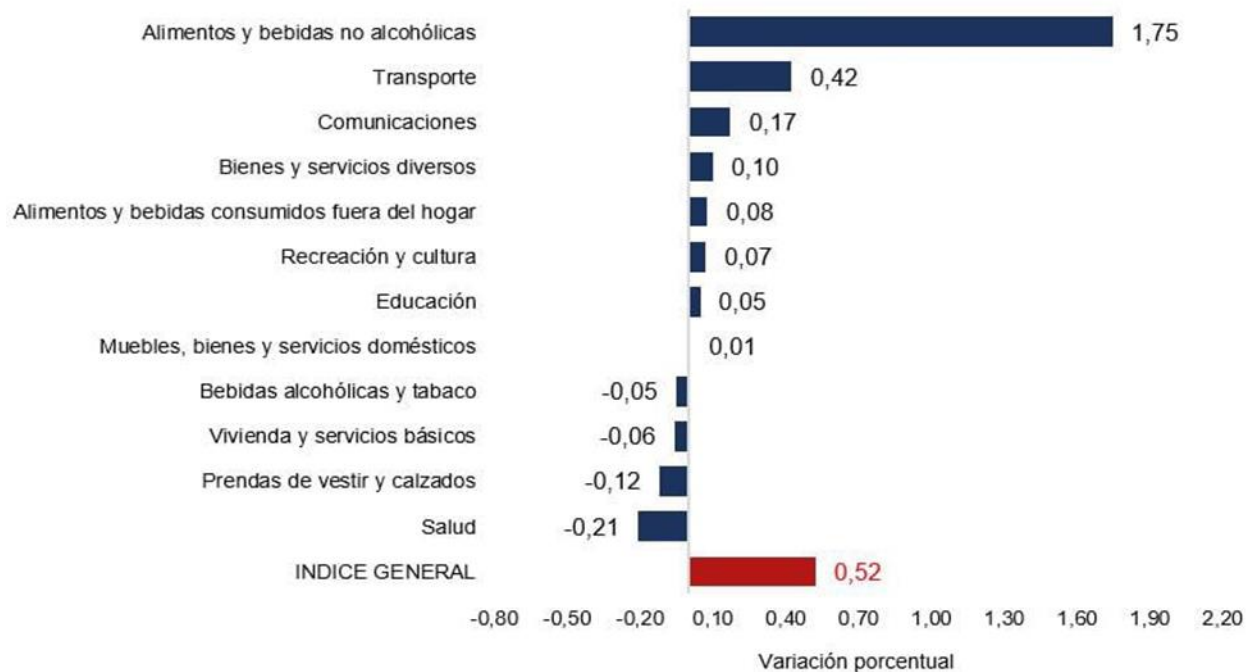
FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas

- **Índice de Precios al Consumidor, según divisiones**

La variación positiva de 0,52% registrada en agosto de 2021 se explica principalmente por el incremento de precios en las divisiones de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas y Transporte. (Estadísticas, 2021)

GRÁFICA 2 IPC 2021

BOLIVIA: VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR, SEGÚN DIVISIÓN, AGOSTO DE 2021 (En porcentaje)



FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas

- **Inflación**

Actualmente la tasa de inflación en Bolivia está sufriendo una inestabilidad debido a la Pandemia del Covid-19 teniendo para el mes de Agosto un 0.52%. (Estadísticas, 2021)

GRÁFICA 3 INFLACIÓN 2021 AGOSTO

INDICADORES DE INFLACIÓN					
Mensual		Anual			
Gestión					
2021		Buscar			
Fecha	IPC (base 2007)	IPC (base 2016)	Mensual	Acumulada	Anual
Agosto 2021		105,59	0,52%	0,97%	0,18%
Julio 2021		105,05	0,15%	0,44%	0,20%
Junio 2021		104,89	0,01%	0,29%	0,19%
Mayo 2021		104,88	-0,16%	0,28%	0,54%
Abril 2021		105,05	-0,06%	0,45%	0,68%
Marzo 2021		105,12	-0,12%	0,51%	1,16%
Febrero 2021		105,24	0,16%	0,63%	1,40%
Enero 2021		105,07	0,47%	0,47%	1,17%

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas.

2.1.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIO-CULTURAL

Los hábitos de consumo en Bolivia con respecto a su alimentación, las personas acostumbran consumir alimentos muy procesados, comida chatarra, entre otros que no aportan a una vida saludable, en estos últimos años por las diversas enfermedades que tienen los habitantes están cambiando sus hábitos de consumo respecto a estos productos y comienzan a consumir alimentos nutritivos que ayuden a cambiar esas costumbres a través de mantener una buena salud.

Bolivia tiene una gran falta de cultura ciudadana de ahorro de agua, ya que el constante crecimiento de la población hace que las personas tengan la necesidad de consumirla, pero a la falta de cultura hace que el desabastecimiento siga en crecimiento.

Tomar agua representa un estilo de vida saludable para el consumidor. Cada vez es más notoria la voluntad de la población por mantener decisiones que impliquen hábitos saludables, por ejemplo, en la dieta o en la actividad física.

Estudios realizados por la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Agua Potable y Saneamiento (AAPS) revelan que el líquido cuenta con un nivel de conformidad del 99% para el consumo humano. El 70% de la población Bolivia consume agua potable de calidad, según la (AAPS)

2.1.4. ANÁLISIS DEL ENTORNO TECNOLÓGICO

La Ciencia, la Tecnología y la Innovación (CTI) no han sido consideradas históricamente en Bolivia como variables prioritarias para la generación de desarrollo y productividad de los sectores productivos.

En nuestro departamento muchos microempresarios se ven limitados en cuanto a la adquisición de maquinaria de última tecnología por el significativo costo que esto implica, lo que les impide considerablemente incrementar su producción.

Con la promulgación de la Ley 1391 del 31 de agosto de 2021 se da luz verde para importar bienes de capital con exención del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y tasa cero del IVA para la comercialización de estos bienes en el mercado interno.

El gobierno promulgo la Ley N° 1391 de incentivos tributarios como apoyo y fomento a la actividad productiva, la norma citada, reduce a 0% la alícuota del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para importación de bienes capitales, plantas industriales, maquinarias y equipos destinados a la agropecuaria, industria, construcción y minería,

estableciendo el régimen de Tasa Cero para comercialización de bienes de capital, maquinaria y equipo en el mercado interno.

Gracias a las leyes promulgadas la empresa podrá obtener maquinarias nuevas que nos ayudará a producir en una gran cantidad, logrando un crecimiento económico para la empresa, como también llegar a acaparar nuestro mercado meta.

2.1.5. ANÁLISIS DEL ENTORNO AMBIENTAL

De acuerdo a la actual estructura del Poder Ejecutivo Boliviano, la autoridad responsable de la formulación de las políticas ambientales y su gestión, es el Viceministerio de Medio Ambiente, Biodiversidad y Cambios Climáticos, dependiente del Ministerio de Medio Ambiente y Aguas.

En cuanto al marco legal ambiental, está en vigencia la Ley de Medio Ambiente (N° 1333, 27/04/1992), que en su Artículo 1 establece: “La presente Ley tiene por objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.” (Ley 1333, Ley del Medio Ambiente).

Según expertos señalaron que el factor climático y causas internas como explicación a la crisis del agua en Bolivia, la expansión económica en Bolivia y el consecuente crecimiento del consumo interno genero también el mayor consumo de agua en las principales ciudades. Propone una solución inmediata a los ciudadanos de Bolivia el uso de grifos y duchas ahorradoras, que dispensan la mitad de agua y generan la misma sensación. Sin embargo, el investigador añade que realmente se necesitan medidas

drásticas para reducir los efectos climáticos que sufrirá Bolivia en el futuro. "La necesidad de agua seguirá aumentando. Es muy probable que el desabastecimiento se repita porque la población sigue creciendo". (Miranda, 2016)

Será un emprendimiento que ayudará mucho al medio ambiente ya que se utilizará material 100% reciclado de otras botellas Pet.

2.2. ANALISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO

2.2.1. CONSUMIDORES

Los clientes serán personas desde los 20 hasta los 49 años de edad de la Provincia Cercado de la ciudad de Tarija que padezcan de enfermedades gastrointestinales, debido a que se pretende comercializar un producto de consumo masivo, lo consumen tanto grandes como pequeños.

El producto será ofrecido del mismo modo a las personas que desean llevar una buena salud, ya que al consumir un producto con extracto de aloe vera aporta un plus de vida a tu salud, tal producto estará destinado a satisfacerlas necesidades de los consumidores.

No obstante, existe una competencia con respecto a las empresas importadoras de agua mineral con extracto de aloe vera ya que estos productos tienen un precio elevado, por lo tanto, nuestra idea de negocio tendría mucho poder de negociación con el cliente ya que será una empresa que ofrecerá un producto a menor costo y de mejor calidad.

2.2.2. COMPETIDORES

La principal competencia para nuestra empresa será Herbalife con su producto Herbal Aloe Concentrado, debido a que este producto es comercializado en el mercado tarijeño que cumple funciones similares a nuestro producto. Como también existe el producto Shanghai First con su producto Aloí que es un agua con extracto de aloe vera importado desde China por la empresa importadora y distribuidora Alga Group SRL situada en la ciudad de Santa Cruz.

También tenemos como competencia a las distintas farmacias de la ciudad de Tarija que son comercializadoras de productos (medicamentos) que calman los dolores digestivos. Se menciona a continuación en el siguiente cuadro.

Cuadro 1 COMPETIDORES

Antiespasmódicos	Buscapina, Duspatalin, Atroveran
Antiinflamatorios intestinales	Mesalazina
Antibióticos	Azitromicina, Ciprofloxacina, Doxiciclina, Metronidazol
Antidiarreicos	Loperamida, Caolín, Pectina subsalicilato de bismuto
Probióticos	Enterogermina, Lacteol, Floratil, Liolactil

FUENTE: Elaboración Propia.

2.2.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el mercado tarijeño se comercializan diversidad de productos que calman los dolores y síntomas gastrointestinales que cuentan con distintas variedades de precios, entre los principales productos tenemos a los remedios caseros que son preparados por las mismas personas, también se encuentran los remedios naturales realizados por los médicos

naturistas estos productos son adquiridos en tiendas naturistas, como también tenemos productos sustitutos a los medicamentos farmacéuticos.

Cuadro 2 REMEDIOS CASERO-REMEDIOS NATURALES

Remedios caseros	Remedios naturales
Jugo de papa cruda	Ulcer gas (gastritis)
Té de hojas de lechuga	Té verde en polvo
Té de diente de león	Chanca piedra
Té de toronjil y manzanilla	Jarabe de zanahoria con manzana

FUENTE: Elaboración Propia.

2.2.4. PROVEEDORES E INTERMEDIARIOS

Para la producción de agua mineral se contará con proveedores específicos que se encuentren próximos a la empresa a fin de disminuir costos. Tal es el caso que el proveedor de Aloe Vera se encuentre en la misma comunidad (Turumayo) donde se encontrara la empresa.

Situación que representa una amenaza y a la vez una oportunidad, debido a que existe una demanda razonable por parte de los productores de la sábila, por lo cual nuestra empresa podría adquirir la materia prima a un precio relativamente razonable, lo cual buscan vender su producto con mayor rapidez.

También presenta una amenaza ya que al no conseguir la materia prima de los principales productores del lugar de Turumayo, la empresa tendrá que adquirir la materia prima de otros proveedores para poder disminuir esta amenaza.

2.2.5. RESUMEN DE LAS FUERZAS DE MICHAEL PORTER

Los consumidores serán personas de 20 a 49 años de edad de la ciudad de Tarija que padezcan de enfermedades gastrointestinales, es un producto que será ofrecido a las personas que deseen llevar una vida saludable, por lo tanto, existe un poder de negociación de los consumidores ya que existe un producto importado desde china, donde el consumidor tiene el poder de elegir un producto importado ante un producto local (TARIJEÑO).

En cuanto a los competidores la empresa tiene como competidor principal a HERBALIFE con su producto HERBAL ALOE CONCENTRADO que cumple la misma función a nuestro producto, también existen productos farmacéuticos que son comercializados por distintas farmacias.

Como productos sustitutos se comercializan una variedad de remedios caseros que calman los dolores y síntomas gastrointestinales que son elaborados por las mismas personas, también existen productos sustitutos que son elaborados por los médicos naturistas.

Para este emprendimiento se contará con proveedores próximos a la empresa con el fin de disminuir costos de transporte, en caso de escases de la materia prima de nuestros principales proveedores la empresa buscará proveedores de otras comunidades cercanas.

2.3.SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL CONTEXTO

2.3.1. ANÁLISIS FODA

CUADRO 3 ANALISI FODA

Fortalezas:	Oportunidades:
<ul style="list-style-type: none"> • Es un producto de consumo masivo; ya que hoy en día las personas tienden a cuidar su salud. • Capacidad de mejorar de la maquinaria; gracias al avance tecnológico la empresa podrá mejorar la maquinaria ampliando la capacidad de su producción. • Facilidad de distribución del producto. • Ubicación de la empresa en una localidad cerca de la materia prima.; se ubicará la empresa próxima a los productores de la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> • El crecimiento de la población que tiene actualmente la ciudad de Tarija con respecto a las personas con alguna enfermedad gastrointestinal. • La inexistencia de competidores directos en el mercado local; al no existir empresas productoras de agua mineral con extracto de aloe vera vemos la oportunidad de ingresar en el mercado tarijeño. • La materia prima es fácil de producirla en nuestro clima.

Debilidades:	Amenazas:
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en el Mercado. • Falta de posicionamiento en el Mercado. • Poco conocimiento del mercado de aguas con extracto de aloe vera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de un producto igual o similar al nuestro, es debido a que en la ciudad de Tarija existen más de 35 empresas productoras de agua mineral y que la materia prima es fácil de producirla. • Variedad de remedios caseros; existe una variedad de plantas que ayudan a calmar los dolores y síntomas. • Variedad de médicos naturistas; ofertan variedad de productos que cumplen similar función a nuestro producto. • Incremento del precio de la materia prima: los problemas climáticos podrían ocasionar la falta de la materia prima.

FUENTE: Elaboración Propia

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACION DE MERCADOS

La investigación de mercado se realiza con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores potenciales, se requiere captar información para la toma de decisiones. Se realizará una investigación de mercados cuyo propósito es la identificación, recopilación y el análisis de los resultados de la información de manera sistemática y objetiva con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas.

3.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La alimentación saludable es un tema que está empezando a generar interés tanto en jóvenes como adultos y no hay duda que comer sano o alimentarse bien es esencial para mantener buena salud.

En Bolivia, las personas están orientándose hacia una alimentación saludable variada, preferentemente con alimentos en estado natural o con procesamiento mínimo, que aporten energía y nutrientes que necesitan para mantenerse sanos. Así también en la ciudad de Tarija, cada vez existen personas que se preocupan por su salud, se dan cuenta de la importancia del consumo saludable, comenzando a adquirir este hábito y contrarrestando a la inadecuada alimentación que anteriormente tenían.

Pese a lo mencionado anteriormente no se conoce la aceptación de las personas mayores de 20 a 49 años de edad de la ciudad tarijeña hacia un producto elaborado de forma natural, ni las características que pueden llegar a tener el aloe vera al ser consumido de forma oral.

3.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué características son las más apreciadas por los ciudadanos de la ciudad de Tarija a la hora de consumir un agua mineral con extracto de aloe vera?

3.2.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el grado de aceptación del producto en el mercado local y verificar factores que tengan incidencia en la implementación del nuevo negocio.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la frecuencia de consumo del agua mineral con extracto de aloe vera.
- Investigar si existe algún tipo de preferencia por productos elaborados artesanalmente
- Determinar que bases de estrategias de marketing son adecuados para comercializar nuestro producto.

3.3. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para llevar a cabo la investigación emplearemos el método de encuestas, consistente en realizar preguntas a personas elegidas al azar.

3.3.1.1.FUENTES PRIMARIAS

Para la obtención de datos primarios se utilizó información del Hospital San Juan de Dios donde nos proporcionaron información sobre las enfermedades que padecen las personas de la ciudad de Tarija.

3.3.1.2. FUENTES SECUNDARIAS

Para la obtención de datos secundarios, se recurrió a página de Sedes para la obtención de información sobre el porcentaje de las personas que padecen de problemas gastrointestinales como también se visitos algunas páginas web para obtener información sobre los beneficios que tiene la planta de aloe vera, para el avance del proyecto se seguirá visitando los centros de salud para saber si la tasa de crecimiento de enfermos sigue en aumento.

3.4.PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA

La encuesta está dirigida a una población con poder adquisitivo comprendida entre hombres y mujeres de 20 a 49 años quienes se considera tienen poder adquisitivo en el área urbana de la ciudad de Tarija.

CUADRO 4 DATOS PARA EL DISEÑO DE LA MUESTRA

N	Personas de la ciudad de Tarija de 20-49 años de edad	84.568
P	Probabilidad de éxito	0.50
Q	Probabilidad de fracaso	0.50
Z	Nivel de confianza (95%)	1.96
E	Margen de error permitido	0.05

FUENTE: Elaboración Propia.

3.4.1. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN META

La población a la que se realizara la encuesta será dirigida hacia las personas que se encuentren en la ciudad de Tarija con un rango de edad de 20 a 49 años de edad.

3.5.MARCO DE LA MUESTRA

Se empleará la fórmula de la muestra a partir de la población finita.

Formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2(N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{84.568 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(84.568 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 383.1 \approx \mathbf{384}$$

El número total a encuestar es de 384 personas para lograr y obtener una confiabilidad aceptable.

3.5.1. RECOPIACIÓN DE DATOS

Para la recopilación de datos, recorrimos a las fuentes de datos primarios, la técnica a aplicar son encuestas a través de los formularios de Google, con la finalidad de obtener información que será útil para esta investigación. (Ver Anexo 6)

3.6. TRABAJO DE CAMPO

3.6.1. DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Conocer el grado de aceptación en el consumo de un agua mineral elaborada con extracto de aloe vera que ayude al mejoramiento de la salud para los habitantes de la ciudad de Tarija.

1. Genero

Masculino__ Femenino__

2. Edad

3. ¿En qué zona o barrio vive en la ciudad de Tarija?

Zona 1 - Zona central, Molino, San Roque, Pampa, Panosas, Villa Fátima__

Zona 2 - Zona mercado campesino y carretera a Tomatitas__

Zona 3 - Zona Villa Abaroa, Palmarcito, Lourdes, Morros Blancos, San Bernardo__

Zona 4 - Zona La Banda, Miraflores, Aranjuez, San Jacinto, Villa Busch__

Zona 5 - Zona Alta, Senac, Tabladita __

4. ¿Consume agua mineral?

Sí__ No__ (En caso de que la respuesta sea negativa ahí concluye la encuesta)

5. ¿Cuántas veces consume un agua mineral?

1 vez a la semana__ 2 veces por semana__ más de 3 veces por semana__

6. ¿En qué tipo de presentaciones consume el agua mineral?

600ml __ 1,5 litro__ 5 litros__ 20 litros

7. ¿Para usted que características es más importante al momento de comprar un agua mineral?

Cantidad __ Precio/Cantidad__ Precio/Calidad__ Presentación__ Propiedad
Nutricional__

8. ¿Conoce la planta aloe vera o sábila?

Sí__ No__

9. ¿Sabía usted que el aloe vera tiene más de 20 compuestos químicos que ayudan al cuerpo humano a la hora de ser consumido de forma oral?

Si__ No__ Tal vez__

10. ¿Cuando tiene problemas gastrointestinales (enfermedades digestivas) a que medio recurre?

Farmacias__ Remedios caseros__ Centros de Salud__ Ninguno__

11. ¿Si existiera un agua mineral con extracto de aloe vera que calme las dolencias y los problemas gastrointestinales (enfermedades digestivas) lo consumiría?

Si__ No__ Tal vez__

12. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

Tiendas de barrio__ Farmacias__ Súper mercados__ Otros__

13. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de realizar la compra del producto?

Atención__ Higiene__ Comodidad__ Ninguna__

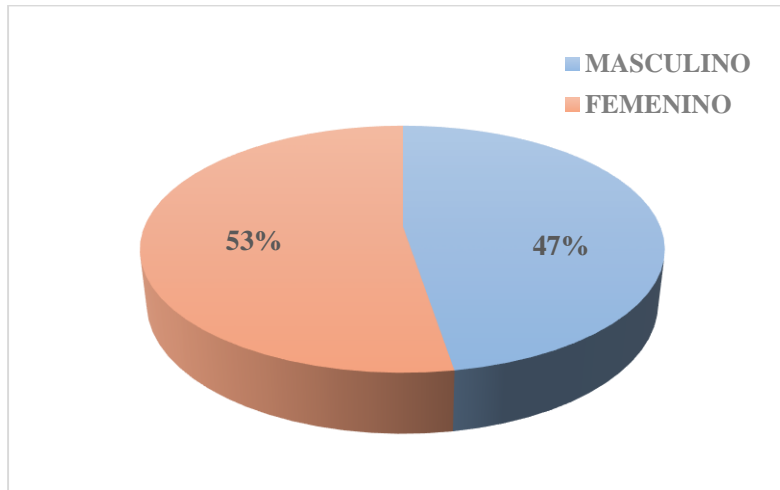
14. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información de nuestro producto?

Revistas/Diarios__ Facebook__ YouTube__ Instagram__

3.6.2. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

1. Genero

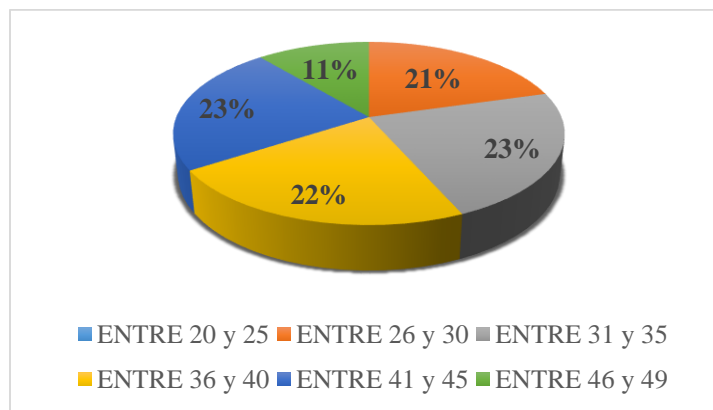
GRÁFICA 4 GÉNERO



Se obtuvo mayor participación por parte del género masculino, con un 53%, del total de la muestra y restante 47% del género femenino dándonos un total del 100% de encuestados (384 encuestas).

2. Edad

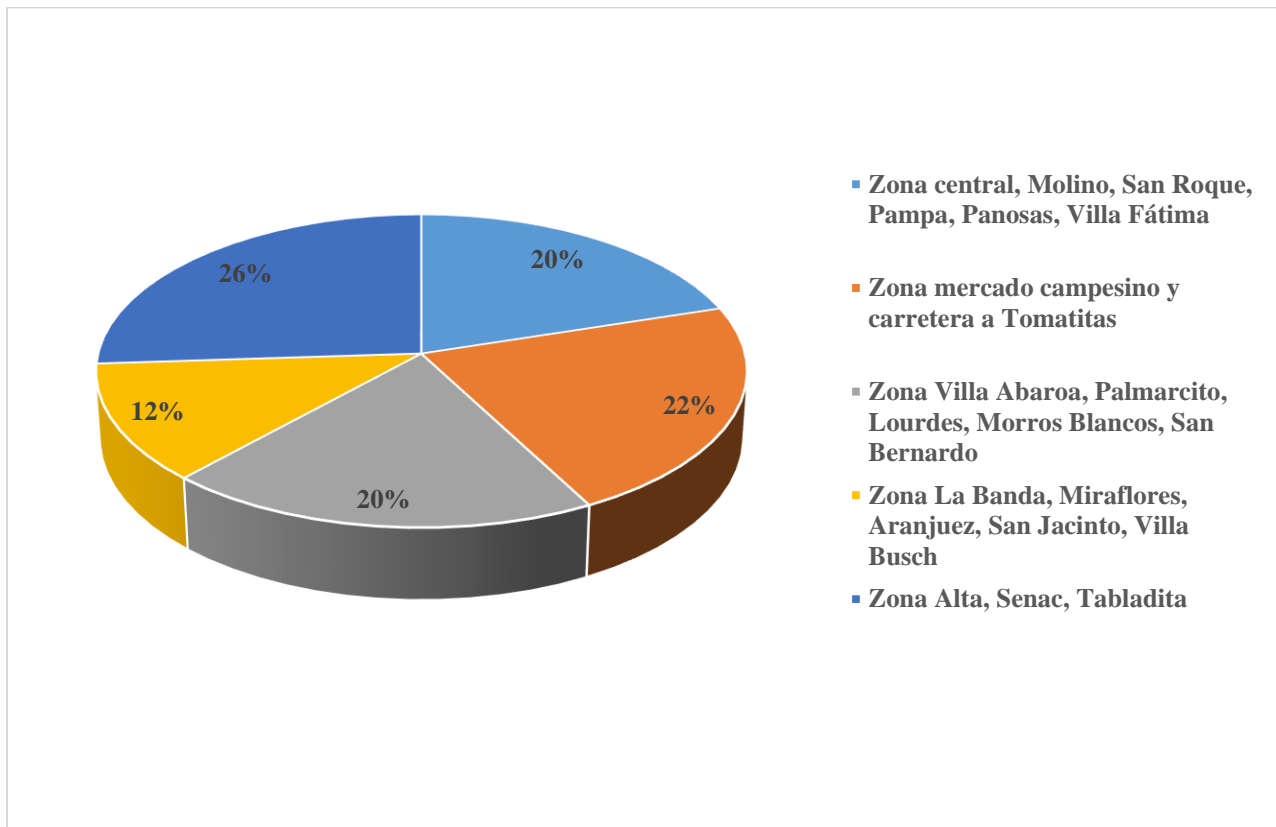
GRÁFICA 5 EDAD



Entre la población encuestada se encontró que el 23% tiene la edad entre 41 y 45 años, seguidos por 23% en el rango de 31 y 35 años, con un 22% se encuentran las personas cuya edad están entre 36 a 40 años, el 21% de los encuestados se encuentran en la edad de 26 a 30 años, con 23% se encuentran las personas de 20 a 25 años y con el 11% se encuentran las personas cuya edad están entre los 46 a 49 años. Teniendo el mayor porcentaje de los encuestados son personas de 41 a 45 años de edad.

3. ¿En qué zona o barrio vive en la ciudad de Tarija?

GRÁFICA 6 BARRIOS DE LA CIUDAD DE TARIJA

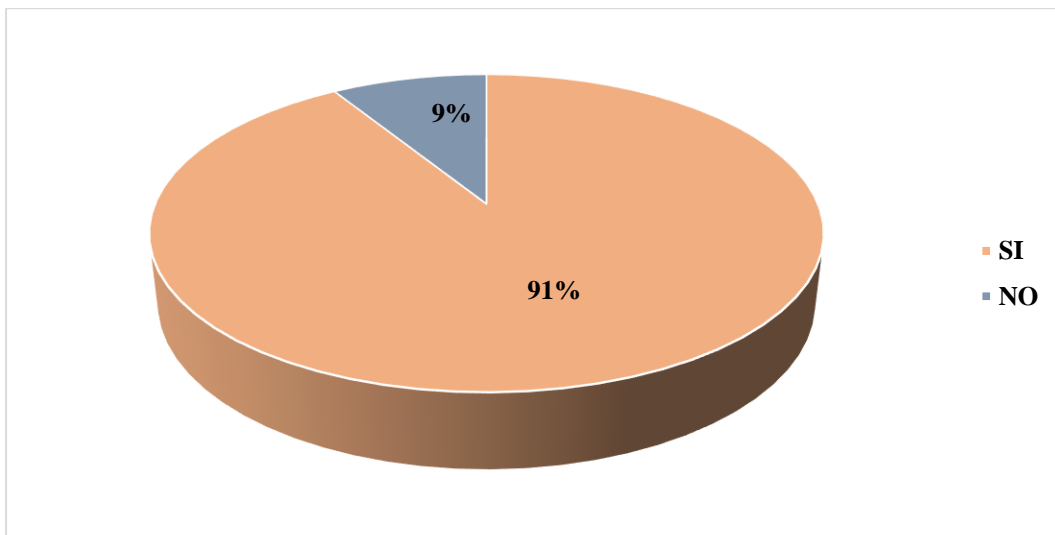


La mayoría de las respuestas obtenidas fueron de la Zona Alta, Senac, Tabladita con un 26% seguidamente perteneciente a la Zona Mercado Campesino y Carretera a Tomatitas con un porcentaje de 22%, el 20% de la población encuestada son pertenecientes

a la Zona Central, Molino, San Roque. Pampa. Panosas, Villa Fátima, el 20% de la población encuestada son pertenecientes a la Zona Villa Abaroa, Palmarcito, Lourdes, Morros Blancos, San Bernardo, el 12% de la población encuestada son pertenecientes a la Zona la Banda, Mira Flores, Aran Juez, San Jacinto, Villa Busch.

4. ¿Consume agua mineral?

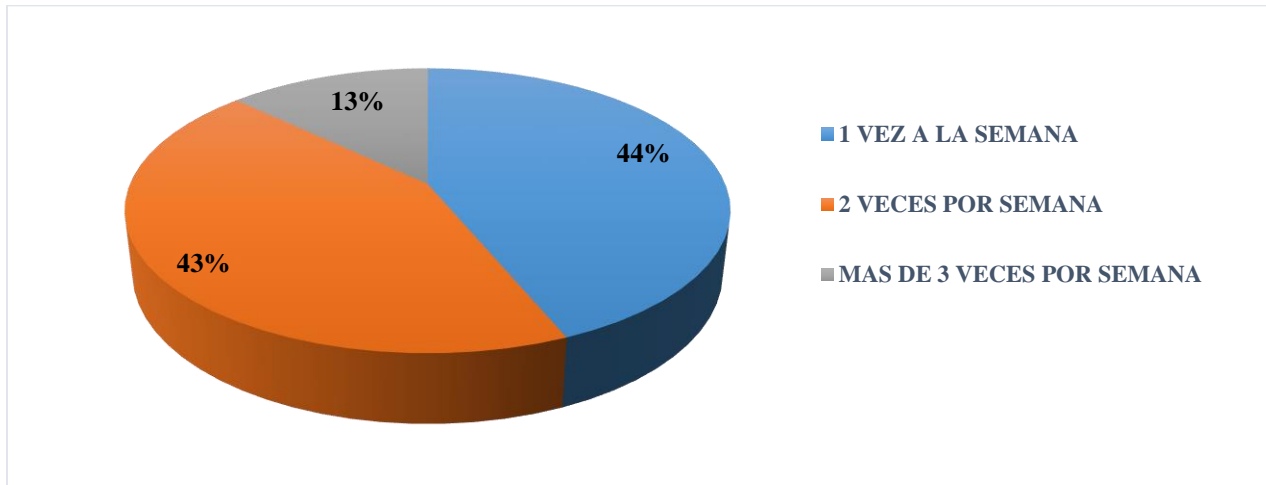
GRÁFICA 7 CONSUMO DE AGUA MINERAL



De acuerdo a los resultados de la encuesta se confirma que el agua mineral es consumida en la ciudad de Tarija con un 91%, y un 9% manifiesta no consumir agua mineral.

5. ¿Cuántas veces consume un agua mineral?

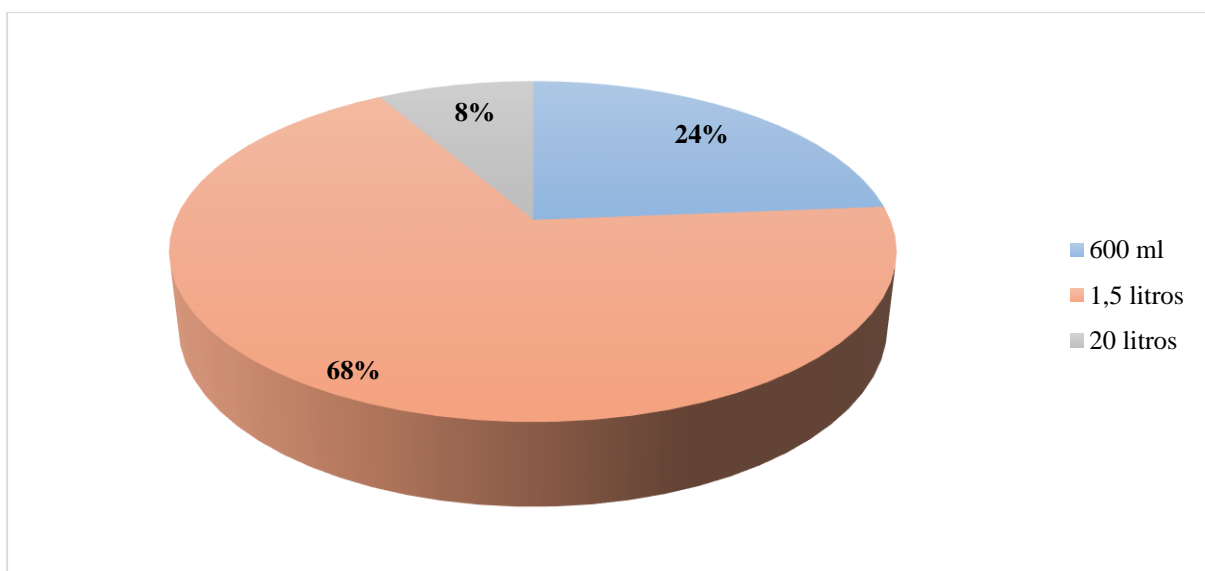
GRÁFICA 8 CUANTAS VECES CONSUME AGUA MINERAL



El 44 % de los encuestados manifiestan que las personas de la Ciudad de Tarija consumen agua mineral 1 vez a la semana, el 43 % consume 2 veces a la semana, mientras que el 13% de los encuestados manifiestan que consumen agua más de 3 veces por semana.

6. ¿En qué tipo de presentaciones consume el agua mineral?

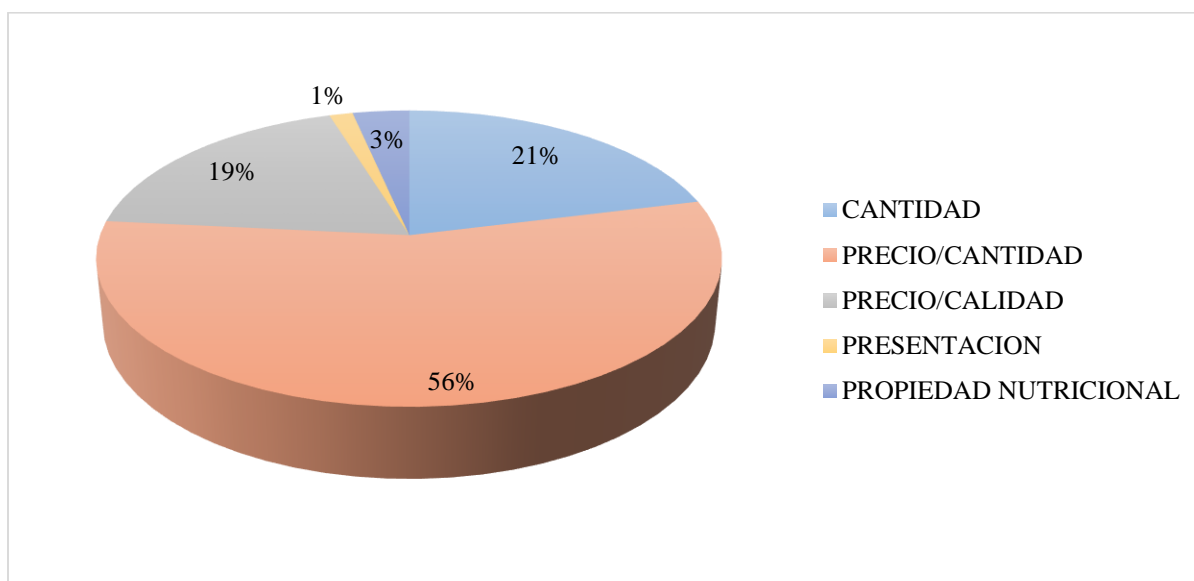
GRÁFICA 9 TIPO DE PRESENTACIÓN QUE CONSUMEN EL AGUA MINERAL



Según los datos de la gráfica de la pregunta 6, indica que el 68% de las personas encuestadas consumen agua mineral en presentaciones de 1,5 litros, el 24% de las personas encuestadas consumen agua mineral en presentaciones de 600ml. y por último el 8% de las personas encuestadas consumen agua mineral en presentaciones de 20 litros.

7. ¿Para usted que características es más importante al momento de comprar un agua mineral?

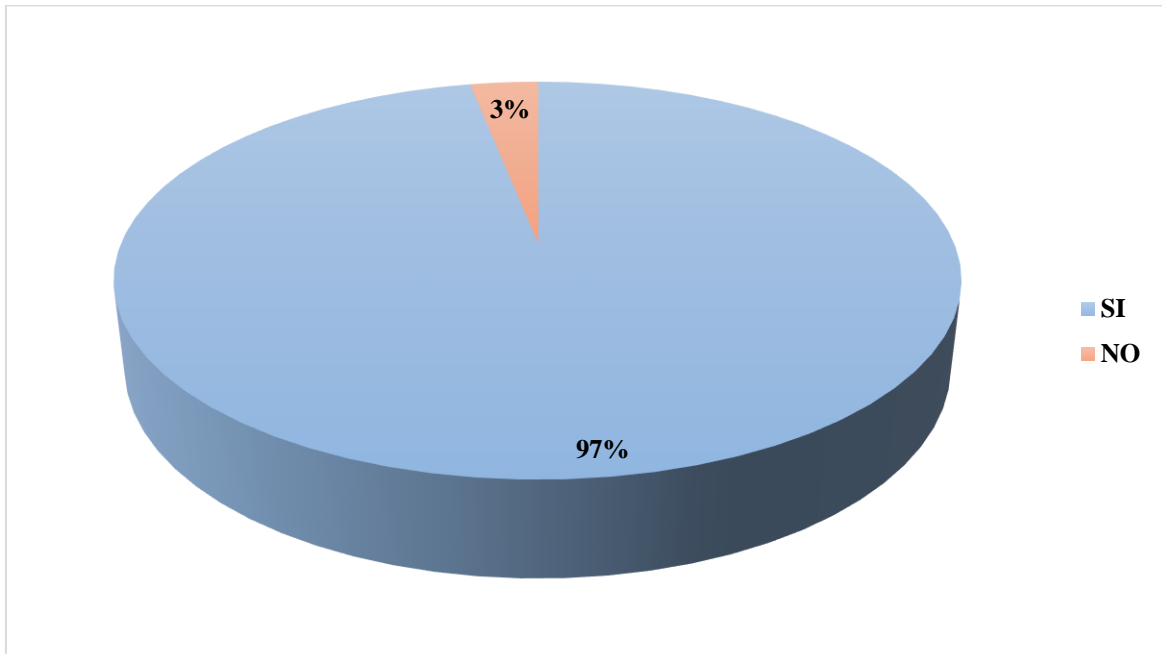
GRÁFICA 10 CARACTERÍSTICAS MÁS IMPORTANTES AL MOMENTO DE COMPRAR UN AGUA MINERAL



En el gráfico podemos apreciar que el 56% de nuestros encuestados toman en cuenta el precio y cantidad al momento de comprar un agua mineral, el 21% de los encuestados ven como una característica importante la cantidad, el 19% de los encuestados respondieron que el precio y la calidad es un característica importante al momento de comprar un agua mineral, en cuanto a las propiedades nutricionales del agua mineral tenemos un porcentaje de 3%, en cuanto a la presentación tenemos un mínimo de personas con un porcentaje de 1% que adquieren un producto por el tipo de presentación.

8. ¿Conoce la planta aloe vera o sábila?

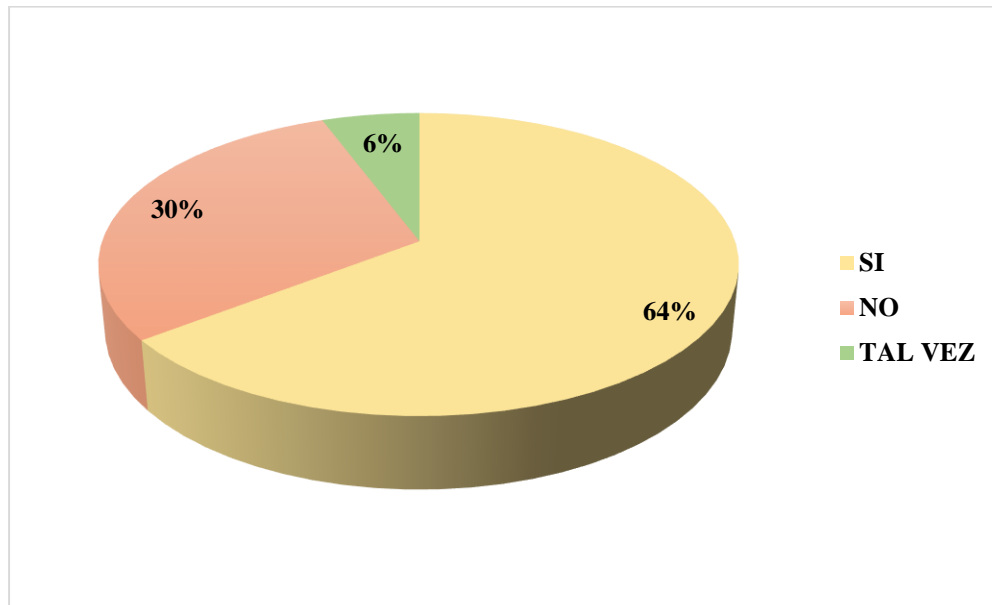
GRÁFICA 11 ¿CONOCE LA PLANTA DE ALOE VERA?



De acuerdo a las respuestas obtenidas el 97% de las personas Tarijeñas afirman conocer la planta aloe vera y un 3% de los encuestados no tienen conocimiento de la planta.

9. ¿Sabía usted que el aloe vera tiene más de 20 compuestos químicos que ayudan al cuerpo humano a la hora de ser consumido de forma oral?

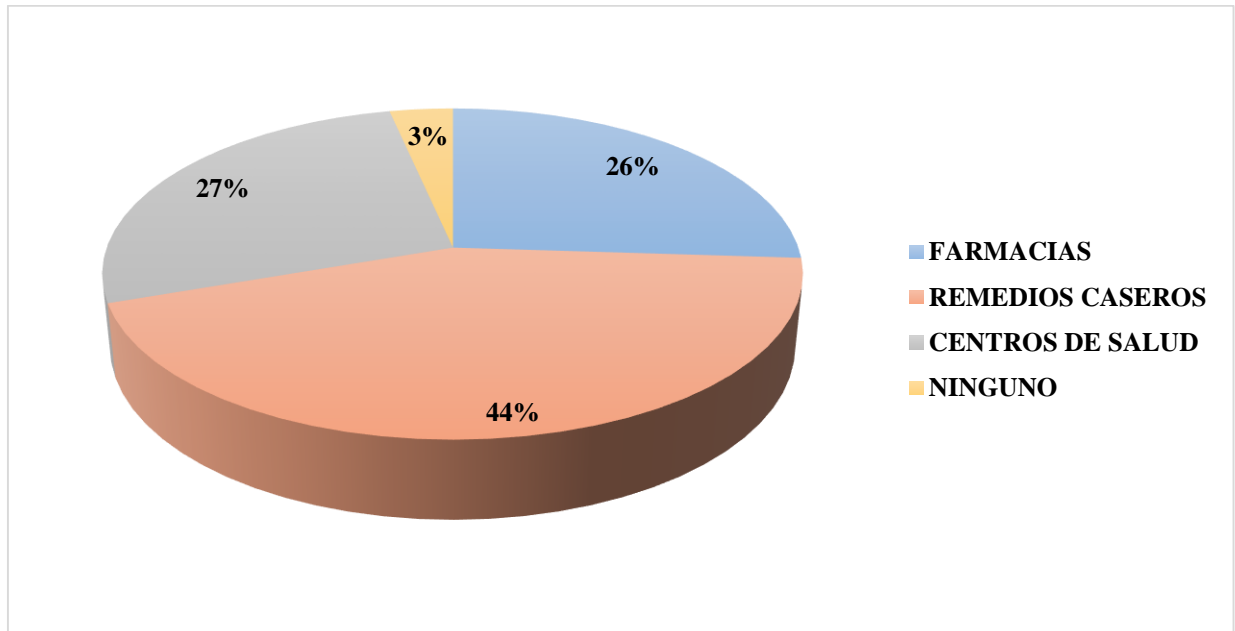
GRÁFICA 12 ¿SABÍA USTED QUE EL ALOE VERA TIENE MÁS DE 20 COMPUESTOS QUÍMICOS QUE AYUDAN AL CUERPO HUMANO A LA HORA DE SER CONSUMIDO DE FORMA ORAL?



Según el gráfico podemos notar que el 64% de los encuestados si conocen los compuestos químicos que tiene el aloe vera, el 30% de los encuestados respondieron que no conocen los compuestos químicos que tiene el aloe vera un 6% de la población dieron a conocer que tal vez tenían conocimiento de los componentes químicos que tiene el aloe vera.

10. ¿Cuándo tiene problemas gastrointestinales (enfermedades digestivas) a que medio recurre?

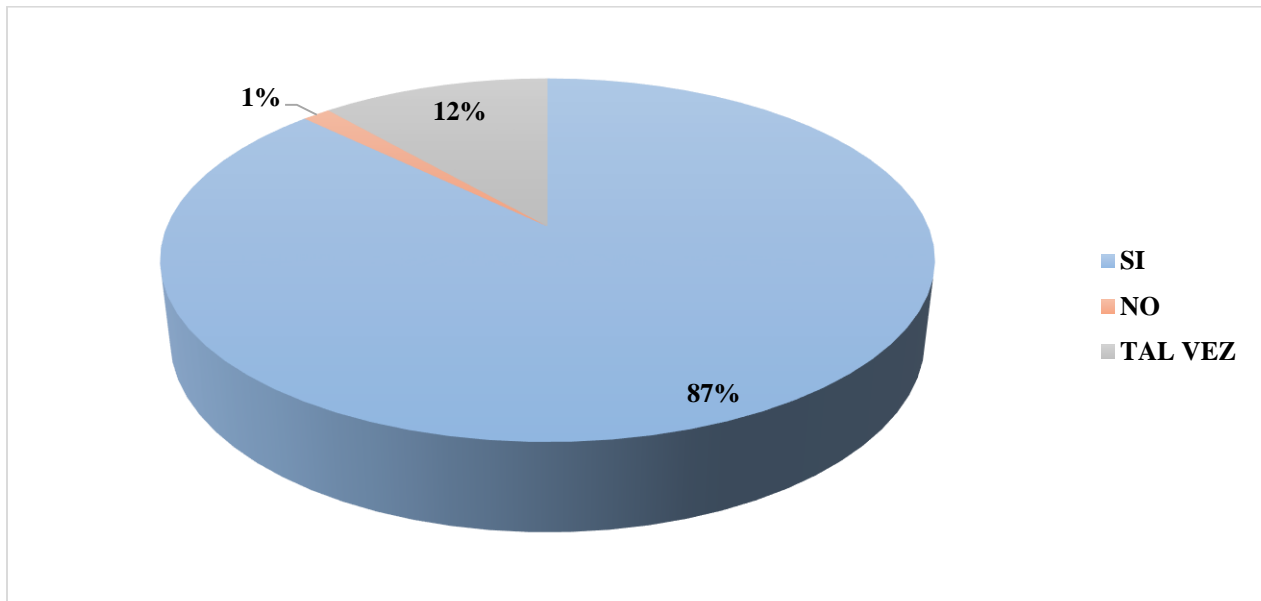
GRÁFICA 13 ¿CUÁNDO TIENE PROBLEMAS GASTROINTESTINALES (ENFERMEDADES DIGESTIVAS) A QUE MEDIO RECURRE?



El 44% de los encuestados manifiestan que cuando tienen problemas gastrointestinales recurren a remedios caseros, mientras que el 27% de los ciudadanos recurren a centros de salud, el 26% de los encuestados manifestaron que recurren a centros de salud y por último observamos en la gráfica que un 3% de los encuestados no recurre a ninguna de las opciones mencionadas.

11. ¿Si existiera un agua mineral con extracto de aloe vera que calme las dolencias y los problemas gastrointestinales (enfermedades digestivas) lo consumiría?

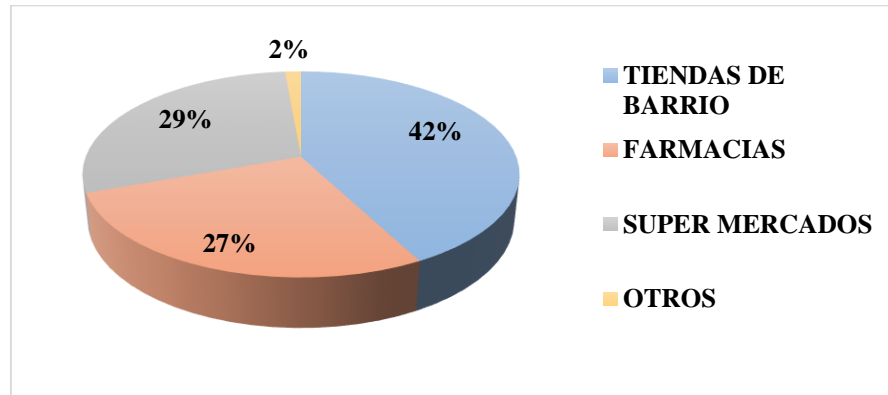
GRÁFICA 14 ¿SI EXISTIERA UN AGUA MINERAL CON EXTRACTO DE ALOE VERA QUE CALME LAS DOLENCIAS Y LOS PROBLEMAS GASTROINTESTINALES (ENFERMEDADES DIGESTIVAS) LO CONSUMIRÍA?



Según los datos recopilados el 87% de las personas encuestadas están dispuestos a consumir un agua mineral con extracto de aloe vera para calmar las dolencias y problemas gastrointestinales, el 12% de los encuestados respondieron que tal vez consumirían el agua mineral y con 1% de los encuestados respondieron que no llegarían a consumir el agua mineral.

12. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

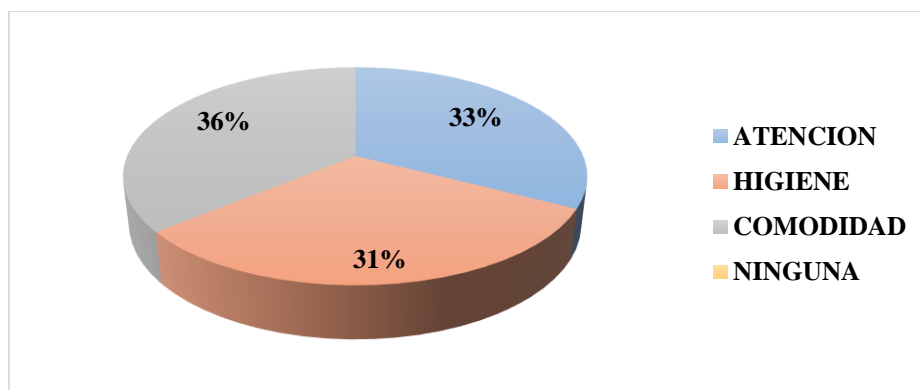
GRÁFICA 15 ¿DÓNDE LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL PRODUCTO?



Según datos obtenidos de la encuesta tenemos un 42% que les gustaría adquirir el producto en las tiendas de barrio, el 29% les gustaría adquirir el producto en súper mercados y con el 27% de los encuestados les gustaría adquirir el producto en las farmacias.

13. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de realizar la compra?

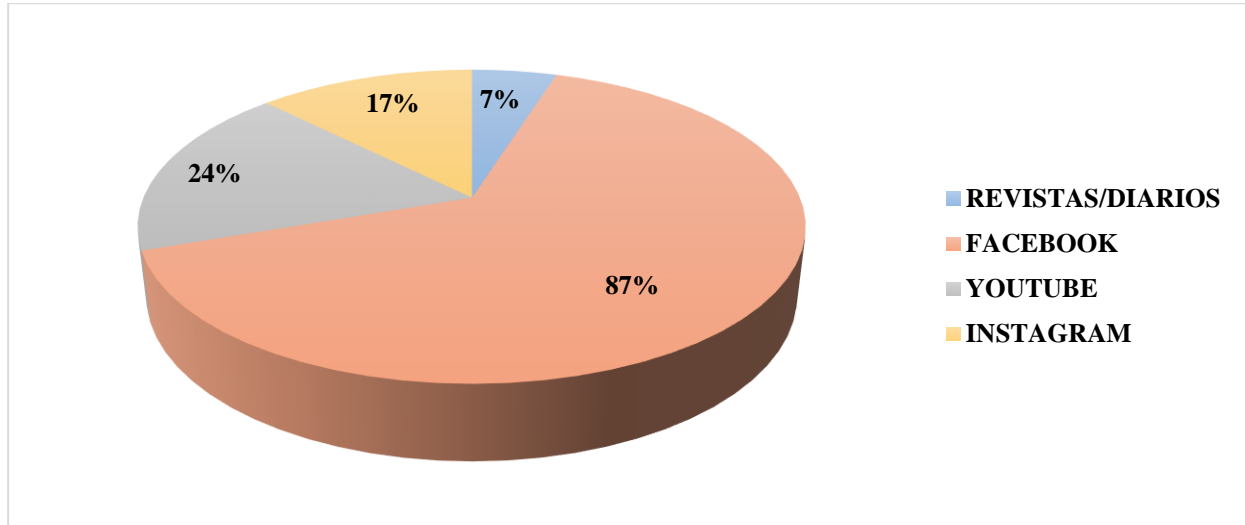
GRÁFICA 16 ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de realizar la compra?



Según la información recopilada tenemos un 36% de las personas encuestadas toma como un aspecto importante la comodidad, el 33% de los encuestados toman como un aspecto importante la atención que tendrán al momento de realizar la compra y con el 31% las personas toman como aspecto importante a la higiene al momento de realizar su compra.

14. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información de nuestro producto?

GRÁFICA 17 ¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN DE NUESTRO PRODUCTO?



Los medios en los cuales les gustaría a los encuestados recibir información sobre nuestro producto en las redes sociales como Facebook con un porcentaje de 87 %, el 24% mediante YouTube, el 17% mediante la red social de Instagram y el 7% prefiere informarse a través de revistas y diarios.

3.6.3. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Como conclusiones podemos aportar que de las 382 encuestas realizadas un 91% de los encuestados si toman agua mineral dándonos a entender que el proyecto que estamos realizando si llegaría a ser viable.

Como se puede observar en el gráfico de la pregunta 6 nos dice que las personas encuestadas toman agua en presentaciones de 1.5 litros, esta pregunta nos ayudara en la producción ya que tendremos un panorama en que cantidades nos enfocaremos a producir en mayor cantidad.

De acuerdo al grafico de la pregunta 7, nos indica que aspectos importantes son para las personas a la hora de comprar un agua mineral, para los encuestados con un 55% es importante el precio, esta pregunta nos servirá para saber a qué característica más tomaremos en cuenta sin dejar de lado las otras características que la población había indicado como ser la cantidad y la calidad.

Respecto a la pregunta 10 nos indica que un 44% de la población acude a los remedios caseros con sufren de problemas gastrointestinales, dando nos así una oportunidad en el mercado ya que el producto que ofreceremos en el mercado será a base de una planta llamada ALOE VERA.

De acuerdo al grafico de la pregunta 11, el 87% de las personas encuestadas respondieron que, si llegarían a consumir un agua mineral con extracto de aloe vera, entonces llega a existir una gran probabilidad de que el producto TU ALOE sea aceptado por el mercado.

Respecto al grafico de la pregunta 12 nos indica que a la población encuestada el 43% le gustaría adquirir el producto en las tiendas de barrio, esta pregunta nos ayudara a saber en qué lugares tendremos más demanda y así como empresa poder satisfacer dicha demanda.

Como se puede observar en el gráfico de la pregunta 14 nos indica que el 87% de la población encuestada le gustaría recibir información a través de la red social facebook. La empresa tendrá que hacer uso de esta red social para dar información de nuestro producto como ser las promociones que se tendrá durante las fechas festivas y otros.

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV

4. PLAN DE MARKETING

El marketing es vital no solo para el éxito de una empresa, sino también para su existencia. Sin acciones de marketing la empresa no podría sobrevivir. El marketing es la conexión entre el consumidor y la empresa, a través de él sabemos qué, cómo, cuándo y dónde demanda el producto.

4.1.OBJETIVOS DE MARKETING

- Aplicar estrategias de marketing para hacer conocer nuestro producto y posicionarnos en la mente del consumidor a través del beneficio que ofrece el producto, de esa manera atender sus necesidades y satisfacer sus expectativas.
- Incrementar las ventas cada año y logrando el número de consumidores.
- Lograr que la empresa productora de agua mineral con extracto de aloe vera, logre proyectarse a nivel nacional, logrando una participación en el segmento de aguas embotelladas.

4.2.MERCADO POTENCIAL

Con la segmentación de mercado nos permitirá conocer mejor a nuestros clientes potenciales y de esa manera poder llegar a mejorar sus necesidades y deseos de las personas que sufren de alguna enfermedad gastrointestinal.

Segmentación geográfica

Ubicación: Nuestro producto será ofertado en la ciudad de Tarija Provincia Cercado.

Segmentación demográfica

Ingresos económicos: Para este negocio serán tomados en cuenta personas de 20 a 49 años de edad, que tengan un nivel de ingresos económicos medios y altos.

Segmentación Psicográfico

Estilo de vida: Esta agua mineral con extracto de aloe vera está dirigido a las personas que se preocupan por salud.

4.3.ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DEL MERCADO META/OBJETIVO

La posible demanda se tomó en cuenta un segmento de la población de Tarija de la Provincia Cercado, entre las edades de 20 a 49 años de edad, por lo que se tomó como año base la población estimada del 2021 según datos del INE existe 84.568 habitantes.

Se considera que el 91% de la población respondieron a la pregunta cuatro si consumen agua mineral, en términos de población serian 76.957 personas.

De las 76.957 habitantes según la investigación de mercado respecto a la pregunta once, el 87% respondió positivamente que consumiría agua mineral con extracto de aloe vera, respecto a la pregunta cinco el 43% consume agua mineral una vez a la semana, y con la pregunta seis el 68% de las personas con en presentaciones de 1.5 litros.

4.4.PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda futura se utilizó como base la información recolectada de la investigación de mercados, que nos dio una idea sobre el comportamiento del consumo futuro. Para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$D_F = D_A (1 + i)^n$$

Donde:

D_F : Consumo o demanda futura

D_A : Demanda actual (Determinado mediante encuestas)

i : Tasa de crecimiento poblacional

n : Tiempo o periodo

✓ **Determinación de la demanda actual**

Para determinar la proyección de la demanda se tomará en cuenta la población de edades entre los 20 a 49 años de edad, con una proporción estratificada de consumidores es el 91% de las personas que si consumen agua mineral.

- $76.957 \text{ personas de } 20 \text{ a } 49 \text{ años de edad} \times 91\% = 70.031$

¿Si existiera un agua mineral con extracto de aloe vera que calme las dolencias y los problemas gastrointestinales (enfermedades digestivas) lo consumiría? donde el 87% afirma que si consumiría

- $70.031 \text{ personas entre } 20 \text{ a } 49 \text{ años} \times 87\% = 60.927$

Al ser un emprendimiento mediano y considerando que la empresa tiene competencia directa e indirecta, tratará de dirigirse al 10% del total de consumidores de agua mineral de la ciudad de Tarija.

- $60.927 \text{ personas consumidoras} \times 10\% = 6.093$

✓ **Frecuencia de consumo de agua mineral:**

De acuerdo a los datos obtenidos se observa que las personas consumen agua mineral una vez a la semana, es decir al mes consumen 4 veces y al año 48 veces.

✓ Cantidad de litros de agua mineral

Con la información obtenida se llegó a la deducción de que, en cada compra realizada, las familias compran aproximadamente 2 litros de agua mineral.

$$D.A.A. = (N^{\circ} \text{ filas consumidoras}) * (\text{Frecuencia de consumo}) * (\text{Cantidad consumida})$$

$$D.A.A. = (6.093) * (48) * (2) = 584.928 \text{ litros de agua mineral}$$

GRÁFICA 4 CANTIDAD DE CONSUMO DE AGUA

DETALLE	DDA ACTUAL TOTAL	POCENTAJE	DDA ACTUAL POR PRODUCTO
Botella 1.5	584.928	60%	349.157
Botella de 600 ml		40%	232.771

FUENTE: Elaboración Propia.

✓ Estimación de la demanda futura

Para efectuar las proyecciones de la demanda se toma en cuenta la tasa de crecimiento de consumo, misma que según datos del INE es del 6%, una vez identificada la tasa de crecimiento poblacional se realizó el cálculo de las proyecciones de la demanda por tipo de presentación del producto para los siguientes cinco años, las cuales se muestran a continuación:

- Botella 1.5 litros = $349.157 (1+6\%) = 354.953$
- Botellas de 600 ml = $232.771 (1+6\%) = 236.635$

Realizando el mismo procedimiento por producto para cada año, se tiene el siguiente cuadro:

GRÁFICA 5 ESTIMACION DE LA DEMANDA FUTURA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Botella de 1.5 litros	354.953	360.845	366.835	372.924	379.114
Botellas de 600 ml	236.635	240.563	244.556	248.626	252.753

FUENTE: Elaboración Propia.

4.5.MARKETING MIX

4.5.1. PRODUCTO

Somos una empresa dedicada a la producción, distribución y comercialización de agua mineral con extracto de ale vera, con presentaciones de 600ml y 1.5 litros, en las cuales las presentaciones tienen objetivos diferentes.

- **Botella de 600ml:** será la presentación que hará conocer nuestra marca en el mercado, además este producto está orientado a personas que buscan satisfacer una necesidad momentánea.
- **Botella de 1,5 litros:** esta presentación tiene dos objetivos, la primera es dar a conocer la marca de la empresa, el segundo es incrementar las ventas y el margen de rentabilidad de la empresa.

4.5.1.1. EMPAQUE

El tipo de empaque que tendrá nuestro producto será de tipo flejado, ya que es una nueva tendencia en el mercado para embalajes secundarios de envases PET, sobre todo en términos de impacto ambiental y de ahorro de recursos, de energía y de costos.



4.5.1.2.MARCA

“Tu Aloe”, Es el nombre que se eligió para la identificación de la empresa esto es debido a que relacionamos la aloe vera con la vida del cliente.



4.5.1.3.SLOGAN

Se definió este slogan porque se quiere destacar que a través de consumir “TU ALOE” además de saciar tu sed también obtendrás los beneficios con los que cuenta la aloe vera, ya que al consumir agua mineral con extracto de aloe vera añadimos un plus de vida a nuestro cuerpo.



4.5.1.4.LOGOTIPO PARA LA EMPRESA



- El nombre con las letras negras; Simboliza poder, fuerza, misterio y elegancia del producto.
- El fondo de azul verdoso; Que ambos colores representan la tranquilidad y calma, se asocia con la naturaleza, prosperidad, fertilidad, salud y generosidad.
- La imagen del aloe vera: Representa la calidad de nuestro producto ya que al ser el complemento principal de nuestra agua mineral. (Ver Anexo 7)

4.5.2. PRECIO

La primera ventaja que obtiene la empresa en precios se consigue gracias a que los costos de producción que se detalla en el plan financiero, es importante aclarar que se tuvieron en cuenta tres factores:

Costos a cubrir: Después de haber identificado todos los costos incurridos en la producción podemos decir y probar que el precio venta cubre todos los costos de producción y aún queda su margen de utilidad.

Precio de la competencia: Esta variable es importante porque es un parámetro que nos permite identificar si nuestro precio está muy altos o muy bajos respecto a esto identificaremos que nuestro precio de venta final es igual al de la competencia pero que incluso nos da un margen que nos permita bajar.

Beneficios: Esta variable nos muestra que después de haber cubierto satisfactoriamente todas las variables anteriores aún tenemos un margen de utilidad que nos permite tener políticas de precios como ser:

Precios de penetración en el mercado nos permitirá fijar el precio a un costo bajo respecto a la competencia.

Políticas que usaremos al introducir el producto será incentivar al consumo y conocimiento de la marca a través de promociones, por ejemplo, en eventos deportivos y en fechas festivas.

4.5.3. PLAZA Y CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- **Productor – Consumidor:** el canal más breve y simple para distribuir bienes de consumo no incluye intermediarios. Se puede vender el producto puerta a puerta.
- **Productor - Detallista – Consumidor:** muchos grandes detallistas compran primero a los fabricantes (súper mercados, tiendas de barrio, etc).

4.5.4. PROMOCIÓN

Debido a que en la época actual, la tecnología hace parte fundamental en el día a día de las personas y es considerada esta como elemento fundamental para difundir y dar a conocer el producto del emprendimiento.

A través de las redes sociales como Facebook e Instagram se podrán promocionar las ventas del agua mineral con extracto de aloe vera con mensajes de cuidado personal y familiar para persuadir a la población de que conozcan y prueben el producto, de esta forma se podría, además, interactuar con las personas para saber sus opiniones acerca del negocio, atender dudas e inquietudes y por su puesto recomendaciones sobre el cuidado de su salud.

Se desarrollará una página Web, a la que se podrá acceder para conocer más de la empresa. Aquí se hará posible, encontrar lo que es la historia, misión y visión., asimismo, tener acceso directo al menú, las promociones y todos los datos de contacto, es decir, dirección, teléfono, correo electrónico, redes sociales, permitiendo así que los clientes puedan contactar de forma rápida y directa.

Desarrollo de publicidad en Facebook ADS; se contratará una empresa para el desarrollo de publicidad en red social de Facebook ADS, de manera que se realice los spots publicitarios; que comunique y pueda persuadir al cliente.

Publicidad impresa, como son los carteles que se pueden colocar en lugares estratégicos o pegarlos en el mismo punto de venta, para que sea visible a los transeúntes y por supuesto repartir tarjetas promocionales.

La persona encargada del manejo de la publicidad es la misma encargada de la atención al cliente, es decir quien recibe los pedidos es la misma que manejará los sitios

webs, redes sociales y gestionará la repartición y colocación de volante y carteles publicitarios.

4.6. ESTRATEGIAS DE MARKETING

4.6.1. ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN

Se eligió una estrategia de costo por valor, debido a que es una estrategia que quiere conseguir que el cliente le de su valor por ser una bebida deliciosa, nutritiva, sana, higiénica y con una buena presentación; con el fin que atraiga a clientes conocedores y no conocedores del agua mineral con extracto de aloe vera.

Mediante esta estrategia se pretenderá ingresar al mercado haciendo énfasis al ingrediente principal del producto, siendo un producto más saludable y natural.

De esta manera al consumir TU ALOE podrán saciar su sed y también reducirán los posibles riesgos de salud.

Como también mediante esta estrategia se busca que la empresa se distinga de la competencia, a través de la incorporación del empaque y la calidad del producto.

Comercializar un producto que garantice la calidad y confianza a los consumidores, proporcionando el porcentaje de aloe vera que tendrá el agua mineral con extracto de aloe vera.

4.7.PRESUPUESTO DE MARKETING

CUADRO 5 PRESUPUESTO DE MARKETING

PRESUPUESTO REQUERIDO DE PROMOCIÓN			
Actividad	Costo (Bs)	Unidad	Total
Desarrollo de la Página Web	2000	Página Web	2.000
Desarrollo de publicidad en Facebook ADS	100	Spot publicitario	100
Publicidad impresa	100	1000 afiches	200
	100	1000 tarjetas	
TOTAL			2.300

FUENTE: Elaboración Propia

CAPÍTULO V

CAPÍTULO V

5. PLAN DE PRODUCCIÓN

Este capítulo tiene como objetivo detallar todos los aspectos técnicos a ser seguidos para la elaboración del agua mineral con extracto de aloe vera. Se inicia por describir las características del producto, posteriormente se detalla el proceso productivo, se describe el tamaño de la empresa, los recursos disponibles como ser la materia prima, el tipo de maquinaria que se utilizara para cada uno de los procesos y finalmente se representa la localización.

5.1.OBJETIVOS DEL AREA DE PRODUCCIÓN

- Determinar los costos de la materia prima, maquinaria y equipo para el proceso de producción.
- Incrementar la producción cada año.
- Alcanzar los niveles de producción que se diferencie por medio de la calidad requerida por los consumidores.
- Especificar el proceso de producción seleccionado de la maquinaria y equipo con el fin de optimizar los recursos, facilitar las actividades de producción.

5.2.DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

5.2.1. DESCRIPCIÓN DE INSUMO

El negocio consiste en ofrecer al mercado tarijeño un agua mineral que contenga extracto de aloe vera, esto será netamente para calmar dolores y síntomas gastrointestinales, este es un nuevo producto en el que se combina el agua mineral con la

aloe vera, además se utilizaran otros ingredientes para que estos definan la calidad del producto.

Una de las principales características que tendrá del producto es el grado de extracto de aloe vera que será de un 30%, además este porcentaje definirá la calidad del producto que se ofertara en el mercado tarijeño, haciendo un resultado de degustar su sabor y será comercializado en botellas Pet de 600 ml y botellas de 1.5 litros.

5.3.DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso para la producción de agua mineral con extracto de aloe vera incluye una serie de operaciones.

❖ Extracción del Gel de Aloe Vera:

Recojo y selección de la Aloe Vera: Es compra de la materia prima, donde se seleccionas las pencas de la sábila donde tienen que tener un peso entre 350 a 500 gramos.

Lavado de inmición: Es el lavado de la penca durante 7 minutos para quitar los micro organismos y así descontaminar la penca, se realiza el lavado con hipo clorito de sodio. Una vez terminado el lavado es trasladado a través de una banda trasportadora.

Lavado con cepillo: Esto se realiza un lavado con un cepillo de astas de plástico, esto es para terminar de hacer la impureza que puedan incrustarse en los bordes de la penca.

Lavado por enjuague: Es proceso para quitar los químicos que se utilizaron a la hora del lavado de la penca.

Corte de punta y cola de la penca de sábila: Proceso donde se quitan las partes superiores e inferiores de la penca, es donde se almacenan la mayor parte de la aloína.

Fileteado de la penca: Es el proceso por el cual se extrae el gel de la penca de sábila.

Trituración del aloe vera: Se tritura el gel de sábila para poder ser almacenado en un tanque de carbono.

Proceso en el taque de carbono: Es donde se almacena el gel de sábila para ser agregado con carbón activo, esto hace elimine el olor, sabor y color del gel de sábila.

Filtración: Son placas por donde pasa el gel de sábila para eliminar los restos del carbón activo.

Tanque de almacenamiento: Es donde se almacena el gel de sábila, está almacenado con ácido cítrico que esto permite que no se oxide o llegue a un estado de putrefacción del gel en el tanque de almacenamiento para después ser enviada al tanque blender donde se combinara con agua mineral.

❖ **Secuencia de procesos de purificación:**

Tanque de agua pura: Es un tanque donde se almacenará el agua para dar inicio al proceso de purificación y mineralización del agua.

Tanque de cloración: Es donde el agua elimina los gérmenes y los microorganismos del agua este proceso se realiza con la mezcla con hipoclorito de sodio para mil litros de agua se utilizarán de 50 a 75 mililitros de este químico, proceso que tardara alrededor de media hora.

Filtro de zeolita: Es por donde se filtran los sedimentos, impurezas, partículas y la turbiedad del agua.

Filtro de carbón activado: Pasa al filtro de carbón activado para la eliminar el olor, color y sustancias coloidales que causan el mal sabor al agua.

Filtro suavizador: Se utiliza este filtro para suavizar el agua, normalmente el agua está compuesta por magnesio y calcio que son perjudiciales para la purificación, es por eso que se suaviza con agua salada para así formar un agua suave y seguir con el proceso de purificación.

Osmosis inversa: Es el proceso principal donde se eliminan los metales, pesticidas y otros contaminantes químicos.

Generador de ozono: brinda al producto mayor calidad y tiempo de vida al agua sin la necesidad de conservadores.

Lámpara de rayos ultra violeta: Se encarga de eliminar a todo tipo de micro organismos que llegan a sobrevivir al proceso inicial de la purificación.

Tanque de almacenamiento: Es donde se guardará el agua mineral para después ser enviada al tanque blender. (Ver Anexo 8)

❖ **Combinación del agua con el extracto de aloe vera.**

Tanque de agua purificada y mineralizada: Es donde se encuentra el agua ya procesada anteriormente, es destinada hacia una mezcladora.

Tanque del gel de sábila: Es donde se encuentra el gel de sábila ya triturado.

Tanques de blender: Es la maquina donde se combinarán estas dos materias durante 10 a 20 minutos.






Embotelladora: Es donde ya se envasan el producto a las diferentes presentaciones.

Deposito: Se trasladará el producto final a un depósito para ser organizado según presentación y ser vendido al mercado.

5.4. DIAGRAMA DE PROCESOS

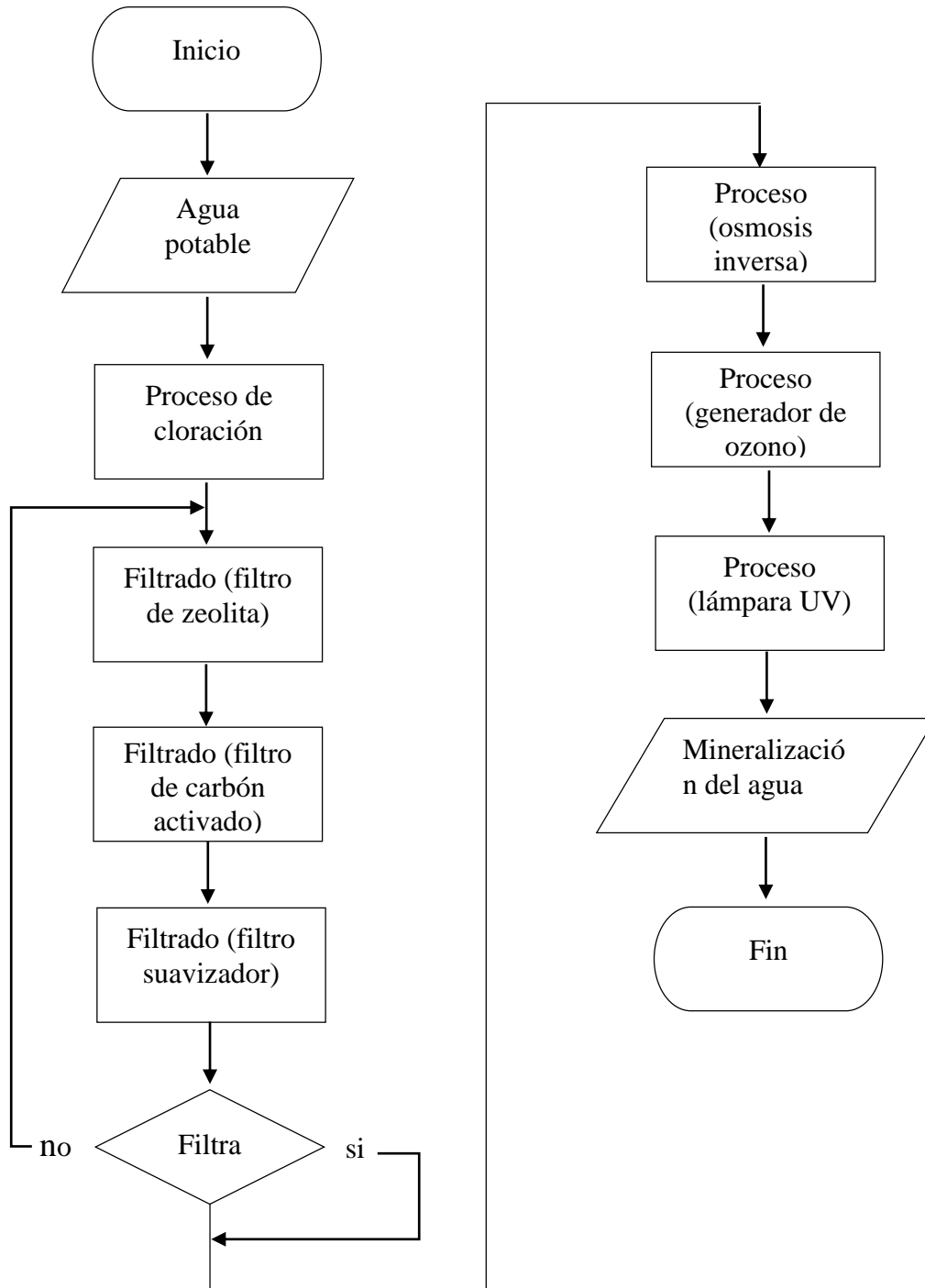
5.4.1. TIPO DE PROCESO

Con el fin de facilitar la comprensión del proceso productivo del agua mineral con extracto de aleo vera, se elaboró un flujo grama de procesos para cada procedimiento que realizara la empresa al momento de la purificación, extracción del gel de sábila y la combinación de estos para así formar un producto final de “Tu Aloe”.

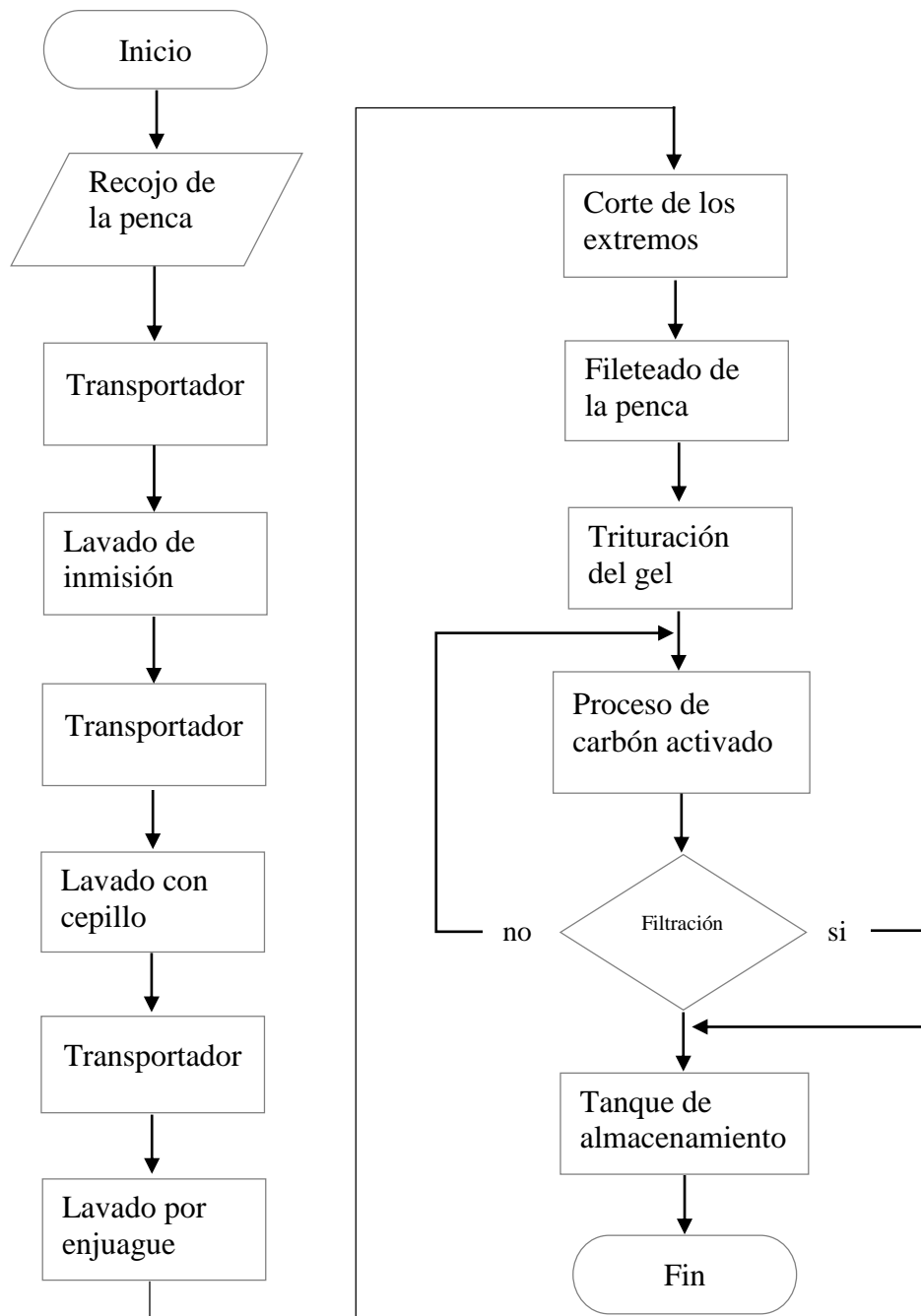
Símbolo	Nombre	Función
	INICIO/FIN	Se usa para representar el inicio o final.
	ENTRADA/SALIDA	Se usa para representar el ingreso de datos o salidas de resultados.
	PROCESO	Se usa para representar procesos, operaciones, asignaciones que pueda originar cambio de valor de la información.
	DECISIÓN SIMPLE	Se usa para indicar comparaciones entre datos y realizar una decisión.
	LÍNEA DE FLUJO	Se usa para indicar el sentido de ejecución de los procesos u operaciones.

Flujo grama de proceso de purificación del agua:

Cuadro 6 FLUJOGRAMA DE PROCESO

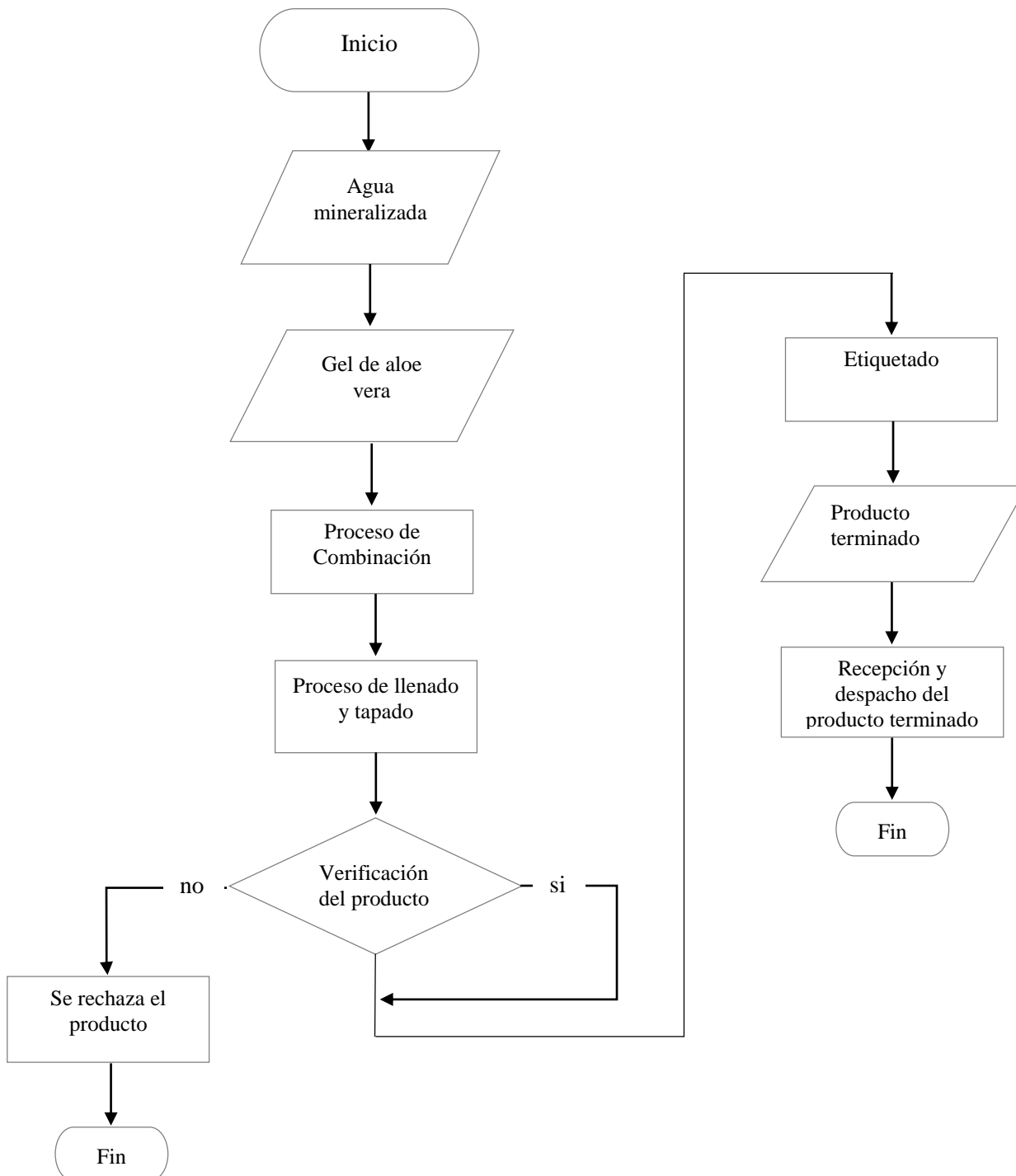


FUENTE: Elaboración Propia.

Flujo grama de proceso de la extracción de gel de aloe vera:

FUENTE: Elaboración Propia.

Proceso del producto final



FUENTE: Elaboración Propia.


5.5.CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

La maquinaria que se obtendrá para la producción del agua mineral con extracto de aloe vera será adquirida desde la ciudad de Santa Cruz, la maquinaria tendrá una capacidad de producción de 1000 botellas por hora.



Maquinaria y equipo

CUADRO 7 REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA EQUIPO

	Detalle	Imagen
<p>2 Tanques de platico</p>	<p>Para el almacenamiento del agua.</p>	
<p>3 Tanques de acero inoxidable.</p>	<p>Para el almacenamiento del gel de sábila. Para la cloración del agua. Mezcla del gel con carbón activado.</p>	
<p>1 filtro de aguas (filtro de zeolita, filtro de carbón activado, filtro suavizador)</p>	<p>Para la filtración de aguas ya tratadas.</p>	

<p>Osmosis inversa</p>	<p>Eliminación de metales y pesticinas.</p>	
<p>Lámpara de rayos ultra violeta</p>	<p>Para la eliminación de microorganismos.</p>	
<p>Generador de ozono.</p>	<p>Brinda durabilidad al agua.</p>	
<p>2 Tinas de lavado</p>	<p>Para lavado con químicos. Para enjuagado.</p>	
<p>Mesa de aluminio</p>	<p>Para el proceso de fileteado.</p>	
<p>Cuchillos</p>	<p>Para el fileteado de la penca.</p>	

Cepillos.	Para el lavado de la penca.	
Triturador	Para triturar la sábila	
Cinta transportadora	Para el traslado de la sábila.	
Tanque de blender	Es el tanque donde se combinará el agua con el gel de sábila.	
1 Embotellador y sellado	Encargado de embotellar y de tapado de las botellas.	

<p>Etiquetadoras manuales.</p>	<p>Se encarga de etiquetar las botellas.</p>	
<p>Sunchado</p>	<p>Se utilizará para el empaque.</p>	

FUENTE: Elaboración Propia (Ver Anexo 9)

5.6. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción, está determinada por la disponibilidad de la materia prima, ya que la maquina procesadora de agua mineral con extracto de aloe vera tiene una capacidad de producción de 1000 botellas de agua mineral con extracto de aloe vera, para la purificación y mineralización de 1000 litros de agua tiene un proceso de aproximadamente 1 hora, también tomando en cuenta el proceso de lavado, extracción y trituración del gel de aloe vera que se utilizara una cantidad de 1000 unidades, que la misma tarda aproximadamente 45 minutos, como también tienen un tiempo de 10 a 20 minutos de combinación entre el agua y el gel de aloe, teniendo en total de 125 minutos en el proceso del producto, por ultimo tenemos el embotellado, sellado, etiquetado y empaquetado que esto tarda en embotellar 6 botellas de 1.5 litros por un tiempo de 10 minutos y para el embotellado de 600 mililitros tomara el tiempo de 7 minutos, lo cual se producirá por día un total de 660 botellas de 1.5 litros y 420 botellas de 600 ml. Teniendo un total de producción de 1.080 botellas por día.

GRÁFICA 6 HORAS DE PRODUCCIÓN

Equipo	Horas de proceso
Purificadora.	1 hora.
Extracción de gel	45 min.
Combinado	20 min.
Embotellado	17 min.
Total de producción	140 min

FUENTE: Elaboración Propia.

De acuerdo a las encuestas realizadas anteriormente las personas o consumidores desean el producto en presentaciones de 1.5 litros, por lo cual la empresa aumentara la producción de la presentación de 1.5 litros en un 10 % dando un total de 760 botellas.

Y para la presentación de 600 ml se reducirá un 50% de producción, llegando a producirse 300 botellas, debido a que esta presentación es utilizada como una estrategia para ser conocidos en el mercado y a atraer consumidores. (Ver Anexo 10)

5.7.PLAN DE PRODUCCIÓN

Para la elaboración del plan de producción de la empresa “Tu Aloe” se toma en cuenta las 1.060 unidades que serán distribuidos para cada presentación que serán puestas a la venta, se detallara en el siguiente cuadro.

GRÁFICA 7 PLAN DE PRODUCCIÓN

Presentaciones en litros	% de consumo	Unidades/día	Semana	Mensual	Anual
1.5 litros	0.68	760	3.800	15.200	181.400
600 ml.	0.24	300	1.500	6.000	72.000
Total		1.060	9.0800	21.200	254.400

FUENTE: Elaboración Propia.

Para los siguientes años la estimación considera para el incremento de las ventas anuales será un 1.66% donde se detalla en el siguiente cuadro.

GRÁFICA 8 PRODUCCIÓN PARA 5 AÑOS

Descripción	Producción para los 5 años				
	Años	2022	2023	2024	2025
Unidades	254.400	258.623	262.916	267.280	271.717

FUENTE: Elaboración Propia.

5.8.ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES

5.8.1. NECESIDAD DE MATERIA PRIMA

Los requisitos de la materia prima necesarias para la elaboración del agua mineral con extracto de aloe vera, dependen específicamente de la cantidad que se va a producir por día, a continuación, se describirán en la siguiente tabla demostrando el costo mensual como el costo anual para la empresa.

CUADRO 8 COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA

Costo total de materia prima					
Producto	Cantidad	Diario	Semanal	Mensual	Total Anual
Aloe Vera	10 cajas	1.600	9.600	38.400	460.800
Agua	1000 litros			420	5.040
Total				28.420	465.840

FUENTE: Elaboración Propia

Para presentaciones de 1.5 litros se utilizarán 7 cajas de aloe vera, teniendo un total de Bs 26.880 mensuales y un total de Bs 322.560 anuales.

Para presentaciones de 600 ml. Se utilizarán 3 cajas de aloe vera, teniendo un total de Bs 11.520 mensuales y un total de Bs 138.240 anuales

CUADRO 9 COSTO DE INSUMOS

Costo total de insumos					
Producto	Cantidad	Diario	Semanal	Mensual	Total Anual
Hipo clorito de sodio	5 litros		20	80	960
Ácido Cítrico	20 kg		150	600	7.200
Envase Pet 1.5 más tapas	760 unidad	608	3.040	12.160	145.920
Envase Pet 600 ml más tapas	300 unidad	150	750	3.000	36.000
Fleje de Plástico de 1500 metros	6 unidades		630	2.520	30.240
Total			4.590	18.360	220.320

FUENTE: Elaboración Propia

5.8.2. PROVEEDORES (materia prima e insumos)

La penca del aloe vera es gruesa y carnosa, miden unos 50 cm de largo, 10 o 20 cm de ancho y 5 cm de grosor que se comprara de las comunidades cercanas a la empresa.

En cuanto al agua, será obtenido de una red potable del lugar donde se encontrará la empresa.

En cuanto a los materiales como el envase, etiquetas y el flejado serán comprados de la ciudad de Santa Cruz.

En este punto se desglosa la maquinaria y equipos para la producción de Tu Aloe, para lo cual se requiere diferentes tipos de maquinaria y equipos.

La maquinaria para la elaboración del producto, que por sus características de higiene requiere que la misma sea un material inoxidable es decir idóneo para esta función.

En el mercado local existe una limitada oferta de maquinaria para las empresas en general lo cual podemos encontrar en los departamentos de Cochabamba, La Paz y Santa Cruz.

En la tabla que sigue se muestra el detalle de la cantidad de maquinaria necesaria para la producción del agua mineral con extracto de aloe vera.

CUADRO 10 PROVEEDORES DE MAQUINARIA

Descripción	Ítem	Proveedores	Ubicación
Maquinaria	Purificadora de agua.	Purifika Bolivia	Santa Cruz – Bolivia
	Extractora	Purifika Bolivia	Santa Cruz – Bolivia
	Mezcladora	Purifika Bolivia	Santa Cruz - Bolivia
Material de proceso	Hipoclorito de sodio	Brenntag Bolivia SRL.	Santa Cruz – Bolivia
	Ácido cítrico	Brenntag Bolivia SRL	Santa Cruz - Bolivia
Envase	Botellas Pet	PractiPlas SRL.	Santa Cruz – Bolivia
	Tapas	PractiPlas SRL.	Santa Cruz – Bolivia
	Flejado	PractiPlas SRL.	Santa Cruz - Bolivia
Material de Computación	Computadoras de escritorio	Weretech	Tarija – Bolivia
	Impresora	Weretech	Tarija – Bolivia
Material de escritorio	Hojas	La papelera	Tarija – Bolivia
	Lapiceras	La papelera	Tarija – Bolivia
	Engrampadoras	La papelera	Tarija - Bolivia
Muebles y Enseres	Escritorio	Globalaz	Tarija – Bolivia
	Estante	Globalaz	Tarija – Bolivia
	Sillas	Globalaz	Tarija – Bolivia
	Mesas	Globalaz	Tarija – Bolivia

FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 11 PRECIO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Precio unitario Bs	Precio Total
Purificador de agua	1	38.500	38.500
Triturador de gel	1	6.300	6.300
Tinas de lavado	3	1.000	3.000
Mesa de aluminio	1	900	900
Cuchillos	6		170
Cepillos.	6		50
Tanque de blender	2	1.200	2.400
Tanques de plástico	2	900	1.800
Tanques de acero	2	1.100	2.200
Embotellador y sellado	1	6.000	6.000
Etiquetadoras	1	1.900	1.900
Sunchador	1	1.000	1.000
Total			64.220

FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 12 MUEBLES Y ENSERES

Muebles y enseres	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computadoras de escritorio	5	4.000	20.000
Impresora	5	550	2.750
Escritorio	5	300	1.500
Estante de aluminio	2	350	700
Estantes de melanina	4	350	1.400
Sillas	10	365	3.650
Mesas	1	1.500	1.500
Mostrador	1	650	650
Teléfono	5	590	2.950
Total			35.100

FUENTE: Elaboración Propia

5.9.LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La localización del territorio donde se construirá la infraestructura de la planta, será elegida en base a los siguientes criterios:

- Terreno propio de la empresa.
- Existencia de los servicios básicos necesarios para la producción del agua mineral de extracto de aloe vera.
- Vías de comunicación y disponibilidad de medios de transporte.
- Proximidad de los proveedores.

❖ **Macro localización**

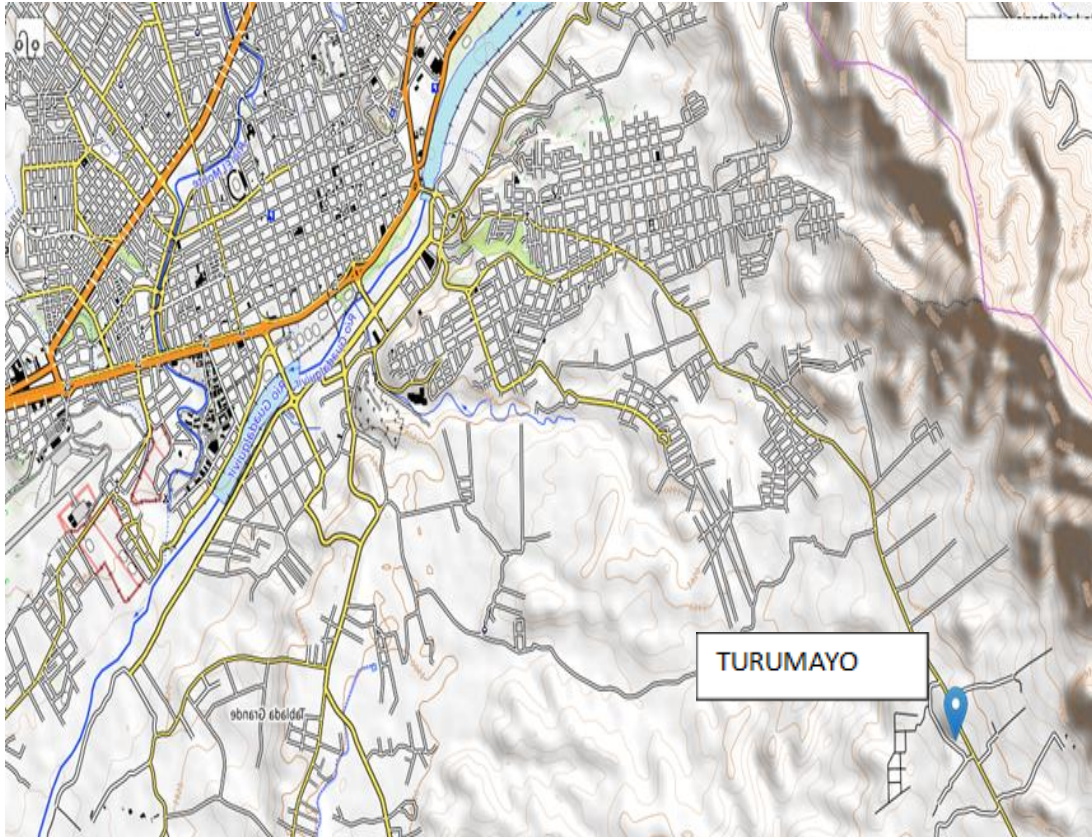
El proyecto estará situado en el departamento de Tarija, que está ubicado al sur de Bolivia. Limita al norte con el departamento de Chuquisaca; al sur con la República de Argentina; al este con la República del Paraguay y al oeste con los departamentos de Chuquisaca y Potosí

❖ **Micro localización**

La empresa estará localizada en la localidad de Turumayo a 12 kilómetros de la ciudad de Tarija, con un terreno de $422m^2$ de área.

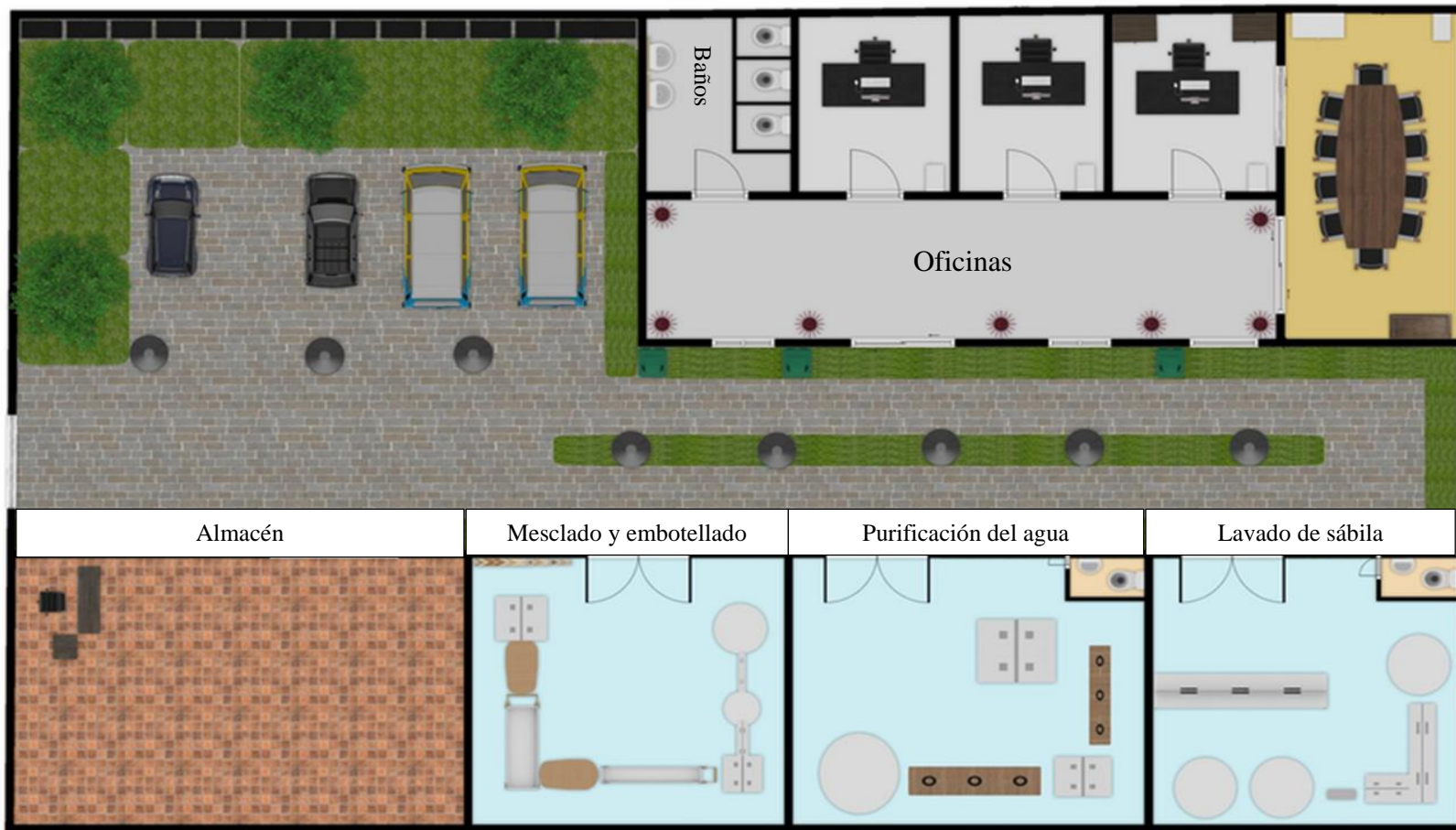
Se considera que esta extensión es apropiada ya que, a través de algunos análisis, se ha determinado que, para poder vender la cantidad esperada, es necesario contar con un lugar amplio que permitirá producir las cantidades con anterioridad.

También se contará con una sucursal que estará ubicada en la zona céntrica de la ciudad de Tarija para poder ofrecer nuestro producto y estar en contacto con los clientes para atender las opiniones de agrado o desagrado del producto.



5.10. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LAS INSTALACIONES

CUADRO 13 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES



FUENTE: Elaboración Propia

5.11. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

La ISO 45001 es la norma internacional para sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo, destinada a proteger a los trabajadores y visitantes de accidentes y enfermedades laborales. La certificación ISO 45001 fue desarrollada para mitigar cualquier factor que pueda causar daños irreparables a los empleados o al negocio. La norma es resultado del esfuerzo de un comité de expertos en seguridad y salud en el trabajo que buscaron un enfoque hacia otros sistemas de gestión, incluyendo la ISO 9001 y la ISO 14001. Además, la ISO 45001 fue diseñada para considerar otros sistemas de gestión.

5.11.1. HIGIENE PERSONAL

El personal de trabajo deberá de cumplir con las reglas de la empresa antes de entrar a la planta de producción.

Cabello: En cuanto a los varones deberán de tener el cabello corto y la barba rasurada, y para las mujeres tener el cabello recogido ambos deberán de portar una cofia para mantener totalmente cubierto el cabello.

Manos: Uñas cortadas y cepilladas, siempre limpias y en caso de las mujeres sin esmaltes. El lavado de las manos se realizará antes del manipuleo de la materia prima.

Adornos y joyas: No deben de usarse dentro del lugar del trabajo relojes, aros, cadenas, anillos, manillas, y otros.

Ropa de trabajo: el personal de trabajo contara con 3 uniformes para realizar sus labores diarias, además contaran con una cofia, barbijo, gorro, guantes de látex, mandil de goma.

CUADRO 14 INDUMENTARIA DE TRABAJO

DETALLE	PROVEEDOR	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL MENSUAL
Uniforme de trabajo	LITORAL	10	120	1.200
Cofia	FARMACORP	5 cajas	47	235
Barbijos	FARMACORP	5 cajas	15	75
Guantes de látex	FARMACORP	5 cajas	35	175
Mandil de goma.	LITORAL	5	52	260
TOTAL				1.945

FUENTE: Elaboración Propia

5.11.2. HIGIENE DE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA Y MAQUINARIA

La empresa realizara la limpieza de los artefactos de trabajo todos los dias despues de realizar ua buena jornada laboral, cada artefacto se debera de lavar con lavandina para poder hacer uso de los artefactos al dia diguiente.

En cuanto a las maquinarias de proceso se realizara un mantenimiento trimestralmente, esto es para evitar problemas con la produccion, como tambien se realizara una limpieza de todas las instalaciones para tener una buena imagen de la empresa.

Los socios de la empresa junto al gerente general seran los encargado de inspeccionar las instalaciones de la empersa, donde ellos se encargaran de recorrer todas las instalaciones de la empresa.

5.12. CONTROL DECALIDAD

A lo largo del proceso de producción será necesario realizar controles de calidad que garantice que el producto saldrá de la forma adecuada y que se estará cumpliendo con el estándar establecido. Para ello el producto seguirá un plan de control de calidad en diferentes factores como ser la higiene, el proceso, el producto y almacenamiento.

Higiene: Debido a que el producto a elaborar se puede contaminar fácilmente, se deberá seguir normas de higiene durante su elaboración. La mesa y todas las piezas de trabajo se limpiarán frecuentemente y desinfectarán antes de usarse, además de que el personal deberá vestir la indumentaria adecuada.

- **Control en el proceso:** En el proceso de elaboración, se controlará que lo mencionado anteriormente y la manipulación de la materia prima se cumpla conforme lo establecido, permitiendo garantizar la calidad del producto.
- **Envasado:** Se debe asegurar que el producto no tenga ningún tipo de anomalías.
- **Almacenado:** El producto deberá de ser almacenado en un lugar limpio, seco y fresco.

CAPÍTULO VI

CAPÍTULO VI

6. PLAN ORGANIZACIONAL

En este capítulo se procesará la organización empresarial y la fuerza de trabajo, ya que esto nos va a permitir como se constituirá la empresa dedicada a la producción y comercialización del agua mineral con extracto de aloe vera.

También nos permitirá el desarrollo de trabajo en equipo que tendrá la empresa y de esta manera trazaremos objetivos claros y precisos para el buen funcionamiento.

6.1.ASPECTOS LEGALES DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Para la producción y comercialización del producto “Tu Aloe” consideramos la posibilidad de constituir una empresa que tomara la figura jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada.

SERVICIO PLURINACIONAL DE REGISTRO DE COMERCIO (SEPREC)

Toda empresa para iniciar su funcionamiento debe de cumplir con requisitos para ser legalmente establecida esto es señalado por el código de comercio.

Para ser constituida legalmente la empresa de Tu Aloe se debe cumplir con los siguientes requisitos:

Requisitos para Registrarse como S.R.L.

- Formulario web de Solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado por el representante legal y con aprobación vía ciudadanía digital.
- Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del

Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.

- Cancelar el costo para Publicación in extenso del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio.
- Formulario de Declaración Jurada N° 0020 de solicitud de Matrícula de Comercio debidamente llenado y firmado por el propietario o representante legal de la empresa. (Ver Anexo 13)
- Balance de Apertura firmado por el propietario o representante legal y el profesional que interviene acompañando la solvencia profesional original otorgada por el colegio de contadores o Auditores.
- Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea.

Costo: S.R.L. / 455,00 Bs

Servicio Nacional de Impuestos Nacionales:

Para estar registrado y poder funcionar legalmente.

Régimen General

Requisitos:

- Escritura de Constitución de Sociedad, Ley, Decreto, Resolución o Contrato, según corresponda Fuente de mandato del Representante Legal (Poder, Acta de Directorio, Estatuto o Contrato) y documento de Identidad vigente.

- Facturas o prefecturas de consumo de energía eléctrica que acrediten el número de medidor del domicilio habitual del representante legal, domicilio fiscal y sucursales (si corresponde) donde desarrolla la actividad económica.

Licencia de Funcionamiento:

Requisitos:

- Declaración jurada F-401 en caso de no contar con PMC; F-402 si contara con PMC (recabar y llenar en plataforma de atención al contribuyente).
- Original y fotocopia de la cédula de identidad del titular.
- Fotocopia de factura de luz (anverso y reverso), que acredite la dirección del domicilio de la actividad económica.
- Fotocopia del NIT y certificado de inscripción (si tiene).
- Croquis de ubicación de la actividad económica y superficie de distribución de los ambientes, expresados en mts².
- Para actividades que cuentan con una superficie mayor a 150 mts². Deberá presentar plano elaborado por un arquitecto.
- Original y fotocopia de la cédula de identidad del apoderado o representante legal.
- Fotocopia de testimonio de constitución de sociedad.
- Original y fotocopia del poder notariado del representante legal (actualizado).

Caja Nacional de Salud:

Requisitos:

- Form. AVC-01 (Vacío).
- Form. AVC-02 (Vacío).

- Form. RCI-1A (Vacío)-
- Solicitud dirigida al JEFE DEPTO. NAL. AFILIACIÓN.
- Fotocopia C.I. del responsable o Representantes Legal.
- Fotocopia NIT.
- Balance de Apertura aprobado y firmado por el SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS.
- Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado).
- Nómina del personal con fecha de nacimiento.
- Croquis de ubicación de la Empresa.

Requisitos para Afiliación del Trabajador

- Formulario Avc-04 "Sellado y firmado por la empresa".
- Formulario Avc-05 (no llenar).
- Fotocopia cédula de identidad del trabajador.
- Certificado de nacimiento (original y computarizado) o libreta de servicio militar.
- Última Papeleta de pago o planilla de sueldos sellado por cotizaciones.

Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP):

A continuación, le presentamos los requisitos para cada una de ellas:

Futuro de Bolivia S.A. AFP

Registro de Empresas: Se debe llenar el Formulario de Inscripción del Empleador, el mismo que adquiere la calidad de Declaración Jurada del Representante Legal o Máxima Autoridad Ejecutiva, quien libre y expresamente declara que son válidos los datos

consignados en dicho Formulario al momento de su suscripción, para ello debe adjuntar lo siguiente:

Requisitos:

- Fotocopia simple del NIT (Número de Identificación Tributaria).
- Fotocopia simple Documento de Identidad del Representante Legal.
- Fotocopia del Testimonio de Poder del Representante Legal (si corresponde).

 **Ministerio de Trabajo:**

Requisitos:

- Formulario de Registro Obligatorio de Empleados (ROE) llenado (3 copias).
- Depósito de 80 Bs. a la cuenta número: 501-5034475-3-17 del Bando de Crédito de Bolivia normas legales vigentes en el país.

 **SENASAG:**

Requisitos:

- Carta de Solicitud dirigida al jefe Departamental correspondiente
- Formulario de solicitud UNIA-REG-PET-FORM-001, debidamente completada, recabada de las oficinas Departamentales respectivas del SENASAG. (Ver Anexo 14)
- Fotocopia del Certificado de Registro Sanitario y respaldo de provisión de los productos de su proveedor.
- Fotocopia del NIT.
- Croquis ubicación del almacén.

6.2.MARCOS DE REFERENCIA ESTRATÉGICA

6.2.1. MISIÓN

Crear y desarrollar un mercado nuevo, posicionándose en la mente del consumidor como una marca innovadora que ofrece un agua mineral con extracto de aloe vera 100% natural, enfocada en la salud y el bienestar de nuestros clientes. Ofrecer un servicio único que permita diferenciarse a través del sabor del agua mineral con extracto de aloe vera.

6.2.2. VISIÓN

Ser reconocida como una empresa líder y exitosa en la elaboración de agua mineral con extracto de aloe vera, que fomente la buena salud, diferenciada por su calidad, innovación y servicio exclusivo y único.

6.2.3. VALORES DE LA EMPRESA

- **Honestidad:** todas nuestras acciones son regidas por una conducta honesta, transparente y ética.
- **Compromiso:** fomentamos una cultura de trabajo donde el esfuerzo, dedicación y trabajo en equipo se orienten a brindar productos de alta calidad para asegurar la satisfacción de nuestros clientes.
- **Puntualidad:** nos esforzamos siempre en entregar a tiempo lo prometido.
- **Respeto:** todos nuestros actos y decisiones son conformes al respeto de nuestros trabajadores como del entorno de la empresa.

6.3.OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA

6.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 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 una semana una vez iniciado el proyecto.
- Evaluar al personal trimestralmente para el beneficio y buen rendimiento de la empresa.

6.4.ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

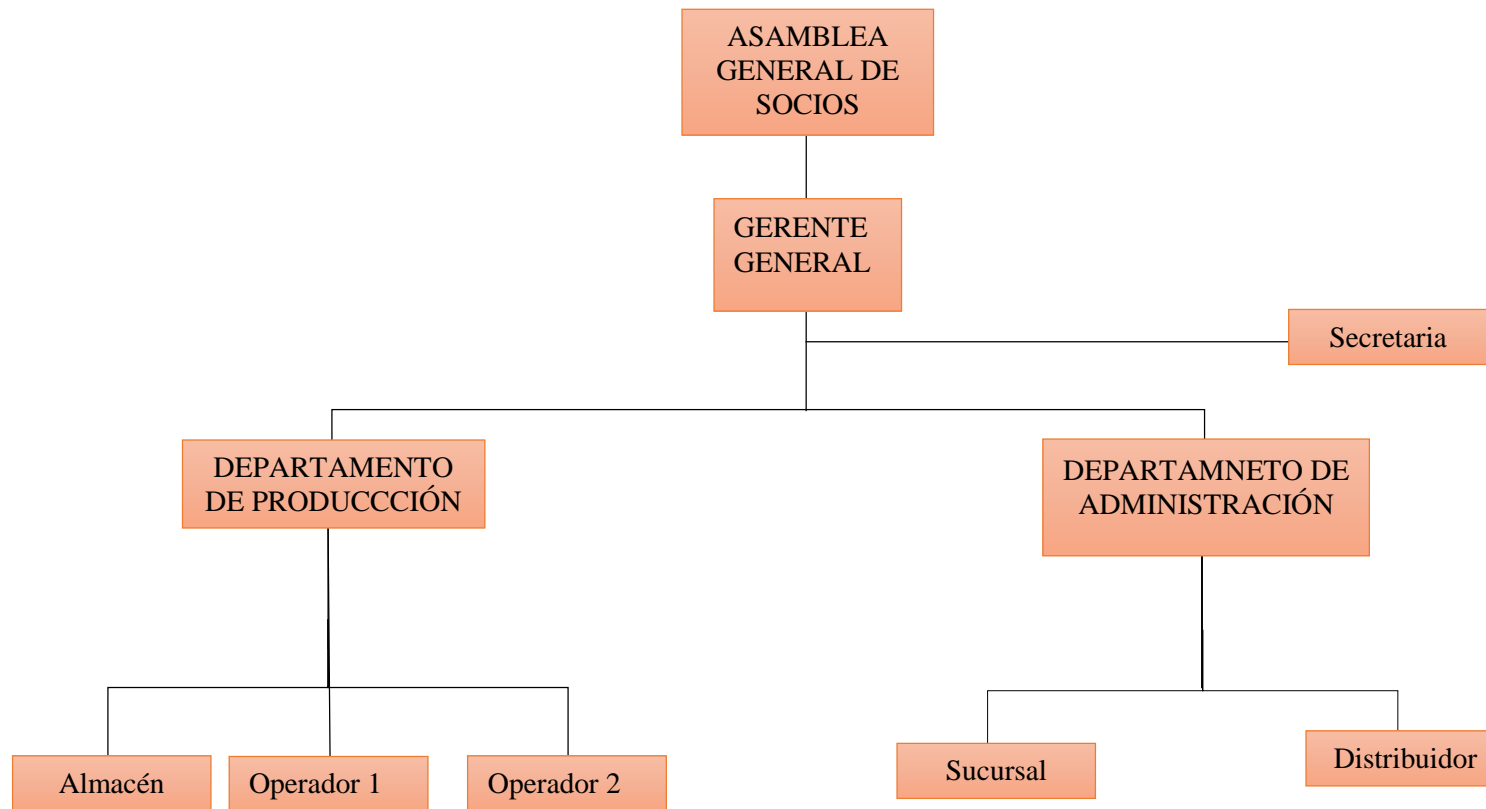
El propósito de la estructura organizacional es contribuir a la creación de un entorno favorable para el desempeño humano, por tanto, se plantea para la empresa “Tu Aloe” un diseño organizacional simple, que permita una fácil gestión de las áreas con las que contara.

La empresa opta por una departamentalización por funciones que expresa lo que realizara la empresa, este tipo de departamentalización es la base de usos más común para la organización de actividades y se halla presente en algún nivel de la estructura organizacional de casi todas las empresas.

Las ventajas que trae este tipo de departamentalización radican en que además de ser reflejo lógico de las funciones, sigue el principio de la especialización ocupacional y se simplifica la capacitación.

6.5. DISEÑO ORGANIZACIONAL

CUADRO 15 DISEÑO ORGANIZACIONAL



FUENTE: Elaboración Propia

Requerimiento de personal

Una vez establecido la estructura organizacional de la empresa, se pasó a determinar los requerimientos de personal en las diferentes áreas, estableciendo la cantidad de personal para puesto de trabajo.


CUADRO 16 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

CARGO	CATEGORIA	CANTIDAD	Hrs.
Gerente General	Administrador/Ingeniero	1	8
Jefe de Producción	Administrador/Ing. de Alimentos	1	8
Jefe de Administración	Lic. En Administrador	1	8
Secretaria	Secretariado ejecutivo	1	8
Distribuidor	Técnico en ventas	1	8
Operador 1(manipulador de la penca)	Operador calificado	1	8
	Operador calificado	2	8
Operador 2 (manipulador de aguas)	Operador calificado	1	8
Encargado de Almacén	Vendedor calificado	1	8
Encargado de sucursal	Celador	1	8
Limpieza	Sereno	1	12
Seguridad			
Total		12	

FUENTE: Elaboración Propia


6.6.MANUAL DE FUNCIONES PARA LA ORGANIZACIÓN

CUADRO 17 MANUAL DE FUNCIONES GERENTE GENERAL

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Gerente General
Dependencia	Área de Administración
Número de cargos	3
Reporta	ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Titulo como Administración de Empresas o Ingeniero Industrial
Requisitos de experiencia	Dos años de experiencia Profesional relacionado
Objetivo Principal	
Aplicar y desarrollar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización, dirección y control sobre la empresa.	
Descripción de las funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cumplimiento con el objeto social de la empresa. 2. Contratar, cuando sea necesario, los servicios profesionales independientes, personas naturales o jurídicas, para atender necesidades de la empresa. 3. Planeación general. 4. Estar en contacto con los proveedores. 5. Revisar y gestionar los correos, redes sociales y demás medios, en el que el cliente se comunica con la empresa. 6. Evaluar el desempeño de la empresa todos los meses. 7. Supervisar las operaciones, los libros de contabilidad, cuidar que la contabilidad esté al día. 8. Planificar todas las operaciones comerciales. 9. Estar actualizado con las tendencias del mercado. 	


FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 18 MANUAL DE FUNCIONES SECRETARIA

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Secretaria
Dependencia	Área de Administración
Número de cargos	0
Reporta	Gerente General
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Título en secretariado ejecutivo y técnico medio en manejo de paquetes office
Requisitos de experiencia	Dos años de experiencia Profesional relacionado al cargo
Objetivo Principal	
Llevar el registro oficial y legal académico relacionado con los estudiantes	
Descripción de las funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Controlar los registros académicos de ley. 2. Colaborar en la organización y ejecución del proceso de inscripciones. 3. Elaborar toda la documentación como diplomas, certificados de estudios o constancias. 4. Mantener actualizado el registro de estudiantes. 5. Realizar inventarios de archivos, para la evacuación de expedientes inactivos y documentos que son obsoletos. 6. Mantener ordenada y actualizada la documentación de los estudiantes, personal docente y administrativo. 7. Responder por el uso adecuado, mantenimiento y seguridad de los equipos y materiales confiados a su manejo. 8. Llevar a cabo los trámites ante las instancias legales que se requieran de acuerdo a las normas vigentes. 9. Demás funciones propias del cargo y que le sean asignados por la Rectoría. 	


FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 19 MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE ADMINISTRACIÓN

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Departamento de Administración
Dependencia	Área de Administración
Número de cargos	2
Reporta	Gerente General
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Lic. en Administración de empresas o Lic. en Auditoria
Requisitos de experiencia	Dos años de experiencia relacionada en el área requerida
Objetivo Principal	
Realizar actividades administrativas de control y elaboración de planes financieros y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.	
Descripción de las funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Colaborar con el Gerente en la dirección, planificación, coordinación y supervisión del trabajo desarrollado en la empresa. 2. Revisar y verificar los movimientos y registros contables, estados de cuentas, conciliaciones bancarias, cierres de cuentas y balances de comprobación. 3. Llevar registro y control administrativo del presupuesto asignado a la empresa. 4. Llevar el control de las cuentas por cobrar y pagar. 5. Elaborar y mantener actualizada la ejecución presupuestaria de la empresa. 6. Controlar el correcto cumplimiento de la jornada y horario de trabajo de personal de la empresa, de acuerdo con las instrucciones y circulares internas de aplicación. 7. Organizar la adecuada aplicación de la normativa referente a permisos, licencias y vacaciones del personal de la empresa. 8. Realizar la contratación y despido de personal. 	


FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 20 MANUAL DE FUNCIONES DISTRIBUIDOR

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Distribuidor
Dependencia	Área Administrativa
Número de cargos	1
Reporta	Departamento de Administración
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Bachiller académico y conocimiento en ventas
Requisitos de experiencia	Un año de experiencia en manejo de vehículos
Objetivo Principal	
Inventariar productos vendidos en el mercado, registro de productos recogidos del almacén de la empresa y tener buen trato con los clientes.	
Descripción de las funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de levantar productos pesados. 2. Recibir instrucciones directas del departamento de Administración. 3. Realizar la entrega del producto realizado por los clientes. 4. Buena relación con los clientes 	


FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 21 MANUAL DE FUNCIONES ENCARGADO DE SUCURSAL

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Sucursal
Dependencia	Área Administrativa
Número de cargos	
Reporta	Departamento de Administración
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Bachiller académico y conocimiento en ventas
Requisitos de experiencia	Un año de experiencia en manejo de vehículos
Objetivo Principal	
Inventariar productos vendidos en el mercado, registro de productos recogidos del almacén de la empresa y tener buen trato con los clientes.	
Descripción de las funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de levantar productos pesados. 2. Recibir instrucciones directas del departamento de Administración. 3. Realizar la entrega del producto realizado por los clientes. 4. Buena relación con los clientes 	


FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 22 MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE PRODUCCIÓN

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Departamento de producción
Dependencia	Área de Producción
Número de cargos	3
Reporta	Gerente General
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Titulo como Ingeniero Industrial o Administración de Empresas
Requisitos de experiencia	Dos años de experiencia Profesional en el área relacionado
Objetivo Principal	
Verificación del manipule de la materia prima y control de calidad del producto	
Descripción de las funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Seguimiento de planes de producción. 2. Solicitud de insumos y dirección de cargas de máquinas. 3. Control de tiempos y movimientos. 4. Control de tareas a operarios. 5. Control de inventarios del almacén. 	

FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 23 MANUAL DE FUNCION DEL OPERADOR I
(Manipulador de la penca de sábila)

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Operador 1
Dependencia	Área de Operaciones
Número de cargos	
Reporta	Jefe de Producción
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Técnico medio en maquinaria industrial
Requisitos de experiencia	Un año de experiencia en el puesto requerido
Objetivo Principal	
Ejecutar las actividades necesarias para la operación y procesamiento de purificación de aguas.	
Descripción de las funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Calibrar la calidad del agua. 2. Verificar el buen funcionamiento de las válvulas de aguas. 3. Realizar el mantenimiento y reparación de bienes, equipos e infraestructura del equipo. 4. Elaborar la programación del mantenimiento. 5. Elaborar informes técnicos, para su posterior envío al departamento de producción. 6. Inspeccionar áreas y bienes identificando riesgos y comunicar al encargado de laboratorio. 	


FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 24 MANUAL DE FUNCIÓN DEL OPERADO II (MANIPULADOR DE AGUA)

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Operador 2
Dependencia	Área de Operaciones
Número de cargos	
Reporta	Jefe de Producción
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Técnico medio en maquinaria industrial
Requisitos de experiencia	Un año de experiencia en el puesto requerido
Objetivo Principal	
Ejecutar las actividades necesarias para la operación, mantenimiento y correcto manipuleo de las hojas de sábila.	
Descripción de las funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento de las maquinarias de extracción de gel de sábila. 2. Fileteado de la penca de sábila. 3. Realizar el mantenimiento y reparación de bienes, equipos e infraestructura del equipo. 4. Elaborar la programación del mantenimiento. 5. Elaborar informes técnicos, para su posterior envío al departamento de producción. 6. Inspeccionar áreas y bienes identificando riesgos y comunicar al departamento de producción. 	

FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 25 MANUAL DE FUNCIÓN DEL ENCARGADO DE ALMACÉN

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Encargado de Almacén
Dependencia	Área de Operación
Número de cargos	2
Reporta	Jefe de Producción
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Bachiller
Requisitos de experiencia	Experiencia básica en el manejo de paquetes office
Objetivo Principal	
Atender los requerimientos en cuanto al suministro de materiales y/o repuestos del almacén, recibiendo, clasificando, codificando, despachando e inventariando.	
Descripción de las funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Verificar las características de los productos recibidos. 2. Codificar la mercancía y almacenar información en base de datos. 3. Elaborar guías de despacho a las diferentes áreas. 4. Elaborar inventarios. 5. Coordinar la asignación de transporte. 6. Cumplir con las normas de seguridad de la empresa. 	

FUENTE: Elaboración Propia

6.7. PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL

6.7.1. RECLUTAMIENTO

Tu Aloe S.R.L. anunciará las vacantes durante una semana a los aspirantes que deseen trabajar en los diferentes puestos. Para atraer personas que deseen ocupar el cargo de gerente general se comunicara al Colegio de Administradores de Empresas de la ciudad de Tarija (CADET).

Para cargos de nivel operativo se utilizará avisos de empleo para ocupar el cargo, en donde incluirán una breve descripción de la empresa y distintas condiciones del cargo que se requiere y además se incluirá un número telefónico al que podrán llamar los interesados.

6.7.2. SELECCIÓN

Una vez captado el mayor número de personas, con las condiciones requeridas, será el momento de empezar a elegir quienes ocuparan los puestos disponibles en la empresa.

Los métodos que se utilizarán en el proceso de selección de personal serán:

- Presentación de su respectiva hoja de vida.
- Recomendaciones de trabajos o jefes anteriores.
- Entrevistas, en las cuales se formularán preguntas abiertas ya que estas harán que el candidato de la mayor cantidad de referencias sobre su trabajo y personalidad, en ella se podrá determinar si ellos cuentan con las destrezas necesarias.

6.7.3. SOCIALIZACIÓN (INDUCCIÓN)

En cuanto a la inducción del personal en la empresa se realizará una socialización del equipo de trabajo mediante actividades de iniciación, tales como presentación del personal de la empresa, se mostrará el lugar de trabajo, objetivos de cada área de trabajo, entrega de medios necesarios. Con esto se pretende que todo el personal se conozca e intercambien ideas para poder formar una cultura organizacional de trabajo en equipo.

6.7.4. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

La evaluación del desempeño nos ayudara a determinar de qué manera el personal se está desempeñando sus funciones dentro de su área de trabajo, así poder desarrollar estrategias que permitan al personal realizar sus actividades de manera más eficiente. (Ver Anexo 15)

Para la evaluación de desempeños se realizará una evaluación de escalas gráficas, con estas escalas se pueden medir:

- Productividad: Cantidad de trabajo realizado.
- Creatividad: Capacidad de innovar.
- Calidad: Cuidado a la hora de trabajar.
- Comprensión de situaciones: Se trata de la capacidad para resolver problemas.
- Conocimiento del trabajo: Experiencia que muestra el trabajador en las funciones que realiza.
- Cooperación: Espíritu de colaboración y habilidad en las relaciones interpersonales.

6.8.ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

6.8.1. ESCALA SALARIAL

El salario mínimo nacional aumentará en Bs 86.56 este 2022 por lo que subirá a Bs 2.250 por el presidente Luis Arce Catacora y la Central Obrera Boliviana, de acuerdo al decreto supremo N 4501, 1 de mayo de 2022.

CUADRO 26 ESCALA SALARIAL

CARGO	DETALLES DEL PUESTO	CANTIDAD DE PUESTOS	MESES	REMUNERACION MENSUAL	TOTAL
GERENTE GENERAL	TIEMPO COMPLETO	1	12	3.000	36.000
SECRETARIA	TEIMPO COMPLETO	1	12	2.250	27.000
JEFE DE ADMINISTRACIÓN	TIEMPO COMPLETO	1	12	2.700	32.400
JEFE DE PRODUCCIÓN	TIEMPO COMPLETO	1	12	2.700	32.400
DISTRIBUIDOR	TIEMPO COMPLETO	1	12	2.250	27.000
OPERADOR 1	TIEMPO COMPLETO	2	12	4.600	55.200
OPERADOR 2	TIEMPO COMPLETO	1	12	2.300	27.600
ENCARGADO DE ALMACEN	TIEMPO COMPLETO	1	12	2.250	27.000
ENCARGADO DE SUCURSAL	TIEMPO COMPLETO	1	12	2.250	27.000
LIMPIEZA	TIEMPO COMPLETO	1	12	2.250	27.000
SEGURIDAD	TIEMPO COMPLETO	1	12	2.250	27.000
TOTAL		12			345.600

FUENTE: Elaboración Propia

6.8.2. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA O PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS

CUADRO 27 PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS

DESCUENTOS								
N°	Cargos	Total Ganado	C.N.S 10%	AFP 1,71%	Comisión 0.05%	Aporte de Fondo Solidario 0.05%	Total	Liquido Pagable
1	GERENTE GENERAL	3.000	300	51.30	15.00	15.00	381.30	2.618,70
2	SECRETARIA	2.250	225	38.40	11.20	11.20	285.80	1.964,20
3	JEFE DE ADMINISTRACIÓN	2.700	270	46.10	13.50	13.50	343.10	2.356,90
4	JEFE DE PRODUCCIÓN	2.700	270	46.10	13.50	13.50	343.10	2.356,90
5	DISTRIBUIDOR	2.250	225	38.40	11.20	11.20	285.80	1.964,20
6	OPERADOR 1	2.300	230	39.30	11.50	11.50	292.30	2.007,70
7	OPERADOR 1	2.300	230	39.30	11.50	11.50	292.30	2.007,70
8	OPERADOR 2	2.300	230	39.30	11.50	11.50	292.30	2.007,70
9	ENCARGADO DE ALMACEN	2.250	225	38.40	11.20	11.20	285.80	1.964,20
10	ENCARGADO DE SURCURSAL	2.250	225	38.40	11.20	11.20	285.80	1.964,20
11	LIMPIEZA	2.250	225	38.40	11.20	11.20	285.80	1.964,20
12	GUARDIA	2.250	225	38.40	11.20	11.20	285.80	1.964,20

FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 28 APOORTE PATRONAL

Cargo	Total Ganado	CNS (10%)	AFP Riesgo profesional 1 (1.71%)	Aporte Solidario (3%)	Pro Vivienda (2%)	Total Aporte Patronal AFP	Total Aporte Patrona 1 AFP 2	Aguinaldo (8.33%)
GERENTE GENERAL	3.000	300	51.30	90	60.00	201.30	501.30	249.90
SECRETARIA	2.250	225	38.40	67.50	45.00	150.90	375.90	187.40
JEFE DE ADMINISTRACIÓN	2.700	270	46.10	81.00	54.00	181.10	451.10	224.90
JEFE DE PRODUCCIÓN	2.700	270	46.10	81.00	54.00	181.10	451.10	224.90
DISTRIBUIDOR	2.250	225	38.40	67.50	45.00	150.90	375.90	187.40
OPERADOR 1	2.300	230	39.30	69.00	46.00	154.30	384.30	191.60
OPERADOR 1	2.300	230	39.30	69.00	46.00	154.30	384.30	191.60
OPERADOR 2	2.300	230	39.30	69.00	46.00	154.30	384.30	191.60
ENCARGADO DE ALMACEN	2.250	225	38.40	67.50	45.00	150.90	375.90	187.40
ENCARGADO DE SURCURSAL	2.250	225	38.40	67.50	45.00	150.90	375.90	187.40
LIMPIEZA	2.250	225	38.40	67.50	45.00	150.90	375.90	187.40
GUARDIA	2.250	225	38.40	67.50	45.00	150.90	375.90	187.40

FUENTE: Elaboración Propia

CAPÍTULO VII

CAPÍTULO VII

7. PLAN FINANCIERO

El plan financiero es un documento que sirve para calcular los gastos de un negocio y verificar la rentabilidad de operar. También funciona para observar cuánto tiempo tomará alcanzar las metas económicas establecidas.

7.1.OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIER

- Identificar el sistema contable más adecuado para Tu Aloe, para realizar el seguimiento de los ingresos y gastos de la misma.
- Determinar los costos que incurre la empresa para poder tomar alternativas que convengan a la misma.
- Determinar los precios de los productos que ayuden a obtener beneficios mediante su venta.
- Diseñar instrumentos y procesos financieros innovadores, para la gestión óptima del riesgo y la toma de decisiones financieras.

7.2.SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA

7.2.1. CONTABILIDAD DE LA EMPRESA

La contabilidad del emprendimiento será llevada a cargo del responsable de contabilidad, el mismo que tendrá los conocimientos suficientes para realizar las distintas tareas contables.

7.2.2. SOFTWARE

El software que la empresa utilizará para llevar a cabo la contabilidad de una manera más eficiente y a la vez le facilite el trabajo al encargado de la contabilidad de la

empresa, el programa principal que se utilizará, el sistema contable CONTASOL, por ser un programa completo y fácil de usar.

7.3.BALANCE DE APERTURA

CUADRO 29 BALANCE DE APERTURA

BALANCE DE APERTURA			
<i>TU ALOE S.R.L.</i>			
<i>Practicado al viernes, 11 de noviembre de 2021</i>			
<i>(Expresado en Bs.)</i>			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES:		PASIVOS CIRCULANTES	0,00
<i>Caja</i>	0,00	<i>Ctas/Doc. por Pagar</i>	0,00
<i>Banco</i>	0,00		
<i>Inventario de Mercaderías:</i>	1.750.774,60	PASIVO NO CIRCULANTE	1.181.295,60
		<i>Crédito Bancario</i>	1.181.295,60
ACTIVOS NO CIRCULANTES:	930.521,00	PATRIMONIO	
<i>Activos Fijos</i>	928.150,00	Capital Contable	1.500.000,00
<i>Terreno</i>	230.000,00	<i>Aporte por cada Acción 3</i>	500.000,00
<i>Infraestructura</i>	450.000,00		
<i>Maquinaria y equipo</i>	64.000,00		
<i>Equipo de computación</i>	22.750,00		
<i>Vehículo</i>	150.000,00		
<i>Muebles y Enseres</i>	11.400,00		
<i>Activos Intangibles</i>	2.371,00		
<i>SEPREC</i>	591,00		
<i>SENASAG</i>	500,00		
<i>Ministerio de Trabajo</i>	80,00		
<i>Caja Nacional de Salud</i>	1.200,00		
TOTAL ACTIVOS	2.681.295,60	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	2.681.295,60

FUENTE: Elaboración Propia

7.4. ESTRUCTURA DE INVERSIONES

7.4.1. ACTIVOS FIJOS

La estructura de los activos fijos está compuesta por todos los materiales o recursos tangibles que los clientes logran palpar de manera física, todos estos recursos forman parte de la infraestructura física requerida, para que el servicio pueda desarrollarse con calidad.

La cantidad para la adquisición de estos asciende a Bs **928.150**

➤ Muebles y enseres

Los principales muebles y enseres para este emprendimiento, se detallan a continuación:

CUADRO 30 MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Escritorio	5	300	1.500
Estante de aluminio	2	200	400
estantes de melanina	4	350	1.400
Sillas	10	365	3.650
Mesas	1	1.500	1.500
Mostrador de madera	1	650	650
Teléfono	5	590	2.950
Total			11.400

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Equipo de computación**

La computadora y la impresora son necesarios para facilitar el buen manejo y administración de la empresa.

CUADRO 31 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

EQUIPO DE COMPUTACIÓN	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computadoras de escritorio	5	4.000	20.000
Impresora	5	550	2.750
Total			22.750

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Terreno**

Para el funcionamiento del emprendimiento contara con un terreno propio lo cual se invertirá para la infraestructura de la empresa.

CUADRO 32 TERRENO

Terreno			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Terreno	1	230.000	230.000
Infraestructura	1	450.000	450.000
Total			680.000

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Vehículo**

Tu Aloe contara con un vehículo, el cual se utilizara para realizar la distribución del producto, teniendo una inversión de Bs. 150.000

CUADRO 33 VEHÍCULO

Vehículo			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Vehículo	1	150.000	150.000
Total			150.000

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Maquinaria y equipo**

La empresa Tu Aloe, requiere realizar diferentes inversiones en maquinaria y equipo, ya que son muy indispensables para el proceso de producción del agua mineral con extracto de aloe vera.

CUADRO 34 MAQUINARIA Y EQUIPO

Maquinaria y Equipo	Precio unitario Bs	Precio Total
Purificador de agua	38.500	38.500
Triturador de gel	6.300	6.300
Tinas de lavado	1.000	3.000
Mesa de aluminio	900	900
Tanque de blender	1.200	2.400
Tanques de plástico	900	1.800
Tanques de acero	1.100	2.200
Embotellador y sellado	6.000	6.000
Etiquetadoras	1.900	1.900
Sunchador	1.000	1.000
Total		64.000

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Resumen de inversión fija**

CUADRO 35 TOTAL ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos			
N°	DETALLE	UNIDAD	TOTAL
1	MUEBLES Y ENCERES	Bs.	11.400
2	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	BS.	22.750
3	TERRENO	Bs.	230.000
4	INFRAESTRUCTURA	Bs.	450.000
5	VEHICULO	Bs.	150.000
6	MAQUINARIA Y EQUIPO	Bs.	64.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			928.150

FUENTE: Elaboración Propia

7.4.2. INVERSIÓN DIFERIDA

Esta inversión refleja las erogaciones económicas en bienes que se paga anticipadamente para permitir el funcionamiento de la empresa Tu Aloe SRL, El presupuesto requerido asciende a Bs. 2.371.

CUADRO 36 ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS			
Detalle	Cantidad	Precio Bs	Total
SEPREC	1	591	591
SENASAG	1	500	500
MINISTERIO DE TRABAJO	1	80	80
CAJA NACIONAL DE SALUD	12	100	1.200
TOTAL			2.371

FUENTE: Elaboración Propia

7.4.3. CAPITAL DE TRABAJO

Constituye el conjunto de recursos necesarios, para la operación normal del proyecto durante un periodo. El capital de trabajo debe garantizar la disponibilidad de recursos suficientes para adquirir la materia prima y cubrir los costos de operación mientras dura el proceso de comercialización y recuperación de fondos del proyecto.

Los recursos necesarios para que la empresa Tu Aloe pueda iniciar sus actividades están representadas por el capital de trabajo, cuenta con un total de Bs 1.054.193.

Lo cual se detalla a continuación las siguientes cuentas que forman un capital de trabajo.

➤ **Materia prima total:**

La materia prima es uno de los elementos más esenciales para realizar el producto de la empresa Tu Aloe, lo cual se detallará a continuación.

El gasto total que se realizara para la compra de materia prima de manera anual es de Bs.465.840

CUADRO 37 MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA				
Detalle	Cantidad	Precio Unitario Bs	Precio Mensual	Total Anual
PENCA DE SABILA	10 cajas	160	38.400	460.800
AGUA	1000 litros		420	5.040
TOTAL				465.840

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Otros insumos**

Los insumos que se utilizará para tener un producto del agua mineral con extracto de aloe vera, tendrán una inversión de Bs 192.720

CUADRO 38 PRESUPUESTO DE INSUMOS NECESARIOS

Otros Insumos				
Detalle	Cantidad diaria	Precio Unitario	Precio Bs mensual	Total anual
Botellas Pet de 1.5 litro	760 unidades	0.80	12.160	145.920
Botellas Pet de 600 ml	300 unidades	0.50	3.000	36.000
Hipo clorito de sodio	5 litros		80	960
Ácido cítrico	20 kg		600	7.200
Cuchillos	6		170	2.040
Cepillos.	6		50	600
TOTAL				192.720

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Mano de obra:**

Para la determinación de mano de obra, detallaremos a continuación la mano de obra directa como también la mano de obra indirecta.

La inversión total que se utilizará para pagar sueldo de mano de obra tendrá un valor de Bs 340.176.

CUADRO 39 MANO DE OBRA

Mano de obra				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total	Total anual
MANO DE OBRA INDIRECTA				
Gerente general	1	3.000	3.000	36.000
Jefe de Administración	1	2.700	2.700	32.400
Secretaria	1	2.250	2.250	27.000
Distribuidor	1	2.250	2.250	27.000
Encargado de almacén	1	2.250	2.250	27.000
Encargado de sucursal	1	2.250	2.250	27.000
Encargado de limpieza	1	2.250	2.250	27.000
Seguridad	1	2.250	2.250	27.000
MANO DE OBRA DIRECTA				
Jefe de producción	1	2.700	2.700	32.400
Operador 1	2	2.300	4.600	55.200
Operador 2	1	2.300	2.300	27.600
Total				345.600

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Alquiler**

El alquiler para la sucursal de la empresa que se encontrara en la zona céntrica de la ciudad de Tarija tendrá un costo mensual de Bs. 1.500 teniendo un total anual de Bs 18.000.

➤ **Servicios Básicos**

Los servicios Básicos para la empresa tendrán un valor mensual de Bs. 874 teniendo un costo anual de Bs. 10.488.

CUADRO 40 PRESUPUESTO DE SERVICIOS BASICOS

SERVICIOS BASICOS		
Detalle	Costo Mensual	Total Anual
Luz	495	5.940
Gas	25	300
Teléfono	55	660
Internet	299	3.588
TOTAL	874	10.488

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Material de Escritorio**

La empresa tendrá un almacén donde contará con todos los materiales de escritorio que tendrá un valor de Bs 300 mensuales, teniendo un total anual de Bs. 3.600

➤ **Material de Limpieza.**

Al igual que los materiales de escritorio, la empresa contará un con almacén de materiales de limpieza que tendrá un valor de Bs. 500 mensuales, teniendo un total anual de Bs 6.000

➤ **Mantenimiento**

El presupuesto que se tendrá para el mantenimiento de la maquinaria y equipo de trabajo será de Bs 2.500 trimestrales, teniendo un total anual de Bs 10.000

➤ **Total Capital de Trabajo**

CUADRO 41 TOTAL CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	TOTAL
Materia prima	465.840
Otros insumos	192.720
Mano de obra	345.600
Alquiler	18.000
Servicios básicos	10.488
Material de escritorio	3.600
Material de limpieza	6.000
Mantenimiento	10.000
Indumentaria de trabajo	1.945
TOTAL CAP. DE TRABAJO	1.054.193

FUENTE: Elaboración Propia

7.5. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

El total de la inversión por cada socio para este emprendimiento es de Bs. 500.000 haciendo un total de bs. 1.500.000 que son aportes por los 3 socios y se recurre a una entidad financiera para adquirir un préstamo por el monto de bs. 300.000 a una tasa de interés de los 7% pagaderos a 5 años.

Datos:**Monto del préstamo:** 300.000 Bs.**Tasa de interés:** 7%**Periodo de tiempo:** 5 años**Tipo de amortización:** Método Alemán**CUADRO 42 GESTIÓN DE LA DEUDA**

AÑO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Saldo Deudor	300.000	240.000	180.000	120.000	60.000	0	
Interés		21.000	16.800	12.600	8.400	4.200	63.000
Amortización		60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	300.000

FUENTE: Elaboración Propia

CUADRO 43 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		SOCIOS	DEUDA
	(Bs)		
1. FIJA	928.150	928.150	0
2. DIFERIDA	2.371	2.371	0
3. CORRIENTE	1.750.775	569.479	1.181.296
TOTAL:	2.681.296	1.500.000	1.181.296
Participación (%)	100%	55,94%	44,06%

FUENTE: Elaboración Propia

El 55,94 % de la inversión para este emprendimiento será financiada por los socios, el 44.06% de la inversión restante se accederá a un crédito bancario del Banco Unión a una tasa de interés del 7% a un plazo de cinco años.

7.6. ELABORACIÓN DE FLUJOS DE CAJA

7.6.1. DETERMINACIÓN DE COSTOS

Para determinar el costo total de producción se identifica los costos fijos que son aquellos que no varían en la producción y se mantienen constante, y los costos variables, que varían según el volumen de producción.

➤ **Costos fijos:**

CUADRO 44 COSTOS FIJOS

DETALLE	Costo Anual
Mano de obra	340.176
Alquiler	18.000
Mantenimiento	10.000
Servicios básicos	10.488
TOTAL COSTOS FIJOS	378.664

FUENTE: Elaboración Propia

La empresa Tu Aloe contara con una inversión fija de Bs 378.664, considerando las presentaciones de productos que tiene Tu Aloe, se realiza el siguiente cálculo para determinar el costo fijo por presentación.

$$\text{C.F. por producto} = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Variedad de productos}}$$

$$\text{C.F. por producto} = \frac{378.664}{2} = 189.332$$

➤ **Costo Variable**

A continuación, se detallará los Costos Variables para presentaciones de 1.5 litros.

CUADRO 45 COSTO VARIABLE PRESENTACIÓN DE 1.5 LITROS

DETALLE	COSTO ANUAL
Materia prima	465.840
Otros insumos	192.920
Material de escritorio	8.400
Material de limpieza	8.400
Indumentaria de Trabajo	23.340
TOTAL	798.900

FUENTE: Elaboración Propia

A continuación, se detallará los costos variables para presentaciones de 600 ml.

CUADRO 46 COSTO VARIABLE DE PRESENTACIONES DE 600 ml

DETALLE	COSTO ANUAL
Materia prima	141.180
Otros insumos	10.500
Material de escritorio	8.400
Material de limpieza	8.400
Indumentaria de Trabajo	23.340
TOTAL	191.920

FUENTE: Elaboración Propia

➤ **Costo Total**

Para calcular el costo total, se utilizará la siguiente formula:

$$C.T. = C.F. + C.V.$$

- **Presentaciones de 1.5 Litros**

$$C.T.= 189.332+ 798.900 = 988.556$$

- **Presentaciones de 600 ml**

$$C.T.= 189.332 + 191.920 = 381.476$$

Obteniendo una C.T de 988.556 para la presentación de 1.5 litros y para la presentación de 600 ml obtenemos una C.T. de 381.476.

7.6.2. DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO

- **Presentaciones de 1.5 Litros**

$$\text{Costo de producción por litro} = \frac{988.556}{181.400} = 5.50$$

Para producir 1.5 litros de agua con extracto de aloe vera cuesta a la empresa Bs 5.50

- **Presentaciones de 600 ml**

$$\text{Costo de producción por litro} = \frac{381.476}{72.000} = 5$$

El costo de producción de la botella de 600 ml cuesta Bs 5

7.6.3. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

En base al valor percibido de los clientes de la ciudad de Tarija de la Provincia Cercado y analizando los precios de la competencia, el precio de venta de los productos de Tu Aloe son los siguientes:

- ✓ Tu Aloe en Botella de 1.5 litros 8 bs
- ✓ Tu Aloe en Botellas de 600 ml 6 bs

La estrategia de precio que utilizamos para este emprendimiento, es debido a que los consumidores prefieren o toman importancia el Precio/Cantidad, como empresa decidimos ofrecer nuestro producto de 1,5 Litros a 8 Bs y la presentación de 600ml a 6 Bs.

- **Precio de Venta**

Para determinar el precio de venta se consideró un margen de utilidad de 40%

$$PV = \text{Costo Unitario} (1 + \text{Margen de utilidad})$$

- **Presentaciones de 1.5 litros**

$$PV = 8 (1 + 40\%) = 11 \text{ BS}$$

- **Presentaciones de 600 ml**

$$PV = 6 (1 + 40\%) = 8 \text{ Bs}$$

- **Precio con Factura**

Para determinar el precio de venta con factura, se puso en consideración el Impuesto al Valor Agregado (IVA), impuesto a las transacciones (I.T.), por lo que se aplicó la siguiente formula:

$$PF = \frac{Cu(1 + u)}{1 + IVA + IT}$$

- ❖ Precio con factura para presentaciones de 1.5 litros.

$$PF = \frac{11(1 + 40\%)}{1 + 13\% + 3\%}$$

$$= 13$$

- ❖ Precio con factura para presentaciones de 600 ml.

$$PF = \frac{8(1 + 40\%)}{1 + 13\% + 3\%}$$

$$= 9.50$$

El agua mineral con extracto de aloe vera tiene los siguientes precios facturados para presentaciones de 1.5 litros tendrá un precio de Bs. 12.50 y para la presentación de 600 ml a Bs 9.

7.7.PUNTO DE EQUILIBRIO

Para calcular la cantidad de litros que se tendrá que producir de cada variedad de producto, y no obtener ni perdidas ni ganancias, se utilizó la siguiente fórmula.

$$Q_e = \frac{CF}{P - C_u}$$

- **Para presentaciones de 1.5 litros**

$$Q_e = \frac{189.332}{13 - 11} = 94.666$$

- **Para presentaciones de 600ml**

$$Q_e = \frac{189.332}{9.50 - 8} = 126.221$$

CUADRO 47 CANTIDADES A PRODUCIR

PRODUCTO	ANUAL
Botella de 1.5 litros	94.666
Botella de 600 ml.	126.221
TOTAL	220.887

FUENTE: Elaboración Propia

La empresa debe producir 220.887 litros anuales, para que esta cantidad de producción le permita cubrir los costos totales, la producción mayor a esta cantidad la empresa empieza a tener ganancias.

FLUJO DE CAJA ECONOMICO

CUADRO 48 FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)					
		AÑO "CERO"	1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS:		0	2.601.930	2.758.046	2.923.529	3.098.940	5.039.652
(+) Ventas			2.601.930	2.758.046	2.923.529	3.098.940	3.284.877
(+) Valor Residual							0
(+) Capital de Operaciones							1.754.775
B: EGRESOS EFECTIVOS:			2.270.439	2.392.980	2.522.873	2.660.560	3.245.202
(-) Inversión Fija	928.150						
(-) Inversión Diferida	2.371						
(-) Capital de Operaciones	1.754.775						
(-) Costos Variables			1.855.821	1.967.170	2.085.201	2.210.313	2.342.931
UTILIDAD BRUTA			746.109	790.876	838.328	888.628	2.696.720
(-) Costos Fijos			350.664	350.664	350.664	350.664	350.664
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.L.)			395.445	440.212	487.664	537.964	2.346.056
(-) Costos Financieros			0	0	0	0	0
(-) Depreciaciones			139.630	139.630	139.630	139.630	139.630
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			255.815	300.582	348.034	398.334	2.206.426
(-) Impuestos de Ley	25%		63.954	75.145	87.009	99.583	551.607
UTILIDAD NETA			191.861	225.436	261.026	298.750	1.654.820
(+) Depreciación			139.630	139.630	139.630	139.630	139.630
(-) Amortización Préstamo			0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)			331.491	365.066	400.656	438.380	1.794.450
Flujo de Caja Acumulado			331.491	696.557	1.097.213	1.535.593	3.330.043

FUENTE: Elaboración Propia

FLUJO DE CAJA FINANCIERO

CUADRO 49 FLUJO DE CAJA FINANCIERO

DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)					
		AÑO "CERO"	1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS:		0	2.601.930	2.758.046	2.923.529	3.098.940	5.039.652
(+) Ventas			2.601.930	2.758.046	2.923.529	3.098.940	3.284.877
(+) Valor Residual							0
(+) Capital de Operaciones							1.754.775
B: EGRESOS EFECTIVOS:			2.341.689	2.461.980	2.589.623	2.725.060	3.307.452
(-) Inversión Fija	928.150						
(-) Inversión Diferida	2.371						
(-) Capital de Operaciones	1.754.775						
(-) Costos Variables			1.855.821	1.967.170	2.085.201	2.210.313	2.342.931
UTILIDAD BRUTA			746.109	790.876	838.328	888.628	2.696.720
(-) Costos Fijos			350.664	350.664	350.664	350.664	350.664
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)			395.445	440.212	487.664	537.964	2.346.056
(-) Costos Financieros			15.000	12.000	9.000	6.000	3.000
(-) Depreciaciones			139.630	139.630	139.630	139.630	139.630
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			240.815	288.582	339.034	392.334	2.203.426
(-) Impuestos de Ley	25%		60.204	72.145	84.759	98.083	550.857
UTILIDAD NETA			180.611	216.436	254.276	294.250	1.652.570
(+) Depreciación			139.630	139.630	139.630	139.630	139.630
(-) Amortización Préstamo			60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	-2.685.296		260.241	296.066	333.906	373.880	1.732.200
Flujo de Caja Acumulado			260.241	556.307	890.213	1.264.093	2.996.293

FUENTE: Elaboración Propia

7.8.EVALUACIÓN FINANCIERA

Para este emprendimiento es importante poder evaluar mediante los indicadores, ya que ayudara a medir la idoneidad, la eficacia y eficiencia de la empresa de agua mineral con extracto de aloe vera “Tu Aloe”

7.8.1. CÁLCULO DEL VAN

✓ VAN FINANCIERO:

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si un valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero respecto a la tasa de descuento del 7% anual (tasa de interés bancaria otorgada por el préstamo a obtener como financiamiento).

$$\text{VAN} = -I + \sum_{i=1}^n \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

$$\text{VAN} = -2.685.269 + \frac{260.241}{(1+0.02)^1} + \frac{296.066}{(1+0.02)^2} + \frac{333.906}{(1+0.02)^3} + \frac{373.880}{(1+0.02)^4} + \frac{1.732.200}{(1+0.02)^5}$$

$$= 84.656$$

Considerando que el resultado obtenido del VAN financiero es 84.656; por lo que es mayor que cero se puede decir que se acepta el emprendimiento ya que es un proyecto económicamente rentable que permitirá recuperar la inversión en un determinado tiempo.

7.8.2. CÁLCULO TIR FINANCIERO

✓ TIR FINANCIERO

$$\text{TIR} = \frac{-I + FC_1 + FC_2 + FC_3 + FC_4 + FC_5}{(1 FC_1) + (2FC_2) + (3FC_3) + (4FC_4) + (5FC_5)}$$

$$\text{TIR} = \frac{-2.685.269 + 260.241 + 296.066 + 333.906 + 373.880 + 1.732.200}{(1 \times 260.241) + (2 \times 296.066) + (3 \times 333.906) + (4 \times 373.880) + (5 \times 1.732.200)}$$

$$= 2,80\%$$

Mediante el cálculo de la TIR, se determinó que la rentabilidad de la empresa es favorable, ya que se estima obtener un retorno del 2,80 %, muy superior a cualquier alternativa de inversión.

CUADRO 50 EVALUACIÓN FINANCIERA

Tasa de Actualización	2.00%	DECISIÓN DEL INVERSIONISTA
VAN	84.656	SE ACEPTA
TIR	2,80%	SE ACEPTA
DIVIDENDOS/mes	7.229	ACEPTA INVERTIR

FUENTE: Elaboración Propia

Los indicadores financieros que considera un crédito una financiación de una entidad financiera para el desarrollo del presente proyecto. El VAN corresponde a bs. 84.656, que no solo puede cubrir sus obligaciones de financiamiento si no que es favorable para el inversionista porque genera utilidad.

La tasa interna de retorno TIR con la tasa de actualización de 2.00% demuestra que a pesar de contar una financiación para el desarrollo del proyecto genera una tasa de retorno de 2.80% siendo atractiva para el inversionista que demuestra su rentabilidad.

Los dividendos que se pueden llegar a obtener a cada uno de los socios mensualmente es bs. 7.229, lo cual se acepta invertir.

7.9.EVALUACIÓN ECONÓMICA

Esta evaluación económica toma la inversión total con el fin de medir el rendimiento del proyecto con capital propio al 54% de los socios en este emprendimiento.

7.9.1. CALCULO VAN ECONÓMICO

✓ **VAN ECONOMICO:**

$$\text{VAN} = -2.681.296 + \frac{331.491}{(1+0.02)^1} + \frac{365.066}{(1+0.02)^2} + \frac{400.656}{(1+0.02)^3} + \frac{438.380}{(1+0.02)^4} + \frac{1.794.450}{(1+0.02)^5}$$

$$=399.699$$

El proyecto de agua mineral con extracto aloe vera “Tu Aloe” tiene el Valor Actual Neto (VAN) de 399.699 demostrando que este proyecto recupera la inversión realizada adicional a esto se obtiene un retorno.

7.9.2. CÁLCULO DE TIR ECONÓMICO

$$\text{TIR} = \frac{-2.681.296 + 331.491 + 365.066 + 400.656 + 438.380 + 1.794.450}{(1 \times 331.491) + (2 \times 365.066) + (3 \times 400.656) + (4 \times 438.380) + (5 \times 1.794.450)}$$

$$=5,78\%$$

Esta tasa demuestra que el proyecto recupera la inversión de en un 5.78% por la inversión total de los socios mediante sus aportes.

CUADRO 51 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Tasa de Actualización	2.00%	DECISIÓN DEL INVERSIONISTA
VAN	399.699	SE ACEPTA
TIR	5,78%	SE ACEPTA
DIVIDENDOS/mes	9.208	ACEPTA INVERTIR

FUENTE: Elaboración Propia

Analizando estos indicadores se puede afirmar que el VAN de este plan de negocios tiene un VAN de bs. 399.699, con una tasa de actualización de 2.00%, por lo que se afirma el negocio es rentable y es aceptado por los inversionistas.

La TIR que es una tasa de recuperación interna con la tasa de actualización 2.00%, demostrando que por la inversión realizada se obtenga el 5.78% de rentabilidad llevando a cabo el proyecto con inversión propia de los socios del 54%.

Los dividendos a los socios corresponden a bs. 9.208 mensuales producto de la utilidad de la elaboración de agua mineral con extracto de aloe vera.

7.10. BENEFICIO/COSTO

Los beneficios son todos los ingresos del proyecto, considerando desde las ventas hasta las recuperaciones y todas las entradas de efectivo. Y los costos actualizados son todos los egresos actualizados o salidas del proyecto.

Cuando el beneficio costo es mayor se acepta el proyecto debido a que existen beneficios. Los ingresos son superiores a los egresos, y se afirma que por cada unidad vendida se alcanzará un retorno del capital invertido. Donde se demuestra que el proyecto es factible para su ejecución.

CUADRO 52 BENEFICIO COSTO

B/C	1,15	SE ACEPTA
------------	-------------	------------------

FUENTE: Elaboración Propia

El beneficio costo del proyecto es de 1.15 demostrando que por cada boliviano que se invierte, se generará una utilidad de 0.15 de la unidad monetaria, haciendo que nuestro emprendimiento es viable y aceptado por los consumidores.

7.11. PERIODO DE RECUPERACIÓN

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que mide en cuanto tiempo se recuperara el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en el cual será cubierta la inversión inicial.

$$\text{PRI} = \text{Año anterior a la recuperación} + \frac{\text{Ct del año de recuperacion}}{\text{Flujo de Caja durante el año de la recuperacion}} = \text{años.}$$

CUADRO 53 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Año	0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN	2.681.296					
F.C.		260.241	296.066	333.906	373.880	1.729.200
F.C. Acumulado	-2.681.296	260.241	556.307	890.213	1.264.093	2.993.293

$$\text{P.R.} = 2 + \frac{556.307}{333.906} = 3.6 \text{ años}$$

La inversión de Bs. 2.681.296 que se realizará para el funcionamiento de la empresa Tu Aloe, se recuperará en el lapso de 3 años, 6 meses.

8. CONCLUSIONES

El análisis del plan de negocio para la producción y comercialización de agua mineral con extracto de aloe vera detalla los siguientes aspectos.

La finalidad primordial de este emprendimiento es calmar los síntomas y dolores gastrointestinales de las personas de la ciudad de Tarija de la Provincia Cercado, como también la final primordial es posicionar el producto en el mercado de bebidas. El proyecto es factible debido a que se tiene un flujo de caja que muestra un VAN con el cual medimos la rentabilidad de este emprendimiento dando como respuesta positiva ya que es mayor a cero, como también se obtuvo un TIR positivo. La estrategia que utilizaremos para nuestro producto es la diferenciación de precio, ya que existen productos de menor cantidad a precios elevados.

El estudio de mercado realizado nos ayudó a determinar la cantidad de personas que si consumirían nuestro producto, como también nos ayudó a determinar los canales de distribución de nuestro producto, los cuales tendremos distribuidores que harán llegar el producto a los minoristas y estos a los consumidores finales.

El nombre de nuestro emprendimiento que es agua mineral con extracto de Aloe Vera será nombrado Tu Aloe ya que relacionamos el aloe vera con la vida del cliente ya que al consumir agua mineral con extracto de aloe vera añadimos un plus de vida a nuestro cuerpo.

El envase que utilizaremos para nuestro producto, será de material de reciclado ya que somos una empresa que concientizará a no contaminar el medio ambiente y a reciclar, es por eso que la empresa utilizara materiales 100% reciclado.

9. RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar en el corto plazo un análisis PESTA, para considerar todos los factores que puedan afectar directamente en la producción de la empresa Tu Aloe.

Se recomienda siempre estar a la vanguardia debido a que como es un mercado de consumo masivo existe gran cantidad de competencia directa e indirecta.

Se recomienda buscar innovaciones constantes en las presentaciones, servicios y en las operaciones de la empresa en pro de la eficiencia, la satisfacción del cliente para así cumplir con todos los objetivos.

Considerar el impacto ecológico y social en las operaciones.

Con todo lo anterior podemos asegurar que nuestro proyecto es rentable y que nuestro producto es aceptado en el mercado con el precio establecido, diferenciándonos de del resto al ser un producto natural producido por personas tarijeñas.