

CAPÍTULO I

PERFIL DE INVESTIGACIÓN

1.1. ANTECEDENTES

Actualmente, el término estrés se utiliza para referirse a una enfermedad causada por nuestro estilo de vida y la sociedad en la que vivimos. Las presiones cotidianas y diferentes condiciones pueden afectar negativamente nuestra salud. La aromaterapia es un tratamiento terapéutico antiguo utilizado para combatir el estrés. A través del uso de aceites esenciales naturales extraídos de diversas plantas naturales tiene muchos beneficios para la salud. Estos aceites se utilizan como óleos aromáticos en inciensos, en medicinas, en masajes, para el cuidado de la piel y como también en cosméticos.

Además de calmar los nervios y equilibrar las emociones, la aromaterapia alivia las tensiones musculares causadas por el estrés y mejora nuestro bienestar psicológico y físico. Los aceites esenciales son productos únicos y naturales que se encuentran en muchas plantas medicinales.

En Tarija como en el mundo el estrés es un problema común que afecta a personas de todas las edades. Teniendo esto en cuenta, se considera una oportunidad el crear una nueva empresa que se dedique a la producción y comercialización de velas aromáticas naturales. Además de ser un adorno hermoso, las velas brindan iluminación, crean ambientes especiales, benefician la salud y refrescan el hogar con renovada energía positiva.

Las velas aromáticas están enriquecidas con fragancias o aceites esenciales para calmar la mente y el cuerpo mientras desprenden olores agradables. La aromaterapia es una rama de la medicina alternativa que utiliza aceites de plantas o frutas y se utiliza terapéuticamente para mejorar la salud física y emocional.

Este emprendimiento ofrece una oportunidad de negocio única en la ciudad, ya que desinfecta el ambiente y promueve la concentración. Con un aroma ligero y fresco que alivia el estrés y el dolor muscular, brinda paz interior y tranquilidad. Además, ayuda a mejorar la calidad de vida, estimular el buen humor, regular el funcionamiento de los órganos internos, fortalecer el apetito e incluso te ayuda a crear un ambiente cálido y acogedor en tu hogar, facilitando la conexión con otras personas.

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1 Justificación Teórica

Para llevar a cabo este plan de negocio se aplicará todos los conocimientos adquiridos en el plan de estudios de la Carrera de Administración de Empresas de la UAJMS, como: investigación de mercado, análisis del micro y macro ambiente, gestión de producción, gestión del talento humano, marketing y finanzas, etc., para el diseño de la empresa y la creación, producción y comercialización del producto.

1.2.2 Justificación Práctica

Se aplicarán de forma práctica los conocimientos en administración de empresas, en las cuatro áreas de la empresa, producción, talento humano, marketing y finanzas, para que, de acuerdo con los resultados que se obtendrán en la investigación, nos permitirá determinar claramente la viabilidad del negocio y finalmente tomar la decisión de implementar o no la idea de negocio que ofreceremos a la sociedad Tarijeña.

1.2.3 Justificación Social

Los beneficiarios del presente trabajo, serán los dueños e inversionistas que serán los que obtendrán los beneficios con la puesta en marcha de este Plan de Negocio, también se beneficiarán las personas que trabajen en la empresa ya que llevarán el sustento económico a sus familias, por último, se beneficiará a la población que sufre estrés en todo ámbito laboral y familiar, ya que a través de la aromaterapia se alivia el estrés, mejorando su estado de ánimo y su rendimiento en actividades cotidianas.

Finalmente, esta actividad empresarial va a generar impuestos, fuentes de trabajo y movimiento económico para la ciudad de Tarija, Provincia Cercado.

1.3. PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.3.1. Identificación de Síntomas de la Industria

La Vela es un objeto luminoso fabricado con mecha de fibra introducida en un cilindro de cera u otro material graso. Ya se utilizaban en la Edad del Hielo Europea, hay muchos testimonios arqueológicos, de que hace 30.000 años se utilizaban un tipo de vela que consistía en verter aceite o grasa sobre una piedra ahuecada a tal fin, y utilizaban estas como lámparas para hacer las magníficas pinturas rupestres que se esparcen por España, Francia, etc. Los romanos utilizaban velas de cera de abejas, y las velas de sebo (grasa animal) empezaron a utilizarse en Europa en la edad media. En el siglo XVIII se fabricaron por primera vez velas con una cera obtenida a partir del aceite de ballena. Desde mediados del siglo XIX las velas de sebo fueron sustituidas por las bujías de mezcla de parafina, ácido esteárico (un ácido graso Sólido) y cera de abejas. También se usan aceites hidrogenados vegetales y otras ceras.

De todos nuestros sentidos, el olfato es probablemente el que está más cerca del alma. Con las velas aromáticas podemos usar el fuego para tranquilizar y aliviar cuerpo, alma y mente, nos ayudan a relajarnos y a liberar el estrés.

Las velas aromáticas son la fuente de decoración y embellecimiento del entorno en que actúan, puesto que se utilizan para la creación de un ambiente acogedor e inspirador.

La ansiedad, depresión y estrés son unos de los principales problemas que afectan a nuestra sociedad, ya sea laboral, estudios, rutina, agotamiento, pueden ser factores que afectan a la salud. El estrés es la respuesta física o mental a una causa externa, como tener muchas tareas o padecer una enfermedad. Un estresor o factor estresante puede ser algo que ocurre una sola vez o a corto plazo, o puede suceder repetidamente durante mucho tiempo.

El cansancio afecta tanto física como mentalmente al paciente, quien refiere una disminución en la capacidad para participar o comprometerse en actividades laborales, educativas, sociales o personales de la misma manera e intensidad en que lo venía haciendo antes de enfermar.

1.3.2. Identificación de Necesidades Insatisfechas del Mercado Objetivo

En la actualidad, existen diversas alternativas para reducir el estrés, entre las cuales se encuentran el spa, sauna, madero terapia y la práctica de ejercicios físicos (Anyanwu U. , 2020). Estas actividades de relajación permiten obtener beneficios para la salud, ya que ayudan a reducir la tensión muscular y disminuyen la frecuencia cardíaca y la presión arterial.

No obstante, muchas personas no pueden acudir a estos lugares de relajación debido a diversas razones, tales como cuestiones económicas, laborales, de estudio o simplemente llevar un estilo de vida acelerado que les impide disponer del tiempo necesario para ello (Kumar, 2021).

Ante esta realidad, la fabricación de velas aromáticas surge como una alternativa práctica y económica para mejorar la calidad de vida. Las velas aromáticas son una forma de aromaterapia que se pueden utilizar en el hogar, oficinas, hoteles, negocios o cualquier lugar deseado para crear ambientes especiales con aromas frescos y naturales que ayuden a aliviar el estrés y mejorar el bienestar psicológico y físico (Narongrit, Saengsirisuwan, & Siripong, 2019, pág. 53).

La aromaterapia es una forma de medicina alternativa que se basa en el uso de aceites esenciales y otros compuestos aromáticos para mejorar la salud y el bienestar (Hedge, 2018). Los aceites esenciales utilizados en la aromaterapia son obtenidos de diversas plantas, como la lavanda, el romero, la menta y el eucalipto, entre otros. Cada aceite esencial tiene propiedades terapéuticas específicas, que pueden ser utilizadas para tratar diversos problemas de salud, incluyendo el estrés (Anyanwu U. , 2020).

En resumen, la fabricación de velas aromáticas es una alternativa práctica y económica para aliviar el estrés y mejorar el bienestar psicológico y físico. Las velas aromáticas contienen aceites esenciales naturales que tienen propiedades terapéuticas específicas y pueden ser utilizadas en cualquier lugar deseado para crear ambientes especiales con aromas frescos y naturales.

1.3.3. Descripción General de la Idea de Negocio

Las velas aromáticas tendrá una tienda virtual a través de plataformas virtuales tanto en redes sociales como en aplicaciones para celular y computadores, proceso productivo en donde se realizara la producción y la elaboración del producto, los mismos que durante su elaboración no tienen productos nocivos y son de fácil elaboración, se tendrá la incorporación de personal de aproximadamente tres personas que se dedicaran a la elaboración del producto, como dos personas para la administración y ventas del negocio, asimismo de acuerdo al requerimiento del mercado, la empresa incorporara más personal para la producción y cubrir la demanda requerida.

1.3.4. Oportunidades del Mercado

El estrés laboral, problemas familiares, estudios, vida acelerada y otros, son algunos de los problemas más frecuentes de la actualidad, los tipos de estrés son distintos ya que el origen y consecuencias pueden variar mucho de un individuo a otro, por lo tanto las respuestas del estrés también pueden ser diversas pueden ir desde repuestas fisiológicas como problemas dermatológicos, neurológicos, gastrointestinales, cardiocirculatorios y respiratorios, problemas psicológicos y conductuales como ansiedad, depresión, irritabilidad, insomnio, algún tipo de adicción entre otros.

Una encuesta de 2009 realizada en Argentina mostró que un 26.7% de los trabajadores reportaron estrés mental debido a lo que ellos consideraron una excesiva carga de trabajo. En Brasil, un estudio que evaluó el ausentismo por accidentes y enfermedades ocupacionales reveló que el 14% de los servicios de salud utilizados por año están relacionados con enfermedades mentales. Y una encuesta realizada en Chile en el 2011 encontró que el 27.9% de los trabajadores y el 13,8% de los empleadores reportaron estrés y depresión en sus empresas (OPS, s.f.).

La OMS (Organización Mundial de la Salud), define al estrés laboral como una “epidemia mundial” a la luz de los datos estadísticos, que develan que este particular tipo de estrés está llamado a convertirse en la nueva epidemia del siglo XXI.

En la actualidad se puede evidenciar un mayor interés y aceptación por la denominada medicina complementaria antes denominada alternativa, tanto por los profesionales de la salud

como por las personas en general, dentro de la medicina complementaria existe un conjunto de tratamientos, prácticas y productos medicinales que son considerados no convencionales pero que se presentan como una alternativa más natural pero efectiva.

Dentro de la práctica de la medicina complementaria se encuentra el uso de productos naturales en distintas terapias, una de ellas es la aromaterapia, una práctica terapéutica muy arraigada y usada en varias culturas donde se hace uso de los aceites esenciales en sus diversas aplicaciones como la inhalación, masaje, compresas y baños.

El uso de aceites esenciales en aromaterapia ha sido estudiado de forma amplia encontrándose diversas propiedades terapéuticas que dependen de sus componentes que pueden ser muy variados y que dependen del tipo de aceite esencial.

Uno de los efectos más destacados de algunos aceites esenciales es contra el estrés, mejorando considerablemente los síntomas y respuestas debidas a este estado. Existen varios aceites esenciales a quienes se les atribuyen efectos positivos en el control del estrés dentro de ellos están los aceites esenciales provenientes de los cítricos pues estos tienen dentro de su composición de los diferentes aceites esenciales para alivio del estrés.

1.3.5. Formulación del Problema

¿Qué oportunidades y concretas existen para producir y comercializar las velas aromáticas con fines terapéuticos en la ciudad de Tarija?

1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General:

Demostrar la viabilidad económica y financiera para la creación de un plan de negocio para producción y comercialización de velas aromáticas, en la Ciudad de Tarija en un periodo de 9 meses, a través del estudio de las áreas funcionales: Producción, Finanzas, Recursos Humanos y Marketing.

1.4.2. Objetivos

- Analizar los factores del macroentorno y microentorno para identificar riesgos y oportunidades de negocio dentro de 3 meses.
- Realizar una Investigación de Mercado para identificar y conocer las características del mercado potencial en los próximos 4 meses.
- Desarrollar un Plan Operativo para determinar el proceso de elaboración de las velas aromáticas en un plazo aproximado de 5 meses en curso.
- Diseñar un Plan Estratégico de Marketing para desarrollar estrategias adecuadas para ofertar nuestro producto, se establecerá un plazo de tres meses para diseñar y poner en marcha.
- Diseñar un Plan Financiero para determinar la viabilidad económica en el presente plan de negocios a través de indicadores financieros en los próximos 7 meses.
- Desarrollar un Plan de Organización para estructurar al personal de la empresa a través de un organigrama en un plazo de 5 meses en curso.

1.5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para cumplir con los objetivos propuestos en el presente trabajo, se utilizó la investigación exploratoria y posteriormente la investigación descriptiva.

1.5.1. Investigación Exploratoria

El presente estudio permite obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, esta investigación se emplea cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso.

1.5.2. Investigación Descriptiva

Para la formulación del plan de negocios consideramos pertinente la aplicación de la investigación descriptiva, la cual nos permite conocer con mayor profundidad las propiedades y características importantes que se analice, para ello se empleará la técnica de encuesta con su instrumento el cuestionario para adquirir información pertinente de la población.

1.5.3. Fuentes de Información

- Datos Secundarios: Las fuentes secundarias están constituidas por los medios de información como libros, artículos, revistas, tesis, disertaciones, discursos, periódicos, que han servido como guía y conocimiento sobre el tema que se plantea en esta investigación sobre temas de factibilidad del presente plan de negocios.
- Datos primarios: Estos datos primarios obtenidos a través de un cuestionario que se analizará cuantitativamente.

1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Alcance Temporal

La investigación se desarrolla entre febrero 2023 y noviembre de 2023, se analizará información histórica comprendida entre las gestiones de 2019 a 2022.

1.6.2. Alcance Espacial

El presente trabajo (elaboración y comercialización de velas aromáticas) se realizará en la ciudad de Tarija, Prov. Cercado, Dpto. Tarija. La población sujeta a estudio serán las personas comprendidas entre los 18 y 60 años de edad.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y

NATURALEZA DEL NEGOCIO

II. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

Para determinar el escenario de oportunidades y/o riesgos que existen para la idea de negocio que consiste de las velas aromáticas naturales, en este capítulo se analizarán las variables del entorno mediato e inmediato y como estos influyen de manera favorable o desfavorable para la producción y comercialización de las velas aromáticas en la ciudad de Tarija.

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO

Con la finalidad de determinar la influencia del entorno mediato se analizará el comportamiento de aquellos factores o variables del entorno que están fuera del control de la empresa. Entre los factores del entorno mediato que se analizarán son:

- ✓ Factor Político - Legal
- ✓ Factor Económico
- ✓ Factor Socio Cultural
- ✓ Factor Tecnológico
- ✓ Factor Ambiental

2.1.1. Factor Político - Legal

En el factor político legal está constituido por unas series de regulaciones emanadas de los gobiernos municipales, regionales y central, así como organismos reguladores como SEPREC, AGEMED, SENAPI entre otros, e instituciones como el Alcaldía Municipal, Ministerio de Trabajo, estas normas legales, reglamentaciones, impactan en las organizaciones.

Para obtener inversión dentro de la empresa según los datos del Banco Unión se requiere la siguiente información:

Crédito micro verde: Destinado a todas las personas naturales y jurídicas que tengan una actividad propia, que deseen mejorar su productividad, contribuyendo al cuidado del medio ambiente, mediante un financiamiento para capital de inversión.

Características microempresa

- ✓ Plazo: Hasta 10 años.
- ✓ Periodo de gracias: Hasta 12 años.
- ✓ Tasa de interés: 5.15% anual.
- ✓ Tasa Fija: 9,99% fija durante todo el plazo del crédito.
- ✓ % de Financiamiento: Hasta el 90%.
- ✓ Monto desde Bs. 140,001 Hasta Bs 1,000,000
- ✓ Garantías Hipotecarias
- ✓ Seguro de Desgravamen

Requisitos

- ✓ Fotocopia de Carnet de Identidad.
- ✓ Factura de servicios básicos.
- ✓ Croquis del domicilio y negocio.
- ✓ Respaldos de la Actividad.
- ✓ Respaldos de Patrimonio.
- ✓ Respaldos de Pasivos (si corresponde).
- ✓ Factura o proforma que respalde el activo a financiar (según catalogo).
- ✓ Otros que se consideren necesarios para la evaluación.

En Bolivia la medicina tradicional, ancestral, es considerada como un conjunto de prácticas, creencias y conocimientos sanitarios basados en el uso de recursos naturales (plantas, animales o minerales), terapias espirituales y técnicas manuales que buscan mantener la salud individual y comunitaria.

➤ Normativas de salud y seguridad

La Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnologías en Salud -AGEMED, conforme el Parágrafo I del Artículo 2 del Decreto Supremo N°2905 de 21 de septiembre de 2016, es responsable de regular las actividades que realicen las personas naturales y jurídicas, privadas,

comunitarias, públicas, mixtas y cooperativas, en el sector de medicamentos y tecnologías en salud.

Así mismo, de acuerdo al Artículo 7 de la misma norma, la AGEMED entre otras funciones, es evaluar, autorizar, regular, vigilar, controlar y fiscalizar la producción, fabricación, importación, exportación, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, promoción, publicidad, prescripción, dispensación y precios de medicamentos y tecnologías en salud; y, velar por la disponibilidad en el acceso a medicamentos esenciales, seguros, eficaces y de calidad para satisfacer las necesidades de salud de la población, a través de la implementación del Sistema Nacional Único de Suministros, Medicamentos e Insumos.

Las políticas del Estado Plurinacional de Bolivia, contemplada en la Ley N°459, que reconoce a la medicina tradicional, el uso de productos a base de recursos de fauna, flora, hídricos y minerales, como parte fundamental de la cultura, historia, creencias, costumbres ancestrales y tradiciones del país, mismas que, deben considerarse como parte del sistema de salud, integrándolas al Modelo de Gestión establecido en la Política de Salud Familiar Comunitaria Intercultural (SAFCI). (UNIMED, 2005).

➤ **Políticas tributarias**

- ✓ Tasas de impuestos sobre las ganancias son demasiadas altas lo que reduce el margen de compatibilidad de las empresas.
- ✓ El sistema tributario en Bolivia designa los siguientes impuestos.
- ✓ Impuestos aplicados por el sistema tributario de Bolivia.

TABLA 1.
IMPUESTO DE LEY VIGENTES

IMPUESTOS	ALICUOTA
IVA	13%
RC-IVA	13%
IT	3%
IUE	25%
ITE	0,15%

Fuente: Impuestos Nacionales de Tarija

Dentro de este factor las leyes que se van implementando por parte del estado, se evidencia un constante cambio, conforme los supuestos estudios y análisis de mercado que realiza el gobierno, las cuales resultan tanto en favor, como en contra de las personas que desean emprender o iniciar un negocio, el factor que más nos limita son los impuestos, la implementación de requisitos excesivos, limitando y dificultando realizar dichos emprendimientos, por esa razón se ve emprendimientos ilegales, buscando obtener un poco más de ganancias para poder solventar los emprendimientos.

2.1.2. Factor Económico

Bajo este entorno, los factores que influyen en este ámbito de la economía son:

Nuevo modelo de económico de Bolivia: El Modelo Económico Social Comunitario Productivo fue implementado en Bolivia, en el gobierno de Evo Morales, y constitucionalizado en la Carta Magna con su aprobación en 2009, y por casi 14 años tuvo como Ministro de Economía a Luis Arce Catacora, actual presidente del Estado Plurinacional de Bolivia.

La aplicación del Modelo Económico Social Comunitario Productivo (MESCP), en su primera y segunda etapa, en Bolivia se redujo la pobreza y la desigualdad, se tiene crecimiento económico y estabilidad, se logró consolidar la industrialización y sustitución de importaciones, además se goza de una inflación baja y controlada.

Modelo inclusivo y destacado: Bolivia tiene actualmente un modelo económico inclusivo y redistribuidor del ingreso a los bolivianos, mediante acciones sociales, como los bonos, rentas, subsidios, entre otros, afirmó el ministro del sector económico Montenegro.

Señaló que los ingresos que el Estado genera se distribuyen en acciones sociales como el Bono Juancito Pinto, la Renta Dignidad, el pago del Bono Juana Azurduy, la Tarifa Dignidad, el Subsidio Universal Prenatal por la Vida, el Complemento Nutricional para el Adulto Mayor y la política salarial.

Tasa de inflación: Producto de una variación negativa de 0,06%, la inflación acumulada alcanzó a 1,49% a septiembre de 2023.

TABLA 2.
ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

Cuadro N° 1
BOLIVIA: ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR, VARIACIÓN PORCENTUAL
MENSUAL Y ACUMULADA, 2022 - 2023
(Índice 2016=100 y en porcentaje)

MES	ÍNDICE (Base 2016=100)		VARIACIÓN (%)			
			MENSUAL		ACUMULADA	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Enero	105,85	109,18	0,31	0,33	0,31	0,33
Febrero	105,98	108,70	0,12	-0,44	0,43	-0,11
Marzo	105,93	108,61	-0,05	-0,08	0,39	-0,19
Abril	105,96	108,81	0,03	0,18	0,41	-0,003
Mayo	106,36	109,44	0,38	0,57	0,79	0,57
Junio	106,77	109,68	0,39	0,22	1,18	0,79
Julio	107,19	110,08	0,39	0,37	1,58	1,16
Agosto	107,23	110,51	0,04	0,39	1,62	1,55
Septiembre	107,38	110,44	0,14	-0,06	1,76	1,49
Octubre	108,18		0,75		2,52	
Noviembre	108,69		0,47		3,00	
Diciembre	108,82		0,12		3,12	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Tasa de desocupación: Al cuarto trimestre de 2022, la tasa de la población desocupada, de personas con 14 años o más edad del área urbana de Bolivia, alcanzó a 4,3%, mientras que a similar período de 2021 esta llegó a 5,2%, aspecto que denota una disminución de 0,9 puntos porcentuales (p.p.) de personas desocupadas.

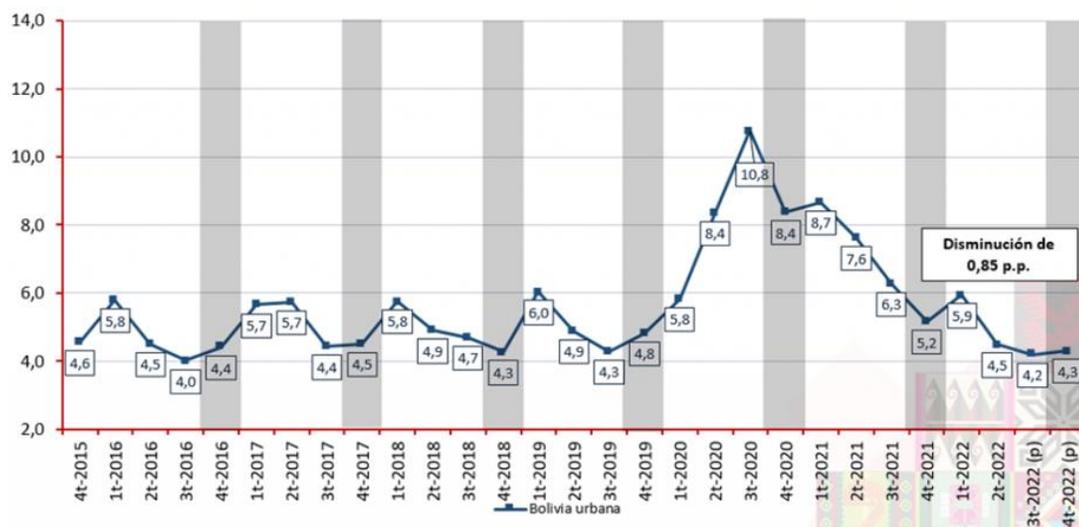
Los datos corresponden a la Encuesta Continua de Empleo (ECE) que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE) que reporta información trimestral de las principales estadísticas e indicadores del mercado laboral del área urbana de Bolivia siendo una temática abordada el comportamiento de la desocupación urbana en el país.

Para el cuarto trimestre de 2022 la tasa de desocupación de mujeres llegó a 4,8%, mientras que en hombres llegó a 3,9%, mostrando una disminución de 0,8 p.p. en el caso de los hombres y 0,9 p.p. en mujeres respecto a similar período de 2021.

La tasa de desocupación de jóvenes de 16 a 28 años de edad en el área urbana del país alcanzó a diciembre de 2022 a 7,5%, lo que significa una reducción de 0,5 p.p. respecto al cuarto trimestre de 2021 cuando el porcentaje llegó a 8%.

TABLA 3.
TASA DE DESOCUPACIÓN

BOLIVIA - URBANA: TASA DE DESOCUPACIÓN DE LA POBLACIÓN DE 14 AÑOS O MÁS DE EDAD, 4T 2015 - 4T 2022 (p)
(En porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística – Encuesta Continua de Empleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Situación económica del país

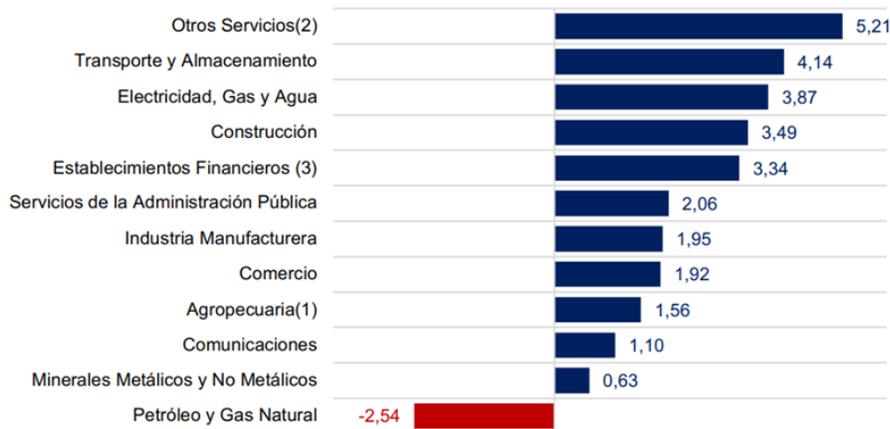
La economía mundial afectada por la crisis sistémica, reflejó, en lo que va del año, un contexto internacional inflacionario, endurecimiento de las condiciones financieras, desaceleración de las grandes potencias y la continuidad del conflicto bélico en Ucrania. En este entorno, Bolivia registra cifras que reportan un clima de estabilidad económica con crecimiento, este último medido por el Producto Interno Bruto (PIB) trimestral que registró un crecimiento de 2,28% de enero a marzo de 2023, resultado del desempeño sectorial y las medidas de política económica implementadas.

PIB por actividad económica: De enero a marzo de 2023, las actividades económicas que mayor efecto tuvieron sobre el crecimiento fueron Otros servicios (servicios comunales, sociales y personales, y restaurantes y hoteles), Transporte y almacenamiento, y Electricidad, gas y agua. En el primer caso, la variación fue de 5,21%, principalmente, como consecuencia del crecimiento de 6,53% de servicios comunales, sociales y personales, a razón de la mayor actividad de servicios recreativos. El sector de transporte creció en 4,14% debido al mayor flujo de pasajeros y de carga del transporte aéreo que reportó un crecimiento de 24,83%. Mientras que, la actividad de electricidad, gas y agua, registró variación de 3,87%, explicado principalmente por el crecimiento en el servicio de provisión de gas en 15,56%.

TABLA 4.

PIB POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

BOLIVIA: VARIACIÓN DEL PIB POR ACTIVIDAD ECONOMICA, ENERO – MARZO 2023^(P)
(En porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Es necesario resaltar, la recuperación del sector de la construcción, que en el período mencionado registró un crecimiento de 3,49%. La industria manufacturera por su parte reportó un incremento de 1,95%, como efecto del comportamiento creciente de 2,26% registrado en la industria de alimentos, la que fue atenuada por la variación de 1,53% acontecida en otras industrias manufactureras, efecto de la significativa contracción en productos manufacturados diversos (principalmente joyería de metales preciosos) y productos básicos de metales, que registraron tasas de -91,92% y -30,86%.

PIB por tipo de gasto: Con referencia al PIB por tipo de gasto, las importaciones de bienes y servicios registraron crecimiento de 13,40%, seguido de la formación bruta de capital fijo que creció en 6,61%. Contrariamente, las exportaciones de bienes y servicios registraron una disminución de 18,19%.

Según componentes del gasto se reporta que el crecimiento del 2,28% del PIB para el primer trimestre 2023, se explica por la contribución del mercado interno en 10,12%, mientras que el mercado externo incidió con -7,84% al crecimiento económico.

TABLA 5.
PIB POR GASTO



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Nivel salarial el salario mínimo nacional, en los sectores público y privado, sube en 5%, de Bs 2.250 a de Bs2.362 “siendo su aplicación obligatoria y sujeta a las acciones de control y supervisión del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social” (MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, 2023).

Cuando hay incremento salarial también se incrementa la demanda, cuando hay demanda se dispersa por toda la economía, hay un círculo virtuoso en esos términos, se potencia el consumo de los hogares y eso es algo importante para todas las empresas, es un elemento para valorar de forma positiva”.

2.1.3. Factor Socio - Cultural

El factor socio cultural depende de gran medida el modo y la razón por lo que las personas viven y se comportan de determinada manera, afectando su conducta de compra.

Según la investigación exploratoria realizada anteriormente se descubrió que la sociedad tarijeña actualmente solo se percibe que dos aromatizantes son los más utilizados por la población las cuales son: sprays aromatizantes e incensios.

También se evidencio el desconocimiento en la población de la existencia de las velas aromáticas y sus beneficios que se tiene para la salud.

2.1.4. Factor Tecnológico

En la actualidad el avance tecnológico es un factor importante para el crecimiento económico. En estos últimos años la tecnología es parte fundamental para las empresas, la transformación digital se convirtió en una necesidad para todos, las empresas de distintas industrias, instituciones públicos y privados tienen que invertir en tecnología para lograr una eficiencia en el servicio o producto.

La tecnología es un factor muy importante ya que día a día la innovación y la tecnología cada vez es más rápida y su utilización ayuda a las empresas a ser más competitivas a la industria.

Las velas aromáticas se introducirán al mercado utilizando tecnología moderna para ser competitivos y para lograr nuevas oportunidades en el mercado, también para poder llegar a las personas ya sea a través de redes sociales o una plataforma online que son sitios que actualmente la mayoría de las personas utilizan y que las personas mayormente están más pendientes de los aparatos electrónicos y por lo cual es la forma más rápida y segura de llegar a los clientes. Por otro lado, el avance de la tecnología nos beneficia favorablemente a los emprendedores como:

- La reducción de los costos.
- Disminución de los tiempos de entrega.
- Mejora en la gestión de los almacenes.

- Mejor administración del inventario.
- Incremento de la seguridad de las entregas.
- Mejor interacción con los clientes y los proveedores.
- Permite desarrollar nuevas vías y modelos de gestión de negocios.

2.1.5. Factor Ambiental

Ley del Medio Ambiente (Ley 1.333) 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. (CEPAL, 2023)

Así mismo se encuentra en la Constitución Política del Estado plurinacional de Bolivia hace mención en su Artículo 342 al 347 de medio ambiente, Es deber del Estado y de la población conservar, proteger y aprovechar de manera sustentable los recursos naturales y la biodiversidad, así como mantener el equilibrio del medio ambiente.

La población tiene derecho a la participación en la gestión ambiental, a ser consultado e informado previamente sobre decisiones que pudieran afectar a la calidad del medio ambiente.

Se prohíbe la fabricación y uso de armas químicas, biológicas y nucleares en el territorio boliviano, así como la internación, tránsito y depósito de residuos nucleares y desechos tóxicos. El Estado regulará la internación, producción, comercialización y empleo de técnicas, métodos, insumos y sustancias que afecten a la salud y al medio ambiente. (JUSTIA BOLIVIA, 2023)

Un estudio de varios autores revela que, “en condiciones normales de uso, las velas aromáticas no representan riesgos conocidos para la salud del consumidor”. (Es importante tener en cuenta que, aunque la conclusión de este estudio es coherente con otras investigaciones, pocos estudios han analizado los efectos en la salud del uso de velas aromáticas. Y la mayoría, incluido este, fueron realizados por investigadores afiliados a la industria de las velas. Pero los expertos independientes han dicho que los hallazgos son sólidos).

Nikaeta Sadekar, toxicóloga respiratoria del Instituto de Investigación de Materiales de Fragancias, una organización sin fines de lucro afirma que la exposición a los productos químicos emitidos por las velas aromáticas “es tan baja que no representan un riesgo significativo para la salud humana”, dijo. “Incluso los mayores usuarios de velas perfumadas y otros productos aromáticos no se exponen a ningún riesgo apreciable”, afirmó Sadekar. (THE NEW YORK TIMES, 2023)

2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO

2.2.1. Consumidores

Es fundamental identificar quienes serán nuestros posibles clientes, ya que estos son una base esencial para el emprendimiento.

La idea de negocio es producir y comercializar las velas aromáticas, en la ciudad de Tarija, la cual ofertaremos en una presentación en frascos de vidrio que tienen dimensiones de 7cm de largo y 6 cm de ancho.

Las velas aromáticas son para el sector de la salud, aliviando una enfermedad que muchas personas padecen que es el estrés. Va dirigido para las personas que no tengan tiempo de relajarse, ya sea por el trabajo, estudios, que lleven una vida acelerada, entre otros, este producto es fácil y sencillo de utilizar y en cualquier lugar porque no necesitas darle tiempo cuando se usa, se puede utilizar realizando cualquier tipo de actividad.

Las velas aromáticas al ser un producto nuevo, se considera que los clientes estarían compuestos de la siguiente manera:

TABLA 6.

IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES POTENCIALES

EMPRESAS	Hospitales
	Hoteles
	Spas
	Oficinas
	Negocios Gral.
INDIVIDUALES	Personas o Familias

Fuente: Elaboración Propia

Los posibles clientes o consumidores de velas aromáticas serían lo que se tomó como base en la tabla anterior, cuando las personas que demandan el producto ofrecido por una empresa, requieren que las empresas tengan mejores condiciones de calidad, marca y el precio principalmente. En este caso del emprendimiento de velas aromáticas, al ser la única empresa que ofrece este tipo de productos, ya que por el momento no existen otras opciones, es decir no existe competencia directa en la ciudad de Tarija.

2.2.2. Competidores Actuales

Es imprescindible considerar el ambiente competitivo al que debe enfrentarse una empresa que trata de incursionar en el mercado, puesto que la influencia que ejerce la competencia, determina ciertas acciones a tomar en cuenta en la formulación del plan de negocios; por ende, debemos tomar en cuenta a qué tipo de competidores nos enfrentaremos en el mercado actual.

Los competidores actuales son:

TABLA 7.
IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES ACTUALES

EMPRESAS	
<p>Dialcruz importaciones SRL Son productos traídos del extranjero para distribuirlos en el interior de nuestro país, generando un incremento económico del país. Dirección Av. Pirai 2do anillo, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia</p>	
<p>GI importaciones SRL Son productos traídos del extranjero para distribuirlos en el interior de nuestro país, generando un incremento económico del país. Dirección Av. Beni entre 3er y 4to anillo 1 casa antes Fidalga Hamacas #3410. Santa Cruz, Bolivia.</p>	

Scented candle

Son productos importados de china de alta calidad, cada vela tiene una autonomía de 16 horas. Vienen en un envase original y colorido, por lo que se trata del obsequio perfecto para un ser querido. Este lote viene en una caja regalo.

Ventajas: Excepcional relación calidad-precio. Deliciosas fragancias según apuntan los usuarios en sus opiniones.

Fragancia principal: flores, frutas, hierba, Océano, restricciones para festivales.



Fuente: Elaboración Propia

2.2.3. Competidores Potenciales

✓ Velas Artesanales CATEDRAL

Es una pequeña empresa que se dedica a la elaboración de velas artesanales, para cumpleaños, bautizos, primera comunión entre otros. Se encuentra ubicada en el barrio lourdes de la ciudad de Tarija.

ILUSTRACIÓN 1.

VELAS ARTESANALES CATEDRAL



Fuente: Internet

ILUSTRACIÓN Las velas artesanales Catedral, con el tiempo se convertiría en la competencia potencial ya que están en el mismo ámbito de producción de velas.

2.2.4. Intermediarios

La distribución es una estrategia muy importante para lograr los resultados en las metas que nos hemos fijado en el lanzamiento de nuestro producto al mercado, con el objetivo de llegar al punto máximo en ventas, satisfaciendo a los clientes según su ocasión y generando la utilidad requerida para nuestra empresa y ser reconocida a nivel nacional.

Los canales de distribución para llegar a los consumidores serán por venta directa a través de una página web y también será de manera indirecta mediante los negocios que deseen ofrecer el producto, para así llegar a los clientes que puedan adquirir el producto.

Nuestros proveedores son empresa que nos abastecen con existencias (artículos), los cuáles serán transformados para venderlos posteriormente, cuyos artículos son confiables para la elaboración de nuestras velas aromáticas ya que son de calidad muy reconocida y confiable.

2.2.5. Productos Sustitutos

TABLA 8.
IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

PRODUCTOS	
Difusor de aromas Los difusores son pequeños dispositivos electrónicos, que, nos ayudan a dispersar en el aire una mezcla de micro partículas de aceites esenciales relajantes para difusor. Ayudan a darle a nuestro hogar un aroma agradable y fresco.	
Sprays aromáticos Los sprays aromáticos son productos que se utilizan para agregar fragancia a una habitación o a un espacio.	

<p>Inciensos Los inciensos son preparaciones creadas a partir de resinas vegetales y aceites esenciales, y que al arder con el fuego desprenden un humo balsámico que se utiliza con propósitos terapéuticos o relajantes en la aromaterapia, y como aromatizantes en la casa.</p>	
<p>Terapia con masajes En el masaje terapéutico (una práctica manipulativa y basada en el cuerpo), los tejidos corporales se manipulan para reducir el dolor, aliviar la tensión muscular y reducir el estrés. La terapia de masaje comprende una serie de técnicas, desde dar toques superficiales y profundos, hasta golpear y realizar movimientos de amasado (como en el masaje sueco), para presionar en puntos específicos (como en el shiatsu, la acupresión y el masaje neuromuscular).</p>	

Fuente: Elaboración propia

2.2.6. Productos Complementarios

- **Música**

La música nos permite relajarnos a través de un proceso físico por el cual vibraciones de diferente origen se ajustan hasta lograr un mismo ritmo.

- **Libros**

Cuando nos ponemos a leer, nuestro organismo sufre unos cuantos cambios, el ritmo cardíaco se ralentiza y se relaja la tensión muscular. Y con eso, conseguimos alterar para bien nuestro estado mental y emocional.

- **Spa**

Mejorar la salud y brindar al cuerpo relajación, tranquilidad, e incluso con ciertas técnicas se puede ayudar al cuerpo en otros niveles para eliminar dolencias y padecimientos.

2.2.7. Proveedores

La relación de negociación que se dé con los proveedores, es fundamental para que este progrese de manera beneficiosa para ambas partes.

El proveedor que nos proporciona la materia prima es la empresa ITZAE que se encuentra ubicado en la ciudad de Santa Cruz, es el principal que proveen la cera de soja en grandes cantidades, colorantes, mecha y esencias aromáticas, la cual logra abastecer para la elaboración del producto.

ILUSTRACIÓN 2. PRINCIPAL PROVEEDOR ITZAE



Fuente: Instagram

El proveedor que nos proporciona los frascos de vidrios es la empresa ENOVINT que se encuentra la central en la ciudad de Cochabamba y una de sus sucursales se encuentra en la ciudad de Tarija, zona Morros Blancos, la cual logra abastecer para la elaboración del producto.

ILUSTRACIÓN 3. PRINCIPAL PROVEEDOR ENOVINT



Fuente: Internet

Algunas de las estrategias a seguir para no depender de un solo proveedor o encontrar mejores opciones son:

- ✓ Aumentar nuestra cartera de proveedores
- ✓ Establecer alianzas a largo plazo con ellos
- ✓ Pasar a fabricar nuestra propia materia prima

2.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL CONTEXTO

Conforme el análisis realizado a los puntos anteriores se ha podido identificar los siguientes riesgos y oportunidad en la idea de negocios:

Riesgos

- ✓ Si bien la economía nacional según datos estadísticos estamos estables, pero la realidad es muy diferente ya que hay crisis económica, desempleo, la escasez del dólar, esto genera un riesgo en la puesta en marcha del emprendimiento.
- ✓ Existe el riesgo que los proveedores al enviar los frascos de vidrio lleguen a nuestro destino en mal estado porque son muy delicados de manipular.

Oportunidades

- ✓ En el ámbito legal al analizar la norma legal, resoluciones administrativas y decretos supremos, observamos que no existen obstáculos que puedan dificultar la creación de la empresa de velas aromáticas, más bien estas normas nos incentivan la creación de este tipo de producto.
- ✓ Siendo los primeros en la ciudad de Tarija en la producción de velas aromáticas artesanales, se obtendría una ventaja debido a que se ingresaría con un producto novedoso.
- ✓ Existe la oportunidad de comercializar el producto a otras ciudades de nuestro país, siendo que está demostrado que estos mercados son muy atractivos, en la cual estas ciudades realizan importación de este tipo de producto.

2.4. NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.4.1. Descripción del producto o idea del negocio

Las velas aromáticas tienen la capacidad de ayudarnos a crear un ambiente más acogedor. A través de sus aromas también nos pueden ayudar de muchas formas, desde despejar las vías respiratorias, aliviar el estrés y calmar los nervios hasta ayudarnos a mejorar nuestra concentración o tener más energía.

Las velas aromáticas son velas que han sido enriquecidas con fragancias o aceites esenciales para calmar la mente y el cuerpo mientras desprenden olores agradables y están fabricados con ingredientes de origen natural.

Tipos de fragancias: Lavanda, Peras y flores, Tutti frutti, Vainilla sweet y coco vainilla.

Los beneficios de las velas varían de acuerdo al aroma que tengan, pero pueden llegar a ser de gran ayuda para aliviar distintos males físicos y emocionales o solamente para relajarse después de un día complicado.

La aromaterapia conecta la mente con el cuerpo a través del olor de aceites esenciales de plantas o frutos. Al igual que pasa con el poder relajante de los inciensos, las velas aromáticas tienen distintos beneficios terapéuticos entre los que se encuentran los siguientes:

- ✓ Combatir la fatiga y el estrés
- ✓ Relajar la mente y el cuerpo
- ✓ Combatir la depresión
- ✓ Aumentar la concentración
- ✓ Aliviar los síntomas del resfriado
- ✓ Revitalizar el ambiente
- ✓ Mitigar dolores de cabeza
- ✓ Ayudar a dormir y evitar el insomnio

TABLA 9.
MATERIA PRIMA



Envase



Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO III

PLAN DE MARKETING

III. PLAN DE MARKETING

La finalidad del desarrollo del plan de marketing, constituye uno de los elementos imprescindibles al momento de llegar a nuestro mercado objetivo. Es un plan a través del cual definimos quienes serán nuestros clientes y como transformar el poder de compra del consumidor en demanda.

El desarrollo del plan de marketing abarcara una investigación de mercados con la finalidad de identificar características de los consumidores y el grado de aceptación que podrá tener el producto en el mercado local y de esta manera poder definir estrategias que nos permita entrar de manera más efectiva en el mercado.

3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La presente investigación de mercados se realiza con la finalidad de identificar más concretamente nuestro mercado meta, además factores que puedan tener influencia, ya que sea como oportunidades y amenazas para la implementación de un nuevo negocio en este caso de la fabricación y comercialización de velas aromáticas artesanales en el mercado tarijeño.

3.1.1. Proyecto de Investigación de Mercados

Es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor.

3.1.2. Problema Gerencial

¿Las velas aromáticas artesanales tendrá una aceptación necesaria como aromaterapia, para llegar a tener una utilidad que pueda mantenerse a lo largo del tiempo en la ciudad de Tarija?

3.1.3. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados

Según, Patricia Del Llano, responsable de la unidad técnica de Medicina del Trabajo del INSO, el estrés laboral aumentó en 50% en 2021, con respecto al año anterior, indicó Del Llano, que explicó que varias empresas llamaron al INSO para hacer valoraciones de su personal e incluso pidieron apoyo psicológico, lo que antes no era común. Y es que la pandemia trajo situaciones duras para las personas.

De acuerdo con una encuesta llevada adelante por la Fundación Educación & Ciencia para las Américas. Bolivia es el tercer país con más estrés financiero en Latinoamérica. Un 94% de los bolivianos sufre esta afección que provoca ansiedad y tensión nerviosa como consecuencia de los problemas económicos derivados de la pandemia del COVID-19.

La necesidad de un empleo o contar con ingresos fijos mensuales afectan a la salud, elevan la presión arterial, reducen las horas de sueño y provocan depresión a jóvenes emprendedores, empresarios, profesionales e inclusive a personas de la tercera edad.

Es importante dedicar un tiempo en la jornada para la meditación o la reflexión, de ese modo se alcanza un equilibrio en las emociones. “Conforme al trabajo que uno desempeña, se registran fluctuaciones en el estado de ánimo. Cinco minutos al día ayudan a relajar los niveles mentales y ayuda a tener un descanso”.

3.1.4. Pregunta Científica de Investigación

¿Cuáles son los factores críticos que determinan la aceptación del mercado potencial en la ciudad de Tarija hacia las velas aromáticas artesanales?

3.1.5. Planteamiento de la Hipótesis

H: Las personas en la ciudad de Tarija tienen una preferencia significativa por velas aromáticas artesanales que son accesible, presentan diseños atractivos y aromas naturales e innovadores.

3.1.6. Métodos y técnicas de Investigación de Mercados

La metodología se refiere principalmente al tipo de investigación que se aplicara, métodos y técnicas que se van a emplear en la investigación, como también las fuentes de donde se obtendrá información.

3.1.6.1. Tipos de Investigación

Para llevar a cabo la investigación de mercado se empleará la investigación exploratoria y descriptiva.

- ✓ **Investigación Exploratoria:** Es el primer paso que se da para buscar la información, desconocida utilizando también las entrevistas a profundidad para saber más acerca de la aceptación o rechazo hacia el producto de las velas aromáticas, la investigación exploratoria es uno de los métodos más apropiados en la primera etapa del proceso de la toma de decisiones para la empresa.
- ✓ **Investigación Descriptiva:** Se utilizará una investigación de tipo descriptiva, la misma es un tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo general, características o funciones de un determinado mercado. Pues de esta manera podemos determinar las percepciones de los consumidores con mayor confiabilidad este tipo de investigación tiene un propósito el cual es de cuantificar las variables de interés, para mejorar el tratamiento de los análisis de resultados lo que nos permitirá encontrar la solución del problema para la investigación.

3.1.6.2. Fuentes de Información

- **Fuentes Primarias:** Se emplearon encuestas de manera directa a las personas o familias que se seleccionaron para la venta del producto.
- **Fuentes Secundarias:** Se realizó la revisión de documentos con información y datos en relación nuestro tema en particular. Se puede mencionar; Instituto Nacional de Estadística (INE), Alcaldía Municipal, páginas de internet, etc.

3.1.6.3. Medios de recolección de datos

Para la recolección de datos se recurrió de una encuesta piloto en el cual se elaboró preguntas que mantienen en relación con el objetivo de la investigación. Se trató al máximo de que las preguntas incluidas en dicho cuestionario sean fáciles de entender, de tal forma que personas de cualquier nivel educativo, posean la habilidad para responder con exactitud. En la investigación descriptiva se utilizará el método de la encuesta utilizando como instrumento de trabajo un cuestionario con el objetivo de contar con información más exacta, obtenida directamente por los clientes potenciales.

3.1.7. Diseño de Investigación

3.1.7.1. Recopilación de la información

En la investigación descriptiva se utilizará el método de la encuesta utilizando como instrumento de trabajo un cuestionario con el objetivo de contar con información más exacta, obtenida directamente por los clientes potenciales.

3.1.7.1.1. Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra

Para seleccionar la muestra, lo primero que debemos hacer es definir la unidad de muestreo/análisis para delimitar la población que va a ser estudiada y sobre el cual se pretende generalizar los resultados para evitar errores.

3.1.8. Determinación de la Población

En los últimos tiempos la población tarijeña tubo una tendencia relevante a crecer en población, se estima que hoy en día en todo el departamento de Tarija existen 591.800 de los cuales 267.380 personas se encuentran en la provincia cercado, dividiendo este número entre cinco, ya que según el INE cada familia está compuesta de cinco miembros dándonos un resultado así de 53.476 familias solo en la ciudad de Tarija, datos que tomamos como base para la determinación de la muestra.

¿Estaría dispuesto usted a comprar velas aromáticas para aliviar el estrés?

De la encuesta piloto no representativa aplicada a veinte personas que se encuentran en la en el entorno cercano en la ciudad de Tarija. Se realizó con el propósito de facilitar la obtención de información necesaria para determinar las preferencias y expectativas de la población. Se evidencia que, de acuerdo a la tabulación realizada de las VEINTE personas entrevistadas, DIECISITE personas encuestadas están de acuerdo con la creación del producto con sus características y peculiaridades determinadas, y TRES no estuvieron de acuerdo.

P = Probabilidad de éxito (SI están de acuerdo con la creación de nuevo producto)

Q = Probabilidad de fracaso (NO están de acuerdo con la creación de un nuevo producto)

$$P = 17/20 = 0,85 = 85\%$$

$$Q = 3/20 = 0,15 = 15\%$$

- La proporción de las personas entrevistadas que están de acuerdo con la creación de un nuevo producto es del 85%.

3.1.9. Tamaño de la Muestra

Para el cálculo de la muestra de la población se tomará un nivel de confianza del 95%.
Asumiendo un error máximo en el proceso de encuesta del 5%.

Entonces:

$$\text{Nivel de Confianza} = 95\% = 1,96$$

$$\text{Error} = 5\%$$

TABLA 10.
DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

<i>Simbología</i>	<i>Datos para la determinación de la muestra</i>
<i>N: Población</i>	<i>N= 53.476</i>
<i>Z: Valor de z critico</i>	<i>Z= 1.96</i>
<i>P: Probabilidad de éxito</i>	<i>P=0.85</i>
<i>Q: Probabilidad de fracaso</i>	<i>q= 0.15</i>
<i>e: Error admisible</i>	<i>e= 0.05</i>
<i>n: Tamaño de Muestra</i>	<i>n=?</i>

Fuente: Elaboración propia

$$N_0 = \frac{(Z^2 e / 2) (N) (P \times Q)}{e^2 (N - 1) + (Z^2 e / 2) (P \times Q)}$$

$$N_0 = \frac{(1,96)^2 (53476) (0.85 \times 0.15)}{0,05^2 (53476 - 1) + (1,96)^2 (0.85 \times 0.15)}$$

$$N = 195,21 = 195$$

Por lo que se tiene que la muestra para la investigación de mercados es de 195 personas.

3.1.10. Las Encuestas

El modelo de la encuesta utilizado para el levantamiento de los datos primarios se encuentra en Anexos.

3.1.11. El Cuestionario

Se realizará un cuestionario de forma tradicional para recabar información por medio de la encuesta online.

3.1.12. Presentación y Análisis de Resultados

Una vez aplicado el cuestionario acerca de la aceptación de las velas aromáticas se procedió con la depuración, codificación y tabulación de datos para luego ser interpretados, de acuerdo a graficas obtenidas de los datos tabulados, los cuales son los siguientes:

TABLA 11.
RESULTADOS Y ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO

N° preguntas	Análisis y resultados
Pregunta 1: y aceites esenciales de las plantas, que al ser encendidas desprenden partículas y aromas agradables creando un ambiente acogedor y tranquilo, que calma la mente y el cuerpo. Tiene los siguientes beneficios. ¿Cuál de las	Los datos que nos proporciona son positivos ya que la población al conocer sus propiedades que tiene el producto desea experimentar nuevas experiencias que permitan mejorar su salud, dándonos como resultado que con un 28.5 % busca mejorar su estado de ánimo, en un 27.9% las personas buscan calmar la ansiedad y el estrés, en un 23.6%

opciones le gustaría experimentar?	busca la relajación y un 20 % la personas buscan aumentar la concentración y la creatividad.
Pregunta 2: ¿Estás de acuerdo en que las velas aromáticas, debido a los componentes que contienen aceites esenciales, han demostrado inducir un estado de relajación y tranquilidad?	El 59% de la población encuestada, indica que está de acuerdo que las velas aromáticas han demostrado inducir un estado de relajación y tranquilidad, esto es favorable para la idea de negocio ya que este porcentaje podría llegar a ser clientes potenciales
Pregunta 3: ¿Usted considera que sufre estrés?	Con la respuesta de los encuestados el 95% considera que sufre de estrés, esto debido a la actual situación de la sociedad (estrés laboral, problemas familiares y otros) asimismo esta información representa un dato muy importante ya que se puede tener una gran aceptación del producto por las familias.
Pregunta 4: ¿Utiliza algún método de relajación para aliviar el estrés?	De acuerdo a los resultados obtenidos el 85.4% utiliza algún método de relajación, por lo cual este dato refleja que las personas buscan alternativas que puedan aliviar su estrés.
Pregunta 5: ¿Con que frecuencia practica algún método de relajación?	la mayor frecuencia con la que acuden a practicar algún método de relajación con el 46% es una vez a la semana., esta información nos será de gran utilidad para poder tener una frecuencia de compra del producto.
Pregunta 6: ¿Estaría dispuesto usted a comprar velas aromáticas, teniendo conocimiento de sus beneficios?	De acuerdo con los encuestados el 96.4% estaría dispuesto a comprar las velas aromáticas, este resultado es muy relevantes para la investigación de mercados ya que determina que el producto será aceptado en el mercado de Tarija-Cercado.
Pregunta 7: ¿Cuál cree usted que sea la mejor opción para la presentación del producto?	la opción con mayor preferencia fue la presentación de las velas aromáticas en frasco de vidrio con un 76%, lo cual es importante por la seguridad, la preservación y la estética que se mostrará en el producto.

<p>Pregunta 8: ¿Por comodidad que dimensiones considera usted que debería tener el producto?</p>	<p>Según los datos obtenidos de los encuestados el 51% de las familias prefieren que las dimensiones del producto sean medianas (7cm largo y 6cm ancho), esto más que todo hacen referencia a la duración del producto para obtener sus beneficios.</p>
<p>Pregunta 9: ¿En qué medio digital le gustaría recibir información de las velas aromáticas?</p>	<p>Las familias de la ciudad de Tarija le gustaría adquirir información sobre el producto mediante redes sociales como la Facebook con un porcentaje de 38%, además con un 23% en página web, también con 16% en tiktok lo cual es favorable para el negocio porque ofreceremos los productos en plataformas virtuales.</p>
<p>Pregunta 10: ¿Dónde le gustaría adquirir las velas aromáticas artesanales que tiene beneficios para la salud?</p>	<p>El 44% de familias de la ciudad de Tarija le gustaría adquirir en supermercados las velas aromáticas, además que un 30% en tiendas de cosméticos, por lo que se tendría un total de 74% del mercado que si lo van a adquirir esto es una gran oportunidad para nuestro emprendimiento de llegar a supermercados y tiendas de cosméticos, donde lo puedan adquirir con mayor facilidad y así llegar al cliente final con los productos de velas aromáticas artesanales.</p>

Fuente: Elaboración propia

3.1.13. Conclusiones de la Investigación de Mercados

Con la presente investigación de mercado en el que se realizó una encuesta a una determinada muestra de nuestro segmento de mercado y se pudo obtener los datos esperados, se procedió a la tabulación de los datos e interpretación de las preguntas, llegamos a las siguientes conclusiones:

- ✓ Los resultados de la investigación de mercado mostraron que la principal motivación para comprar velas aromáticas es por que sufren de estrés el 95% de los encuestados.
- ✓ La frecuencia en la que practicaría un método de relajación es del 46% una vez por semana lo que indica que realizarían una compra por semana.
- ✓ Las personas encuestadas tienen una intención de compra del 96%, este resultado es muy favorable para el negocio, ya que es una gran oportunidad para el emprendimiento y que llegue a ser rentable.

- ✓ Por preferencia de los posibles compradores de las velas aromáticas tienden a tener una inclinación por la presentación en frascos de vidrio con un 76% y de dimensiones de tamaño mediano (7cm largo y 6cm ancho).
- ✓ Con respecto a los lugares de compra el 44% prefiere que este en supermercados y el 30% en tiendas de cosméticos, se lo podrá encontrar el producto en diferentes partes de centro de la ciudad donde el cliente lo pueda adquirir con mucha facilidad.

3.2. PLAN DE MARKETING

El marketing ayuda a nuestro emprendimiento a identificar el mercado objetivo y comprender las necesidades y deseos de los clientes. Esto permite desarrollar productos o servicios que satisfagan esas necesidades y establecer estrategias de marketing efectivas.

El marketing ayuda a establecer la imagen y la identidad de la marca de un emprendimiento nuevo. Esto implica comunicar los valores y beneficios únicos del negocio para diferenciarse de la competencia y atraer a los clientes adecuados.

3.2.1. Objetivos de Marketing

3.2.1.1. Objetivos

A corto plazo

- ✓ Realizar un estudio de mercado a través de las encuestas, determinando un segmento de mercado y analizar los datos de la investigación del mercado en un plazo de 1 mes, presentando un informe detallado.
- ✓ Llegar al 2% del mercado tarijeño, que corresponde al segmento con preferencia a comprar el producto.
- ✓ Llegar a Incrementar la presencia de la marca a intermediarios, alcanzando 10% en los próximo 6 meses.
- ✓ Implementar estrategias de diferenciación, fidelización y promociones de venta

Largo plazo

- ✓ Determinar que campañas publicitarias se utilizarán y por que medios se llevarán a cabo en los próximos 12 meses.
- ✓ Incrementar la participación de nuestro segmento de mercado en el segundo año de apertura.

3.2.2. Segmentos de Mercado

El segmento se refiere a un grupo específico de consumidores que comparten características y necesidades similares. Identificar el segmento de mercado adecuado para una empresa nueva es crucial para poder dirigir adecuadamente los esfuerzos de marketing y satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

TABLA 12.
DETERMINACIÓN DE SEGMENTO DE MERCADO

SEGMENTACIÓN	CRITERIOS	DETALLE
Geográfica	Departamento	Tarija
	Provincia	Cercado
Demográfica	Edad	25 a 60 años
	Genero	Hombres y Mujeres
Psicográfica	Personalidad	Valoración del producto regional y local
	Interés	Dirigido a la salud y bienestar (ayuda a relajarse y aliviar el estrés)
Comportamiento (cliente)	Frecuencia de uso	Tendencia a probar productos nuevos de relajación para aliviar el estrés (1 compra por semana)
	Gasto promedio de compra	De Bs 20 a Bs 30 por un producto artesanal.
	Dispositivo de uso	Teléfono celular, Tablet, computadora (uso de redes sociales)

Fuente: Elaboración propia

3.2.3 Determinación de la Demanda

Según los resultados de la investigación de mercado, el 96,4% de las personas encuestadas comprarían las velas aromáticas AROMAZEN (según la pregunta 6), que sería aproximadamente una unidad por semana (según la pregunta 5), cabe recalcar que es un dato muy importante que nos ayudará a estimar la cantidad de unidades que deberán ser producidas en el primer año.

3.2.3.1 Proyección de la demanda

De la población estimada, 267.380 personas se encuentran en la Provincia Cercado, dividiendo este número entre cinco, ya que según el INE cada familia en promedio está compuesta de cinco miembros dándonos un resultado así de 53.476 familias solo en la ciudad de Tarija.

Población: 267.380 Familias :53.476

- Según la pregunta 6 el 96,4% de las familias en la Provincia Cercado que están interesados en adquirir las velas aromáticas son 51.550 familias.

Familias: 53.476×0.964

Familias: 51.550

El objetivo de marketing para el primer año será llegar al menos al 2% de la cantidad esperada, vale decir a 1.031 familias que adquieran el producto una vez por semana, con un crecimiento del 2% por año, según el crecimiento poblacional de Tarija, Cercado.

$$51.550 \times 0.02 = 1.031$$

3.2.3.2. Demanda esperada

Demanda esperada según fórmula:

$$Q = n \times q$$

Datos:

Q = Cantidad demandada

n = Cantidad de personas interesadas en adquirir el producto

q = Frecuencia de compra

$$Q = 1.031 * 52 \text{ (semanas al año)}$$

$$Q = 53.612$$

Según la pregunta 8, la población compra el tamaño mediano con un crecimiento anual el 2%, esto dependerá del crecimiento de la población, esta es la producción estimada del producto para los 5 primeros años:

TABLA 13.
DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

DEMANDA ESPERADA	
Año	Producto Mediano
Año 1	53.612
Año 2	54.684
Año 3	55.778
Año 4	56.893
Año 5	58.031

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4. Marketing Mix Estratégico

Se refiere a las diferentes variables que una empresa puede utilizar para influir en la demanda de sus productos. las variables son conocidas como las "4 P" del marketing: producto, precio, distribución y promoción, las cuales se desarrollan a continuación:

3.2.4.1. Estrategia del Producto

El nuevo emprendimiento denominado AROMAZEN (velas aromáticas artesanales), un producto que es apto para el uso humano para la salud, que por sus beneficios que tiene el producto se puede usar de manera diaria.

El producto de velas aromáticas ayudará a los clientes de la ciudad de Tarija en combatir la fatiga y el estrés, relajando la mente y el cuerpo, buscando posicionarse como un producto de relajación de alta calidad, siendo los primeros productores en la ciudad tarijeña. Seguidamente se mencionará las principales características de las velas aromáticas:

Beneficios: Las velas aromáticas tienen la capacidad de ayudarnos a crear un ambiente más acogedor. Pueden relajarnos, ayudarnos a mantener la concentración, para un poco o darnos energía para seguir con el día a día.

Salud: La aromaterapia es una técnica que mejora el bienestar y la salud a partir del uso de velas aromáticas y otros productos aromáticos que fomentan la armonía y el equilibrio orgánico.

3.2.4.1.1. *Imagen corporativa*

Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa se colocó pensando en la tranquilidad y paz que nos transmite la aromaterapia.

ILUSTRACIÓN 4.

NOMBRE DE LA EMPRESA – AROMAZEN



Fuente: Elaboración propia

Slogan

ILUSTRACIÓN 5.

SLOGAN DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia

Logotipo

La empresa AROMAZEN tendrá el siguiente logo para su producto:

ILUSTRACIÓN 6. LOGOTIPO DE LA EMPRESA AROMAZEN



Fuente: Elaboración propia

El nombre de la marca que es AROMAZEN que significa:

Aroma: Olor muy agradable.

Zen: transmitir una experiencia de relajación profunda y equilibrio.

El producto será envasado en frascos de vidrio de 50 ml. En los frascos ira adherida la etiqueta con la marca AROMAZEN.

3.2.4.2. Estrategia de Precio

Determina el precio adecuado para tu producto o servicio. Considere factores como los costos de producción, la competencia, la demanda del mercado y el valor percibido por los clientes. El precio debe ser lo suficientemente atractivo para los clientes, pero también debe permitirte obtener beneficios.

De acuerdo a la estrategia de precios se consideró a Bs 15 para la venta en el mercado, ya que cubre los costos de producción y genera un nivel de utilidad para la empresa de manera positiva.

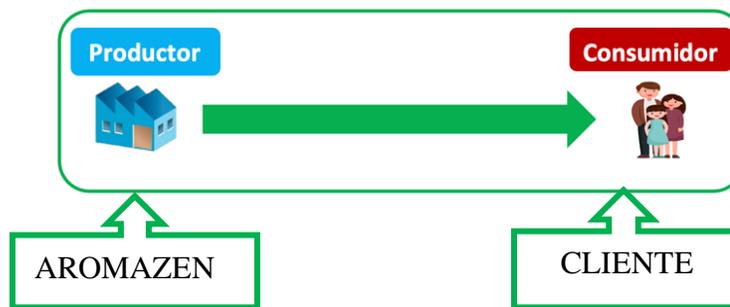
3.2.4.3. Estrategia de Distribución

Decide cómo se va a distribuir tu producto o servicio. Evalúa los canales de distribución disponibles, como tiendas físicas, comercio electrónico o distribución directa. Elige los canales que te permitan llegar de forma efectiva a tu mercado objetivo.

Según la investigación, el lugar preferido para comprar el producto es tienda de cosméticos, supermercados, negocios (tiendas de regalos, casas de decoración).

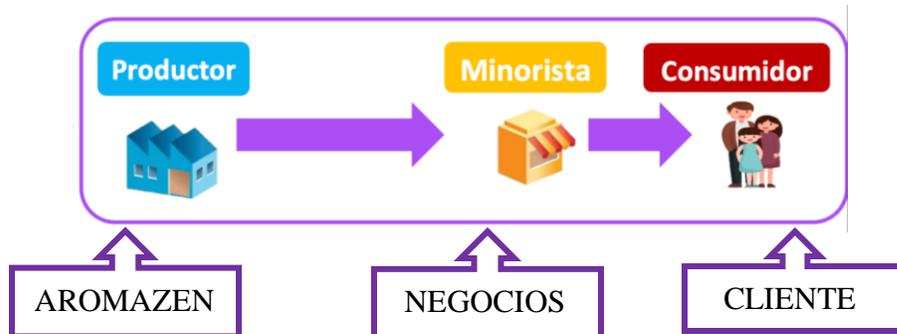
Siendo esta la logística de modalidad multicanal: la combinación de la venta directa y la venta indirecta. La distribución de AROMAZEN se realizará de la siguiente manera:

ILUSTRACIÓN 7. DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO DIRECTO



Fuente: Internet

ILUSTRACIÓN 8. DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO INDIRECTO



Fuente: internet

Descripción de la gráfica:

- ✓ **Venta directa:** Se constituye consumidores finales para aquellas personas que dan uso directo de AROMAZEN, realizando la compra de la de la tienda virtual que se tendrá atrás de redes sociales. Los pagos de AROMAZEN para la adquisición de los productos se podrán realizar por las plataformas como: tarjetas, QR y en efectivo.
- ✓ **Venta indirecta:** Será para aquellos negocios que adquieran el producto para su posterior expendio en diferentes puntos de la ciudad, teniendo contando directo con los consumidores finales. En este caso los negocios se contactarán con AROMAZEN por el preventista que es el encargado de promocionar el producto. El precio que se les dará del producto es de Bs 11 por unidad y los pagos de AROMAZEN para la adquisición de los productos se podrán realizar por las plataformas como: tarjetas, QR y en efectivo.

3.2.4.4. Estrategia de Promoción

La empresa para poder permanecer y lograr aumentar la participación o cuota del mercado debe realizar diferentes promociones, y está constituido por: promociones de venta, venta personal, publicidad y sobre todo la comunicación interactiva ya que por estos medios se obtendrá gran porte de los clientes como (página Webs, Facebook, Tiktok e Instagram)

La nueva marca de AROMAZEN pretende alcanzar a su público objetivo por medio de las siguientes campañas de marketing:

Técnicas de difusión: El preventista de la empresa se encargará de promocionar el producto en los negocios (tienda de cosméticos, supermercados, tiendas de regalos y casas de decoración), haciéndolo conocer el producto en la ciudad de Tarija.

Plataformas digitales: Se promocionará el producto con descuentos para compras mayores a 100 velas aromáticas.

3.3.3. Marketing Digital

Actualmente el marketing digital es una de las principales formas disponibles para que las empresas se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado ya que solo tendremos tienda virtual para los clientes.

El gerente de AROMAZEN será el responsable del ecomerce (comercio electrónico), en otras palabras, será el community manager o gestor de comunidades virtuales y manejo de redes sociales que realizará el seguimiento y control de la implementación de las estrategias, así también permitiéndole interactuar con los posibles clientes, desarrollando:

- Contenido atractivo en redes sociales.
- Interactuar y responder a los comentarios, preguntas de los seguidores.
- Administrar y mantener la imagen y reputación de AROMAZEN en redes sociales.
- Realiza seguimiento de las campañas publicitarias.

La plataforma a utilizarse como opción para llegar a los clientes será mediante:

- Crear una página en Facebook el objetivo es llegar a más clientes e interactuar con ellos, también promocionar el producto y haciendo conocer los beneficios que tienen las velas aromáticas.

ILUSTRACIÓN 9.

CREACIÓN DE LA EMPRESA DE AROMAZEN EN FACEBOOK



Fuente: Elaboración propia

- Crear una página web para la empresa, la cual sirve para informar correctamente sobre el producto, vender el producto e interactuar con el cliente y para dar visibilidad online a la marca.

ILUSTRACIÓN 10.

CREACIÓN DE PÁGINA WEB DE LA EMPRESA AROMAZEN



Fuente: Elaboración propia

- Creación de un grupo de WhatsApp el objetivo del mismo es interactuar con los clientes tener una conexión más personalizada informando también de los productos a ofrecer, de las innovaciones y lanzamiento de promociones.

ILUSTRACIÓN 11.

\WHATSAPP BUSINESS DE LA EMPRESA AROMAZEN



Fuente: Elaboración propia

3.4. PRESUPUESTO DE MARKETING

Para el primer año de funcionamiento de la empresa de AROMAZEN se cuenta con un presupuesto para el área de marketing con un monto de Bs. 6.288,00 los cuales están destinados a realizar publicidad en las diferentes redes sociales como ser Facebook, una página web e internet wifi con el objetivo de dar a conocer a la empresa los mismos que se detallan a continuación:

TABLA 14.**PRESUPUESTO DE MARKETING (EXPRESADO EN BOLIVIANOS)**

N°	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD POR MES (Unidades)	COSTO MENSUAL (Bs.)	CANTIDAD POR AÑO (Unidades)	COSTO ANUAL (Bs.)
1	Facebook Ads (anuncios publicitarios)	Se realizará 1 campaña cada mes de 3 días	41,00	12 campañas al año (36 días al año)	1.476,00
2	Internet Wifi de Tigo (velocidad de 35 Mbps)	35 Mbps	169,00	12 meses	2.028,00
3	Creación y mantenimiento de una página web (sitio web)	1 página web	232,00	1 página web	2.784,00
TOTAL, IMPORTE EN BOLIVIANOS					6.288,00

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

PLAN DE PRODUCCIÓN

IV. PLAN DE PRODUCCIÓN

En este capítulo de plan de operaciones es detallar todas las acciones que deben llevarse a cabo durante el proceso de producción y creación de velas aromáticas artesanales, el proceso de producción, características del producto como así también de la tecnología, la localización e instalaciones de la empresa donde se establecerá para su debido funcionamiento y que sea accesible para los proveedores de la materia prima como también para los clientes finales, para su comercialización en la ciudad de Tarija.

4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

4.1.1. Objetivo General

Diseñar y desarrollar un proceso de producción eficiente y sostenible para las velas aromáticas, que cumpla con altos estándares de calidad y satisfaga las demandas del mercado.

4.1.2. Objetivos específicos

- Describir las características específicas del producto en un plazo de 2 semanas.
- Establecer los procesos de producción con una calidad de un 95% en el producto terminado en un plazo de 3 meses.
- Determinar la capacidad de producción en unidades por día en tres semanas.
- Establecer la localización de la empresa para la elaboración del producto en un plazo de 1 mes.
- Implementar procesos de producción sostenibles para lograr la certificación ecológica en los próximos 18 meses.

4.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Las velas aromáticas son productos elaborados a partir de la cera que están diseñados para crear ambientes agradables y perfumados, estas velas contienen la cera de soja es un material derivado de plantas, una fuente renovable y biodegradable creando así un producto sostenible fragancias y aceites esenciales que se liberan cuando se encienden, llenando el espacio con un aroma agradable. Las velas aromáticas se utilizan comúnmente para crear una atmósfera relajante, mejorar el estado de ánimo, aliviar el estrés y promover la sensación de

bienestar A través del aroma puedes conseguir relajarte, desconectarte de cualquier situación difícil e incluso combatir el estrés del día a día. Además de su función aromática, también pueden ser utilizados como decoración para el hogar.

TABLA 15.
ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

<p>VELAS AROMÁTICAS</p> 	<p>Las velas aromáticas son velas que han sido enriquecidas con fragancias o aceites esenciales para calmar la mente y el cuerpo mientras desprenden olores agradables.</p>
<p>COMPONENTES</p> 	<p>La cera de soja es una cera vegetal, obtenida por hidrogenación del aceite de las semillas de soja. Durante el proceso de hidrogenación algunos de los ácidos grasos insaturados se convierten en saturados. Además, el proceso cambia el punto de fusión del aceite y cera de soja convierte en una sustancia rígida a temperatura ambiente.</p>
<p>BENEFICIOS</p> 	<p>La aromaterapia es una de las ramas de la medicina alternativa, que utiliza aceites de plantas o frutos y es utilizada terapéuticamente para mejorar la salud física y anímica. Las velas aromáticas pueden ser usadas como decoración, y, cuando estas arden propagan por el ambiente el aroma de los aceites esenciales creando una atmósfera de tranquilidad. Al tratarse de un producto orgánico, no genera ningún tipo de tóxico para la salud.</p>

Fuente: elaboración propia

De acuerdo al resultado de las encuestas realizadas anteriormente se tendrá la presentación del producto mediano que se pretende lanzar al mercado Tarijeño, que se detallan a continuación:

TABLA 16.
CARACTERÍSTICAS Y COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO

Mediano				
Materia prima	Características	Medidas	Peso	Fracos
Cera de soja	Sustancia de origen vegetal se obtiene a partir de aceite de soja, es sólida, blanca, translúcida, no es toxica y es amigable con el medio ambiente.	Tamaño mediano (7cm largo y 6cm ancho)	La cantidad de cera que utilizaremos será de 50 gr. Que dentro de este porcentaje esta 3 a 4 gotas de aceite esencial, 2 gotas de colorante y una mecha de 8cm.	
Mecha	Es de algodón bañada en cera.			
Aceites esenciales	son sustancias aromáticas, volátiles, de origen orgánico ya que se obtienen de flores, plantas y otros productos de origen vegetal.			
Colorantes	Son tintes para dar una hermosa tonalidad a tus velas. Permiten una dosificación precisa, lo cual es importante para obtener el color deseado.			
Envase	Los frascos de vidrio templado, además de ser resistentes a los golpes, también lo son a las altas temperaturas.			

Fuente: elaboración propia

4.2.1. Vida útil del producto

Para determinar el periodo de vida del producto de las velas aromáticas artesanales de soja puede variar, pero generalmente se estima entre 12 y 18 meses sin usar. Factores como el almacenamiento adecuado, la calidad de los ingredientes y el manejo juegan un papel importante en su duración. Almacenarlas en un lugar fresco y oscuro puede ayudar a preservar su fragancia y calidad.

Por otra parte, el punto de fusión es más bajo. Esto permite que los aceites esenciales añadidos se dispersen antes en el ambiente proporcionando un aroma más refrescante y duradero.

4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Las velas aromáticas es una empresa artesanal por que se realiza trabajo manual en todo el proceso de producción (que le dan forma al producto), se utiliza herramientas para tareas específicas de la producción.

4.3.1. Tipo de Proceso

El proceso de producción de las velas aromáticas “AROMAZEN” tendrá los siguientes procedimientos:

TABLA 17.
PROCESO DE PRODUCCIÓN

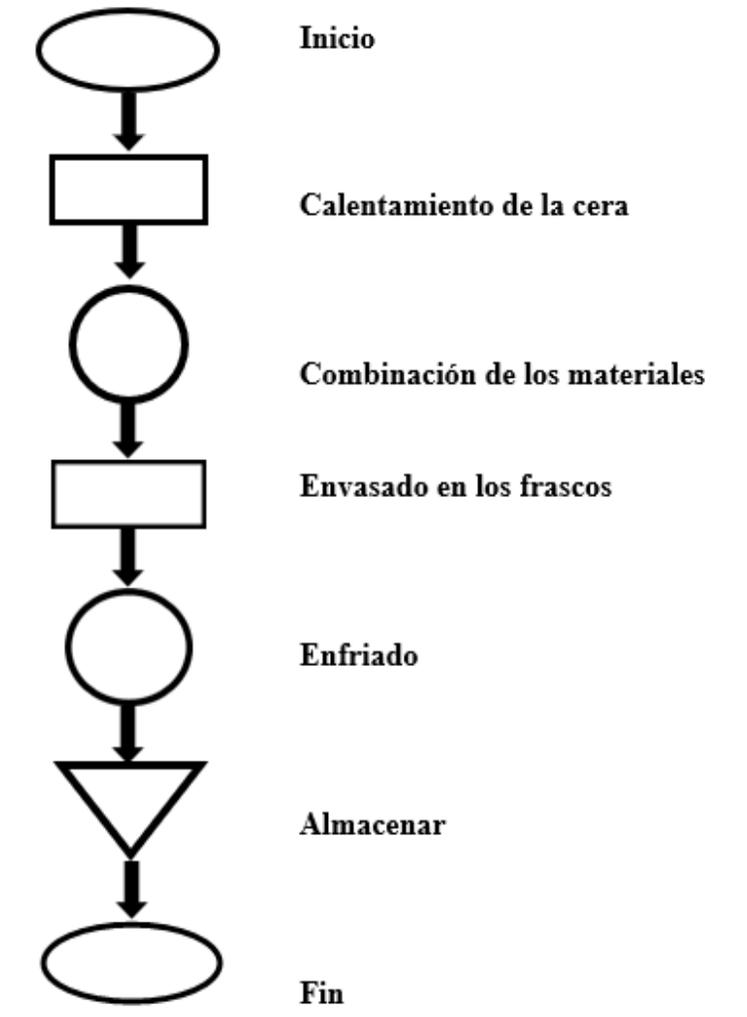
MATERIA PRIMA	PROCEDIMIENTO
Cera soya 	Paso 1 Calentamiento de la cera de soja, se derrite a 80 grados centígrados.
Aceites esenciales 	Paso 2 Incorpora unas gotas de aceite esencial a la maquina industrial y mezclar bien para que se disuelva por toda la cera.
Colorante 	Paso 3 Agregar colorante para dar color a la cera, como el anterior paso introducir a las ollas. El color no se degrada con la luz y el paso del tiempo y no obstruyen la mecha.
Mecha encerada	Paso 4 Con cera liquida vierte una pequeña cantidad en un recipiente para encerar la mecha de algodón. Deja secar y vuelve a introducirla de

	<p>2 a 3 veces. Este paso se realiza manualmente, para esto tenemos personal capacitado en el área. Por último, introducir al frasco de vidrio la mecha.</p>
<p style="text-align: center;">Envase</p> 	<p>Paso 5 Una vez puesta la mecha en frasco, llena los recipientes. Este penúltimo paso requiere de personal para que pueda apagar la cuando el recipiente este lleno.</p>
<p style="text-align: center;">Producto final</p> 	<p>Paso 6 Dejar enfriar en un lugar alejado de corrientes de aire.</p>

Fuente: elaboración propia

4.3.2. *Flujograma del Proceso*

ILUSTRACIÓN 12.
FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE AROMAZEN



Fuente: Elaboración propia

4.4. RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN

Para iniciar la actividad productiva de la empresa “AROMAZEN”, se requerirá la adquisición de herramientas necesarias para las diferentes áreas de las que se compone la empresa de velas aromáticas.

La empresa de velas aromáticas contará con diferentes herramientas en cada área de operación las cuales se detallan a continuación:

4.4.1. Requerimiento de Herramientas

En el siguiente párrafo se detallará las herramientas necesarias para la elaboración de las velas aromáticas:

TABLA 18.
REQUERIMIENTO DE HERRAMIENTAS

N°	HERRAMIENTA	DETALLE	CANTIDAD (unidades)	PRECIO UNITARIO (Bs)	PRECIO TOTAL (Bs)
1		Balanza digital, es un instrumento de medición muy útil para pesar las medidas exactas y muy fácil de usar.	2	150,00	300,00
2		Tijera para cortar la mecha para las velas.	2	20,00	40,00
3		Cuchillos para los cortes de la cera.	2	20,00	40,00
4		Ollas para el proceso de producción	3	100,00	300,00

5			Cocina para derretir la cera	1	300,00	300,00
TOTAL			-----	-----	-----	980.00

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Requerimiento de Equipo de Computación

En la empresa de velas aromáticas contará con su debido equipo de computación para cada área de las oficinas de la empresa:

TABLA 19.
REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

N°	EQUIPO DE COMPUTACION	DE DETALLE	CANTIDAD (Unidades)	PRECIO UNITARIO (Bs)	PRECIO TOTAL (Bs)	
1			Computadora de escritorio	1	5.000,00	5.000,00
TOTAL			-----	-----	-----	5.000,00

Fuente: Elaboracion propia

4.4.3. Muebles y enseres

La empresa requerirá de muebles y enseres para la oficina para así poder realizar el normal desenvolvimiento de sus actividades.

TABLA 20.**REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES**

n°	Muebles y Enseres	Detalle	Cantidad (unidades)	Precio unitario (bs)	Precio total (bs)
1		Escritorio pequeño	1	1.000	1.000
2		Sillas	1	200	200
3		Estante	1	500	500
	TOTAL	-----	-----	-----	1.700

Fuente:elaboracion propia

4.4.4. Requerimiento de indumentaria de seguridad

Incluir elementos de bioseguridad adecuado en la empresa permite construir una imagen profesional, distintiva y de confianza a cada trabajador, es por ello que se proporcionara a su personal de trabajo la indumentaria de bioseguridad adecuado para que puedan ejercer en su labor.

TABLA 21.

REQUERIMIENTO DE INDUMENTARIA DE BIOSEGURIDAD

N°	INDUMENTARIA DE BIOSEGURIDAD	DETALLE	CANTIDAD (Unidades)	PRECIO UNITARIO (Bs)	PRECIO TOTAL (Bs)
1		Guantes de trabajo	de 2 pares	15,00	30,00
3		Mandil de trabajo	de 2	40,00	80,00
4		Extintor de polvo químico seco ABC capacidad de 06 KG	1	300,00	300,00
5		Botiquín de primeros auxilios	1	200,00	200,00
TOTAL		-----	-----	-----	610,00

Fuente: Elaboración propia

4.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES

La administración de materiales es un conjunto de técnicas que nos permite planear, controlar el flujo de materiales en la organización desde que se recibe los insumos hasta la entrega de los productos terminados a los clientes. Con el fin de maximizar el uso de los recursos de la empresa.

4.5.1. Necesidad de materia prima:

Para la elaboración de las velas aromáticas la empresa AROMAZEN, la materia prima requerida es:

- Cera de soja, los aceites esenciales, mecha y los colorantes, será requerido del departamento de Santa Cruz.
- Los frascos de vidrio que será en envase de las velas aromáticas, será requerido del departamento de Cochabamba.

4.5.2. Proveedores negociables

Para poder seleccionar y negociar con los proveedores con respecto a la materia prima, se tomará en cuenta las características necesarias que se requieran para el proceso de producción de las velas aromáticas, de tal manera que los proveedores cumplan con los requisitos necesarios y las cantidades suficientes de la producción de cera y su funcionamiento legalmente establecido, de esta manera se podrá realizar la negociación con los mismos.

Los proveedores con los cuales se negociarán están ubicados en el departamento de Cochabamba y Santa Cruz, son lo que cumplen los requisitos necesarios para poder adquirir los productos.

4.5.3. Sistema de Compras

La empresa AROMAZEN empleara un sistema de compra cada 4 meses que seria 3 veces al año, con una modalidad de pago al contado, ya que será lo más factible para que la empresa marche con éxito.

4.5.4. Capacidad Productiva

La capacidad productiva del negocio, estará determinada en función a la demanda estimada de acuerdo a la investigación de mercado.

La capacidad de producción que se tendrá para la elaboración de las velas aromáticas es de 187 unidades diarias de velas.

Para el cálculo de la producción semanal se multiplico la cantidad producida al día por los días de trabajo por semana, teniendo como resultado lo siguiente:

$$\text{Producción semanal} = 187 \times 6 \text{ días} = 1.122 \text{ unidades}$$

En la determinación de la producción mensual, se tomó en cuenta el resultado del cálculo anterior, multiplicando por la cantidad de semanas que tiene un mes:

$$\text{Producción mensual} = 1.122 \times 4 \text{ semanas} = 4.488 \text{ unidades}$$

Por último, para la producción anual se multiplico la producción semanal por los meses del año:

$$\text{Producción anual} = 4.488 \times 12 \text{ meses} = 53.856 \text{ unidades}$$

Los cálculos realizados, se resumen en el siguiente cuadro:

TABLA 22.
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES

PRODUCCION	UNIDADES
Diaria	187
Semanal	1.122
Mensual	4.488
Anual	53.856

Fuente: Elaboración propias

La capacidad máxima de la producción es de 53.856 unidades al año, este porcentaje del uso de la maquina ira creciendo de acuerdo a la demanda que se vaya teniendo.

4.6. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La localización consiste en describir donde estará ubicada geográficamente la empresa, para ello se debe tomar en cuenta ciertos factores que determinen la zona más idónea para determinar la localización de la misma.

Hay que tomar en cuenta la macro localización y micro localización, para el funcionamiento de la empresa, ya que con una buena localización es crucial para el éxito de la misma.

➤ **Macro localización**

Estado Plurinacional: Bolivia - Departamento: Tarija

Provincia: Cercado - Localidad: Cercado

ILUSTRACIÓN 13.

MACRO LOCALIZACIÓN



Fuente: Internet

➤ **Micro localización**

La macro localización tiene como propósito encontrar una localización ventajosa cubriendo las exigencias y requerimientos para la empresa. Por ello la empresa de velas aromáticas “AROMAZEN”, realizará el alquiler de la fábrica la cual estará ubicado barrio san Antonio calle libertad, a 15 minutos del centro de la ciudad de Tarija.

ILUSTRACIÓN 14. MICRO LOCALIZACIÓN



Fuente: Internet

4.7. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

El objetivo de realizar una distribución física de las instalaciones, es asignar de la manera más adecuada los espacios físicos a cada área de trabajo para reducir las distancias entre procesos, para así poder utilizar de forma eficiente cada ambiente y por lo tanto optimizar el proceso productivo. Las áreas son acordes a las necesidades de cada operación: las áreas de almacenamiento operación y administrativas cuenta con el espacio suficiente para poder realizar las actividades diarias que requieren cada una de ellas. Para evitar que existan materiales o herramientas se diseñó un recorrido que permita un flujo directo desde el ingreso de la materia prima hasta la salida del producto terminado.

Cuenta con ambientes separados para cada una de las áreas de la empresa: Cuenta con áreas que tienen dimensiones adecuadas para la realización de las actividades tanto como operativas como administrativas y su fácil desenvolvimiento de sus actividades.

**TABLA 23.
DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES**

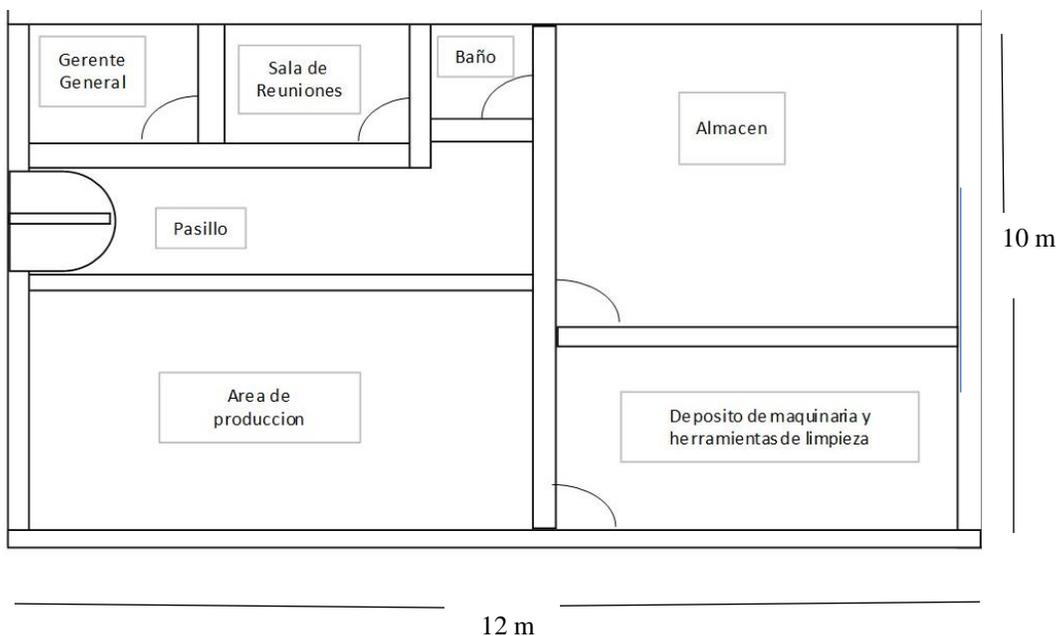
Nº	Instalaciones
1	Área de producción
2	Almacén de productos terminados

Fuente: elaboración propia

A continuación, se detallará las diferentes áreas de la empresa de velas aromáticas que contará:

- ✓ **Área de Producción:** La empresa de velas aromáticas “Aromazen” contará con un área de producción, esta área permitirá la fabricación de los productos, mediante la transformación de los insumos que se utilizarán para la creación del producto final que son las velas aromáticas.
- ✓ **Almacén de producto terminado:** El área de producto terminado estará ubicado al lado del área de curado y fraguado, esta área de almacén de productos terminados se encargará de controlar y custodiar los productos que ya han finalizado la fase de producción y que están listos para su venta.

ILUSTRACIÓN 15. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia

4.8. CONTROL DE CALIDAD

A lo largo del proceso de elaboración de las velas aromáticas artesanales, será necesario realizar controles de calidad que garanticen que el producto se elabore de forma apropiada y que se estén cumpliendo con los estándares de calidad establecidos.

- Manipulación de la materia prima: verificar que los proveedores cumplan con las especificaciones de los materiales la cera, los aceites esenciales, colorantes, mechas y frascos los cuales deben ser almacenados en lugares secos y frescos.
- Inspección Visual: realizar inspecciones visuales durante y después del proceso de producción para detectar posibles defectos que se pueden percibir ya sea en la forma, color y acabado de las velas.

4.9. PRODUCCIÓN ANUAL

En el plan de producción, con los datos considerados en la capacidad de producción y la cantidad demandada (demanda pronosticada) que se pretende producir, contempla.

La capacidad máxima de la producción es de 53.856 unidades al año, este porcentaje del uso de la maquina ira creciendo de acuerdo a la demanda que se vaya teniendo. Para determinar el plan de producción se debe considerar, las horas trabajadas, el número de trabajadores, los días de la semana que se trabajara.

TABLA 24.
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE PRODUCCIÓN

Descripción	
Horas laborales	8 hrs/ día
Días trabajados a la semana	6 días
Número de trabajadores	2 operarios
Producción promedio por trabajador	94 U./ día
Producción promedio por trabajador	564 U./Sem.

Fuente: elaboración propia

4.10. PLANEACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

En la planeación que se ha realizado se puede observar que la mano de obra requerida para la producción pronosticada es de 2 personas que se encarguen de la parte de producción, que cada año tendrá un incremento en la cantidad producida de las velas aromáticas de acuerdo

a la demanda por año se irá aumentando la producción y la contratación de más personal y compra de maquinaria.

TABLA 25.
DETERMINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN PLANEADA

Detalle	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Días laborales	360	360	360	360	360
Unidades por trabajador	27.072	27.072	27.072	27.072	27.072
Demanda	53.612	54.684	55.778	56.893	58.031
Mano de obra requerida	2	2	2	2	2
Mano de obra utilizada	2	2	2	2	2
Producción	53.612	54.684	55.778	56.893	58.031

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO V.
PLAN ORGANIZACIONAL Y
FUERZA DE TRABAJO

V. PLAN ORGANIZACIONAL Y FUERZA DE TRABAJO

Esta unidad es responsable de reclutar nuevos empleados, asegurar el desarrollo profesional de los mismos, cuidar de las relaciones laborales y del buen clima laboral, así como de capacitar a los empleados. Es decir, trabaja con la administración del capital humano de la empresa, entendido este como el conjunto de habilidades, capacidades y conocimientos.

Para afrontar e impulsar a la empresa y asignar responsabilidades a los empleados según su cargo, que van a trabajar en la organización, y así lograr alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

Naturaleza Jurídica

Se identificará como una empresa unipersonal, donde se realizará el ejercicio individual del comercio, la cual se encuentra regulado conforme lo estipula en el Art. 5 núm. 1) del Código de Comercio aprobado mediante Decreto Ley N.º 14379 de 25 de febrero de 1977.

En el ámbito del Derecho Societario, la empresa unipersonal, o individual de responsabilidad limitada, es una persona de derecho privado constituida por la voluntad de su titular, con patrimonio distinto, que tiene por objetivo el desarrollo de actividades con fines de lucro.

Esa persona natural (profesional, trabajador independiente o empresario individual) se constituye en el solo propietario que realiza de forma habitual, personal y directa, una actividad económica a título lucrativo y es el único que se beneficia de las ganancias de la actividad productiva de su empresa, pero también asume las pérdidas ocasionadas aún a costa de su patrimonio.

La empresa unipersonal responde frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución declarada en el Registro de Comercio. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o miniaturas de otras o de carácter familiar.

5.1. OBJETIVOS

Objetivos de corto plazo

- Contar con al menos el 80% del personal capacitado en un plazo de 6 meses.
- Determinar los roles, responsabilidades y relaciones del personal en los próximos 2 meses
- Realizar capacitaciones para el personal en cuanto a la producción en los próximos 4 meses.

Objetivos de largo plazo

- Implementar un programa retroalimentación continua para el personal, con el fin de mejorar las habilidades y conocimientos en un 25% en los próximos 3 años.
- Establecer un sistema de evaluación del desempeño objetivo y transparente, con el objetivo de mejorar el rendimiento y la productividad en un 15% en los próximos 2 años.

5.2. MARCO DE FUNCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Un marco de funcionamiento estratégico es un método estructurado y utilizado para definir como un proyecto a los objetivos clave de las partes interesadas, considerando en este caso la misión, visión empresarial de AROMAZEN.

➤ *Misión*

Somos una empresa que produce y comercializa velas aromáticas ofreciendo una experiencia inolvidable a nuestros clientes satisfaciendo sus expectativas y exigencias ofreciendo momentos de calma y serenidad a través de nuestro producto, ayudándoles a desconectar del estrés cotidiano y a crear espacios acogedores y reconfortantes.

➤ *Visión*

AROMAZEN busca convertirse en una empresa líder en ventas de velas aromáticas en el mercado tarijeño, por ofrecer productos de calidad e innovación. Promoviendo al consumo de productos de origen natural y ser reconocidos en el ámbito de la aromaterapia.

5.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL

El diseño organizacional es la creación de funciones, procesos y relaciones formales en una organización.

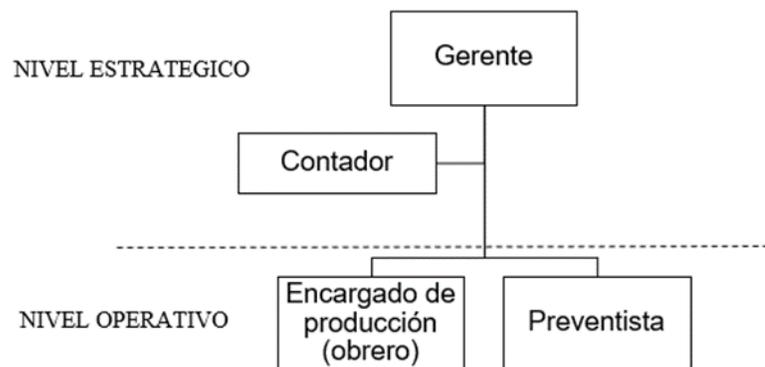
5.3.1. Organigrama funcional

Se eligió el tipo de organigrama funcional que es la representación gráfica de la estructura organizacional en cual indica las funciones que debe cumplir cada departamento, equipo o estructura de una empresa.

Por lo tanto, se muestra AROMAZEN en forma diagramática sus unidades organizacionales sus funciones y relaciones, los canales de autoridad formal y los niveles jerárquicos que la constituirán.

Para la operación del negocio se propone una estructura pequeña por el enfoque de emprendimiento unipersonal, conformado por el área de producción siendo esta área determinada en el desarrollo empresarial.

TABLA 26.
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Elaboración propia

Los tipos de autoridad:

- **Lineal:** Gerente Propietario
- **Staff:** Contador
- **Funcional:** Encargado de producción y preventista.

5.3.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones

TABLA 27.
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS - GERENTE GENERAL

Gerente General	
Supervisión a ejercer:	Conocimiento de todas las áreas
Formación académica:	Licenciado en ADM
Años de experiencia	1
Objetivos del puesto:	Dirigir y gerencia la empresa debe liderar y gestionar el equipo de trabajo de la empresa, asegurando la contratación y retención de talento, la motivación y desarrollo del personal. Asistiendo en el desarrollo de objetivos tanto de corto y largo plazo.
Conocimientos:	Un gerente debe tener un sólido conocimiento de los principios y prácticas de administración y gestión empresarial, ventas y marketing, Ecommerce (comercio electrónico), manejo de redes sociales y plataformas, Community Manager, para poder desarrollar estrategias efectivas para promocionar y vender los productos. y conocimientos en finanzas para poder gestionar eficientemente los recursos financieros de la empresa.
Habilidades:	habilidades en áreas como planificación estratégica, organización, dirección y control. análisis financiero, gestión de flujo de efectivo y toma de decisiones.
Funciones principales del puesto:	1)El gerente debe tomar decisiones estratégicas que impulsen el crecimiento y la rentabilidad de la empresa,2) debe gestionar eficientemente los recursos de la empresa, incluyendo el capital, el personal y los activos.3) Debe establecer y mantener relaciones comerciales sólidas con proveedores, clientes y otras partes interesadas.

Fuente: elaboración propia

TABLA 28.
DESCRIPCIÓN DE CARGOS - CONTADOR

Contador	
Jefe directo:	Gerente general
Formación académica:	Licenciado en contaduría
Años de experiencia	1
Objetivos del puesto:	llevar a cabo las tareas contables y financieras necesarias para garantizar la correcta gestión de los recursos económicos de la empresa.
Conocimientos:	Debe tener conocimientos sólidos de contabilidad básica, incluyendo la capacidad de registrar transacciones financieras, mantener libros contables y preparar estados financieros básicos, conocimientos sobre las leyes fiscales y regulaciones aplicables a la empresa.
Habilidades:	Debe tener habilidades para analizar los estados financieros y realizar análisis financiero básico, habilidades tecnológicas para poder utilizar software contable y otras herramientas digitales que faciliten la gestión de las tareas contables y financieras.
Funciones principales del puesto:	1) Registro y clasificación de transacciones, 2) Elaboración de estados financieros3) Control de ingresos y egresos, 4) brindar asesoramiento financiero a la dirección de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 29.
DESCRIPCIÓN DE CARGOS - OBRERO

Encargado de producción (obrero)	
Jefe directo:	Gerente general
Formación académica:	Técnico en Producción Industrial.
Años de experiencia	1
Objetivos del puesto:	Optimizar los procesos de producción de la empresa, buscando mejorar la eficiencia, reducir costos y aumentar la productividad.
Conocimientos:	tener un buen entendimiento de los procesos de producción y ser capaz de optimizarlos para mejorar la eficiencia y la productividad, resolver problemas relacionados con la producción, como retrasos en la entrega, fallas en los equipos, entre otros
Habilidades:	Debe tener habilidades de coordinación y comunicación efectiva para trabajar en equipo y colaborar, habilidades técnicas específicas relacionadas con las tareas que realizan en la producción, como el manejo de maquinaria, herramientas y equipos.
Funciones principales del puesto:	1) optimizar la producción del producto. 2) Cumplir con los tiempos de entrega previamente establecidos. 4) Controlar diariamente los inventarios de almacén de los productos. 5) Elaborar el plan de mantenimiento preventivo de la maquinaria y los equipos.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 30.
DESCRIPCIÓN DE CARGOS - ASISTENTE DE VENTAS

Asistente de ventas	
Jefe directo:	Gerente general
Formación académica:	Técnico en ventas
Años de experiencia	1
Objetivos del puesto:	Aumentar las ventas en un 10% en el próximo trimestre. realizar un seguimiento de las ventas diarias o semanales y comparar.
Conocimientos:	Debe tener conocimiento básico de los productos que ofrece la empresa, esto le permitirá brindar información precisa y persuasiva a los clientes. Debe conocer a los competidores, las tendencias del mercado, las necesidades y preferencias de los clientes, y cualquier otro factor relevante que pueda afectar las ventas.
Habilidades:	Tener habilidades sólidas de comunicación verbal y escrita para poder interactuar efectivamente con los clientes y transmitir información sobre los productos de la empresa. habilidades de negociación para poder llegar a acuerdos y beneficios.
Funciones principales del puesto:	1) identificar oportunidades de venta y mantener una relación cercana con los clientes.2) realizar ventas directas a los clientes, negociar precios y condiciones de venta,3) debe estar atento a las tendencias del mercado, la competencia y las necesidades cambiantes de los clientes.

Fuente: elaboración propia

5.3.3. Escala Salarial

La escala salarial es un formato de estructura de pagos en el que los nuevos se sitúan en un nivel de pago con base en su nivel educativo y experiencia de trabajo relativo a su puesto.

El pago de los salarios será mensualmente, es así que en el siguiente cuadro se refleja la escala de salarios para cada trabajador.

TABLA 31.
HABER BÁSICO DEL PERSONAL

CARGO	SUELDO MENSUAL (Bs)	REQUIRIMIENTO EN MESES	SUELDO ANUAL (Bs)
Gerente General	3.500	12	42.000,00
Contador	2.500	4	10.000,00
Asistente de ventas	2.362	12	28.344,00
Operario	2.362	12	28.344,00
Total	10.724		108.688,00

Fuentes: Elaboración propia

Contrato eventual: El contrato eventual es una de las formas más habituales de contratación en nuestro país. Los trabajadores eventuales aportan un punto de flexibilidad a las planillas, la empresa AROMAZEN realizara el proceso de contratación aplicando la contratación eventual para todo el personal (vigencia de 3 meses).

De acuerdo a la LEY GENERAL DEL TRABAJO de fecha 8 de diciembre de 1942, el contrato de trabajo puede celebrarse en forma oral o escrita, por tiempo indefinido, a plazo fijo, por temporada, por realización de obra o servicio, condicional o eventual.

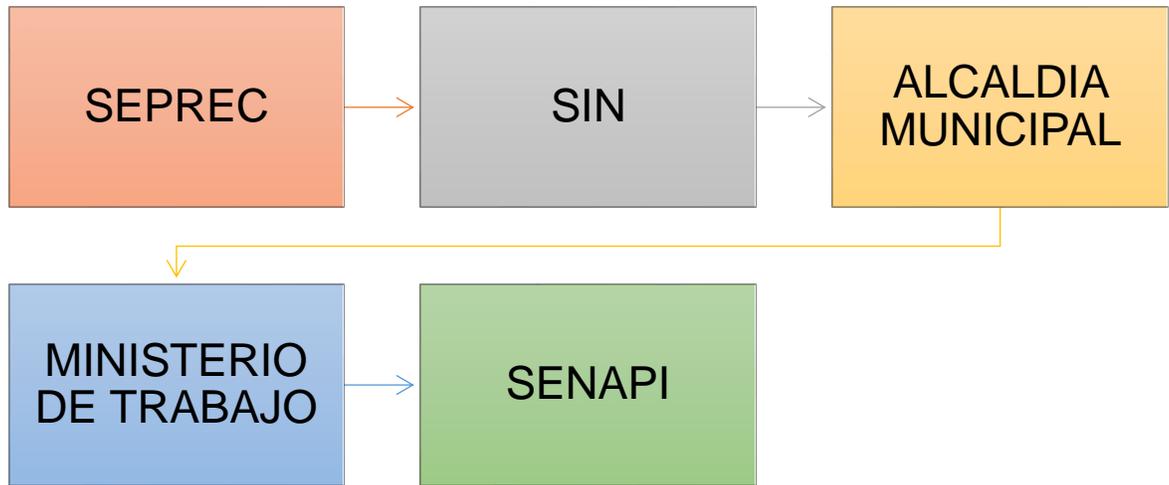
En el capítulo I de contrato de trabajo, ARTICULO 12º: El contrato podrá pactarse por tiempo indefinido, cierto tiempo o realización de obra o servicio. (LEY GENERAL DE TRABAJO, 1942, 8 de diciembre)

5.4. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

5.4.1. Obligaciones Fiscales

Para que la empresa pueda incorporarse al mercado de manera legal, deberá cumplir con una serie de obligaciones en las diferentes instituciones públicas como:

ILUSTRACIÓN 16.
OBLIGACIONES FISCALES



Fuente: Elaboración propia

5.4.2. Alcaldía Municipal

Se obtendrá la Licencia de Funcionamiento por parte del Gobierno Autónomo Municipal de Tarija, para operar legalmente en el municipio de la Ciudad de Tarija.

Para obtener la Licencia de Funcionamiento, determina los siguientes requisitos:

Requisitos:

- Fotocopia para Inspección (Declaración Jurada).
- Fotocopia de Cedula de Identidad, del propietario y/o responsable legal.
- Fotocopia del NIT.
- Fotocopia del Balance de Apertura.
- Testimonio de constitución de sociedad (Personas Jurídicas).
- Registro en SEPREC (Empresa Unipersonales y Jurídicas).
- Fotocopia de Poder Notariado para el responsable legal (Personas Jurídicas).

Patente municipal:

La renovación de la matrícula de funcionamiento es para cada año, se obtiene con el pago de la patente de funcionamiento en la alcaldía de Tarija, este pago varía de acuerdo a la actividad económica que desarrolla la empresa o el comerciante, las mismas están clasificadas por zonas.

El proyecto de Aromazen pertenece a la actividad económica de la manufactura y el inmueble a utilizar cuenta con una superficie de 120 m ubicada en el barrio san Antonio, sabiendo estos datos se logró investigar y Aromazen se debe cancelar por metro cuadrado un monto de 28 Bs y esto da como resultado igual Bs. 3.360.

5.4.3. Servicio de Impuestos Nacionales

Para poder obtener el NIT se debe presentar:

Requisitos:

- Carnet de Identidad original del propietario
- Actividad económica a la que se va dedicar
- Factura de luz vigente del domicilio fiscal
- Factura de luz vigente del domicilio particular del propietario
- Correo electrónico habilitado
- Croquis del domicilio fiscal
- Croquis del domicilio particular del propietario

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS (ART. 36, 37 ley 843)

Presentación de declaraciones juradas cada mes.

En este caso para cumplir otras de las obligaciones de una empresa unipersonal se tiene que presentar los formularios:

1. Formulario 200 IVA (Mensual)
2. Formulario 400 IT (Mensual)
3. Formulario 500 IUE (Anual)
4. Formulario RC-IVA (Si se tiene dependientes)

5. Envío de LCV a través del FACILITO (Mensual)
6. Envío de los estados financieros a través de SIAT (Anual)

5.4.4. Seprec

Para poder estar registrado se debe presentar:

Requisitos:

- Formulario Virtual de Inscripción con carácter de declaración jurada, con aprobación vía ciudadanía digital.
- Únicamente, en caso de ser empresa unipersonal regulada por Ley, cargar en formato PDF, la autorización emitida por el ente regulador.

5.4.5. Ministerio de Trabajo

Se aplicará el Registro Obligatorio del Empleador en el Ministerio de Trabajo, afiliando a los empleados que formen parte de la planilla, para garantizar los derechos y deberes de cada uno de ellos dentro de la Ley General del Trabajo, según normas del país.

Requisitos:

- Formulario Registro Obligatorio de Empleadores (ROE). Llenado y firmado por el representante legal de la institución (un original y dos copias).
- Depósito de 145 Bs a la cuenta Banco Unión N° 1-6036425.
- El Empleador y/o Empresa de Bolivia inscritos en el mencionado Registro, deberá presentar obligatoriamente el trámite de Visado de Planillas Trimestrales de Sueldos y Salarios.
- Con los requisitos apersonarse a Ventanilla Única en cualquier oficina Departamental o Regional del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social para finalizar el trámite. Las empresas bolivianas cuentan con tres
- meses desde su inicio de sus actividades para inscripción sin multas.

5.4.6. Senapi

Requisitos para el registro de un Nombre, rótulo o enseña comercial

1. Formulario PI-101 de solicitud de signo distintivo que se encuentra en el Sistema Información de Propiedad Intelectual del Senapi
2. Indicación de cuál es el signo que se pretende registrar.
3. En su caso indicación expresa de las actividades económicas y de la clase en la que se solicita el registro, conforme el clasificador internacional de Niza.
4. De ser necesario adjuntar el original o copia legalizada de poder, cuando se actúe a través de representante legal.
5. Comprobante de pago a la cuenta de la Gaceta Oficial de Bolivia y una fotocopia del mismo para la publicación del trámite.
6. Nota de solicitud dirigida al Director de Propiedad Industrial (Opcional).
7. El comprobante de pago a efectos de registro de nombre comercial, rótulo o enseña y título de concesión, depositadas en la cuenta del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual. Toda la documentación deberá presentarse en un fólder de color amarillo con el rótulo del nombre comercial, rótulo o enseña a registrar, la clase internacional Niza, si corresponde y el nombre del solicitante en el orden señalado anteriormente y debidamente foliado (en forma numeral).

TABLA 32.
COSTOS DIFERIDOS O DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Tramites de SEPREC	130	1	130
Tramite en la Alcaldía Municipal de Tarija	50	1	50
Patente municipal	3.360	1	3.360
SENAPI	1.080	1.080	1.080
Ministerio de Trabajo	145	1	145
TOTAL	-----	-----	4.765,00

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VI.
PLAN FINANCIERO

VI. PLAN FINANCIERO

El plan financiero debe incluir información sobre las inversiones, estructura de costos e ingresos, que permitirá medir la rentabilidad de la empresa por medio de indicadores financieros para ello se deberá cuantificar todos los ingresos gastos e inversiones planteadas en las anteriores áreas para consolidarla en este punto de manera ordenada y estratégica, que nos permitirá tener una mayor certeza.

6.1. OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERA

- ✓ Determinar la inversión total del proyecto para la producción de las velas aromáticas, con el fin de cuantificar la inversión necesaria para su funcionamiento en un plazo de 4 meses.
- ✓ Determinar el precio de venta, como también el porcentaje de beneficio y si este es lo suficiente adecuado para realizar esta inversión en un plazo de 4 meses.
- ✓ Realizar una proyección de ingresos y egresos por medio del flujo de caja y así poder determinar también su viabilidad económica del nuevo emprendimiento en los próximos 2 meses.
- ✓ Calcular los principales indicadores financieros (VAN, TIR, PRI, B/C) en un plazo de 3 meses.

6.2. INVERSIONES

La inversión se refiere al capital y/o aporte de recursos financieros, mano de obra que se utiliza como elemento fundamental para el desarrollo de la empresa. Puede incluir la adquisición de activos, la contratación de personal, la compra de materias primas, equipos, entre otros aspectos para el funcionamiento de la empresa.

6.3. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el dinero que se tienen que prever para costear los pagos de salarios, materias primas y otros gastos de la empresa en los primeros 2 meses después de la apertura, en los cuales no se genera ingresos, ya que en estos meses se encuentra en etapa de producción.

TABLA 33.
CAPITAL DE TRABAJO

N°	Detalle	Mesa 1	Mesa 2	Total
1	Sueldos	10.724	10.724	21.448
2	Otros gastos	310	310	620
3	Insumos	20.104	20.104	40.208
	Importe Total			62.276

Fuente: Elaboración propia

6.4. INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Los costos fijos totales de la empresa AROMAZEN en un año comercial asciende a 8.290,00 Bs, de estos 980 Bs es de herramientas y materiales, 5000 Bs corresponde a equipo de computación, 610Bs corresponde a indumentaria seguridad y 1.700 Bs en muebles y enseres.

a) Inversión en Herramientas y materiales

La empresa AROMAZEN destinada a la producción de velas aromáticas y pretende realizar inversiones en herramientas, que sea adecuado para poder llevar a cabo la producción. Las ollas serán utilizadas desde el calentado, mezclado y envasado de los productos que se quiere producir en la empresa. La inversión para todas las herramientas es de 980,00 Bs. dicha inversión consta de diferentes materiales que se pueden apreciar en la siguiente tabla:

TABLA 34.
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

N°	Detalle	Cantidad	Precio unitario	precio total
1	Ollas	3	100	300
2	Cocina	1	300	300
3	Balanza digital	2	150	300
4	Tijera	2	20	40
5	Cuchillo	2	20	40
Total				980

Fuente: Elaboración propia

b) Inversión en equipo computación

La empresa AROMAZEN requerirá invertir en equipo de computación para que pueda llevar el registro correspondiente de los ingresos de efectivo, control de gastos, como así también la difusión publicitaria por los medios digitales y redes sociales. La inversión de equipo de computación y otros aparatos electrónicos es de 5.000,00 Bs., y se detalla en la siguiente tabla:

TABLA 35.
INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

N°	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Computadora	1	5.000	5.000
Total				5.000

Fuente: Elaboración propia

c) Inversión en indumentaria seguridad

La inversión que se incurrirá en la indumentaria de seguridad permitirá construir una imagen profesional, distintiva y de confianza a cada trabajador como así también mostrar una mejor imagen a los clientes. La inversión para la indumentaria de trabajo es de Bs.610,00 Bs, esta indumentaria se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 36.
INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO Y SEGURIDAD

N°	Detalle	Cantidad	Precio unitario	precio total
1	Guantes	2 pares	15	30,00
2	Delantal de trabajo	2	40	80,00
3	Extintor	1	300	300,00
4	Cuchillo	1	200	200,00
Total				610,00

Fuente: elaboración propia

d) Muebles y Enseres

Los muebles y enseres se ubicarán en el área de gerencia, La inversión para los muebles y enseres es de Bs. 1700,00 Bs, y se muestra más detalladamente en la siguiente tabla:

TABLA 37.
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

<i>N°</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio unitario</i>	<i>Precio total</i>
<i>1</i>	Escritorio	1	1.000	1.000
<i>2</i>	Sillas	1	200	200
<i>3</i>	Estante	1	500	500
	<i>Total</i>			1.700

Fuente: Elaboración propia

6.4.1. Inversión en Activos Diferidos

La inversión diferida son todos aquellos gastos de organización, de investigación de mercados y los diferentes gastos realizados para que la empresa pueda iniciar sus actividades legalmente constituidas es decir son gastos pre operacionales la inversión diferida.

a) Inversión de constitución y organización

La inversión de constitución y organización se cancelará por los tramites de permiso de funcionamiento de la empresa de 355,00 Bs que se detalla a continuación:

TABLA 38.
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Tramites de SEPREC	130	1	130
Alcaldía Municipal de Tarija	50	1	50
Patente municipal	3.360	1	3.360
SENAPI	1.080	1.080	1.080
Ministerio de Trabajo	145	1	145
TOTAL			4.765,00

Fuente: Elaboración propia

6.5. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Las fuentes de financiamiento son todas las instituciones o entidades públicas o privadas que ofrecen préstamos o créditos para un fin concreto, generar beneficios.

La empresa acudirá al préstamo para ser financiado por el resto de dinero que falta, este tipo de apalancamiento concede un interés preferencial para empresas nuevas que generan empleo e ingreso al estado, la entidad financiera será el Banco Unión, que trabaja con este tipo de créditos que favorecen el desarrollo y apoyo a los proyectos de inversión.

TABLA 39.
FUENTE DE FINANCIAMIENTO

INVERSIONES	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
	(Bs)	Socios	Deuda
Total	432.348	133.620	298.728
Participación %	100 %	30%	70%

Fuente: Elaboración propia

6.6. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

La estructura financiera de una empresa es la composición de las fuentes de financiación o pasivos formadas por los recursos ajenos, representado por las deudas a corto y largo plazo y los recursos propios o también llamados patrimonio neto, como se presenta a continuación.

TABLA 40.
ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
	(Bs)	SOCIOS	DEUDA
1. FIJA	8.290		8.290
2. DIFERIDA	4.765		4.765
3. CORRIENTE	432.348	133.620	298.728
TOTAL:	445.403	133.620	311.783
Participación (%)	100%	30,00%	70,00%

Fuente: Elaboración propia

6.7. ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO

El costo económicamente hablando, representa, en términos generales toda la inversión necesaria para producir y vender un determinado producto, para ello es necesario incorporar los costos administrativos, de financiamiento y otros costos, con el cual se obtendrá el costo total o final por unidad de producción del periodo.

Por lo tanto, se incluye a continuación el detalle del requerimiento de materia prima para una gestión completa:

TABLA 41.
REQUERIMIENTO MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA	PRECIO POR UNIDAD	UNIDAD POR DIAS	UNIDAD AL MES	UNIDAD AL AÑO	IMAGEN REFERENCIAL
CERA	40 Bs / kg.	12,5 kg	325 kg	3.900 t.	
MECHA	1,5 Bs / mts.	5.5 m.	143 mts.	1.716 mts.	
PORTAPABILOS	1,5 Bs / doc.	15 doc.	390 doc.	4.680 doc.	

ESENCIA	8 Bs / ud.	17 uds.	442 uds.	5.304 uds.	
COLORANTE	3 Bs / ud.	10 uds.	260 uds.	3.120 uds.	
FRASCO	2 Bs / ud.	187 uds.	4.488 uds.	53.856 uds.	
ETIQUETA	0,5 Bs / ud.	187 uds	4.488 uds.	53.856 uds.	

Fuente: Elaboración propia

6.7.1. Determinación del costo total y unitario

En la siguiente tabla se detalla la cantidad producida según el tamaño y costo de producción unitaria para el año de apertura de la empresa de velas aromáticas:

TABLA 42.**DETERMINACIÓN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN**

MATERIA PRIMA	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO MES (Bs)	PRECIO ANUAL
CERA	40 Bs / Kilo	12.000,00	144.000,00
PABILO	1,5 Bs / metros	250,00	3.000,00
PORTAPABILOS	1,5 Bs / docena	550,00	6.600,00
ESENCIA	8 Bs / unidad	3.428,00	41.136,00
COLORANTE	3 Bs / unidad	1.408,00	16.896,00
FRASCO	2 Bs / unidad	9.724,00	116.688,00
ETIQUETAS	0,5 Bs	2.431,00	29.172,00
MANO DE OBRA	78 Bs	4.724,00	56.688,00
SERVICIOS BÁSICOS	1.389,00	16.668,00
TOTAL		35.904,00	430.848,00

Fuente: Elaboración propia

Se determinó que el costo unitario es de 8 bs, y que el margen de utilidad equivale a un 54 %, para el primer año de operación de la empresa AROMAZEN, para su producto de velas aromáticas artesanales.

TABLA 43.**DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN**

COSTO VARIABLE UNITARIO			
Bs			
Detalle	Costo unitario	Cantidad producción anual	Total, anual (Bs)
Velas aromáticas	8	53.856	430.848

Fuente: Elaboración propia

6.7.2. Determinación del precio de venta

En la siguiente tabla se detalla la cantidad producida y el precio de venta del producto, para el año de apertura de la empresa de velas aromáticas:

TABLA 44.
DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

COSTO VARIABLE UNITARIO			
Bs			
Detalle	Costo unitario	Cantidad producción anual	Total, anual (Bs)
Velas aromáticas	15	53.856	807.840,00

Fuente: Elaboración propia

6.7.3. Precio con Factura y sin Factura

La empresa AROMAZEN ofrecerá el producto con factura y sin factura, dependiendo de los clientes y la cantidad de compra. El precio final de los productos se detalla a continuación:

TABLA 45.
DETERMINACIÓN EL PRECIO CON FACTURA Y SIN FACTURA

AROMAZEN	PRECIO POR UNIDAD
Con factura	15
Sin factura	14

Fuente: Elaboración propia

6.8. PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES Y BOLIVIANOS

Para las empresas es muy importante determinar su punto de equilibrio, ya que este facilita el proceso de toma de decisiones por parte de la dirección, en el sentido de conocer cuál es el punto mínimo de venta que se puede tener, y que, por debajo de él, la empresa estaría operando bajo pérdida.

Se puede decir que el Punto de Equilibrio, es un instrumento de gestión fundamental de planeación y control financiero de cualquier empresa, ya que permite dar a conocer si las variaciones en venta que se tienen a lo largo de las gestiones, ponen o no en riesgo la estabilidad económica y financiera de la empresa. Y así mismo, orienta a la dirección si se tiene un crecimiento de valor gestión tras gestión.

A continuación, se presenta el Punto de Equilibrio de la empresa AROMAZEN.

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costo Fijo = 125.356

P Precio Unitario = 14

CV Costo Variable Unitario = 8

$$P.E. \text{ AROMAZEN} = \frac{125.356}{14 - 8} = 20.893$$

El Punto de Equilibrio se calculó con los datos que pide la fórmula. El punto de equilibrio se refiere al nivel de producción en el cual los ingresos son iguales a los costos totales, lo que significa que no hay ganancia ni pérdida neta. En otras palabras, es el punto en el que se comienza a obtener beneficios después de cubrir todos los costos.

Y significa que se necesitan vender al menos 20.893 bs de velas aromáticas, para cubrir todos los gastos y costos que implica la producción, menos de esa cantidad la empresa entra en pérdida y más esa cantidad la empresa genera utilidades.

6.9. PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES

La proyección de costos anuales proyectada para los 5 años, tanto para costos variables y costos fijos que a continuación se muestra detalladamente:

TABLA 46.
PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES

PROYECCIÓN DE COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Variables	439.465	448.254	457.219	466.364	475.691
Costos Fijos	125.356	125.356	125.356	125.356	125.356
TOTAL	564.821	573.610	582.575	591.721	601.047

Fuente: Elaboración propia

6.10. FLUJOS DE CAJA PARA UNA VIDA UTIL DE 5 AÑOS

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituyen un indicador importante de la liquidez de una empresa.

En el análisis de factibilidad económica y financiera de la empresa AROMAZEN en la ciudad de Tarija, permitirá conocer los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez de la empresa, lo cual dice lo siguiente:

- La inversión requerida por la empresa de velas aromáticas asciende a 445.403,00 Bs dinero que será invertido desde el primer año de funcionamiento de la empresa.
- Los flujos de caja de la empresa de velas aromáticas en el primer año son de 120.551,00 Bs, ascendiendo para el quinto año a 478.857,00 Bs, cual es buen factor para invertir en la empresa.

TABLA 47.
FLUJO DE CAJA FINANCIERO PARA 5 AÑOS

DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)				
	AÑO "CERO"	1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS:	0	823.997	840.477	857.286	874.432	1.325.119
(+) Ventas		823.997	840.477	857.286	874.432	891.921
(+) Valor Residual						850
(+) Capital de Operaciones						432.348
B: EGRESOS EFECTIVOS:		703.445	711.749	720.266	729.003	846.261
(-) Inversión Fija	8.290					
(-) Inversión Diferida	4.765					
(-) Capital de Operaciones	432.348					
(-) Costos Variables		439.465	448.254	457.219	466.364	475.691
UTILIDAD BRUTA		384.532	392.222	400.067	408.068	849.428
(-) Costos Fijos		125.356	125.356	125.356	125.356	125.356
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.LL)		259.176	266.867	274.711	282.712	724.072
(-) Costos Financieros		16.057	12.845	9.634	6.423	3.211
(-) Depreciaciones		2.275	2.275	2.275	2.275	2.275
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		240.844	251.746	262.802	274.015	718.585
(-) Impuestos de Ley 25%		60.211	62.937	65.700	68.504	179.646
UTILIDAD NETA		180.633	188.810	197.101	205.511	538.939
(+) Depreciación		2.275	2.275	2.275	2.275	2.275
(-) Amortización Préstamo		62.357	62.357	62.357	62.357	62.357
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	-445.403	120.551	128.728	137.020	145.429	478.857
Flujo de Caja Acumulado		120.551	249.279	386.299	531.729	1.010.586
FLUJO DE CAJA SIN IVA		104.880	216.873	336.080	462.604	879.210

Fuente: Elaboración propia

6.11. ANÁLISIS FINANCIERO - ESCENARIO PROBABLE

Los indicadores financieros que serán utilizados para el plan de negocio de velas aromáticas serán el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Índice de Rentabilidad (IR), el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) y los dividendos, como se detalla en la siguiente tabla:

TABLA 48.
INDICADORES FINANCIEROS - ESCENARIO PROBABLE

DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA		
Tasa de actualización	3,30%	decisión de inversión
VAN	450.937	se acepta
TIR	26,75%	se acepta
B/C	2,01	se acepta
PRI 4	5,43	esperar más de 3, no conviene
DIVIDENDOS /mes	5.023	acepta invertir

Fuente: Elaboración propia

TASA DE ACTUALIZACIÓN

La tasa de actualización para este proyecto de inversión es la “Prima de Riesgo”, que es una compensación que se da a los inversionistas por asumir el riesgo de su inversión en el proyecto, que en este caso y para todos los escenarios es del 3,30%.

El VAN

El VAN de nuestro proyecto AROMZEN es igual a Bs. 450.937,00 indicando que se obtendrá esa cantidad luego de recuperar la inversión en los cinco años que dure el proyecto productivo.

La TIR

Como se puede apreciar en el cuadro, el retorno a la inversión TIR es del 26,75%, esto significa que el porcentaje mayor que puede soportar este proyecto es de ese porcentaje; más de

ese dato entraría en pérdida. Pero como existe una diferencia significativa con la tasa de actualización del 3,30% se aprobaría la inversión.

B/C

Nuestro Índice de Beneficio Costos nos arroja Bs.2,01 interpretándose que por cada unidad monetaria invertida se tendrá un retorno del capital invertido y una ganancia de 1,01 Bs.

PRI

De acuerdo al resultado, se estima que la inversión será recuperada en 5 años y 4 meses, ya que se pasa de 3 años estimado como promedio, no es conveniente para la empresa según este indicador porque se demora demasiado, pero se recupera la inversión.

6.12. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - ESCENARIO PÉSIMO

En el análisis de sensibilidad muestra el comportamiento del proyecto ante cualquiera situación que se pueden presentar o escenarios diferentes decisiones que se puede tomar.

Cuando el precio del producto se modifica a un -7% afecta directamente a la sensibilidad de las ventas disminuyendo un 35% que equivale 288.997 de las ventas totales y afecta en la sensibilidad de las utilidades que se percibe se reducen en un 63% que equivale a Bs.113.799 de las utilidades netas, este escenario es pesimista.

TABLA 49.
INDICADORES FINANCIEROS - ESCENARIO PÉSIMO

Análisis de Sensibilidad		
N°	Tasa de actualización	3,30%
1	VAN	43.005
2	TIR	6,54%
3	B/C	1.14

Fuente: Elaboración propia

El VAN

El VAN para este escenario es de Bs. 43.005,00 indicando que se obtendrá esa cantidad luego de recuperar la inversión en los 5 años que dure el proyecto productivo.

La TIR

El retorno a la inversión TIR para este escenario es del 6,54% y continúa siendo mayor que la tasa de actualización, por lo que se debería invertir.

B/C

El Beneficio Costos nos arroja Bs.1,14 interpretándose que por cada unidad monetaria invertida se tendrá un retorno del capital invertido y una ganancia de 0,14 Bs.

6.13. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - ESCENARIO ÓPTIMO

En este análisis se muestra el comportamiento ante cualquier situación. Cuando la demanda incrementa un 10% que equivale 00,2, afectando así a la sensibilidad de las ventas incrementándose un 19% que es igual a 156.559 u. y así mismo alterando la sensibilidad de los ingresos netos que incrementó un 30 % que equivale a Bs.54.199 más que las utilidades netas esperadas.

TABLA 50.
ANÁLISIS FINANCIERO - ESCENARIO ÓPTIMO

Análisis de sensibilidad		
N°	Tasa de actualización	3,30%
1	VAN	635.278
2	TIR	30,92%
3	C/B	2,20

Fuente: elaboración propia

El VAN

El VAN para este escenario es de Bs. 635.278,00 indicando que se obtendrá esa cantidad luego de recuperar la inversión en los tres años que dure el proyecto productivo. Con este resultado se tendría que aprobar el proyecto.

La TIR

El retorno a la inversión TIR para este escenario es del 30,92% y es mayor que la tasa de actualización, por lo que se debería invertir.

B/C

El Beneficio Costos nos arroja Bs.2,20 interpretándose que por cada unidad monetaria invertida se tendrá un retorno del capital invertido y una ganancia de 1,20 Bs. Por lo que también se recomienda invertir.

6.14. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En el análisis de sensibilidad se puede apreciar los resultados obtenidos en los indicadores los cuales se realizó una comparación entre los escenarios y los indicadores actuales, que se muestra en la siguiente tabla.

TABLA 51.
RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Resultados del análisis de sensibilidad				
Cuando el precio se modifica 7%			Cuando se incrementa la demanda 10%	
Indicadores	Escenario pesimista	E. Oficial	Escenario. Optimista	E. oficial
VAN	43.005	450.937	636.278	450.937
TIR	6,54%	26,74%	30,92%	26,74%
B/C	1.14	2.01	2.20	2.01

Fuente: elaboración propia

En los resultados del análisis de sensibilidad se puede contemplar que al cambiar el precio del producto afecta en la sensibilidad de las ventas y de las utilidades netas ya que reduce de forma considerable los ingresos y al incrementar el porcentaje de la demanda altera la sensibilidad de las utilidades netas, teniendo una variación en los indicadores que se puede apreciar en las siguientes tablas (tabla N° 49 y 50)

Producción por escenario:

Producción de unidades anuales en los diferentes escenarios en unidades físicas lo cual está en la siguiente tabla.

TABLA 52.
PRODUCCIÓN EN UNIDADES FÍSICAS POR ESCENARIO

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
E. pesimista U.	37.528	38.279	39.045	39.825	40.622
E. Optimista U.	64.334	65.621	66.934	68.272	69.638

Fuente: elaboración propia

Las cantidades de producción varía dependiendo del escenario, también depende del periodo de tiempo en el cual se realice dicha producción.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

VII. CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS

A partir de la información recabada y de la elaboración del presente plan de negocios se puede sacar las siguientes conclusiones:

- ✓ Las condiciones macro ambientales favorecen la creación de la empresa, debido a que existen leyes que fomentan la inversión y la producción en Bolivia.
- ✓ Gracias a los resultados obtenidos por la investigación de mercados, el cual nos dice que el 96,4% de las personas encuestadas están dispuestas a comprar las velas aromáticas para aliviar el estrés, por lo que esto se vuelve una gran oportunidad para poder realizar el emprendimiento.
- ✓ Para ingresar al mercado no existen muchas barreras de entrada puesto que no existen competidores directos en el mercado, además estos no satisfacen las necesidades de los consumidores en su totalidad.
- ✓ AROMAZEN representa una idea de negocio innovadora ya que en la ciudad de Tarija no existen empresas dedicadas a la producción de velas aromáticas, pretende ser la primera fábrica en producir estos productos debido a que existe un mercado interesado a comprar este tipo de productos.
- ✓ La empresa comercializará en una presentación que tiene de dimensiones 7cm largo y 6cm de ancho, con el cual se venderá el en mercado.
- ✓ El precio unitario del producto es de 15 Bs cada uno.
- ✓ El estudio financiero demostró la factibilidad financiera de la empresa de velas aromáticas, además de demostrar según estudios que no son tóxicos para la salud, se logró demostrar que esta empresa es socialmente sostenible.
- ✓ De acuerdo al estudio financiero realizado, se prevé que el proyecto rentable en virtud que presenta una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 26,74%, y un Valor Actual Neto (VAN) de Bs. 450.937,00.
- ✓ AROMAZEN es un emprendimiento de velas aromáticas elaboradas artesanalmente. Que, si a futuro llegamos a impactar a nuestros clientes con el producto y el mercado permite producir más cantidades de lo que hemos estimado, tendremos la posibilidad de ampliar nuestra línea de producto y poder comprar maquinas industriales para la elaboración de las velas aromáticas.

VIII. RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.

- ✓ Se recomienda implementar y poner en marcha el proyecto, para la creación de la empresa “AROMAZEN” de producto de velas aromáticas, que se demostró la viabilidad financiera, económica y de mercado.
- ✓ Se sugiere ejecutar el plan de marketing de acuerdo a la investigación, para garantizar el ingreso del producto al mercado tarijeño, utilizando las redes sociales, campañas publicitarias.
- ✓ Es muy importante negociar y llevar una buena relación con los proveedores de la materia prima, que suministrarán a la empresa para llevar a cabo la producción de las velas aromáticas.
- ✓ Se recomienda que, en el sector de producción se optimice las máquinas incrementando la producción y cumpliendo con las cantidades demandadas

