

CAPITULO I

I PLAN DE TRABAJO

1. ANTECEDENTES DEL SECTOR

Años antes de 1.800, los padres utilizaban hojas de algodón, pieles de animales entre otros recursos naturales para envolver a los bebés, lo que a su vez cumplían la función de pañales. Para ese entonces fue muy común, especialmente en sociedades europeas, la utilización de tiras de lino o de lana, envuelta alrededor y a lo ancho y largo del cuerpo del bebé.

A inicios de los años 1.900, aparecieron los pañales de tela, en esta época, dichos recursos eran la única opción disponible y fueron ampliamente utilizados durante la segunda guerra mundial. Pero entre 1.960 y 1.980, el pañal desechable se desarrolló y conquistó rápidamente los mercados internacionales; en ese entonces el uso de fibras de celulosa en lugar de papel mejoró su rendimiento.

Para principios de los años 90, cuestiones ambientales y referidas a la utilización de productos descartables y reutilizables, hicieron que los pañales de tela volvieran, donde la situación económica internacional coadyuvó a la reaparición, pues los pañales de plástico eran mucho más costosos y los consumidores se quejaban constantemente de su precio.

Para el 2007, los pañales descartables surgieron de nuevo, sin embargo, fueron criticados por ambientalistas dada su alta, y sobre todo voluminosa contaminación.

La Ciudad de Tarija no es ajena al consumo de pañales desechables, ya que, en la última década se incrementó su consumo. Según un estudio realizado por el INE, en base al Censo de población y vivienda de la gestión 2012, en la Ciudad de Tarija se tendría 24.000 niños de 0 a 3 años de edad, con un promedio de 1 tonelada de pañales desechables usados por cada bebé durante este periodo.

Esta realidad, y el impacto que tiene en nuestro medio ambiente, nos movió a tomar la firme decisión de realizar este Emprendimiento, para brindar a la población tarijeña la oportunidad de usar un producto que minimice el impacto en el medio ambiente y que sea igual o más eficiente en el cuidado de sus bebés. Según un sondeo de opinión realizado, se supo que en promedio un niño de 0 a 3 años utiliza entre 4 a 5 pañales por día; por lo que en total se tendría 24.000×5 pañales = 120.000 pañales usados por día, solo en la Ciudad de Tarija, lo que da un total de 43.800.000 pañales usados y desechados por año; esto en promedio, nos daría más de una tonelada de pañales

desechados por cada niño, desde que nace hasta que llega a los 3 años de edad, lo cual confirma anteriores investigaciones ambientales.

En momentos actuales, la forma de vida apresurada y ocupada que tienen los padres, ha tenido como consecuencia la aparición y el éxito de nuevos productos para la familia. Una de las preocupaciones de las madres de familia es brindarles a sus bebés todos los cuidados necesarios para su buena salud, principalmente en lo que se refiere a la higiene personal.

El pañal, un producto que pasa tantas horas en contacto directo con las áreas más delicadas de un bebé, debe ser totalmente seguro, ya que un bebé usará en promedio 8.000 unidades. Los pañales de tela hacen saber rápidamente, tanto a los padres como a los bebés, si se han mojado, mientras que los desechables lo hacen sentir al bebé seco por su gran absorbencia. Al estar hechos de papel, plástico y geles absorbentes, tardan mucho tiempo en descomponerse naturalmente por la acción de agentes biológicos. En general los pañales de tela de cultivos orgánicos como ser el Bambú ofrece la opción más saludable y más amigable al planeta.

1.1. JUSTIFICACIÓN

• Justificación Teórica

El Plan de Negocio, es sumamente importante para el diseño de un emprendimiento, por lo tanto, para el desarrollo de este trabajo, se utilizarán conceptos importantes adquiridos el tiempo en el que cursamos la carrera de Administración de Empresas, de nuestra Casa Superior de Estudios, Universidad Autónoma Juan Misael Saracho. Conceptos tales como Planificación Operativa, Talento Humano, Plan de Marketing, Planificación Financiera, Presupuestos, etc.

• Justificación Práctica

El presente trabajo se desarrollará, para diseñar un Emprendimiento para la creación de una empresa productora y comercializadora de pañales ecológicos en la Ciudad de Tarija, que cuente con la parte operativa, administrativa y de marketing.

El nuevo emprendimiento beneficiará a crear nuevas fuentes de trabajo, así mismo aporta en la práctica y desarrollo de la industria existente en Tarija.

El mismo tendrá un fin de contribuir a la preservación del Medio Ambiente y la disminución del calentamiento global.

- **Justificación Social**

Es de gran importancia profundizar en los temas relacionados con la responsabilidad social y su impacto en el medio ambiente a través de labores como lo son el reciclaje y uso de productos verdes, en ese entendido, los principales beneficiarios de este Emprendimiento será la población tarijeña, ya que tendrá a su disposición un producto ecológico que cuida su medio ambiente y que es un producto adecuado para el cuidado de sus bebés.

Estos pañales representan la oportunidad para que las personas de bajos recursos accedan a comodidades que históricamente solo han sido de personas de un estrato social medio alto.

1.2. PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cuando pensamos en un bebé, invariablemente se entra en el tema de los pañales desechables. Todo bebé moderno usa pañales desechables hasta que aprende a ir completamente solo al baño, pero durante este periodo, se estima que un solo bebé utiliza en promedio 4,000 a 6,000 pañales, ahora, considerando que cada día nacen en promedio 300,000 bebés en todo el mundo, según datos de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos, se estima que cada año se "arrojan alrededor de 20 MIL MILLONES de pañales desechables en vertederos", cantidad de basura, la cual en su mayoría no es biodegradable, un pañal desechable puede tardar hasta 500 años en la tierra, desintegrando sus componentes químicos y plásticos.

En la actualidad no se cuenta con un estudio de pre factibilidad para la implementación de una fábrica de pañales ecológicos en la Ciudad de Tarija. Por tal motivo, y ante la gravedad de la situación, se decidió realizar este estudio de factibilidad, con este diseño de Emprendimiento para la producción y comercialización de pañales reutilizables y amigables con el medio ambiente, hecho de Bambú y Microfleece, con un repuesto desechable biodegradable y que tiene un diseño ergonómico.

Una de las grandes preocupaciones de los padres de familia es la compra de los pañales desechables para el bebé en camino. Nunca debe faltar uno. Los padres pueden llegar a gastar dependiendo la marca de los pañales de preferencia de 6000 a 12000 Bs por cada bebé. Alternativamente, los pañales ecológicos te permiten ahorrar y no depender de los desechables.

1.2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta el problema planteado se establece:

¿Cuál es la viabilidad técnica, comercial, económica y financiera para la puesta en marcha de este emprendimiento en la Ciudad de Tarija?

1.2.2. IDENTIFICACIÓN DE SÍNTOMAS DE LA INDUSTRIA

A nivel nacional, el uso de pañales se constituye en un bien de consumo cada vez más necesario, por la comodidad y limpieza que proporcionan a los niños.

Consciente de esta problemática y de la necesidad de muchas familias de contar con un producto hipo alergénico y más económico, y que en nuestro medio no existe una empresa que ofrezca este tipo de productos, que concientice a la población del medio ambiente y ayude a la economía de las familias tarijeñas.

1.2.3. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES INSATISFECHAS DE UN MERCADO OBJETIVO

Las necesidades de las madres que tienen hijos entre 0 a 3 años de edad, buscan un producto que no irrite la piel del bebé, que sea duradero porque resulta un trabajo el cambio del pañal continuo cada vez que el niño lo ensucia, que mantenga fresca la piel del niño, que sea un producto que esté al alcance de sus bolsillos y que no contamine como los pañales desechables.

En base a todo ello se brindará a la población la alternativa de un producto ecológico, producido en nuestra ciudad y con un precio justo, que cuida la economía de las familias que tengan un bebé, diseñados para proteger la piel del bebé, suaves sujetadores y un sistema de absorción de alto desempeño. De acuerdo al sondeo de opinión realizado para este trabajo, se determinó que, de todos los puestos de sastrería, tiendas de ropa y venta de pañales de la ciudad, ninguno se especializa en confeccionar pañales ecológicos reutilizables.

1.2.4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA IDEA DE NEGOCIO

El diseño de este emprendimiento es con el fin de contribuir a la preservación del medio ambiente y disminución de gastos en las familias tarijeñas que tienen hijos de 0 a 3 años de edad.

El producto que propone nuestro emprendimiento, situado en la Ciudad de Tarija será la producción y venta de pañales ecológicos, brindando un producto de alta calidad a precio justo, a la vez creando una empresa tarijeña con buena imagen corporativa, la cual resalte a nivel local y nacional.

Este emprendimiento tiene como objetivo, diseñar una empresa productora y comercializadora de pañales ecológicos y reutilizables, impulsar un producto que cubra las necesidades y cumpla con las expectativas de los consumidores; que sea un producto de alta calidad, confort y diseño único y que se tenga una tendencia ecológica.

Este producto está destinado a madres que tienen hijos entre 0 a 3 años de edad, porque tienen la capacidad de decisión y adquisición.

Por lo cual el emprendimiento es crear una empresa que produzca y comercialice un producto innovador, ecológico, económico, lavable y especialmente sano evitando cualquier molestia en el cuerpo del bebé. Marcando así una gran diferencia saludable y ahorrativa para el cliente, con la finalidad también de generar muchas ganancias en el futuro como empresa.

1.2.5. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

En el mercado de los pañales, se puede apreciar dos tipos de pañales: Los pañales desechables han venido a dominar el mercado en la última década sobre los pañales de tela, los cuales han tenido gran caída en el mercado, pero no significa que los desechables poseen ventaja de uso; al contrario, al usar los de tela se obtiene algunos beneficios tanto en lo económico como en lo saludable es por eso que se ha identificado esta oportunidad, y que se quiere fomentar el uso de una nueva versión de pañales de tela, pero reutilizables y no contaminantes del medio ambiente.

Es por eso que, con este estudio de viabilidad, se busca innovar un bien tan necesario, pero con características diferentes a los demás productos de la competencia, tanto así, que el cliente al momento de la compra beneficie a su niño con el producto, logrando su satisfacción como padre o madre, y al mismo tiempo se beneficie la empresa en construcción, al lograr las ventas que le permitan obtener los ingresos que garanticen sus actividades operativas y de comercialización.

1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar la viabilidad técnica de mercado y financiera que permita producir y comercializar pañales ecológicos para los bebés en la Ciudad de Tarija.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar las necesidades del mercado y establecer un plan de marketing.
- ✓ Establecer un plan operativo, para determinar los materiales, costos y diseños del producto.
- ✓ Desarrollar un plan organizacional que permita contar con los recursos humanos necesarios para el emprendimiento.
- ✓ Identificar un plan financiero, con un estudio Costo-Beneficio, para determinar la viabilidad desde el punto de vista económico y financiero.

1.4. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de profesionalización se desarrolló considerando el enfoque de investigación cualitativa y cuantitativa, estudio recomendado de enfoque mixto para este tipo de trabajos.

El tipo de investigación que inicialmente se aplicó en el presente trabajo fue una investigación exploratoria, que permitió una mayor comprensión de la problemática que se investigó.

Luego, en la segunda etapa, se procedió con una investigación concluyente desde un enfoque cuantitativo, que nos permitió proponer alternativas de solución al problema de investigación.

➤ **método y técnicas de investigación**

El método que se utilizó en este trabajo de investigación es el método descriptivo transversal simple, que nos permitió levantar una sola vez los datos, utilizando una sola muestra.

- ✓ Investigación Descriptiva: Se emplea esta metodología, ya que se describirá características de los factores inmersos en la problemática en estudio.
- ✓ Transversal - simple: Este método nos permitió aplicar el Muestreo Aleatorio Simple, ya que se utilizó una sola muestra y se levantó la información una sola vez.

Para el desarrollo del presente trabajo de profesionalización se revisaron las siguientes fuentes de información:

➤ **Fuente Primaria**

Para la obtención de la información primaria, se utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta, misma que fue aplicada a una muestra representativa de comerciantes de pañales

desechables, y una muestra de madres de familia, que tienen niños pequeños de entre 0 a 3 años de edad, como información complementaria, de la Ciudad de Tarija.

Técnica

Entrevistas y encuesta: Se entrevistaron a expertos en la comercialización de este tipo de productos, y se aplicó encuestas a los comerciantes intermediarios, madres o mujeres en etapa de gestación, como clientes potenciales. Lo cual sirvió para determinar la aceptación o no del producto en el mercado y la demanda potencial; esto para determinar la capacidad de producción, y el nivel de inversión que se necesita para la implementación de la empresa.

➤ **Fuente Secundaria**

Documentos estadísticos, estudios anteriores, registros de investigaciones.

Páginas de internet que brinden información relacionado con el tema

Revistas científicas especializadas en el cuidado del medio ambiente

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

➤ **Delimitación Geográfica**

El presente trabajo se desarrollará en la Ciudad de Tarija, Provincia Cercado del departamento del mismo nombre, Tarija, del Estado Plurinacional de Bolivia.

➤ **Delimitación Temática**

El presente trabajo abarca las cuatro áreas dentro de la administración aplicada; es decir, el área de marketing, producción, recursos humanos y el área financiera.

➤ **Delimitación Temporal**

Para el presente trabajo se desarrollará en el segundo semestre de la gestión 2020, analizando los datos históricos del mercado, desde la gestión 2016 a 2020.

Por otra parte, el plan de negocio que se detallará, contemplará un lapso de tiempo de cinco años (2021 – 2026) tiempo que será necesario para determinar la viabilidad del emprendimiento.

II. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

En esta sección del plan de negocios se hizo una radiografía de la industria y el mercado, ya que serán actividades que se desarrollará la empresa. Conocer el comportamiento del sector al que pertenece nuestra oferta, cómo se han comportado las ventas de productos y/o servicios similares al tuyo en los últimos meses y qué es lo que demanda el público meta, nos ayudará a reafirmar si la idea es viable.

2.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO

Es muy importante tener en cuenta estos factores externos porque pueden tener una gran influencia en los resultados. Por eso durante la planificación estratégica, el análisis PESTA tiene tanta relevancia.

2.1.1.1. POLÍTICO

Las elecciones de Bolivia en el 2020 se desarrollaron en un momento crucial para el país. Tras la renuncia de Evo Morales y con la mayoría de los miembros del Congreso como parte del Movimiento al Socialismo (MAS), Jeanine Añez –ex senadora boliviana- asumió la presidencia interina en 2019.

Ante la crisis económica y sanitaria en Bolivia, se elaboraron Leyes, Decretos Supremos, Resoluciones Ministeriales, Resoluciones Normativas y Reglamentos, para facilitar su adaptabilidad en el entorno tanto en el sector público como privado, como ser:

- ✓ Ley 1294: Ley excepcional de diferimiento de pagos de créditos y reducción temporal del pago de servicios básicos
- ✓ Decreto Supremo 4198: Pago de Impuestos (Declaratoria de Emergencia)
- ✓ Decreto Supremo 4218: Teletrabajo.
- ✓ Decreto Supremo 4249: Prorroga del pago de impuestos IUE.
- ✓ Decreto Supremo 4270: Destino de los recursos de Fideicomiso y financiamiento para las PYMES.

- ✓ Resolución Ministerial MDPyEP N° 0085/2020: Ampliación de la vigencia de las Autorizaciones Previas de Importación.
- ✓ Resolución Ministerial 159: Reglamentación del programa especial al apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
- ✓ Resoluciones Ministeriales 159 y 160: Planes de Apoyo.
- ✓ Resolución Ministerial 160: Plan de Emergencia de apoyo al Empleo y Estabilidad Laboral.
- ✓ Resolución Ministerial 232/20: Presentación de planillas de sueldos, salarios y accidentes laborales.
- ✓ Resolución Ministerial 233/20: Regulación de Horarios y Jornada Laboral.
- ✓ Normativa Financiera: Pago de créditos a Bancos.
- ✓ Carta Circular de ASFI 2785/2020: Diferimiento de Amortizaciones de Crédito.
- ✓ Carta circular de ASFI 2598/2020: Medidas financieras por emergencia sanitaria nacional

Se consideró mencionar dichas leyes que aún están vigentes en el actual gobierno de Bolivia.

Estas disposiciones legales favorecen a las empresas en nuestro país, ante la emergencia sanitaria del Coronavirus, lo cual beneficiará que se logre optar por un posible apalancamiento bancario.

El informe final del Tribunal Supremo Electoral reconoció como vencedores de las elecciones generales del 18 de octubre al candidato por el Movimiento Al Socialismo (MAS), Luis Arce Catacora, como presidente, y David Choquehuanca, como vicepresidente.

El Plan de Gobierno del reciente Presidente Constitucional del estado plurinacional de Bolivia, está en favor de impulsar la actividad productiva y empresarial del país.

2.1.1.2. ECONÓMICO

Bolivia no está exento de lo anterior y al segundo trimestre del 2020 se registró una variación negativa acumulada del producto interno bruto (PIB) de -11,11%. Las actividades que más se vieron afectadas fueron la construcción y minerales metálicos (-51% y -39% respectivamente).

- **Producto Interno Bruto -PIB:**

Al segundo trimestre de 2020, el Producto Interno Bruto (PIB) registró una variación acumulada de -11,11% debido a los efectos relacionados a la emergencia sanitaria COVID-19 que afectó a

todas las economías del mundo. Sin embargo, el Índice Global de Actividad Económica (IGAE) a julio de 2020 muestra fuertes indicios de recuperación en la economía, en línea con lo proyectado por instituciones nacionales e internacionales para el PIB de esta gestión.

Las necesarias medidas de confinamiento adoptadas para hacer frente al coronavirus y resguardar la salud de la población afectaron el normal desenvolvimiento de las actividades económicas, que tuvieron que paralizar o disminuir sus capacidades productivas.

De esta forma, actividades como la construcción y la minería se vieron particularmente afectadas. Por el contrario, los servicios de comunicación registraron un crecimiento debido al incremento en el uso de Internet doméstico con fines laborales y educativos.

Esta caída en la actividad económica es parte de un fenómeno global, dado que todas las economías del mundo sufrieron efectos negativos en sus niveles de producción por la pandemia. Perú fue la economía que registra la mayor caída acumulada en la región, presentando una tasa negativa de 17,27%, seguido por Argentina (-12,55%), Bolivia (-11,11%), Colombia (-7,43%), Chile (-7,08%), Uruguay (-5,99%) y Brasil (-5,90%). Cabe destacar que los países que decrecieron a una tasa menor, presentaron cuarentenas menos rígidas que la aplicada en el país.

- **Inflación**

La inflación acumulada en lo que va de esta gestión llegó a 1,47%, con una variación positiva de 0,54% en agosto debido al alza de precios en los rubros de alimentos, principalmente, como consecuencia de los bloqueos que exigían adelantar las elecciones que fueron fijadas para octubre, El director del Instituto Nacional de Estadística (INE), Yuri Miranda, informó este jueves los datos de agosto y el aculado del Índice de Precios al Consumidor (IPC).

«El Índice de Precios al Consumidor presenta una variación mensual, es decir, en comparación de los precios del mes de julio, con los precios del mes de agosto, presenta un incremento de 0,54%. Si observamos la variación acumulada tenemos una variación de 1,47%».

De acuerdo a los datos, el incremento de precios de los alimentos y bebidas no alcohólicas fue de 1,78%, en el sector salud de 0,49%, de alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar de 0,26%, transporte de 0,20%, comunicaciones de 0,19%, bebidas alcohólicas y tabaco de 0,07%, recreación y cultura de 0,05%, prendas de vestir y calzado de 0,02% y de educación de 0,01%.

En contrapartida, el sector de muebles, bienes y servicios domésticos registró una variación negativa de -0,26%.

La Paz presentó en agosto una inflación de 1,44%; Oruro de 1,39%; Potosí de 0,83%; Chuquisaca de 0,71% y Cochabamba de 0,27%, mientras que Santa Cruz una variación negativa de -0,22%, Tarija de -0,21%, Pando de -0,49% y Beni de -0,11%.

- **Taza de Interés.**

Bolivia ha subido sus tipos de interés 0,06 puntos, desde el 2,85% hasta el 2,91% anual.

Los tipos de interés son una de las herramientas más importantes, utilizadas por los bancos centrales, para llevar a cabo su política monetaria.

Una subida de los tipos de interés sirve para frenar la inflación y proteger la divisa.

En esta página puedes ver la evolución de los tipos de interés en Bolivia. Puedes ver el listado completo de los países de los que publicamos los tipos clicando en Tipos de interés y ver toda la información económica de Bolivia en Economía de Bolivia.

Bolivia - Tipos de interés BANCO CENTRAL

Tabla 1: Tipos de interés

Fecha	Tipos de interés
01/12/2020	2,91%
01/11/2020	2,85%
01/10/2020	2,89%
01/09/2020	2,86%
01/08/2020	2,83%
01/07/2020	2,83%
01/06/2020	2,82%

- **Tipo de Cambio.**

El presidente del Banco Central de Bolivia, aseguró que la estabilidad del tipo de cambio del boliviano (Bs) con relación al Dólar Estadounidense (USD) está garantizada.

Tabla 2: *Tipo de Cambio.*

País	Unidad monetaria	Moneda	Tipo de cambio en bs por unidad de moneda extranjera
ESTADOS UNIDOS	DOLAR VENTA	USD.VENTA	6.96
ESTADOS UNIDOS	DOLAR COMPRA	USD.COMPRA	6.86
ARGENTINA	PESO	\$	0.084

El tipo de cambio boliviano se mantuvo estable a la fecha, siendo la moneda menos volátil y con el comportamiento más moderado en comparación con el resto de las economías de América del Sur.

Argentina presentó en los últimos años una devaluación histórica, lo que de manera directa nos favorece ya que es el país proveedor de la materia prima.

- **Desempleo**

Bolivia alcanzó una tasa de desempleo del 11,8 por ciento en julio, que el Instituto Nacional de Estadística del país atribuyó este jueves a la cuarentena por la COVID-19.

Ese porcentaje representa que unos 434.000 trabajadores quedaron desempleados, de ellos cerca de 289.000 "afectados directamente por la pandemia".

El total de trabajadores sin empleo en el país alcanza unos 2.178.000, de los que cerca de 409.000 corresponden a la caída de la economía por la pandemia, de acuerdo con el instituto estadístico.

Estas estadísticas muestran que, en Bolivia, con cerca de 11,6 millones de habitantes, la población en edad de trabajar es de unos 5,8 millones y de alrededor de 3,6 millones la que está activa.

2.1.1.3. SOCIAL

Las políticas públicas se constituyen en un instrumento de participación entre el Estado y la sociedad con el propósito de mejorar las condiciones de vida y el bienestar social, además de la lucha contra la reducción de la pobreza. Es así, Bolivia, implemento programas de transferencias condicionadas orientadas a reducir la pobreza y la desigualdad del ingreso, en el primer caso, se evidencia que coadyuvaron en ese objetivo.

El análisis de las políticas públicas en Bolivia permitió comprender la evolución de los programas sociales implementados, los cuales tuvieron en alguna medida connotaciones políticas e ideológicas; finalmente se concluye que los programas de transferencias condicionadas: Bono Juancito Pinto , Renta Dignidad y Bono Juana Azurduy, permitieron reducir la pobreza, la pobreza extrema y el bienestar social,“(El bono) busca reforzar la reconstrucción de la demanda interna del país, esta demanda interna. Si no se reactiva la demanda interna es muy difícil reactivar el aparato productivo, por eso es que se empieza con el reforzamiento de la demanda interna. Para eso, el Bono Contra el Hambre se constituye en uno de los principales instrumentos”, dijo el presidente, la semana pasada durante el anuncio para efectivizar el pago de este beneficio.

Se retomará el plan mi primer empleo, la fomentación a las empresas para la contratación de mujeres y jóvenes, el plan semilla para emprendedores, todos fomentando la reactivación de la inversión pública.

2.1.1.4. TECNOLÓGICO

Las mejoras tecnológicas se han constituido en uno de los determinantes fundamentales del crecimiento económico y, a su vez, deberían retroalimentarse de los mayores ingresos y avances productivos provenientes de la misma dinámica económica en un círculo virtuoso; sin embargo, este no parece ser el caso de Bolivia en los últimos años.

2.1.1.5. AMBIENTAL

En Bolivia se acumulan un poco más de 6 mil toneladas de basura al día, de las cuales el 87% se genera a nivel urbano y el restante 13% es de áreas rurales, según datos diagnósticos del Ministerio del Medio Ambiente.

De la cantidad total, el 60% es orgánico, un 20% es material reciclable y el resto son elementos no recuperables. Lo paradójico es que el material orgánico es el único que puede volver a la vida en

un cien por ciento como abono, sin embargo, al no ser separado no puede ser procesado y no puede cumplir su ciclo natural.

Claramente los pañales ecológicos reducen gran cantidad de basura y consumo de energía. Por ejemplo, un bebé que es criado con pañales de tela, solo usa entre 6 y 12 pañales ecológicos, los cuales cuando se desechan no pesan más de 4 Kg de basura. En cambio, un bebé criado con pañales desechables puede desechar de 4000 a 5000 pañales, los cuales pesan de 1000 a 1250 Kg de basura, más de una tonelada.

Asimismo, fabricar los materiales para los pañales ecológicos y los desechables requieren energía y materiales. Los pañales ecológicos pueden usar derivados del petróleo tales como el poliéster. La cantidad de petróleo para fabricar de 6 a 12 pañales ecológicos no pasa de 1 a 3 litros. Sin embargo, los pañales desechables requieren usar al menos 230 ml de petróleo para fabricar el polietileno que colocan a cada pañal como barrera impermeable. Eso quiere decir, que un bebé usando pañales desechables podría utilizar al menos de 944 a 1180 litros de petróleo. La explotación y uso del petróleo es una de las causas del calentamiento global, y por eso debemos tomar conciencia en optimizar su utilización.

Bolivia cuenta con pocas plantas recicladoras, de las cuales están: Emacruz, Empacar S.A., Economic Trends, Emaverde de Alpacoma, entre otras. Las cuales, se recicla plástico, papel, cartón, llantas y madera. Pero hasta la fecha, no se ha dado solución para el reciclaje de tela. Lo que se consideraría un problema a futuro por la gran cantidad de ropa importada o tela residual de las empresas.

2.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO

2.1.2.1. CONSUMIDORES

La fuerza competitiva o las fuerzas competitivas más fuertes determinan la rentabilidad de un sector y se transforman en los elementos más importantes de la elaboración de la estrategia. (Porter, 2008)

2.1.2.2. COMPETIDORES ACTUALES

En la ciudad de Tarija hemos identificado un competidor que ofrece el mismo producto, el poder identificar este entorno específico es muy útil para nuestro interés ya que nos brinda información precisa sobre las estrategias comerciales que ellos utilizan y así como las estrategias que nosotros

debemos utilizar para la viabilidad y éxito de nuestro producto. De tal manera que esta información sea directamente influyente en la toma de decisiones, siendo esta fuerza **alta** frente a nuestro proyecto.

Nuestro competidor directo en Tarija es una tienda distribuidora de pañales ecológicos llamada “Ecopipo”, que se encuentra ubicada en el centro de la ciudad. Esta empresa mexicana con mayor experiencia en este rubro, confecciona y distribuye los pañales en distintos países. En cuanto al precio se paga de acuerdo al diseño del producto, el precio oscila entre bs.100 a bs.175, esto representa una desventaja para la distribuidora de pañales de la empresa “Ecopipo”.

Nuestros competidores indirectos que comercializan pañales desechables a nivel nacional presentan una gran competitividad, entre ellos:

En el mercado existen marcas de pañales desechables reconocidas que se encuentran en los supermercados y droguerías.

- ✓ Pañales Huggies
- ✓ Pañales Pampers
- ✓ Pañales Babysec
- ✓ Pañales Pequeñín

2.1.2.3. COMPETIDORES POTENCIALES

Tenemos como competidores potenciales a las costureras que bien podrían intentar copiar nuestra idea dedicándose o especializándose a la confección de pañales de tela. Esto debido a que cuenta con mayor experiencia en el manejo de la máquina industrial. Esto promueve a que se presenten nuevas inversiones y estas se tornen en potenciales competidores directos. Siendo la amenaza de competidores potenciales **alta**.

2.1.2.4. PODER NEGOCIADOR DEL CLIENTE

Es transcendental para nuestro interés conocer cuál es la proporción de la amenaza que tienen los clientes o consumidores hacia nosotros o nuestro producto, es decir saber cuál es la capacidad de estos en exigir disminución de nuestros precios o mejoras en la calidad de nuestro producto entre otros. En tal sentido el poder de negociación de los clientes con nosotros es **bajo**, debido a que

somos la única alternativa de producción y comercialización en el mercado local en ofrecer este tipo de producto con una alta calidad y comodidad.

Nuestros clientes son las madres y padres de familia que tienen hijos de 0 a 3 años de edad, que buscan satisfacer las necesidades de sus bebés en cuanto a la calidad de la tela que no irrite la piel del bebé.

2.1.2.5. PODER NEGOCIADOR DE PROVEEDORES

En la actualidad no existen proveedores que nos puedan abastecer de tela de bambú, Microfleece y tela PUL en el país, pero se cuenta con proveedores de países vecinos, de tal manera que el poder de negociación de los proveedores con nosotros es **bajo**. Esto es debido a que nosotros importaremos la materia prima e insumo para la fabricación de los pañales ecológicos de las siguientes empresas textiles:

- ✓ Entre Telas Creaciones - Merlo, Buenos Aires nos proporcionara la tela de Bambú.
- ✓ Green textiles – Devoto, Buenos Aires Argentina, proveedor de tela de Bambú
- ✓ Todo Patchwork – Santiago de Chile, proveedor de tela PUL - Poliuretano Laminado
- ✓ Telas Juanita – Tarija Bolivia, proveedor de la tela Microfleece o llamado también siempre seco.
- ✓ ATiKa – La Paz Bolivia, proveedor de hilos poliéster.
- ✓ KUWE – Santa Cruz Bolivia, proveedor de velcro y broches.

2.1.2.6. PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el mercado local existe una gran variedad de presentaciones de pañales desechables cada una de diferente calidad en cuanto a sustitutos nos referimos, estos satisfacen la misma necesidad que ECO-POMPIS, sin embargo, los pañales ecológicos reutilizables ECO-POMPIS tiene como valor agregado la calidad de los insumos (tela PUL, Microfleece, Bambú y microfibra). Debido a ello la amenaza de productos sustitutos es **bajo**.

2.1.4. ANÁLISIS F.O.R.D. INDUSTRIAL

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El sector o mercado cuenta con muchos talleres de costura a los cuales podríamos subcontratar. ✓ Única empresa tarijeña dedicada exclusivamente a la confección de pañales ecológicos. ✓ Personal calificado. ✓ Especialización en un solo sector. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecimiento del mercado de las prendas de gestación y maternidad. ✓ No existen empresas especializadas en la producción de pañales ecológicos en el mercado tarijeño. ✓ El desarrollo tecnológico que posibilita un contacto más estrecho y directo con el cliente consumidor como ser WhatsApp Business. ✓ Presencia en redes sociales como ser Facebook y Sitio Web. ✓ Aplicar Marketing Digital a través de las redes sociales ya mencionadas.
<p>DEBILIDADES.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Difícil acceso a la maquinaria especializada para este tipo de costuras. ✓ Difícil acceso a la materia prima. ✓ Altos costos laborales. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Más políticas gubernamentales restrictivas, frente a la pandemia. ✓ Posibles restricciones en cuestión de cuarentena por el rebrote del Covid-19 ✓ Altos costos de transporte y servicio.

Tabla 3 FORD.

2.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO

Es pertinente acotar que definir la naturaleza del proyecto es un asunto que tiene su ciencia y que no debe, bajo ninguna circunstancia, subestimarse o hacerse por salir del paso.

2.2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DEL NEGOCIO

El diseño de este emprendimiento es con el fin de contribuir a la preservación del medio ambiente y disminución de gastos en las familias tarijeñas que tienen hijos de 0 a 3 años de edad.

El producto que propone nuestro emprendimiento, situado en la Ciudad de Tarija será la producción y venta de pañales ecológicos, brindando un producto de alta calidad a precio justo, a la vez creando una empresa tarijeña con buena imagen corporativa, la cual resalte a nivel local y nacional.

GEMA E.U será un espacio físico y virtual, con presencia en algunas redes sociales como Facebook, WhatsApp Business y Sitio Web, en el que se ofrecerá una variedad de pañales con diseños personalizables y estará a disposición del cliente; la prioridad de esta empresa, desde sus

inicios, será la orientación hacia el cliente, ya que todos los productos estarán en función de los gustos y preferencias particulares, así mismo cubrir las necesidades y superar las expectativas de los consumidores; que sea un producto de alta calidad, confort, diseño único y con una alta tendencia ecológica, la cual coadyuve a conservar el medio ambiente, buscando generar prestigio y tendencia ante la vista del consumidor.

Este producto está destinado a madres que tienen hijos entre 0 a 3 años de edad, porque tienen la capacidad de decisión y adquisición.

Por lo cual el emprendimiento es crear una empresa que produzca y comercialice un producto innovador, ecológico, económico, lavable y especialmente sano, para evitar cualquier molestia en el cuerpo del bebé.

Marcando así una gran diferencia en comparación con los pañales desechables, al ser amistoso con el medio ambiente y ahorrativo para el cliente, con la finalidad también de generar utilidades en el futuro como empresa.

2.2.2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DEL PRODUCTO

ECO-POMPIS es un pañal de tela moderno lo cual busca ser la alternativa ideal de las familias. Su materia prima principal es la tela de bambú. ECO-POMPIS es un producto que cuida el medio ambiente ya que no contamina como los pañales desechables. Es un pañal de bolsillo que permite controlar la absorción que cada bebé necesite.

Esta elaborado en telas que no permite la impregnación de las heces ni olores fuertes, siendo una prenda sencilla de lavar tanto de forma manual como en lavadora sin afectar ninguna característica del producto.

Las medidas del pañal son unitallas para adaptarse desde los 3,5 kg a 16 kg, cada pañal trae unos broches frontales para ajustarlo a las diferentes tallas, el inserto de bambú y la microfibra cumplen la función de absorber, este inserto se introduce dentro del pañal permitiendo mayor comodidad en el uso del mismo.

Ilustración 1: Diseño Del Pañal Ecológico



Fuente: Elaboración propia

ECO-POMPIS está confeccionado por cuatro telas, para el correcto uso del pañal:

- PUL – Poliuretano Laminado

Es un impermeable, ligero extremadamente durable. Este tipo de telas se utilizan en varias industrias, desde empresas medicas hasta para la fabricación de pañales y ropa deportiva.

Su particularidad de este tipo de tela es de tejido ligero, elástico, transpirable, duradero y resistente al agua 100%. En su fabricación no se utiliza disolventes. De manera que, en su fabricación no produce toxinas nocivas.

Para la elaboración del pañal, la tela exterior debe ser PUL - Poliuretano laminada. Esta tela impermeabiliza la cubierta del pañal evitando la salida de los líquidos, esta tela tiene la bondad de permitir el paso del aire hacia el interior del pañal, manteniendo fresco al bebé en todo momento.

- Tela Microfleece

Microfleece, también llamado micro vellón o siempre seco, se considera que es más ecológico que la lana. A menudo se hace a partir de botellas recicladas, y es una alternativa ecológica. el Microfleece también es hidrófobo o repelente al agua, por lo que es de secado rápido, el micro forró tiene solo un 1% de su peso en agua y permanece transpirable.

La tela interior debe ser Microfleece, esta tela es suave y semipermeable, es decir, permite el paso de los líquidos hacia el interior del pañal ayudando a que la piel del bebé permanezca seca por más tiempo. Es fácil de lavar, las heces se desprenden fácilmente y difícilmente se mancha.

- Tela de Bambú

Este tipo de tela es natural y respetuosa con el medio ambiente, es suave, antibacterial y transpirable. Este tipo de fibra fue desarrollado en China en el siglo XX siendo esta una novedad en el mundo textil, ya que está elaborado de la hierba de bambú. La propiedad de la tela de bambú ha crecido gracias a sus propiedades únicas y su sostenibilidad frente a muchas fibras textiles. Por otro lado, la tela de bambú tiene propiedades térmicas y mantiene al bebé fresco en verano y cálido en invierno.

La tela de bambú se usará como absorbente ya que tiene una alta capacidad de absorber líquidos.

- Microfibra

Es un tipo de fibra muy fina, están compuestas de 80% de poliéster y de 20% de poliamida. Son extremadamente suaves e indeformables, con una gran capacidad de absorción. La microfibra se usará como absorbente de líquidos.

- Velcro y broches

Los pañales son unitallas debido a que el velcro permite que se ajuste el pañal a la cintura del bebé, los broches frontales se ajustan a la talla del bebé de 3,5kg a 16 kg.

GEMA E.U comercializará su producto ECO-POMPIS para comodidad del consumidor por unidad que será presentado en diferentes tipos de colores y diseños, embalados en una bolsa de tela elaboradas por la misma empresa.

2.2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

2.2.2.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

GEMA E.U

2.2.2.2. TIPO DE EMPRESA

Empresa Unipersonal (E.U).

2.2.2.3. UBICACIÓN Y TAMAÑO

Nuestro taller estará ubicado en la Av. Circunvalación, Barrio los Álamos.

Se dispone de un espacio amplio de diez metros por seis metros aproximadamente en el que se confeccionaran los pañales.

2.2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL

2.2.3.1. VISIÓN, MISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA

- **Misión:**

Ser la empresa líder a nivel nacional en la producción de pañales ecológicos reutilizables, de alta calidad, e innovadora, cuidando del medio ambiente y brindando la mejor protección a los más pequeños del hogar.

- **Visión:**

Somos una empresa que se dedica a la producción y comercialización de pañales ecológicos, basándonos en la mejora continua, originalidad, protección del medio ambiente y la salud de nuestros bebés; asegurando la plena satisfacción de las madres que tienen hijos entre 0 a 3 años de edad, a través de nuestro compromiso por el bienestar de nuestra niñez.

- **Valores:**

Responsabilidad: Ser puntual en las entregas del producto a los clientes.

Honestidad: Ser transparentes en los negocios, ser íntegro en las acciones que se haga y no tratar de engañar a nadie.

Creatividad: Ser proactivo, buscando nuevas oportunidades en el mercado, conseguir abrir mercado e imponer nuevas estrategias.

Calidad: Brindar un producto de óptimas condiciones para así satisfacer al cliente.

2.2.3.2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA

- ✓ Hacer de ECO-POMPIS la mejor alternativa para proteger la salud del bebé y la economía del hogar.
- ✓ Invertir en herramientas para que el personal sea más productivo.

- ✓ Desarrollar las habilidades de liderazgo en el equipo de trabajo.
- ✓ Posicionar la empresa GEMA E.U con su producto ECO-POMPIS a nivel local en 5 años.
- ✓ Incrementar el rendimiento de producción y control de resultados de eficiencia.
- ✓ Elaborar un control de inventario permanente, coordinación con ventas, producción y compras para establecer un stock óptimo.
- ✓ Crear y mantener un crecimiento constante en ventas de 3% para la primera gestión basada en la demanda estimada.

2.2.3.3. VENTAJAS COMPETITIVAS

- ✓ Personal altamente calificado que asegure una alta productividad.
- ✓ Brindar un excelente producto elaborado con materiales ecológicos y biodegradables.
- ✓ Control administrativo eficaz y eficiente.
- ✓ Contar con costes de producción

III. PLAN DE MARKETING

3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- ✓ Determinar la viabilidad del emprendimiento de pañales ecológicos ubicado en la Ciudad de Tarija, provincia Cercado.
- ✓ Elaborar el estudio de mercado que permita conocer la demanda insatisfecha y sus necesidades en base a las características de la oferta existente.
- ✓ Identificar con qué frecuencia suelen comprar pañales.
- ✓ Identificar si el consumidor o dueño de la tienda estaría dispuesto a comprar otro tipo de pañales.
- ✓ Determinar el punto de venta más frecuentado de los clientes potenciales.
- ✓ Identificar la cantidad de dinero media que el consumidor o dueño de la tienda estaría dispuesto a invertir en los pañales ecológicos.

3.1.1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- ✓ Recopilar información obtenida por los interesados, a través del planteamiento de preguntas bien encauzadas, por medio de encuestas.
- ✓ Conjunta la información, es necesario analizar cada uno de los datos obtenidos, lo que permita determinar características específicas del servicio que se desea ofrecer.
- ✓ Para continuar coherentemente con el desarrollo del proyecto, es debido realizar el cronograma de actividades.
- ✓ Planear y determinar cuáles serán los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- ✓ Elaborar el estudio de mercados, que generen la información acertada, la cual permita identificar el sector en el que se desenvolverá el emprendimiento y las estrategias de Marketing que se desarrollarán para el posicionamiento del emprendimiento.
- ✓ Analizar el sector, conocer la demanda, el consumidor, competidores, que proporcionen un apoyo teórico, y determinar el mercado meta.

✓ Determinar el proceso que se llevará a cabo para la prestación del servicio y satisfacción del consumidor final.

La técnica que usaremos de tipo cuantitativo:

- Muestreo

A través de esta técnica obtendremos el número exacto de personas encuestadas, que se llevara a cabo para levantar información.

- Cuestionario

El cuestionario nos permitirá levantar información con preguntas que están dirigidas a cumplir con los objetivos de esta parte del estudio.

Las técnicas cualitativas que emplearemos:

- Observación directa.
- Entrevistas.

3.1.2. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se realizará la recolección de información de fuentes primarias en la Ciudad de Tarija, los datos primarios son aquellos que originan en la investigación para tratar el problema de investigación.

3.1.2.1. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Población: La población sujeta a estudio estará comprendida por madres en etapa prenatal del municipio de cercado de la Ciudad de Tarija, con respaldo de la base de datos del paquete oficial Tarija subsidio.

Análisis del mercado

De los diferentes consumidores verde; se hará énfasis en los Naturalistas y en los Convencionales. Por un lado, los Naturalistas representan un mercado importante, pues quieren un estilo de vida sano que relacione mente y cuerpo y se preocupan por los efectos secundarios de los químicos, lo que es una ventaja, pues la no utilización de los mismos es uno de los valores diferenciales de los pañales ecológicos.

Por otro lado, los Convencionales por ser prácticos y tener una inclinación fuerte por el ahorro, se podrían ver muy beneficiados por este producto dado el gasto mínimo que representan en los primeros dos años de vida del bebé, comparados con los pañales desechables tradicionales.

El Usuario objetivo está definido por niñas y niños de 0 a 3 años de edad y el comprador está identificado como padres y madres en etapa pre natal entre los 20/40 años de estratos medio-alto; se le apunta a este mercado con pañales de tela de un óptimo nivel de calidad en fibras y procesos, con diseños exclusivos y novedosos, con materiales biodegradables y con un valor agregado funcional que hacen del producto único y diferente en el mercado local

Muestra: Para determinar la muestra de la población con la que se va a trabajar se utilizará el muestreo aleatorio simple.

La fórmula a emplear es:

Formula 1 Muestra

$$n_0 = \frac{N \times Z^2 (p * q)}{e^2 (N - 1) + Z^2 (p * q)}$$

Dónde:

P= Probabilidad de éxito = 50%

q= Probabilidad de fracaso = 50%

e = Error máximo permitido 8% = 0,08

z = Nivel de confianza del 94% = 1,75

N= Tamaño de la población = 16496 mujeres registradas en el subsidio prenatal de la Ciudad de Tarija. 2019

Reemplazando valores tenemos:

Formula 2 Muestra de Madres en etapa Prenatal

$$n_0 = \frac{16496 * 1.75^2 (0.50 * 0.50)}{0.06^2 (16496 - 1) + 1.75^2 (0.50 * 0.50)}$$

$n_0 = 119.$

✓ Presentación y Análisis de Resultados
(ver encuesta en anexo 4)

3.1.2.2. LAS ENCUESTAS

Las técnicas cualitativas nos facilitan información del por qué, o sea de las razones por las que existen determinados hábitos de consumo o de actuación en general. También nos aportan muchas otras cosas, como las preferencias de uso, las estéticas, necesidades ergonómicas, deficiencias que perciben en los productos actuales, los temores, el desconocimiento, la simpatía que despiertan, u otros temas más difíciles de averiguar por ser opiniones mucho más complejas y difíciles de obtener mediante un sondeo masivo.

La encuesta realizada va direccionada a un mercado individual de 119 personas, con la finalidad de respaldar la aceptación de este producto. (Ver anexos 4)

3.1.2.3. EL CUESTIONARIO

El cuestionario es un instrumento de uso frecuente en los estudios de mercado. En primer lugar, nos permite obtener respuestas a preguntas específicas y conocer, por ejemplo, el interés del cliente por un producto o servicio.

3.1.3. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS (MEDIANTE GRÁFICOS ESTADÍSTICOS)

Presentación y Análisis De Los Resultados

Análisis de los datos del cuestionario realizado a 12 tiendas donde se vende pañales desechables, en diferentes distritos de la ciudad de Tarija.

- **PREGUNTA 1**

Tabla 4 Estadístico

Estadísticos		
Usted diría que la venta de pañales es:		
N	Válido	12
	Perdidos	0
Media		1,75
Mediana		1,50
Moda		1

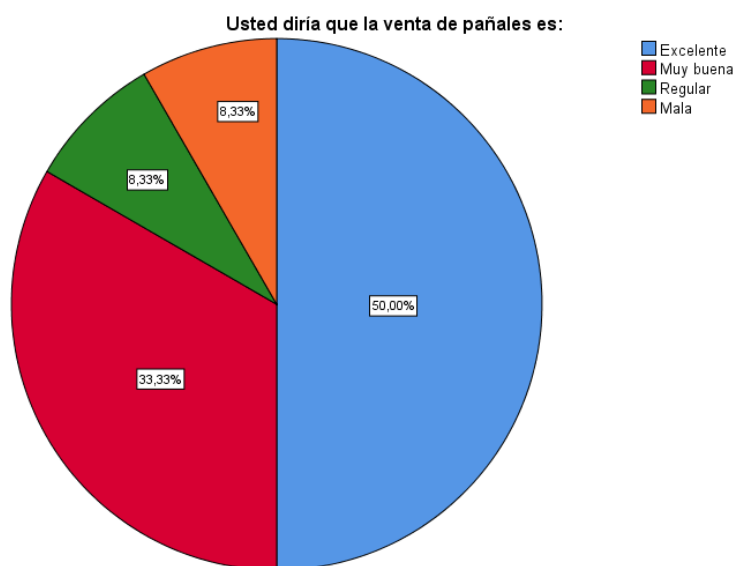
Tabla 5 Pregunta 1

Usted diría que la venta de pañales es:		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	6	50,0	50,0	50,0
	Muy buena	4	33,3	33,3	83,3
	Regular	1	8,3	8,3	91,7
	Mala	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

✓ Interpretación 1

Un 83.33% que es la sumatoria de las dos primeras opciones de los comerciantes dicen que sus ventas están entre excelente y muy buenas las ventas de los pañales desechables. Esto es un indicador positivo por que estarían predispuestos a comprar y revender el producto.

Grafica 1 Venta de Pañales



- PREGUNTA 2**

Tabla 6 Estadístico

Estadísticos		
Está dispuesto a invertir en una mejor alternativa		
N	Válido	12
	Perdidos	0
Media		1,17
Asimetría		2,055
Error estándar de asimetría		,637
Curtosis		2,640
Error estándar de curtosis		1,232

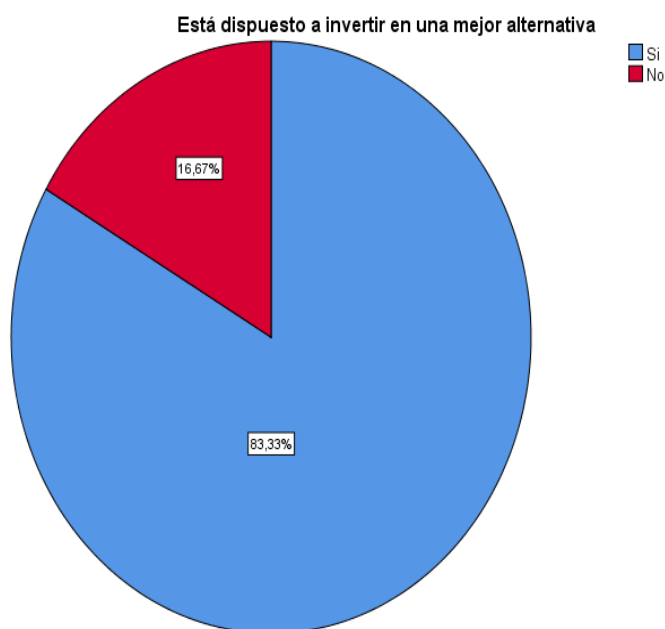
Tabla 7 Pregunta 2

Está dispuesto a invertir en una mejor alternativa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	83,3	83,3	83,3
	No	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

✓ Interpretación 2

Un 83.33% nos dijeron que si estarían dispuestos a invertir en una nueva alternativa como son los pañales ecológicos.

Grafica 2 Inversión



- **PREGUNTA 3**

Tabla 8 Estadístico

Estadísticos		
Qué marca de pañales adquiere		
N	Válido	12
	Perdidos	0
Media		3,08
Asimetría		-,854
Error estándar de asimetría		,637
Curtosis		-,014
Error estándar de curtosis		1,232

Tabla 9 Pregunta 3

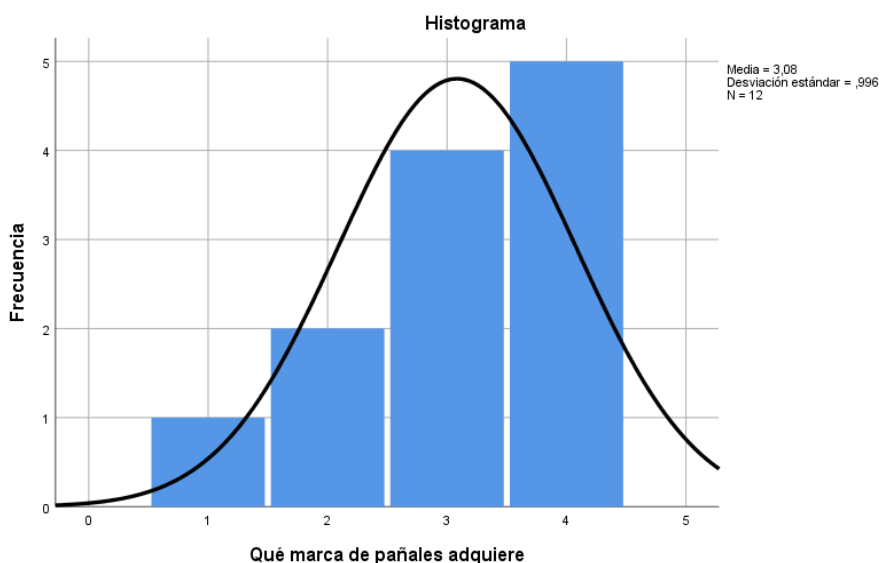
Qué marca de pañales adquiere					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pequeñín	1	8,3	8,3	8,3
	Babysec	2	16,7	16,7	25,0
	Pampers	4	33,3	33,3	58,3
	Huggies	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

✓ Interpretación 3

Con un 41.7% la marca Huggies es la que se vende más en su comercio, seguida de la marca Pampers 33.3%.

Ambas marcas son las más reconocidas y vendidas en los negocios encuestados por la comodidad que le da al bebé y la seguridad que hay con los sujetadores del mismo.

Grafica 3 Marca de Pañales



- PREGUNTA 4**

Tabla 10 Estadístico

Estadísticos		
Precios estimados por paquetes		
N	Válido	12
	Perdidos	0
Media		1,83
Desv. Desviación		,835
Varianza		,697
Rango		2
Mínimo		1
Máximo		3

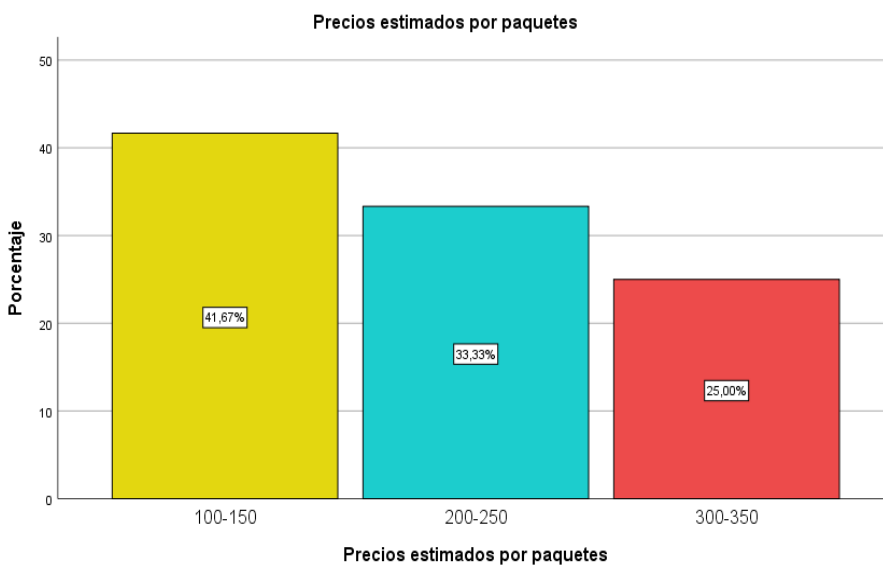
Tabla 11 Pregunta 4

Precios estimados por paquetes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	100-150	5	41,7	41,7	41,7
	200-250	4	33,3	33,3	75,0
	300-350	3	25,0	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

✓ Interpretación 4

La mayoría de los comerciantes invierten de 100-150bs por paquete, seguida por la opción de un precio 200-250 por paquete de pañal.

Grafica 4 Precio Estimado



• PREGUNTA 5

Tabla 12 Estadístico Pregunta 5

Estadísticos		
Por qué prefieren comprarle sus clientes		
N	Válido	12
	Perdidos	0
Media		2,00
Mediana		2,00
Moda		2

Tabla 13 Pregunta 5

Por qué prefieren comprarle sus clientes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Atención al cliente	1	8,3	8,3	8,3
	Precio	10	83,3	83,3	91,7
	Ubicación	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

✓ Interpretación 5

Los comerciantes hacen mención a las tres variables expuestas en el cuestionario, todos coinciden que tanto la atención al cliente como el precio y la ubicación de las tiendas es muy importante para los clientes.

Grafica 5 Preferencia de Compra



• PREGUNTA 6

Tabla 14 Estadístico

Estadísticos		
Rango de edad		
N	Válido	12
	Perdidos	0
Media		1,67
Mediana		2,00
Moda		2
Asimetría		,439
Error estándar de asimetría		,637
Curtosis		-,337
Error estándar de curtosis		1,232

Tabla 15 Pregunta 6

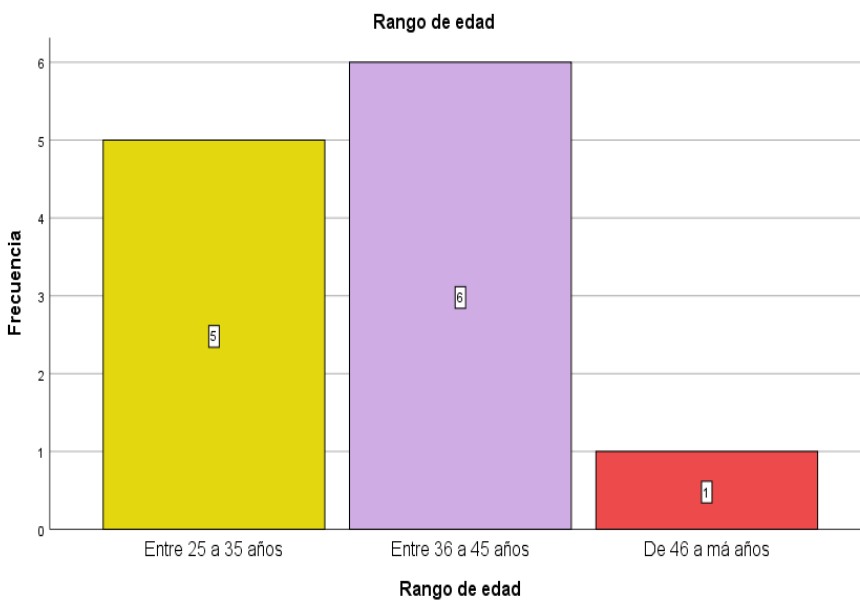
Rango de edad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre 25 a 35 años	5	41,7	41,7	41,7
	Entre 36 a 45 años	6	50,0	50,0	91,7
	De 46 a más años	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

✓ Interpretación 6

Los comerciantes encuestados están entre 25 y 46 años adelante, gente joven que conoce el mercado de los pañales y con la suficiente experiencia al momento de ofrecer el producto.

En el rango de 36 a 45 años edad donde se observa ya un negocio estable donde se podría dejar con facilidades de pago.

Grafica 6 Edad



3.1.5. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS

Cuestionario realizado a 12 tiendas en diferentes distritos de la Ciudad de Tarija, donde las marcas más reconocidas en pañales desechables son Huggies y Pampers, por otro lado, se concluye que el nuevo producto sería aceptado como una nueva alternativa de inversión para las tiendas; las mismas estarían dispuestas a invertir no más de 100bs a 150bs teniendo en cuenta que los mismos comerciantes hacen mención que para su clientela es muy importante la atención al cliente, la ubicación y el precio.

Con los resultados obtenidos de la encuesta podemos saber las opiniones de madres y padres de familia y afirmar las preferencias del tipo de pañal que utilizan para sus bebés.

Al realizar la encuesta nos pudimos dar cuenta de la importancia que tiene la realización de la encuesta ya que nos aporta datos importantes de madres y padres de familia y así tomar medidas correctivas para cualquier proyecto a realizar.

Analizando los resultados de la pregunta 9 podemos decir que el 52,1% de las personas encuestadas no conocen el impacto producido por los pañales desechables, mientras el 47,9% conocen el impacto producido por los pañales desechables, entonces se puede decir que aún falta aumentar la conciencia ambiental. Un porcentaje de la población tiene conciencia ambiental acerca del residuo que generan por ello quieren optar por productos nuevos y de buena calidad para que satisfagan sus necesidades.

Analizando los resultados con respecto a la pregunta si le interesaría comprar pañales ecológicos reutilizables pudimos afirmar que el 94,1% está interesado a comprar pañales ecológicos reutilizables, es decir que la mayoría de las personas encuestadas prefieren comprar el producto ya que son conscientes del impacto ambiental y las personas que no tenían conocimiento sobre el impacto que genera los pañales desechables después de una breve explicación prefieren comprar este nuevo producto.

Es muy necesario que hagamos un estudio de mercado a profundidad para así no haya muchos errores.

3.2. FUNCIÓN DEL MARKETING

3.2.1. OBJETIVOS DE MARKETING

- ✓ Lograr la aceptación del producto en el mercado.
- ✓ Aumentar las ventas un 3% en la primera gestión basada en la demanda estimada.
- ✓ Atraer a nuevos clientes.
- ✓ Introducir técnicas de fidelización y mejora de las relaciones con los clientes.
- ✓ Introducir la empresa GEMA E.U con su producto ECO-POMPIS en nuevos mercados a nivel nacional.
- ✓ Dar a conocer a través del marketing digital nuestra marca y llegar a nuestro público por medio de nuestras publicaciones.
- ✓ Incentivar al público a minimizar la contaminación de pañales desechables, concientizando a través del marketing ecológico.
- ✓ Determinar el presupuesto total de la inversión del plan de marketing.

3.2.2. MARKETING MIX

“Proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar el valor de sus clientes”. (kotler, 2012).

3.2.2.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Nuestro producto es un pañal para bebés de 0 a 3 años de edad completamente innovador, fabricado con materiales ecológicos y biodegradables, que tienen como propósito satisfacer las necesidades de un público objetivo con pocas alternativas a escoger dentro de lo que ofrece el mercado local.

Este producto está fabricado, la parte exterior con PUL - Poliuretano Laminado, la parte interna del pañal con Microfleece, los insertos con tela de Bambú, tela Microfibra, velcro y broches que se ajusta a la cintura y talla del bebé; brindando comodidad, suavidad y variedad de colores lisos y estampados.

3.2.2.2. VARIEDAD

Respecto a la variedad, nos centramos en un modelo de pañal ecológico reutilizable. Posteriormente se innovará otros modelos de pañales y nuevos productos.

✓ **Modelo: 1**



FIGURA 3.1.

Modelo:	1
Nombre:	Pañal de bolsillo
Descripción:	ECO-POMPIS está fabricado en su exterior por una tela llamada PUL que permite la transpiración y a su vez es impermeable. El interior está fabricado de una tela llamada Microfleece, que mantiene seca la piel del bebé, además de ser muy fácil de desmanchar. Cuenta con un sistema de barreras internas para evitar fugas viene en diferentes colores lisos, estampados. Cada pañal trae unos broches frontales para ajustarlo a las diferentes tallas y se ajusta a la cintura por medio de velcro. Cada pañal cuenta con tres absorbentes: un absorbente de microfibra, y dos absorbentes de bambú.
Material:	PUL – Poliuretano Laminado, Microfleece, Bambú, Microfibra.
Peso:	3,5 kg a 16 kg
Talla:	Unitalla

3.2.2.3. DISEÑO

El diseño de los pañales en algunos casos, se añadirá letras o frases cortas eso dependerá de acuerdo a la preferencia del consumidor final.

3.2.2.4. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

✓ Las características de ECO-POMPIS es un producto fabricado con tela Microfleece y tela de Bambú, teniendo como propiedades el ser más suave que las telas de algodón, evita la irritación de la piel, siendo esta una característica muy valorada por nuestros potenciales clientes, combate las alergias, es un producto termo climático, es decir que durante las estaciones de calor son prendas frescas y en las épocas de frío son prendas abrigadoras.

✓ Otra característica importante de ECO-POMPIS es que permite una gran absorción de 300 veces más de los líquidos, no permite que se impregnen olores ni deposiciones fecales lo que hace el lavado de la prenda mucho más fácil.

✓ Entre los beneficios del producto es que es una prenda reutilizable, así mismo hace participar al usuario y concientizarlo en el cuidado del medio ambiente, ya que nuestro producto es biodegradable.

3.2.2.5. EMPAQUE

El producto se entregará en bolsas de tela elaboradas por la misma empresa a los clientes intermediarios.

3.2.3. ESTRATEGIA DE PRECIO

Para determinar el precio de nuestro producto, vamos a utilizar una de las estrategias principales de fijación de precios:

✓ La fijación de precios basada en la competencia

Nuestra estrategia está orientada a la competencia con precio justo, esto con la finalidad de estimular la demanda de nuestro segmento, así mismo al conocer que el precio de nuestro competidor más cercano “Ecopipo” son muy superiores al nuestro.

Tabla 16: Lista De Precio De Venta

PAÑAL	PRECIO
Pañal de bolsillo	150
Pañal todo en dos	150

De acuerdo a la encuesta realizada a las madres y padres de familia en la pregunta 11 ellos responden que están dispuestos a pagar 150bs, esto no es el precio establecido, pero se tomara en cuenta. La empresa GEMA E.U a través del marketing digital, cambiara la percepción de los clientes para justificar el precio del producto.

3.2.3.1. DESCUENTOS

Descuento del 10% para los clientes intermediarios que paguen al contado al momento de la entrega del pedido.

Descuento del 5% por la compra del pañal ecológico por la página web.

3.2.3.2. MODALIDAD DE PAGO

El primer pago es del 50% al momento de entregar el producto a los clientes intermediarios, estos después de vender la cantidad del producto que solicitaron deberán pagar el otro 50% restante. Este pago se realizará con tarjeta o efectivo.

3.2.4. ESTRATEGIA DE PLAZA

La empresa GEMA E.U llegará con el producto hasta el punto de venta de nuestros clientes intermediarios como ser: supermercado Urkupiña, farmacia Farmacorp, farmacia Chavez y tiendas Mundo del pañal, La Cigüeña, A todo bebé, Upa mamá, sucursal de la Cigüeña y tiendas por la zona del mercado campesino. Para ello se requerirá que el chofer cuente con su propio medio de transporte para distribuir nuestro producto a los clientes intermediarios.

3.2.5 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

En esta estrategia se aplicará tres herramientas de promoción: la publicidad, promoción de ventas y marketing directo, cada una tiene una característica para obtener resultados positivos.

✓ Publicidad

Los primeros cinco años se iniciará con marketing en redes sociales, y posteriormente los medios de comunicación como la televisión canal Unitel, radiodifusión Radio Fides, periódico El País, esto se dará paulatinamente.

✓ Promoción de ventas

Nuestra promoción de venta se realizará cuando se lance nuestro producto al mercado en coordinación con nuestros clientes intermediarios se podrá llevar acabo un descuento del 5% por la compra del pañal ecológico reutilizable.

Nuestros sorteos, premiaciones, descuentos y otros, se realizarán por medio de nuestras redes sociales como Facebook y Sitio Web.

Eventos en redes sociales

- Se realizará un cupón de descuento, a la persona que nos diga al menos tres direcciones de donde puede encontrar nuestro producto. Este cupón podrá canjearlo en su próxima compra en cualquier punto de venta.

- Se premiará al consumidor final que más contacto directo tuvo con la página en Facebook, en la cual describa nuestro producto y su experiencia con ECO-POMPIS.
- A la persona que más recomiende nuestro producto en nuestras redes sociales obtendrán un cupón de descuento 5%.
- Se realizará un concurso por votación como “Fotografía ECO-POMPIS” en el cual el bebé este usando nuestro producto, se tendrá 2 premios los cuales se entregarán personalmente.
- Se premiará al bebé en una fecha especial, su cumpleaños con una torta y una tarjeta de gratificación.
- Se realizará descuentos por acumulación de puntos por compras en un punto de venta de preferencias hasta un 10%.

✓ **Marketing directo**

A través de los cupones se obtendrá información del consumidor final y se le podrá enviar el catálogo por correo electrónico.

3.2.6. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

El posicionamiento es el proceso de crear una percepción en la mente del consumidor sobre la naturaleza de una empresa y sus productos en relación con sus competidores.

El posicionamiento se crea por variables como la calidad de los productos, los precios, los métodos de distribución, el empaque, la imagen y otros factores.

El objetivo del posicionamiento es encontrar un nicho en la mente del consumidor que el producto pueda ocupar. (Clow, 2010)

3.2.6.1. IMAGEN DE LA EMPRESA MEDIANTE EL DISEÑO DE LA MARCA, LOGOTIPO Y SLOGAN

Ilustración 2 Imagen



Ilustración 3 Marca y Logotipo de la Empresa



Ilustración 4 Slogan de la Empresa

Cambia el mundo, Cambiando de pañal.

3.2.3.2. MARKETING ELECTRÓNICO

- **Facebook**

Función: Comunidad

Esta página permitirá interactuar a las madres respecto a la experiencia con nuestro producto, como también se subirá con regularidad fotografías de pedidos ya terminados, fotografías de nuevos diseños de nuestro producto. Por este medio también se anunciará en qué punto de venta se realizarán nuestros descuentos, concursos entre otros.

- **WhatsApp Business**

Función: Comunicación directa

Este medio nos permitirá tener una comunicación directa con el consumidor final antes, durante y después de la compra, se le proporcionará información respecto al producto y los puntos de ventas, como también se atenderá quejas respecto al producto, si en caso de tener alguna falla este, se le dará otro producto.

- **Sitio web**

Función: La Empresa

Este sitio web nos permitirá darnos a conocer, a través de nuestra historia quienes somos (visión, misión), exposición del producto en sus diferentes presentaciones y precios, información sobre la materia prima e insumos utilizados, beneficios del pañal ecológico reutilizable, peso del pañal

ecológico, eventos en los que participará, ubicación de nuestra instalación de trabajo, contactos (números, correo electrónico) y dirección de los clientes intermediarios.

3.2.4. ESTRATEGIA DE MERCHANDISING

El Merchandising es el conjunto de actividades realizadas a nivel detallista con el objetivo de AIDA:

A: Atraer la atención.

I: Interesar al cliente.

D: Despertar el deseo.

A: Accionar la compra.

Philip Kotler (2006)

3.2.4.1. OBJETIVO

Conseguir la máxima rentabilidad de los puntos de venta y posicionar la empresa en el mercado, resaltando la presencia de la empresa, la marca y el producto de manera visible y atractivo para el cliente.

3.2.4.2. PROBLEMA

Introducir nuestro producto al mercado, estableciendo una presencia visible, atractiva y continua del producto en el punto de venta.

3.2.4.3. META

Alcanzar el 2% de participación de mercado el primer año, en base a la demanda estimada.

3.2.4.4. ESTRATEGIA

Estrategia de Merchandising

3.2.4.5. POLÍTICA

✓ Todos nuestros clientes intermediarios como ser: el supermercado, farmacias y tiendas deben tener afiches y carteles, esto ayudara a conocer al consumidor final un poco más del producto y sus características. A demás que verá el nombre, la marca y el logo las veces que vaya al punto de venta.

- ✓ El supermercado, las farmacias y tiendas deben tener un exhibidor esto de acuerdo al tamaño del negocio, se le proporcionara un exhibidor grande o mediano, esto con la finalidad de que el producto este a la vista de una manera atractiva para el consumidor final.
- ✓ De acuerdo al convenio con nuestros clientes intermediarios se dará un máximo de 50% de crédito por la cantidad que compre, debiendo cancelar el resto de la cuenta en el siguiente pedido de manera obligatoria.
- ✓ Programar una Promoción por cada fecha especial, como ser: Día del niño, Día de la madre y para Navidad.

3.2.4.6. TÁCTICA

Lograr en la primera y segunda gestión, al menos tres convenios con empresas grandes como supermercados, farmacias y empresas distribuidoras de productos, esto permitirá incrementar las ventas de manera significativa. A partir de la tercera gestión, al menos un contrato estratégico con empresas de distribución de productos a nivel nacional y/o internacional.

3.2.4.7. ACTIVIDADES

La empresa GEMA E.U realizará las siguientes actividades:

- ✓ Se saldrá a las calles para hacer publicidad entregando afiches en las ferias barriales, los días martes en la feria del barrio Senac, miércoles barrio Villa Avaroa, jueves barrio San Bernardo, sábado en el barrio Villa Fátima.
- ✓ Dedicar los días lunes, miércoles y viernes para visitar nuevos negocios o tiendas que se dedican a vender artículos para bebés, con el fin de tener más clientes intermediarios.
- ✓ Con el fin de promover el cuidado del Medio Ambiente el 5 de junio. Se pondrá un stand en la plaza Luis de Fuentes en el cual se hablará del beneficio del uso de pañales ecológicos reutilizables y como este reduce el impacto de contaminación por los pañales desechables. Impulsando su compromiso por el cuidado del Medio Ambiente.

A demás de promocionar nuestro producto se contará con juegos didácticos y se regalará llaveros a los visitantes.

3.2.4.8. RESULTADOS ESPERADOS

- ✓ Lograr un porcentaje de ventas de 3% en la primera gestión en base a la demanda estimada.
- ✓ Lograr la participación de mercado un 2% en la primera gestión en base a la demanda estimada.

3.2.5. ESTRATEGIA DE MARKETING ECOLÓGICO Y SOCIAL

Las 4Rs del marketing ecológico, las cuales son:

✓ **Reducir**

La empresa GEMA E.U va a realizar una campaña de concientización para que las madres de familia reduzcan el uso de pañales desechables por qué cada niño de 0 hasta sus 3 años de edad usa alrededor de 4.000 a 6.000 pañales desechables, esto significa una contaminación de una tonelada de basura aproximadamente, entonces haciendo uso de los pañales ecológicos ECO-POMPIS ayuda a reducir el gran impacto de contaminación de los pañales desechables sobre el medio ambiente.

✓ **Reutilizar**

Nuestro emprendimiento pañales ecológicos ayuda a minimizar los gastos en pañales desechables en los tres primeros años del bebé, esto quiere decir que una madre de familia gasta aproximadamente 10.950 bs en tres años, en comparación con los pañales ecológicos gastaría en los tres primeros años del bebé aproximadamente 1.584 bs. se puede apreciar que hay una gran diferencia ahorrativa de 9.366 bs en comprar pañales ecológicos en lugar de pañales desechables.

✓ **Reciclar**

Nuestra empresa GEMA E.U realizará una campaña denominada “Recicla tu absorbente”, en el cual la empresa hará el recojo de los absorbentes de bambú, como también se desarrollará un video en la que se haga referencia al reciclado del bambú que estará disponible en nuestra página de Facebook para que el consumidor final pueda realizarlo en su jardín

✓ **Recuperar**

La empresa hace participar al consumidor final y concientizarlo en el cuidado del medio ambiente ya que el absorbente de bambú es biodegradable y este al ser después de su vida de uso será enterrado en un jardín porque forma parte de la naturaleza cumpliendo la función de agente

fertilizante de acuerdo a los estudios realizados en Colombia por la universidad nacional de Colombia en el año 2004.

Entonces nuestra empresa, realizara el recojo de los absorbentes de bambú como se mencionaba anteriormente o el consumidor puede enterrarlo en su propio jardín.

3.2.6. PRESUPUESTO DE MARKETING

Tabla 17: Presupuesto (Expresado En Bolivianos)

N°	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL
1.	Internet Wifi de Entel (velocidad de 15 Mbps)	Ilimitado	143,00	1.716,00
2.	Configuración y monitoreo de redes sociales (incluido en la parte operativa)	Continuo	0,00	0,00
3.	Publicidad en general (banners y afiches)	Continuo	2000	24.000
TOTAL IMPORTE EN BOLIVIANOS				25.716

Fuente: Elaboración propia

IV. PLAN DE PRODUCCIÓN

4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.

- ✓ Establecer los requerimientos iniciales de materia prima, insumos y materiales, necesarios para el proceso productivo.
- ✓ Determinar las necesidades de espacio y ambientes especiales para el almacenamiento de materiales y productos terminados.
- ✓ Detallar gráfica y literalmente el proceso completo de fabricación.
- ✓ Detallar y diseñar la logística necesaria para la compra, traslado y almacenaje de la cadena de valor.
- ✓ Describir las características fundamentales y requerimientos necesarios en cuanto a instalaciones, maquinaria y el personal necesario para el inicio de las actividades operativas del proceso productivo.
- ✓ Determinar la capacidad de producción y la flexibilidad para adaptar esta capacidad de producción a variaciones, en aumento o en disminución, de la demanda por parte del mercado.
- ✓ Determinar el costo de producción.

4.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO (Diseño y especificaciones).

Detallar proceso por proceso la elaboración de los pañales ecológicos.

4.3. DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

1. Adquisición de materia prima

De acuerdo con las necesidades de la empresa en esta etapa se compra la materia prima para la confección de los pañales y los insumos necesarios para su producción.

2. Almacenamiento de la materia prima e insumos

En este proceso se ingresa la materia prima adquirida y se realiza la clasificación correspondiente por códigos y colores utilizados, lo que ayudará a un control sobre el stock de materiales.

3. Análisis de diseños

De acuerdo a la orden de producción se realiza la selección de materias primas y se procede a la confección del pañal ecológico.

4. Trazado y corte

En este proceso realizan el trazado y corte de tela de acuerdo a colores ya que la talla es única, se adapta al crecimiento del bebé.

5. Costura

Corresponde la entrega de piezas al área de costura para ser confeccionado por el equipo de trabajo y mediante un seguimiento de control de productos terminados.

6. Control de calidad

En un proceso muy importante, en el que se revisa la confección del producto terminado, se establece una comparación con modelos y diseños estandarizados. En caso de que exista alguna falla de fábrica o desviación, los productos serán retirados y dados de baja.

7. Etiquetado

Luego del control de calidad se procede a la colocación de la etiqueta donde especifica la información del producto y la marca, para finalizar el proceso de producción en el área de costura.

8. Empaquetado

En esta fase se procede a colocar las unidades de pañales en su respectivo empaque es decir se utilizará una bolsa de tela hecha por la empresa, esto con el fin de evitar el uso de las bolsas de plástico que contamina el medio ambiente.

9. Ingreso de producto terminado a almacén

Esta persona va ser encargada del registro de Kardex de materiales, materia prima e insumos y productos terminados, para que cumpla con la información requerida por contabilidad. Los productos terminados luego de ser ingresados a almacén, podrán ser enviados a sus respectivos sitios de expendio

4.3.1. TIPO DE PROCESO

Para el emprendimiento, utilizaremos la producción continua enfocados en tener inventario y no solo por cumplir con pedidos específicos.

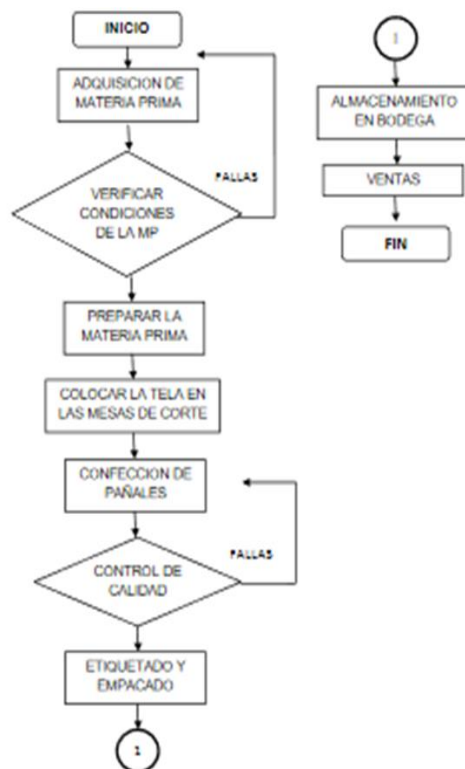
La calidad de la producción se mantiene uniforme, porque cada etapa desarrolla su habilidad a través de la repetición del trabajo ya que el producto es homogéneo.

En el proceso como no es necesario el almacenamiento, lo que reduce las instalaciones de manejo de materiales y transporte.

Con lo que se reduce el costo general por unidad, debido a la distribución de grandes costos fijos de los equipos especializados en un gran volumen de producción.

4.4. FLUJOGRAMA DEL PROCESO

Ilustración 5: Flujo De Producción Del Pañal



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 6: Flujograma De Proceso



Fuente: Elaboración propia

4.5. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

La industrialización textil significó el paso progresivo de una producción muy artesanal mediante herramientas simples, a la producción en grandes fábricas con multitud de telares, que funcionaban con energía hidráulica o máquinas de vapor.

4.5.1. REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS

Para la definición del equipo más idóneo se ha considerado tres factores:

- Velocidad: Cantidad de pañales que puede producir al día.
- Desperdicio: Unidades producidas y que no cumplen con las especificaciones de calidad

- **Tiempo Perdido:** Tiempo que se pierde cuando la máquina esta sin producir por reparaciones, mantenimiento o calibraciones. Además, tiene un acople para pegar elástico útil en la confección del pañal.

✓ **RECUBRIDORA, MARCA HOSEKI**

Velocidad. -2800 rpm (media)

Hilado. -5 hilos, soporta uno de sedas (poliéster) en su lupers y un hilo (poli algodón) en la aguja y otro para la cadena

Agujas. -90/14, 80/12

Función. -realiza costuras terminadas (doblado de extremos de prendas)

Ilustración 7: Maquina Recubridora, Marca Hoseki



Fuente: Investigación directa

✓ **ELASTICADORA, MARCA HOSEKI**

Velocidad. -2800 rpm (media)

Hilado. -6 hilos, capas de usar sedas (poliéster) en sus dos lupers y un hilo (poli algodón) en la aguja.

Agujas. -90/14 gas, 80/12gas

Ilustración 8.: Maquina Elasticadora, Marca Hoseki



Fuente: Investigación directa

✓ **CORTADORA, MARCA HOSEKI**

Sirve para cortar la tela en varias capas con un máximo de 36 vueltas. Tiene una cuchilla de 8 pulgadas con filo.

Ilustración 9.: Maquina Cortadora, Marca Hoseki



Fuente: Elaboración propia

4.6. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES

Después de diseñar el plan de negocio para poner en marcha la comercializadora y tienda virtual de pañales verdes, será el momento de empezar a crear el sitio web de comercio electrónico.

El primer paso es seleccionar las herramientas que desea utilizar para diseñar y codificar su sitio.

4.6.1. NECESIDAD DE MATERIA PRIMA

➤ TELAS

Los pañales ECO-POMPIS están elaborados en telas muy especiales:

✓ PUL – Poliuretano Laminado

Esta tela es la parte exterior del pañal, es un impermeable, ligero extremadamente durable

✓ Tela Microfleece

Esta tela se usará en la parte interior del pañal, el Microfleece, también llamado micro vellón o siempre seco, se considera que es más ecológico que la lana.

Es fácil de lavar, las heces se desprenden fácilmente y difícilmente se mancha.

✓ Tela de bambú

La tela de bambú se usará como absorbente ya que tiene una alta capacidad de absorber líquidos.

✓ Microfibra

Son extremadamente suaves e indeformables, con una gran capacidad de absorción La microfibra se usará como absorbente de líquidos.

4.6.2. PROVEEDORES NEGOCIABLES (PARA QUE INSUMOS O MATERIALES)

importaremos la materia prima e insumo para la fabricación de los pañales ecológicos de las siguientes empresas textiles:

Tabla 18: Proveedores

DETALLE	MATERIAL	PAÍS	TIENDA
TELA	Tela Bambú	Argentina, Buenos Aires.	Telas Creaciones Merlo. Green textiles Devoto.
TELA	Microfleece “tela siempre seco”	Bolivia, Tarija.	Telas Juanita.
TELA	PUL – Poliuretano Laminado	Chile, Santiago.	Todo Patchwork
UTILERIA	Hilos poliéster	Bolivia, La Paz.	ATiKa.
UTILERIA	Broches Velcro	Bolivia, Santa Cruz	KUWE.

Elaboración: propia.

4.7. CAPACIDAD PRODUCTIVA

Teniendo en cuenta que, la empresa confeccionará un aproximado de 14.967 pañales ecológicos ECO-POMPIS en su primer año, del cual, utiliza 1 metro de tela en promedio por pañal, la productividad del taller seria de:

Formula 3 Capacidad Productiva

$$P = \frac{\text{Unidades Producidas}}{\text{Unid.Recursos Utilizados}} = \frac{11.000}{11.000*2} = \frac{11.000}{22.000}$$

$$P = 0,5 = 50\%$$

Formula 4 Capacidad Productiva en Unidades

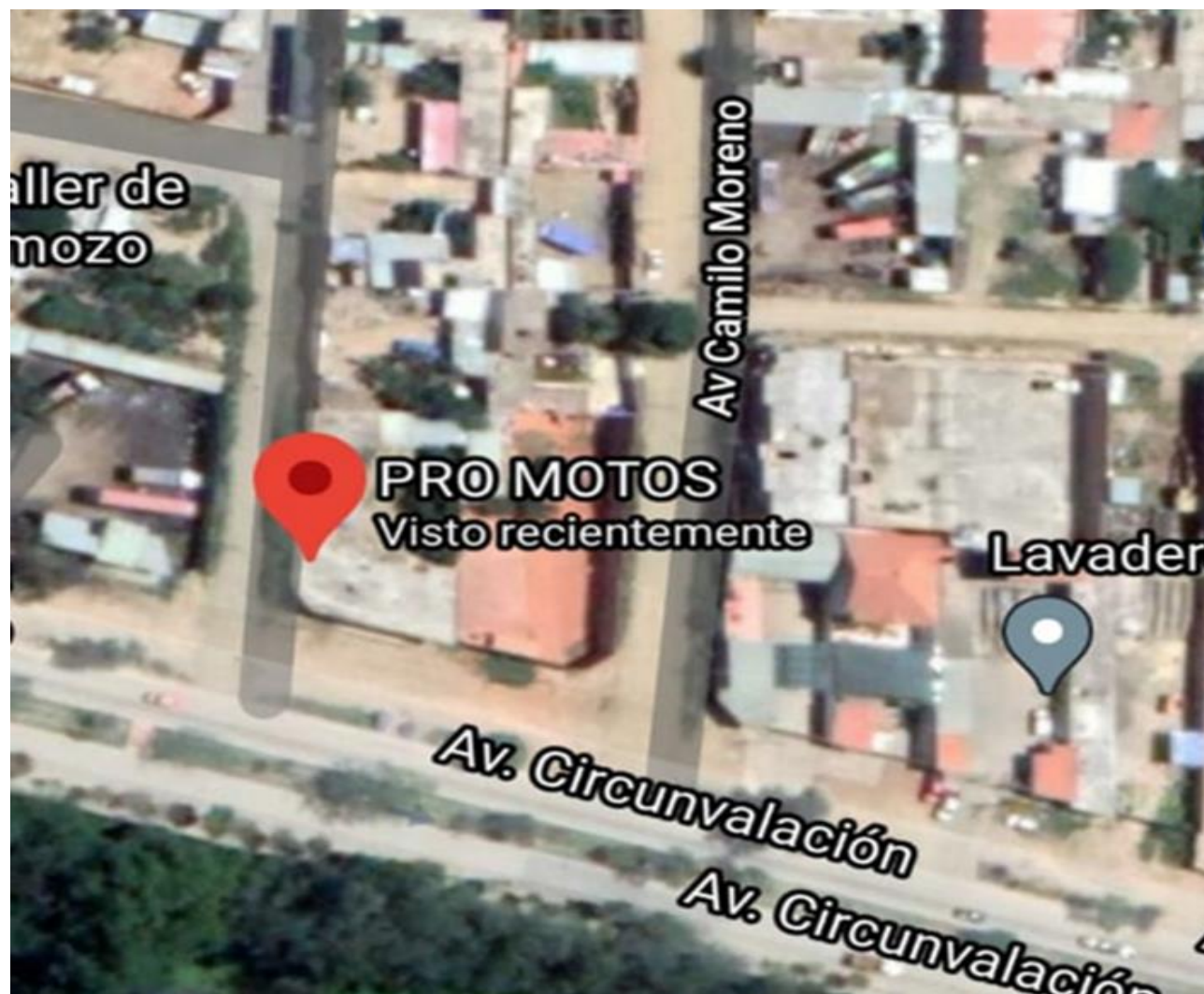
$$P = \frac{\text{Nº Maquinas*Horas de trabajo*Min por Hora (60)*%Eficiencia}}{\text{Tiempo en minutos para producir un traje o disfraz}}$$

$$P = \frac{6*8*60*50\%}{85} = 12 \text{ pañales de tela al día.}$$

4.8. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La localización de nuestro taller estará ubicada en la ciudad, Avenida Circunvalación y Camilo Moreno debido a que dicho local, nos resulta más económico el alquiler.

Ilustración 10 Ubicación



4.9. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS

Ilustración 11 Plano



4.10. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

Norma Interna:

Según la Ley General de Higiene, Seguridad Ocupacional y Bienestar Laboral, Decreto Ley N° 16998. De acuerdo al Art. 6 (Obligaciones del Empleador), la empresa GEMA E.U se compromete a:

- ✓ Cumplir las leyes y reglamentos relativos a la higiene, seguridad ocupacional y bienestar.
- ✓ Mantener en buen estado de conservación, utilización y funcionamiento, las maquinarias y útiles de trabajo.
- ✓ Instalar los equipos necesarios para prevenir y combatir incendios y otros siniestros.
- ✓ Proporcionar iluminación adecuada para la ejecución del trabajo.
- ✓ Proveer y mantener ropa y/o equipos protectores adecuados contra el riesgo del covid-19, indumentaria de seguridad, lentes protectores, barbijo KN-95 y guantes de nitrilo.
- ✓ Proporcionar las facilidades sanitarias mínimas para la higiene y bienestar de los trabajadores mediante la instalación y mantenimiento de servicios higiénicos, lavamanos, casilleros y otros.

- ✓ Colocar y mantener en lugares visibles avisos o carteles que indiquen medidas de higiene y seguridad.
- ✓ Promover la capacitación del personal en materia de prevención de riesgos de trabajo. (máquina de cortar).
- ✓ Llevar un registro y estadística de enfermedades y accidentes de trabajo que se produzcan en el trabajo.

4.11. CONTROL DE CALIDAD

Se tendrá un especial cuidado desde el ingreso del material o tela hasta su posterior entrega, por lo que su control de calidad se realizara tres veces en todo el proceso de la confección, las cuales son:

- 1) 1er Control (Compra de Materia Prima): Se prestará atención a la elección de la tela que sea más adecuado para el pañal, que sea fácil de trabajar, que no se destiña al momento del lavado y se pueda encontrar una amplia gama en colores y diseños.
- 2) 2do Control (Antes del Diseño-Trazo-Corte): Se lavará la tela antes de comenzar a trabajar para evitar que se contraiga más tarde o durante el proceso, luego se secará y planchará para su posterior tratamiento. Lo que nos permitirá ver si el material que se adquirió es de buena calidad y resistente.
- 3) 3er Control (Acabado o Terminado): En la operación de Acabado o Terminado se realizará una minuciosa inspección del molde para perfeccionarlo y que quede tal prolijo.

4.12. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Para la elaboración de los costos de producción, elaboraremos el siguiente cuadro para determinar el Costo Total del producto.

Tabla 19 Costo De Materiales

COSTO DE MATERIALES POR UNIDAD		
Materiales	Cantidad	Precio
Inserto	0.5 mts	2.5 bs
Microfleece	0.5 mts	2.5 bs
Tela PUL	1 mts	15 bs
Velcro	1 mts	1.30 bs
Elástico	1 mts	2 bs
Hilo	unidad	3 bs
TOTAL, bs		26.30 bs

Tabla 20 Costo De Mano De Obra

COSTO DE MANO DE OBRA UNITARIO							
			MANO DE OBRA DIRECTA			MANO DE OBRA INDIRECTA	
Pañal	Hra	Importe	Hra	Importe	Orden	Hra	Importe
1	0.45 min	6.75 bs	0.45	6.75	1	0.1	2
	0.1 min	2bs					
TOTAL	0.55 min	8.75 bs					

Tabla 21 Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS POR UNIDAD	
Luz	1 bs
Agua	0.60 bs
TOTAL	1.60 bs

V. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

5.1. OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS

- ✓ Contar con una persona idónea encargada de la toma de decisiones para encaminar el proceso productivo de la empresa.
- ✓ Motivar y capacitar a los empleados a crecer y desarrollarse en la empresa
- ✓ Contar con los mejores operarios que manejen maquinas industriales (producción)
- ✓ Contar con un personal que esté capacitado y que tenga experiencia en distribución de productos.
- ✓ Cumplir con lo establecido en la Ley General de Trabajo.

5.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL

El diseño organizacional es el proceso de construir y adaptar continuamente la estructura de la organización para que alcance sus objetivos y estrategias. La estructura representa la interrelación entre los órganos y las tareas dentro de una organización.

Es complejo debido a la existencia de muchos puestos y unidades cuya integración y coordinación exige mucho más que la simple acumulación o unión de puestos o unidades. Las relaciones entre los puestos de una organización deben tomar en cuenta que cada uno está vinculado con otros. (Chiavenato pág. 92).

5.2.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Niveles Jerárquicos

Nivel estratégico: El administrador asume una responsabilidad directa sobre las decisiones. Define políticas y objetivos de la empresa.

Nivel táctico: Los jefes de cada departamento desarrollan y coordinan sus gestiones con otras personas, aplican y hacen seguimiento de los procesos y sistemas de su área. Tiene autonomía en la toma de decisiones operativas para la consecución de los objetivos de su equipo.

Nivel operativo: Su función es desarrollar de manera eficaz las tareas que se les asigne en la empresa.


5.2.1.1. ORGANIGRAMA


Grafica 7 Organigrama





5.2.2. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS O MANUAL DE FUNCIONES


Tabla 22: Manual De Funciones


 <p><i>Cambia el mundo, Cambiando de pañal.</i></p>	Nombre de la empresa	Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U	Página: 1	10
Descripción del puesto			
Identificación del cargo Nombre del cargo: Administrador Ubicación: Nivel Estratégico Jefe inmediato: ---- Subordinados: Jefe de producción, Jefe de marketing, Jefe de recursos humanos, Jefe de finanzas y todo el nivel operativo Número de cargos: Uno Tipo de contratación: Contrato directo			
Naturaleza del cargo: Ejecutar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial, facilidad en la toma de decisiones con un alto sentido de responsabilidad y compromiso con la empresa.			
Descripción de Función: <ul style="list-style-type: none"> - Gestionar efectivamente los activos de la empresa, optimizando los costos - Administrar los recursos de la empresa asignando al área correspondiente para cumplir las metas, misión visión de la empresa. - Mantener constante contacto con las áreas, respecto a las novedades u otros aspectos relacionados al área de trabajo. - Dirigir las relaciones de la empresa, tanto con los clientes como con los proveedores. - Identificar áreas de oportunidad dentro y fuera de la empresa, que le permita ser más competitiva en el mercado. - Manejar y controlar las cuentas de la empresa. 			
Perfil requerido: Educación: licenciatura en administración de empresa Experiencia: Dos años			


 <p>Cambia el mundo, Cambiando de pañal.</p>	Nombre de la empresa		Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U.		Página: 2	10
Descripción del puesto				
Identificación del cargo Nombre del cargo: Secretaria Ejecutiva Ubicación: Nivel Estratégico Jefe inmediato: Administrador Subordinados: --- Número de cargos: Uno Tipo de contratación: Contrato directo				
Naturaleza del trabajo: . Ejecución de actividades contables de gran variedad, manejar y tramitar documentos e información confidencial de la organización y llevar las relaciones con el público y demás trabajadores de la empresa				
Descripción de Función: <ul style="list-style-type: none"> - Acatar las normas y disposiciones de la empresa - Organizar las citas y reuniones de negocios del administrador y llevar libro de actas. - Establecer relación publica con los consultores externos en caso de requerirlo. - Ser responsable, eficiente y manejarse discretamente en el desarrollo de sus funciones. - Establecer buena relación con el personal de la empresa. - Asegurarse que la empresa cumpla con ciertas obligaciones legales comprobando la adecuación de una variedad de documentos. 				
Perfil requerido: Educación: Secretaria Ejecutiva. Conocimiento en relaciones humanas Experiencia: Dos años en funciones similares.				


 <p><i>Cambia el mundo, Cambiando de pañal.</i></p>	Nombre de la empresa	Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U.	Página: 3	10
Descripción del puesto			
<p>Identificación del cargo Nombre del cargo: Jefe de Producción Ubicación: Nivel Táctico Jefe inmediato: Administrador Subordinados: operario 1, operario 2 y almacén Número de cargos: Uno Tipo de contratación: Contrato directo</p>			
<p>Naturaleza del trabajo: Es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa, tanto a nivel del producto, como a nivel de gestión del personal obrero, con el objetivo de cumplir con la producción prevista en tiempo y calidad del trabajo, mediante la eficiente administración del departamento.</p>			
<p>Descripción de Función:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar seguimiento a la elaboración del producto, verificando la calidad y acabado - Mantener una comunicación continua con el encargado de ventas. - Controlar el orden, higiene y seguridad en el lugar de trabajo. - Maximizar la productividad y rendimiento de la línea. - Registrar la información diaria en los informes de producción. - Corregir e informa oportunamente deficiencias detectadas en el proceso productivo. - Supervisar aseos profundos de las maquinarias y equipos. - Supervisar la recepción de la materia prima para la elaboración del producto. 			
<p>Perfil requerido: Educación: Ingeniero Industrial Experiencia: 2 a 3 años de experiencia en área de producción, manejo de inventarios.</p>			

	Nombre de la empresa	Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U.	Página: 4	10
Descripción del puesto			
Identificación del cargo Nombre del cargo: Jefe de Marketing Ubicación: Nivel Táctico Jefe inmediato: Administrador Subordinados: Promotor de ventas Número de cargos: Uno Tipo de contratación: Contrato directo			
Naturaleza del trabajo: Crear e implementar las estrategias necesarias de marketing y publicidad, que permitan fortalecer la difusión y la imagen de la empresa. Atender a los clientes que soliciten el producto, ofreciendo el mismo de la forma más cordial y eficaz para contribuir al fortalecimiento y posicionamiento de la misma.			
Descripción de Función: <ul style="list-style-type: none"> - Orientar las decisiones estratégicas, detectar oportunidades y riesgos de mercado. - Reforzar la imagen y el posicionamiento de la empresa y favorecer la implementación de los objetivos, apoyando la gestión de la venta. - Procurar los recursos necesarios para alcanzarlos. - Monitorear los gastos de publicidad, Merchandising y promociones - Atender de manera eficaz y eficiente a los clientes. - Atraer a los clientes de manera servicial y amena ante la imagen de la empresa. - Realizar un informe semanal de las actividades realizadas. 			
Perfil requerido Educación: licenciado en administración de empresas, mercadotecnia, especialización en marketing/venta. Experiencia: 3 años de experiencia o cargos similares.			


 <p><i>Cambia el mundo, Cambiando de pañal.</i></p>	Nombre de la empresa	Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U.	Página: 5	10
Descripción del puesto			
Identificación del cargo Nombre del cargo: Jefe de Recursos Humano Ubicación: Nivel Táctico Jefe inmediato: Administrador Subordinados: --- Número de cargos: Uno Tipo de contratación: Contrato directo			
Naturaleza del trabajo: Coordinar las actividades necesarias para llevar un adecuado control de proceso de reclutamiento, selección y contratación del personal, para garantizar el establecimiento y mantenimiento de optimas relaciones laborales y un adecuado manejo del plantel humano dentro del marco legal.			
Descripción de Función: <ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con las políticas relacionadas con la administración del talento humano. - Garantizar que las diferentes áreas de la empresa cuenten con el personal necesario. - Elaborar de manera oportuna los contratos del personal de acuerdo a los procedimientos establecidos. - Controlar la nómina y pago de seguro social - Mantener actualizada la información del personal. - Proporcionar a todo el personal credenciales que permitan identificarlos en su centro de trabajo. - Gestionar los programas del plan semestral de capacitación 			
Perfil requerido: Educación: licenciado en administración de empresas, ingeniero industrial, estudios específicos en gestión humana, conocimiento de derecho laboral. Experiencia: dos años en funciones similares			

	Nombre de la empresa		Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U.		Página: 6	10
Descripción del puesto				
Identificación del cargo Nombre del cargo: Jefe de Finanzas Ubicación: Nivel Táctico Jefe inmediato: Administrador Subordinados: --- Número de cargos: Uno Tipo de contratación: Contrato directo				
Naturaleza del trabajo: Ejecución de actividades contables de gran variedad, manejar y tramitar documentos e información confidencial de la empresa.				
Descripción de Función: <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar, proponer e implantar los sistemas y procedimientos contables de la empresa. - Registrar y controlar el manejo contable de los recursos, obligaciones y patrimonio de la empresa de conformidad con las técnicas de contabilidad y las normas fiscales y administrativas vigentes. - Elaborar , en coordinación con la gerencia, los estudios para formular las estrategias de carácter contable de la empresa. 				
Perfil requerido: Educación: Licenciado en contabilidad, especialista en finanzas y ramas afines. Experiencia: Tres años en funciones similares.				

	Nombre de la empresa	Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U.	Página: 7	10
Descripción del puesto			
Identificación del cargo Nombre del cargo: Promotor de ventas Ubicación: Nivel Operativo Jefe inmediato: Jefe de marketing Subordinados: --- Número de cargos: Uno Tipo de contratación: Contrato directo			
Naturaleza del trabajo: Captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en la zona de ventas, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros. Hacer entrega del producto a los clientes con responsabilidad y puntualidad.			
Descripción de Función: <ul style="list-style-type: none"> - Establecer un nexo entre el cliente y la empresa. - Contribuir activamente a la solución de problemas - Asesorar a los clientes acerca de cómo el producto que ofrece puede satisfacer sus necesidades. - Captar más clientes. - Entregar el empaque al destinatario correspondiente. - Recopilar los acuses de recibo debidamente firmados. - El costo del envío será gratuito dentro de la ciudad de Tarija, en caso de que el pedido sea fuera de la ciudad será enviado con recargo de 10bs. - Realizar reparaciones menores en el vehículo. 			
Perfil requerido: Educación: Ingeniería comercial Experiencia: un año en función de ventas			

 <p><i>Cambia el mundo, Cambiando de pañal.</i></p>	Nombre de la empresa	Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U.	Página: 8	10
Descripción del puesto			
Identificación del cargo Nombre del cargo: Operario 1 Ubicación: Nivel Operativo Jefe inmediato: Jefe de producción Subordinados: ---- Número de cargos: Uno Tipo de contratación: Contrato directo			
Naturaleza del trabajo: Crear o confeccionar los pañales ecológicos			
Descripción de Función: <ul style="list-style-type: none"> - Realizar el producto - Cortar los moldes y coser telas - Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato. - Embalar el producto. - Garantizar el cumplimiento en las fechas de entrega. 			
Perfil requerido: Educación: Bachiller y Certificado de estudio de corte y confección Experiencia: Seis meses a un año con experiencia en costura de ropa o afines.			

 <p>Cambia el mundo, Cambiando de pañal.</p>	Nombre de la empresa	Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U.	Página: 9	10
Descripción del puesto			
Identificación del cargo Nombre del cargo: Operario 2 Ubicación: Nivel Operativo Jefe inmediato: Jefe de producción Subordinados: ---- Número de cargos: Dos Tipo de contratación: Contrato directo			
Naturaleza del trabajo: Crear o confeccionar los pañales ecológicos			
Descripción de Función: <ul style="list-style-type: none"> - Realizar el producto - Cortar los moldes y coser telas - Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato. - Embalar el producto. - Garantizar el cumplimiento en las fechas de entrega. 			
Perfil requerido: Educación: Bachiller y Certificado de estudio de corte y confección Experiencia: Seis meses a un año con experiencia en costura de ropa o afines			

 <p>Cambia el mundo, Cambiando de pañal.</p>	Nombre de la empresa	Fecha: 19/12/2020	
	GEMA E.U.	Página: 10	10
Descripción del puesto			
Identificación del cargo Nombre del cargo: Almacén Ubicación: Nivel Operativo Jefe inmediato: Jefe de producción Subordinados: ---- Número de cargos: Uno Tipo de contratación: Contrato directo			
Naturaleza del trabajo: Tener control de toda la mercancía, responsabilizarse del control de la calidad de los productos que se encuentran en el almacén.			
Descripción de Función: <ul style="list-style-type: none"> - Registro de Kardex - Velar por que las deficiencias (productos dañados, faltantes, sobrantes) detectadas en el almacén sean reportadas. - Verificar el adecuado manejo del producto en la carga y descarga - Verificar que el personal operativo cuente con las herramientas adecuadas para un mayor desenvolvimiento en las actividades encomendadas. 			
Perfil requerido: Educación: Técnico superior en contabilidad Experiencia: Un año de experiencia en cargos similares			

5.2.3. PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL (DESDE DE RECLUTAMIENTO HASTA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO)

La función administrativa de integración de personal se define como cubrir y mantener cubiertos los puestos de la estructura organizacional este objetivo se cumple al identificar los requerimientos de la fuerza de trabajo, realizar un inventario del personal disponible y reclutar, seleccionar, contratar, evaluar y capacitar o desarrollar en alguna otra forma tanto a los candidatos como a los titulares de los puestos, para que puedan cumplir con sus tareas de un modo eficaz y eficiente.

5.2.3.1. RECLUTAMIENTO

En este proceso la empresa busca cubrir los puestos vacantes en la estructura organizacional, por ello el administrador será encargado de reclutar al personal idóneo que cumpla las características de acuerdo al manual de funciones.

Las fuentes utilizadas para el reclutamiento serán:

- ✓ Internas: La empresa cubrirá los puestos vacantes mediante la promoción o transferencia de sus empleados.
- ✓ Externas: La empresa atraerá candidatos mediante anuncios por radio Fides Tarija “La bolsita de trabajo”, por internet en grupos de Facebook “la Inmobiliaria Tarija” y otros grupos, como también sindicatos o asociaciones de profesionales, instituciones académicas, agencia de empleos.

No se realizará publicaciones por televisión o periódico porque esto genera costos y lo que se desea es reducir gastos en esta parte.

5.2.3.2. SELECCIÓN

En esta etapa de selección se busca entre los candidatos reclutados a los más adecuados para los puestos disponibles con la intención de mantener o aumentar la eficiencia y el desempeño personal, así como la eficacia de la empresa, para lo cual la empresa aplicara las siguientes técnicas de selección de personal de acuerdo a los requisitos de cada cargo:

- ✓ Hoja de solicitud: Se hará un análisis de los curriculum, esto nos permitirá conocer los datos generales del solicitante, datos de sus trabajos anteriores y datos sobre sus conocimientos adquiridos.

✓ Entrevistas: Este instrumento es muy valioso para seleccionar al personal, complementa y aclara los datos de la hoja de solicitud y permite obtener más vivamente informes sobre motivación del solicitante.

5.2.3.3. CONTRATACIÓN

Una vez que el personal sea seleccionado por el administrador, deberá convocar al mismo para posteriormente proceder a la contratación, el candidato deberá presentar los siguientes documentos:

- ✓ Fotocopia de carnet de identidad
- ✓ Fotocopia de luz o agua
- ✓ Croquis de la vivienda
- ✓ Referencias laborales
- ✓ Certificado de antecedentes emitido por la FELCC y FELCN
- ✓ Licencia de conducir, si fuera el caso.

5.2.3.4. INDUCCIÓN

Tiene por fin articular y armonizar el nuevo elemento al equipo de trabajo del cual formara parte en la forma más rápida y adecuada. Se hará la explicación detalla de su trabajo a base del manual de funciones correspondiente, las políticas generales de la empresa en cuanto horarios, día y lugar de pago, la presentación a sus compañeros de trabajo, presentación personal con los principales jefes.

Se realizará un programa de entrenamiento con el objetivo de asegurar que el personal este adecuadamente entrenado, esto contribuye no solamente a incrementar la cantidad y calidad de la producción, sino también la seguridad, la satisfacción en el trabajo y el ajuste personal de los empleados, como también el entrenamiento es una oportunidad para adquirir nuevas habilidades y calificar para trabajos en un nivel superior.

5.2.3.5. CAPACITACIÓN

La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por el medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de los objetivos definidos.

La empresa desarrollara la capacitación de la siguiente manera:

- ✓ Desarrollo de habilidades: Sobre todo las habilidades, destrezas y conocimientos relacionadas con el desempeño del puesto, esta capacitación va orientada directamente hacia las tareas y operaciones que se realizan.
- ✓ Desarrollo o modificación de actitudes: Es decir, la modificación de actitudes negativas de los trabajadores para convertirlas en favorables, como aumentar la motivación. Esto implica la adquisición de nuevos hábitos y actitudes sobre todo en relación con los clientes (como la capacitación al encargado de ventas y al distribuidor).

5.2.3.6. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Evaluar el desempeño es una apreciación sistémica de cómo se desempeña una persona en un puesto y de su potencial de desarrollo. Toda evaluación es un proceso para estimular o juzgar el valor, excelencia y cualidades de una persona.

La evaluación de desempeño permitirá a la empresa cubrir los siguientes propósitos:

- ✓ Promover de un puesto a otro en base a su desempeño de cada trabajador o por lo contrario despedirlo con pruebas justificadas.
- ✓ Permitirá conocer las necesidades de entrenamiento y capacitación del personal.
- ✓ Tomar decisiones generales sobre el personal.

- **Método de escala grafica**

Se aplicará este método para medir el desempeño del personal

Se buscará ofrecer el mejor clima laboral a todos los trabajadores, tratando así que los trabajadores se sientan a gusto en el lugar de trabajo, y que esto afecte directamente la productividad.

Tabla 23: Método De Escala Grafica

Evaluación del desempeño						
Nombre del trabajador: _____				Fecha: __/__/__		
Departamento: _____		puesto: _____				
Factores	Optimo (5)	Bueno (4)	Regular (3)	Apenas aceptable (2)	Deficiente (1)	puntos
Producción (cantidad de trabajo realizado)	Siempre supera los estándares	A veces supera los estándares	Satisface los estándares	A veces por debajo de los estándares	Siempre está por debajo de los estándares	
Calidad (esmero en el trabajo)	Excepcional calidad en el trabajo	Calidad superior en el trabajo	Calidad satisfactoria	Calidad insatisfactoria	Pésima calidad en el trabajo	
Conocimiento del trabajo (experiencia en el trabajo)	Conoce todo el trabajo	Conoce más de lo necesario	Conoce suficiente	Conoce parte de su trabajo	Conoce poco el trabajo	
Cooperación (relaciones interpersonales)	Excelente espíritu de colaboración	Buen espíritu de colaboración	Colabora normalmente	Colabora poco	No colabora	
Comprensión de situaciones (capacidad para resolver problemas)	Excelente capacidad de intuición	Buena capacidad de intuición	Capacidad satisfactoria de intuición	Poca capacidad de intuición	Ninguna capacidad de intuición	
Creatividad (capacidad de innovar)	Siempre tiene ideas excelentes	Casi siempre tiene ideas excelentes	Algunas veces presenta ideas	Raras veces presenta ideas	Nunca presenta ideas	
Realización (capacidad de hacer)	Excelente capacidad de realización	Buena capacidad de realización	Razonable capacidad de realización	Dificultad para realizar	Incapaz de realizar	

5.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

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

MB	GEMA E.U		Nº DE NIT						Página	1	de	1			
Nº IDENTIFICADOR DEL EMPLEADOR ANTE EL MINISTERIO DE			Nº DE EMPLEADOR (Caja de Salud)			Caja Nacional de Salud									
PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS															
(En Bolivianos)															
Nº	Ocupación que desempeña	Días/Horas Trabajadas	Haber básico	Bono de Antigüedad	Bono de producción	Trabajo extraordinario y nocturno	Pago dominical y domingo trabajado	Otros bonos	TOTAL GANADO Suma (1 a 7)	Aporte a las AFPs 2,7%	RC-IVA 13%	Otros descuentos	TOTAL DESCUENTOS Suma (9 a 11)	LÍQUIDO PAGABLE (12-8)	Firma del Trabajador
1	Administrador	30 Días	3000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3000,00	381,30	390,00	0,00	771,30	2228,70	
2	Secretaria Ejecutiva	30 Días	2122,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2122,00	269,71	275,86	0,00	545,57	1576,43	
3	Jefe de Finanzas	30 Días	2500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2500,00	317,75	325,00	0,00	642,75	1857,25	
4	Jefe de Produccion	30 Días	2500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2500,00	317,75	325,00	0,00	642,75	1857,25	
5	Jefe de Marketing	30 Días	2500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2500,00	317,75	325,00	0,00	642,75	1857,25	
6	Jefe de Talento Humano	30 Días	2500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2500,00	317,75	325,00	0,00	642,75	1857,25	
7	Promotor de ventas	30 Días	2122,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2122,00	269,71	275,86	0,00	545,57	1576,43	
8	Operario 1	30 Días	2122,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2122,00	269,71	275,86	0,00	545,57	1576,43	
9	Operario 2	30 Días	2122,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2122,00	269,71	275,86	0,00	545,57	1576,43	
10	Almacen	30 Días	2122,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2122,00	269,71	275,86	0,00	545,57	1576,43	
TOTALES			23610,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	23610,00	3000,83	3069,30	0,00	6070,13	17539,87	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL			Nº DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD			FIRMA			FECHA						

Fuente: Elaboración propia

5.4. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

La empresa unipersonal GEMA debe seguir todos los pasos necesarios para constituirse formalmente.

5.4.1. OBLIGACIONES FISCALES

5.4.1.1. ALCALDÍA MUNICIPAL

La Alcaldía se encarga de: dirigir el gobierno y administración municipal. Ejecutar, dirigir e inspeccionar los servicios y obras municipales. Dictar reglamentos, decretos, resoluciones y demás actos administrativos de la entidad.

La Alcaldía establece la normativa de la licencia de funcionamiento para toda actividad económica y además actos administrativos de la entidad.

➤ Trámites de inscripción a realizar

- ✓ Folder con sujetador que contenga la siguiente documentación:
- ✓ Declaración jurada F-401
- ✓ Factura de luz
- ✓ Croquis de la ubicación de la actividad económica
- ✓ Para actividades que cuentan con una superficie mayor de 150 mts², deberá presentar

➤ Procedimientos

- ✓ Solicite información necesaria de atención al ciudadano.
- ✓ Inicie el trámite con la presentación de documentación validada de atención al ciudadano que se le otorgara un formulario de solicitud de licencia de funcionamiento, mismo que debe presentar debidamente llenado.
- ✓ Personal hace revisión de todos los documentos presentados y los datos de formulario. En caso de observación devuelve todos los documentos presentados.
- ✓ Personal designado procede a la inspección en el establecimiento donde funcionara la actividad económica para verificar el cumplimiento de las condiciones previstas para la actividad y los datos técnicos de los establecimientos declarados en el formulario. El inspector emite el informe con el resultado de inspección

✓ Fin del trámite. Se le hace entrega de licencia de funcionamiento a representación de su C.I. punto o poder notariado en plataforma de atención a contribuyentes del área de tasas y patentes y finalmente firma un recibo de entrega.

➤ **Plazos para realizar los trámites**

✓ El trámite de la licencia de funcionamiento toma como máximo cinco días hábiles desde la fecha de ingreso del expediente.

✓ plano elaborado por un arquitecto

➤ **Costos**

✓ Licencia de funcionamiento. - Caratulas con valor de Bs 100.

✓ Modificación de licencia de funcionamiento. - Caratula con valor de Bs 145.

✓ Baja de licencia de funcionamiento. - Caratula con licencia de funcionamiento Bs 65.

➤ **Otros trámites frecuentes que se realizan**

Renovación de la licencia de funcionamiento

La licencia de funcionamiento tendrá una vigencia de 2 años a partir de la fecha de su otorgamiento pudiendo ser renovada de acuerdo a la reglamentación específica del gobierno autónomo municipal.

➤ **Obligaciones**

✓ Contar con una licencia de funcionamiento previa a la apertura de la actividad económica.

✓ Cumplir anualmente con el pago de patentes

✓ Acatar todas las disposiciones establecidas en la presente ley, ordenanzas, resoluciones administrativas y reglamentos

✓ Exhibir la licencia de funcionamiento en un lugar visible

✓ Impedir el acceso al local a personas en estado de ebriedad o bajo la influencia de estupefacientes.

✓ Facilitar en el acceso a los inspectores de la dirección de ingresos, guardia municipal y otras unidades del gobierno autónomo municipal, cuando así lo requieran debidamente identificados.

Todas las demás obligaciones que se encuentran contenidas en la CPE, ley N° 2492 (código tributario), ley N° 1333 (ley de medio ambiente), ley No 2341 (procedimiento administrativo) y decreto reglamentario N° 27113

➤ **Multas y sanciones que aplican**

Multas:

✓ Las personas naturales o jurídicas que realizan actividades diferentes a las permitidas en la licencia de funcionamiento, serán sancionadas con una multa mínima de 2000 UFVS.

✓ Las empresas que viertan o arrojen aguas residuales no tratadas, líquidos químicos o bioquímicos, objetos o desechos de cualquier naturaleza, serán multados con el 100% del daño causado.

✓ Las personas naturales que vulneren las prohibiciones determinadas en el artículo 19 de la presente ley, serán multados con un monto de 200 UFVS en los plazos señalados por el gobierno municipal en coordinación con la policía boliviana.

Sanciones:

✓ Una vez identificada una actividad económica, que no cuente con la licencia de funcionamiento, se procederá a notificar a la parte infractora, para que en plazo de 48 horas desde su legal notificación se presente en la dirección de ingresos para justificar su omisión en los registros tributarios y regularizar su situación.

✓ Una vez transcurrido el plazo establecido y en caso de la no presencia de propietario o representante legal de la actividad económica se dictará un auto de inicio de proceso administrativo disponiendo en consecuencia la clausura inmediata del establecimiento, misma que deberá efectuarse con el precinto de color rojo, que deberá mantenerse hasta que regularice su registro en el padrón municipal.

✓ En caso de ruptura del premeditada del precinto, la administración tributaria municipal a través de la resolución administrativa fundamentada sancionara con la clausura definitiva del

establecimiento o actividad económica, aplicando medidas precautorias e imponiendo y precinto de clausura definitiva correspondiente.

✓ Las empresas que viertan o arrojen aguas residuales no tratadas, líquidos químicos o bioquímicos, objetos o desechos de cualquier naturaleza, serán sancionados con la pena de privación de libertad de 1 a 4 años.

5.4.1.2. SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES

EL SIN de manera transparente se encarga de la recaudación de controlar, fiscalizar y recaudar los impuestos, proporcionando facilidades para la realización del pago de los mismos, así como también se encarga de diseñar estrategias enfocadas en la cultura tributaria, con el fin de que cada eso persona sea consciente de la necesidad del país.

EL SIN Optimiza las recaudaciones, mediante: la administración, aplicación, recaudación y fiscalización eficiente y eficaz de los impuestos internos, la orientación y facilitación del cumplimiento voluntario, veraz y oportuno de las obligaciones tributarias y la cobranza y sanción de los que incumplen de acuerdo a lo que establece el Código Tributario, con excepción de los tributos que por Ley administran, recaudan y fiscalizan las municipalidades.

➤ Trámites de inscripción a realizar

✓ Documento de identidad vigente.

✓ Factura o aviso de consumo de energía eléctrica del domicilio habitual y fiscal, cuya fecha de emisión no tenga una antigüedad mayor a 60 días calendario a la fecha de inscripción.

✓ Croquis del Domicilio Fiscal y del Domicilio Habitual.

➤ Plazos para realizar los trámites

✓ Se realizan de manera inmediata.

➤ Costos

✓ Todos los costos en Servicio de Impuestos Nacionales son gratuitos

➤ Obligaciones tributarias

✓ IVA (Impuesto al Valor Agregado)

Se aplica el 13% sobre las ventas (Débito) menos las compras (Crédito), de un periodo fiscal. Se debe declarar mensualmente en el formulario 200, de acuerdo al último dígito del NIT.

✓ IT (Impuesto a las Transacciones)

El IT grava los ingresos brutos devengados, durante el periodo fiscal (mes, por ejercicio de la actividad. Se aplica el 13% sobre los ingresos brutos. Se debe declarar mensualmente en el formulario 400 de acuerdo al último dígito del NIT (con o sin movimiento).

✓ RC-IVA (Régimen Complementario al Impuesto al Valor Agregado)

Los Agentes de Retención del sector público y privado tienen la de presentar el FORMULARIO 608 sólo en los meses que exista el impuesto retenido a los dependientes y/o saldo a favor del dependiente, de acuerdo al vencimiento según el último dígito del NIT. Sobre los ingresos percibidos del dependiente restando 4 Salarios Mínimos Nacionales (SMN) y deducciones de Ley. Se aplica el 13% Sobre los ingresos percibidos del dependiente restando 4 Salarios Mínimos Nacionales (SMN).

✓ IUE (Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas)

Se aplica el 25% sobre la utilidad neta. Se debe declarar en el formulario 500 para empresas obligadas a llevar registros contables y en el formulario 605 para presentación digital de Estados Financieros (anual)

➤ **Obligaciones a cumplir**

El ciudadano al momento ante el SIN, adquiere obligaciones que debe cumplir conforme a los plazos, formas y medidas establecidos. Algunas de las obligaciones tributarias según el artículo 70° del Código Tributario son:

- ✓ Inscribirse en los registros habilitados por el SIN.
- ✓ Determinar, declarar y pagar correctamente la deuda tributaria.
- ✓ Respaldo todas las transacciones gravadas, mediante documentos conforme la Ley.
- ✓ Demostrar la procedencia y cuantía de los créditos fiscales.
- ✓ Conservar en forma ordenada en el domicilio tributario los documentos de
- ✓ Respaldo de sus actividades.

- ✓ Utilizar los programas y aplicaciones informáticas.
- ✓ Facilitar las tareas de control e investigación que realice el SIN.

Deber formal según el régimen general:

- ✓ Actualizar la información proporcionada en el registro de contribuyentes
- ✓ Tenencia en el establecimiento (casa matriz y sucursales) del certificado de inscripción al registro de contribuyentes (casa matriz) y exposición visible del documento original de exhibición NIT con la leyenda “emite facturas”
- ✓ Tenencia de libros de ventas menores del día y registro diario por ventas menores a bs.5
- ✓ Emisión de facturas o notas fiscales dentro de la fecha límite de emisión en dosificaciones por cantidad; o emisión de facturas o notas fiscales utilizando una dosificación vigente en dosificaciones por tiempo
- ✓ Emisión de facturas o notas fiscales cumpliendo con los formatos, información y demás aspectos técnicos establecidos norma específico
- ✓ Tenencia en establecimiento del talonario vigente de facturas, notas fiscales o documentos equivalentes.
- ✓ Tenencia en establecimiento (casa matriz o sucursal) del certificado de activación de la dosificación utilizada.

➤ **Multas y sanciones que aplican**

Las contravenciones tributarias de competencia del Servicio de Impuestos Nacionales, previstas en el Artículo 160 de la Ley N° 2492, se clasifican en:

- ✓ Omisión de Inscripción en los Registros Tributarios.
- ✓ No Emisión de Factura, Nota Fiscal o Documento Equivalente.
- ✓ Omisión de Pago.
- ✓ Incumplimiento de Deberes Formales.
- ✓ Las establecidas en leyes especiales.

Tabla 24: Multas Al Incumplimiento Del Deber Formal Que Aplica El SIN

Incumplimiento al deber formal	Importe a la sanción
Incumplimiento al deber formal	Importe a la sanción
No inscripción al registro de contribuyentes o inscripción o permanencia en un régimen distinto al que le corresponde.	Clausura inmediata del establecimiento hasta que regularice su inscripción
No actualizar la información proporcionada en el registro de contribuyentes	150 UFV
No exhibir en un lugar visible el documento de exhibición NIT con la leyenda emite factura en cada uno de sus establecimientos (casa matriz o sucursales) o en las páginas web de empresa que realizan comercio electrónico.	150 UFV
No presentar declaraciones juradas originales en el plazo establecido en normativa vigente.	50 UFV
No emisión oportuna de facturas notas fiscales o documentos equivalentes por montos iguales o superiores a bs. 5 (cinco) por importes inferiores cuando lo solicite el comprador (importes inferiores a bs. 5) o no emisión de la factura resumen por ventas menores del día.	Clausura del establecimiento donde se cometió la contravención de acuerdo a los artículos 160 y 170 de la ley 2492 código tributario boliviano.
No tener el talonario de facturas o notas fiscales vigente en el establecimiento.	1000 UFV

5.4.1.3. FUNDEMPRESAS

- ✓ Certifica el nacimiento y legalidad de las empresas a través de la matrícula de comercio
- ✓ Garantiza que el nombre de cualquier empresa se única dentro de una misma actividad económica en todo el territorio general

➤ **Trámites y requisitos**

La empresa unipersonal o comerciante individual es la persona natural que ejerce el comercio en forma individual y por cuenta propia, haciendo de esta una actividad económica habitual. El ejercicio individual del comercio se encuentra regulado en el Art. 5 núm. 1) del Código de Comercio.

➤ **Requisitos reserva de razón social control de homonimia o consulta de nombre**

- ✓ Formulario N° 0010 de solicitud de Control de Homonimia, debidamente llenado y firmado por el cliente.

- ✓ El Formulario Descargue y llene el formulario desde su computadora.
- ✓ http://www.fundempresa.org.bo/docs/tramites/formulario-n-0010_350.pdf

➤ **Actividades de iniciación**

✓ Formulario N° 0020 de solicitud de Matrícula de Comercio con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el comerciante individual (propietario) o representante legal de la empresa.

✓ Si el capital inicial es de Bs 27.736 o mayor, presentar el balance de apertura firmado por el comerciante individual (propietario) o el representante legal y el profesional que interviene, acompañando la respectiva solvencia profesional original otorgada por el Colegio de Contadores o Auditores. Si el capital inicial es menor a Bs. 27.736 los comerciantes no tienen la obligatoriedad de presentar el balance de apertura.

✓ Cédula de identidad original del comerciante individual o propietario (únicamente para verificación) y fotocopia simple de la misma firmada por el titular. En caso de no presentar la cédula de identidad original, debe presentar fotocopia legalizada de la misma emitida por el Departamento de Identificación de la Policía Nacional.

✓ En caso de tener representante legal, se debe adjuntar el Testimonio de Poder correspondiente en original o fotocopia legalizada, debiendo obviarse el requisito exigido en el punto 3.

➤ **Plazos para realizar los tramites**

✓ Control de homonimia o consulta de nombre

Un día hábil, a computarse a partir del día siguiente hábil al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio.

✓ **Inscripción de comerciante individual o empresa unipersonal**

Un día hábil, computable a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio.

➤ **Costos**

✓ Control de homonimia o consulta de nombre Empresa Unipersonal: Bs. 78,00

✓ Inscripción de Empresa Unipersonal en el Registro de Comercio: Bs. 260,00

➤ **Otros trámites frecuentes que se realizan**

✓ **Cancelación de matrícula de comercio de empresa unipersonal o comerciante individual**

Acto mediante el cual, el comerciante individual en forma voluntaria realiza la cancelación de su Matrícula de Comercio como efecto del cierre de su establecimiento de comercio. Esta figura se encuentra prevista en el Código de Comercio, en su Art. 30.

De los requisitos:

a) Formulario N° 0090 de solicitud de Registro de Finalización de Actividades, Cierre Cancelación de Matrícula de Comercio, con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el propietario o representante legal debidamente facultado.

b) Balance original de cierre firmado por el propietario o representante legal y por el profesional que interviene, acompañando la solvencia profesional original otorgada por el Colegio de Auditores o Contadores.

c) Para efectuar el presente trámite es requisito indispensable que la empresa unipersonal o comerciante individual cuente con la Matrícula de Comercio actualizada. Costo según arancel:
Empresa Unipersonal: Bs. 389,00

➤ **obligaciones a cumplir**

✓ Actualización anual de Matrícula de Comercio

Usted tiene la obligación de actualizar su Matrícula de Comercio anualmente, según la fecha de cierre fiscal de su actividad, hasta el 31 mayo las actividades Bancaria, de Seguros, Comerciales, de Servicios y otras no contempladas.

✓ Apertura de sucursal

Usted tiene la obligación de registrar la apertura del establecimiento de comercio que funciona bajo la administración y dependencia de la empresa y cuyo patrimonio forma parte integrante de ésta; constituida a los fines de extender la actividad comercial de la empresa en un lugar distinto al de su sede o domicilio principal.

✓ Aumento de capital

Usted tiene la obligación de registrar el acto mediante el cual la sociedad comercial, con ajuste a la legislación comercial, aumentan su capital social con la finalidad de fortalecer la gestión económica.

✓ Disminución de capital

Usted tiene la obligación de registrar el acto mediante el cual la empresa, con ajuste a la legislación comercial, reduce su capital con la finalidad de adecuar su capacidad económica.

✓ Transferencia de empresa unipersonal

Usted tiene la obligación de registrar el acto mediante el cual se transfiere la empresa en favor de otra persona natural. En caso que la transferencia se haga a dos o más personas naturales o jurídicas, éstas deben efectuar su transformación a alguno de los tipos societarios establecidos en el Código de Comercio y remitirse al trámite que le sea pertinente.

✓ Cambios operativos

Usted tiene la obligación de registrar los cambios o modificaciones de datos referenciales como, por ejemplo: dirección, número de teléfono, etc., a efectos de la actualización de los mismos en el Registro de Comercio.

✓ Registro de poder y/o su revocatoria

Usted tiene la obligación de registrar el acto mediante el cual otorga, modifica o revoca la facultad de administración y representación legal de sus bienes o negocios a favor de otra persona.

✓ Registro de gravamen, modificación y/o cancelación

Usted tiene la obligación de registrar el acto mediante el cual, se gravan los bienes de la empresa, a los fines de garantizar el cumplimiento de una obligación; así como, la cancelación o modificación de sus efectos.

✓ Contratos comerciales

Usted tiene la obligación de inscribir sus contratos comerciales.

✓ Cancelación de Matrícula de Comercio de empresa unipersonal

Usted tiene la obligación de registrar el acto mediante el cual en forma voluntaria realiza la cancelación de su Matrícula de Comercio como efecto del cierre de su establecimiento de comercio.

➤ **Multas y sanciones que se aplican**

Fundempresa no está dentro de su jurisdicción ser una entidad de regulación, por tanto, esta no aplica sanciones. Existe otra entidad llamada Autoridad de Fiscalización de Empresas – AEMP.

La AEMP tiene entre su marco legal, la resolución administrativa interna RAI/AEMP/N°052/2011 La paz 16 de agosto del 2011. Donde reglamenta las sanciones que se aplican a las empresas por incumplimiento de sus obligaciones.

Por mencionar a algunos de los artículos más relevantes de la mencionada resolución, tenemos:

Artículo 3° (definiciones). - Para efectos de aplicación del presente Reglamento se establecen las siguientes definiciones:

- ✓ Amonestación- Es una llamada de atención escrita por la cual, se conmina a los agentes regulados a corregir alguna infracción leve.
- ✓ Infracción - Es una acción u omisión al ordenamiento jurídico aplicable.
- ✓ Sanción - Es la consecuencia de una acción u omisión que constituye infracción al ordenamiento jurídico comercial vigente.
- ✓ Multa - Es una sanción de tipo económico, aplicada a los agentes regulados que cometan infracciones expuestas en el presente Reglamento y sus Anexos.
- ✓ Suspensión. - Es la interrupción de una actividad determinada.
- ✓ Agente Regulado - Es la persona natural y/o jurídica que, por la naturaleza de sus actividades, se encuentra en la obligación de cumplir el ordenamiento «jurídico en materia de Registro de Comercio, legislación comercial, legislación administrativa y normas complementarias

Artículo 7° (infracciones leves). - Se consideran como infracciones leves, las sujetas a la imposición de amonestación escrita, que recaen sobre faltas, infracciones u omisiones leves a reglamentos, estatutos, normas y políticas internas, instrucciones y circulares de los agentes regulados.

Artículo 8° (infracciones graves). -

Se consideran como infracciones graves, aquellas que contravengan lo establecido en el Código de Comercio.

Artículo 9° (sanciones)

Las infracciones cometidas conforme a lo establecido en el presente Reglamento serán sancionadas con:

- ✓ Amonestación
- ✓ Multa
- ✓ Suspensión temporal de funciones
- ✓ Suspensión de Matrícula Comercial

Tabla 25: Multas Para Empresas Unipersonales

MULTAS PARA EMPRESAS UNIPERSONALES SEGÚN INFRACCION	
Falta de actualización	1.600 (UFV)
Incumplimiento de solicitudes de documentación y/o información	3.100 (UFV)
De la negativa a inspección administrativa	6.100 (UFV)

5.4.1.4. ADMINISTRADORA DE FONDO DE PENSIONES

Las Administradoras de Fondo de Pensiones “AFP” tienen por objetivo administrar un fondo de pensiones y otorgar a sus afiliados las prestaciones que establece la ley.

➤ Tramites de inscripción a realizar

- ✓ Fotocopia de carnet de identidad del dueño.
- ✓ Fotocopia del certificado NIT (sacado de la página de Servicio de Impuestos Nacionales).
- ✓ Fotocopia de la matrícula de comercio FUNDEMPRESA (No excluyente).
- ✓ Croquis de la empresa sacado de Google Maps.
- ✓ Traer el sello físico de la empresa.

➤ **Registro de Empleados**

El registro es la concreción de la afiliación, la misma que se da una vez que el afiliado procede al llenado y firma del Formulario de Registro y se obtiene un Numero Único Asignado (NUA) por parte de la AFP. Todas las personas con relación de dependencia laboral deben registrarse de manera obligatoria a una de las AFP, subsistiendo su derecho a cambiar posteriormente de manera voluntaria de AFP, de acuerdo al reglamento. Todo empleador tiene la obligación de registrar a sus dependientes.

➤ **Registro de Empleados Dependientes**

➤ Llenado del Formulario de Registro SIP

➤ Requisitos de Afiliación al SIP

➤ Fotocopia del documento de identidad del Afiliado que contenga los datos y firma del representante de la AFP.

➤ Al momento del registro, es obligación de la AFP, llenar y firmar de manera conjunta con el Afiliado el Formulario de Declaración de Derechohabientes.

➤ **Plazo para realizar los tramites**

Todo empleador tiene la obligación de registrar a sus dependientes en un plazo máximo de veinticinco (25) días después de iniciada la nueva relación laboral.

La AFP deberá notificar tanto al empleador como al afiliado la aceptación o rechazo del registro en un plazo no mayor a los veinte días hábiles administrativos luego de otorgado el NUA (Numero Único Asignado).

➤ **Costos**

✓ Todos los trámites son personales y gratuitos.

➤ **Otros trámites frecuentes que se realizan**

Modificación o Actualización de datos empleadores

a) Cambio de Representante Legal y Sucursales

✓ Formulario de Inscripción del Empleador (actualización de datos).

✓ Fotocopia del documento de identidad del Representante Legal.

- ✓ Testimonio del poder del Representante Legal.
- ✓ Sello de la Empresa y firma del Representante Legal.

b) Cambios de Dirección o Teléfono:

- ✓ Formulario de Inscripción del Empleador (actualización de datos).
- ✓ Fotocopia del documento de identidad del Representante Legal.
- ✓ Sello de la Empresa y firma del Representante Legal.

c) Cambio de Razón Social. RUC a NIT, De Representante Legal y Nuevas sucursales de Empresa:

- ✓ Formulario de Inscripción del Empleador.
- ✓ Fotocopia del NIT y RUC.
- ✓ Fotocopia de la Matrícula de Comercio de Fundempresa.
- ✓ Fotocopia del documento de identidad del Representante Legal.
- ✓ Testimonio del poder del Representante Legal.
- ✓ Sello de la Empresa y firma del Representante Legal.

Baja temporal o definitiva de empleados

El empleado para dar de baja debe presentar los siguientes documentos:

- ✓ Fotocopia simple del Finiquito
- ✓ Formulario de alta o baja del Ente Gestor de Salud
- ✓ Memorándum
- ✓ Nota de retiro voluntario
- ✓ Contrato y/o carta notariada.
- ✓ Baja temporal o definitiva de una empresa

➤ **Obligaciones a cumplir**

Los empleadores tienen las siguientes obligaciones en el Sistema Integral de Pensiones:

- ✓ Actuar como agente de retención y pagar el Aporte del Asegurado, el Aporte Solidario del Asegurado, la Prima por Riesgo Común, la Comisión y el Aporte Nacional Solidario.
- ✓ Retener y pagar las Contribuciones a favor de terceros de sus dependientes, cuando corresponda.
- ✓ Pagar con sus propios recursos la prima de Riesgo Profesional y el Aporte Patronal Solidario.
- ✓ Presentar las declaraciones de pago y la documentación de respaldo.
- ✓ Al concluir una relación laboral, debe encontrarse al día en el pago de Contribuciones a la AFP, debiendo presentar al Ministerio de Trabajo, junto con el Finiquito, la certificación emitida por la AFP que respalde el no adeudo a la Seguridad Social de Largo Plazo.
- ✓ El Empleador que contrate Consultores de Línea, Consultores por Producto y/o Consultores, tienen la obligación de exigir el comprobante de pago de Contribuciones al Sistema Integral de Pensiones, antes de efectuar los pagos establecidos en el contrato que suscribieron ambas partes.
- ✓ Reportar todo accidente de trabajo de sus empleados, debiendo llenar el Formulario de Accidente de Trabajo.
- ✓ Tiene plazo de 10 días para enviar la documentación que sea requerida por el Tribunal Médico Calificador y la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros.

➤ **Multas y sanciones que aplican**

Las sanciones que el Empleador puede tener dentro del Sistema Integral de Pensiones son:

- a) El empleador deberá pagar en beneficio del Asegurado, del Fondo Solidario y de la entidad pagadora, según corresponda, los recargos establecidos por reglamento, de conformidad a lo siguiente:
 - ✓ Hasta un máximo del cien por ciento (100%) del capital necesario para el financiamiento de la Prestación de Invalidez o Pensión por Muerte derivada de ésta, si el Asegurado hubiese sido

declarado inválido o hubiese fallecido durante el periodo en que el Empleador no pagó la prima por Riesgo Común generándole des cobertura por el incumplimiento de requisitos de cobertura.

- ✓ Hasta un máximo del sesenta por ciento (60%) del capital necesario, si el Asegurado hubiese sido declarado inválido o hubiese fallecido durante el periodo en el que, el Empleador no pagó las primas por Riesgo Común, con destino al Fondo Solidario.
 - ✓ Hasta un máximo del cien por ciento (100%) del capital necesario, si el Asegurado hubiese sido declarado inválido o hubiese fallecido durante el periodo en el que, el Empleador no pagó las primas por Riesgo Profesional, con destino a la entidad pagadora de la prestación.
- b) Gastos judiciales, gastos administrativos y honorarios profesionales
- ✓ Los gastos judiciales y administrativos que demanden los procesos judiciales para la recuperación de la mora, serán del tres por ciento (3%), calculados sobre el importe neto adeudado e incorporado a la Nota de Débito. Dicho porcentaje no aplica sobre recargos, intereses ni la comisión que corresponda a la Gestora Pública de la Seguridad Social.
 - ✓ El no registro del Empleador al Sistema Integral de Pensiones (SIP) será sancionado a través del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social con una multa equivalente a **UFV 500** (Quinientas 00/100 unidades de Fomento a la Vivienda). El pago de la multa no exime del inicio de las acciones legales previstas en la normativa vigente y la ejecución judicial por la vía coactiva y penal contra el Empleador, con la imposición de las sanciones, multas, intereses, pago de aportes devengados y otros conceptos que por ley correspondan.

5.4.1.5. MINISTERIO DE TRABAJO

- ✓ Registra como empleador ante el MTEPS y obtiene el Certificado de Inscripción en el Registro.
- ✓ Trabaja de manera conjunta con la asamblea legislativa plurinacional.
- ✓ Protege a los empleados de despidos injustificados.
- ✓ Garantiza que las mujeres en estado de embarazo y de progenitor no sean despedidos dentro de un año después del parto.
- ✓ Erradica cualquier forma de esclavitud o explotación.
- ✓ Resuelve conflictos laborales entre los empleadores y los empleados.

- ✓ Garantiza que los trabajadores se puedan sindicalizar u organizar para defender sus derechos.
- ✓ Genera las condiciones necesarias para implementar un seguro social universal.
- **Requisitos y trámites (Actualizado a marzo de 2018)**
- ✓ 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.

Los pasos a seguir para realizar el trámite en el ROE se detallan a continuación:

1. Ingresar a la Oficina Virtual de Trámites: Abra un navegador de Internet, preferentemente Firefox o Google Chrome y en la barra de direcciones escriba la siguiente dirección <https://ovt.mintrabajo.gob.bo/> y presione la tecla ENTER.
2. Iniciar sesión: Para ingresar al sistema debe emplear los datos del NIT, usuario y contraseña con los que accede a la Oficina Virtual del Servicio de Impuestos Nacionales.
3. Términos y condiciones: Lea los términos y condiciones del servicio en línea de la “Oficina Virtual de Trámites” OVT, tras realizar la lectura debe marcar “Acepto los términos y condiciones” y posteriormente hacer click en el botón “CONTINUAR”. El contenido cambiará de acuerdo a los procesos implementados en el sistema y de acuerdo a la normativa vigente.
4. Guía del sistema: A continuación, el sistema la mostrará una guía o tour, el objetivo de la misma es que conozca las ubicaciones y funciones principales de la Oficina Virtual de Trámites. Lea cada recuadro con atención y presione el botón “SIGUIENTE” hasta terminar la guía.
5. Registro de correo electrónico: En el siguiente paso debe registrar un correo electrónico válido y que use con frecuencia, este correo será empleado para mandarle notificaciones oficiales del Ministerio. El sistema enviará un mensaje de confirmación a su correo al presionar el botón “SIGUIENTE”. Ingrese al correo electrónico registrado, le llegará un

mensaje para la activación de su cuenta, si no encuentra el mensaje en su bandeja de entrada regular revise su bandeja de correos no deseados, también llamada “Spam”. Para activar su cuenta debe presionar el botón “ACTIVAR” o copiar el enlace mostrado en la parte inferior del correo, de acuerdo a la siguiente figura. Se abrirá la Oficina Virtual de Trámites en la que podrá iniciar sesión nuevamente.

6. Clasificación de la institución: Tome en cuenta que tiene que tener plena seguridad de la naturaleza de su institución / empresa / organización, es muy importante que realice la clasificación correctamente.
7. Debe agregar una matrícula de comercio, en este punto es importante mencionar que todas las empresas, incluyendo comerciantes individuales y empresas unipersonales, deben tener como requisito previo una inscripción en el Registro de Comercio (Fundempresa), sin este paso previo no podrá realizar su inscripción correctamente, presione el botón “AGREGAR MATRÍCULA”
8. El sistema desplegará todas las empresas que tenga registradas y vinculadas con su NIT. En caso de que el sistema no encuentre una matrícula de comercio asociada usted podrá introducir su número de matrícula de forma manual para seguir con el procedimiento.
9. Una vez elegida la empresa que desea inscribir se desplegará un formulario en el que se mostrarán todos los datos previamente registrados en el
10. Registro de Comercio (Fundempresa), de esta forma se eliminan requisitos y no es necesario realizar dobles registros. En el formulario debe completar la información resaltada con naranja:
 - ✓ Nombre comercial de la empresa: se refiere al nombre o marca con el que se conoce comúnmente a su empresa en el mercado, puede diferenciarse de la Razón Social.
 - ✓ Fecha de inscripción al Servicio de Impuestos Nacionales.
 - ✓ En caso de no tener dependientes laborales al momento de la inscripción debe marcar “No cuenta con trabajadores”. De esta forma no tendrá la obligación de declarar planillas hasta su primera contratación.
 - ✓ Debe marcar si cuenta con sindicato y/o comité mixto.

- ✓ Número patronal de caja de salud: Se refiere al número otorgado por la caja de salud para identificar a la empresa y su afiliación al seguro a corto plazo.
- ✓ Representante legal: Debe seleccionar uno de los representantes legales que tiene registrados en Fundempresa, el mismo estará a cargo de los trámites frente al Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social.
- ✓ Teléfonos y correos electrónicos adicionales: Debe registrar al menos un teléfono adicional, para agregar teléfonos y correos ingrese el dato en la fila correspondiente y presione ENTER, de esta forma se guardarán los datos registrados.
- ✓ Al finalizar el llenado presione el botón “GUARDAR Y CONTINUAR”
- ✓ Planilla Inicial (solo para nuevos ROE): Para el caso de los empleadores nuevos que no tengan un registro previo en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social, el sistema exigirá el llenado de una planilla inicial como parte del proceso de inscripción. Es importante aclarar que esta planilla NO equivale a la presentación de la planilla mensual del mes vigente, el empleador debe cumplir con esta obligación al mes vencido.
- ✓ La planilla inicial se refiere a la planilla con la que la empresa inicia su relación con el Ministerio, debe incluir a todos los trabajadores contratados a la fecha de inscripción al
- ✓ ROE. Para el llenado de la planilla deben seguirse los siguientes pasos:
 - ✓ Leer con atención los cuadros mostrados en la Guía para conocer la ubicación y significado de cada botón de la pantalla.
Agregar trabajadores uno a uno o importar la planilla a partir de una hoja de cálculo, la guía le explicará cómo acceder a cualquiera de estas dos opciones.
- ✓ Al finalizar el llenado de la planilla debe presionar el botón verde de la esquina inferior derecha “FINALIZAR Y GENERAR SOLICITUD ROE”.
- ✓ Declaración Jurada: El sistema desplegará el Formulario de Registro Obligatorio de Empleadores, que tiene calidad de Declaración Jurada y que contiene toda la información previamente registrada en el sistema, verifique los datos y si todo está correcto debe marcar el campo “Declaro y acepto la veracidad de este formulario” que se encuentra en la parte baja de este documento y apretar el botón “ENVIAR”.

- ✓ Trámite concluido: Con estos pasos concluyó con el trámite de inscripción, el sistema le mostrará un guía con las nuevas opciones habilitadas en el sistema y luego podrá ver su certificado en la bandeja de documentos, cuando el certificado reciba la firma digital correspondiente le llegará un correo a la cuenta registrada.
- **Plazo para realizar los tramites**
 - ✓ 3 días
- **Costo**
 - ✓ 145 Bs.
- **Obligaciones de la empresa**
 - ✓ Debe actualizar su información en el Registro Obligatorio de Empleadores (ROE) al menos una vez cada seis (6) meses, a través de la Oficina Virtual de Trámites (OVT).
 - ✓ Registro de planillas mensuales, de acuerdo al Decreto Supremo N° 3433, del 13 de diciembre de 2017, las empresas o establecimientos laborales del sector privado e instituciones públicas deben presentar mensualmente sus Planillas de Sueldos, Salarios y Accidentes de Trabajo, este trámite se podrá realizar por Internet.
- **Multas y sanciones que aplican**
 - ✓ Que la Ley General del Trabajo en su artículo 121 establece que los Jueces de Trabajo y Seguridad Social, sancionaran las infracciones a leyes sociales, con multas de bolivianos unos mil bolivianos, diez mil, según los casos individuales de infracción.
 - ✓ Que el Artículo 1 del Decreto Ley N° 13592 de 20 de mayo de 1976, dispone que todo empleador del sector Público o Privado tiene la obligación de entregar trimestralmente un ejemplar de sus planillas internas de pago mensual de sueldos y salarios de sus trabajadores, estando sancionado su incumplimiento con multas y sanciones del ministerio de trabajo que van del 5% hasta el 40% del monto total de sueldos y salarios de la última planilla presentada conforme dispone el artículo 11 del Decreto Supremo N° 11477 del 17 de mayo de 1974.
 - ✓ Que el Artículo único del Decreto Supremo N° 21615 de 29 de mayo de 1987, establece que los Jueces de Trabajo y Seguridad Social sancionarán las infracciones a leyes sociales,

con multas del ministerio de trabajo de bolivianos un mil (Bs. 1.000) a bolivianos diez mil (Bs. 10.000) según los casos individuales de infracción; así como todo acto u omisión que perjudique, perturbe, impida o dilate el servicio del Ministerio de Trabajo.

- ✓ Que el artículo 237 del Código Procesal Laboral, prevé que se sancionará con el mismo procedimiento todo acto u omisión que perjudique, perturbe, impida o dilate el servicio del Ministerio de Trabajo y sus dependencias o tergiversando la información que se solicitare, incumpliendo sus resoluciones.
- ✓ Que los artículos 2 y 3 del Decreto Supremo N° 26877 de fecha 21 de diciembre de 2002, dispone la eliminación del carnet laboral y el visado de los contratos de trabajo y cartas notariadas de los trabajadores extranjeros en el Ministerio de Trabajo.

5.4.1.6. CAJA NACIONAL DE SALUD

La Caja Nacional de Salud (CNS), es una institución descentralizada de derecho público sin fines de lucro, con personalidad jurídica, autonomía de gestión y patrimonio independiente, encargada de la gestión, aplicación y ejecución del régimen de Seguridad Social a corto plazo (Enfermedad, Maternidad y Riesgos Profesionales).

➤ Trámites de inscripción a realizar

- ✓ Form. AVC-01 (solo firma y sello empleador)
- ✓ Form. AVC-02 (Vacío)
- ✓ Form. RCI-1A (solo firma y número cédula identidad)
- ✓ Solicitud dirigida al JEFE DEPTO. NAL. AFILIACIÓN
- ✓ Fotocopia C.I. del responsable o Representantes Legal
- ✓ Fotocopia NIT
- ✓ Fotocopia balance de Apertura aprobado y firmado por el SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS
- ✓ Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado)
- ✓ Nómina del personal con fecha de nacimiento
- ✓ Croquis de ubicación de la Empresa

- ✓ Examen Pre – Ocupacional (100.- Bs. por trabajador) se debe efectuar el depósito en la ventanilla 4 (división de tesorería)

➤ **Requisitos para afiliación del trabajador:**

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

➤ **Características del Trámite:**

Pasos

- ✓ Presentarse en oficinas del 2ª Piso de la Caja Nacional de Salud en el Despacho de Afiliación de Empresas
- ✓ Recibirá una invitación para afiliarse con fecha límite
- ✓ Recibirá un documento informativo con un listado de la documentación que debe adjuntar para cada caso
- ✓ Se debe reunir toda la documentación exigida
- ✓ Una vez presentada toda la documentación, se sella y archiva con el código de afiliado
- ✓ El empleado debe presentarse con sus formularios y el número patronal del empleado para la asignación de policlínico de acuerdo a la zona donde reside (vivienda)

➤ **Plazos para realizar los trámites**

- ✓ 2 días hábiles

➤ **Costos**

- ✓ Costo del trámite bs 4
- ✓ Formulario AVC-04 bs 3.50
- ✓ En todos los casos la entidad competente es la caja nacional de salud

➤ **Otros trámites frecuentes que se realizan**

Pago de aportes

- ✓ FORMULARIO RCI-1^a COMPROBANTE DE PAGO MENSUAL DE APORTES (Firmado por el representante legal, C.I. del mismo y sello de la empresa)
- ✓ PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS (Firmadas por los responsables de la elaboración y trabajadores, sello de la empresa, caso contrario adjuntar las respectivas boletas de pago o los débitos automáticos.).
- ✓ PLANILLA DE INCAPACIDADES TEMPORALES ORIGINALES (Calificada por la sección de afiliaciones).
- ✓ PLANILLA DE ASIGNACIONES FAMILIARES (Planilla firmada y sellada por la PIL y la factura respectiva).
- ✓ FORMULARIOS AVC-07 AVISO DE BAJAS DE LOS TRABAJADORES (Debidamente llenado y procesado por la sección de afiliaciones)
- ✓ DE NO CUMPLIR CON LOS REQUISITOS EXIGIDOS NO VEREMOS OBLIGADOS A RECHASAR EL MENCIONADO APORTE.

➤ **Trámites para dar de baja a un empleado de la caja nacional de salud**

Cuando concluya la relación laboral entre el asegurado y su empleador, éste, obligatoriamente en el término máximo de cinco días hábiles, deberá comunicar el hecho a la Entidad Gestora, utilizando el formulario "AVISO DE BAJA DE ASEGURADO" AVC-07, con los siguientes datos:

- ✓ Nombre completo.
- ✓ Número de asegurado.
- ✓ Fecha de baja en el trabajo.
- ✓ Motivo de baja.
- ✓ Último salario mensual.
- ✓ Datos del empleador.
- ✓ Lugar y fecha de la presentación del aviso.

Decreto ley 13214 del 24 de diciembre de 1975

- ✓ Baja temporal.
- ✓ Baja definitiva.
- ✓ Cambio de razón social.
- ✓ Cambio de representante legal.
- ✓ Reinicio de actividades (alta).
- ✓ Nuevo domicilio legal.
- ✓ Fusión de empresas.
- ✓ Apertura de sucursales.
- **Tiempo de duración de los trámites.**
 - ✓ Empresa unipersonal o comerciantes individuales 2 días.
- **Obligaciones a cumplir.**
 - ✓ Registro obligatorio de empleadores.
 - ✓ Registro de sistemas de control de asistencia.
 - ✓ Registro de libro de accidentes de trabajo.
 - ✓ Cumplir con el aporte mensual una cotización patronal del 10% mismo que será calculado del total ganado de los sueldos de sus trabajadores a la C.N.S.
 - ✓ Otorgar los subsidios: Prenatal, Natalidad y Sepelio.
 - ✓ Denunciar los accidentes de trabajo dentro las 24 Hrs. siguientes.
 - ✓ La empresa debía presentar dentro los 5 días hábiles, el aviso de baja del asegurado, a la Caja de Salud en la que está afiliada, para no ser sujeta a sanciones.
- **Multas y sanciones que aplican.**
 - ✓ Las sanciones al incumplimiento o al retraso en la presentación del Aviso de Baja de Asegurado a la Caja de Salud, es el 5% del salario cotizante del trabajador, correspondiente al mes anterior a su desvinculación.

- ✓ Está prohibido:
- ✓ La suplantación en la atención medica de los asegurados y beneficiarios, por terceras personas.
- ✓ Simular enfermedad para obtener baja médica.
- ✓ Proporcionar dirección domiciliaria falsa para la adscripción en un determinado policlínico.

5.4.2. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ORGANIZACIÓN

Tabla 26: Presupuesto De Gastos De Organización

(Expresado en bolivianos)

INSTITUCIÓN PÚBLICA	TRAMITE A PAGAR	TOTAL
FUNDEMPRESA	Control de homonimia	78,00
	Inscripción al registro de comercio	260,00
IMPUESTOS NACIONALES	Todos los costos en Servicio de Impuestos Nacionales son gratuitos	0,00
ALCALDÍA MUNICIPAL DE TARIJA	Caratula para la Licencia de Funcionamiento	100,00
CAJA NACIONAL DE TARIJA	Costo del tramite	4,00
	Formulario AVC-04	3,50
ADMINISTRACIÓN DE FONDO DE PENSIONES	Todos los trámites son gratuitos	0,00
MINISTERIO DE TRABAJO	Depósito de cuenta Banco Unión	145,00
TOTAL		590,50

VI. PLAN FINANCIERO

6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA

- ✓ Determinar la inversión inicial para el establecimiento de la empresa en construcción.
- ✓ Evaluar las alternativas de financiamiento para el inicio y puesta en marcha del negocio.
- ✓ Estimar los costos de producción.
- ✓ Definir el precio de venta del producto.
- ✓ Elaborar un flujo de caja para los próximos 5 años mediante un simulador, en base a la demanda estimada y más probable.
- ✓ Elaborar un análisis de escenario y de sensibilidad financiero para identificar las variables claves de este proyecto de inversión.
- ✓ Determinar los principales indicadores financieros, para determinar si la empresa es rentable o si es inviable el emprendimiento.
- ✓ Elaborar un análisis Costo-Beneficio, en base a la cual se tomará o no la decisión de implementar el proyecto productivo.

6.2. ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO

Costo Total

El coste total es la suma de los costes fijos, que no dependen de la cantidad producida, y los costes variables, que sí incrementan (o disminuyen) en función del número de unidades fabricadas.

Para el costo total utilizaremos la fórmula:

Formula 5 Costo Total

$$CT = CF + CV$$

$$CT = 342078 + 396000$$

$$CT = 927078$$

Formula 6 Costo Unitario

$$CU = \frac{P}{1 + U}$$

$$CU = \frac{55}{1 + 50\%}$$

$$CU = 36.7$$

Margen de utilidad: 50%

Es decir, la ganancia que obtienes en tu negocio una vez que tomas en cuenta lo que implica la producción de lo que ofreces, desde la materia prima, los salarios de tus colaboradores, los gastos de distribución, hasta los impuestos y gastos fijos.

Decreto Supremo N° 24051 Reglamento del Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas.

6.2.1. PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES

Para la siguiente proyección, se tomaron los resultados dados por el simulador versión 10 elaborada y proporcionada por el Lic. Adín Colque, el cual es el siguiente:

Tabla 27 Proyección De Costos

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) Costos Variables	538,560	732,442	996,121	1,354,724	1,842,425
(-) Costos Fijos	342,078	342,078	342,078	342,078	342,078

6.3. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Dónde:

P: precio de venta

Cu: Costo Unitario

U: Margen de Utilidad

Formula 7 Precio de Venta

$$P = Cu(1 + U)$$

$$P = 36.7(1 + 50\%)$$

$$P = 55$$

6.3.1. PRECIO CON FACTURA

Dónde:

PF: Precio de Factura

P: Precio de Venta de los diferentes productos

IVA: Impuesto al Valor Agregado=13%

IT: Impuesto a las Transacciones=3%

Formula 8 Precio de Factura

$$PF = \frac{P}{(1 - IVA - IT)}$$

$$PF = \frac{55}{1 - 13\% - 3\%}$$

$$PF = 67$$

6.4. BREAK EVEN FÍSICO

Formula 9 Cantidad en Equilibrio

$$Qe = \frac{CF}{P - CU}$$

$$Qe = \frac{342078}{55 - 36}$$

$$Qe = 18659 \text{ unidades}$$

La cantidad de equilibrio es simultáneamente igual a la cantidad demandada y la cantidad suministrada.

6.5. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS (EXPLIQUE Y ARGUMENTE EL MODELO MATEMÁTICO DE PROYECCIÓN QUE APLICARÁ)

Para la siguiente proyección, se tomaron los resultados dados por el simulador, el cual es el siguiente

Formula 10 Ingreso

$$Y = P * Q$$

Tabla 28 Ingresos Anuales

DETALLE			INVERSIÓN					
			AÑO "CERO"	1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS:			0	822,800	1,119,008	1,521,851	2,069,717	3,215,165
(+) Ventas				822,800	1,119,008	1,521,851	2,069,717	2,814,815
(+) Valor Residual								3,050
(+) Capital de Operaciones								397,300

Tabla 29 Cálculos del Ingreso

PERIODO	Y	P * Q	
AÑO 1	822800	55	14960
AÑO 2	1119008	55	20346
AÑO 3	1521851	55	27670
AÑO 4	206971	55	37631
AÑO 5	2814815	55	51178 +3050 +397300 =3215165

El cálculo realizado se tomó en cuenta la tasa de crecimiento de un 35% de las mujeres embarazadas etapa prenatal.

6.7. INGENIERÍA FINANCIERA

6.7.1. ESTRUCTURA DEL CAPITAL DE TRABAJO

La empresa constara de diez personas: en el siguiente cuadro se muestra el costo de la mano de obra mensual y anual.

Tabla 30 Capital de Trabajo

RECURSOS HUMANOS				
	Cantidad	H.Básico	Total	Total H.Básico
CARGOS	Puestos	Bs./Mes	H.Básico	Bs./ Año
JERARQUÍA ORGANIZACIONAL	Trabajador		Bs./Mes	13
1.1. NIVEL ESTRATÉGICO	2			
Administrador	1	3,000	3,000	39,000
Secretaria Ejecutiva	1	2122	2,122	27,586
NIVEL FUNCIONAL / TÉC.	4			
Encargado de RRHH	1	2,500	2,500	32,500
Encargado de Producción	1	2,500	2,500	32,500
Encargado de Finanzas	1	2,500	2,500	32,500
Encargado de Marketing	1	2,500	2,500	32,500
NIVEL OPERATIVO	4			
Operarios	2	2,122	4,244	55,172
Promotor de ventas	1	2,122	2,122	27,586
Encargado de Almacén	1	2,122	2,122	27,586
TOTAL:	10	21,488	23,610	306,930
				89.7%

6.7.2. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLES

Tabla 31 Activos Fijos e Intangibles

REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS			BANCARIZACIÓN
Activos	Cantidad	Valor Unitario	Total
Fijos	(Unidades)	(Bs unidad)	(Bs)
Equipo de Computación	1	4,500	4,500
Recubridora	2	4,802	9,604
Elasticadora	2	8,189	16,378
Cortadora	2	962	1,924
kit de Utilería	2	230	460
Mesas	2	1,000	2,000
Estante Metálico	8	210	1,680
Sillas de Madera	6	70	420
Exhibidores	2	250	500
Escritorio	1	3,500	3,500
TOTAL			40,966

6.7.3. ESTRUCTURA DE INVERSIONES

Tabla 32 Inversiones

INVERSIONES	TOTAL	PARTICIPACIÓN
	(Bs)	(%)
1. FIJA	40,966	9.24%
2. DIFERIDA	5,101	1.15%
3. CORRIENTE	397,300	89.61%
TOTALES:	443,367	100.00%

6.7.4. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Tabla 33 Fuentes de Financiamiento

INVERSIONES	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		(Bs)	SOCIOS
1. FIJA	40,966	20,000	20,966
2. DIFERIDA	5,101	5,101	0
3. CORRIENTE	397,300	200,000	197,300
TOTAL:	443,367	225,101	218,266
Participación (%)	100%	50.77%	49.23%

Tabla 34 Amortización Constante

Monto préstamo	Plazo	Periodo de Gracia	Interés	Año Desemb.	Tipo Amortización		
218,266	5	0	6.0%		1		
AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Saldo Deudor	218,266	174,613	130,960	87,306	43,653	0	
Interés (I)		13,096	10,477	7,858	5,238	2,619	39,288
Amortización (A)		43,653	43,653	43,653	43,653	43,653	218,266
Total cuota (I+A)	0	56,749	54,130	51,511	48,892	46,272	257,554

Como se puede observar los socios aportan el 50,77% del total de la inversión, en tanto que el restante 49,23% será financiado por el Banco Desarrollo Productivo, que ofrece una tasa de interés del 6%.

6.7.5. BALANCE DE APERTURA

Tabla 35 Balance de Apertura

BALANCE DE APERTURA			
E.U.			
Practicado al sábado, 16 de enero de 2021			
(Expresado en Bs.)			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES:		PASIVOS CIRCULANTES	
			0.00
Caja	300.00	Ctas/Doc. por Pagar	0.00
Banco	1,000.00		0.00
0	0.00		
Inventario de Mercaderías:	396,000.00	PASIVO NO CIRCULANTE	218,266.00
		Crédito Bancario	218,266.00
ACTIVOS NO CIRCULANTES:	46,067.00		
Activos Fijos	40,966.00	PATRIMONIO	
Equipo de Computacion	4,500.00	Capital Contable	225,101.00
Recubridora	9,604.00	Aporte por cada Acción 2	112,550.50
Elaztizadora	16,378.00		
Cortadora	1,924.00		
kit de Utillería	460.00		
Mesas	2,000.00		
Estante Metalico	1,680.00		
Sillas de Madera	420.00		
Exhibidores	500.00		
Escritorio	3,500.00		
Activos Intangibles	5,101.00		
Alquileres pagados x Adelantado	2,500.00		
Impuestos Nacionales	10.00		
Ministerio de Trabajo	145.00		
Patentes municipales	100.00		
Constitución de la empresa	338.00		
Caja Nacional	8.00		
Publicidad	2,000.00		
0.0	0.00		
0.0	0.00		
0.0	0.00		
0.0	0.00		
TOTAL ACTIVOS	443,367.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	443,367.00

6.7.6. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Tabla 36 Inversión y Financiamiento

INVERSIONES	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		SOCIOS	DEUDA
	(Bs)		
1. FIJA	40,966	20,000	20,966
2. DIFERIDA	5,101	5,101	0
3. CORRIENTE	397,300	200,000	197,300
TOTAL:	443,367	225,101	218,266
Participación (%)	100%	50.77%	49.23%

Tabla 37 *Financiamiento Interno*

FUENTE DE FINANCIAMIENTO INTERNO		SOCIOS
APORTES	VALOR-CUOTA (Bs.)	2
Aporte por cada Acción	112,551	

6.8. FLUJOS DE CAJA PARA UNA VIDA UTIL DE CINCO AÑOSTabla 38 *Flujo Económico*

DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)				
		AÑO "CERO"	1	2	3	4
A: INGRESOS EFECTIVOS:	0	822,800	1,119,008	1,521,851	2,069,717	3,215,165
(+) Ventas		822,800	1,119,008	1,521,851	2,069,717	2,814,815
(+) Valor Residual						3,050
(+) Capital de Operaciones						397,300
B: EGRESOS EFECTIVOS:		937,387	1,135,427	1,431,932	1,835,887	2,486,060
(-) Inversión Fija	40,966					
(-) Inversión Diferida	5,101					
(-) Capital de Operaciones	397,300					
(-) Costos Variables		538,560	732,442	996,121	1,354,724	1,842,425
UTILIDAD BRUTA		284,24	386,566	525,730	714,993	1,372,74
(-) Costos Fijos		342,07	342,078	342,078	342,078	342,078
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		- 57,838	44,488	183,652	372,915	1,030,663
(-) Costos Financieros		13,096	10,477	7,858	5,238	2,619
(-) Depreciaciones		6,902	6,902	6,902	6,902	6,902
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		- 77,836	27,109	168,892	360,774	1,021,141
(-) Impuestos de Ley	25%	0	6,777	42,223	90,194	255,285
UTILIDAD NETA		- 77,836	20,332	126,669	270,581	765,856
(+) Depreciación		6,902	6,902	6,902	6,902	6,902
(-) Amortización Préstamo		43,653	43,653	43,653	43,653	43,653
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	-443,367	- 114,58	-16,419	89,918	233,830	729,105
Flujo de Caja Acumulado		- 114,58	-131,006	-41,088	192,742	921,848

Tabla 39 Flujo Financiero

DETALLE		INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)				
		AÑO "CERO"	1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS:		0	822,800	1,119,008	1,521,851	2,069,717	3,215,165
(+ Ventas			822,800	1,119,008	1,521,851	2,069,717	2,814,815
(+ Valor Residual							3,050
(+ Capital de Operaciones							397,300
B: EGRESOS EFECTIVOS:			937,387	1,135,427	1,431,932	1,835,887	2,486,060
(-) Inversión Fija		40,966					
(-) Inversión Diferida		5,101					
(-) Capital de Operaciones		397,300					
(-) Costos Variables			538,560	732,442	996,121	1,354,724	1,842,425
UTILIDAD BRUTA			284,240	386,566	525,730	714,993	1,372,741
(-) Costos Fijos			342,078	342,078	342,078	342,078	342,078
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)			-57,838	44,488	183,652	372,915	1,030,663
(-) Costos Financieros			13,096	10,477	7,858	5,238	2,619
(-) Depreciaciones			6,902	6,902	6,902	6,902	6,902
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			-77,836	27,109	168,892	360,774	1,021,141
(-) Impuestos de Ley		25 %	0	6,777	42,223	90,194	255,285
UTILIDAD NETA			-77,836	20,332	126,669	270,581	765,856
(+ Depreciación			6,902	6,902	6,902	6,902	6,902
(-) Amortización Préstamo			43,653	43,653	43,653	43,653	43,653
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)		-443,367	-114,587	-16,419	89,918	233,830	729,105
Flujo de Caja Acumulado			-114,587	-131,006	-41,088	192,742	921,848

6.9. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO PARA CINCO AÑOS

Cada uno de los indicadores fue calculado automáticamente con el simulador financiero versión 10.

6.9.1. El VAN

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión.

Como se observa en la tabla, tenemos un VAN mayor a “0”, lo que nos indica que sería positivamente invertir en el nuevo emprendimiento.

El retorno de la inversión no es tan significativo, pero ya tenemos un retorno de 21.30 en el valor actual neto, indicador que determina la viabilidad al emprendimiento.

Tabla 40 El VAN

Tasa de Actualización	14.00%	DECISIÓN DEL INVERSIONISTA
VAN	21,297	SE ACEPTA

6.9.2. La TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una tasa anual que mide los rendimientos generados por una inversión en un período de tiempo determinado y también representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero. Se obtiene una TIR positiva, el proyecto es rentable, también observamos que es mayor a la tasa de actualización “14%”.

Tabla 41 LA TIR

TIR	14.99%	SE ACEPTA
------------	---------------	------------------

6.9.3. B/C

La relación Beneficio Costo (B/C) es mayor a 1, por tanto, podemos afirmar que la empresa será rentable ya que por cada boliviano invertido se obtiene 0.05 boliviano.

Tabla 42 B/C

B/C	1.05	SE ACEPTA
------------	-------------	------------------

6.9.4. PRI

Indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente.

Tabla 43 PRI

PRI	2	8.9	ESPERAR MÁS DE 3 AÑOS, No conviene
------------	----------	------------	------------------------------------

6.10. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO

Tabla 44: Análisis De Sensibilidad

ESEENARIO	OPTIMISTA	PROBLABLE	PESIMISTA
PRECIO	57	54.80	54
PRODUCCION	11500	11000	10500
COSTO UNITARIO	35	35.6	37

- Analizando la variable precio podemos observar que el escenario optimista se presenta con un precio 57 o mayor el mismo.

En el escenario probable donde se tiene un precio por debajo de lo estimado, la empresa no generaría utilidades, ni pérdidas.

En el escenario pesimista se observa que el precio va por debajo de los estándares el cual nos generaría pérdidas.

6.10.1. RENTABILIDAD

✓ Si el Valor Actual Neto (VAN) es mayor a "0" entonces quiere decir que el proyecto es rentable, en el caso del resultado obtenido es positivo por lo que el proyecto es rentable, se acepta invertir en el mismo.

✓ La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una tasa anual que mide los rendimientos generados por una inversión en un período de tiempo determinado y también representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero. Se obtiene una TIR positiva del 14.66%, el proyecto es rentable.

- Proveedores que se presenten con problemas de mora en cuanto con la materia prima.
- Retraso de materia prima en la aduana.

Monitoreo y control de riesgo

Los riesgos están claramente identificados y se tomará en cuenta durante la elaboración del emprendimiento, para su control, diferentes escenarios de producción que se pronosticará con el jefe del departamento de producción para que cuando ocurran algunos de estos escenarios se tenga alguna solución previa al asunto y que no perjudique la continuación de la producción de los pañales ecológicos.

VII. CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. ECO-POMPIS representa una idea de negocio innovadora que ya hay en otros países sin embargo en la ciudad de Tarija aún no se produce pañales ecológicos reutilizables, pero si venden en el mercado ya que estos son exportados de otro país como México, la empresa pretende ser la primera en producir pañales ecológicos en la ciudad de Tarija debido a que hay un gran público interesado por comprar estos pañales
2. Así mismo, este proyecto busca reducir la generación de residuos sólidos que los pañales desechables generan, por ello nuestro producto ECO-POMPIS utiliza en su producción tela de Bambú con lo cual reduce el impacto hacia el medio ambiente y por consiguiente el tiempo de degradación es menor.
3. En base al estudio de mercado realizado, se observa que la demanda de pañales ecológicos posee un gran mercado en continua expansión, debido principalmente al continuo aumento de la población infantil.
4. El estudio de financiero demuestra que la empresa producirá rentabilidad, además de tener los impactos ambientales controlados, logrando demostrar que la empresa es ambiental y socialmente sostenible.
5. El precio de venta del producto pañales ecológicos reutilizables son accesibles al público objetivo y además nos da una rentabilidad según los cálculos del TIR en el flujo de caja financiero.
6. Desde un punto de vista ecológico se puede concluir que el proyecto es de gran importancia para el medio ambiente ya que se reducirá el nivel de contaminación generada por la gran cantidad de pañales desechables, evitando también la tala indiscriminada de árboles, contribuyendo así a la preservación de bosques.
7. En conclusión, se puede decir que la empresa GEMA E.U. con su producto ECO.POMPIS es viable ya que como se muestra en los cálculos que se tiene del VAN de 21,30 respectivamente es mayor a 0 lo que significa que el proyecto tiene futuro con respecto a las ganancias.

VIII. RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.

1. Se debe explotar en la Ciudad de Tarija la producción textil orientada hacia la creación de un nuevo producto de alta calidad a precio justo, satisfaciendo las necesidades de potenciales clientes, así mismo preservar el cuidado del medio ambiente.
2. Es importante para el éxito en la ejecución del proyecto contar con tecnología de punta, adquirir materia prima de buena calidad y contratar mano de obra calificada para confeccionar el pañal ecológico ECO-POMPIS, generando un mejoramiento continuo de procesos productivos que garanticen la total satisfacción en los potenciales clientes.
3. Elaborar una investigación de mercado, respecto a la demanda de este producto, enfocado en el adulto mayor.
4. Trabajar arduamente en la estrategia de posicionamiento y merchandising por que este emprendimiento vendría a ser nuevo en la Ciudad de Tarija.
5. Ser exigentes y cuidadosos en la elaboración del pañal ecológico, evitando un producto defectuoso, esto para no restar credibilidad a la empresa.
6. Se recomienda la utilización de productos ecológicos ya que es responsabilidad de todos cuidar el medio ambiente.