

# **INTRODUCCIÓN**

## **I. INTRODUCCIÓN**

Nuestro proyecto plantea el desarrollo de una empresa tarijeña, dedicada a la comercialización de pañales reutilizables, que surge por la necesidad de emprender un nuevo negocio que sea amigable con el medio ambiente. Además de ofrecer a las madres de familia un pañal durable que a su vez contribuya al cuidado y bienestar de los bebés.

En el presente documento hace referencia a la importancia de diseñar un plan de negocio en la actualidad y los beneficios que aporta el mismo.

También desarrollamos la identificación y definición del problema de investigación para poder direccionar nuestro plan de negocio. Definimos la hipótesis con el fin de dar una posible respuesta a nuestro problema propuesto y se establecen los objetivos específicos necesarios en el proceso gradual para desarrollar el objetivo general del plan de negocio propuesto.

Explicamos la metodología empleada donde desarrollamos la investigación exploratoria que nos ayudó a identificar la necesidad del mercado tarijeño.

Por otro lado, nuestro proyecto se encuentra dividido en 6 partes:

La primera parte donde desarrollamos la naturaleza de nuestro negocio, donde presentamos la filosofía de nuestra empresa, desarrollamos el nombre de nuestra empresa así también se observa la ubicación y el tipo de empresa.

La segunda parte del proyecto está enfocado en el desarrollo de la investigación de mercados la cual nos ayuda a conocer la situación actual de nuestro público objetivo con el fin de conocer de los aspectos más importantes que consideran las madres para el cuidado de sus bebés y así también los factores que influyen a la hora de la compra.

En la tercera parte definimos nuestro mercado meta para poder dirigir nuestros esfuerzos a través de diferentes tipos de estrategias, como ser la de diferenciación la cual refleja los aspectos de nuestro producto que nos ayuda a sobresalir, la estrategia del marketing mix que ayuda a ingresar al mercado tarijeño para así poder lograr que

nuestra empresa sea conocida, así mismo se muestra la distribución física de nuestra empresa.

La cuarta parte del proyecto está enfocada a las operaciones que realiza la empresa para la adquisición, almacenaje y venta de nuestros productos al consumidor final, además de detallar los diferentes productos que se ofrece a las madres de familia, así también el tipo de inventario que se lleva dentro de la empresa, y los requerimientos de materiales.

En la quinta parte de nuestro proyecto hacemos referencia a las funciones que cumple cada trabajadora y los sueldos y salarios que se paga a cada una.

Y por último en la sexta parte de nuestro proyecto mostramos nuestro balance inicial, los costos variables y fijos, el punto de equilibrio, la evaluación financiera de nuestra empresa y así demostramos la rentabilidad de nuestro negocio.

## **II. ANTECEDENTES**

La necesidad del uso de un pañal es tan antigua como la historia de la sociedad. En civilizaciones como la egipcia y la azteca, existen escritos y dibujos históricos que revelan el uso de la hoja del algodón, las pieles de animal, la hierba y otros elementos creativos utilizados como «pañal» para bebés.

En el año 1946, una ama de casa de Westport llamada Marion Donovan, inventó el "Boater", una cubierta impermeable para pañales de tela, Marion recibió 4 patentes por sus diseños, incluido el uso de broches de plástico que reemplazaron a los tradicionales y peligrosos "imperdibles".

A mediados del año 1950, se inventó el pañal Safe-T Di-Dee, sin duda fue el primer pañal sin alfileres que se abrocha a presión; este fue el primer pañal ajustado, fue inventado por Sybil Geeslin (Kennedy) quién posteriormente vendió la patente.

Entre los años 1960 y 1980, el pañal desechable se comenzó a desarrollar rápidamente, y el uso de pañales de tela empezó a caer, por lo que la utilización de fibras de celulosa en lugar del papel mejoró su rendimiento.

Para principios de los años 90, cuestiones ambientales y referidas a la utilización de productos desechables y reutilizables, hicieron que los pañales de tela volvieran.

Ya en el año 1999, los pañales dieron un giro de 180 grados, pues Tereson Dupuy, diseñó y patentó los pañales de tela modernos llamados “FuzziBunz”, su principal finalidad de este producto fue preservar al medio ambiente de la contaminación que producen mundialmente los pañales desechables tradicionales, con una alternativa mucho más ecológica al ser pañales de tela, generalmente de algodón, lavables. En el año 2000 se da la apertura de FuzziBunz, Stacinator dedicada a vender pañales de tela por Internet como una forma de reivindicación de las personas con el planeta, pensado en usar productos amigables con el medio ambiente.

Es por ello que el primer movimiento surgió en Colombia con la empresa “Gaia Bebé” quienes comenzaron a utilizar productos ecológicos debido a que una familia se encontraba inspirada por los movimientos ecológicos que estaban en Europa y Estados Unidos.

Posteriormente la tendencia surgió en Chile, Argentina y México que en estos últimos años también empezaron a fabricar sus propios productos ecológicos para bebés.

De igual forma en Bolivia en el año 2012 un pequeño grupo de empresarios emprendedores encabezados por Ariel Ayma crearon: Ecobebé que ofrece al mercado de las principales ciudades del eje central del país pañales ecológicos fabricados con material micropolar, poliéster y cobertor impermeable, de talla única que se regulan con broches y que no causa transpiración

### **III. JUSTIFICACIÓN**

Para elaborar un plan de negocio se empieza con una idea, no importa si la misma no es muy innovadora, porque no es necesario contar con ideas maravillosas o únicas para lograr el éxito.

La clave está en contar con un plan de negocio bien estructurado y definido como explica el profesor de la Vega García Ignacio (2009) “el plan de negocio identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, además de que examina su viabilidad

tanto técnica y económica como financiera. A su vez sostiene que el plan de negocio es una herramienta indispensable para el desarrollo de una empresa”. (p.11)

Por otra parte Antonio Borello (2000) señala que “un plan de negocios ayuda a que el futuro de su empresa sea lo más parecido a lo que usted quiere que sea y no a lo que el «destino» le depara”. (p. 31-56)

Del mismo modo Weinberger Villaran Karen (2009) explica que “El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos.” (p. 33)

De esta manera se puede evidenciar la importancia del plan de negocio en la actualidad, ya que nos permite tener una visión más clara del negocio y así también poder anticiparnos a los posibles fracasos que se puedan presentar en la idea de negocio, es por ello que se consideramos el libro de la autora Weinberger Karen como guía para elaborar nuestro plan de negocio debido a que especifica las partes más relevantes para elaborar un plan de negocio a que nos ayuda a tener una visión más clara hacia donde debemos dirigirnos y que acciones debemos realizar para lograr los objetivos que nos planteamos.

En el plan de negocio se pone en práctica los distintos conocimientos y herramientas que adquirimos durante nuestra formación profesional, aplicando las distintas áreas como ser marketing, finanzas, recursos humanos, operaciones, entre otros que nos ayuda en el desarrollo de este trabajo de investigación.

Este plan de negocio beneficia principalmente a las inversionistas, Laura Belen Ampuero Lopez y Maria Leticia Yañez Mancilla, quienes aportan el capital para llevar a cabo la idea de negocio. También beneficia a la sociedad en general que puede contar con una alternativa a los pañales desechables y resulta ser amigable con el medio ambiente preservando así el futuro de las generaciones venideras.

#### **IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Mediante una investigación exploratoria buscamos ideas que sean amigables con el medio ambiente, es por ello que se pudo apreciar que los pañales desechables son un contaminante potencial, además que representan un mayor gasto para los padres de familia porque estos no se pueden reutilizar.

Esta idea de negocio, trata de indagar acerca de la posibilidad de brindar a las madres de familia pañales reutilizables que puedan ayudar a disminuir la utilización de pañales desechables, preservando el cuidado y bienestar de los bebés, a la vez que puedan ayudar a reducir a largo plazo sus gastos en la compra de este artículo de primera necesidad sobre todo en los primeros meses del niño.

La idea de negocio es comercializar pañales reutilizables que están elaborados a partir de un conjunto de materiales biodegradables a diferencia de los pañales comunes que son de plástico y utilizan productos químicos y sintéticos.

De todos los objetos no reciclables que usamos, los pañales y las compresas de un solo uso son los que generan más cantidad de residuos en el planeta.

Es decir, si calculamos que un bebé utiliza un aproximado de 4 pañales al día durante sus 30 primeros meses de vida esto supone unos 3.600 pañales por bebé. Según el INE (Ver anexo 1) en Tarija nacen alrededor de 568 niños por año (Ver anexos 2), por lo tanto, si sumamos lo que contaminan todos los bebés de Tarija esto se traduce en más de 2.044.800 residuos de pañales, es decir que por cada doce meses los bebés de Tarija desechan 817.920 pañales. (Ver anexos 3)

El desecho de estos provoca muchas veces el tapado de desagües y alcantarillas y la contaminación de lagos y ríos, todo esto se debe a que algunas madres lamentablemente no encuentran un lugar donde depositar y terminan lanzando los pañales usados a la intemperie o en los inodoros.

Por otra parte, cabe añadir que cada vez somos más conscientes de la importancia del cuidado del medio ambiente y nos involucramos en mayor o menor medida dentro de nuestras posibilidades. Por lo tanto, el uso de los pañales reutilizables puede formar

parte de una toma de consciencia sobre la importancia del cuidado del medio ambiente. Por esta razón no solo reduce el impacto ambiental sino también, implican un mayor y mejor cuidado de la piel del bebé.

Sin embargo la llegada de un bebé a la familia es, sin duda, una buena noticia que implica asumir responsabilidades tanto a nivel personal como financiero, es decir si suponemos que cada madre de familia de la ciudad de Tarija gasta en promedio 806 Bs por semestre (Ver anexos 4 ) solo en la compra pañales desechables en sus 30 primeros meses de vida del bebé, esto sin añadir otros gastos como alimentación, pañitos húmedos, ropa, entre otros, la suma de todo esto representa un gasto considerable en los madres tarijeñas, es por ello que las madres de familia empezarán a evaluar la cantidad de pañales que desechan a la basura, a causa de las condiciones que se está viviendo en los últimos meses por la pandemia COVID-19. Tomando en cuenta esta situación actual por la que se está pasando, surge esta nueva oportunidad de realizar un plan de negocio para la comercialización de pañales reutilizables que ayude a largo plazo ahorro familiar de muchas familias tarijeñas.

Según datos de la Agencia de Protección Ambiental Federal (EPA), de Estados Unidos (Ver anexo 5) un pañal desechable podría tardar alrededor de 5.000 años en desintegrarse en un vertedero. No obstante, aunque todos los pañales implican un impacto ambiental, se puede ayudar a no dañar más de lo necesario eligiendo pañales reutilizables de la forma más eficiente posible.

Estos problemas seguirán creciendo y afectando al ahorro familiar de muchas familias e incrementará aún más la contaminación del medio ambiente. Por ello surge la necesidad de buscar una alternativa amigable con el medio ambiente.

## **V. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es viable la creación de una empresa comercializadora de pañales reutilizables que contribuya al cuidado de la piel de los bebés y el medio ambiente en la ciudad de Tarija?

## **VI. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Diseñar un plan de negocio para determinar la viabilidad económica de una comercializadora de pañales reutilizables en la ciudad de Tarija que contribuya al cuidado de la piel de los bebés y del medio ambiente.

### **Objetivo Específico**

- Identificar la aceptación de los pañales reutilizables a través de una investigación de mercado.
- Definir los segmentos de mercados específicos a los que se va a dirigir.
- Desarrollar el plan de operaciones para la elaboración de la idea de negocio.
- Desarrollar una evaluación económica para conocer la rentabilidad del plan de negocio.

## **VII. METODOLOGÍA**

Se realizó una investigación de tipo exploratoria con el fin de obtener información destacada y confiable para llevar a cabo nuestra idea de negocio. Para esto se hizo la utilización de datos secundarios, debido a su fácil acceso y a su costo que es relativamente bajo, nos ayudó en el desarrollo del planteamiento del problema y en la identificación de las variables, de igual manera nos contribuyó a identificar y definir mejor nuestro problema.

Posteriormente se utilizó la investigación descriptiva, la cual nos permitió obtener datos primarios, mediante una observación cuantitativa, a través de diferentes técnicas como, la observación, el muestreo, el cuestionario entre otros, por lo tanto, el análisis de estos datos nos permitió conocer rasgos, comportamientos, actitudes y opiniones de nuestros posibles clientes.

**Fuentes Primarias:** Madres de familia

**Fuentes Secundarias:** Internet, INE, libros, revistas, trabajos de grado.



## **VIII. ALCANCE**

### **Alcance Temporal**

Para realizar el presente trabajo se tomó en cuenta los datos e información recopilados del INE de la gestión 2016 hasta la gestión 2020.

### **Alcance Espacial**

El presente trabajo se lleva a cabo en la provincia Cercado del departamento de Tarija.

## **IX. ANÁLISIS DEL CONTEXTO**

### **Análisis del Entorno mediato del negocio (Macro Entorno)**

En el análisis del Macroentorno es una herramienta para analizar la situación vigente y concretar el macro entorno común en la actividad del proyecto, busca información sobre el sector en el que se enmarca el producto. Está compuesto por factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales que afectan a todas las empresas

- **Factor Político**

Este factor se refiere a las normas legales (Leyes, Decretos, Ordenanzas, resoluciones) que estén en vigencia, o que estén en curso en el Congreso, Asambleas, Municipios, gobierno central o local y los Departamentos administrativos.

Según el Decreto Supremo 4298 del 24 de julio del 2020 (Apoyo a Emprendedores SIETE-RG) promulgado por Jeanine Áñez Chávez, se crea incentivos tributarios para la reactivación económica y crea también un régimen tributario promocionar la creación de nuevas empresas. Además, fomentar el consumo y producción de bienes hechos en Bolivia.

Adicionalmente, el Decreto Supremo crea el Sistema Tributario para Emprendedores en adelante SIETE – RG destinado a impulsar la actividad emprendedora que alcanza a los contribuyentes que cumplen con las siguientes condiciones:

- Empresa unipersonal o profesional independiente.

- Actividades productivas manufactureras o de servicios con una proyección de ingresos anuales iguales o menores a doscientos cincuenta mil bolivianos (Bs. 250.000).
- Máximo de dos establecimientos o unidades económicas.
- El tratamiento tributario para los contribuyentes del SIETE-RG será el siguiente:
  - Pago bimestral de un monotributo equivalente al 5% de sus ventas brutas en dicho periodo.
  - Emitirán facturas autorizadas que no generará débito fiscal para el emisor, pero si crédito fiscal del 5 % para el comprador sujeto a RC IVA o IVA.
  - Acumularán el crédito fiscal contenido en las facturas de sus compras vinculadas a su actividad, para ser utilizado cuando el emprendedor pase al Régimen General.
  - Migración automática al Régimen General cuando tengan ventas brutas anuales mayores a doscientos cincuenta mil bolivianos (Bs.250.000) o que cumplan con el periodo transitorio de tres (3) años computables a partir de su inscripción.

Por otra parte LA LEY GENERAL DEL TRABAJO EN SU TÍTULO II DEL CONTRATO DE TRABAJO, CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES, ARTÍCULO 13° establece que:

Ley de 8 de diciembre de 1942. Art. 1° Mientras el Congreso Nacional estudie el Código de Trabajo, se eleva a categoría de ley el D.S. de 24 de mayo de 1939, con las siguientes modificaciones: El Art. 13 de la Ley dirá:

Cuando fuere retirado el empleado u obrero por causal ajena a su voluntad, el patrono estará obligado independientemente del desahucio, a indemnizarle por tiempo de servicios, con la suma equivalente a un mes de sueldo o salario por cada año de trabajo continuo; y si los servicios no alcanzaren a un año, en forma proporcional a los meses trabajados descontando los tres primeros meses que se reputan de prueba excepto en los contratos de trabajo por tiempo determinado que no sufrirán ningún descuento de tiempo.

Otra de las leyes importantes de nuestro país es la LEY N°2064, LEY DE 3 DE ABRIL DE 2000, HUGO BANZER SUAREZ PRESIDENTE DE LA REPUBLICA, EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL, DECRETA: LEY DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA.

Conocida como la Ley de Reactivación Económica, donde la presente Ley, tiene el objetivo de movilizar el aparato productivo del país, reactivándolo de manera inmediata, con el propósito de incrementar el ahorro nacional, asegurar mayores fuentes de trabajo, aumentar la producción en todos los sectores en procura de mayores niveles de desarrollo socio-económico y hacer frente en las mejores condiciones posibles, a los efectos de crisis económicas externas y fenómenos naturales adversos.

- **Factor Económico**

La situación económica de un país es un factor muy significativo a la hora de la ejecución de todo emprendimiento y al desarrollo de cualquier empresa en general.

Para poder poner en funcionamiento cualquier tipo de emprendimiento, está presente un obstáculo que es la falta de fondos que a causa de estas muchas veces no se lo puede llevar a cabo el proyecto en la actualidad.

#### Producto Interno Bruto

La tasa de crecimiento es la relación de cambio de una variable en dos momentos en el tiempo en términos porcentuales, la tasa de participación es la proporción del valor nominal de una actividad respecto al total medidos en un período determinado

**Imagen N° 1 PIB**

**TARIJA: CRECIMIENTO Y PARTICIPACIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2019<sup>(p)</sup>**

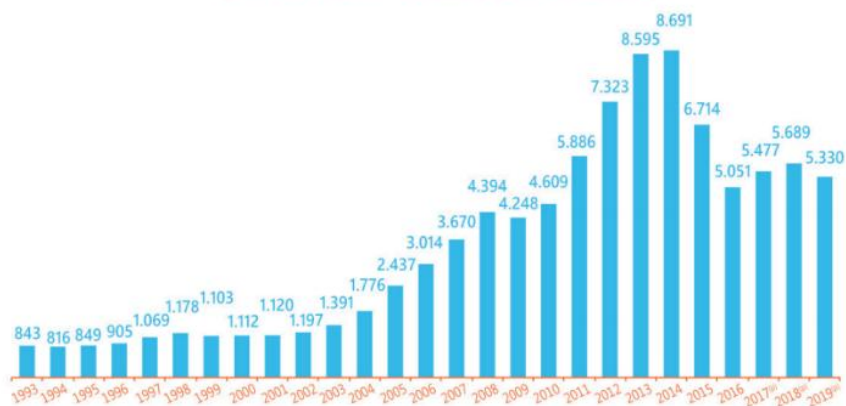
ACTIVIDAD ECONÓMICA	Crecimiento <sup>(1)</sup>	Participación <sup>(2)</sup>
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado)</b>	<b>-5,97</b>	<b>100,0</b>
Derechos s/Importaciones, IVA nd, IT y otros Impuestos Indirectos	-7,63	27,35
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos)</b>	<b>-5,54</b>	<b>72,65</b>
1. Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca	1,65	7,08
2. Extracción de Minas y Canteras	-12,73	26,95
3. Industrias Manufactureras	-1,74	4,47
4. Electricidad, Gas y Agua	-1,24	0,88
5. Construcción	-1,13	3,73
6. Comercio	-2,32	3,51
7. Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	-2,29	5,46
8. Establecimientos Financieros, Seguros, Bienes Inmuebles y Servicios Prestados a las Empresas	2,08	5,90
9. Servicios Comunales, Sociales, Personales y Domésticos	1,42	1,47
10. Restaurantes y Hoteles	2,24	1,20
11. Servicios de la Administración Pública	3,52	14,08
Servicios Bancarios Imputados	2,29	-2,07


PIB NOMINAL  
3.056 millones de dólares

**Fuente: INE revisión 2019**

**Imagen N° 2 PIB Per Cápita**

**TARIJA: PRODUCTO INTERNO BRUTO PER CÁPITA, 1993 – 2019**  
(En dólares estadounidenses)



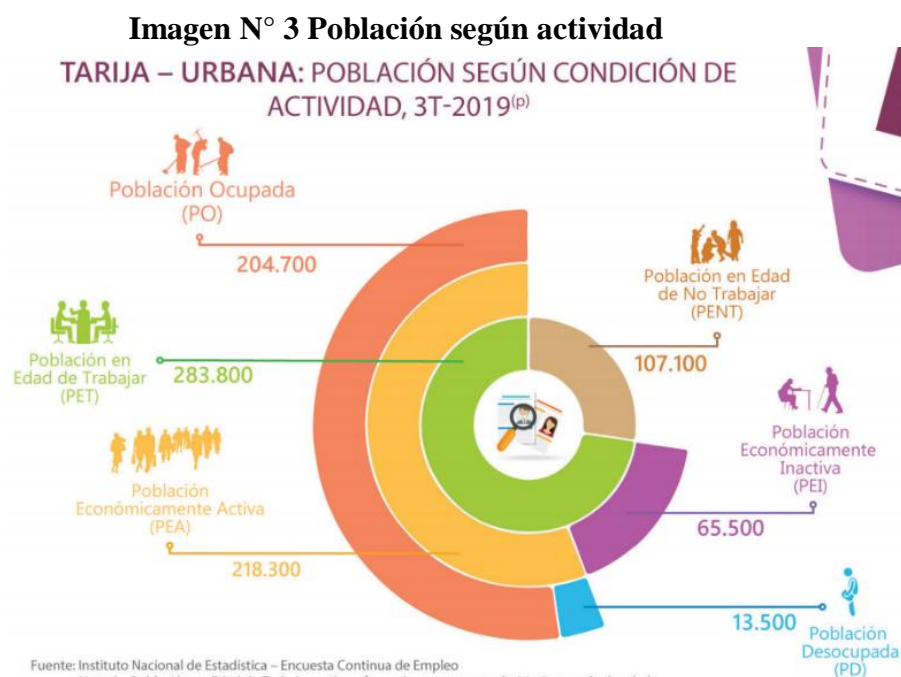
**Fuente: INE revisión 2019**

El producto interno bruto es un indicador estadístico que mide el valor total de los bienes y servicios finales producidos dentro de los límites geográficos de una economía en un período determinado.

Para el periodo 2019 el PIB del departamento de Tarija llegó a 3.056 millones de dólares.

La actividad económica de servicios de la Administración pública registró el mayor crecimiento (3,52%) y la actividad de extracción de minas y canteras registró la mayor participación (26,95%).

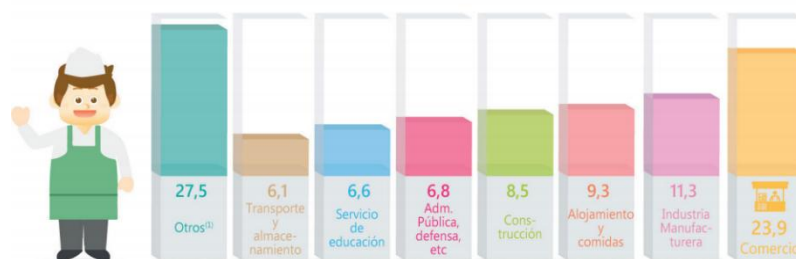
El PIB Per cápita es un indicador que refleja el PIB nominal de un país o departamento dividido entre el número de sus habitantes en un determinado tiempo generalmente un año. En 2019 el PIB Per cápita de Tarija alcanzó a 5.330 dólares estadounidenses.



**Fuente: INE revisión 2019**

### Imagen N° 4 Actividad económica

TARIJA – URBANA: POBLACIÓN OCUPADA POR ACTIVIDAD ECONÓMICA,  
3T-2019<sup>(b)</sup>  
(En porcentaje)



**Fuente: INE revisión 2019**

El desempleo en Bolivia según el Gobierno boliviano prevé una reducción del desempleo este año a 4,0 por ciento y generar poco más de 50 mil nuevos puestos de trabajo, según el Plan de Generación de Empleo, vigente hoy.

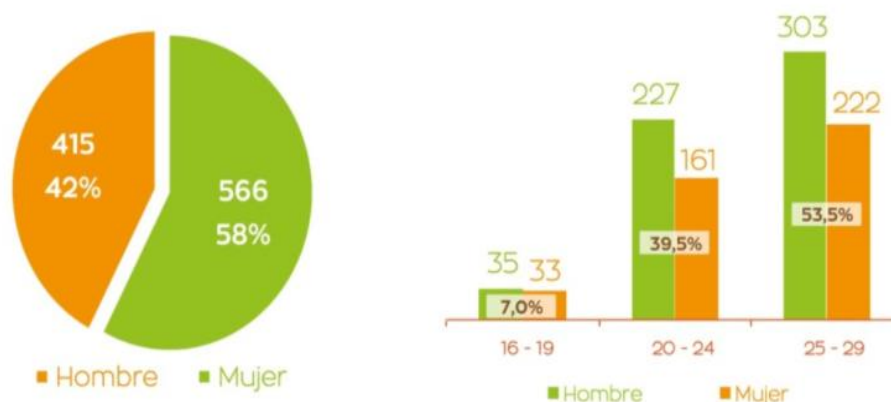
Desde el 22 de marzo, y por un periodo algo mayor a dos meses, el país se ha sumergido en una cuarentena rígida a raíz de la pandemia Covid-19. Las primeras voces desestimaban los efectos económicos negativos que llevaría esta crisis de salud; sin embargo, a medida que se obtienen datos de los últimos meses la situación económica se muestra desalentadora y aún con pocas perspectivas de retornar a la normalidad en los subsiguientes meses.

Por un lado, la fuerza laboral como porcentaje de la población en edad de trabajar se redujo del 67,8% en febrero al 59,9% en abril. Esto quiere decir que varias personas dejaron de trabajar o de buscar un empleo (si estaban desocupadas), engrosando la población inactiva.

Por otro lado, la tasa de desempleo urbana subió del 5,2% en febrero al 7,3% en abril. Sin embargo, el indicador está reflejando parcialmente el problema de falta de empleos, sobre todo porque es medido en número de personas; mientras que la cuarentena ha llevado a una reducción drástica de las horas de trabajo por semana.

Según resultado de la Encuesta Continua de Empleo (ECE) al tercer trimestre 2019 la población económicamente activa llegó a 218.300 personas aproximadamente en el área urbana del departamento de Tarija observándose una tasa de desocupación de 6,2%. Del total de la población ocupada, el 23,9% tiene como principal ocupación el comercio y el 11,30% la industria manufacturera.

**Imagen N° 5 Población ocupada de 16 a 29 años de edad,**



**Fuente: INE– Revisión 2017**

Los resultados de la Encuesta Continua de Empleo (ECE) evidencian que, al cuarto trimestre de 2017, la población urbana ocupada de 16 a 29 años de edad llega a 981.000 personas, de las cuales 58% son hombres y 42% mujeres que tienen trabajo.

De este número, el 53,5% corresponde a jóvenes que tienen entre 25 y 29 años, es decir que es muy poco el porcentaje de jóvenes ocupados entre 16 a 19 años de edad ya que solo representa el 7,0%. Según datos del INE de 4to semestre de 2017.

- **Factor Demográfico**

En el ambiente demográfico, la población tarijeña está en constante crecimiento porque Tarija es actualmente considerado un lugar turístico que atrae un flujo de visitantes que va en crecimiento año tras año; y a medida que crece la población también crece la demanda en este rubro ya que la tasa de natalidad en la ciudad de Tarija tiene un crecimiento constante.

A continuación, las proyecciones de la población de Tarija en miles de habitantes

### Imagen N° 6 Crecimiento poblacional

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>TARIJA</b>	<b>503.608</b>	<b>513.512</b>	<b>523.459</b>	<b>533.429</b>	<b>543.405</b>	<b>553.373</b>	<b>563.342</b>	<b>573.331</b>	<b>583.330</b>
<b>Cercado</b>									
Tarija	212.856	219.520	226.245	233.079	239.996	246.989	254.048	261.188	268.387
<b>Aniceto Arce</b>									
Padcaya	19.695	19.511	19.347	19.196	19.053	18.919	18.799	18.687	18.582
Bermejo	36.016	36.530	37.067	37.614	38.170	38.722	39.280	39.845	40.404
<b>Gran Chaco</b>									
Yacuiba	96.402	97.448	98.473	99.451	100.386	101.278	102.124	102.943	103.723
Caraparí	16.095	16.275	16.441	16.597	16.750	16.890	17.029	17.154	17.279
Villamontes	41.294	42.729	44.133	45.499	46.830	48.139	49.419	50.671	51.916
<b>Aviles</b>									
Uriondo	15.501	15.534	15.555	15.572	15.583	15.589	15.597	15.599	15.595
Yunchará	5.772	5.746	5.727	5.708	5.687	5.666	5.651	5.628	5.621
<b>Méndez</b>									
Villa San Lorenzo	25.003	25.110	25.216	25.322	25.423	25.520	25.613	25.707	25.796
El Puente	11.920	11.923	11.925	11.928	11.928	11.932	11.925	11.927	11.920
<b>Burnet Oconnor</b>									
Entre Ríos	23.054	23.186	23.330	23.463	23.599	23.729	23.857	23.982	24.107

**Fuente: INE revisión 2019**

- **Factor Social**

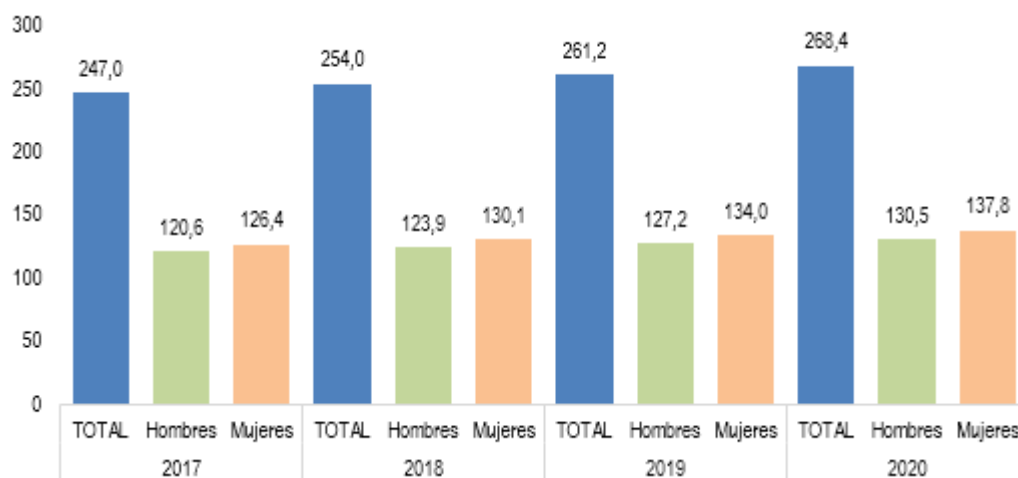
La provincia Cercado es una de las 6 provincias en que se divide el departamento de Tarija, Bolivia. Está ubicada en el centro-oeste del departamento. Limita al noroeste con la provincia Méndez, al este con la provincia O'Connor, al sur con la provincia Arce y al suroeste con la provincia Avilés. Su capital es Tarija, que también lo es de todo el departamento.

El departamento de Tarija está a 1.866 metros sobre el nivel del mar y cuenta con una superficie total de 37.623 kilómetros cuadrados. Esto equivale a 3% del territorio total del país. Es el departamento más pequeño de Bolivia y tiene una población de 583.300 habitantes, de los cuales 50,5% son hombres con 49,5% mujeres por área 68,2% de la población está en el área urbana y 31,2% en el área rural, asimismo la población menor de 30 años alcanzó a 56,1%.



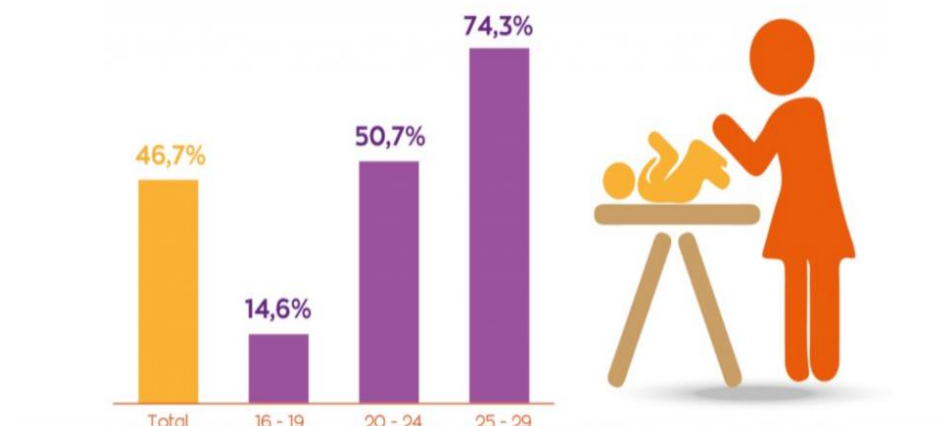
En 2020 en el departamento de Tarija, la esperanza de vida al nacer alcanza, a 78 años para las mujeres y 71 años para varones. La tasa global de fecundidad llega en promedio a 2,7 hijos por mujer durante su vida fértil y la tasa bruta de natalidad es de 210 nacimientos por cada 1.000 mujeres en el mismo periodo según fuentes del INE.

**Imagen N° 7 Proyecciones de población por sexo, 2017-2020**



Fuente: INE revisión 2019

**Imagen N° 8 Población de mujeres de 16 de 29 años de edad**



Fuente: INE– Encuesta de demografía y salud 2016

Según resultados de la Encuesta de Demografía y Salud – EDSA 2016, el 46,7% de mujeres entre 16 a 29 años de edad son madres.

En el caso de las mujeres entre 25 y 29 años de edad, esta cifra asciende al 74,3% es decir que es en esta edad es donde se puede observar mayor porcentaje que ya son madres. Se observa también que el 14,6% de las mujeres adolescentes entre 16 y 19 años ya son madres es decir que entre esa edad son muy pocas las mujeres que tienen hijos.

- **Factor Tecnológico**

Tenemos conocimiento que en la actualidad la tecnología ya no se considera un lujo por el contrario se la considera como una necesidad de vital importancia para poder ser una empresa competitiva en el sector.

Es importante que debemos tomar en cuenta acerca el tipo adecuado de tecnología que se debe aplicar en función a la actividad productiva. La tecnología también es un aspecto del funcionamiento de la empresa que se define como una forma específica o concreta de la utilización de los factores de producción para elaborar bienes o servicios, ya que estamos en la obligación de satisfacer la demanda que los consumidores puedan exigir.

- **Factor Ambiental**

Bolivia es un país con abundantes recursos naturales renovables y no renovables, es el sexto país a nivel mundial en poseer recursos tropicales forestales húmedos, séptimo a nivel mundial en poseer biodiversidad, tercero a nivel américa en poseer bosques, segundo a nivel américa en tener reservas gasíferas y también posee grandes reservas de litio, estaño, zinc y plata.

Tenemos que considerar que el reducido desarrollo económico y social de nuestro país hace suponer que las actividades productivas generan impactos ambientales leves o solamente locales.

En todo Bolivia el sector industrial es la principal actividad que genera polución en ríos debido a descargas no controladas de aguas negras o grises y en la atmosfera debido por suspensión de polvo y gases tóxicos, produce además gran cantidad de residuos peligrosos, el principal inconveniente es que los centros industriales en nuestro país se encuentran ubicados en los centros urbano donde existen gran concentración de personas.

También es importante hablar de los impactos que genera la industria manufacturera que se caracterizan por la generación de residuos sin tratamiento previo y el uso intensivo y descontrolado de las materias primas. Y hay que considerar que el 35% de residuos sólidos son de origen industrial.

En nuestro país existe la ley que tiene por objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviéndola con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población basándose en la Ley de Medio Ambiente (Ley 1333 de 24 de abril de 1992).

La ley 1333, ley de ley de medio ambiente considera los grados de compromiso con el Medio Ambiente, ECOMABE cumple con los requisitos de mitigación a través de fichas ambientales adicionalmente toma en cuenta que están elaborados con materiales biodegradables que a diferencia de los pañales desechables no contiene productos químicos lo que ayuda a reducir la contaminación.

### **Análisis del entorno mediato del negocio (Micro Entorno)**

El análisis del Microentorno está orientado al estudio de los clientes/usuarios potenciales, la competencia, los intermediarios y los proveedores. Este análisis es fundamental puesto que las pequeñas empresas pueden influir sobre él al definir estrategias para atraer clientes y competir.

- **Consumidores**

Nuestro posible mercado meta está constituido por madres de familia de 20 a 45 años de edad que tienen bebés de 0 a 2,5 años que cuentan con ingresos medios altos invirtiendo a largo plazo.

- **Competidores Actuales**

La comercializadora ECOMABE no tiene competencia directa por lo que considera competidores indirectos a todos aquellos que comercializan pañales desechables en la ciudad de Tarija como ser a: HUGGIES, BABYSEC, PANOLINI, PAMPERS, PEQUEÑIN que se comercializan en los mercados, supermercados, tiendas de barrio y farmacias.

- **Competidores Potenciales**

Los competidores actuales que afectarían en nuestras ventas como comercializadora de pañales reutilizables serían los siguientes:

- HUGGIES
- PAMPERS
- BABYSEC
- PANOLINI
- PEQUEÑIN

Con respecto a los competidores potenciales el número de los mismos es de mucha importancia, porque el número de competidores potenciales determina el grado de competencia existente en el mercado. Este aspecto puede llegar a afectar significativamente en las ventas de nuestro negocio ya que los competidores potenciales ya son conocidos por los clientes en los mercados, pero nosotros somos una empresa nueva que ofrecerá un producto elaborado con materiales biodegradables que contribuirán a la disminución de la contaminación y ayudarán a las madres de familia en sus gastos a largo plazo.

- **Productos Sustitutos**

Los productos sustitutos para el producto que nosotros comercializamos son:

- Pañales desechables. - producto que se ofrece en gran cantidad en nuestra ciudad y es muy demandado por las madres de familia.

- Pañales de franela. - producto que es demandado por un porcentaje reducido de madres.
- Pañales de algodón. - producto que tiene mayor aceptación por las madres de familia

Estos productos sustitutos mencionados representan una desventaja para poder ofrecer nuestro producto, ya que esto será como una debilidad para nuestra empresa.

Tomando en cuenta las consideraciones nosotros mejoraremos en la producción y comercialización de nuestro producto brindando a las madres de familia un producto que supere sus expectativas.

- **Proveedores**

Nuestro principal proveedor es la empresa ECOPIPO que se encuentra en el departamento de Cochabamba ellos son lo que nos proveerán los pañales reutilizables, así también son los que se encargaran del envío de los mismos hasta que llegue al destino (Tarija).

En cuanto a los empaques nos proveerá la Empresa B-ECO Tarija, sobre los servicios básicos necesarios serán proporcionados por las empresas de SETAR S.A. que será nuestro proveedor de energía eléctrica, COSAALT LTDA será nuestro proveedor de agua potable y TIGO quien nos proveerá del servicio de internet.

## PARTE 1

# NATURALEZA DEL NEGOCIO

## **1. NATURALEZA DEL NEGOCIO**

### **1.1. Descripción de la empresa**

ECOMABE será una empresa que se dedicada a la comercialización de pañales reutilizables, con materiales que son amigables con el medio ambiente.

Estará conformada por dos socias, las cuales se van a encargar del manejo total de la empresa y de la venta de los pañales los cuales se ofrecen en un local ubicado en la zona central de la ciudad.

Para el lanzamiento de los pañales reutilizables la empresa ECOMABE hace uso de diferentes estrategias para dar a conocer la marca y los beneficios que ofrecen los pañales y así poder ser conocida en el mercado tarijeño.

La empresa ECOMABE para abrir sus instalaciones considera todas las obligaciones fiscales que regulan el funcionamiento de las empresas en la ciudad de Tarija como ser: Fundempresa, Alcaldía Municipal, Servicio de Impuestos Nacionales, Caja Nacional de Salud, Ministerio de Trabajo y Administración de Fondos y Pensiones. (Ver anexo 6)

### **1.2. Justificación de la empresa**

Nuestra idea de negocio plantea desarrollar una empresa dedicada a la comercialización de pañales reutilizables, que surge por la necesidad de emprender un nuevo negocio que sea amigable con el medio ambiente, además de poder ofrecer a las madres de familia un pañal durable y que sea accesible a su economía, a su vez contribuya al cuidado de la piel de los bebés, así también beneficia a la sociedad en general que puede contar con una alternativa a los pañales desechables y que además resulta económica a largo plazo.

Es por eso que optamos por este emprendimiento como una oportunidad de contribuir al cuidado del medio ambiente, y así también de poder ofrecer al mercado de la ciudad de Tarija pañales con un precio competitivo, que ayude al ahorro familiar de muchas familias de la ciudad de Tarija.

### 1.3. Nombre de la empresa

Para determinar el nombre de nuestra empresa consideramos que este debe ser corto y breve para poder ser recordado y pronunciado fácilmente.

Por lo tanto, como emprendedoras decidimos poner el nombre de “ECOMABE” a nuestra empresa, ya que este representa las iniciales de nuestros nombres, además de hacer referencia a la esencia ecológica de la empresa, debido a que nuestros pañales al ser reutilizables contribuyen a la reducción de los pañales comunes que contaminan al medio ambiente.

### 1.4. Logotipo



Fuente; Elaboración propia

### 1.5. Slogan

*“Cuida la piel de tu bebé”*

### 1.6. Ubicación

Para la comercialización de los pañales reutilizables alquilaremos un espacio con puerta a la calle con una superficie de 36 m<sup>2</sup> ubicado en zona central de la ciudad de Tarija, en la calle Delgadillo entre Virginio Lema y 15 de Abril así también el mismo lugar se utiliza como de almacén de los productos terminados listos para la venta directa al consumidor final.



## **1.7. Tipo de Empresa**

Nuestra empresa según su actividad es comercial debido a se dedicará a la comercialización de pañales reutilizables.

Según el origen de capital nuestra empresa es privada que estará conformada por inversiones privadas que realizará cada socia de manera individual, el aporte de cada socia se invierte en cada uno de los materiales, equipos, maquinarias para poner en marcha este emprendimiento.

Con respecto a la forma jurídica nuestra empresa es una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) porque los socios responden hasta el monto de sus aportes, donde todos los socios realizan cuotas de igual valor en términos de dinero todo esto basándonos en el Decreto Ley N° 14379 “Código de Comercio”.

Nuestra empresa, según su tamaño, se considera como una micro empresa, debido a que el rango de nuestros trabajadores se encuentra entre 1 a 10 empleados.

## **1.8. Filosofía Empresarial**

### **1.8.1. Visión**

“Ser una empresa líder en la comercialización de pañales reutilizables a nivel local, ofreciendo productos de calidad en beneficio al cuidado de la piel del bebé y creando conciencia en las familias por el bien de la sociedad y el medio ambiente”

### **1.8.2. Misión**

“Somos una empresa dedicada a la comercialización de pañales reutilizables, elaborados con la más alta tecnología e innovación, brindando a las madres de familia una opción más ecológica y sustentable, preservando el cuidado de la piel del bebé y el medio ambiente”

### 1.8.3. Valores

Nuestros valores son los siguientes:

- **Respeto:** Consideramos el respeto como un valor imprescindible que promueve la paz y la convivencia entre los trabajadores, reconocemos y defendemos la diversidad cultural.
- **Honestidad:** En ECOMABE la confianza y la sinceridad son la base de todas nuestras acciones.
- **Responsabilidad:** Asumimos con mucha madurez las consecuencias de nuestros actos, siendo conscientes de las implicaciones que conlleva nuestras acciones y decisiones.
- **Equidad:** En ECOMABE tratamos a todos por igual independientemente de su clase social, raza, sexo o religión y damos un sentido profundo a la justicia como derecho fundamental.
- **Compromiso:** Asumimos la importancia de cumplir con el desarrollo de nuestro trabajo en el tiempo estipulado para ello.

### 1.9. Objetivos

- Generar una rentabilidad cada vez mayor.
- Mantener la innovación y la calidad de nuestros productos.
- Lograr expandirnos en el mercado.

### 1.10. Estrategias

- La primera estrategia a utilizar dentro de la empresa es la de diferenciación, debido a que ECOMABE se caracteriza por ofrecer un producto innovador que es percibido por el mercado como único y original, enfocado en el cuidado de la piel del bebé y del medio ambiente. El producto que nuestra empresa ofrece al mercado es diferente a los pañales comunes, porque están elaborados con materiales que no contienen sustancias químicas, es decir que evitamos por completo materiales, como el

polipropileno y el polietileno, es por ello que los pañales están elaborados a base de telas como el pul, microfibra y la tela de algodón, que permiten que la piel del bebé no se irrite, debido a que son telas suaves y delicadas.

- La segunda estrategia a utilizar es la de Segmentación, esta estrategia nos permite identificar nuestro mercado meta que está comprendido por madres de la ciudad de Tarija que se encuentran entre los 20 a 45 años de edad, con ingresos medios y que tienen hijos que oscilan entre 0 a 2.5 años de edad.

**PARTE 2**

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

## **2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

### **2.1. Definición del problema**

Las madres de familias actualmente utilizan los pañales desechables porque son más cómodos y prácticos, además de que existe la facilidad de conseguirlos en supermercados, farmacias y tiendas de barrio, lo que les facilita cambiarlos en un dos por tres ocasionando así el desecho de los mismos en cualquier lugar.

Según datos de la Agencia de Protección Ambiental Federal (EPA), de Estados Unidos un pañal desechable podría tardar alrededor de 5.000 años en desintegrarse en un vertedero, es por ello que el desecho de estos pañales muchas veces provoca la contaminación de lagos y ríos, todo esto se debe a que algunas madres lamentablemente no encuentran un lugar donde depositar y terminan lanzando los pañales usados a la intemperie o en los inodoros.

Por lo tanto, el uso de pañales reutilizables ayuda de manera sustancial a la reducción de la huella de carbono, debido a que estos pañales ayudan al ahorro de la pulpa de papel, energía y desperdicios tóxicos que se requieren para la producción de los pañales desechables. Por esta razón no solo reduce el impacto ambiental sino también, implican un mayor y mejor cuidado de la piel del bebé ya que los pañales reutilizables están elaborados con materiales naturales y biodegradables que dejan respirar la piel del bebé y ayudan a evitar la dermatitis que en muchas ocasiones provocan los pañales desechables.

No obstante, aunque todos los pañales implican un impacto ambiental, se puede ayudar a no dañar más de lo necesario eligiendo pañales reutilizables de la forma más eficiente posible, es por ello que surge la necesidad de buscar una alternativa amigable con el medio ambiente y así el uso de los pañales reutilizables puede formar parte de una toma de consciencia sobre la importancia del cuidado del medio ambiente.

## **2.2. Formulación del problema**

¿Qué factores influyen en la compra de los pañales reutilizables por parte de las madres de familia en Tarija?

## **2.3. Hipótesis**

Los factores de mayor influencia para la compra de los pañales reutilizables por parte de las madres de familia en la ciudad de Tarija son el precio y la durabilidad.

## **2.4. Objetivos**

### **2.4.1. Objetivo general**

Determinar qué factores provocan una mayor o menor demanda de los pañales de la empresa ECOMABE por parte de las madres de familia en la ciudad de Tarija.

### **2.4.2. Objetivos específicos**

- Determinar la frecuencia de compra de los pañales.
- Identificar los factores que influyen en la decisión de compra.
- Identificar las marcas preferidas de los pañales desechables por el consumidor, para evaluar a la competencia indirecta.
- Identificar el precio que se paga por los pañales desechables.

## **2.5. Diseño de la muestra**

### **2.5.1. Definición de la población meta**

La población sujeta a estudio, será la población del área urbana de la ciudad de Tarija, según proyecciones del INE del año 2020, la población asciende a 268.378 habitantes, de los cuales tomaremos como población sujeta a estudio a las madres de familias que posean un ingreso económico medio – alto, que viven en los barrios residenciales de la ciudad de Tarija.

- Universo: población den general de la ciudad de Tarija.
- Elementos: Madres de familia responsables de la compra.

- Unidades de muestra: Madres de 20 a 45 años, con ingreso medio –alto.
- Extensión: Área urbana.
- Tiempo: Gestión 2020.

### 2.5.2. Técnicas de muestreo a emplear

Se utiliza la técnica del muestreo aleatorio simple, ya que es un método sencillo y permite comprensión debido a que permite la selección de n unidades de un conjunto de N, de tal modo que cada una de las muestras tiene la misma probabilidad de ser seleccionada.

### 2.5.3. Determinación del tamaño de la muestra

Para la determinación de la muestra se toma en cuenta a una cantidad de 137.414 madres de familia según datos del INE 2020, de las cuales 27.029 son madres de familia comprendidas entre las edades de 20 a 45 años (Ver anexo 7) de las cuales el 30% son de ingreso medio - alto, que vendrían a ser 8.108.

Para el cálculo de nuestra muestra se considera la siguiente formula:

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

#### Dónde:

N= Población total

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

z= Nivel de confianza

e= Margen de error permitido

Para el cálculo de p y q se realizó una pequeña prueba piloto donde se preguntó a 16 madres de familia, si ¿le gustaría adquirir pañales reutilizables que contribuya al cuidado del medio ambiente? de las cuales 12 respondieron que si utilizarían el pañal desechables y 4 que no utilizarían.

Utilizamos un margen de error del 5%, debido a que suponemos que es la cantidad de error de muestreo aleatorio que será resultado de la elaboración de la encuesta.

### Proceso de muestreo

#### Dónde:

$$N = N = 8.108$$

$$n = ?$$

$$p = P = 75\%$$

$$q = Q = 25\%$$

$$e = e = 5$$

$$z = Z = 1,96$$

$$n = \frac{1.96^2 * 87,5 * 12,5 * 8108}{8108 * 5^2 + 1.96^2 * 87,5 * 12,5}$$

$$n = 164,65 \approx 165$$

Una vez determinado el cálculo de la muestra provisional con un total de 165 clientes, determinamos la muestra definitiva con la siguiente fórmula:

$$n_0 = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}} \quad n_0 = \frac{165}{1 + \frac{165}{8108}}$$

$$n_0 = 161,71 \approx 162$$

Y así obteniendo el tamaño de muestra final de 162 mujeres madres de familia.

Para conocer la situación actual de nuestro público objetivo se realiza el siguiente cuestionario (Ver anexo 8). La metodología que utilizaremos para la aplicación de nuestro cuestionario es mediante el método electrónico ya que este nos permite llegar al total de la muestra.



## 2.6. Presentación de los resultados

Una vez realizada las encuestas a las madres de familia de la ciudad de Tarija del área urbana, basado al tamaño de la muestra que se determinó anteriormente, se procedió a la tabulación e interpretación de las preguntas más importantes de dicha encuesta mediante el Excel, cuyos resultados se presentan a continuación.

### Análisis pregunta 1

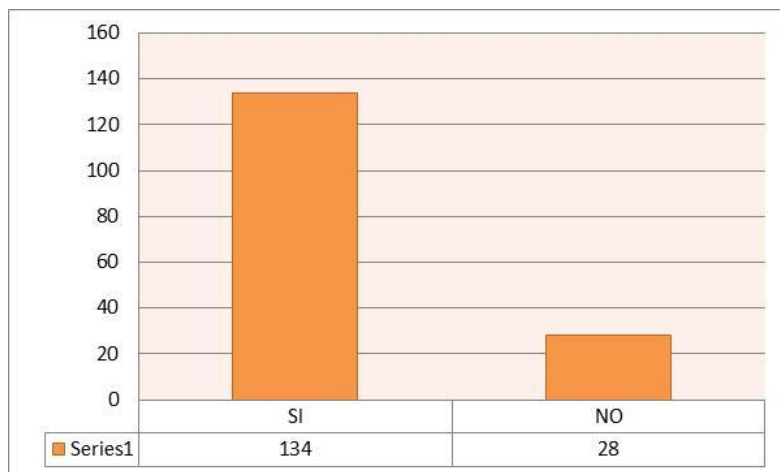
**¿Usted tiene hijos de 0 a 2,5 años de edad?**

**Tabla N° 1 Hijos de 0 a 2,5 años de edad**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	134	83%
NO	28	17%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**

**Gráfica N° 1**



La mayoría de las madres de familia encuestadas tienen hijos que comprenden las edades entre 0 a 2,5 años, por lo que podemos deducir que en la mayoría de los barrios del área urbana de la ciudad de Tarija esta es la conformación predominante en las familias.

### Análisis pregunta 3

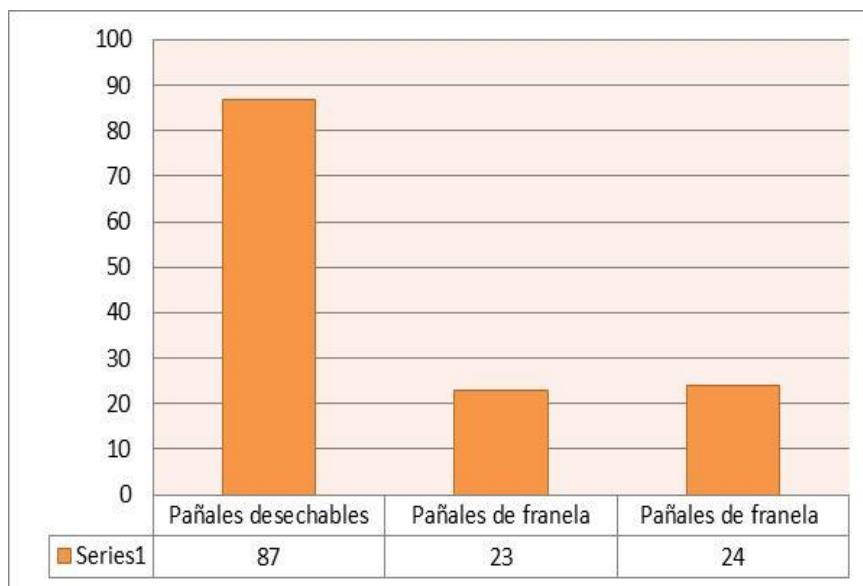
Para el cuidado de la higiene de su bebé ¿qué tipos de pañales utiliza?

Tabla N° 2 Tipo de pañales

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pañales desechables	87	54%
Pañales de franela	23	14%
Pañales de algodón	24	15%
No respondieron	28	17%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfica N° 2



En su mayoría las madres de familia encuestadas optan por el uso de los pañales desechables para su bebé, porque simplemente se les hace más fácil el use y bote que le dan a los pañales desechables, son muy pocas las madres del área urbana de la ciudad de Tarija que optan por el uso de pañales de franela y algodón.

#### Análisis pregunta 4

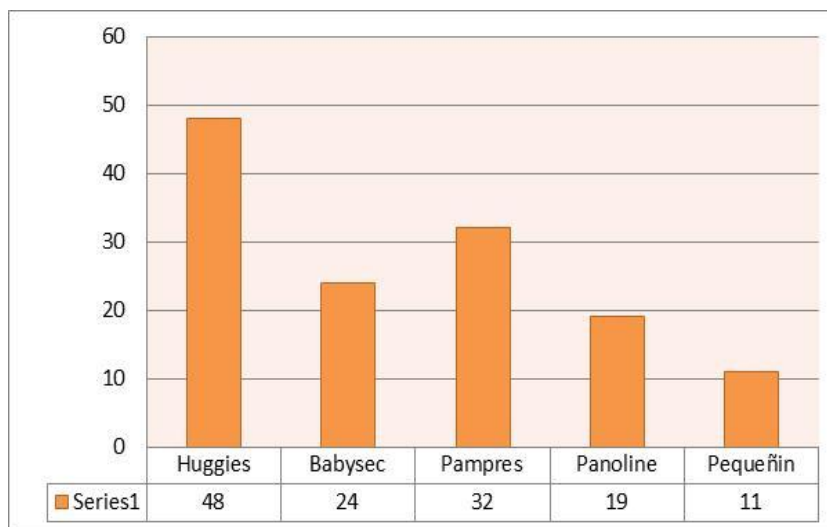
Clasifique la marca de pañal desechable de su agrado comience por elegir aquella marca que más cumpla con sus expectativas

Tabla N° 3 Preferencia de marca de pañales

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Huggies	48	30%
Babysec	24	15%
Pampres	32	20%
Panoline	19	12%
Pequeñin	11	7%
No respondieron	28	17%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfica N° 3



Para la mayoría de las madres de familia del área urbana de la ciudad de Tarija la marca de pañal que más cumple con sus expectativas es el pañal huggies, seguida de la marca pampers y babysec.

### Análisis pregunta 5

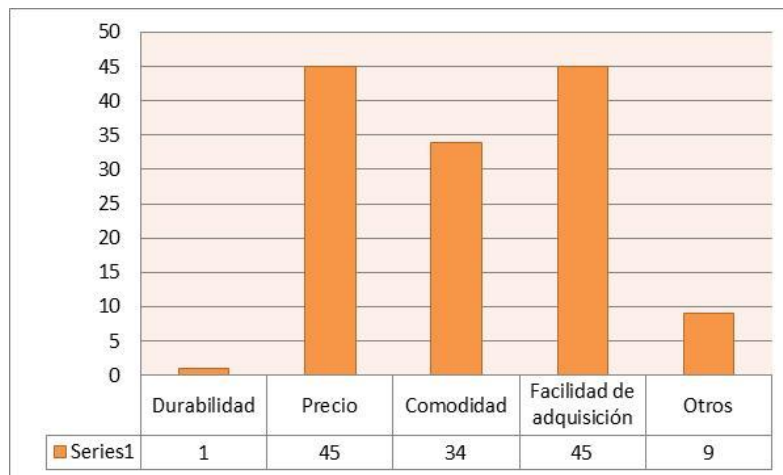
¿Cómo mamá que es lo que más le gusta de los pañales desechables?

Tabla N° 4 Lo que más le gusta de los pañales desechables

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Durabilidad	1	1%
Precio	45	28%
Comodidad	34	21%
Facilidad de adquisición	45	28%
Otros	9	6%
No respondieron	28	17%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfica N° 4



Para las madres de familia encuestas, el precio y la facilidad de adquisición son factores muy importantes a la hora de adquirir este producto, la comodidad de los pañales desechables les resulta menos significativa a la hora de la compra.

### Análisis pregunta 7

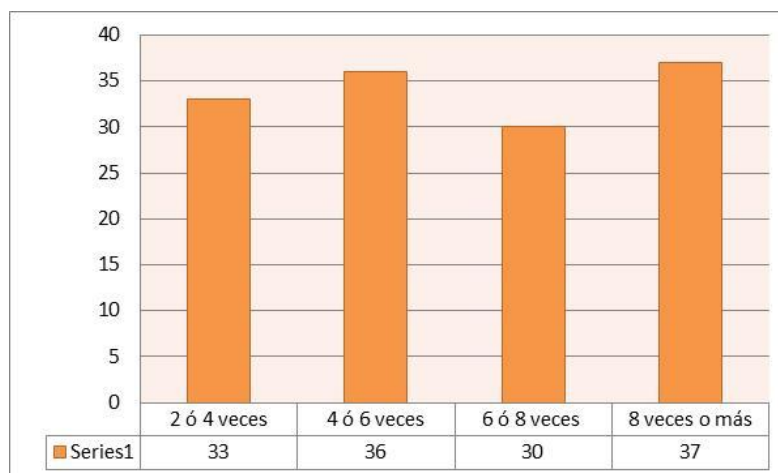
**En una semana ¿Cuántas veces compra los pañales desechables?**

**Tabla N° 5 Compra de pañales desechables**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 ó 4 veces	33	20%
4 ó 6 veces	36	22%
6 ó 8 veces	30	18%
8 veces o más	37	23%
No respondieron	28	17%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**

**Gráfica N° 5**



En algunos barrios del área urbana la ciudad de Tarija la compra de pañales desechables por semana es casi proporcional en todas, es decir que compran más de 8 veces solo 23%, le sigue con 22% las madres que compran de 4 a 6 veces por semana, el 20% compra de 2 a 4 veces por semana

### Análisis pregunta 8

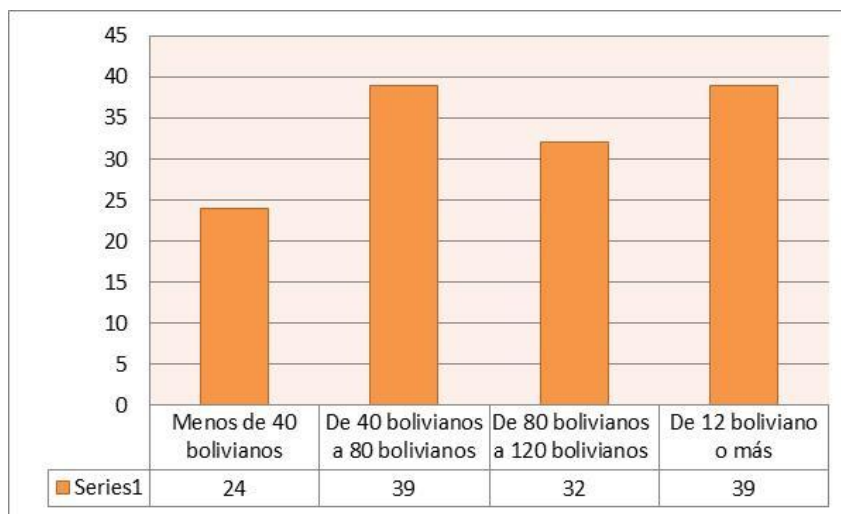
¿Cuánto gasta usted en una semana en pañales desechables?

Tabla N° 6 Gasto semanal en pañales desechables

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 40 bolivianos	24	15%
De 40 bolivianos a 80 bolivianos	39	24%
De 80 bolivianos a 120 bolivianos	32	20%
De 120 boliviano o más	39	24%
No respondieron	28	17%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfica N° 6



El 24 % de las madres de familia encuestadas de algunos barrios del área urbana de la ciudad de Tarija, respondieron que a la semana gastan más de 120 bolivianos en la compra de pañales desechables para sus bebés, consecutivamente el 24 % de las madres gasta de 40 a 80 bolivianos por semana y solo el 18% de las encuestadas gasta menos de 40 bolivianos por semana.

### Análisis pregunta 11

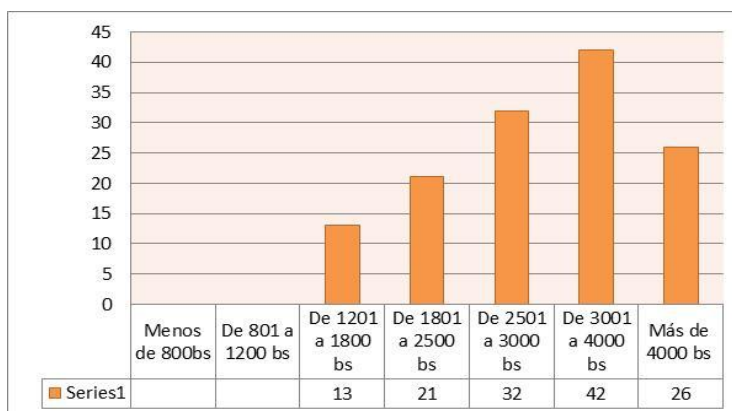
¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

Tabla N° 7 Ingreso mensual

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 800bs		0%
De 801 a 1200 bs		0%
De 1201 a 1800 bs	13	8%
De 1801 a 2500 bs	21	13%
De 2501 a 3000 bs	32	20%
De 3001 a 4000 bs	42	26%
Más de 4000 bs	26	16%
No respondieron	28	17%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente:Elaboración propia

Gráfica N° 7



El nivel de ingreso de las madres de algunos barrios del área urbana de la ciudad de Tarija, se encuentra entre 3.001 a 4.000 bolivianos, esto quiere decir que existe un gran porcentaje de madres encuestadas que puede pagar más de 120 bolivianos por un pañal, a este rango le sigue otro porcentaje de madres que tienen un nivel de ingreso mensual de 2501 a 3000bs por lo que nuestro producto estará destinado a madres con nivel de ingreso alto.

### **Conclusiones de la investigación de mercados**

Después de haber realizado la aplicación de la encuesta al conjunto de las madres de la ciudad de Tarija de 20 a 45 años de ingreso medio alto y haber analizados los resultados obtenidos, llegamos a la conclusión:

- Que el 29% del total de las madres encuestadas si aceptarían comprar un pañal diferente a los pañales desechables.
- Los factores más importantes a la hora de comprar un pañal para las madres de familia son el precio y la facilidad de adquisición.
- Se pudo identificar que la mayor competencia indirecta para la empresa ECOMABE son los pañales huggies y los pañales pampers debido a que las madres de familia consideran que estos pañales le ofrece mejor protección a sus bebés.
- La mayoría de las madres de familia gasta más de 120 semanal en la compra de pañales desechables.



**PARTE 3**  
**PLAN DE MARKETING**

### **3. PLAN DE MARKETING**

#### **Introducción**

Dentro de nuestro Plan de Marketing definimos nuestros objetivos, la definición del mercado meta y así también las estrategias de mercado para el lanzamiento de nuestro producto. También elaboramos el marketing mix o mejor conocido como las cuatro P's del marketing, describiendo el producto, los canales de distribución, el precio y la promoción que realiza nuestra empresa.

#### **3.1. Objetivos de marketing**

##### **3.1.1. Objetivo general**

Introducir el producto y que la empresa ECOMABE sea conocida en el mercado tarijeño el 1er año como una empresa que ofrece pañales reutilizables que contribuye al cuidado del medio ambiente.

##### **3.1.2. Objetivos específicos**

- Ofrecer al mercado tarijeño un producto diferente a los pañales desechables.
- Realizar la publicidad a través de los medios de comunicación mostrando los atributos que tienen los pañales reutilizables.

#### **3.2. Mercado meta**

Nuestro segmento de mercado al que pretendemos llegar es a las familias de ingresos medios altos.

- Definimos la Segmentación Geográfica en función a:
  - Local: Madres de familia que viven en el área urbana de la ciudad de Tarija
- Definimos la Segmentación Demográfica en función a:
  - Edad: de 20 a 45 años de edad.
  - Género: Mujeres

- Ingresos: madres de familia con ingresos medios altos.

### **3.3. Estrategias**

#### **3.3.1. Estrategia de diferenciación**

Con la implementación de la estrategia de diferenciación en la empresa ECOMABE buscamos ofrecer a nuestros clientes un producto innovador, que brinde una mayor satisfacción, y a su vez tenga un precio competitivo.

La pañales ECOMABE se diferencian de los demás pañales, por ser reutilizables y por estar elaborados con telas especiales que cuidan la piel del bebé y a su vez contribuyen al cuidado del medio ambiente ya que estos pañales evitan el uso y bote que le dan la mayoría de las madres de familia a los pañales desechables, también nos diferenciamos de las demás empresas porque vamos a ofrecer un producto que protege la piel del bebé evitando que provoque alergias y escaldaduras, esto debido a que para su elaboración de los pañales se excluye por completo los productos químicos, otra forma de diferenciarnos de nuestra competencia indirecta es vender en bolsas de papel en vez de bolsas plásticas ya que la mayoría ofrece al momento de vender su producto bolsas plásticas, esto con la finalidad de aportar a un mejor cuidado del medio ambiente a través de envases reciclables.

#### **3.3.2. Marketing mix**

La empresa ECOMABE se encuentra en la etapa de introducción, es por ello que los esfuerzos mayores se centralizan en la cobertura de canales de distribución, promoción, precio, supervisión de la fuerza de ventas, inicio de la comunicación publicitaria.

##### **3.3.2.1. Producto**

Los pañales que comercializará la empresa ECOMABE están elaborados a partir de un conjunto de materiales biodegradables que, a diferencia de los pañales desechables, estos excluyen por completo el uso de: fragancias sintéticas y productos químicos, por ello es un producto distinto y a su vez amigable con el medio ambiente ya que contribuye a su cuidado y reduce los efectos contaminantes de los pañales desechables.

Los pañales tienen una vida útil de 5 años, y resisten alrededor de 360 lavadas las cuales se la pueden realizar en una lavarropa o así también a mano, estos pañales tienen una duración de uso de 3 a 4 horas considerando que el bebé se haga tanto pipi como popo.

Con nuestro producto buscamos generar cambios que ayuden a contribuir al cuidado del medio ambiente y a su vez beneficien a las madres de familia en el cuidado de la piel de su bebé, ya que nuestro producto es un excelente sustituto de los pañales desechables, debido a que brinda mejores cuidados para la piel del bebé, además de ofrecer una imagen publicitaria ecológica y posee un precio competitivo.

- **Características del producto**

- Son ajustables y tienen un sistema de cierre con broches a presión.
- Son más suaves que los pañales desechables comunes puesto que están elaborados a partir de tela de algodón.
- Permiten la buena transpiración de la piel, por ende, hacen que el bebé se mantenga fresco tanto en invierno como en verano.
- Son hipoalergénicos, con lo cual, son perfectos para las pieles sensibles.

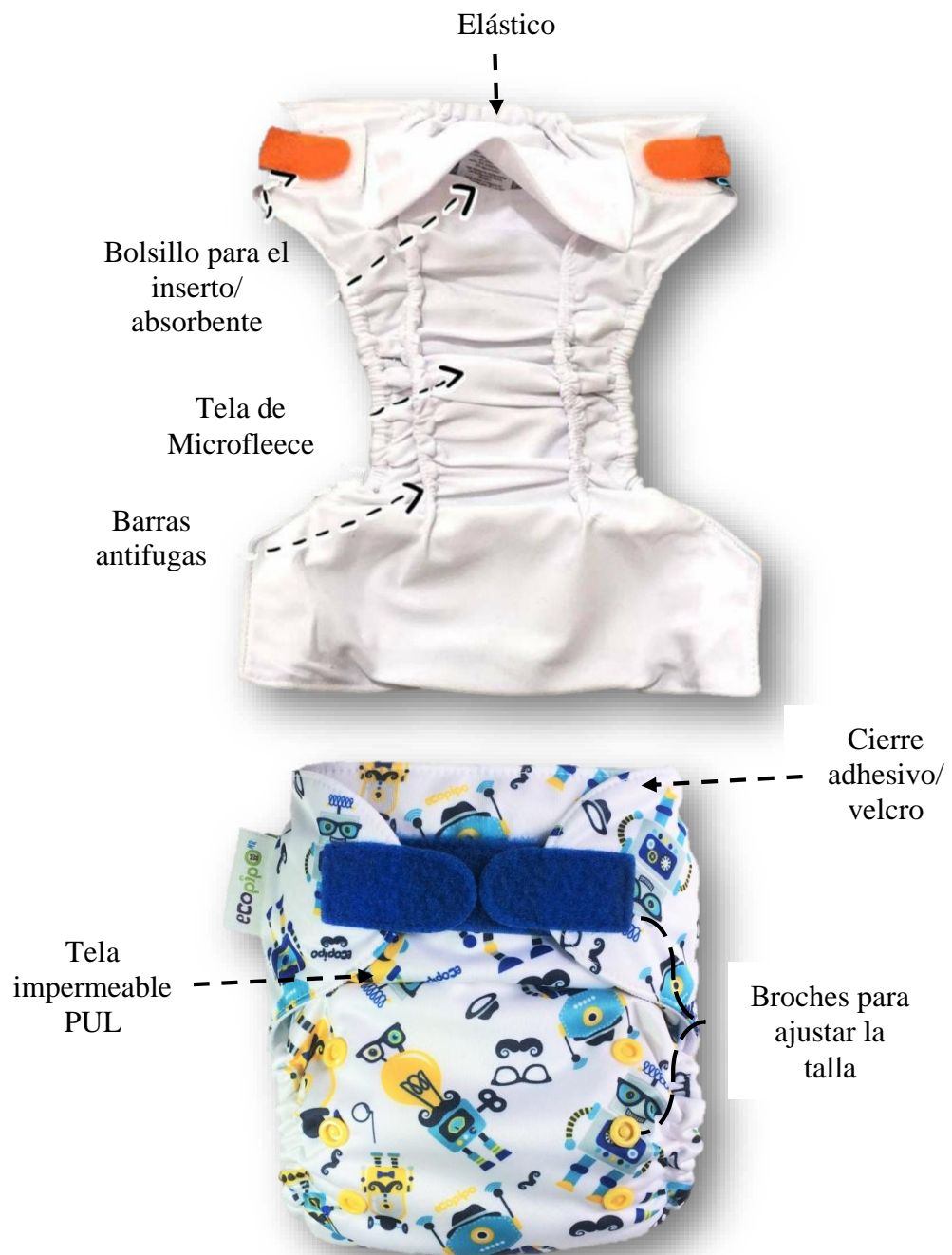
Los pañales que ofrece la empresa ECOMABE están elaborados de acuerdo al peso y talla del bebé:

**Tabla N° 8 Talla de pañales**

TALLA Y PESO	
<b>Talla pequeña</b>	3 a 6 kilos
<b>Talla mediana</b>	6 a 9 kilos
<b>Talla grande</b>	9 a 12 kilos
<b>Talla extra grande</b>	12 a 15 kilos

**Fuente: Elaboración propia**

- **Descripción del pañal**



- **Tipo de pañales**

La empresa ECOMABE comercializará 6 tipos de productos los cuales se describen a continuación

### **PAÑAL DE BOLSILLO**



Son llamados así debido a que tienen un bolsillo para poder introducir los absorbentes entre la capa de tela microfleece y la tela pul.

Este tipo de pañal incluye dos absorbentes uno de microfibra corto y un absorbente de bambú largo, así también se presenta en dos modelos lisos y estampados

### **PAÑAL NOCTURNO**



Este tipo de pañal es ideal para la noche ya que es fabricado en su totalidad de tela de bambú, cuenta con un absorbente largo hecho de bambú, requiere de una cubierta de pul y brinda en promedio de 8 a 12 horas de absorción.

## CUBIERTAS



Las cubiertas se utilizan para hacer impermeable a los pañales que no cuenten con ninguna barrera como los pañales nocturnos, son muy útiles porque al estar hechos completamente con tela de pul se pueden reutilizar varias veces antes de tener que lavarlas, usualmente se usa una cubierta por cada 3 pañales nocturnos.

## FILTROS DE BAMBÚ



Son ideales para facilitar el uso y el lavado de los pañales ya que capturan los desechos sólidos para después arrojarlos. Se colocan entre el pañal y la pompis del bebé, están fabricados de 100% de bambú orgánico, súper suave y antibacterial.

### **3.3.2.2. Estrategia de precio**

El precio de los productos que va a comercializar la empresa ECOMABE está en función a la política de la distribuidora de Cochabamba “Ecopipo” que nos indica que en todo territorio boliviano los pañales se manejan bajo un mismo precio, es decir que como empresa nos regiremos a los precios de la distribuidora que son:

- 175Bs para los pañales de bolsillo lisos.
- 155Bs para los pañales de bolsillo estampado.
- 150Bs los pañales nocturnos.
- 90Bs las cubiertas lisas.
- 100Bs las estampadas.
- 50Bs los filtros de bambú.

### **3.3.2.3. Estrategia de promoción**

La promoción de la empresa ECOMABE está dirigida a hacer conocer nuestro producto mediante las principales herramientas de promoción como: publicidad en redes sociales, marketing directo y la participación en ferias y eventos.

#### **3.3.2.3.1. Publicidad**

Para que los pañales ECOMABE sean reconocidos en el mercado tarijeño y se posicionen en la mente del consumidor se utiliza el marketing directo y las redes sociales como:

- **Facebook**

La empresa ECOMABE cuenta con una página en la red social de Facebook, donde muestra todos los modelos de pañales que ofrece y los precios de cada producto, así también las diferentes promociones que la empresa realiza, cada persona podrá visitar nuestra página a través del nombre **Ecomabe S.R.L.**



**Tabla N° 9 Presupuesto general de Facebook**

Actividad	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Publicidad por Facebook	Anuncios o promociones	3 veces por semana	25 Bs	3.600Bs

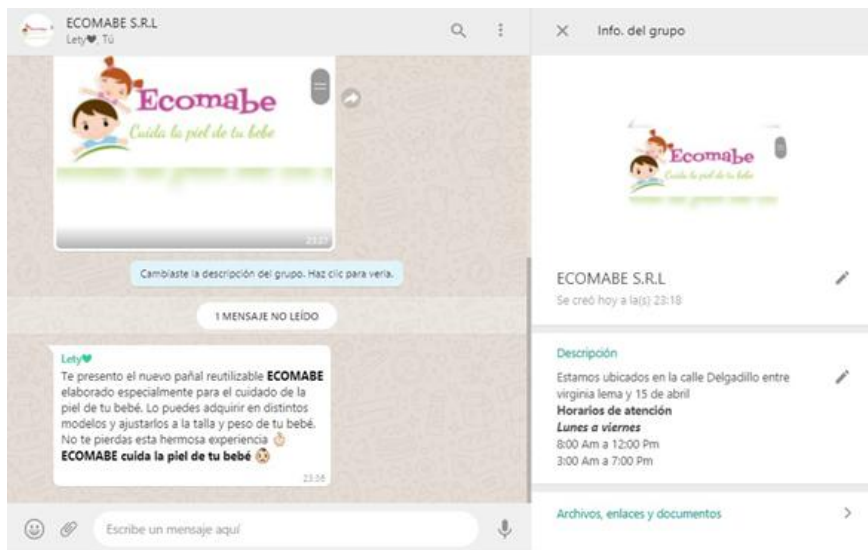
**Imagen N° 9 Página Facebook**



**Fuente: Elaboración propia**

- **Whatsapp**

### Imagen N° 10 Cuenta de empresa de WhatsApp



**Fuente: Elaboración propia**

ECOMABE tiene una cuenta de Whatsapp, mediante la cual se envía los catálogos de los productos con los que cuenta la empresa y las diferentes promociones, estos son enviados cuando el cliente se comunica con la empresa para que el cliente pueda comunicarse con la empresa ECOMABE podrá hacerlo a través de nuestra página de Facebook.

#### 3.3.2.4. Marketing directo

La Empresa ECOMABE utiliza el Marketing Directo al establecer conexiones directas con los clientes, mediante un marketing de catálogo en el cual se plasma el portafolio de nuestros productos (que en los primeros años de funcionamiento es realizado personalmente por el encargado de Marketing). Dicho catálogo refleja la descripción detallada de los beneficios de los pañales reutilizables, los precios, cantidades mínimas de pedido, diseño, modelos y forma de pagos, con el fin de tener una respuesta por parte del consumidor al dar a conocer nuestro producto, y así cultivar relaciones duraderas con los clientes. (Ver anexos 9)

**Imagen N° 11 Catálogo**



<https://www.flipsnack.com/989AD8AA9F7/ecomabe.html>

**Fuente: Elaboración propia**

### **3.3.2.5. Participación en ferias**

La empresa ECOMABE es participe de las ferias y eventos que realice el sector público y privado de apoyo a los microempresarios, para dar a conocer nuestros productos y así lograr captar a posibles clientes.

### **3.3.2.6. Estrategia de distribución**

#### **3.3.2.6.1. Distribución corta**

Para ofrecer los pañales ECOMABE a nuestro mercado objetivo utilizamos el sistema de distribución corta:

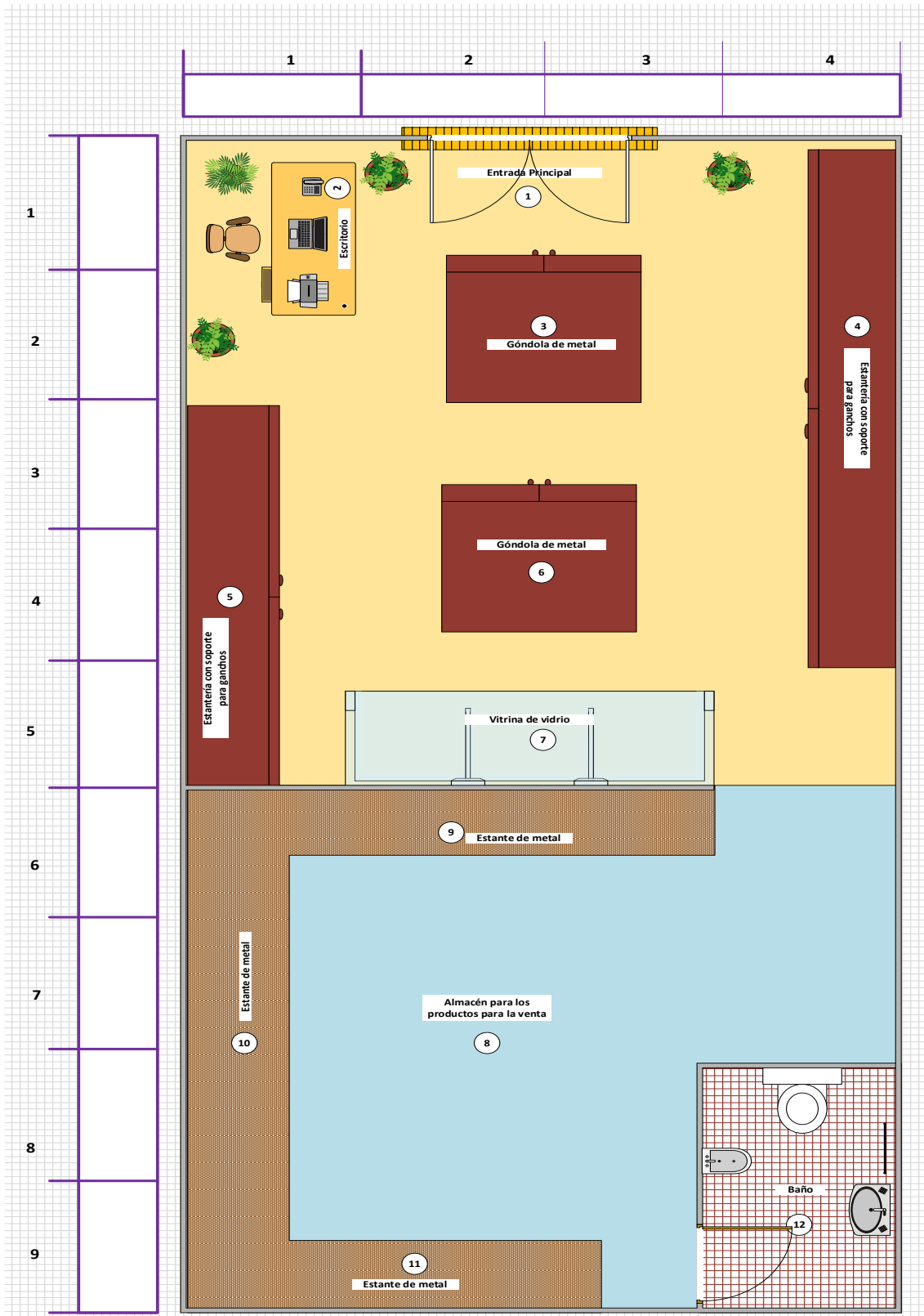


Se cuenta con un punto de venta, en la zona central de la ciudad de Tarija, en la calle Delgadillo entre Virginio lema y 15 de abril.

La distribución física de nuestra empresa ECOMABE es de la siguiente manera:

**Especificaciones de las áreas de la layout**

1. Entrada principal
2. Escritorio
3. Góndola de metal
4. Estantería con soporte para ganchos
5. Estanterías con soporte para ganchos
6. Góndola de metal
7. Vitrina de vidrio
8. Almacén de productos para la venta
9. Estante de metal
10. Estante de metal
11. Estante de metal
12. Baño



Fuente: Elaboración propia

**PARTE 4**

**PLAN DE OPERACIONES**

## **4. PLAN DE OPERACIONES**

Dentro del Plan de operaciones se plantea los objetivos, la descripción detallada de los pañales reutilizables y así también los aspectos que están relacionados con la administración de los inventarios, muebles y equipo, además de la respectiva ubicación geográfica.

### **4.1. Objetivos de operaciones**

#### **4.1.1. Objetivo general**

Lograr que la empresa ECOMABE alcance el próximo año una mayor eficiencia en la logística de sus productos.

#### **4.1.2. Objetivos específicos**

- Determinar el ciclo de actividades de transformación de entradas en salidas para incrementar la satisfacción del cliente.
- Determinar la capacidad inicial de inventarios para obtener un punto de equilibrio en la empresa.
- Diseñar la administración de procesos para lograr una mayor eficiencia en la empresa ECOMABE.

### **4.2. Etiqueta del empaque**

El nombre de la empresa ECOMABE se encuentra en la parte central del empaque en el cual son vendidos los pañales reutilizables.

Las etiquetas son impresas en las bolsas de papel kraft, por la empresa “ESTRELLA EMPASTADOS Y SERIGRAFÍA” (Ver anexo 10).

### 4.3. Empaque



Para la venta de los pañales ECOMABE se utiliza bolsas de papel kraft debido a que como empresa queremos evitar el uso de bolsas plásticas las cuales compraremos de la empresa B –ECO Tarija. (Ver anexo 11) y así al usar estas bolsas no afectaremos aún más al medio ambiente es por ello que se usaremos las bolsas de papel kraft en dos tamaños como se describe a continuación:

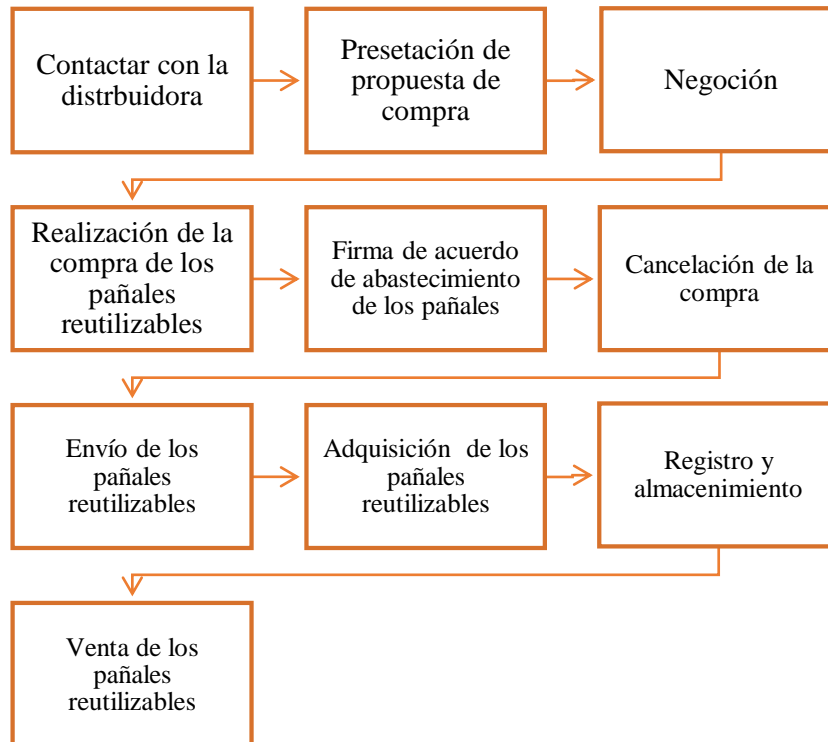


### 4.4. Política de compra

Para el proceso de compra la empresa ECOMABE realiza los pedidos con 2 días de anticipación, según las políticas que maneja la empresa distribuidora que se encuentra en el departamento de Cochabamba. La empresa Ecopipo corre con el costo de envío (Ver anexo 12) de los pañales reutilizable al igual que se encarga de despachar la encomienda al destino final, es por ello que nuestra empresa se hace cargo del costo del transporte de los pañales.



Los pañales tardarán 1 día en llegar a nuestro departamento después de realizar el pedido debido a que son 14 horas con 4 minutos de viaje (Ver anexo 13) los pañales son enviados en cajas de 60 x 90 y de alto 70cm, cada caja cuenta con 150 pañales (Ver anexo 14) por lo que recibimos 15 cajas cada 3 meses, al año un total de 60 cajas.



#### 4.5. Política de ventas

La empresa ECOMABE S.R.L. considera las siguientes políticas de venta con el fin de que sus clientes estén mejor informados, más satisfechos y mejor atendidos por el personal:

- Al momento de realizar la compra se respetarán los precios de los productos a excepción de que algún producto este mal calculado por el personal.
- Al momento de la venta de nuestro producto solo se aceptaremos el pago en efectivo es decir moneda nacional.
- Se respetarán los precios de los productos publicados en los distintos medios de comunicación (Facebook, Instagram, Whatsapp).

- Los precios de nuestros productos, así como la facturación serán en moneda boliviana.
- No se aran devoluciones del dinero solo se podrá cambiar el producto.
- Para realizar el cambio del producto se deberá contar con la factura emitida.

#### **4.6. Administración de inventarios**

En cuanto al manejo de inventarios, la empresa ECOMABE opta por el inventario de ciclo, este inventario se calcula de acuerdo a la frecuencia de los pedidos, como empresa manejamos la política de pedir 4 veces al año, los pañales reutilizables serán almacenados en las mismas instalaciones de la empresa, donde serán ordenados de acuerdo a los distintos modelos, en los estantes metálicos que tiene una capacidad de soporte de 200 kilos cada uno.

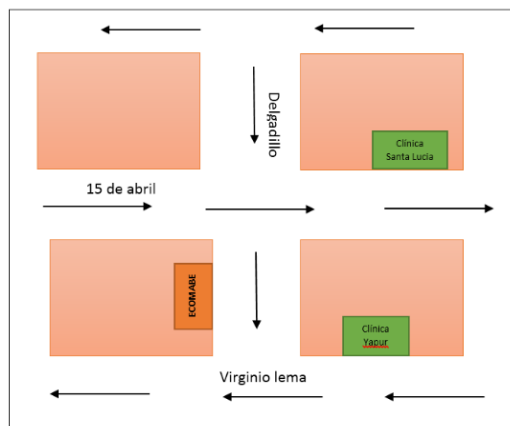
Existe también un inventario de seguridad que permite mantener una cierta cantidad de pañales reutilizables almacenados es decir que del total de la cantidad de pedido se almacenara solo el 40% para cubrir la incertidumbre de la demanda, cuando se llegue a ese nivel, el supervisor de empresa reporta al área de finanzas, para que este haga el pedido, solicitando el desembolso de fondos que son aprobados por la Gerencia General.

El 60% de los productos estarán distribuidos en los distintos muebles que tiene la empresa para poner a la venta.

El sistema de control de inventarios aplicado regula la entrada de productos al proceso operativo y la salida de productos para la venta, por medio del manejo de comprobantes de compra y venta.

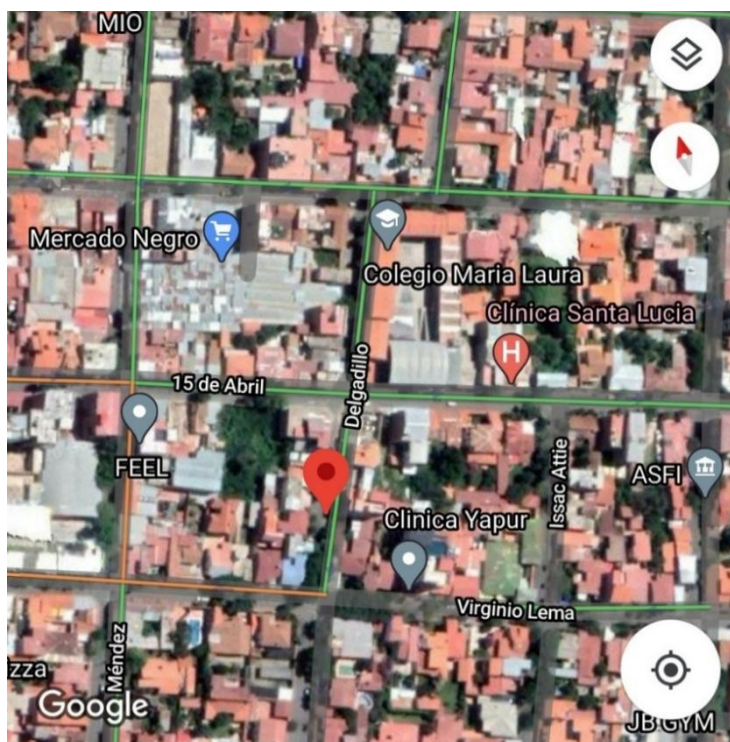
#### 4.7. Ubicación de empresa

**Imagen N° 12 Localización**



**Fuente: Elaboración propia**

**Imagen N° 13 Ubicación**



**Fuente: Elaboración propia**

#### 4.8. Inventario de muebles y equipos

Para la compra de nuestros materiales se realizó una cotización (Ver anexo 15)

- **Computadora portátil**

Esta computadora nos permite tener un mejor inventario de los productos almacenados como de los productos vendidos, así también para llevar los estados financieros en orden.



- **Sillas de madera**

Se hace el uso de dos sillas de madera para la trabajadora que atenderá el negocio y para la otra trabajadora que se encarga de la cobranza.



- **Vitrina de cobro de melamina**

La vitrina, se utiliza para guardar documentos, y así poder tener todo ordenado dentro de la empresa, también nos sirve para que la cajera cobre los productos vendidos. Tiene las siguientes medidas:



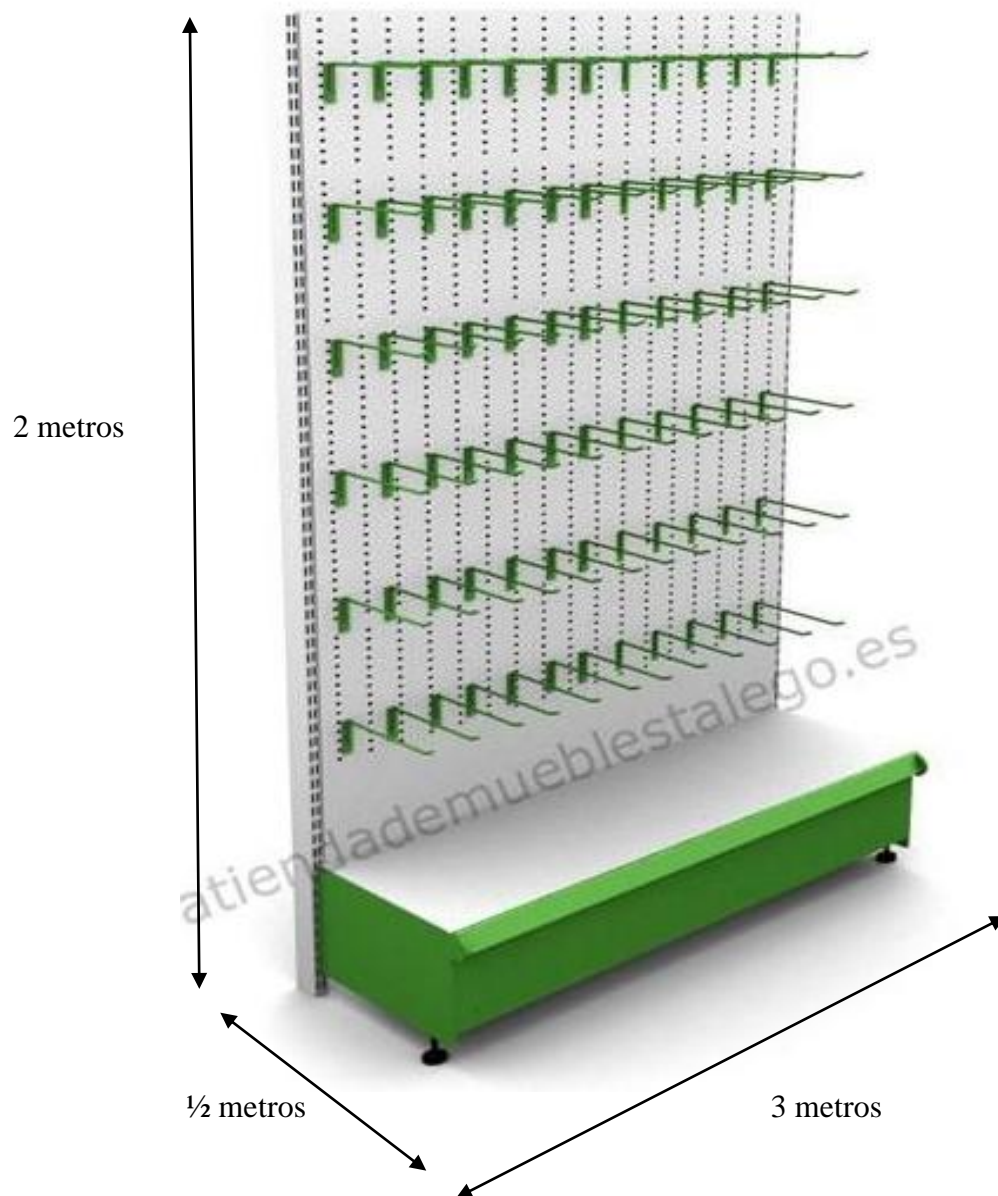
- **Vitrina de vidrio**

La vitrina de vidrio es nuestro mueble complementario para poder exhibir nuestros productos y completar nuestra decoración ya que nos aporta un plus estéticamente



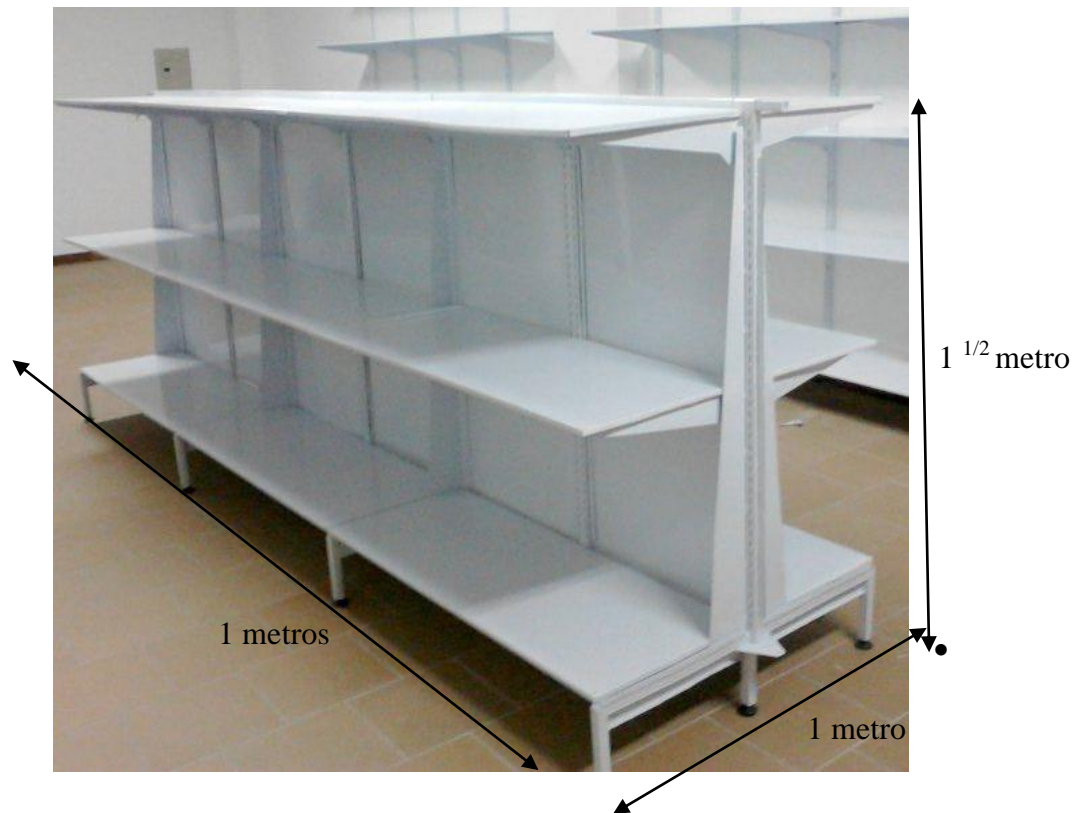
- **Estanterías con soporte para ganchos**

Los estantes con soporte para ganchos, tienen la finalidad de exhibir los pañales reutilizables para que los clientes puedan apreciar mejor los diseños, los colores y los distintos modelos de los pañales, el estante tiene las siguientes medidas:



- **Góndolas de metal**

Las góndolas metálicas, nos permite mostrar nuestros productos de una manera más ordenada y atractiva para nuestros clientes. La empresa cuenta con 2 góndolas las cuales tienen las siguientes medidas



- **Estante de metal**

Los estantes de metal nos sirven para almacenar nuestros productos y así poder llevar un mejor inventario de los mismos además de poder tener los productos ordenados de acuerdo a su modelo y diseño. Los estantes metálicos tienen las siguientes medidas:





**PARTE 5**  
**RECURSOS HUMANOS**

## 5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

La empresa ECOMABE establece la relación que hay en cada cargo y el desempeño que debe existir entre estos. La definición de cada cargo consiste en especificar los deberes y responsabilidades que desempeña cada persona, así también se establece los requisitos necesarios para poner en marcha nuestra empresa.

### 5.1. Objetivos

- Promover el trabajo en equipo, a través de una buena organización, para crear y mantener un ambiente de estabilidad basada en el respeto mutuo

### 5.2. Manual de funciones

La gerencia de la empresa estará a cargo de la socia Maria Leticia Yañez Mancilla quien se encargará del manejo de empresa así también será la encargada de llevar la contabilidad de la empresa.

**Tabla N° 10 Manual de funciones de recursos humanos y finanzas**

Denominación del cargo	Encargada y Finanzas
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Contabilizar todos los movimientos económicos</b></li> <li>• <b>Pago de impuestos</b></li> <li>• <b>Elabora los estados financieros periódicamente y presentar esta información de manera clara y precisa.</b></li> <li>• <b>Analizar los resultados operacionales y de gestión de la empresa.</b></li> </ul>	

El área de operaciones y marketing estará a cargo de la socia Laura Belen Ampuero Lopez quien se encargará de llevar los registros de almacenes y ventas.

**Tabla N° 11 Manual de funciones de operaciones y marketing**

<b>Denominación del cargo</b>	<b>Encargada de operaciones y marketing</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Atención al cliente</b></li> <li>• <b>Llevar el control de inventario de todos los productos</b></li> <li>• <b>Comprar los materiales necesarios para el funcionamiento del negocio</b></li> <li>• <b>Coordinación de las actividades destinadas a la venta del producto hacia los clientes.</b></li> <li>• <b>Llevar al día los registros requeridos para el control de las ventas.</b></li> <li>• <b>Diseñar distintas campañas publicitarias para la empresa.</b></li> <li>• <b>Analizar el volumen de ventas, costos y utilidades</b></li> </ul>	

### 5.3. Administración de sueldos y salarios

El pago de los salarios por parte de la empresa a los empleados es en base a la ley, pagados cada mes.

#### 5.3.1. Sueldos y salarios

**Tabla N° 12 Sueldos**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>
<b>Encargada de Finanzas y Recursos Humanos</b>	2.122
<b>Encargada de Operaciones y Marketing</b>	2.122
<b>TOTALES</b>	<b>4.244</b>

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla N° 13 Aportes patronales**

<b>Personal</b>	<b>Haber Básico</b>	<b>AFP 12,71%</b>	<b>Liquido Pagable Mensual</b>	<b>Aguinaldo</b>	<b>Total Planilla Anual</b>
<b>Maria Leticia Yañez Mancilla</b>	2.122	269,71	1.852	2.122	24.346
<b>Laura Belen Ampuero Lopez</b>	2.122	269,71	1.852	2.122	24.346
<b>TOTALES</b>					<b>48.682Bs</b>

**Fuente: Elaboración propia**

## **PARTE 6**

# **PLAN FINANCIERO**

## **6. PLAN FINANCIERO**

### **6.1. Objetivo**

Analizar la viabilidad económica y financiera del negocio durante el periodo de planificación comprendido entre uno a cinco años.

### **6.2. Sistema contable de empresa**

Dentro del sistema contable de la empresa “ECOMABE S.R.L” se muestran a continuación la siguiente información:

#### **6.2.1. Balance general**

EMPRESA "ECOMABE" S.R.L  
BALANCE INICIAL  
PRACTICADO AL 11 DE ENERO DEL 2021  
(En bolivianos)

ACTIVO			PASIVO		
<b><u>ACTIVO CIRCULANTE</u></b>			<b><u>PASIVO CIRCULANTE</u></b>		
Efectivo en Caja	22.361,00		Cuentas por pagar	0,00	
<u>Total Activos Circulantes</u>		<b>22.361,00</b>	<u>Total Pasivo Circulante</u>		<b>0,00</b>
<u>Activo realizable</u>			<b><u>PASIVO NO CIRCULANTE</u></b>		
Inventario de mercadería	191.125,00		Crédito Bancario	0,00	
<u>Total Activo realizable</u>		<b>191.125,00</b>	<u>Total Pasivo no Circulante</u>		<b>0,00</b>
<b><u>ACTIVO NO CIRCULANTE</u></b>			<b><u>PATRIMONIO</u></b>		
Muebles y enseres	8.450,00		Aporte Leticia Yañez Mancilla	112.723,00	
Equipo de computación	2.500,00		Aporte Laura Ampuero Lopez	112.723,00	
<u>Total Activos no circulante</u>		<b>10.990,00</b>	<u>Total patrimonio</u>		<b><u>225.446,00</u></b>
<u>Activos intangibles</u>					
Gasto de organización	970,00				
<u>Total activos intangibles</u>		<b>970,00</b>			
<b><u>TOTAL ACTIVOS</u></b>		<b><u>225.446,00</u></b>	<b><u>TOTAL PASIVOS</u></b>		<b><u>225.446,00</u></b>

### 6.3. Precio de venta

El precio de venta de los pañales reutilizables que comercializará la empresa ECOMABE, están establecido de acuerdo a los precios regidos por la distribuidora ECOPIPO del departamento de Cochabamba, que indica que en todos los departamentos de Bolivia se debe vender al precio del catálogo que maneja la empresa.

### 6.4. Proyecciones de la Demanda

- **Demanda Actual**

Para la estimación de la demanda actual, nos basamos en nuestra investigación de mercado la cual nos ayudó a identificar que el 82,5% de la población total de las madres de familia encuestadas respondieron que, si tienen hijos de 0 a 2,5 años de edad, es decir que solo 6.689 madres de familia de ingresos medio alto tienen hijos en ese rango de edad.

Población Total x Estimación de madres de familia con hijos

$$8.108 \times 0,825 = \mathbf{6.689}$$

- **Demanda potencial**

Para determinar la demanda potencial de nuestros posibles consumidores se relaciona a la cantidad de madres de familia que tienen hijos entre las edades de 0 a 2,5 años, tomando en cuenta la tasa de natalidad que indica que por cada 1000 madres nacen 221 niños anualmente en la ciudad de Tarija. (Ver anexo 16)

$$6.689 \text{ madres} / 1000 = 6,69$$

$$6,69 * 221 \text{ nacimientos} = \mathbf{1.478 \text{ niños nacidos anualmente}}$$

- **Estimación de la demanda anual**

Para la estimación de nuestra demanda anual tomamos en cuenta la frecuencia de compra y la cantidad a utilizar por cada madre de familia (Ver anexo 17)

$$\mathbf{Demanda Actual Anual} = 1.478 \times (12)$$



**Demanda Actual Anual = 17.739 pañales anualmente**

- **Porcentaje de la demanda que se pretende capturar**

Se considera abarcar el primer año solo al 50 % del total de madres que comprarían pañales reutilizables esto en un escenario optimista, lo que implica que tenemos una demanda de 933 madres de familia, esto se debe a que somos una empresa nueva en el mercado y tomamos en cuenta que existe una fuerte competencia indirecta.

$$17.739 \times 0.50 = \mathbf{8.870 \text{ pañales por año}}$$

- **Estimación de la demanda futura**

Para obtener nuestra demanda anual futura, tomamos en cuenta la tasa de natalidad que indica 21 nacidos por cada mil madres de familia según los últimos datos del INE.

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

Donde:

$D_F$ : Consumo o demanda futura

$D_A$ : Demanda actual (Determinado mediante encuestas)

$i$ : Tasa de crecimiento periódico

$n$ : Tiempo o periodo

$$\mathbf{Demanda Anual Futura = 8.870 * (1 + 0,221)^1 = 10.830 \text{ Pañales}}$$

## **6.5. Determinación de la Inversión**

Es la inversión que necesitaremos para cubrir todos los costos, la cual estará compuesta en su totalidad por el aporte propio que dará cada una de las socias.

**Cuadro N° 1 Determinación de inversión**

<b>Inversiones</b>	<b>Total (Bs)</b>	<b>Fuente de Financiamiento Propia (%)</b>
Inversión Fija	10.990 Bs.	4,94%
inversión Diferida	970 Bs.	0,44%
Capital de Trabajo	213.486 Bs.	94,6%
<b>Total</b>	<b>225.446 Bs.</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**

#### **6.6. Estructura del capital de trabajo**

El capital de trabajo es la capacidad de la empresa para llevar a cabo sus actividades con normalidad en corto plazo, este resulta útil para establecer el equilibrio patrimonial de cada organización empresarial.

**Cuadro N° 2 Capital de trabajo**

<b>Estructura del Capital de Trabajo</b>	
Mercadería	764.500 Bs.
Sueldos Y Salarios	48.682 Bs.
Empaque	14.760 Bs.
Etiqueta	12.300 Bs.
Talonario	2.500 Bs.
Transporte	180 Bs.
Luz	960 Bs.
Agua	840 Bs.
Internet	1.800 Bs.
Alquiler	2.500 Bs.
Publicidad	3.600 Bs.
<b>TOTAL</b>	<b>853.942 Bs.</b>

**Fuente: Elaboración propia**

- El capital de trabajo asciende a 213.486 Bs. anual, lo que resulta de la división de (853.942/4) debido a que la empresa considera como corto plazo 3 meses.

### 6.7. Inversión Diferida

**Cuadro N° 3 Inversión diferida**

<b>Activos Diferidos</b>		
Declaración Jurada	400,00 Bs.	400,00 Bs.
Fundempresa	260,00 Bs.	260,00 Bs.
Ministerio De Trabajo	160,00 Bs.	160,00 Bs.
Servicio De Impuestos Nacionales (Nit)	0,00 Bs.	0,00 Bs.
Administradoras De Fondos De Pensiones-Afp	50,00 Bs.	50,00 Bs.
Alcaldía Municipal De Tarija	100,00 Bs.	100,00 Bs.
	<b>Total</b>	<b>970,00 Bs.</b>

**Fuente: Elaboración propia**

### 6.8. Requerimiento de Activos Fijos

Para el inicio de nuestro negocio se requiere los diferentes muebles y equipo de computación, como se puede ver en la Pag.40, donde se especifica detalladamente las diferentes descripciones y cotizaciones que respaldan el precio de nuestro activo fijo.

**Imagen N° 14 Costo de equipo de computación**

<b>Unidades</b>	<b>Equipo de computación</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
1	Computadora portátil	2.500 Bs.	2.500 Bs.
<b>Total equipo de computación</b>		<b>2.500 Bs.</b>	<b>2.500 Bs.</b>

**Fuente: Elaboración propia**

Tabla N° 14 Costo de muebles y Enseres

Unidades	Muebles y enseres	Valor unitario	Valor total
2	Sillas	140 Bs.	240 Bs.
1	Vitrina	1.710 Bs.	1.710 Bs.
1	Vitrina de melanina	1.140 Bs.	1.140 Bs.
3	Estante de metal	800 Bs.	2.400 Bs.
2	Góndolas	580 Bs.	1.160 Bs.
3	Estante con soporte	600 Bs.	1.800 Bs.
<b>Total muebles y enseres</b>		<b>4.970 Bs.</b>	<b>8.450 Bs.</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 15 Depreciación

N°	Activos Tangibles	Monto	Tasa de Depreciación	Vida Útil	Depreciación Anual	(5)Depreciación Acumulada	VALOR Residual
1	Equipo de computación	2.500 Bs.	25%	4	625	3.125 Bs.	0
2	Muebles y enseres	8.450 Bs.	10%	10	1.099	5.495 Bs.	5.495 Bs.
<b>TOTAL</b>		<b>10.990 Bs.</b>			<b>1.724 Bs.</b>		<b>5.495 Bs.</b>

Fuente: Elaboración propia

### 6.9. Determinación del costo fijo

Para la determinación de nuestros costos fijos tomamos en cuenta los siguientes costos que proviene de nuestras actividades realizadas en el funcionamiento administrativo de nuestra empresa, estos gastos corresponden a la remuneración del personal, a los servicios básicos y suministro de oficinas.

**Cuadro N° 4 Costo fijo**

<b>Costo Fijo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Fijo Total</b>
Sueldos y salarios	2	48.672 Bs.
Servicios básicos	1	33.600 Bs.
Suministros	1	1.560 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>	<b>Total</b>	<b>79.608 Bs.</b>

**Cuadro N° 5 Sueldo y salarios**

<b>Sueldos y Salarios</b>	<b>Precio/Mes</b>	<b>Pago/Año+ Aguinaldo</b>
Encargada de Finanzas y Recursos Humanos	2.122 Bs.	24.336 Bs.
Encargada de Ventas y Operaciones	2.122 Bs.	24.336 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>	<b>Total</b>	<b>48.672 Bs.</b>

Cuadro N° 6 Servicios

Costo de Servicios Básicos	Precio/Mes	Precio/Año
Agua	70 Bs.	840 Bs.
Luz	80 Bs.	960 Bs.
Internet	150 Bs.	1.800 Bs.
Alquiler	2.500 Bs.	30.000 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>	<b>Total</b>	<b>33.600 Bs.</b>

Cuadro N° 7 Suministros

Suministros	Precio/Mes	Precio/Año
Material de escritorio	50 Bs.	600 Bs.
Material de limpieza	80 Bs.	960 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>	<b>Total</b>	<b>1.560Bs.</b>

## 6.10. Determinación de los costos variables

Cuadro N° 8 Costos variables

	Costos variables	C/Unitario	Precio/Año
2	Empaque	1,8 Bs.	15.480 Bs.
3	Etiqueta	1,5 Bs.	12.900 Bs.
5	Talonario de factura	50 Bs.	2.500 Bs.
	Transporte de mercadería	45 Bs.	180 Bs.
6	Compra de mercadería	1	764.500 Bs.
	<b>Fuente: Elaboración propia</b>	<b>Totales</b>	<b>795.560 Bs.</b>

### 6.11. Inventario del costo de la mercadería

Los costos de los pañales reutilizables (Ver anexo 18) según cotización realizada a la empresa distribuidora ECOPIPO de Cochabamba a través de mensajes enviados por WhatsApp se detallan a continuación

**Cuadro N° 9 Inventario de mercadería**

<b>Mercadería</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Pañal de bolsillo liso	128 Bs.	155 Bs.	1000	128.000 Bs.
Pañal de bolsillo estampado	142 Bs.	175 Bs.	1000	142.000 Bs.
Pañal nocturno	130 Bs.	150 Bs.	1000	130.000 Bs.
Cubiertas lisas	80 Bs.	90 Bs.	1500	120.000 Bs.
Cubiertas estampadas	85 Bs.	100 Bs.	1700	144.500 Bs.
Filtros de bambú	40 Bs.	50 Bs.	2000	80.000 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>Total</b>	<b>764.500 Bs.</b>

### 6.12. Determinación del costo fijo por producto

Para determinar nuestro costo fijo por producto tomamos en cuenta la división del total del costo fijo anual entre 6, debido a que la empresa ECOMABE ofrece 6 tipos productos. Para lo cual utilizamos la siguiente formula:

$$\text{Costo fijo por producto: } \frac{\text{Costo fijo anual}}{6}$$

$$\text{Costo fijo por: } \frac{79.608}{6}$$

Costo fijo por producto: 13.268 Bs.

### 6.12. Determinación del costo variable por producto

Para la determinación de nuestros costos variables se tomó en cuenta todos nuestros costos variables que variarían de acuerdo a las ventas que proyectamos año a año

**Cuadro N° 10 Pañal liso**

<b>Pañal de bolsillo Liso</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Compra de mercadería	128 Bs.	128.000 Bs.
Empaque	1,8 Bs.	1.800 Bs.
Etiqueta	1,5 Bs.	1.500 Bs.
Talonario de factura	6 Bs.	300 Bs.
transporte de mercadería	1 Bs.	15 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		<b>131.615 Bs.</b>

**Cuadro N° 11 Pañal estampado**

<b>Pañal de bolsillo estampado</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Compra de mercadería	142 Bs.	142.000 Bs.
Empaque	1,8 Bs.	1.800 Bs.
Etiqueta	1,5 Bs.	1.500 Bs.
Talonario de factura	6 Bs.	300 Bs.
transporte de mercadería	1 Bs.	15 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		<b>145.615 Bs.</b>



Cuadro N° 12 Pañal nocturno

<b>Pañal Nocturno</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Compra de mercadería	130 Bs.	130.000 Bs.
Empaque	1,8 Bs.	1.800 Bs.
Etiqueta	1,5 Bs.	1.500 Bs.
Talonario de factura	6 Bs.	300 Bs.
transporte de mercadería	1 Bs.	15 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		<b>133.615</b>

Cuadro N° 13 Cubiertas lisas

<b>Cubiertas Lisas</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Compra de mercadería	80 Bs.	128.000 Bs.
Empaque	1,8 Bs.	2.880 Bs.
Etiqueta	1,5 Bs.	2.400 Bs.
Talonario de factura	6 Bs.	300 Bs.
transporte de mercadería	1 Bs.	15
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		<b>133.595 Bs.</b>

**Cuadro N° 14 Cubiertas estampadas**

<b>Cubiertas Estampadas</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Compra de mercadería	85 Bs.	144.500 Bs.
Empaque	1,8 Bs.	3.060 Bs.
Etiqueta	1,5 Bs.	2.550 Bs.
Talonnario de factura	6 Bs.	300 Bs.
transporte de mercadería	1 Bs.	15 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		<b>150.425 Bs.</b>

**Cuadro N° 15 Filtros de bambú**

<b>Filtro de Bambú</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Compra de mercadería	40 Bs.	92.000 Bs.
Empaque	1,8 Bs.	4.140 Bs.
Etiqueta	1,5 Bs.	3.450 Bs.
Talonnario de factura	6 Bs.	300 Bs.
transporte de mercadería	1 Bs.	15 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		<b>99.905 Bs.</b>

**6.13. Determinación del costo total por producto**

Para la determinación del costo total se utilizará la siguiente fórmula:

$$CT: C.F. + C.V.$$

- **Pañal de Bolsillo**

$$CT: 13.268 + 131.615$$

**CT: 144.883**

- **Pañal de Bolsillo Estampado**

CT: 13.268 + 145.615

**CT: 158.883**

- **Pañal Nocturno**

CT: 13.268 + 133.615

**CT: 146.883**

- **Cubiertas Lisas**

CT: 13.268 + 125.265

**CT: 138.533**

- **Cubiertas Estampadas**

CT: 13.268 + 150.425

**CT: 163.693**

- **Filtros de Bambú**

$$\text{CT: } 13.268 + 99.905$$

$$\text{CT: } 103.173$$

#### 6.14. Costo unitario del producto

Para poder determinar nuestro costo unitario de nuestros productos tomamos en cuenta el precio de compra de cada producto, el empaque, la etiqueta de nuestra empresa y los talonarios de factura, así también el costo del transporte de la mercadería de la terminal de buses hasta nuestra tienda (Ver Anexo 19).

Para el cálculo de nuestro costo unitario se aplicará la siguiente formula:

$$\text{Costo unitario por producto: } \frac{\text{Costo Total}}{\text{Cantidad de pedido}}$$

- **Pañal de Bolsillo Liso**

$$\text{Costo unitario por producto: } \frac{144.883}{1.000}$$

$$\text{Costo unitario por producto: } 145 \text{ bs}$$

- **Pañal de Bolsillo Estampado**

$$\text{Costo Unitario por Producto: } \frac{158.883}{1.000}$$

$$\text{Costo unitario por producto: } 159 \text{ bs}$$

- **Pañal Nocturno**

Costo unitario por producto:  $\frac{146.883}{1.000}$

Costo unitario por producto: 147 bs

- **Cubiertas Lisas**

Costo unitario por producto:  $\frac{138.533}{1.600}$

Costo unitario por producto: 87 bs

- **Cubiertas Estampadas**

Costo Unitario por Producto:  $\frac{163.693}{1.700}$

Costo Unitario por Producto: 96 bs

- **Filtros de Bambú**

Costo Unitario por Producto:  $\frac{103.173}{2.300}$

Costo Unitario por Producto: 45 bs

### 6.15. Costos variables proyectados por año

Para las proyecciones de nuestros costos variables utilizamos una tasa de crecimiento del 0,22% que es la tasa de natalidad en las madres de la ciudad de Tarija.

**Cuadro N° 16 Costo Variable Año 1**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Cantidad Año</b>	<b>Total Costo Variable</b>
Pañal de Bolsillo Liso	145 Bs.	1210	173.880 Bs.
Pañal de Bolsillo Estampado	158 Bs.	1210	185.220 Bs.
Pañal Nocturno	147 Bs.	1210	176.400 Bs.
Cubiertas Lisas	87 Bs.	1936	262.080 Bs.
Cubiertas Estampadas	96 Bs.	2057	182.070 Bs.
Filtros De Bambú	45 Bs.	2783	136.080 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>961.275 Bs.</b>

**Cuadro N° 17 Costo Variable Año 2**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Cantidad Año</b>	<b>Total Costo Variable</b>
Pañal de Bolsillo Liso	145 Bs.	1464	219.089 Bs.
Pañal de Bolsillo Estampado	158 Bs.	1464	233.377 Bs.
Pañal Nocturno	147 Bs.	1464	222.264 Bs.
Cubiertas Lisas	87 Bs.	2343	330.221 Bs.
Cubiertas Estampadas	96 Bs.	2489	229.408 Bs.
Filtros De Bambú	45 Bs.	3367	171.461 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>1.162.746 Bs.</b>

**Cuadro N° 18 Costo Variable Año 3**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Cantidad Año</b>	<b>Total Costo Variable</b>
Pañal de Bolsillo Liso	145 Bs.	1772	276.052 Bs.
Pañal de Bolsillo Estampado	158 Bs.	1772	294.055 Bs.
Pañal Nocturno	147 Bs.	1772	280.053 Bs.
Cubiertas Lisas	87 Bs.	2834	416.078 Bs.
Cubiertas Estampadas	96 Bs.	3012	289.054 Bs.
Filtros De Bambú	45 Bs.	4075	216.041 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>1.406.525Bs.</b>

**Cuadro N° 19 Costo Variable Año 4**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Cantidad Año</b>	<b>Total Costo Variable</b>
Pañal de Bolsillo Liso	145 Bs.	2144	347.825 Bs.
Pañal de Bolsillo Estampado	158 Bs.	2144	370.510 Bs.
Pañal Nocturno	147 Bs.	2144	352.866 Bs.
Cubiertas Lisas	87 Bs.	3430	524.259 Bs.
Cubiertas Estampadas	96 Bs.	3644	364.208 Bs.
Filtros De Bambú	45 Bs.	4930	272.211 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>1.701.499Bs.</b>

Cuadro N° 20 Costo Variable Año 5

Detalle	Costo Variable	Cantidad Año	Total Costo Variable
Pañal de Bolsillo Liso	145 Bs.	2594	438.260 Bs.
Pañal de Bolsillo Estampado	158 Bs.	2594	466.842 Bs.
Pañal Nocturno	147 Bs.	2594	444.612 Bs.
Cubiertas Lisas	87 Bs.	4150	660.566 Bs.
Cubiertas Estampadas	96 Bs.	4409	458.903 Bs.
Filtros De Bambú	45 Bs.	5966	342.986 Bs.
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>2.058.417Bs.</b>

#### 6.16. Punto de Equilibrio

$$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costos variables}}$$

- **Pañal de Bolsillo Liso**

$$\frac{13.268}{155 - 145} = 884$$

- **Pañal de Bolsillo Estampado**

$$\frac{13.268}{175 - 158} = 664$$

- **Pañal Nocturno**

$$\frac{13.268}{150 - 147} = 895$$



- **Cubiertas Lisas**

$$\frac{13.268}{90 - 87} = 1.326$$

- **Cubiertas Estampadas**

$$\frac{13.268}{100 - 96} = 1.206$$

- **Filtros de Bambú**

$$\frac{13.268}{50 - 45} = 2.211$$

La empresa ECOMABE necesita vender 7.186 unidades para cubrir todos sus costos, es decir es su punto de equilibrio donde no tendría ni ganancias ni pérdidas.

### 6.17. Proyección de ventas anuales

Para las proyecciones de nuestras ventas durante los 5 años utilizamos una tasa de crecimiento del 0,22% que es la tasa de natalidad en las madres de la ciudad de Tarija.

**Cuadro N° 21 Ventas anuales para el año 1**

<b>Detalle</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Cantidad Año</b>	<b>Total Ventas</b>
Pañal de Bolsillo Liso	155	1210	187.550
Pañal de Bolsillo Estampado	175	1210	211.750
Pañal Nocturno	150	1210	181.500
Cubiertas Lisas	90	1936	174.240
Cubiertas Estampadas	100	2057	205.700
Filtros De Bambú	50	2783	139.150
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>1.099.890</b>

Cuadro N° 22 Ventas anuales para el año 2

<b>Detalle</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Cantidad Año</b>	<b>Total Ventas</b>
Pañal de Bolsillo Liso	155	1464	226.936
Pañal de Bolsillo Estampado	175	1464	256.218
Pañal Nocturno	150	1464	219.615
Cubiertas Lisas	90	2343	210.830
Cubiertas Estampadas	100	2489	248.897
Filtros De Bambú	50	3367	168.372
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>1.330.867</b>

Cuadro N° 23 Ventas anuales para el año 3

<b>Detalle</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Cantidad Año</b>	<b>Total Ventas</b>
Pañal de Bolsillo Liso	156	1772	274.592
Pañal de Bolsillo Estampado	176	1772	310.023
Pañal Nocturno	151	1772	265.734
Cubiertas Lisas	91	2834	255.105
Cubiertas Estampadas	100	3012	301.165
Filtros De Bambú	50	4075	203.730
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>1.610.349</b>

**Cuadro N° 24 Ventas anuales para el año 4**

<b>Detalle</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Cantidad Año</b>	<b>Total Ventas</b>
Pañal de Bolsillo Liso	156	2144	332.256
Pañal de Bolsillo Estampado	176	2144	375.128
Pañal Nocturno	151	2144	321.538
Cubiertas Lisas	91	3430	308.677
Cubiertas Estampadas	100	3644	364.410
Filtros De Bambú	50	4930	246.513
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>1.948.522</b>

**Cuadro N° 25 Ventas anuales para el año 5**

<b>Detalle</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Cantidad Año</b>	<b>Total Ventas</b>
Pañal de Bolsillo Liso	156	2594	402.030
Pañal de Bolsillo Estampado	176	2594	453.905
Pañal Nocturno	151	2594	389.061
Cubiertas Lisas	91	4150	373.499
Cubiertas Estampadas	100	4409	440.936
Filtros De Bambú	50	5966	298.280
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			<b>2.357.712</b>

## 6.18. Flujo de caja

(Expresado En Bolivianos)

DETALLE	ESTIMACIÓN					
	PRE- INVERSIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Año Cero					
<b>Ingreso</b>		<b>1.109.889</b>	<b>1.355.174</b>	<b>1.654.668</b>	<b>2.020.350</b>	<b>2.472.342</b>
<b>Valor residual</b>						5.495
<b>Total Egresos</b>		<b>1.052.114</b>	<b>1.266.066</b>	<b>1.528.764</b>	<b>1.847.731</b>	<b>2.237.191</b>
<b>Costos Variables</b>		969.996	1.183.948	1.445.183	1.764.151	2.153.610
<b>Costos Fijos</b>		83.842	83.842	85.305	85.305	85.305
<b>Depreciación</b>		1.724	1.724	1.724	1.724	1.724
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>57.775</b>	<b>89.108</b>	<b>125.904</b>	<b>172.618</b>	<b>235.151</b>
<b>Impuestos IUE 25%</b>		14.444	22.277	31.476	43.155	58.788
<b>Utilidad Neta</b>		<b>43.331</b>	<b>66.831</b>	<b>94.428</b>	<b>129.464</b>	<b>176.363</b>
<b>Depreciación</b>		1.724	1.724	1.724	1.724	1.724
<b>Inversión Fija</b>	10.990					
<b>Inversión diferida</b>	970					
<b>capital de trabajo</b>	213.486					
<b>Flujo de Caja</b>	<b>(225.446)</b>	<b>45.055</b>	<b>68.555</b>	<b>96.152</b>	<b>131.188</b>	<b>178.087</b>
<b>Flujo de Caja Acumulado</b>		45.055	113.610	209.762	340.950	519.037

## 6.19. Indicadores de evaluación del negocio para cinco años

### 6.19.1. El VAN

El valor Actual Neto (VAN) proporciona resultado en términos de valor absoluto, es decir, en unidades monetarias, actualizando los valores de los flujos de caja a través del tiempo y resaltando la inversión inicial.

La fórmula empleada es

$$VAN = -I + \sum_J^N \frac{F_{cn}}{(1+k)^J}$$

Dónde:

I= inversión inicial

FC = flujo de caja del periodo

K= Tasa de descuento o costo de capital

Por tanto:

I= 432.819

FC= FC1=45.055; FC2=68.555; FC3=96.152; FC4=131.188; FC5=178.087

K= 14%

$$VAN = -225.446 + \frac{45.055}{(1+0,14)^1} + \frac{68.555}{(1+0,14)^2} + \frac{96.152}{(1+0,14)^3} + \frac{131.188}{(1+0,14)^4} + \frac{178.087}{(1+0,14)^5}$$

$$VAN = 101.894 \text{ BS}$$

Bajo este indicador concluimos que el plan de negocio de una comercializadora de pañales reutilizables es viable y rentable ya que nuestro flujo de caja nos refleja

resultados positivos ante este gran emprendimiento con un Valor Anual Neto (VAN) representado con el valor de 101.894 Bs.

### 6.19.2. La TIR

La tasa Interna de Retorno (TIR) de la inversión es el tipo de descuento o actualización “r” que iguala a cero el Valor Actual Neto (VAN) es decir, que es aquella que representa el rendimiento rentable del negocio cuando es superior al costo de capital (k), caracterizada por ser una medida relativa que se expresa en términos porcentuales %.

Por tanto, para encontrar la TIR, se aplicó la fórmula:

$$r = \frac{1 - \sum FC_j}{\sum jFC_j} = \frac{-I + FC_1 + FC_2 + \dots + FC_n}{FC_1 + FC_2 + \dots + FC_n}$$

$$r = \frac{-225.446 + 45.055 + 68.555 + 96.152 + 131.188 + 178.087}{45.055 + 2(68.555) + 3(96.152) + 4(131.188) + 5(178.087)}$$

$$r = 28\%$$

### 6.19.3. Beneficio Costo

El beneficio costo compara la forma directa de los beneficios y costos. Para calcular la relación B/C primero se halla la suma de los beneficios descontados traídos al presente y se divide por la suma de los costes también descontado. Y por lo tanto podríamos decir que:

- B/C > 1 indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado.
- B/C=1 Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- B/C < 1, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

$$\text{Beneficio/Costo} = \frac{\text{VAN}}{\text{Inversion}}$$

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{101.894 \text{ Bs.}}{225.446 \text{ Bs}}$$

$$\mathbf{\text{Beneficio/Costo} = 0.45}$$

Según el resultado de la relación costo/beneficio nos indica que no es aconsejable invertir en el proyecto ya que el resultado es menor a 1, debido a que nuestros costos superan a los beneficios.

#### **6.19.4. Periodo de Recuperación de la Inversión**

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es el tiempo que se trata en recuperar la inversión inicial realizada por la empresa, para lo cual se sumaron los flujos de caja futuros de cada año y se determinó el momento en que la inversión inicial quede cubierta:

Para poder determinar el periodo de recuperación se utilizó la fórmula:

$$PRI = \text{Año anterior en recuperacion} + \frac{\text{Costo de recuperacion}}{\text{Ultimo flujo de caja}}$$

$$PRI = 1 + \frac{225.446 - 113.610}{96.152}$$

$$PRI = 2,16 \qquad \mathbf{2 \text{ años}}$$

$$0,16 * 12 \text{ meses} = 1,92 \qquad \mathbf{1 \text{ meses}}$$

$$0,92 * 30 \text{ dias} = 27,6 \qquad \mathbf{28 \text{ días}}$$

El periodo de recuperación de la inversión de la empresa ECOMABE será de aproximadamente 2 años, 1 meses y 28 días demostrando que es un negocio viable con un tiempo corto de recuperación de la inversión

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**



## 7. CONCLUSIONES

- El emprendimiento de una empresa comercializadora de pañales reutilizables en la ciudad de Tarija, se resalta por el beneficio que ofrece a las madres de familias tarijeñas, como también al cuidado del medio ambiente.
- Podemos deducir que el mercado objetivo de nuestro proyecto son las madres de familia que oscilan las edades entre 20 a 45 años de edad de la ciudad de Tarija, que tienen hijos menores a 2,5 años de edad.
- Asimismo, el trabajo de campo nos dio una pauta para especificar el tipo de estrategias de marketing a desarrollar y los medios de comunicación en los cuales se efectúa nuestra publicidad.
- Las ventajas competitivas de nuestro producto se resumen en la diferenciación, ya que logra una imagen de responsabilidad social frente a nuestros clientes.
- Según el análisis financiero previo de la empresa ECOMABE el negocio es rentable desde el primer año, mostrando un VAN y un indicador TIR positivos.

## 8. RECOMENDACIONES

- Es recomendable considerar invertir en este plan de negocios ya que es factible para la implantación de una comercializadora de pañales reutilizables. Además, que el proceso de operaciones no es complicado en lo absoluto. No existen competidores directos en nuestro mercado
- Se sugiere realizar innovaciones constantes de estrategias de marketing para nuestro producto de acuerdo a los cambios en el mercado y así poder mantener e incrementar nuestros clientes a corto y largo plazo.
- Realizar convenios y alianzas estratégicas con nuestros proveedores para reducir los costos de la adquisición de los pañales.
- La empresa debe mantener la originalidad, de ser una empresa dedicada al cuidado del medio ambiente, por lo cual debe tener presente los principios y valores.