

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES  
FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
PROGRAMA LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y  
ORGANIZACIONES PÚBLICAS.  
P.A.D. – CHULUMANI.**



**PROYECTO DE GRADO – PLAN DE NEGOCIOS.**

**“PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE MIEL DE ABEJA SIN AGUIJON  
EN EL MUNICIPIO DE CHULUMANI.”**

**POSTULANTES:** Luis Ángel Aliaga Zapata.  
Iván Javier Chura Condori.

**TUTOR:** Lic. Jorge Valda Villavicencio.

**LA PAZ - BOLIVIA**

**2017**



### **AGRADECIMIENTO.**

Queremos dejar un sincero agradecimiento a todos nuestros docentes de la U.M.S.A. Universidad Mayor de San Andrés, por haber compartido todos sus conocimientos académicos con cada uno de los universitarios, lo cual nos ayudó a elaborar el siguiente trabajo académico.



## **DEDICATORIA.**

Este trabajo va dedicado a Dios quien ha sido nuestro principal guía, y nos ha dado la inspiración para la investigación de este tema; a nuestras santas madres quienes nos acompañan desde aquí en la tierra y desde el cielo, quien nos ha inculcado en nosotros la perseverancia y esmero lo que contribuyo para la culminación del presente trabajo, a nuestros padres quienes también nos acompañan y quienes nos apoyaron a pesar de la lejanía, a nuestros hermanos, hijos y amistades quienes nos dieron su apoyo incondicional en el transcurso de nuestras vidas.

Luis Ángel Aliaga Zapata.

Este trabajo va dedicado a nuestro dios padre, como también a todos mis familiares que me ayudaron en este camino largo de estudio académico.

Iván Javier Chura Condori.



<b>INDICE.</b>		<b>Pág.</b>
<b>1</b>	<b>DEFINICION DEL NEGOCIO.</b>	<b>1</b>
	1.1. Naturaleza de la empresa.	1
	1.2. El concepto del negocio.	2
	1.3. El producto y su generación de valor.	2
	1.4. Misión.	3
	1.5. Visión.	3
	1.6. Claves de su gestión empresarial.	5
	1.6.1. Calidad.	5
	1.6.2. Mejoramiento continuo	5
	1.7. Objetivos.	5
	1.8. Objetivos específicos.	5
	1.9. FODA.	5
	1.10. Estrategias competitivas.	8
	1.11. Estrategias empresariales.	8
<b>2</b>	<b>MERCADO.</b>	<b>9</b>
	2.1. Producto mercadotécnico.	9
	2.2. La competencia.	9
	2.3. Barreras de entrada y salida.	10
	2.4. Segmentación de mercado.	11
	2.5. Participación de mercado.	12
	2.6. Potencial de ventas.	12
	2.7. Pronostico de ventas.	12
	2.8. Cliente objetivo.	13
	2.9. Comportamiento del consumidor.	13
	2.10. Objetivos de marketing.	13
	2.11. Estrategias de marketing.	14
	2.11.1. El posicionamiento.	15
	2.11.2. A lo largo del ciclo de vida de nuestro producto.	15



<b>3. ESTUDIO DE MERCADO.</b>	<b>16</b>
3.1. Determinación de la población.	16
3.2. Determinación de la muestra.	16
3.3. Resultados de la encuesta.	18
<b>4. OPERACIONES.</b>	<b>22</b>
4.1. Diseño y desarrollo del producto.	22
4.2. Descripción técnica y funcional del producto o servicio.	37
4.3. Características del producto. ¿Qué es?	37
4.4. Funciones. ¿qué hace?	37
4.4.1. Diagrama de flujo de procesos.	39
4.5. Maquinas. equipos, vehículos, insumos, proveedores.	40
4.6. La planta:	45
4.6.1. Capacidad de producción.	45
4.6.2. Localización de la planta.	46
4.6.3. Localización del área de comercialización.	47
4.6.4. distribución de envasado y venta de nuestro producto.	48
<b>5. FINANZAS.</b>	<b>49</b>
5.1. Presupuesto de inversión.	49
5.2. Evaluación financiera. (van,tir,beneficio-costos)	56
<b>6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.</b>	<b>56</b>
<b>7. CONCLUSIONES.</b>	<b>69</b>
<b>8. RECOMENDACIONES.</b>	<b>70</b>
<b>9. ANEXOS.</b>	<b>71</b>



## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de plan de negocio es para desarrollar la Empresa “MELIMIEL S.R.L.”, que se dedicará a la producción y comercialización de miel de abeja sin aguijón en el municipio de Chulumani.

El mercado potencial para nuestra empresa inicialmente será el municipio de Chulumani, actualmente no existe empresas que se dediquen a la producción y comercialización de esta miel dentro del municipio, lo cual es una gran ventaja para nuestro plan de negocios,

Posteriormente abarcaremos a diferentes municipios con nuestro producto, para así también generar mayores ingresos para nuestra empresa y por ende mayor rentabilidad.

Ofreceremos al mercado un producto 100 % natural, ayudando a la alimentación y a la salud de nuestros clientes, a continuación vemos algunos beneficios de la miel de abeja sin aguijón.

Los beneficios que trae este producto principalmente son para la salud de las personas al adquirir este producto como ser;

Enfermedades que cura este producto:

- ✓ Las cataratas.
- ✓ La conjuntivitis en los ojos.
- ✓ La gastritis.
- ✓ La acidez.
- ✓ La anemia.
- ✓ Regenera la piel de graves quemaduras.
- ✓ Ayuda a cerrar las heridas.



La empresa estará ubicada en la Comunidad de San Isidro, designamos este lugar porque existe mucha vegetación, lo cual ayudará de mucho a la producción de nuestro producto final.

La constitución de la empresa “MELIMIEL S.R.L.” estará conformada por dos socios conformado por Luis Ángel Aliaga Zapata e Iván Javier Chura Condori, distribuyendo la utilidades en ambas partes, como la inversión para este plan de negocios no es muy elevada en el ámbito económico los dos socios abarcaran el 100 % de la inversión económica, sin acudir a préstamos bancarios.

La proyección de nuestras ventas está estimada a cinco años, considerando que nuestro objetivo será venta de miel de abeja sin aguijón, la venta de nuestro producto será de manera directa con nuestros clientes, una vez ya implementados en el mercado tomaremos la opción de hacer alianzas con intermediarios.

Para hacer conocer nuestro producto iniciaremos con las redes sociales y distintas radio emisoras, esto para no tener mayores costos al introducir nuestro producto al mercado tomando en cuenta que nuestra empresa es nueva en el mercado.

En nuestro análisis económico realizado, los resultados obtenidos son favorables para la inversión. Las tres herramientas aplicadas (Tasa Interna de Retorno, Valor Actual Neto y Punto de Equilibrio) muestran las tres la factibilidad para ejecutar el plan de negocios haciendo rentable la empresa.

Como conclusión podemos decir, que en el departamento de La Paz, y sobre todo en el municipio de Chulumani (Sud Yungas), la producción de esta miel es muy poca esto debido a que algunos pobladores solo producen esta miel para el consumo propio, por lo cual como ya mencionamos es una ventaja para nuestra empresa para así poder generar rentabilidad económica y así también generar fuentes de empleo en el sector. .



## 1 DEFINICION DEL NEGOCIO.

### 1.1. Naturaleza de la empresa.

Tomamos la decisión de emprender un nuevo proyecto dentro del municipio de Chulumani, ya que se pudo evidenciar el crecimiento en la demanda de la miel de abeja sin aguijón, esto en el mercado local, departamental como también en el mercado nacional, teniendo en cuenta que traerá beneficios económicos y además de una oportunidad de negocio, como también la creación de fuentes de trabajo en la región, ya que los proyectos productivos son una alternativa viable para mejorar la calidad de vida de la población.

Cabe mencionar que en las encuestas que realizamos como emprendedores, tenemos como resultado datos positivos en cuanto a la demanda de nuestro producto que es la miel de abejas sin aguijón, por lo cual nos respalda para poner en marcha esta idea de negocio en el municipio de Chulumani.

La empresa se denominara “**MILIMIEL S.R.L.**”, que estará dedicada a la producción y comercialización de la miel de abeja sin aguijón, ofreciendo al mercado un producto natural de calidad que mayormente ayudara más a la salud de nuestros consumidores.

**Su tamaño:** Empresa pequeña.

Sera una empresa pequeña, debido a que solo contaremos con un número estimado de 5 a 6 trabajadores, el cual se detallara en el organigrama de la empresa.

**Su actividad:** producción y comercializado de la miel de abeja sin aguijón.

**Su propiedad:** Empresa privada.

Empresa privada son aquellas que pertenecen a inversionistas privados, por lo general estas organizaciones son conformadas por un conjunto de socios, aunque se conoce de algunos casos en donde la propiedad total de la empresa es de un dolo inversionista.





Estas empresas por lo general suelen ser el pilar fundamental de la economía de un país y trabajan igual que las empresas estatales (públicas).

**Su forma jurídica:** Se constituye en una sociedad de responsabilidad limitada S.R.L.

### 1.2. El concepto del negocio.

La primera, referida a la creación de una empresa que produce y comercializa la miel de abejas sin aguijón en el municipio de Chulumani, más en específico en la comunidad de San Isidro.

Esta empresa estará dedicada a la producción y comercialización de la Miel de Abeja sin aguijón, ya que se pudo evidenciar que en el municipio de Chulumani existen personas que han tomado interés de consumir este producto y también van criando estas abejas sin aguijón, por lo cual nuestra empresa aprovechara este nicho de mercado para producir y comercializar esta miel.

Los beneficios que trae este producto principalmente son para la salud de las personas al adquirir este producto como ser;

Enfermedades que cura este producto:

- ✓ Las cataratas.
- ✓ La conjuntivitis en los ojos.
- ✓ La gastritis.
- ✓ La acidez.
- ✓ La anemia.
- ✓ Regenera la piel de graves quemaduras.
- ✓ Ayuda a cerrar las heridas.

### 1.3. El producto y su generación de valor.

La empresa MELIMIEL S.R.L. ofrece un producto natural saludable, exquisito por su buen gusto, la empresa consiste en producir y comercializar la miel de



abejas sin aguijón, la cual también se recolectara de los pequeños productores de esta miel que tiene alta riqueza en nutrientes, vitaminas, elementos minerales, como también curan algunas enfermedades y hacen que su consumo sea importante para tener una alimentación sana, equilibrada y así lograr que nuestros clientes tengan una buena salud.

#### **1.4. Misión.**

“El concepto de misión refiere a un motivo o una razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución.”

“Este motivo se enfoca en lo presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado.”

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de la miel de abeja sin aguijón favoreciendo la salud y nutrición de los yungueños, a través de un producto 100% natural.

#### **1.5. Visión.**

“Visión se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre como espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que se espera que ocurra. La visión debe ser realista pero puede ser ambiciosa, su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo.”

Ser líderes en el mercado local, departamental como también nacional, siendo los principales productores y comercializadores de miel de abeja sin aguijón en el municipio de Chulumani.

#### **Valores corporativos.**

Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, condiciones de su entorno, su competencia y las expectativas de los clientes y propietarios.

La empresa MELIMIEL se encuentra regida y guiada por nuestros valores fundamentales:



#### a. Valores de la empresa.

- **Honestidad:** Anteponer la verdad en el desarrollo y cumplimiento de nuestras actividades laborales dentro de la empresa.
- **Trabajo en Equipo:** Apreciamos la contribución de cada miembro del equipo y trabajamos de manera coordinada, complementaria y comprometida, también aprovecharemos las diferencias en nuestro equipo de trabajo ya que generan nuevas ideas.
- **Mejora Continua:** Aceptamos el desafío de luchar continuamente por lograr una mayor eficacia y eficiencia en nuestro trabajo.
- **Respeto a los demás:** Inducimos a la cordialidad, armonía y aceptación en las relaciones interpersonales dentro de nuestro entorno laboral en la empresa.
- **Lealtad:** Estamos comprometidos con la empresa en todo momento, con sus objetivos y metas.
- **Confidencialidad:** Manejamos con prudencia y criterio toda la información para salvaguardar los intereses de la empresa.
- **Compromiso:** cumplir cabalmente con todas las asignaciones y responsabilidades dentro de la empresa.
- **Integridad:** Siempre tratamos de hacer lo que es correcto. Somos honestos y francos con cada uno de nosotros. Operamos dentro de la Ley.
- **Pasión por Ganar:** Estamos decididos en ser los mejores en hacer lo que realmente es importante.
- **Confianza:** Tenemos confianza en la capacidad y las intenciones de los demás. Creemos que la gente trabaja mejor cuando existe un ambiente basado en la confianza.
- **Responsabilidad Social:** Trabajamos bajo sistemas limpios de producción que nos permiten contribuir a mantener un medio ambiente sano.
- **Calidad:** dar un servicio que cumplan con las expectativas de nuestros clientes, siendo esto parte de nuestras actividades diarias.



## **1.6. Claves de su gestión empresarial.**

### **1.6.1. Calidad.**

Está orientada al personal de toda la empresa con el propósito de lograr la calidad, fiabilidad, innovación e higiene, así como impartir costumbres y tener un acercamiento al cliente ofertando nuestro producto.

### **1.6.2. Mejoramiento continuo**

Se manifestara en los niveles fundamentales de la empresa como el departamento de producción a través de programas de capacitación sobre el manejo de estas abejas.

También a la parte administrativa de la empresa que se encarga de mejorar los procesos internos, así como disponibilidad oportuna de la información financiera de la empresa (esto para tomar decisiones para mejorar el área de producción con nuevos materiales o nueva tecnología).

## **1.7. Objetivos.**

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de la miel de abejas sin aguijón, para así de este modo aprovechar las oportunidades de mercado, contribuyendo al consumo saludable.

## **1.8. Objetivos específicos.**

- Lograr satisfacer al cliente.
- Lograr la rentabilidad por el producto ofrecido.
- Realizar un análisis costo/beneficio de la comercialización de miel de abeja.

## **1.9. FODA.**

EL F.O.D.A., es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y de esta manera poder planificar una estrategia del futuro.



<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✚ El producto será 100% yungueño.</li><li>✚ Contamos con instalaciones propias para la producción y comercialización de nuestro producto.</li><li>✚ Empresa legal inscrita a Fundempresa.</li><li>✚ Personal con conocimiento en el manejo de miel de abeja sin aguijón.</li><li>✚ La empresa tiene como prioridad trabajar con proveedores que ofrezcan el producto de alta calidad.</li><li>✚ Ubicación estratégica para la venta de nuestro producto.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Crecimiento de la empresa, ya que no existen empresas estables que se dediquen a la comercialización de la miel de abeja sin aguijón.</li><li>✚ Apoyo de parte de instituciones ya sean públicas o privadas (esto más direccionado al proceso de producción de esta miel, como también donación de materiales)</li><li>✚ Ampliación de cobertura del mercado.</li><li>✚ Crecimiento del mercado que consumen productos naturales.</li><li>✚ Posibilidad de establecer alianzas estratégicas ya sean con productores como también empresas que se dediquen al mismo rubro.</li><li>✚ Utilización de nuevos canales de venta (la internet).</li><li>✚ Aprovechar nuevas tecnologías para mejorar nuestra empresa (en el área de producción).</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>



<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Falta de información para combatir a las plagas existentes en la región.</li><li>✚ Toma de decisiones inadecuadas (ya sea en el área de producción o comercialización).</li><li>✚ Falta de comunicación entre trabajadores con el área gerencial.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✚ La creación de nuevas empresas.</li><li>✚ Disminución en la producción debido a cambios climáticos inesperados.</li><li>✚ Deforestación de los bosques.</li><li>✚ La pérdida del poder adquisitivo afecta la compra del producto.</li><li>✚ Aparición de plagas que amenacen a nuestra producción.</li><li>✚ Competencia de productos similares a bajo costo.</li><li>✚ Carreteras inestables en el sector, esto afectaría ala comercialización de nuestro producto.</li></ul>
---	--

Evaluando el F.O.D.A. de nuestra empresa se ha podido constatar que contamos con fortalezas y oportunidades muy importantes para la empresa como ser; personal con conocimiento en el área de producción, como así también aprovechar el crecimiento de la demanda de nuestro producto.

También se pudo notar que en la amenazas existen plagas para nuestras abejas que afectarían a nuestra producción de nuestra miel, como también los vías de comunicación terrestres que son inestables en nuestro sector de los yungas (municipio de Chulumani).

Si bien tenemos amenazas que afecten a nuestra empresa ya sea en las áreas de producción y comercialización, nuestra empresa estará preparada en tomar decisiones para subsanar estos problemas existentes.



### 1.10. Estrategias competitivas.

“La estrategia competitiva tiene como propósito definir que acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa.”

- La estrategia competitiva que usa la empresa MELIMIEL S.R.L. es la de la diferenciación, otorgando un valor agregado al producto miel de abeja sin aguijón además de ser saludable y conservar todos sus nutrientes, el producto acabado presentara una clase de miel más pura diferenciándose de la miel de abejas api.
- Hacer conocer las propiedades curativas de nuestro producto.
- Otra estrategia será que nuestra empresa optara en tener una página web para así hacer conocer nuestro producto a nivel nacional y por qué no decir a nivel internacional.
- Otra estrategia será en base al precio de nuestro producto que será accesible, como también haremos conocer nuestras promociones y descuentos de nuestro producto, para así poder captar más consumidores para la empresa MELIMIEL S.R.L.

### 1.11. Estrategias empresariales.

“Las estrategias empresariales, son estrategias que afectan a la empresa en su totalidad y permiten alcanzar objetivos organizacionales tales como ser la empresa líder en el mercado o lograr una mayor participación en este.”

- Incursionar nuevos mercados geográficos (demás municipios de la región).
- Competir a base de la diferenciación ofreciendo productos considerados únicos y novedosos dentro del mercado.
- Realizar alianzas estratégicas con otras empresas que produzcan esta misma miel, con el fin de compartir recursos, conocimientos o aprovechar alguna oportunidad de negocio que se haya presentado.



- Hacer acuerdos con empresas que se encargan de la industrialización de la materia prima en este caso la miel de abeja sin aguijón, para así también elevar las ventas de nuestro producto.
- 
- Lanzar promociones de nuestro producto esto con el fin de aumentar ventas.
- Realizar campañas publicitarias para lograr una mayor exposición de nuestro producto.

## 2. MERCADO.

### 2.1. Producto mercadotécnico.

“producto (marketing) en mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo. Son bienes o productos físicos: son todos los elementos tangibles”

El producto mercadotécnico (miel de abeja sin aguijón), se les ofrecerá por medio de las venta hacia los clientes ya sean niños, jóvenes, adultos, como también a empresas que se dediquen a la industrialización de nuestro producto, mostrando un eslogan que será **“endulzar sanamente el momento de la vida”**, contribuyendo en la alimentación sana y equilibrada, también curando algunas enfermedades para gozar de buena salud, pudiendo disfrutar de una miel 100% de alta pureza durante todo el año.

### 2.2. La competencia.

“el significado de la palabra competencia (del latín competentia) tiene dos grandes vertientes: por un lado, hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio, y a la competición que se lleva a cabo en el ámbito del deporte”.





Una vez puesta en marcha este emprendimiento de negocio, al empezar no contaremos con competencia en el mercado, ya que no existe ninguna organización empresarial que se dedica a la venta de esta miel de abeja sin aguijón.

Nuestra empresa tomara como competencia a aquellos productores de esta miel de abeja sin aguijón que realizan la respectiva venta en el mercado, como también a familias productoras del municipio de Chulumani. también nuestra empresa realizara lazos estratégicos con estos productores ya que se ha podido notar que las personas han tomado un cierto grado de interés al criar estas abejas, esto debido a que la crianza de estas abejas se podría decir que es más fácil de criar ya que estas abejas no pican en el momento de la cosecha.

Otra de nuestras competencias directas serán los productos medicinales que ya están a la venta en el mercado, esto debido a que nuestro producto final también ofrece beneficios para la salud.

### 2.3. Barreras de entrada y salida.

“las barreras de entrada, son obstáculos que dificultan o imposibilitan la entrada de posibles productores en un mercado, por ejemplo las patentes”.

“las barreras de salida son factores que impiden o dificultan el abandono de una industria por parte de una empresa. La existencia de estas barreras fuerza a las empresas a luchar por sobrevivir y, por tanto, seguir compitiendo en la industria, por lo que la intensidad de la competencia aumenta”.

- **Barreras económicas:** es la inversión necesaria para la entrada en el mercado, el gasto en la publicidad enfocada a dar a conocer la nueva empresa y sus productos o la parte de inversión dedicada al desarrollo y la innovación de nueva tecnología.
- **Economías a escala y alcance:** es lógico pensar que los competidores ya instalados tengan beneficios en cuanto a la reducción de costos unitarios y esto complica más a una empresa nueva que quiera introducirse a un mercado.



También impiden el ingreso de nuevos competidores ya que las empresas ya establecidas tengan ventajas en otros costos como la tecnología de su producto, acceso favorable a materias primas o ventajas de localización de sus puntos de comercialización.

- **Diferenciación del producto:** esto ocurre cuando las empresas ya establecidas tienen prestigio de marca o clientes establecidos, obligando a los competidores a realizar grandes inversiones como mencionamos en las barreras económicas.
- **Importantes necesidades de capital:** como ya mencionamos anteriormente es necesario contar con un capital, esto para tomar decisiones en el área de marketing ya sea para hacer conocer nuestro producto rápidamente y así tener aceptación de parte de nuestros clientes potenciales.
- **Barrera de carácter legal:** son los permisos administrativos más comunes y otros necesarios para entrar a ciertos mercados o la adquisición de patentes y algunos permisos relacionados con la propiedad intelectual para evitar prácticas irregulares en términos de competencia.

Haciendo un análisis las barreras dependen mucho de los recursos y capacidades que cuenten o dispongan las nuevas empresas al momento de introducirse al mercado, usando estos recursos ya sean económicos podrán superar fácilmente estas barreras y así convertirse en una amenaza para las empresas ya establecidas dentro del mercado.

#### 2.4. Segmentación de mercado.

“la segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra”.

El estudio de mercado se hizo en el municipio de Chulumani, contando como dato 32 calles y 8 otbs esto en el pueblo, realizando las encuestas entre los



días de feria como ser viernes, sábado y posteriormente domingo ya que se vio que en estos días existe una gran afluencia de personas de todo el municipio como también de los demás municipios de la región.

Nuestro segmento de mercado son las personas mayores de edad del municipio de Chulumani que estén en la posibilidad de adquirir nuestro producto de nuestra empresa “MELIMIEL S. R. L.”

### **2.5. Participación de mercado.**

La empresa “MELIMIEL S.R.L”, participara en el mercado con un producto natural a base de miel de abeja sin aguijón, posteriormente daremos a conocer otros productos una vez establecida nuestra empresa.

Ya que nuestro producto es nuevo primeramente abarcaremos todo el municipio de Chulumani, teniendo como una ventaja que los pobladores de otros municipios vienen a realizar compras y así poder hacer conocer las ventajas de nuestro producto y tener como resultados mayores ventas de nuestro producto.

### **2.6. Potencial de ventas.**

El potencial de ventas de nuestro producto será el municipio de Chulumani, ya que se ve que en días de feria los pobladores de diferentes comunidades vienen a hacer compras en el mercado de esta población.

Nuestra empresa aprovechara esta oportunidad en hacer conocer nuestro producto mediante el marketing, y así obtener mayor venta y por ende mayor ingreso económico.

También tomamos en cuenta como un potencial de ventas a los demás municipios de la región, debido a que muchos de estos pobladores de diferentes comunidades visitan a la población de Chulumani y gracias a esto Chulumani genera el mayor movimiento económico de la región.

### **2.7. Pronostico de ventas.**

Nuestro pronóstico de ventas será de acorde a la capacidad de producción de nuestra empresa y como resultado tenemos 1600kilos de producción por año, esa es nuestras ventas que tendríamos por año.



## **2.8. Cliente objetivo.**

“un mercado objetivo es un grupo más amplio de potenciales clientes definido por segmentos. Por ejemplo, para tu negocio, un mercado objetivo podría ser las personas entre 18 y34 años de edad o con un determinado nivel de ingresos”.

Como ya mencionamos anteriormente nuestro cliente objetivo de nuestra empresa “MELIMIEL S.R.L.”, serán personas mayores de 18 años que tengan un grado de estabilidad económica para adquirir nuestros productos, como también aquellas personas que tienen algunas enfermedades por la cual tomaran muy en cuenta nuestro producto a base de miel de abeja sin aguijón, debido a las propiedades curativas que este producto posee.

## **2.9. Comportamiento del consumidor.**

“el comportamiento del consumidor es el estudio del comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que consideran satisfacen sus necesidades”.

**Influencias externas.**

**Influencias internas.**

## **2.10. Objetivos de marketing.**

Nuestro objetivo principal será hacer conocer nuestro producto en el mercado mediante radio, afiches, panfletos como también en las redes sociales donde nuestro producto se puede hacer conocer y así poder abrimos puertas a otros mercados.

### **a) Posicionamiento.**

- Posesionarnos con nuestro producto en la mente de las personas mediante la publicidad por diferentes medios de comunicación.
- Mantener el crecimiento en ventas de nuestro producto.
- Incrementar la aceptación del nombre de la empresa.

### **b) Rentabilidad.**

- Rentabilidad económica.
- Rentabilidad financiera.



### c) Ventas.

- Incrementar las ventas mensuales.

#### 2.11. Estrategias de marketing.

##### Producto.

- La empresa “MELIMIEL S.R.L.”, ofrecerá al mercado miel de abeja sin aguijón comúnmente llamada “melipona o abeja señorita”.
- Este producto cuenta con muchos beneficios para la salud de las personas debido a que contiene propiedades curativas.
- Cambiarle a nuestro producto el diseño, la presentación como también el logotipo.
- Lanzar líneas de productos complementarias.

##### Precio.

- El precio de nuestro producto se determinó realizando encuestas a la población de Chulumani.
- También se tomó en cuenta de la miel de abeja sin aguijón en los departamentos de Cochabamba y Santa Cruz.
- Brindar al cliente un producto con precio aceptable y que sea de calidad.
- Reducir los precios de acorde a la competencia.
- Aumentar los precios con el fin de obtener mayor ganancia.

##### Plaza o distribución.

- El lugar de comercialización de nuestro producto de la empresa “MELIMIEL S.R.L.”, estará ubicado en un lugar estratégico de la población de Chulumani, exactamente en la plaza principal ya que tomamos en cuenta la gran afluencia de personas en este lugar.
- También promocionaremos nuestro producto en ferias, días festivos y otros, dando la oportunidad a nuestro potencial cliente de probar la miel de abeja sin aguijón, dándonos así una aceptación o rechazo de nuestro producto.
- Hacer uso de intermediarios con el fin de lograr mayor cobertura de nuestro producto.
- Hacer que nuestro producto esté disponible en el mercado.



## Promoción o publicidad.

- Para la venta de nuestro producto primeramente tenemos que dar a conocer que estamos ofreciendo al mercado, por lo cual utilizaremos medios de comunicación como las radio emisoras y también se hará conocer mediante la internet ya que se vio que hoy en día la internet lo maneja todo el mundo, la cual nuestra empresa hará uso de este medio.
- Ofrecer un segundo producto a mitad de precio.
- Hacer sorteos o concursos con nuestros clientes.

### 2.11.1. El posicionamiento.

“el posicionamiento, en marketing es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente del consumidor, puede tratarse de un elemento físico, intangible, empresa, lugar, partido político y otros”.

Una vez identificado nuestro segmento de mercado, optaremos posicionarnos como una empresa única denominada “MELIMIEL S.R.L.”, ofreciendo 100% calidad como también saludable en nuestro producto.

Nuestra empresa también se identificara con un eslogan que dirá, “**endulzar sanamente el momento de la vida**” de tal manera que este eslogan quede en la mente de nuestros consumidores finales.

### 2.11.2. A lo largo del ciclo de vida de nuestro producto.

La miel de abeja sin aguijón posee con la característica primordial de que este producto dura mucho más tiempo comparado con otros productos de consumo que se descomponen muy rápidamente. Por lo tanto es muy importante este dato para la producción y comercialización de esta miel.

Estarán divididos en etapas lo que se mostrara a continuación.

#### a) Introducción:

La miel de abeja sin aguijón será un producto nuevo en la región, tomando en cuenta que esta miel ya se produce en pocas cantidades, nosotros como empresa única constituida legalmente introduciremos este producto natural en el mercado.



### **b) Crecimiento:**

En esta etapa introduciremos la publicidad para así hacer conocer nuestro producto y tener mayor crecimiento en ventas.

### **c) Madurez:**

En esta etapa ya nuestra empresa estará posesionada en el mercado. Además se harán los ajustes necesarios en esta última de acuerdo a las condiciones de exigencia de las nuevas formas de presentación.

### **d) Declinación:**

Al notar la disminución de ventas de nuestro producto debido a factores internos o externos del mercado, buscaremos el introducir nuevas variedades de nuestro producto para que nuestros clientes no compren más de lo mismo, y así tomaremos la declinación como una nueva etapa de introducción.

## **3. ESTUDIO DE MERCADO.**

### **3.1. Determinación de la población.**

La población objetivo es para determinar el grado de aceptación del nuevo producto de nuestra empresa "MELIMIEL", para realizar nuestra encuesta, tomaremos en cuenta la población de Chulumani.

### **3.2. Determinación de la muestra.**

#### **a) Tipos de estudio.**

Se utiliza el tipo de estudio exploratorio ya que a través de esta podemos investigar y obtener resultados y ver la aceptación de nuestro producto en el mercado.

#### **b) La encuesta.**

Es una técnica que nos permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos, como la relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida.



**c) Definición de la unidad de análisis.**

Personas de la zona central de Chulumani, personas mayores de 18 años, ambos sexos que vivan en la misma zona.

**d) El universo.**

Se está tomando como nuestro universo a todo la población del distrito uno del municipio de Chulumani, el cual cuenta con una población de 2.066 habitantes según datos del censo de población y vivienda realizado el año 2012.

Dicha población se encuentran situados en las ocho zonas y 32 calles del distrito 1 del municipio de Chulumani.

**e) Muestra.**

Parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él.

Para esta investigación se utilizó la muestra de todas las personas que viven en la zona central de Chulumani, tomando como dato de 2066 personas de la zona central.

**Calculo de la muestra:**

**Z**=intervalo de confianza =95% =1.96

**e** = error permitido 5% = 0.05

**P**= probabilidad de éxito=80%=0.80

**Q**=error permitido=5%=0.05

**N**=tamaño de la población = 2066

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

$$n = \frac{3.84 \ 0.8 * 0,2 \ 2066}{3.84 \ 0,8 * 0,2 + (2066 - 1)0.0025} = 322$$





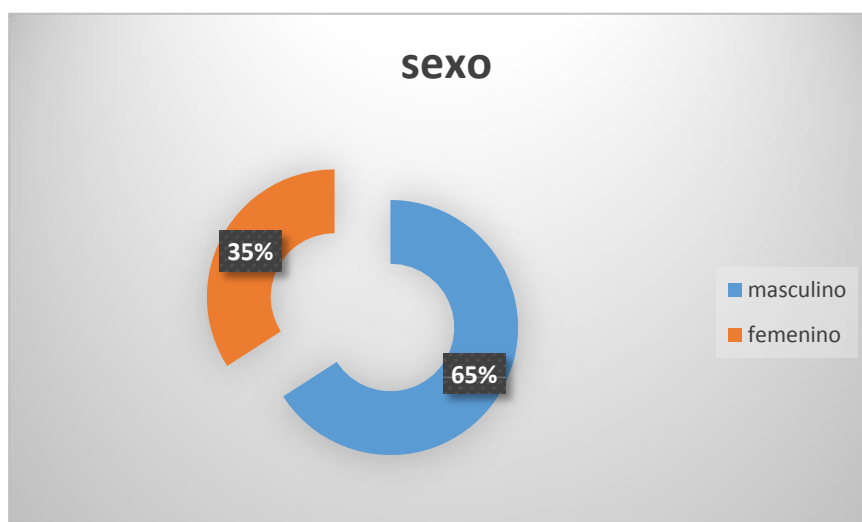
n =322

Zona de estudio	Cantidad	Muestra
	2066	322

### 3.3. Resultados de la encuesta.

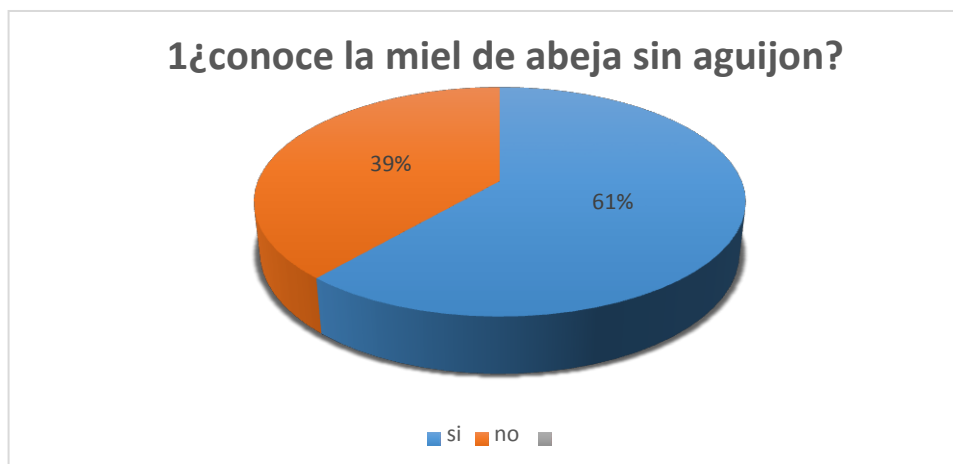
En el cuadro se muestra la cantidad de personas encuestadas ya sean de género masculino como femenino.

Teniendo 209 personas de sexo masculino y 112 personas de sexo femenino.



Presentación de resultados.

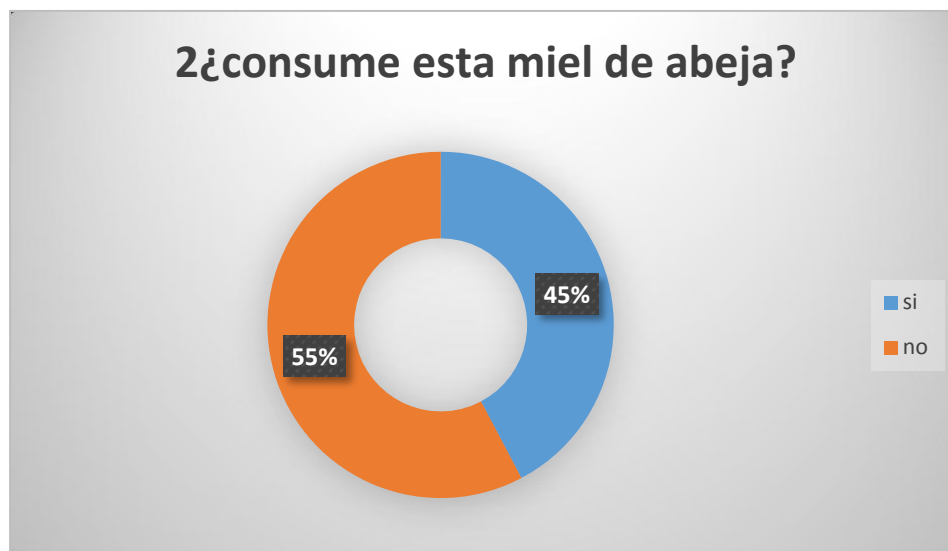
### Pregunta número uno.





En el siguiente cuadro podemos evidenciar que un 61% (196 personas) si conocen la miel de abeja sin aguijón, y un 39% (125 personas) no conocen esta miel de abejas.

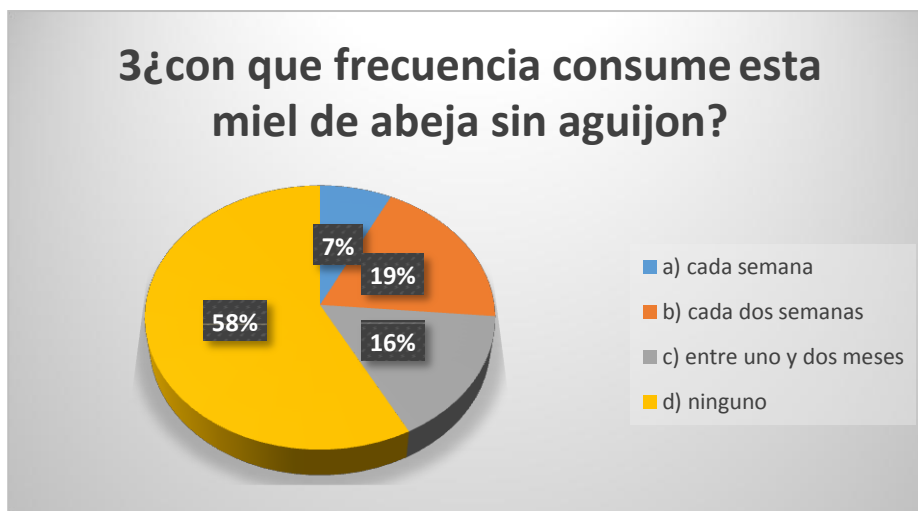
**Pregunta número dos.**



Si bien vemos en la pregunta número uno que un 61% conoce esta miel, en la pregunta numero dos se muestra que solo un 45% consume esta miel y un 55% no la consume, cabe mencionar que en el momento de la encuesta las personas que respondieron que no consumen esta miel tienen una curiosidad de que cual es el sabor de esta miel, por la cual vemos muy favorable para la empresa.

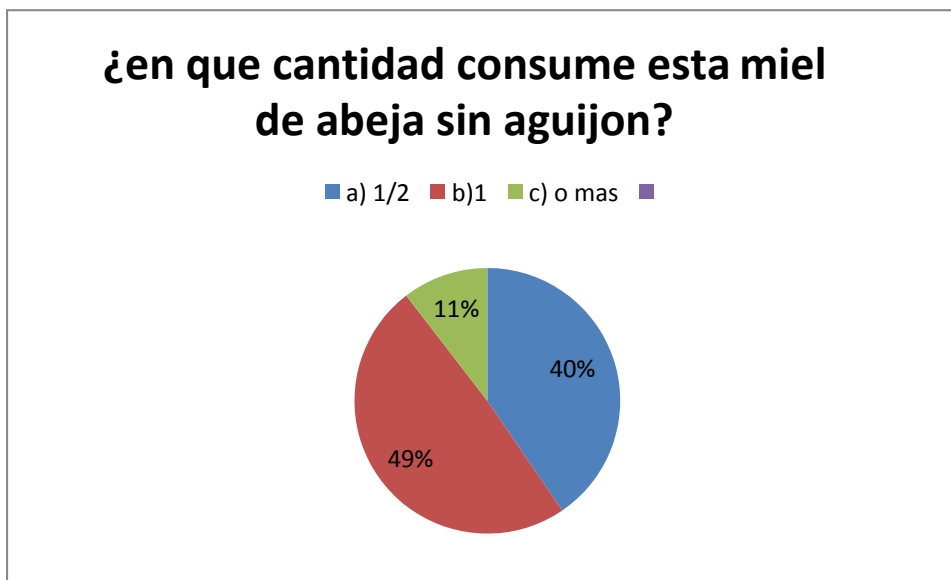


**Pregunta número tres.**



En este cuadro se muestra la frecuencia de consumo de la miel de abeja sin aguijón o abeja señorita.

**Pregunta número cuatro.**



En este cuadro se puede evidenciar que las personas consumen esta miel mayormente en cantidades de 1, 1/2 de kilo.

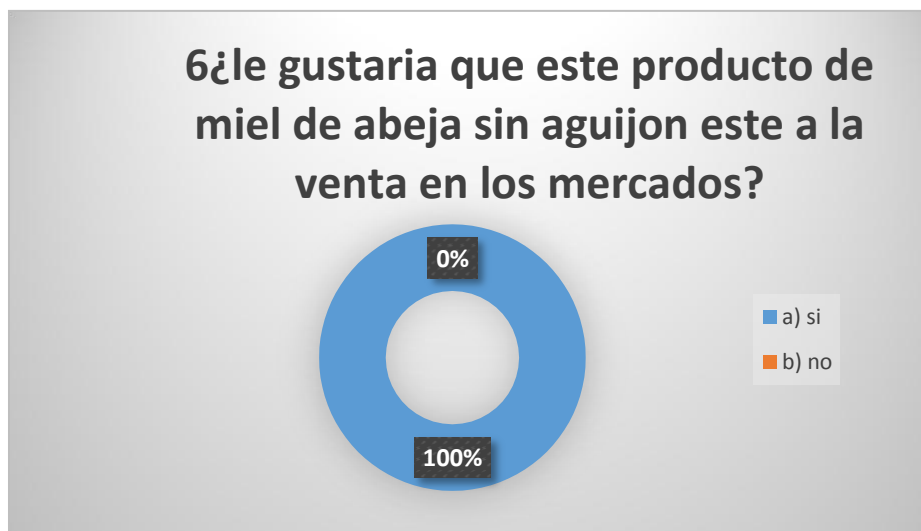


**Pregunta número cinco.**



Como se ve en el cuadro, 157 encuestados con un 49% pagarían un monto de 280 bs por un kilo de esta miel de abeja sin aguijón.

**Pregunta número seis.**



En la pregunta número seis, se ve ampliamente que si este producto estuviese en el mercado, nuestra empresa contaría con el cien por cien de los encuestados como clientes seguros de nuestro producto.



Si bien un gran número de porcentaje de los encuestados no consume, ni conoce la miel de abeja sin aguijón, en esta pregunta número seis nos da un respaldo para la apertura de este plan de negocio.

## 4 OPERACIONES

### 4.1 Diseño y desarrollo del producto.

#### a) Meliponicultura.

La Meliponicultura se refiere a la cría y manejo de abejas sin aguijón y recibe este nombre debido a que este tipo de abejas se clasifica taxonómicamente dentro de la tribu meliponini (Hymenoptera, apoidea), que corresponde a uno de los muchos grupos de abejas nativas de América. Se estima que el número de especies de abejas sin aguijón ò meliponinos es de alrededor de 300, distribuidas desde México hasta el norte de Argentina. Son el único grupo de abejas nativas de América que posee comportamiento altamente social, colonias numerosas, que se reproducen por medio de enjambres y que cuentan con reina, obreras y zánganos, y una comunicación altamente desarrollada entre los miembros de la colonia.

Abejas nativas criadas en cajas técnicas.



La meliponicultura es una actividad creciente en la medida que investigadores recientemente describen el ciclo de vida de otras especies de abejas sin



aguijón. Cabe destacar que la meliponicultura no es, como la apicultura, una práctica donde las abejas explotadas pertenezcan a una o dos especies. En la meliponicultura se utilizan en la producción a cientos de especies diferentes; este es el motivo de la diversidad tanto en colmenas como metodologías, como se muestra en la imagen anterior.

### **b) La meliponicultura como cultivo alternativo.**

Desde 1956, la agresiva raza de abeja africana empezó a dispersarse rápidamente por todo el continente americano al ser liberada accidentalmente en Brasil, desplazando a la raza europea de *Apis mellifera*.

Poco a poco se produjo un descenso en el cultivo de esta especie debido a las complicaciones de su manejo. Estas condiciones despertaron de nuevo el interés en las abejas sin aguijón. En varios países se han realizado estudios que han permitido desarrollar de nuevo el cultivo de estas especies. Se ha promovido la combinación del manejo del bosque con la crianza de abejas de manera que ellas al obtener alimento y protección estén asegurando la polinización de las plantas y consecuentemente, la producción de semillas viables y sanas para la regeneración del bosque. Por esta razón las abejas melíferas se han asociado con los sistemas agroforestales y con la reforestación, resultan una buena opción ya que son abejas dóciles siendo su manejo sencillo y seguro. Además es importante conservar la vegetación natural cercana a los cultivos porque esta puede influir en la abundancia de este tipo de abejas y en consecuencia favorecer la polinización.

#### **➤ Ventajas de la meliponicultura.**

Son muchas las ventajas de la meliponicultura, dado que las abejas meliponas no pican, no representan un peligro para la comunidad, son mucho más selectivas que las abejas europeas, pues no acuden a flores que hayan sido contaminadas con agroquímicos, y son excelentes polinizadoras de plantas nativas. Además, su miel y cera poseen propiedades terapéuticas y antibióticas, sus cajas “racionales” usan menos espacio de terreno y el litro de miel “virgen” vale tres veces más que el de la abeja común.



La Meliponicultura se caracteriza por ser una actividad económicamente viable, muy sencilla y de fácil implementación y mantenimiento dentro de los sistemas de producción campesinos ó urbanos. Algunas de sus ventajas son:

- Baja inversión en tiempo y mano de obra; el cuidado del meliponario puede ser realizado por cualquier miembro de la familia por no representar peligro.
- Bajo costo de implementación, mantenimiento, equipos e insumos. Se requieren pocas herramientas de manejo y pueden utilizarse materiales locales para la construcción de colmenas y meliponarios.
- Docilidad de las abejas y fácil manejo. Las colmenas pueden mantenerse cerca de la casa sin riesgo.
- Sostenible ambientalmente por el servicio de la polinización a los agro ecosistemas.
- Productos reconocidos con gran demanda local y precio justo.
- El litro de miel “virgen” vale tres veces más que el de la abeja común.
- La miel y la cera poseen propiedades terapéuticas y antibióticas.
- Las abejas son mucho más selectivas que las abejas europeas, pues acuden a flores tanto de árboles, como de cultivos, especies nativas y pastos.

### c) La abeja sin aguijón.

Son abejas sociales y se distinguen por tener un aguijón atrofiado, estructura vestigial reducida la cual no es funcional y por lo tanto no pican.

#### ➤ Clasificación Entomológica

El nombre científico de la abeja señorita, Mariola, maría seca, angelita, virginita, es **Tetragonisca angústula**.



A continuación se describe su clasificación taxonómica:



Abeja señorita (*Tetragonisca angustula*)

**d) Habitantes de la colonia de abejas sin aguijón (meliponas).**

El presente trabajo está enfocado más al estudio de la abeja angelita *tetragonisca Angústula* tanto por las cualidades de su miel como por su facilidad de adaptabilidad y manejo:

➤ **La Reina.**

La organización social está regida por la reina que es la única hembra productiva de la colonia su función principal es la de controlar el buen funcionamiento de la colonia mediante la liberación de feromonas que permite una labor conjunta de los individuos favoreciendo la supervivencia de la misma. Otra función de la reina que es la abeja más grande de la colonia es de garantizar la conservación de la especie produciendo más individuos (obreras, machos y otras reinas). La celda de la reina se diferencia de las demás porque es de mayor tamaño, de forma ovoide y las obreras las construyen en las orillas de los panales.





➤ **Las Obreras.**

Las obreras son la fuerza de trabajo de la colonia, ellas se encargan de la construcción del nido, alimentación de las larvas, cuidado de la cría, búsqueda y recolección de néctar, polen, agua, materiales como barro, resinas ó semillas (cuando son jóvenes), defender a la colonia de los depredadores, limpiar la colmena y tapar los agujeros de la colmena con propóleos (cuando son maduras).

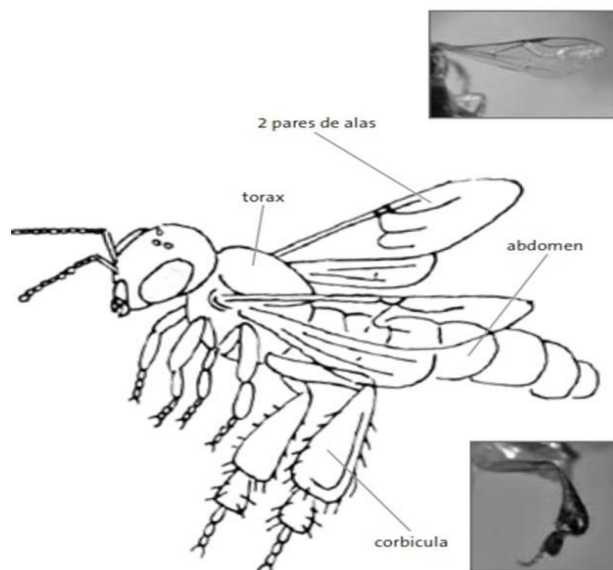


➤ **Los Machos.**

Conocidos como zánganos, nacen ininterrumpidamente cuando los nidos son fuertes y tienen buenas provisiones de alimento, su función única es copular por única vez con la reina y luego muere.

➤ **Anatomía externa.**

**La anatomía de las reinas:** vírgenes generalmente son muy parecidas a las obreras pero una vez fecundadas y estando en franca postura estas desarrollan mucho el abdomen debido a la activación de los ovarios pudiendo ser diferenciadas fácilmente de las obreras.



**Anatomía de la obrera:** mide 4mm. de longitud; tienen cabeza con dos ojos compuestos (ojos conformados por miles de facetas, detectan todos los colores menos el rojo, adicionalmente perciben la luz ultravioleta, también tienen tres ojos simples, ocelos, los que detectan la luz simple), la lengua funciona como una bombilla para recolectar el néctar de las flores.

Tienen además un par de antenas que les sirve para su comunicación y una mandíbula poderosa para cortar y para ensalivar el propóleo y otras sustancias. En su tórax que es negro y brillante poseen un par de alas con venación reducida, y tres pares de patas en las tibias del tercer par de patas poseen una canasta denominada corbícula por su forma parecida a la de una cuchara, le sirve a las abejas para transportar en las patas posteriores polen y algunas veces resinas y barro.

Internamente el tórax está constituido en la mayor parte, por poderosos músculos responsables del movimiento de las alas y de las patas las Esos músculos también pueden ayudar a la comunicación, provocando vibraciones para indicar la distancia de la fuente de recursos como es el polen de las flores o el agua. Cuerpo delgado, abdomen amarillo donde están alojadas las glándulas secretoras de cera y los órganos reproductores.



### ➤ **Vuelo nupcial.**

En las abejas meliponas las reinas vírgenes emprenden el vuelo nupcial entre los 3 y 8 días de edad. En un estudio realizado, el vuelo nupcial de la reina junto con los machos de *T. angustula* y *M. beecheii*, tiene una duración promedio de ocho minutos, en algunas ocasiones las reinas vírgenes pueden realizar hasta dos vuelos nupciales consecutivos y cuando existe la presencia de machos afuera de la entrada de la colmena, la duración del vuelo nupcial es más corto.

Una vez fecundada satisfactoriamente la reina, empieza a poner huevos dentro de dos a cinco días después del vuelo nupcial. Cuando se realiza el apareamiento el número de machos volando afuera de la colmena es mucho mayor que los días siguientes después del apareamiento, es decir, que la presencia de machos afuera de la colmena es completamente un mecanismo activado por feromonas. Los olores liberados por las obreras son importantes para la orientación de las nuevas reinas.

### **e) Nidificación.**



Nido de melipona en tronco hueco.

El proceso de construcción es muy complejo en las abejas meliponas, a diferencia de las abejas melíferas. La construcción del nuevo nido empieza varios días antes de que la nueva reina emprenda su vuelo al nido.



La multiplicación de colonias en *T. angustula* empieza con la exploración de posibles lugares para desarrollar el nuevo nido como se observa en la imagen, esta tarea es realizada por las abejas exploradoras (obreras). Después las abejas exploradoras son las encargadas de limpiar la cavidad y cerrar las grietas con propóleo. Seguidamente las obreras transportan propóleo, miel y polen de la colonia madre a la colonia hija. Las obreras empiezan a construir las celdas de miel, polen y panales antes de la llegada de la nueva reina, esto lo realizan para evitar la muerte de la reina en caso que durante la construcción del nido sea invadido por hormigas o fóridos.

Posteriormente llegan del nido original una reina virgen acompañada de numerosas obreras al nuevo sitio, para comenzar a integrar la población de la nueva colonia. Al cabo de 7 u 8 semanas la colonia está plenamente constituida, sus adultos son hijos de la reina nueva, la cual se apareo en los primeros días de su arribo a la colmena.

La inversión más grande de la colonia madre es en propóleo y obreras. Aproximadamente unas 500 a 1000 obreras entran a la colonia hija siguiendo a la nueva reina, es una pequeña cantidad de obreras comparado con la población de la colmena madre.

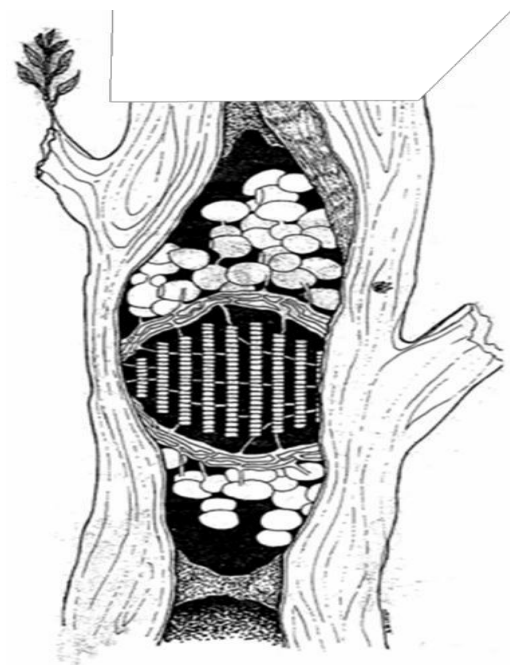


#### f) Estructura natural del nido.

El nido de la abeja es pequeño, aproximadamente unos 15 a 20 cm de diámetro y se alojan en cavidades de árboles como se observa en la imagen, paredes de casas, agujeros en el suelo, recipientes como calabazos, canastos,



cajones, etc. Suelen hacer sus nidos en troncos de bambú (*Bambusa guadua*), higuerón (*ficus subandina*), guadua (*Guadua angustifolia*) y calabazo (*Crescentia cujete*).



**g) Nido natural mostrando la disposición de los discos de crías.**



El nido está formado por una región de cría llamado involucro compuesto por delgadas láminas de cerumen a manera de un laberinto, cuya función es el control de temperatura del nido y una región de almacenamiento de Miel y polen.



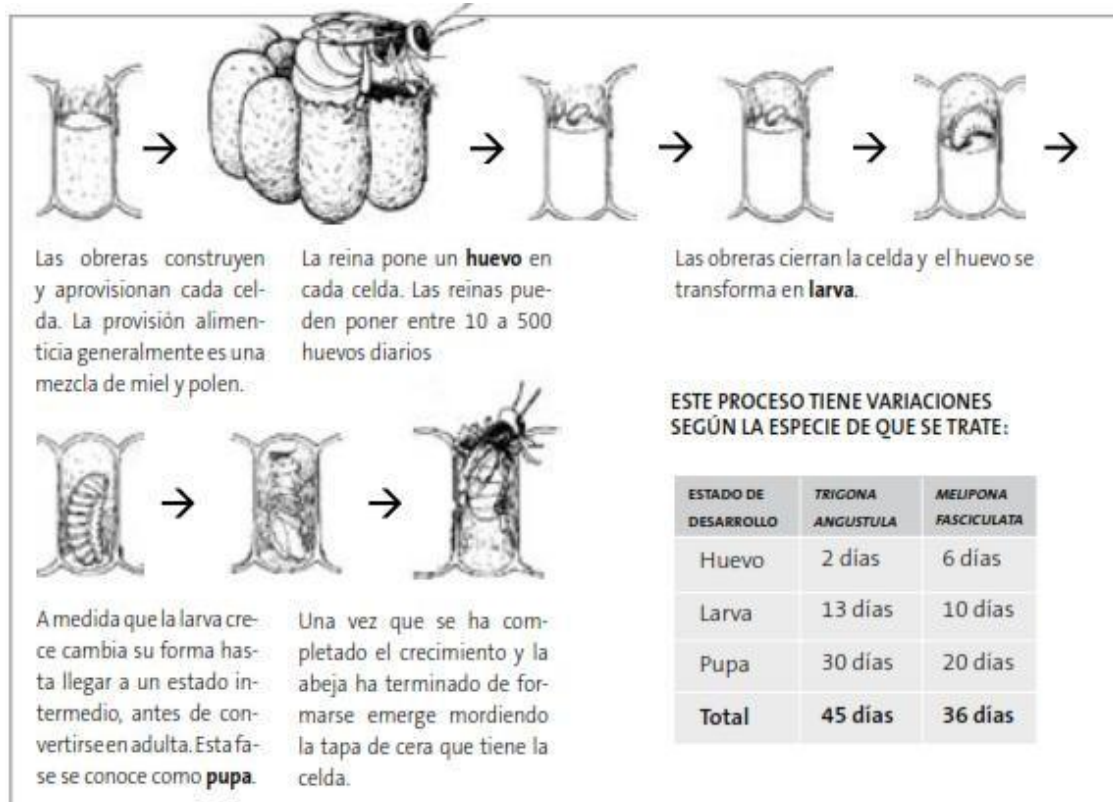
### h) Ciclo de desarrollo.

Los principales estadios inmaduros del ciclo de desarrollo son tres:

1. Huevo dura 6 días.
2. larva dura 10 días.
3. pupa dura 20 días.

Desde la postura del huevo hasta la emergencia puede durar entre 33 a 40 días dependiendo de la cantidad de obreras incubando. ; Cuando existen pocas obreras incubando puede haber nacimientos a los 40 días y cuando hay muchas obreras incubando se obtienen nacimientos a los de 33 días, también se dice que este ciclo biológico de las tres castas obreras, reina y zángano que conforman la colonia dura entre 30 a 40 días como se observa en la imagen.

Ciclo de desarrollo de las abejas meliponas



Las obreras construyen y aprovisionan cada celda. La provisión alimenticia generalmente es una mezcla de miel y polen.

La reina pone un **huevo** en cada celda. Las reinas pueden poner entre 10 a 500 huevos diarios

Las obreras cierran la celda y el huevo se transforma en **larva**.

ESTE PROCESO TIENE VARIACIONES SEGÚN LA ESPECIE DE QUE SE TRATE:

ESTADO DE DESARROLLO	TRIGONA ANGUSTULA	MELIPONA FASCICULATA
Huevo	2 días	6 días
Larva	13 días	10 días
Pupa	30 días	20 días
<b>Total</b>	<b>45 días</b>	<b>36 días</b>

A medida que la larva crece cambia su forma hasta llegar a un estado intermedio, antes de convertirse en adulta. Esta fase se conoce como **pupa**.

Una vez que se ha completado el crecimiento y la abeja ha terminado de formarse emerge mordiendo la tapa de cera que tiene la celda.



### **i) Oviposición.**

Tan pronto se termina la fase de provisión de alimento en la celda, la reina pone un huevo en ella, sobre el alimento. En algunas ocasiones una obrera deposita un huevo que es comido por la reina con algo de alimento larval. La reina de esta especie puede poner unos 20 huevos diariamente.

### **j) Operculación.**

Inmediatamente después una obrera inicia la sellada de la celda, seguida por otras que le ayudan.

El proceso de construcción de los panales se inicia de adentro hacia afuera y cada celda es construida por varias obreras comenzando desde la base.

### **k) Defensa**

Las abejas meliponas o indígenas como algunos las llaman no pican o aguijonean por tener su aguijón atrofiado y por ello no pueden usarlo para su defensa, por ello son incapaces de inyectar el veneno característico de las abejas comunes, sin embargo la principal defensa por excelencia de esta especie es morder con sus poderosas mandíbulas, cuando son atacadas éstas se sujetan en las alas de las abejas invasoras mordiéndolas e impidiéndoles volar. En algunos casos cuando la colonia está siendo manipulada por el hombre, las abejas liberan a través de su mecanismo de defensa una feromona que puede ser detectada fácilmente por el sentido del olfato del meliponicultor. Su tamaño es ligeramente menor que *Apis mellifera* y de carácter totalmente dócil, aunque colonias muy pobladas pueden efectuar ataques rápidos mordiendo párpados y piel descubierta así como enredándose en el cabello de los intrusos que se acercan a su colmena e incluso caminan entre los ojos, nariz y orejas, este comportamiento defensivo se ve principalmente en nidos recién capturados en forma silvestre y en algunas colonias de la especie endémica Melipona.

Además, estas abejas tienen la característica que siempre está un grupo de abejas guardianas sobrevolando la entrada (aproximadamente unas 10 a 20 abejas), su angosta y larga entrada está diseñada de tal forma que es un laberinto para los intrusos que deseen atacar.



Abejas Guardianas en la entrada (piquera o churumbela) al nido de una colonia.



### I) Plagas.

- Mosca jorobada.



La Mosca jorobada, *Pseudohypocera* sp. (Díptera: Phoridae): La mosca jorobada, es uno de los insectos que puede llegar a convertirse en la plaga más importante en el meliponario, debido a su agresividad de reproducción dentro de la colmena, la mosca jorobada es pequeña, de vuelo muy rápido, de ciclo de vida muy corto y altamente prolífico, pues una hembra puede llegar a poner hasta unos 300000 huevos. Éstos son ovipositados velozmente en las celdas de polen y cría. Cuando emergen las larvas, éstas se comen el alimento de las abejas, llevando a las colonias a la muerte.

Figura 14 hormigas devorando huevos de *T. angustula*





➤ Hormigas:



Las hormigas también causan daño a las colonias de meliponas, sin embargo son fáciles de controlar colocando aceite quemado en la base de los bancos donde están las colmenas. También, se puede utilizar una sustancia pegajosa para controlar las hormigas, aplicándolo a las bases, para que las hormigas se peguen.

**m) Utilidad e importancia de la miel de abeja Señorita.**

La miel de algunas abejas sin aguijón es muy apreciada tanto por su sabor, como por sus propiedades medicinales antibióticas, especialmente la Angelita, es una de las abejas más limpias. Su miel se usa para tratamientos de afecciones respiratorias e incluso el tratamiento de enfermedades de los ojos. Si bien se ha estimado que el valor comercial de la polinización supera ampliamente el valor de los productos de la colmena, no puede desestimarse la importancia de estos para el hombre. La miel de las abejas sin aguijón, además de sus importantes características alimenticias, es ampliamente utilizada en medicina tradicional para el tratamiento de enfermedades oculares (conjuntivitis, pterigios y cataratas), enfermedades respiratorias y digestivas, lo cual la hace un producto muy apreciado localmente y de gran demanda en tiendas y farmacias naturistas.



## n) La Vegetación

Para apoyar el uso racional de las abejas sin aguijón, es necesario conocer las especies de plantas que actúan como fuentes de recursos para estas abejas en su ambiente natural. El objetivo de su estudio fue identificar las especies de plantas que fueron visitadas con mayor frecuencia por abejas *Tetragonisca angustula* y describir los granos de polen de estas plantas.

Las abejas son visitantes florales obligadas por que necesitan néctar para el mantenimiento de los adultos y polen para alimenta a sus larvas. La anatomía de sus cuerpos y ciertas pautas de comportamiento especializadas les permite ser muy eficientes en la recolección de sus recursos. Al mismo tiempo que procuran su propio alimento brindan a las plantas que visitan un servicio fundamental: la polinización

## o) La Polinización por abejas sin aguijón.



Se han hecho pruebas para probar la eficiencia polinizadora de ciertos meliponinos en fresa, carambolo (*Averrhoa carambola*), tomate, pepino, achiote (*Bixa Orellana*), café (*coffea arabica*), pimentón (*Capsicum anuum*) y melón, entre otros. La venta y alquiler de colonias para la polinización puede convertirse en un agro negocio rentable, tal como sucede con otra abeja como *Apis* y *Bombus*. En Brasil, por ejemplo, el rango de precios de venta de una



colonia de meliponinos fluctúa entre cuatro y 160 USD, dependiendo de la especie, la región, el objetivo del comprador y el estado de la misma.

Otro de los cultivos que podrían beneficiarse es el café, por lo que las Asociaciones cafetaleras en la zona como la Cooperativa Villa Oriente tienen planes de formular un proyecto que incluya tener cajas racionales de abejas sin aguijón cerca de cafetales orgánicos.

### p) Producción de miel de abejas sin aguijón



La producción de miel por colonia también es muy variable. Dado el gran número de especies y las condiciones ecológicas de las diferentes localidades. En promedio, pueden esperarse producción entre 2 y 4 kilos por colonia dos veces al año.

- Cosecha de miel de los potes utilizando jeringa y el filtrado.





## 4.2 Descripción técnica y funcional del producto o servicio.

Su objetivo es determinar maquinaria equipos insumos materias primas suministros para elaborar un producto de calidad cantidad y costo requerido.

Se basa en el estudio de mercadeo ya que buscamos producir la cantidad que satisfagan las ventas que resultaron en este.

**NOMBRE DE PRODUCTO:** Miel de abeja sin aguijón

**VALOR AGREGADO:** elaborar un producto 100% sano y natural de alta calidad producida en el municipio de Chulumani.

**USO:** Alimento sano y nutritivo para la salud.

**MATERIAL:** Básicamente miel de abeja sin aguijón.

**EMPAQUE:** La presentación del producto será en envase de plástico llevara la marca, cantidades, el valor nutricional fecha de caducidad etc.

## 4.3 Características del producto. ¿Qué es?

La empresa “MELIMIEL S.R.L.”, presentara al mercado un producto elaborado a base de miel de abeja sin aguijón.

## 4. 4 Funciones. ¿qué hace?

Como bien sabemos esta miel de la abeja melipona tiene un sabor muy agradable al paladar, por lo tanto se puede utilizar como endulzante en productos como ser en masitas, panes dulces y otros productos finales, como también ayuda a curar algunas enfermedades.



#### **4.4 Beneficios. (que necesidades satisface).**

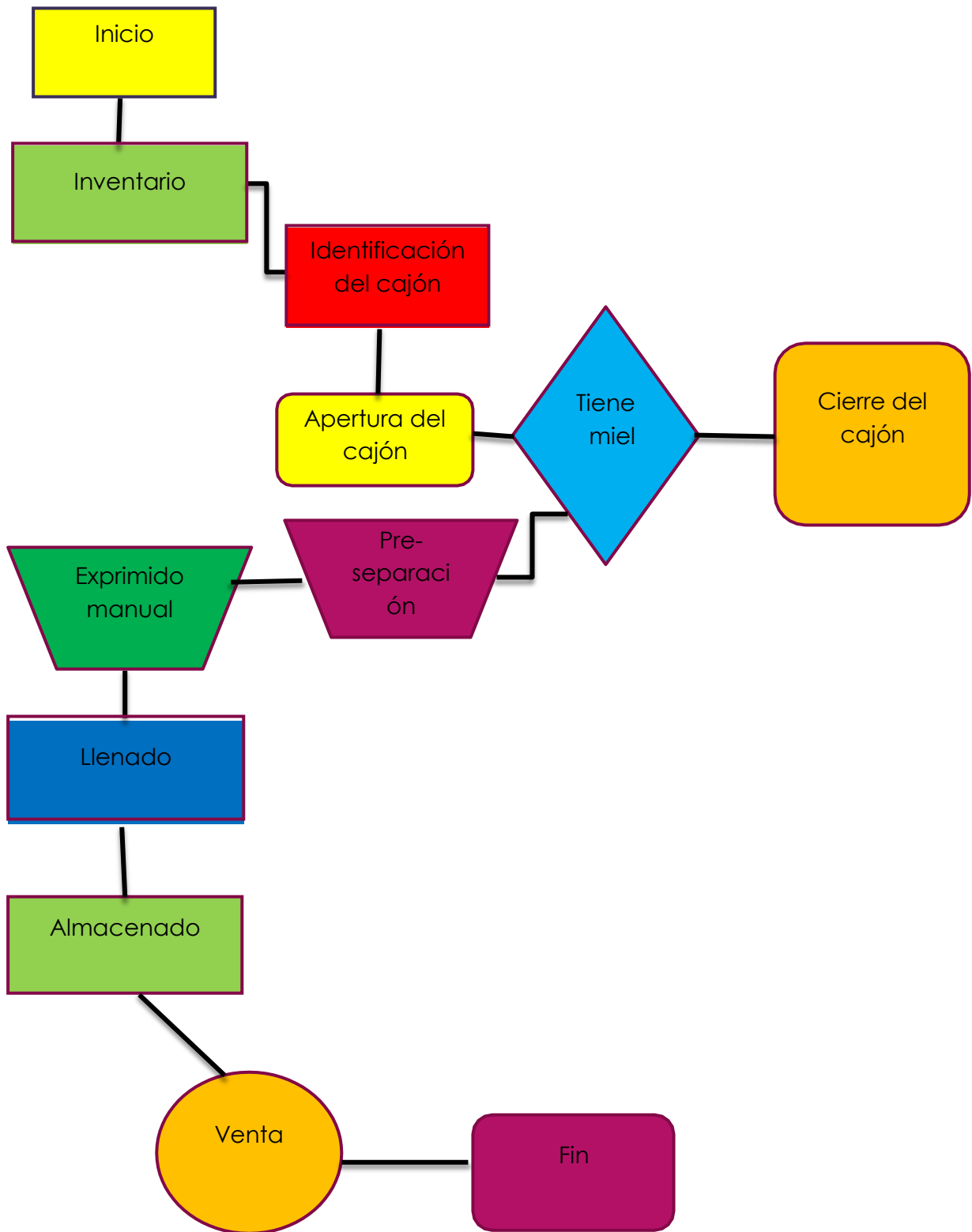
Los beneficios que trae este producto principalmente son para la salud de las personas al adquirir este producto como ser;

Enfermedades como:

- ✓ Las cataratas.
- ✓ La conjuntivitis en los ojos.
- ✓ La gastritis.
- ✓ La acidez.
- ✓ La anemia.
- ✓ Regenera la piel de graves quemaduras.
- ✓ Ayuda a cerrar las heridas.



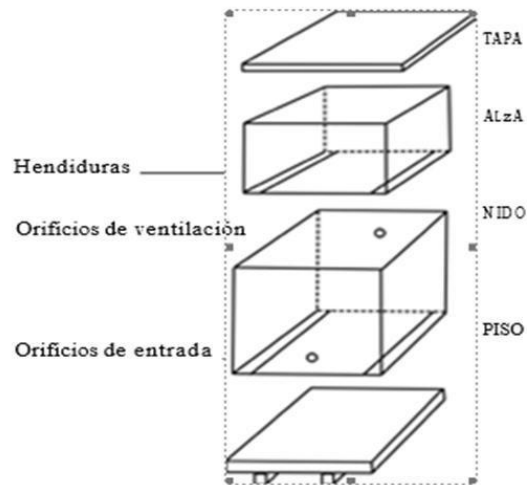
#### 4.4.1 Diagrama de flujo de procesos.





#### 4.5 Maquinas. equipos, vehículos, insumos, proveedores.

##### Caja para enjambre de abeja melipona.



Este es la estructura de la caja para enjambre de la abeja melipona

##### Caballetes de madera.

Es la





**Overoles.**



**Guantes con filtro.**



**Palanca Universal o tenaza para marcos.**

**Mesas.**







**Colador de acero inoxidable.**



**Balde de plástico con tapa para el acopio de la miel (20kg).**



**Tachón de plástico para el almacenamiento de la miel (300kg).**

**Vehículo de carga.**





### **Equipo de computación.**



### **Teléfono celular.**



### **Archivero.**





### Mostrador de vidrio.



### Estantes de pared.



### Sillas.





## Silla ejecutiva.



### 4.6 La planta:

#### 4.6.1 capacidad de producción.

Para la producción de miel de abeja sin aguijón, contaremos con una hectárea de terreno que estará dividida en 2 partes.

Contaremos con 200 cajas de miel de abeja melipona que estarán divididas en dos partes esto para tener una producción adecuada de miel, ya que tomaremos en cuenta lugares estratégicos donde haya una mayor vegetación que beneficien a la empresa.



A continuación se detalla la capacidad de producción de la empresa.

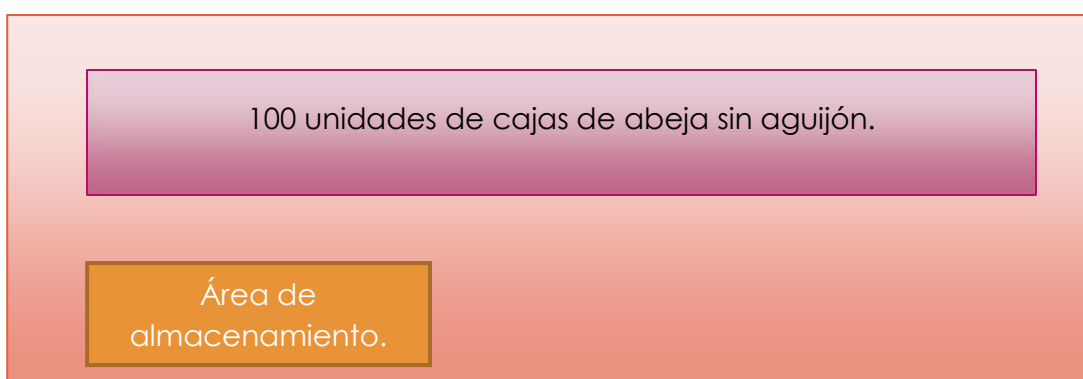
CAPACIDAD DE PRODUCCION				
	cantidad	1ra. producción	2da producción.	Total producido en un año.
<b>Cajas de abeja melipona</b>	200	4kg	4kg	1600 kilos
			$4+4=8\text{kg} \times 200=1600\text{kg/año}$	

#### 4.6.2 localización de la planta.

La localización de nuestra planta de producción de nuestro producto, estará ubicado en el municipio de Chulumani, más en específico en la comunidad de San Isidro que está ubicado a 22 km de la población de Chulumani.

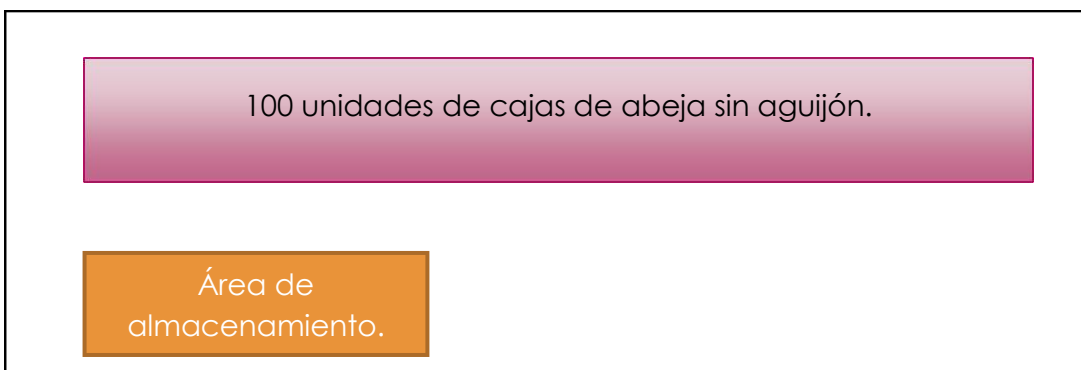
La comunidad de San Isidro cuenta con bastante vegetación en el lugar es por eso que decidimos que la planta de producción se realizara ahí.

Zona de producción 1.



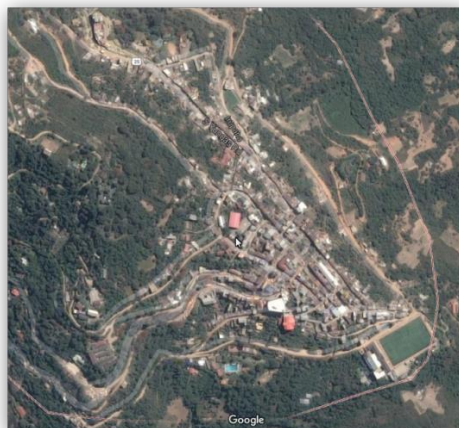


Zona de producción 2.



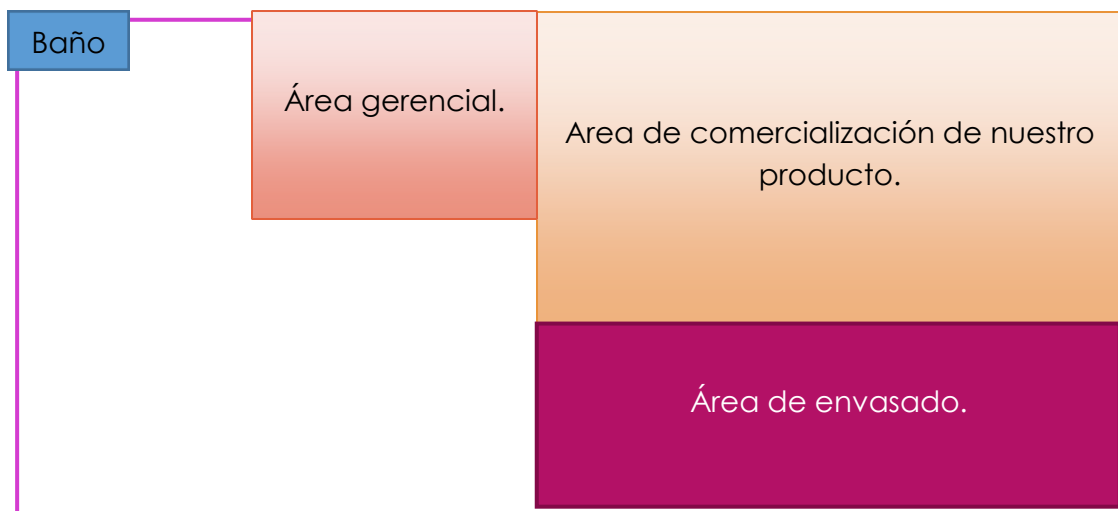
#### 4.6.3 Localización del área de comercialización.

Así mismo el área de comercialización de nuestro producto estará ubicada en la misma población de Chulumani, ubicado en la plaza principal de esta población, ya que adquiriremos un local para la exposición de nuestro producto.





#### 4.6.4 distribución de envasado y venta de nuestro producto.



**Área de gerencia general:** donde estará el gerente de la empresa, donde se encargara de planificar, organizar, dirigir controlar nuestra empresa.

**Área de envasado:** se realizara el respectivo envasado de nuestro producto.

**Área de comercialización:** se hará la expedición de nuestro producto.



## 5 FINANZAS.

### 5.3 Presupuesto de inversión.

En los siguientes cuadros se podrá observar el desglose de la estructura de nuestras finanzas.

OTROS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
terreno				27.840
vehículo				55.680
Total				<b>83.520</b>

MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cajas para abeja melipona	Caja	200	60	12.000,00
Caballetes de madera	PZA	200	10	2.000,00
Overoles de cuerpo entero	PZA	4	240	960,00
Guantes con filtro	PZA	4	60	240,00
Palanca Universal o tenaza para marcos	PZA	4	70	280,00
Mesas	PZA	4	300	1.200,00
Colador de acero inoxidable	PZA	6	90	540,00
Tachón de plástico para el almacenamiento de la miel (300kg)	PZA	5	250	1.250,00
Balde de plástico con tapa para el acopio de la miel (20kg)	PZA	8	25	200,00
<b>TOTAL</b>				<b>18.670,00</b>





MATERIA PRIMA				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
colonias de abejas sin aguijón	Unidad	200	50	10.000,00
Azúcar morena	q	6	320	1.920,00
<b>TOTAL</b>				<b>11.920,00</b>

MATERIALES INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Envases de plástico para la melimiel de abeja	1k	1.600	2,00	3.200,00
Etiqueta del envase	1k	1.600	1,00	1.600,00
<b>TOTAL</b>				<b>4.800,00</b>

MANO DE OBRA DIRECTA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Obrero	2	1.800	3.600	43.200,00
encargado de producción	1	2.400	2.400	28.800,00
<b>TOTAL</b>				<b>72.000,00</b>

MANO DE OBRA INDIRECTA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente General	1	2.800	2.800	33.600,00
<b>TOTAL</b>				<b>33.600,00</b>



GASTOS GENERALES				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Teléfono celular	1	500		500,00
Consumo de crédito post pago	1	100	100	1.200,00
Material de oficina	1	200	200	200,00
Vaner	1	200		200,00
mantenimiento de vehiculo	2	800		1.600,00
Otros gastos			250	250,00
<b>TOTAL</b>				<b>3.950,00</b>

SERVICIOS BASICOS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	M3	12 meses	20	240,00
Luz	PkWh	12 meses	50	600,00
<b>TOTAL</b>				<b>840,00</b>

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Internet	1	200	200	2.400,00
Radio Yungas (gingler)	1	200	200	1.200,00
<b>TOTAL</b>				<b>3.600,00</b>

MUEBLES Y ENSERES				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Archiveros (cartapacio)	Unidad	5	22	110,00
escritorio de madera 2x1,30	UNIDAD	2	800	1.600,00
Estantes de pared (2 x 2)	Unidad	2	1.000	2.000,00
Silla de oficina semi ejecutiva	Giratorias	2	600	1.200,00
Sillas en general	plástico	8	50	400,00
<b>TOTAL</b>				<b>5.310,00</b>



HERRAMIENTAS EN GENERAL				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Picotas	PZA	2	60	120,00
Chontas	PZA	2	40	80,00
Carretillas	PZA	1	450	450,00
Machetes	PZA	3	30	90,00
Olla	PZA	2	60	120,00
Cucharon de madera	PZA	1	25	25,00
Cuchillo	PZA	2	15	30,00
Escoba	PZA	3	15	45,00
Recogedor de basusa	PZA	3	30	90,00
Basureros	PZA	3	45	135,00
Botiquín de primeros auxilios	PZA	1	80	80,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.265,00</b>

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras de escritorio	Pc	1	4.500	4.500,00
Laptops	Pc	1	5.000	5.000,00
Impresoras Multifuncional	PZA	1	600	600,00
<b>TOTAL</b>				<b>10.100,00</b>



<b>GASTOS DE ORGANIZACIÓN.</b>				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
berificacion de la disponibilidad del nombre		1	0	
preparar la escritura de constitucion de sociedad		1	780	780,00
protocolizar la escritura de constitucion		1	200	200,00
publicar el testimonio de constitucion de la sociedad en el periodico de acumulacion nacional		1	50	50,00
preparar el balance general		1	300	300,00
sellar el balance general por el colegio de contadores		1	50	50,00
obtener el NIT de impuestos		1	0	0,00
obtener la licencia de financiamiento		1	150	150,00
inspeccion del gobierno municipal		1	100	100,00
obetener la matricula de registro de comercio		1	250	250,00
inscribirse a la camara de comercio e industria		1	320	320,00
afiliciona la camara nacinal de salud		1	45	45,00
registro en el ministerio de trabajo		1	80	80,00
registro de los empleados a las AFPs		1	0	0,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.325,00</b>

Improvistos		4000
-------------	--	------



<b>ESTRUCTURA DE INVERSION O FINANCIAMIENTO</b>			
<b>EXPRESADO EN BOLIVIANOS</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>APORTE BANCARIO</b>	<b>APORTE PROPIO</b>	<b>TOTAL</b>
TERRENO			27.840,00
MAQUINARIA Y EQUIPO			16.625,00
VEHICULO			55.680,00
HERRAMIENTAS			1.340,00
MUEBLES Y ENCERES			6.310,00
EQUIPO DE COMPUTACION			10.100,00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN			2.325,00
<b>TOTAL</b>			<b>120.220,00</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION /ANUAL</b>			
MATERIA PRIMA			21.750,00
<b>SUB TOTAL</b>			<b>21.750,00</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
MANO DE OBRA DIRECTA			57.660,00
MANO DE OBRA INDIRECTA			105.660,00
GASTOS GENERALES			24.750,00
IMPREVISTOS			4.000,00
SERVICIOS BASICOS			720
GASTOS DE COMERCIALIZACION			6.000,00
<b>SUB TOTAL</b>			<b>198.790,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>340.760,00</b>



### Flujo de Caja Proyectado a 5 Años

Flue Fondos	Año 0	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas		336.000,00	362.000,00	385.000,00	430.000,00	466.000,00
Otros Ingresos		0,00	2.000,00	7.800,00	4.200,00	10.500,00
Total Ingresos por Ventas	0,00	336.000,00	364.000,00	392.800,00	434.200,00	476.500,00
Compra de Materia Prima		30.000,00				
Amortizaciones						
Sueldos y Salarios		87.660,00	87.660,00	87.660,00	87.660,00	87.660,00
Inverciones	340.760,00					
Insumos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones		16.370,13	16.370,13	16.370,13	16.370,13	16.370,13
Gastos de Adm. Y Ventas		2.325,00	2.325,00	2.325,00	2.325,00	2.325,00
Utilidad Bruta		199.644,87	257.644,87	286.444,87	327.844,87	370.144,87
Impuestos IUE 25%		49.911,22	64.411,22	71.611,22	81.961,22	92.536,22
Utilidad despues de Impuestos		149.733,65	193.233,65	214.833,65	245.883,65	277.608,65
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>0,00</b>	<b>149.733,65</b>	<b>193.233,65</b>	<b>214.833,65</b>	<b>245.883,65</b>	<b>277.608,65</b>



Depreciaciones de activos Fijos			
Activos	costo de activos en Bs	tiempo de vida util	Depreciación Anual
Maquinaria	16.625,00	8	2.078,13
Vehiculo	55.680,00	5	11.136,00
Herramientas	1.340,00	4	335,00
Muebles y enceres	6.310,00	10	631,00
Equipo de computacion	10.100,00	4	2.525,00
<b>Total</b>			<b>16370,13</b>

#### 5.4 Evaluación financiera. (van,tir,beneficio-costos)

VAN	VAN
456781,4	48,90%
TASA DE DESCUENTO 10%	
C/B	1.86

## 6 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.

### 6.3 PERSONERIA JURÍDICA.

La sociedad no podrá estar integrada por menos de dos socios o más de veinticinco. A la denominación o razón social se le agregara sociedad de responsabilidad limitada S.R.L. O simplemente la palabra limitada o su abreviación Ltda.

Dirá usted señor notario que nosotros:

1.1....., mayor de edad, hábil por ley, de nacionalidad....., estado civil .....de profesión .....  
 .....domiciliado en.....titularidad de la cedula de identidad Nro..... expedido en .....

1.2....., mayor de edad, hábil por ley, de nacionalidad .....  
 ..... , estado civil .....de profesión .....



domiciliado en.....titularidad de la cedula de identidad  
Nro..... expedido en .....

En caso en que uno o más socios sean personas jurídicas constituidas en sociedades comerciales , deben acreditarse su personería jurídica indicando su matrícula de comercio, la personería jurídica de su representante legal indicado el número del poder notarial respectivo y al transcripción del acta de asamblea o junta de accionistas que autorice la participación de la sociedad; en caso que sean otro tipo de personas jurídicas como acciones y otros, se debe señalar el número de resolución ministerial que otorga su personería jurídica, la transcripción de la misma, parte pertinente que permita la participación en sociedades comerciales, el acta de asamblea que aprueba dicha participación, así como la transcripción del poder notarial; en caso de sociedades extranjeras beben acreditar la existencia legal de la empresa en su país de origen a través del registro mercantil u otro órgano análogo, debidamente legalizado por unidades competentes, así como el poder del representante, además de la traducción oficial del idioma si fuera necesario y la orden judicial respectiva.

Una sociedad de la responsabilidad limitada S.R.L. es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios.

#### **6.4 REGISTRO LEGAL**

Para crear una empresa de alto desempeño competitivo es necesario ser reconocido por marco legal institucional que regula la actividad empresarial.

Continuación se mencionara los documentos y tramites que se necesitan y donde se los puede conseguir, consiste en seis pasos cada uno en una institución específica y de acuerdo a la constitución legal de la empresa.





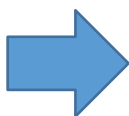
## TRAMITES PARA LA CONSTITUCION DE LA EMPRESA

Para la respectiva constitución legal de nuestra empresa se deberá seguir ciertos pasos que dará como resultado el registro de nuestra empresa de manera formal tal como lo indica la normativa boliviana actual; a continuación se demuestra los pasos, plazos de trámites y el arancel para cada paso para nuestro registro.

**FUNDEMPRESA**



**IMPUESTOS NACIONALES**



**GOBIERNO MUNICIPAL**



**CAJA NACIONAL DE SALUD**



**AFP's**



**MINISTERIO DE TRABAJO**





## **FUNDEMPRESA.**

Los requisitos necesarios para el registro de la empresa son los siguientes:

1. Formulario N° 0020 de solicitud de Matrícula de Comercio con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante legal.
2. Balance de apertura firmado por el representante legal y el profesional que interviene, acompañando la respectiva solvencia profesional original otorgada por el Colegio de Contadores o Auditores.
3. Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
4. Publicación del testimonio de constitución en un periódico de circulación nacional que contenga las partes pertinentes referidas a:
  - a) Introducción notarial de la escritura pública en la que conste el N° de instrumento, lugar, fecha, Notaria de Fe Pública y Distrito Judicial.
  - b) Transcripción in extenso y textual de las cláusulas establecidas en los incisos 1 al 7 del Art.127 del Código de Comercio.
  - c) Conclusión y concordancia de la intervención del Notario de Fe Pública. (Adjuntar página completa del periódico en que se efectúa la publicación).
5. Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo.

El plazo de entrega es un día hábil, computable a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el registro de comercio.



## **SERVICIOS DE IMPUESTOS NACIONALES**

Ingresar a la oficina virtual para la inscripción en el patrón biométrico

Llenar la solicitud de inscripción PBD (nuevos).

Obtener la tarjeta masi que posibilita el acceso seguro a la oficina virtual del SIN.

## **GOBIERNO MUNICIPAL.**

La licencia de funcionamiento se obtiene en el gobierno autónomo de Chulumani con una solicitud escrita con los siguientes documentos.

Formulario de Declaración Jurada (Formulario 101 y 100-B).

Cédula de Identidad del Representante Legal y los socios (2 Fotocopias).

Documento de Constitución (2 Fotocopias).

Poder del Representación Legal (2 Fotocopias)

Balance de Apertura con Solvencia Profesional (2 Fotocopias)

Certificado de Inscripción al Servicio de Impuestos Nacionales - NIT (2 Fotocopias).

Evaluación de Impacto Ambiental (obtenerlo en la Dirección de Medio Ambiente).

Aviso de cobranza de energía eléctrica y agua potable del último mes de la empresa (2 Fotocopias).

Plano de ubicación o croquis de la empresa (2 Fotocopias).

Carátula de Bs. 5 y timbres en valor de Bs. 95.



## CAJA NACIONAL DE SALUD:

Se beneficiara al personal de la empresa, para lo cual se debe realizar una carta de solicitud dirigida al jefe del departamento nacional de afiliación adjuntando la siguiente documentación.

- Formulario Avc-01 (aviso de afiliación del empleador).
- formulario Avc-02 (carnet del empleador).
- Formulario Rci-1°.
- Balance de apertura aprobado y sellado por el SNII.
- Fotocopia de C.I. del representante legal de la empresa.
- Planilla de haberes en un original y una fotocopia.
- Fotocopia del NIT.
- Croquis de ubicación de la empresa.
- Nómina del personal con fecha de nacimiento.
- Fondo de pensiones.
- Fotocopia de C.I. del representante legal.
- Fotocopia del NIT de la empresa.
- AFP-futuro de Bolivia
- AFP-previsión BBV

## MINISTERIO DE TRABAJO:

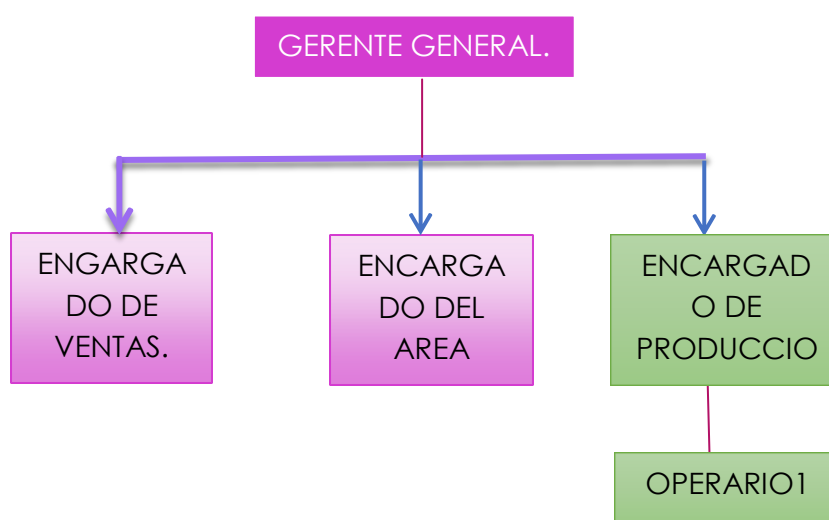
- Para inscribir el establecimiento económico en el ministerio de trabajo se debe presentar:
  - Solicitud dirigida al ministerio de trabajo.
- NIT**
- Formulario Avc-1(CNS).
- Formulario Rci-1 A (primer aporte CNS).
- Aportes a las AFPS
- Planillas salariales de los trabajadores.
- Boleta de depósito bancario
- Indicación del sistema de control de asistencia.



- Croquis de la ubicación del lugar con descripción de la zona.
- Formulario gratuito de ventanilla única de inscripción de empleador.

### 6.5 Organización empresarial.

A continuación se muestra el organigrama de nuestra empresa.



### 6.6 Personal.

Se determina las funciones a realizar de todo nuestro personal de nuestra empresa.

Nombre Del Puesto: **Gerente General**

Ubicación En La Estructura: Gerencia General.

Autoridad: el gerente general tiene autoridad funcional hacia todos sus subordinados:

- Encargado de compras.
- Encargado de ventas.



- Encargado de finanzas.

Jefe Inmediato: Ninguno

#### Funciones Básicas:

Responsable de la planeación, organización, dirección y control de la empresa; así como de revisar el trabajo realizado por los demás departamentos, tener el control de toda la empresa.

#### Funciones Específicas:

- ❖ Representante legal de la empresa, en los casos en que sea necesario.
- ❖ Planear las acciones y metas a corto plazo.
- ❖ Evaluar y aprobar los estados financieros, negociaciones, contrataciones y demás información proporcionada por los demás departamentos subordinados.
- ❖ Coordinar y aprobar los manuales administrativos que requiera la empresa, así como modificarlos en el momento en que sea necesario.
- ❖ Ser el responsable de las relaciones públicas de la empresa.
- ❖ Tener un buen ambiente de trabajo que le brinde a los empleados seguridad y comunicación en la empresa.

#### Responsabilidad:

- Contar con planes de trabajo
- Toma de decisiones correctas
- Contar con normas adecuadas a la empresa
- Tener un control del dinero que se maneja.



- Manejo de los documentos
- Vigilancia de las instalaciones
- Vigilancia del producto
- Contar con un buen servicio al cliente.

Nombre del puesto: **encargado de Ventas.**

Ubicación en la estructura: Departamento de Ventas

Autoridad: Encargado de Logística

Jefe Inmediato: Gerente General

Funciones Básicas:

Ordenar y recopilar toda la documentación necesaria para respaldar la comercialización del producto en el mercado. Cumplir con las normas relacionadas al registro, entrega y recepción de la documentación interna y externa que se tramita, envía o recibe en la empresa.

Funciones Específicas:

- Determina los precios d venta del producto, de acuerdo a los costos de transporte y embalaje, para poder determinar la utilidad del producto.
- Tramitar los documentos requeridos por el comprador.
- Proponer a la Gerencia General la implementación de nuevas medidas que permitan generar una mayor utilidad.
- Supervisar que se cumplan en tiempo y forma las disposiciones normativas con el propósito de obtener las certificaciones que faciliten el acceso a nuevos mercados.
- Mantener un contacto con el cliente para informar sobre los nuevos productos y la forma de transacción.



Responsabilidad:

- Realizar la venta de acuerdo a la normativa establecida en Bolivia.
- Vigilar que la mercancía llegue en tiempo óptimo y forma adecuada al comprador.

Nombre Del Puesto: **Encargado del área financiero.**

Ubicación En La Estructura: Departamento De Finanzas

Autoridad: Auxiliar

Jefe Inmediato: Gerente General

Funciones Básica:

Administrar los recursos financieros y mantener un control del capital.

Funciones Específicas:

- Entregar mes con mes un informe de la situación financiera.
- Vigilar los estados financieros de la empresa.
- Estar al tanto de los ingresos y egresos que realice la empresa.
- Tener en orden los movimientos financieros del negocio.

Nombre Del Puesto: **encargado de Producción**

Ubicación En La Estructura: Departamento De Producción

Autoridad: Jefe De Producción

Jefe Inmediato: Gerente General

Funciones Básicas:

En este departamento se solicita y controla el material que se va a trabajar, se determina las secuencias de operaciones, las inspecciones y los métodos, se





piden las herramientas, se asignan tiempos, se programa, se distribuye y se lleva el control del trabajo y se logra la satisfacción del cliente.

#### Funciones Específicas:

- Ingeniería del Producto: Esta función comprende el diseño del producto que se desea comercializar.
- Ingeniería de la planta: Es responsabilidad del departamento de producción realizar el diseño pertinente de las instalaciones tomando en cuenta las especificaciones requeridas para el adecuado mantenimiento y control del equipo.
- Planeación y Control de la Producción: Es responsabilidad básica de este departamento establecer los estándares necesarios para respetar las especificaciones requeridas en cuanto a calidad, lotes de producción, stocks (mínimos y máximos de materiales en almacén), mermas, etc.
- Además deberá realizar los informes: referentes a los avances de la producción como una medida necesaria para garantizar que se está cumpliendo con la programación fijada.
- Abastecimiento: El abastecimiento de materiales, depende de un adecuado tráfico de mercancías, embarques oportunos, un excelente control de inventarios, y verificar que las compras locales e internacionales que se realicen sean las más apropiadas.
- Control de Calidad: Es la resultante total de las características del producto tomando en cuenta las normas y especificaciones requeridas.
- Fabricación: Es el proceso de transformación necesario para la obtención del producto.



## 6.7 derechos y obligaciones del personal y empresa.

Los derechos y deberes más importantes del **trabajador/a**, son los que se detallan a continuación:

### 6.7.1 Derechos del trabajador/a:

- A la ocupación efectiva durante la jornada de trabajo.
- A la promoción y formación en el trabajo (ascensos, cursos de formación y adaptación, etc.)
- A no ser discriminados/as para acceder a un puesto de trabajo.
- A la integridad física.
- A percibir puntualmente la remuneración pactada.
- A las vacaciones.
- Los demás que se establezcan en el contrato de trabajo.

### 6.7.2 Deberes del trabajador/a:

- Cumplir las obligaciones concretas del puesto de trabajo conforme a los principios de la buena fe y diligencia.
- Cumplir las medidas de seguridad e higiene que se adopten.
- Cumplir las órdenes e instrucciones de la empresa en el ejercicio de su función directiva.
- No realizar el mismo trabajo para otra empresa que desarrolle la misma actividad.
- Contribuir a mejorar la productividad.
- Los demás que se establezcan en el contrato de trabajo.

Los derechos y deberes más importantes de la empresa son los que se detallan a continuación:



### 6.7.3 Derechos de la Empresa:

- El poder de Dirección: es la facultad que tiene el empresario/a para dictar órdenes sobre el modo, tiempo y lugar de ejecución del trabajo, así como cantidad y calidad del mismo.
- El poder de variación: es el poder para variar o transformar la ejecución del trabajo con el fin de adaptar la prestación laboral a los cambios en la cualificación profesional del trabajador/a debido a la movilidad, ya sea funcional, geográfica o modificación sustancial de las condiciones de trabajo.
- El poder disciplinario: es la facultad que tiene el empresario/a para vigilar y controlar la ejecución del trabajo y el cumplimiento por el trabajador/a de sus obligaciones, así como la facultad de imponer sanciones en caso de incumplimiento de sus deberes.

### 6.7.4 Deberes de la Empresa:

- La principal obligación del empresario/a es al pago del salario correspondiente.
- El empresario/a tiene los siguientes deberes profesionales: igualdad de trato, promoción profesional así como respeto de la categoría profesional del trabajador/a.
- Deberes morales como el respeto a la intimidad y a la dignidad del trabajador/a.
- Deberes físicos como la obligación de llevar una política de seguridad e higiene en el trabajo.



## **7 CONCLUSIONES.**

La miel de abeja sin aguijón es un producto natural y rica en nutrientes también se ha podido comprobar que tiene una demanda creciente en entorno nacional por ser un producto sano y natural cumpliendo con el requerimiento del cliente es así que en la población de Chulumani donde es un ambiente agradable para poder criar las abejas sin aguijón y poder implementar este proyecto de miel de abeja sin aguijón ya que esta abeja es una especie tiene mucha ventajas en la miel que produce. Una vez viendo el mercado insatisfecho del producto en la población Chulumani y realizando en el estudio mercado en la cual obtuvimos resultados que muestran un nicho de mercado en la población y de ahí la inmediata implementación de nuestro proyecto de la miel de abeja sin aguijón para así poder cubrir el mercado así poder contribuir con la población así también generando una fuente de ingresos y generando fuentes de empleo en el sector así que por otro lado debemos ser muy cuidadosos al manipular las abejas para sacar un producto de calidad de ahí el éxito del proyecto .



## **8 RECOMENDACIONES.**

Se recomienda implementar la propuesta del proyecto de producción y comercialización de la miel de abeja sin aguijón así poder aprovechar el mercado ya que no existe una organización dedicada a producir este producto. También se debe capacitar al personal en el manejo de las abejas es de suma importancia para sacar un producto de calidad. Se debe desarrollar el márketing tanto en los medios de comunicación de la región para promocionar el producto y obtener más clientes potenciales que son de vital importancia para el desarrollo nuestra empresa. Se debe realizar diferentes controles con las abejas más que todo con el manejo con mucho cuidado.



# ANEXOS





PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS





EMPRESAMELIMIEL											
0											
POR UN AÑO DE TRABAJO											
Nony Apellido	Cargo	Haber	Bonos de	Total	Previsión	Riesgo			Totales		
		Básico	Antigüedad	Ganado	10%	(RPS) 1,71%	Comisiones 0,05%	Aporte Solidario 0,05%	Aportes Laborales	Liquido Pagable	
LUIS ANGEL ALIAGA	Gerente General	48000	-----	48000	4800	820,80	240,00	240,00	6100,80	41899,20	
IVAN JAVIER CHURA	jefe de ventas	36000	-----	36000	3600	615,60	180,00	180,00	4575,60	31424,40	
CARMELO LENS	jefe de producción	36000	-----	36000	3600	615,60	180,00	180,00	4575,60	31424,40	
MELINA PARI	jefe de finanzas	21660	-----	21660	2166	370,39	108,30	108,30	2752,99	18907,01	
CRISTIAN CUEVA	OBRERO	21660	-----	21660	2166	370,39	108,30	108,30	2752,99	18907,01	
		163320	-----	163320	16332	2792,77	816,60	816,60	20757,97	142562,03	

EMPRESA "MELIMIEL"								
PLANILLA DE APORTES PATRONALES								
Nomb. Y Apellido	Total Ganado	CNS 10%	RP 1,71%	Prov. 2%	Aporte Patronal 3%	Total Ap. Patronal	Aguinaldo 8,33%	Indemnización 8,33%
LUIS ANGEL ALIAGA	48000	4800	820,80	960	1440	8020,80	3998,40	3998,40
IVAN JAVIER CHURA	36000	3600	615,60	720	1080	6015,60	2998,80	2998,80
CARMELO LENS	36000	3600	615,60	720	1080	6015,60	2998,80	2998,80
MELINA PARI	21660	2166	370,39	433,2	649,8	3619,39	1804,28	1804,28
CRISTIAN CUEVA	21660	2166	370,39	433,2	649,8	3619,39	1804,28	1804,28
						27290,77	13604,56	13604,56