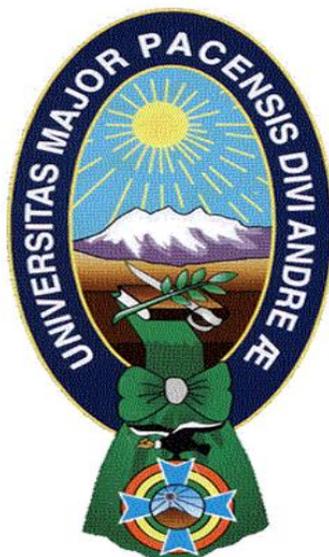


UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PROYECTO DE GRADO

PLAN DE NEGOCIOS

**“ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE
BANANO”**

Postulante: Hernán Chipana Chambi

Tutora: Lic. Carola Callisaya Morales

La Paz – Bolivia

2022

Dedicatoria:

Al Lic. Gonzalo Fernandez Morato que me brindó su apoyo, asesoría, consejo y ante todo su amistad incondicional. Ruego a Dios para el y su familia, y expresarle mi cariño y decirle que nunca se lo olvidará. Gracias querido maestro Gonzalo.

Hernan Chipana Chambi

Agradecimientos:

A Dios por todas las bendiciones que derrama en mi vida A la Universidad Mayor de San Andrés que me formó académicamente; en particular a la Carrera de Administración de Empresas y a todos sus docentes que coadyuvaron en mi profesionalización. A las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras; en especial a la Lic. Marisol perez Mollinedo. quien me brindó su apoyo y aliento incondicional. A mi tutora, Lic. Carola Callisaya Morales por su valiosa e invaluable cooperación. A mi señores padres, quienes se sacrificaron día y noche para apoyarme en todo ámbito, desde una palabra de aliento hasta lo material a lo largo de mi toda mi formación, les agradezco infinitamente todo su apoyo. Finalmente; a una persona muy especial en mi vida, a Gómez Lazarte mi compañera de vida, quien supo estar a mi lado en todo momento brindándome su apoyo incondicional, su tiempo y su paciencia especialmente en momentos de flaqueza y alentarme a continuar con mi carrera universitaria hasta culminarla.

RESUMEN EJECUTIVO

En nuestro territorio la producción del banano en el año agrícola 1998-1999, presentó 39.093 hectarias, mientras que para la cosecha 2015-2016 alcanzo una superficie de 60.298 hectareas, creciendo 33 veces en los últimos años, según informe del Instituto Nacional de Estadística (INE). Con el fin de aprovechar la producción del banano, en la provincia de Caranavi del departamento de La Paz, se pretende mostrar una alternativa de consumo como materia prima para nuestro negocio.

La idea del proyecto es producir y comercializar el Agua Fresca de Banano en la ciudad de Caranavi a tiendas mayoristas, minoristas y al Municipio de Alto Beni a tiendas grandes y pequeñas.

Con la intención de ofrecer un producto natural a todas las personas hombres y mujeres de 5 a 50 años de edad que deseen una bebida sana, refrescante; por su rico contenido en potasio, fibra, azúcar, carbohidrato, sodio y proteína y vitaminas, beneficiando a la salud de los consumidores, el Agua Fresca de Banano contara con una cartera del producto:

- El producto vendrá en bolsas de 100 unidades de sachet de 200 ml.
- El producto estará elaborado higiénicamente, utilizando la tecnología de envase al vacío, lo cual hace que el producto garantizado.

El producto de Agua Fresca de Banano será distribuido a la ciudad de Caranavi a tiendas mayoristas, minoristas y al Municipio de Alto Beni a tiendas grandes,

pequeñas. Con el tiempo iremos diversificando nuestro producto a fin de que podamos captar nuevos segmentos de mercado.

La estrategia competitiva al comercializar Agua fresca de banano, se consigue aprovechar de la mejor manera los nutrientes del plátano amarillo.

- Un producto garantizado
- Un producto con alta demanda en el mercado
- Un producto único en el mercado.
- Un producto (con agradable sabor)
- Un producto inocuo (cuyo consumo no va a causar ninguna enfermedad)

La cualidad superior del producto se basa en prestar mayor atención a la conservación del mismo, a partir de un envase que no cause ningún tipo de alteración (en cuanto a sabor, color, valor nutricional, en general en las características físico).

Nuestra ventaja competitiva radica en ofrecer a nuestros clientes una excelente atención, con una buena imagen del lugar, ofreciendo un producto con precios accesibles al público.

Existe la proyección de captar un 10% de participación de mercado para nuestro primer año de emprendimiento debido a que en el mercado se ofrecen un sinnúmero de bebidas que son competencia para nuestro producto, pero nuestra ventaja radica que nuestro producto será con precios similares a la competencia.

Por tanto, la capacidad de producción de CHAMBEE S.R.L. es de 161 litros por día laboral, tomando en cuenta 8 horas de trabajo día.

Las necesidades de recursos que demanda el proyecto requieren de dos fuentes principales de financiamiento: Aporte propio y banco. Para ello, es necesario realizar una inversión inicial de **Bs.500.000,00** de los cuales el capital propio invertirá **Bs. 230.000,00** que representa el **46%** del total de la inversión, y un financiamiento de banco **Bs. 270.000,00** que representa el **54%** del total de la inversión.

El proyecto constituirá una fuente de recursos aun no explotada, que generaría ganancias a sus gestores e involucra promocionar un producto que se cultiva en varios sectores del país y que es muy conocido como el plátano fomentado así la agricultura, lo que se convertiría en una fuente importante de empleo.

El Plan de negocios “**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO**” Desarrollado, muestra la rentabilidad y viabilidad de la empresa, debido a que el producto refleja una necesidad en el mercado meta, identificando clientes potenciales y llegando a ser un producto competitivo e innovador.

IDEA DE NEGOCIO

ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO

ÍNDICE

1	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	3
1.1	NATURALEZA DE LA EMPRESA	3
1.1.1	CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA:.....	3
1.2	CONCEPTO DEL NEGOCIO	4
1.3	EL PRODUCTO Y SU GENERACIÓN DE VALOR	5
1.3.1	EL PRODUCTO	5
1.3.2	GENERACION DE VALOR.....	6
1.4	MISIÓN	6
1.5	VISIÓN.....	7
1.6	VALORES.....	7
1.7	PRINCIPIOS	8
1.8	CLAVES DE GESTION EMPRESARIAL	8
1.9	OBJETIVOS.....	10
1.9.1	OBJETIVO GENERAL	10
1.9.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
1.10	ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	10
1.10.1	ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN	11
1.10.2	ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN O ENFOQUE	12
1.11	ESTRATEGIAS EMPRESARIALES	13
1.11.1	ENFOQUE DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO:	13
1.11.2	ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN:	13
1.11.3	ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO:	13
1.11.4	ESTRATEGIA DE ALIANZAS:	13
1.12	VENTAJAS COMPETITIVAS	13
1.13	FRENTE A LA COMPETENCIA	14
1.14	ANALISIS FODA DE LA EMPRESA	14
2	MERCADO.....	16
2.1	PRODUCTO MERCADOTECNICO	16
2.1.1	DESCRIPCION DEL PRODUCTO MERCADOTECNICO.....	16
2.1.2	DESCRIPCION DEL CONSUMIDOR ESPECIFICO:	19



2.1.3 SATISFACCIÓN DE NECESIDADES Y DESEOS.....	21
2.2 POTENCIAL DE MERCADO, LA COMPETENCIA, BARRERAS O DE SALIDA 22	
2.2.1 DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA	23
2.2.2 BARRERAS DE ENTRADA O DE SALIDA	23
2.3 SEGMENTACION DEL MERCADO PARTICIPACION DE MERCADO, POTENCIAL DE VENTAS, PRONOSTICO DE VENTAS.....	25
2.3.1 PARTICIPACIÓN DE MERCADO.....	27
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO:.....	28
2.4.1 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	30
2.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA	31
2.5.1 ENCUESTA A TIENDAS MAYORISTAS DE LA CIUDAD DE CARANAVI....	31
2.5.2 ENCUESTA A TIENDAS MINORISTAS A LA CIUDAD DE CARANAVI	36
2.5.3 ENCUESTA A TIENDAS GRANDES Y PEQUEÑAS DEL MUNICIPIO DE ALTO BENI	43
2.6 POTENCIAL DE VENTAS	47
2.6.1 PRONOSTICO DE VENTAS.....	48
2.7 EL CLIENTE OBJETIVO COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	48
2.7.1 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ACTUAL	50
2.7.2 INFLUENCIAS EXTERNAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA: 50	
2.7.3 INFLUENCIAS INTERNAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA	51
2.7.4 ENFOQUE DE DECISION DE COMPRA	52
2.8 OBJETIVOS DE MARKETING	53
2.8.1 OBJETIVO GENERAL	53
2.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	53
2.9 ESTRATEGIA DE MARKETING (PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCIÓN, PROMOCIÓN O PUBLICIDAD).....	54
2.9.1 PRODUCTO	55
2.9.2 PRECIO:.....	58
2.9.3 PLAZA:.....	59
2.9.4 PROMOCIÓN O PUBLICIDAD:.....	61
3 OPERACIONES	61



3.1	DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO.....	61
3.1.1	DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y FUNCIONAL DEL PRODUCTO	62
3.1.2	DESCRIPCIÓN FUNCIONAL.....	66
3.1.3	CARACTERÍSTICA DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO.....	67
3.1.4	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	67
3.1.5	FUNCIONES DEL PRODUCTO.	68
3.1.6	BENEFICIOS DEL PRODUCTO.....	68
3.2	PROCESO DE PRODUCCION	69
3.2.1	TIPO DE PROCESO.....	69
3.2.2	DIAGRAMA DE EXPLOSIÓN.....	70
3.2.3	DIAGRAMA DE ESPECIFICACIONES.....	71
3.2.4	HOJA DE OPERACIONES Y RUTA	73
3.2.5	DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.....	75
3.2.6	DESCRIPCIÓN DE FASES Y TAREAS POR PUESTOS	78
3.2.7	DESCRIPCIÓN DETALLADA DE ACTIVIDADES DURANTE EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO	83
3.2.8	PERSONAL, CARGOS Y FUNCIONES	89
3.2.9	ACTIVIDADES POR TIEMPOS	90
3.3	MÁQUINARIAS, EQUIPOS, VEHICULOS	92
3.3.1	MAQUINARIA Y EQUIPO.....	92
3.3.2	MATERIALES	96
3.3.3	ROPA DE TRABAJO	99
3.4	DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	100
3.4.1	INSUMOS.....	101
3.4.2	PROVEEDORES.....	103
3.4.3	PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA.....	104
3.4.4	PROVEEDORES DE INSUMOS	104
3.5	PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	106
3.5.1	INVENTARIOS.....	107
3.6	PLANTA	110
3.6.1	TAMAÑO CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	111



3.6.2 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	112
3.6.3 UBICACIÓN DE LA PLANTA	113
3.6.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	113
4 FINANZAS	114
4.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	114
4.2 DISTRIBUCION DE PRESUPUESTO DE INVERSION.....	115
4.2.1 CALCULO DE LA INVERSION.....	115
4.2.2 APORTE PROPIO	116
4.2.3 PRESTAMO BANCARIO	116
4.3 PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN A CINCO AÑOS	117
4.4 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN	118
4.4.1 COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	119
4.4.2 COSTO MANO DE OBRA DIRECTA	119
4.4.3 COSTOS INDIRECTOS	120
4.5 COSTO DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	120
4.6 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN	121
4.6.1 GASTOS DIVERSOS.....	123
4.6.2 COSTOS DE PUBLICIDAD	124
4.7 COTIZACION DE ACTIVOS FIJOS	126
4.8 DEPRECIACIONES.....	126
4.9 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	128
4.10 FLUJO DE CAJA ECONOMICO.....	126
4.11 EVALUACION FINANCIERA	127
4.11.1 VAN.....	127
4.11.2 TIR	127
4.11.3 COSTO/ BENEFICIO	127
4.12 SUPUESTOS ESCENARIOS.....	128
5 SUPUESTOS ESCENARIOS.....	129
5.1 ESCENARIO PESIMISTA.....	129
5.2 ESCENARIO OPTIMISTA	129
6 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.....	130



6.1.1 PROCESO ASEGUR PARA REGISTRO LEGAL	130
6.2 REGISTRO LEGAL.....	131
6.2.1 REGISTRO DE FUNDEMPRESA.....	131
6.2.2 INSCRIPCIÓN DE S.R.L. EN EL REGISTRO DE COMERCIO DE BOLIVIA 132	
6.2.3 GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE Alto beni	134
6.2.4 CAJA NACIONAL DE SALUD	137
6.2.5 REQUISITOS PARA AFILIACIÓN DEL TRABAJADOR:.....	139
6.2.6 ADMINISTRADORAS DE FONDO DE PENSIONES FUTURO DE BOLIVIA S.A.).....	139
6.2.7 MINISTERIO DE TRABAJO.....	143
7 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.....	144
7.1 ORGANIGRAMA	146
7.2 PERSONAL	146
8 CONCLUSION.....	153
9 RECOMENDACIÓN:	154
10 BIBLIOGRAFIA:.....	155
11 ANEXOS	156

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nº. 1 Naturaleza de la Empresa	4
Cuadro Nº. 2 Beneficios del Plátano	5
Cuadro Nº. 3 Contenido nutricional	18
Cuadro Nº. 4 Tiendas Grandes	20
Cuadro Nº. 5 Tiendas Mayoristas.....	20
Cuadro Nº. 6 INE Censo 2012 Municipio de Alto beni.....	22
Cuadro Nº. 7 INE Censo 2012 Ciudad de Caranavi	22
Cuadro Nº. 8 Proyección de Ventas	48
Cuadro Nº. 9 Estrategia de Marketing.....	54
Cuadro Nº. 10 Precio del Producto.....	58
Cuadro Nº. 11 Especificaciones del Envase	64



Cuadro N°. 12 Información Nutricional del Refresco de pulpa de latano

65

Cuadro N°. 13 Agua Fresca de Banano 200 ml 66

Cuadro N°. 14 Hoja de Operaciones..... 74

Cuadro N°. 15 Diagrama de Flujo de Proceso 77

Cuadro N°. 16 Descripción Detallada de Actividades ¡Error! Marcador no definido.

Cuadro N°. 17 Actividades por Tiempos 92

Cuadro N°. 18 Requerimiento de Maquinaria 95

Cuadro N°. 19 Descripción Vehículo..... 96

Cuadro N°. 20 Materiales 98

Cuadro N°. 21 Ropa de Trabajo 100

Cuadro N°. 22 Descripción de la materia prima 101

Cuadro N°. 23 Insumos 103

Cuadro N°. 24 Proveedores de Materia Prima 104

Cuadro N°. 25 Proveedores de Insumos 104

Cuadro N°. 26 Programación de la Producción 106

Cuadro N°. 27 Resumen de Actividades por Tiempo 111

Cuadro N°. 28 Capacidad de la Producción Máxima 111

Cuadro N°. 29 Estructura de Financiamiento 114

Cuadro N°. 30 Aporte propio 116

Cuadro N°. 31 Préstamo Bancario 117

Cuadro N°. 32 Equipamiento y Maquinaria ¡Error! Marcador no definido.

Cuadro N°. 33 Proyección de ventas 117

Cuadro N°. 34 Costo de producción 118

Cuadro N°. 35 Costo Materia Prima e Insumos 119

Cuadro N°. 36 Costo Mano de Obra Directa..... 120

Cuadro N°. 37 Servicios Básicos para producción..... 120

Cuadro N°. 38 Costo Mano de Obra Indirecta..... 121



Cuadro N°. 39 Costo de servicios básicos y gastos administrativos para la producción y comercialización	122
Cuadro N°. 40 Gastos Diversos	123
Cuadro N°. 41 Costo plan de Publicidad.....	125
Cuadro N°. 42 Depreciaciones	128
Cuadro N°. 43 Detalle de costo unitario	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°. 44 Flujo de Caja Financiera	126
Cuadro N°. 45 Evaluación Financiero	127
Cuadro N°. 46 Indicadores Económicos (VAN) ..	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°. 47 Indicadores Economicos (TIR)	127
Cuadro N°. 48 Costo/Beneficio	127
Cuadro N°. 49 Pesimista.....	129
Cuadro N°. 50 Observador	129
Cuadro N°. 51 Optimista	129
Cuadro N°. 52 Costo de produccion	190
Cuadro N°. 53 Costo fijo	190
Cuadro N°. 54 Requerimiento de personal	191
Cuadro N°. 55 Moviliario y equipo	192
Cuadro N°. 56 Infraestructura y equipo.....	192
Cuadro N°. 58 Inversion total	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°. 59 Proyeccion de costos	193
Cuadro N°. 60 Estructura de costos.....	193
Cuadro N°. 61 Punto de equilibrio economico	194
Cuadro N°. 62 Estado de ganancias y perdidas	195
Cuadro N°. 63 Indicadores especificos	195
Cuadro N°. 64 Flujo de caja financiero	196



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N°. 1 Distribución de Presupuesto	115
Grafico N°. 2 Variacion en la cantidad vendida.....	128
Grafico N°. 3 Organigrama.....	146

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen N°. 1 Ciclo vital del producto	55
Imagen N°. 2 Descripción Técnica y Funcional del Producto.....	63
Imagen N°. 3 Características del Producto	67
Imagen N°. 4 Diagrama de Especificaciones	72
Imagen N°. 5 Proveedor de Envase	105
Imagen N°. 6 Ubicación de la Planta	113
Imagen N°. 7 Distribución de la Planta	113
Imagen N°. 8 Punto de Equilibrio.....	128
Imagen N°. 9 Registro Legal.....	130
Imagen N°. 10 Logo de la Empresa.....	145
Imagen N°. 11 Logo del Producto	145



INTRODUCCIÓN

Por medio del presente Proyecto de Grado se propone un Plan de Negocios para la creación de una Empresa dedicada a la “Producción y comercialización de Agua Fresca de Banano” en la Ciudad de Caranavi y en el Municipio de Alto Beni, considerando la tendencia del mercado actual por productos nutricionales en la Industria Alimentaria. De igual forma, se busca determinar el mercado objeto del producto en propuesta, identificar sus características, gustos y preferencias con el fin de diseñar el producto y definir su proceso productivo. Finalmente, se evaluará la viabilidad y factibilidad del proyecto, logrando así conocer si es rentable la constitución de esta empresa en la “Carrasco La Reserva” de la Provincia Caranavi.

Se observa que hay mayor producción de plátano en el Municipio de Alto Beni, En el año 2020 se ha visto que ya vendían el (Refresco de payuje) en los puestos de venta preparado de manera artesanal.

Actualmente, las personas han adquirido costumbres y hábitos alimenticios tan específicos, que siempre se remiten a consumir los mismos productos, los que ya conoce. Esto ha ocasionado el desconocimiento del plátano amarillo que pueden contener y aportar valor nutritivo, pero que tienen un inconveniente, no son comunes y como consecuencia, no son comercializadas.

Adicionalmente, el plátano se ha mantenido sobre todo como un cultivo de autoconsumo. La falta de organización a su cultivo y consumo a nivel comercial se debe a diversos factores, en primer lugar, los costos del producto



son bajos, y no son comercializados por su alta madurez, la hacen poco rentable.

Por eso, actualmente hay un desaprovechamiento del plátano amarillo que constituyó históricamente uno de los principales alimentos del hombre andino por su gran valor nutritivo. De igual manera las familias mismas ya saben preparar este tipo de refresco, de esta manera surge la idea de llevar a cabo el plan de negocio para darle un valor agregado al producto, transformándolo en Agua Fresca de Banano para el consumo.

JUSTIFICACIÓN

La producción y comercialización de Agua Fresca de Banano ha sido desarrollado al ver que se comercializa refresco de payuje, (el refresco de payuje consiste del agua de plátano hervido). Esta iniciativa surge con la oportunidad de aprovechar la gran cantidad de materia prima de plátano amarillo que existe en la regiones de Caranavi y del Municipio de Alto Beni, siendo la agricultura uno de los rubros más importantes para la subsistencia de los productores, además no existe una empresa alguna en el sector que produce y comercialice el producto de Agua Fresca de Banano, igualmente aprovechar la ventaja de los sobresalientes beneficios que posee el producto de Plátano amarillo.

De esta manera surgió la idea de darle un valor agregado al producto de plátano amarillo transformándolo en Agua Fresca de Banano, para las edades de 5 a 50 años de edad.



1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Este primer capítulo del Proyecto, se establecerá lo que es el negocio “Producción y Comercialización de Agua Fresca de Banano” es así que, de manera global el negocio se ubica dentro el sector secundario que se dedica a la transformación del producto de plátano. La empresa trabaja dentro de este sector de elaboración de su producto por la utilización de plátano amarillo, requerido para su producción de “Agua Fresca de Banano”.

1.1 NATURALEZA DE LA EMPRESA

“**CHAMBEE**” es una empresa S.R.L dedicada a la producción y comercialización del Agua fresca de banano, ubicada en la Villa Unificada Caserío Nueve de Alto beni, Provincia Sud Yungas del Departamento de La Paz.

Esta iniciativa surge con la oportunidad de aprovechar la gran cantidad de materia prima que existe en la región, siendo la agricultura uno de los rubros más importantes para la subsistencia de los productores, además no existe empresa alguna en el sector que elabore y comercialice el valor agregado del plátano, igualmente aprovechar la ventaja de los sobresalientes beneficios que posee el producto. Así mismo pertenece al rubro de alimenticios y se constituye bajo la razón social de Sociedad de Responsabilidad Limitada.

1.1.1 CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA:



Cuadro N°. 1 Naturaleza de la Empresa

EMPRESA “CHAMBEE S.R.L.”	
TIPO DE SOCIEDAD	S.R.L. Sociedad de Responsabilidad Limitada
SECTOR	Es una empresa de sector secundario que se dedica a la transformación del producto de plátano.
RUBRO	Pertenece al rubro de alimenticios agua fresca de banano .
TAMAÑO	Mediana empresa
PROPIEDAD	Privada

Fuente: Elaboración propia

1.2 CONCEPTO DEL NEGOCIO

“CHAMBEE S.R.L.” ingresa al mercado con un producto de similares características, incorporando en su proceso productivo el plátano, con la incorporación de la materia prima, se consigue un producto con valor nutricional y alto contenido de almidón. Para su elaboración se toma como fundamento el uso de la materia prima del plátano amarillo que no es comercializado, esencial e importante en la alimentación, las propiedades nutricionales del plátano, hace que sea un producto apto para la alimentación, siendo un producto que garantiza la salud, de los clientes potenciales, los



nuevos segmentos de mercado, el uso de envases aptos para su almacenamiento del producto.

Cuadro N°. 2 Beneficios del Plátano

BENEFICIOS DEL PLATANO
<ul style="list-style-type: none">• Recomendado para el deporte• Protector cardiaco y muscular• Fuente de fibra saciante• Reduce cansancio y la fatiga• Mejora el sistema inmune• Bajo en sodio

Fuente: (<https://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/alimentos-saludables/propiedades-nutricionales-del-platano-y-beneficios-para-la>, s.f.)

1.3 EL PRODUCTO Y SU GENERACIÓN DE VALOR

1.3.1 EL PRODUCTO

Nombre del producto: AGUA FRESCA DE BANANO.

En Carrasco la Reserva de Provincia Caranavi del departamento de La Paz somos la única empresa que produce y comercializa agua fresca de banano el producto está dirigido a personas de 5 a 50 años de edad. Satisfacemos a las personas que buscan saciar su sed con un producto cero azúcares.



1.3.2 GENERACION DE VALOR

En las áreas rurales de la Provincia Caranavi y en el Municipio Alto Beni se observó que el plátano amarillo no es comercializado como los diferentes productos de la región, Así mismo se le da el valor agregado como “Agua fresca de banano”, que se pretende generar los siguientes aspectos de valor, para el consumidor:

- **Valor nutritivo:** Se trata de un producto con alto contenido en potasio y propiedades nutritivas que mejoran la salud de las personas.
- **Valor gustativo:** En un previo sondeo se pudo constatar que a la mayoría de las personas les resulta un sabor muy agradable y distintivo.
- **Valor económico y competitivo:** El precio calculado de manera preliminar es acorde a la demanda en el mercado de productos de similares características.

La única empresa que utiliza en su proceso de producción el plátano. Además contar con personal capacitado en el area de la produccion, y se cuenta con toda la maquinaria requerida para agilizar el proceso de la produccion. Asi mismo generaremos fuentes de empleo para los mismos pobladores mejorando sus ingresos y por ende su calidad de vida de los productores.

1.4 MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la Producción y Comercialización de Agua fresca de banano, contamos con personal apto y calificado que nos permite



realizar economías de escala, mayor producción para alcanzar mayor nivel de cobertura en el Municipio de Alto Beni.

1.5 VISIÓN

Ser una empresa líder en la Producción y Comercialización de Agua fresca de banano a nivel nacional, consiguiendo mantener la fidelización del cliente con una amplia y completa gama, manteniendo la calidad e innovación que nos caracteriza.

1.6 VALORES

La Empresa "CHAMBEE S.R.L.", se regirá por cinco valores fundamentales:

- **Compromiso:** Nuestro compromiso es nuestro cliente. Respuesta activa y ágil, conforme el entorno en el que nos desarrollamos.
- **Responsabilidad:** La empresa se compromete a la estabilidad y buenas condiciones laborales. En cuanto a los clientes, la empresa se compromete a entregar producto de calidad nutricional.
- **Trabajo en equipo:** Trabajamos con confianza y compromiso entre los miembros del equipo.
- **Puntualidad:** En este caso se hace referencia a este valor para exigir a los empleados el respeto de los tiempos de llegada y salida.
- **Cumplimiento:** Entregamos a tiempo todos nuestros pedidos.



1.7 PRINCIPIOS

La empresa “CHAMBEE S.R.L.” tiene como fundamental los siguientes principios:

- **Respeto:** Demostramos respeto a todos los trabajadores y clientes.
- **Motivación:** Motivamos al personal para alcanzar grandes expectativas y metas.
- **Orientación al cliente:** El propósito es fomentar la buena imagen de la empresa.
- **Innovación:** Hacemos permanentemente cosas nuevas y creativas en los envases que contribuyen a la mejora de la organización.

1.8 CLAVES DE GESTION EMPRESARIAL

Ubicación de la planta procesadora de Agua Fresca de Banano

La ubicación de la Planta Agua Fresca de Banano será establecida en la Villa Unificada Caserío Nueve de Alto Beni, Provincia Sud Yungas del Departamento de La Paz.

La distribución de Agua Fresca de Banano será a mayoristas y minoristas del Municipio de Alto Beni, y a la Ciudad de Caranavi.

Diseño del Producto



El producto será “cero azúcar” enfocado a las personas de 5 a 50 años de edad. Logrando que el diseño sea diferente a la competencia.

Acercamiento al Cliente

Mediante el cual obtener de nuestros clientes potenciales para lograr un mejor servicio y mejores ideas para optimizar los productos y adecuarlos a las expectativas del cliente cada vez más exigentes.

Proveedores

Contar con proveedores de confianza y entrega de materia prima de buena calidad.

Énfasis en el Producto

Ofrecer un buen producto para la comercialización. Incorporado con determinado servicio de distribución a los consumidores mayoristas y minoristas, las ventas serán repetidas.

La Satisfacción Total del Cliente

- **Excelencia:** Asegurar la entrega de un producto bien elaborado y que garantice la total satisfacción de nuestros clientes.

La disposición de estrictas normas de SENASAG y procedimientos que deben ser cumplidos al pie de la letra. Seleccionar a los proveedores cuidadosamente para asegurar productos de la mejor calidad.



- **Anticipación:** Tener una organización proactiva, a no esperar a que ocurran las cosas, sino que permanentemente estar identificando los diversos elementos para ser una empresa competitiva y líder en el mercado.

1.9 OBJETIVOS

1.9.1 OBJETIVO GENERAL

Implementar una planta procesadora de transformación, en Agua Fresca de Banano en la Provincia de Caranavi, Carrasco La Reserva.

1.9.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Construir una planta de procesamiento y transformación del plátano
2. Generar valor agregado a la producción del plátano
3. Aprovechar la fruta de plátano amarillo no comercializado en la región.

1.10 ESTRATEGIA COMPETITIVA

La estrategia competitiva tiene por objetivo alcanzar mejores posiciones competitivos respecto a las otras empresas en el sector. Es decir, una vez ya analizado el entorno externo e interno de la empresa mediante las distintas técnicas disponibles (estrategias de Porter M. análisis FODA, modelo de las cinco fuerzas de Porter), ya que esto nos permite aumentar nuestra posición competitiva. Michel Porter nos propone dos estrategias básicas a seguir para cualquier empresa. Para ello nuestra empresa posee las siguientes estrategias:



1.10.1 ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN

Con el propósito de dotar a nuestro producto una característica intrínseca que haga percibir como único y apreciado por el cliente.

A. **Producto:** Se ofrece un producto elaborado a base de agua tratada e ingredientes naturales y conservantes (declarados en cada uno de los envases del producto). Es un producto de corta vida, su producción responde a directrices de Buenas Prácticas de Manufactura.

Por tanto, en cuanto a la calidad del producto cuenta con las siguientes certificaciones:

- Certificación IBNORCA ISO 9001 (Sistema de Gestión de Calidad).
- Certificación 18000 (Seguridad y Salud del trabajo).
- Certificación 22000 (Sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos).
- Certificación de SENASAG (Servicio Nacional De Sanidad Agropecuaria E Inocuidad Alimentaria).
- Registro de la Norma CODEX.

B. **Presentación del producto:** El producto agua fresca de banano “Banágua” ofrece en su presentación el sachet de 200 ml, envase de tipo de bolsa hermética, descartable de forma rectangular de 12 cm x 9 cm de tamaño, textura lisa al tacto, compuesto por laminas que conserva y protege el producto que contiene en su interior. En su



impresión contará el logo de la empresa, el nombre del producto, y su contenido nutricional.

C. Cuadro 2: Características básicas del producto.

Proveedor de calidad	Es necesario contar con materias primas de excelente calidad para elaborar nuestro producto adecuadamente.
ÉNFASIS DE CALIDAD DEL PRODUCTO MAS QUE EL PRECIO	
Ofrecer un buen producto	Producto que cuenta con certificación de calidad y control de buen manejo de proceso productivo
SATISFACION DEL CLIENTE SEGÚN SUS EXPECTATIVAS	
Normas de calidad y de procedimientos de produccion	Asegurar que el producto este bien elaborado con las certificaciones: SENASAG, IBNORCA ISO 22000 y 9001.

Fuente: Elaboración propia.

1.10.2 ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN O ENFOQUE:

Concentrarse en una posición más limitada de compradores inclinados a bebidas alternativas con la finalidad de obtener ventajas en diferenciación.

- Producto dirigido a personas con necesidades similares.



- Fidelizar a los clientes objetivos
- Introducir a nuevos mercados

1.11 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES:

1.11.1 ENFOQUE DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO:

Ingresar en segmentos del mercado donde los consumidores buscan las mejores opciones en cuanto a salud y nutrición al consumir un producto.

Una vez posesionado el producto en el mercado local, se buscará nuevas áreas geográficas donde se pretende lograr su aceptabilidad.

1.11.2 ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN:

Utilizar la tecnología en nuevos sistemas de producción incluyendo la distribución de los productos ingresando a nichos de mercados.

1.11.3 ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO:

Ampliar de manera significativa la disponibilidad de complacer el deseo de nuestros clientes diversificando nuestros productos.

1.11.4 ESTRATEGIA DE ALIANZAS:

Establecer alianzas comerciales con los proveedores de materia prima de Plátano amarillo, y los comerciantes tiendas grandes, pequeñas del Municipio de Alto Beni y las tiendas mayoristas, minoristas de la Ciudad de Caranavi.

1.12 VENTAJAS COMPETITIVAS:

Entre las principales ventajas competitivas de la competencia se tiene las siguientes:

- Los jugos o refrescos en sachet se consideran líderes en el mercado nacional e internacional.



- Esta empresa posee un mercado seguro por su larga trayectoria.
- Tiene un amplio conocimiento del comportamiento del consumidor. A esto se debe la diversificación de sus productos ofertados.
- Posee canales de distribución ya establecidos.
- Tiene la capacidad de exportar los refrescos.
- Diversificación de sus productos en distintas presentaciones.

1.13 FRENTE A LA COMPETENCIA

El producto Agua Fresca de Banano presenta las siguientes ventajas con respecto a los diferentes refrescos de la competencia. Busca posesionarse a partir de la calidad del producto y la marca de la empresa.

- Se utiliza materias primas de las zonas cercanas a la planta procesadora.
- El precio es bajo al de la competencia con relación a su valor nutricional.
- La accesibilidad de parte de los posibles clientes mayoristas y minoristas realizaran las ventas empezando con poca cantidad con el fin de posesionarlo y hacer conocer el producto.
- Se introduce un producto totalmente novedoso y listo para consumir a cualquier hora del día.

1.14 ANALISIS FODA DE LA EMPRESA

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas	Debilidades



<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con la maquinaria de producción. • Nivel tecnológico Bueno. • Personal Capacitado • Calidad del Producto • Ser los primeros en ofrecer este producto en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se tiene marca conocida en el mercado. • Empresa nueva en el sector del Municipio de Caranavi. • Insuficiente información del producto. • Poco conocimiento en gestión y comercialización del producto • Falta de otras líneas de productos.
FACTORES EXTERNOS	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • En la ciudad de Caranavi no existe el producto, Agua Fresca de Banano • Mercado (Refrescos listos para consumir). • Precios competitivos. • Disposición de matería prima para la producción. • El envase del producto es reciclable. • Mercado con buenas expectativas de crecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta de variedad de productos sustitutos en diferentes cantidades a precios accesibles • Desastres naturales, sequías e inundaciones por cambios climáticos. • Ingreso de nuevos competidores • Saturación de mercados por productos sustitutos (pero no cuentan con los mismos contenidos). • Actualmente ofrecen productos similares producidos artesanalmente de dudosa calidad e higiene.



2 MERCADO

2.1 PRODUCTO MERCADOTECNICO

La empresa Chambee SRL, producirá y comercializará la agua Fresca de Banano “Banágua”, este producto contara con las siguientes caratesisticas:

- Sachet de 200 ml que vendrá en bolsas de 100 unidades.
- El producto estará elaborado y envasado higiénicamente garantizado su calidad ofrecida a los consumidores.
- Producto que se puede consumir a cualquier hora del día.
- Además el plátano amarillo como materia prima fundamental tiene un alto contenido en potasio, fibra, azúcar, carbohidrato, sodio y proteína.

De ese modo se busca tener consumidores donde se pueda acomodar el producto.

2.1.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO MERCADOTECNICO

Agua Fresca de Banano “Banágua” posee las siguientes características:

- ✓ Un producto garantizado
- ✓ Un producto con demanda en el mercado
- ✓ Un producto único en el mercado.
- ✓ Un producto con agradable sabor
- ✓ Un producto inocuo (cuyo consumo no va a causar ninguna enfermedad)

Marca: “Banágua”

Slogan: “Placer refrescante”



Logotipo: Tiene la figura de tres rodajas de plátano a fin de resaltar el origen de nuestro producto, el color es anaranjado a fin de combinar con el color del producto de Agua Fresca de Banano.

Envase: Su envase es atractivo a la vista y es apto para el almacenamiento

- En envase de sachet de 200 ml.
- Una bolsa contiene 100 unidades de sachet de 200 ml cada uno.

El producto estará elaborado higiénicamente, garantizando a los consumidores calidad del producto. Por tal motivo, es una excelente opción para consumir a cualquier hora del día.

Cualidades del producto:

- Presenta una textura ni líquida ni espesa con la facilidad de absorberla, para su degustación.
- Tiene un precio competitivo frente a la competencia
- Producto delicioso, con alto contenido de potasio y listo para consumir sin necesidad de cocinarlo o prepararlo con algún otro alimento.
- Contiene azúcares simples – glucosa, dextrosa y sacarosa que se transforman en energía inmediata. Por eso es muy recomendable en todas las edades para recuperar energía.
- Su contenido proteico es discreto y la presencia de grasa es nula.
- Es muy rica en potasio y magnesio, especialmente en vitamina C y B6.



- Su contenido en fibra supone el 3% consumido con moderación es apropiado incluso en dietas de adelgazamiento.

A continuación presentaremos en que cantidades se encuentran sus componentes:

Cuadro N°. 3 Contenido nutricional

Plátano Maduro (100 g).		
Tamaño de la porción	Por porción	100 g
		%IR*
Energía	510 kj	6%
Grasa	0,37g	1%
Grasa Saturada	0,143g	1%
Grasa Monoinsaturada	0,032g	
Grasa Poliinsaturada	0,069g	
Carbohidrato	31,89g	12%
Azúcar	15g	17%
Fibra	2,3g	
Proteína	1,3g	3%
Sodio	4mg	
Potasio	499mg	25%

([https://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-](https://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/pl%C3%A1tano-maduro-hervido?portionid=54514&portionamount=100)

[nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/pl%C3%A1tano-maduro-](https://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/pl%C3%A1tano-maduro-hervido?portionid=54514&portionamount=100)

[hervido?portionid=54514&portionamount=100](https://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/pl%C3%A1tano-maduro-hervido?portionid=54514&portionamount=100), s.f.)



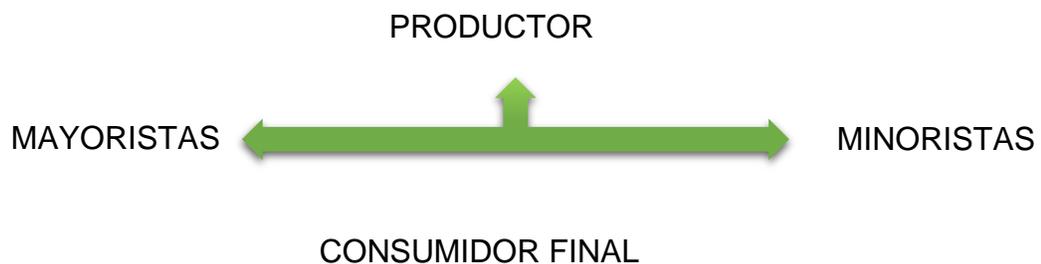
La finalidad principal de la idea del negocio es que el emprendimiento contribuya a la alimentación nutricional de las personal y el aprovechamiento del banoo producida en la region como materia prima de nuestro producto.

Conforme a la investigacion del mercado, se determino que la población en su conjunto require prodcutos naturales que presenten beneficios y bondades organicas que aporten en gran manera el mejoramiento de una Buena salud para nuestros consumidores.

2.1.2 DESCRIPCION DEL CONSUMIDOR ESPECIFICO:

Nuestro consumidor final recibirá el Agua Fresca de Banano sin saborizantes, sano, nutritivo y agradable al paladar.

El producto será distribuido a tiendas grandes y pequeñas del Municipio de Alto beni y a los mayoristas de la Ciudad de Caranavi .



➤ TIENDAS GRANDES DEL MUNICIPIO DE ALTO BENI:

Las tiendas grandes del municipio de Alto beni son 4 tiendas que se dedican a la venta de variados productos de la canasta familiar.



Cuadro N°. 4 Tiendas Grandes

NOMBRES	LUGAR DE UBICACIÓN
El señor Waldo Quispe Tiene 2 puntos de ventas	Ubicado en la avenida principal La Paz al lado de la agencia transporte pesado Ubicado en la calle los pinos frente al taller de automóviles "Teodoro"
El señor Mario Fernández	Ubicado en la avenida principal La Paz frente al colegio adventista.
La señora Milena Maquera	Ubicado en la avenida principal La Paz frente a la escuelita Alto beni A.

➤ **TIENDAS PEQUEÑAS DEL MUNICIPIO DE ALTO BENI:**

Las tiendas pequeñas del Municipio de Alto beni son 45 tiendas de diferentes productos que se dedican a la venta de productos de la canasta familiar.

➤ **TIENDAS MAYORISTAS DE LA CIUDAD DE CARANAVI:**

Cuadro N°. 5 Tiendas Mayoristas

Nª	NOMBRES	LUGAR DE UBICACIÓN
1	Dieguito	Ubicado en la Avenida Mariscal Santa Cruz
2	Rayo-vac	
3	Distribuidora San José	
4	Productos lácteos	
5	Agencia Franklin	
6	Comercial Árbol de la Vida	



7	Anda Tancara	
8	María Gutiérrez Choque	
9	Orianita	
10	La Chela	Ubicado en la Calle Cochabamba
11	Richard Quisbert Quispe	
12	Gregoria Quispe vilca	
13	Rolia Serapia Junes	
13	Raúl Espinoza Huaywa	
15	Gabi	
16	Lupe	
17	Micromorket Ángela	
18	Multi Tienda Cleydy	
19	Comercial Emperador	
20	Amiga Mayte	
21	Comercial la Preferida	

2.1.3 SATISFACCIÓN DE NECESIDADES Y DESEOS:

Agua Fresca de Banano cubrirá la necesidad de todos los consumidores que buscan saciar su sed con un producto cero azucares refinados.

A través del uso del plátano como materia prima, se obtiene de ese modo, un producto totalmente sano, saludable y nutritivo con alto grado de energías y vitaminas.



2.2 POTENCIAL DE MERCADO, LA COMPETENCIA, BARRERAS O DE SALIDA:

El producto está dirigido al mercado masculino y femenino, entre los 5 – 50 años, que viven en el Municipio de Alto beni de la provincia Sud Yungas del departamento de La Paz y de la Ciudad de Caranavi.

Cuadro N°. 6 INE Censo 2012

Municipio de Alto beni: Proyecciones de población según sexo

POBLACION 2012		
Total	Hombres:	Mujeres:
24.731	13.450	11.281

Cuadro N°. 7 INE Censo 2012 Ciudad de Caranavi

Ciudad de Caranavi: Proyecciones de población según sexo

POBLACION 2012		
Total	Hombres	Mujeres
50.330 Hbt.	26.515	23.815



2.2.1 DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA

a) Competencia directa

Los competidores directos de nuestro producto son las vendedoras que se encuentran en puestos de la calle que ofrecen diferentes sabores de refrescos entre ellos Agua Fresca de Banano ubicado en Carrasco La Reserva.

b) Competencia indirecta

Los competidores indirectos de nuestro producto son los siguientes:

- Los principales jugos embotellados son: Del valle, Pil Andina, Tampico
- Las Gaseosas como: Coca Cola que sigue viéndose como el producto tradicional familiar, Coca Quina, Sprit, Fanta, Simba
- Lácteos: Estos productos son relacionados con leche y sus derivados, Yogurt en vasitos y en botellas,
- Bebidas Energizantes (red Bull)
- Agua como: Mineral, La fuente, Dul-C
- Refrescos fríos: refresco de Quisa o Mocochini, Refresco de Piña, Refresco de Coco, Refresco de durazno, Refresco de limón.
- Malteadas preparados como: Capuchino de diferentes sabores, Café helado.

2.2.2 BARRERAS DE ENTRADA O DE SALIDA:

2.2.2.1 Barreras de entrada:



Son amenazas para la empresa estas son los competidores potenciales y competidores del mismo sector de la Provincia Caranavi y del Municipio de Alto Beni.

Competidores potenciales. /amenazas de nuevos participantes en el sector.

Las nuevas empresas que están ingresando tienden a bajar el precio, mientras que Agua Fresca de Banano mantiene a un precio acorde y muy competitivo en el mercado.

Competidores del sector/Rivalidad

Las empresas competidoras de Agua Fresca de Banano son: los Refrescos gaseosas, Refrescos naturales que venden los comerciantes y mismas que ofrecen productos de similares precios.

2.2.2.2 Barreras de salida:

Son factores que provocan la salida de la empresa por no ser competitivos en el mercado entre ellas se tiene los siguientes:

Proveedores: Son comerciantes que están ubicadas en las comunidades aledañas de Caranavi y el Municipio de Alto Beni. Las que principalmente nos proveen de materia prima como es el plátano amarillo.

Compradores: Nuestros clientes son hombres y mujeres que oscilan entre 5 y 50 años de edad que compran productos elaborados a base de fruta, también



contamos con clientes mayoristas y minoristas de la Ciudad de Caranavi y tiendas grandes y pequeñas del Municipio de Alto Beni.

Sustitutos: Son las nuevas empresas y los comerciantes que elaboran Refrescos naturales y que incursionan al mercado

Barreras legales: Normas necesarios para ingresar al mercado:

- Inscripción de fundempresa
- Obtención de inscripción de SENASAG
- Licencia de funcionamiento

Barreras de salidas: Las barreras están constituidas por los requisitos:

- Inversión en activos fijos importantes
- Costos legales y laborales (indemnización)
- Dar de baja al NIT
- Cierre de Licencia de Funcionamiento otorgado por el Gobierno Autónomo Municipal de Alto Beni.

2.3 SEGMENTACION DEL MERCADO PARTICIPACION DE MERCADO, POTENCIAL DE VENTAS, PRONOSTICO DE VENTAS.

El mercado de la Agua Fresca de Banano ha sido segmentado de la siguiente forma:

a) Variables Geográficamente:



Este producto, en una primera instancia, se producirá y se distribuirá a las tiendas mayoristas, minoristas en la Ciudad de Caranavi, y tiendas grandes, pequeñas en el Municipio de Alto Beni.

b) Variables Demográficamente:

- **Edad:** Está enfocado a las personas entre 5 a 50 años de edad, significando que la Ciudad de Caranavi es la más numerosa a la del Municipio de Alto Beni. Además, al estar en una etapa de crecimiento y desarrollo intelectual requieren de alimentos con gran valor nutritivo.
- **Estrato socio-económico:** El producto está diseñado para ser adquirido por familias sin ningún tipo de diferenciación de ingresos económicos. Esta particularidad responde a las políticas establecidas por la empresa, según las cuales: Se busca que toda persona logre tener acceso a un producto útil para su salud.

El producto posee un precio económico, no es costoso, está a disposición y alcance de los compradores.

c) Variables Psicografica:

- **Estilo de Vida:** El producto está diseñado para las personas hombres y mujeres de 5 a 50 años de edad que cuentan con poco tiempo para prepararse alimentos nutritivos y necesitan soluciones prácticas, ágiles y eficientes. Actualmente, la mayoría de los individuos están tomando conciencia de que solamente a través del consumo de alimentos nutritivos se puede alcanzar la buena salud física y mental. Por dicha razón, Agua



Fresca de Banano aportan un elevado valor nutritivo, un alto grado de almidón, energía, vitaminas y que garanticen una fuerte resistencia frente a las enfermedades.

d) Variables del Comportamiento:

Personas que quieran satisfacer su sed mediante Agua Fresca de Banano que no tienen efectos negativos para su salud ni acorto ni a largo plazo.

2.3.1 PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Para la obtención de información sobre la participación de la empresa en el mercado del producto “Agua Fresca de Banano”, la investigación fue de tipo exploratoria apoyada por información documental, bibliográfica, entrevistas con expertos y observación directa debido a que primero se describió el problema y posteriormente se recolectó la información mediante un trabajo de campo.

La población objetivo son las personas, residentes del Municipio de Alto Beni y de la Ciudad de Caranavi.

Según estimación de de acuerdo al estudio de mercado realizado y nuestra proyección de venta será 81% según en 100% de consumidores que prefieren bebidas naturales en sachet.



A continuación, se describe la investigación de mercado realizada:

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO:

El universo que se manejó de la Ciudad de Caranavi es de 50.330 habitantes de 21 tiendas mayoristas, 50 tiendas minoristas y del Municipio de Alto Beni de 24.731 habitantes de 4 tiendas grandes y 45 tiendas pequeñas.

A. Método cuantitativo.

Esta investigación de mercado cuantitativa usa la recolección de datos para probar la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento. El enfoque cuantitativo tiene las siguientes características:

Que el investigador realice los siguientes pasos:

- a) Plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación son sobre cuestiones específicas.
- b) Una vez planteado el problema de estudio, revisa que se ha investigado anteriormente. A esta actividad se le conoce como la revisión de la literatura.



c) Para obtener tales resultados se recolecta datos numéricos de los objetos fenómenos o participantes, que estudia y analiza mediante procedimiento estadístico. Este conjunto de pasos, denomina proceso de investigación cuantitativo.

d) Para este enfoque, si se sigue rigurosamente el proceso y de acuerdo con ciertas reglas lógicas los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad, las conclusiones derivadas contribuirán a la generación de conocimientos.

El estudio a realizarse en la presente investigación de mercado será un estudio exploratorio, definido como un estudio para abordar un tema poco explorado del cual se tiene muchas dudas, debido a la carencia de información.

También utilizaremos la investigación descriptiva conocida también como investigación de estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en la gente que rodea. Esta investigación nos servirá para saber cómo llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes de los clientes.

B. Técnica de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación utilizamos la ENCUESTA, para interactuar con nuestros clientes mayoristas y minoristas, en la Ciudad de Caranavi y del Municipio de Alto Beni, de esta manera conocer las frecuencias de compras del producto, las necesidades y expectativas de los clientes finales, así podremos determinar la introducción de nuestros productos en el mercado.



C. Determinación del universo y la muestra:

I.Marco de muestreo

Para determinar el marco de muestreo a estudiar se hará uso de datos proporcionados por el anuario estadístico de la Ciudad de Caranavi y del Municipio de Alto Beni.

II.Universo

El universo que se manejó de la Ciudad de Caranavi es de 50.330 habitantes de 21 tiendas mayoristas, 50 tiendas minoristas y del Municipio de Palos Blancos de 24.731 habitantes de 4 tiendas grandes y 45 tiendas pequeñas.

2.4.1 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Fuentes primarias

Al momento de realizar la recolección de datos para el presente estudio se hizo mecanismos de recolección de información, el cual es descrito mediante la recolección de información de la siguiente manera:

Encuesta:

Para nuestra investigación de mercado hemos utilizado la encuesta a tiendas mayoristas, minoristas de la Ciudad de Caranavi y tiendas grandes y pequeñas del Municipio de Alto Beni para nuestro producto de Agua Fresca de Banano.

El diseño de las encuestas se encuentran en los anexos 5, 6 y 7

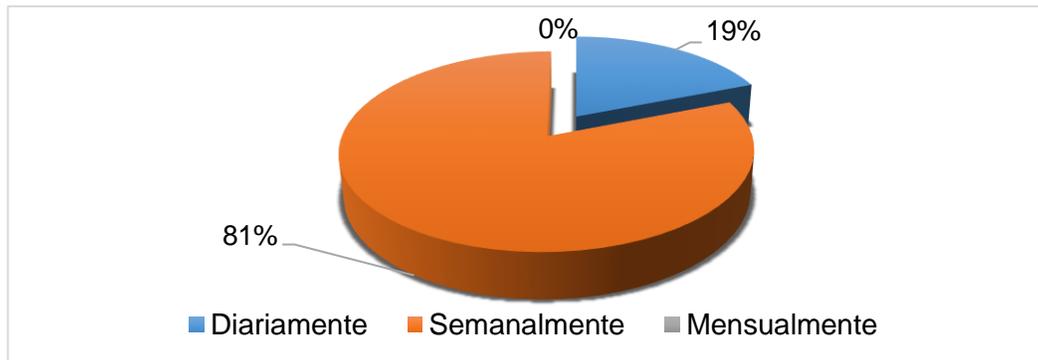


2.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

2.5.1 ENCUESTA A TIENDAS MAYORISTAS DE LA CIUDAD DE CARANAVI

GRAFICA Nº 1:

1. ¿Con que frecuencia compra pilfrut, chiquichoc, yogurt u otro similar?

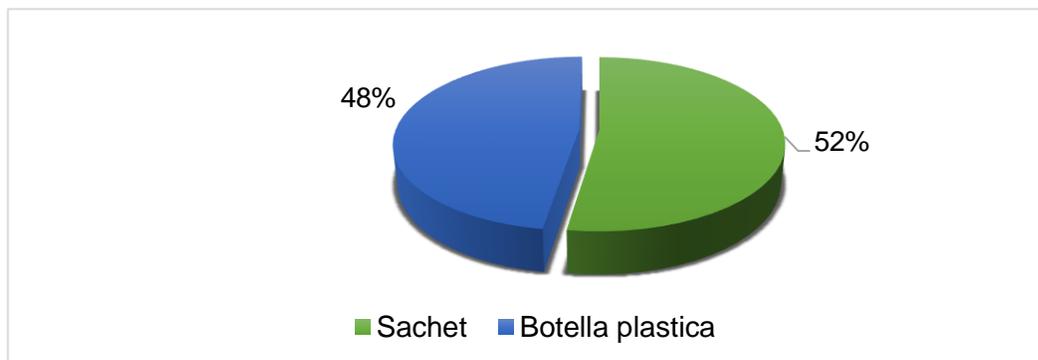


FUENTE: Elaboración propia

Gracias a la encuesta realizada se identificó el 81% compran semanalmente las personas de estos productos pilfrut, chiquichoc, yogurt y otros y el 19% compran diariamente.

GRAFICA Nº 2:

2. ¿Qué tipo de envases compra en mayor cantidad jugos o refrescos?



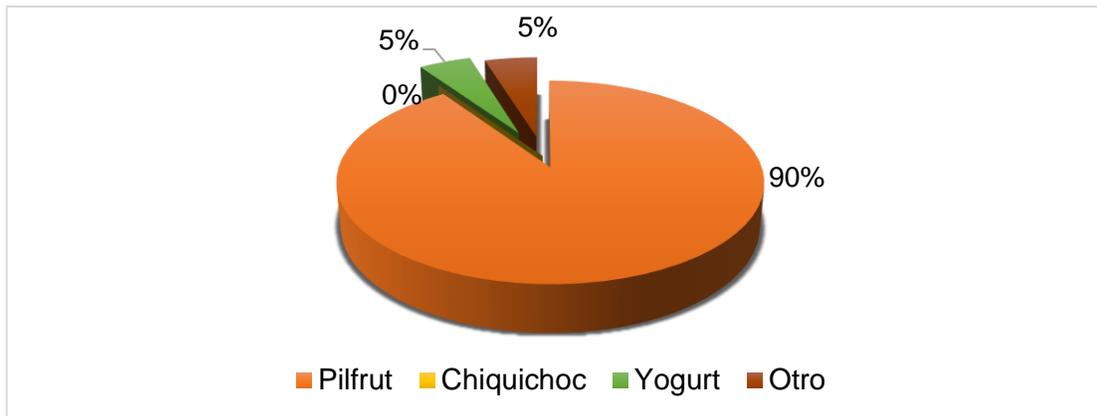
FUENTE: Elaboración propia



Según la encuesta realizada el 52% de los consumidores compra en sachet y el 48% compran en botella plástica.

GRAFICA Nº 3:

3. ¿Cuál de estos productos en sachet vende mas?

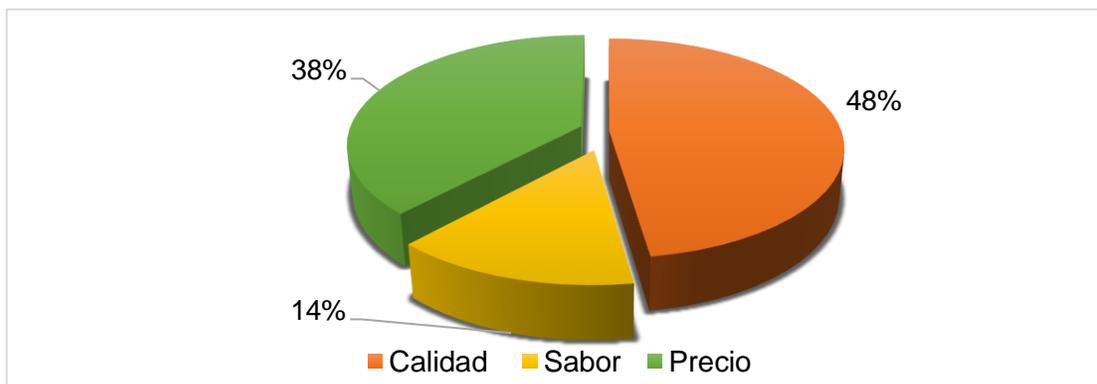


FUENTE: Elaboración propia

Gracias a la encuesta realizada se observó que el 90% de los productos de pilfrut se vende más, un 5% prefieren el yogurt y el 5% también consumen el Chiqui choc.

GRAFICA Nº 4:

4. ¿Cuál cree que es la razón por que adquieren este producto?



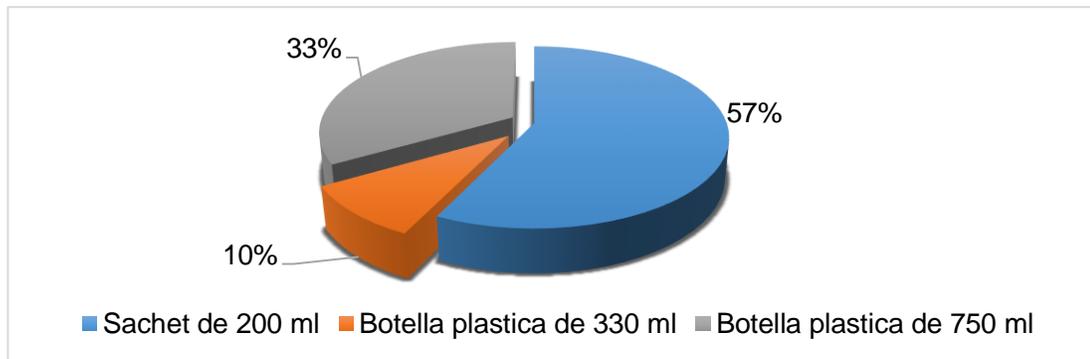


FUENTE: Elaboración propia

Según las respuestas de los encuestados tenemos que el 48% de los consumidores se fijan en la calidad del producto, esto genera un determinante para la aceptación y compra del mismo. el 38% se fijan en el precio del producto y el 14% prefieren el sabor del producto.

GRAFICA Nº 5:

5. ¿Cuál de los envases vende mas? Indique



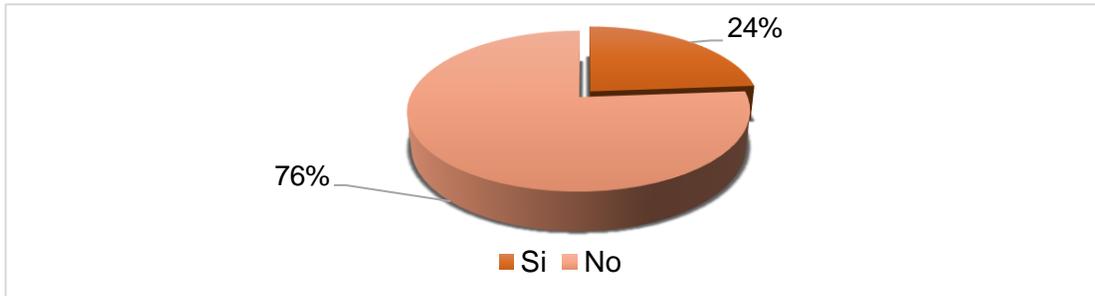
FUENTE: Elaboración propia

Estos datos nos demuestran que el 57% venden en sachet de 200 ml, y el 33% venden en botella plástica de 750ml, con un 10% venden en botella plástica de 330 ml.

GRAFICA Nº 6:



6. ¿Conoce Agua fresca de banano?

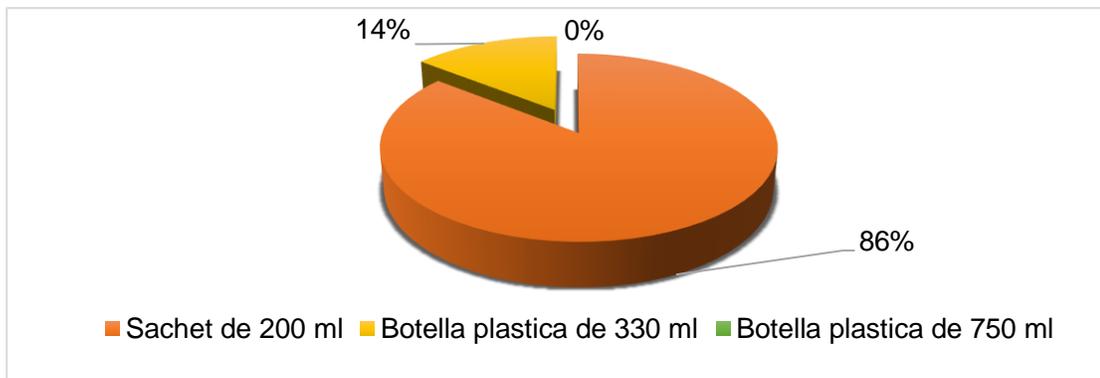


FUENTE: Elaboración propia

El 76% de las tiendas mayoristas de la ciudad de Caranavi no conocen el Agua Fresca de Banano y el 24% conocen el producto con el nombre de (payuje).

GRAFICA Nº 7:

7. ¿Qué presentaciones compraría usted de este producto de Agua Fresca de Banano hervido?



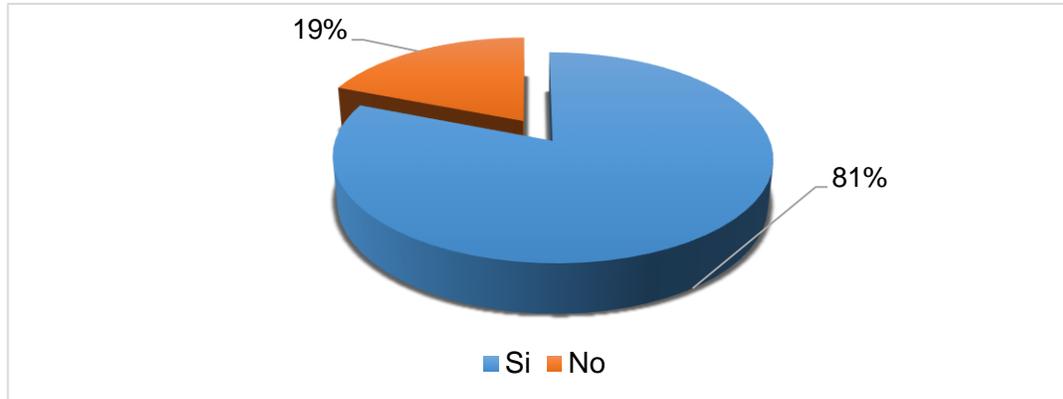
FUENTE: Elaboración propia

El 86% de las personas encuestadas comprarían en sachet de 200 ml, y un 14% eligió comprar en botella plástica de 330 ml de Agua fresca de banano.



GRAFICA N° 8:

8. ¿Estaria dispuesto a comprar Agua Fresca de Banano envasado?

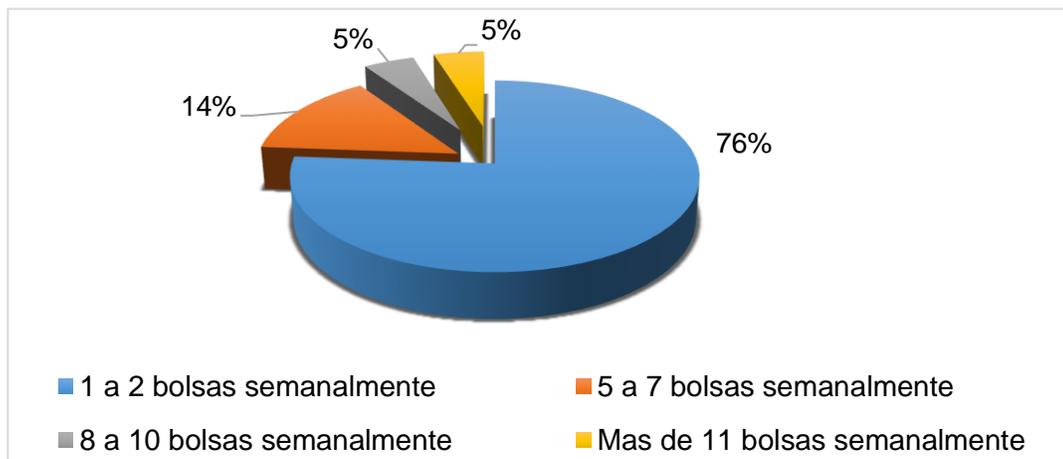


FUENTE: Elaboración propia

El 81% de las personas encuestadas están dispuestos a comprar este producto Agua Fresca de Banano (payuje) envasado, y el 19 de las personas indican que no comprarían.

GRAFIA N° 9:

9. ¿Si una bolsa contiene 100 unidades de 200 ml. Que cantidad estaría dispuesto a comprar el refresco de pulpa de plátano?



FUENTE: Elaboración propia

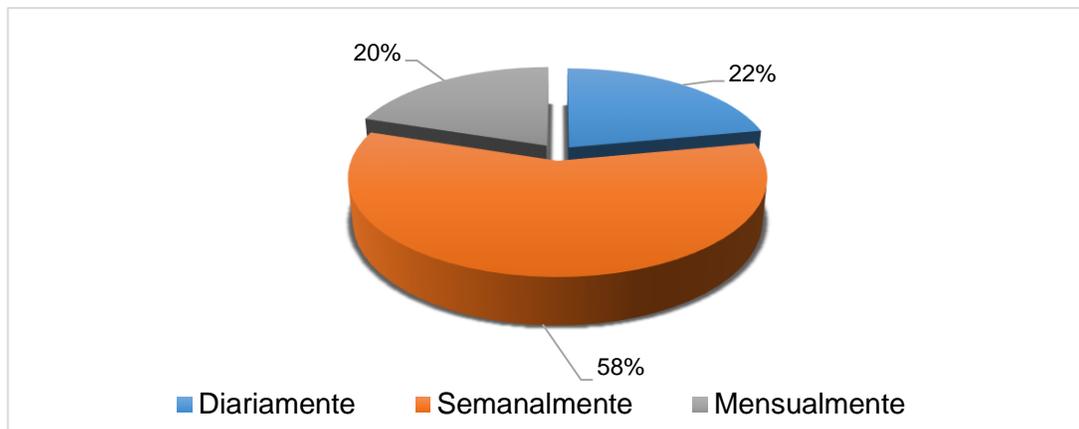


El 76% de las personas encuestadas deciden comprar de 1 a 2 bolsas semanalmente, el 14% están dispuestos a comprar de 5 a 7 bolsas semanalmente, un 5% comprarían de 8 a 10 bolsas semanales, y el 5% están de acuerdo en comprar más de 11 bolsas semanalmente.

2.5.2 ENCUESTA A TIENDAS MINORISTAS A LA CIUDAD DE CARANAVI

GRAFICA Nº 10:

1. ¿Con que frecuencia compra Pilfrut, Chiquichoc, Yogurt u otro similar?



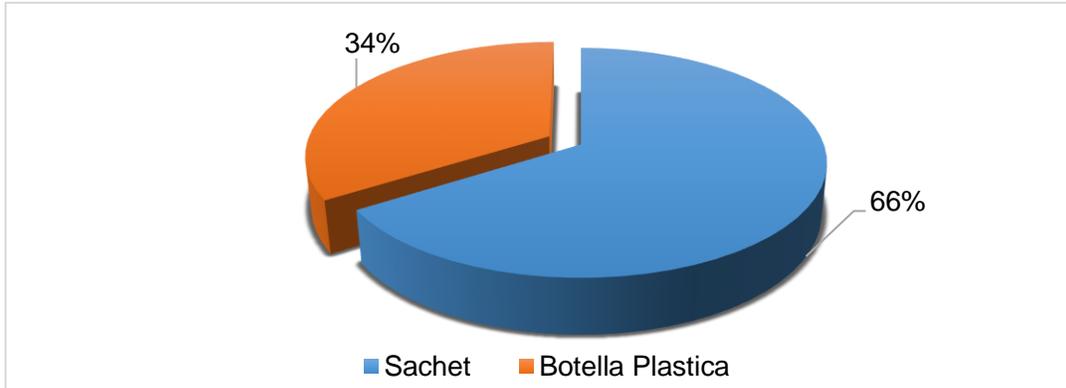
FUENTE: Elaboración propia

Gracias a la encuesta realizada se identificó el 58% compran semanalmente las personas de estos productos Pilfrut, Chiquichoc, yogurt y otros y el 22% compran diariamente, 20% mensualmente realizan los pedidos de diferentes sabores.



GRAFICA N° 11:

2. ¿Qué tipo de envases compra en mayor cantidad jugos o Refrescos?

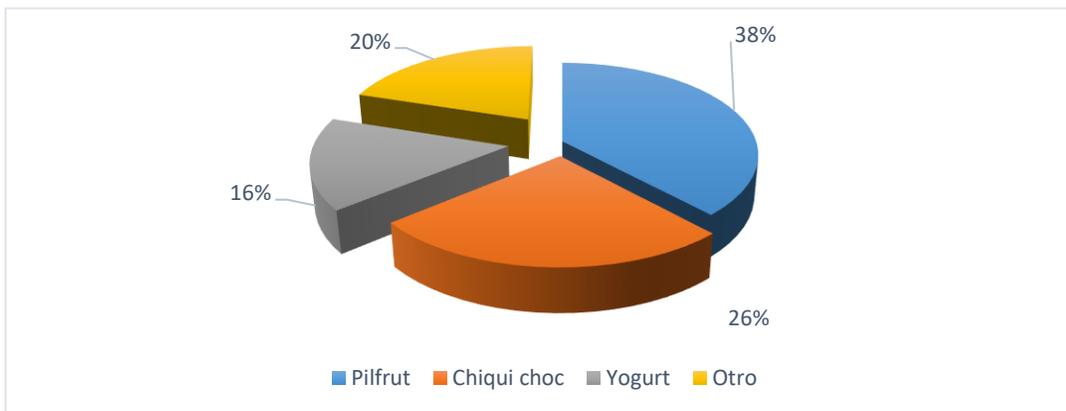


FUENTE: Elaboración propia

Se observó en las encuestas realizadas el 34% de los consumidores minoristas de la Ciudad de Caranavi compra en sachet y el 66% compran en botella plástica, porque que es manejable en ese tipo de envase.

GRAFICA N° 12:

3. ¿Cuál de estos productos en sachet vende más?



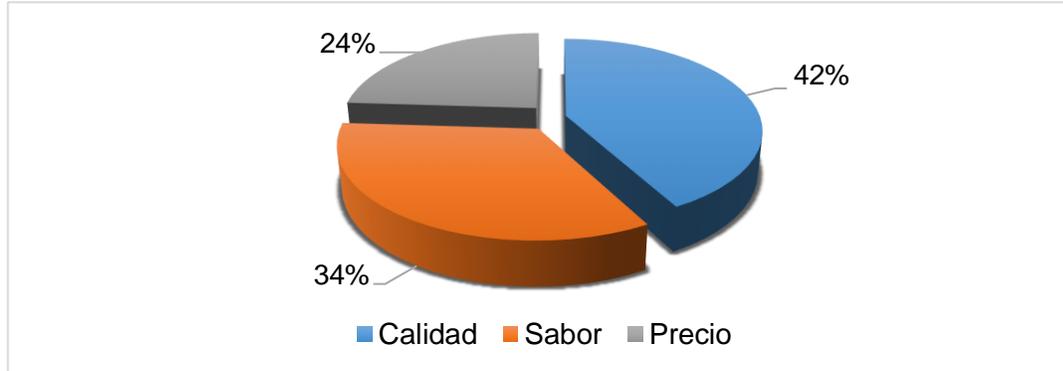
FUENTE: Elaboración propia

Mediante la encuesta realizada se observó el 38% del producto Pilfrut se vende más, un16% prefieren Yogurt y el 26% consumen el Chiqui choc.



GRAFICA N° 13:

4. ¿Cuál cree que es la razón por que adquieren este producto?

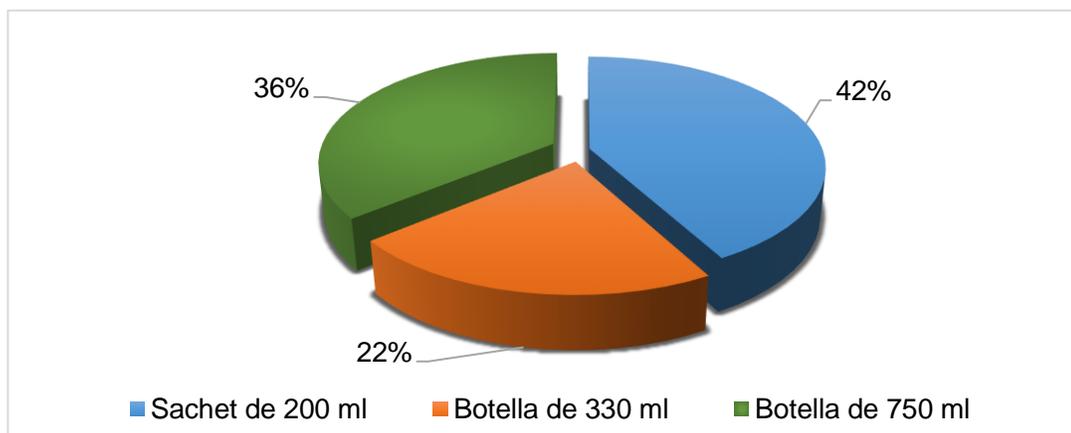


FUENTE: Elaboración propia

Gracias al estudio de mercado se conoce que el 42% de los consumidores se fijan en la calidad del producto, esto genera un determinante para la aceptación y compra del mismo. el 24% se fijan en el precio del producto y el 24% prefieren el sabor del producto.

GRAFICA N° 14:

5. ¿Cuál de los envases de Refresco vende más?



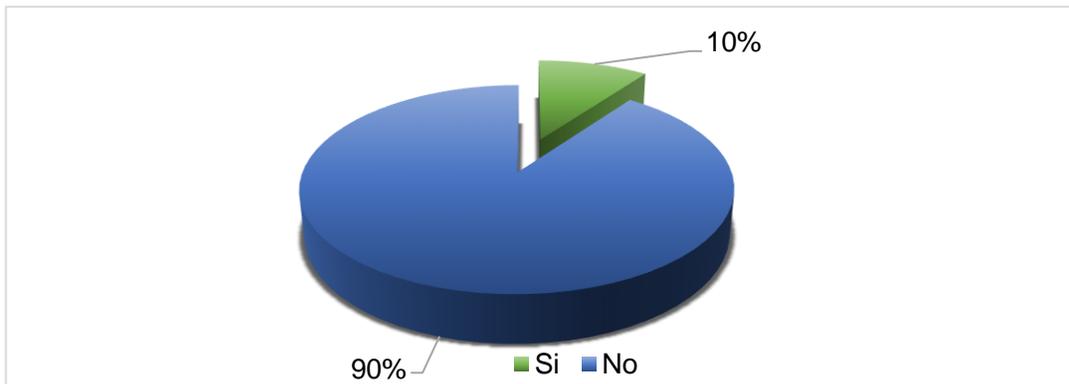
FUENTE: Elaboración propia



Estos datos nos demuestran que el 42% venden en sachet de 200 ml, y el 36% venden en botella plástica de 750ml, un 22% venden en botella plástica de 330 ml

GRAFICA Nº 15:

6. ¿Conoce agua fresca de banano?



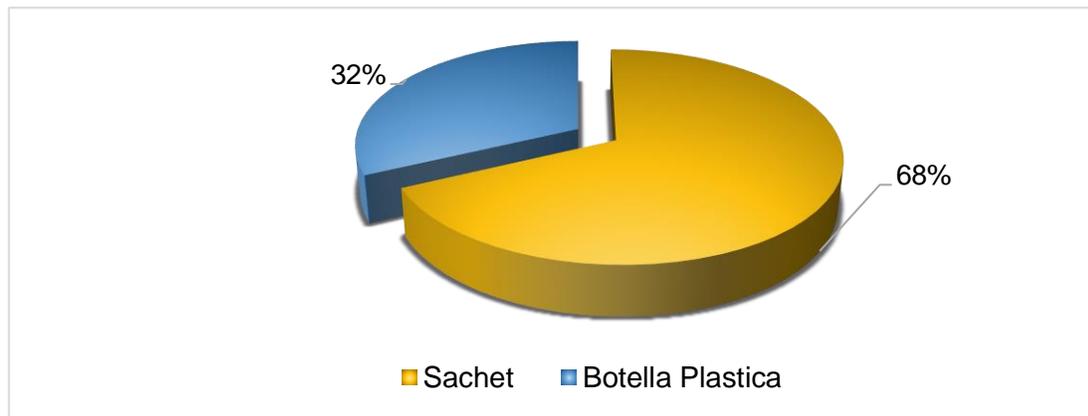
FUENTE: Elaboración propia

El 90% de las tiendas minoristas de la Ciudad de Caranavi no conocen Agua fresca de banano y el 10% conocen el producto con el nombre de (payuje), se los hizo degustar y nos comentaron que estaría bien en la comercialización de este producto.



GRAFICA N° 16:

7. ¿Qué presentaciones compraría usted de este producto Agua fresca de banano?

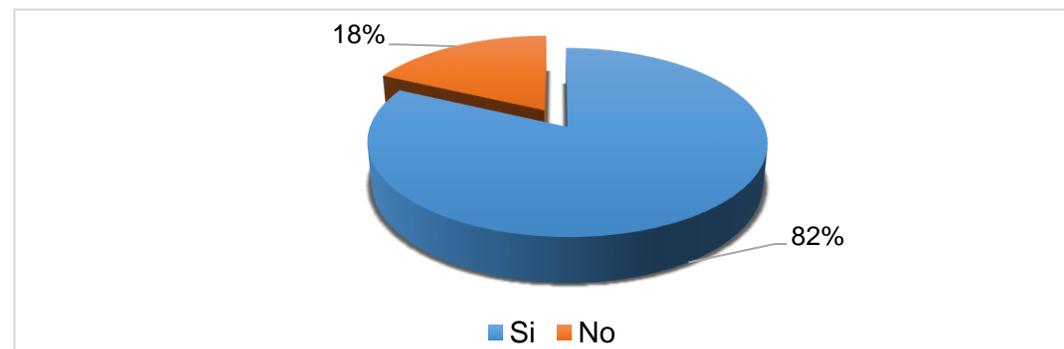


FUENTE: Elaboración propia

El 68% de las tiendas minoristas comprarían en sachet, porque es económico y el 32% eligió comprar en botella plástica porque es más manejable.

GRAFICA N° 17:

8. ¿ Estaría dispuesto a comprar Agua fresca de banano en sachet de 200 ml



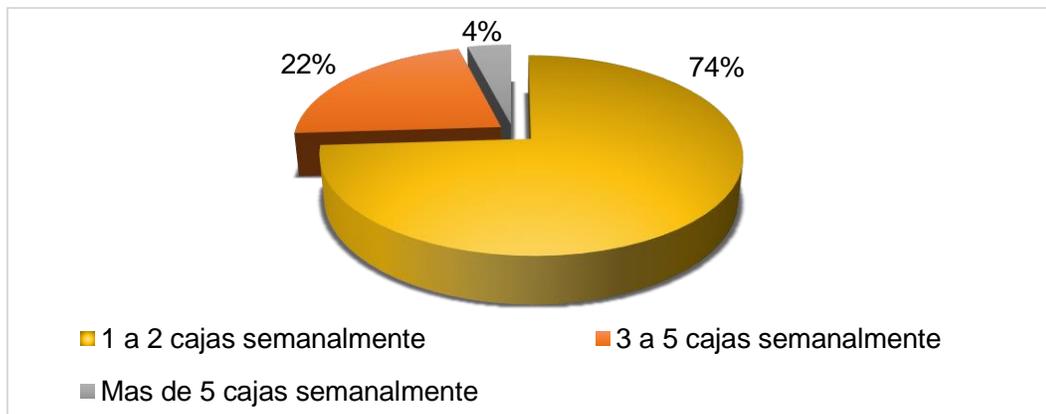
FUENTE: Elaboración propia



El 82% de las personas encuestadas están dispuestos a comprar el producto Agua fresca de banano en sachet de 200 ml, y el 18% de las personas indican que no comprarían porque no tiene una duración más de 1 año.

GRAFICA N° 18:

9. ¿Si una caja contiene 100 unidades de 200ml. Cuantas cajas estaría dispuesto a comprar Agua fresca de banano?



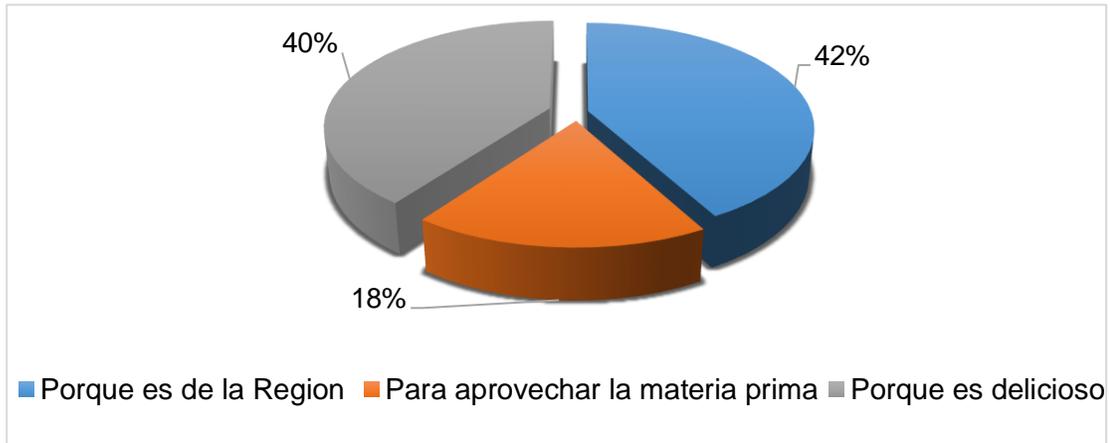
FUENTE: Elaboración propia

El 74% de las personas encuestadas deciden comprar de 1 a 2 cajas semanalmente, el 22% están dispuestos a comprar de 3 a 5 cajas semanalmente, un 4% se observó que comprarían más de 5 cajas



GRAFICA N° 19:

10. ¿Porque estaría o no estaría dispuesto a comprar Agua fresca de banano en sachet?



FUENTE: Elaboración propia

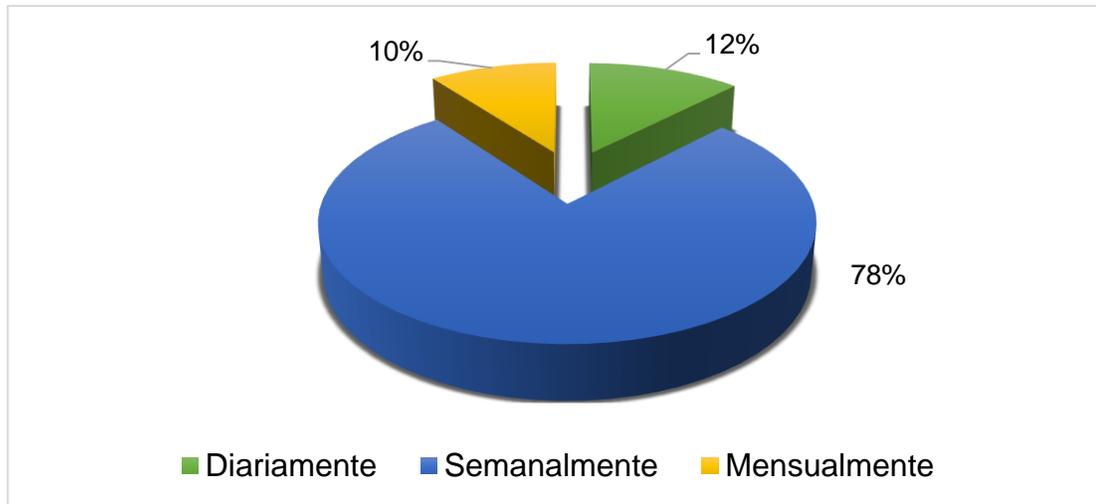
A través de las encuestas realizadas a las tiendas minoristas de la Ciudad de Caranavi nos comentaron a pregunta abierta que el 42% comprarían porque es de la región, el 40% compraría porque es delicioso el Agua Fresca de Banano y el 18% comprarían para aprovechar la materia prima del platano amarillo.



2.5.3 ENCUESTA A TIENDAS GRANDES Y PEQUEÑAS DEL MUNICIPIO DE ALTO BENI

GRAFICA Nº 20:

1. ¿Cada cuánto tiempo compra los jugos o refrescos en sachet



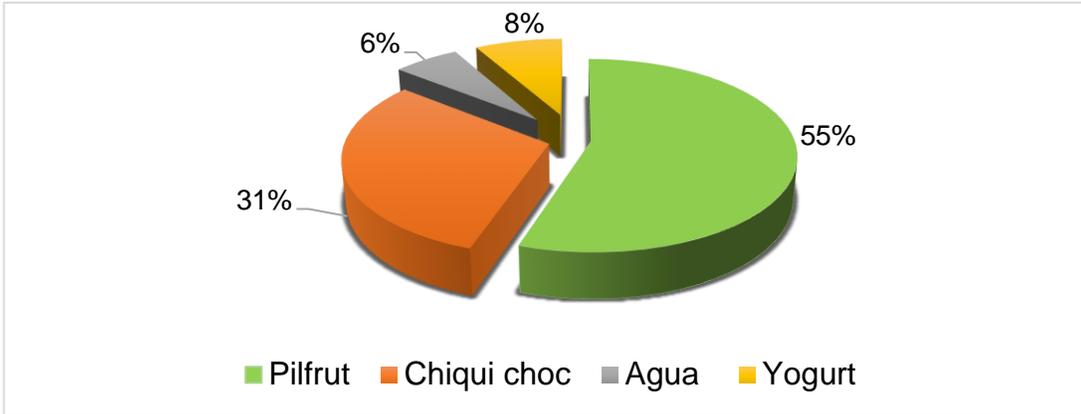
FUENTE: Elaboración propia

Mediante la encuesta realizada a tiendas grandes y pequeñas del Municipio de Alto Beni un 78% compran semanalmente los jugos en sachet, el 12% compran diariamente y el 10% prefieren mensualmente.



GRAFICA N° 21:

2. ¿Qué tipos de jugos compra semanalmente?

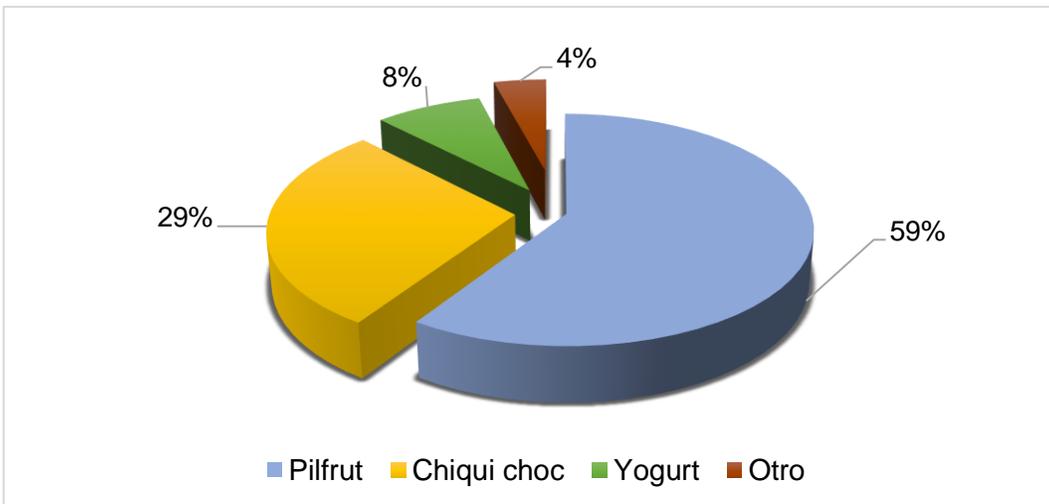


FUENTE: Elaboración propia

Según la encuesta se encontró que el 55% compran el pilfrut, un 31% prefieren el chiqui choc, el 8% compran el yogurt y el 6% prefieren el agua en sachet.

GRAFICA N° 22:

3. ¿Cuál de estos productos venden más?



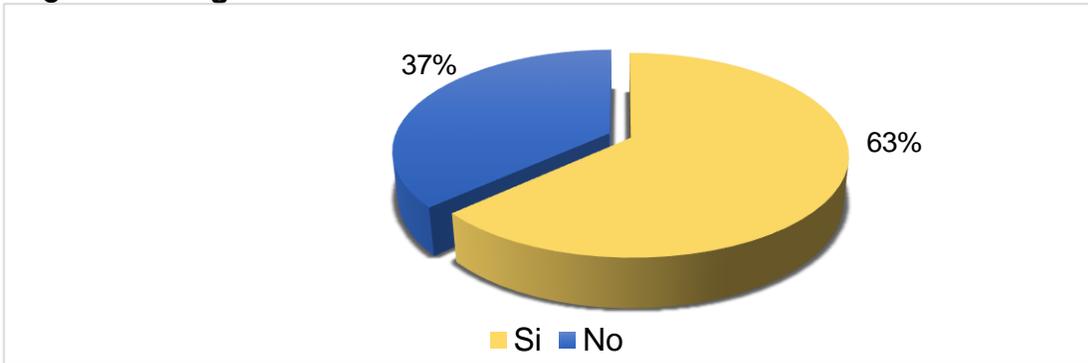
FUENTE: Elaboración propia



En base a la encuesta realizada se observó que un 59% venden el pilfrut, el 29% venden el chiqui choc, un 8% venden el yogurt y un 4% venden otros productos.

GRAFICA N° 23:

4. ¿Conoce Agua fresca de banano?

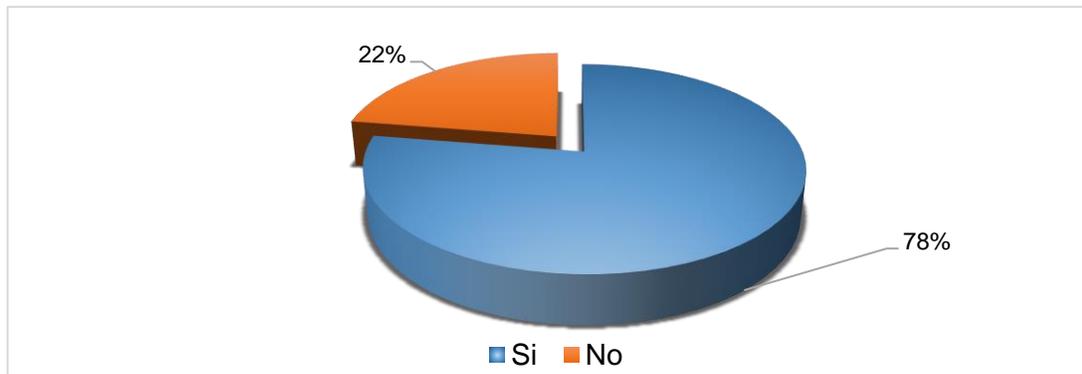


FUENTE: Elaboración propia

Como se puede ver en el gráfico, el 63% conoce el Agua Fresca de Banano en el Municipio de Alto Beni y el 37% no conocen el producto.

GRAFICA N° 24:

5. ¿Usted compraría Agua fresca de banano en envase de sachet de 200 ml



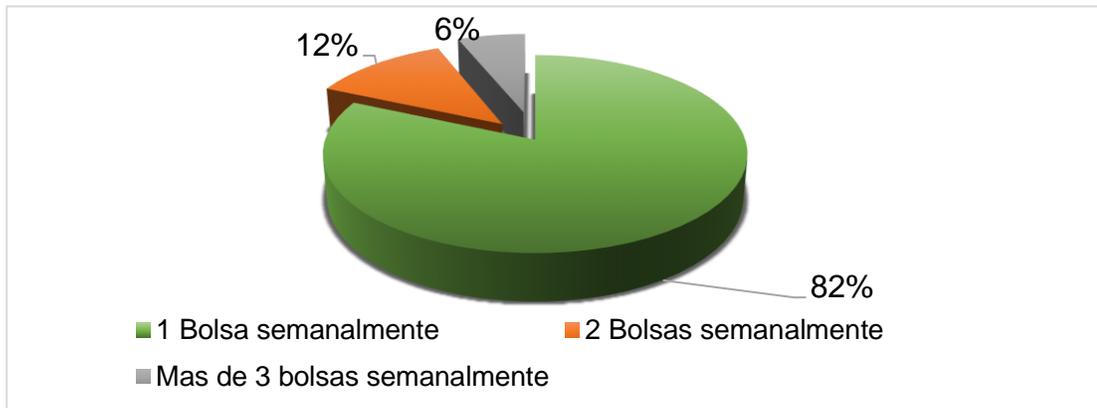
FUENTE: Elaboración propia



En base a la encuesta se analizó 78% están dispuesto a comprar Agua fresca de banano en sachet de 200 ml y un 22% no están dispuesto a comprar el producto.

GRAFICA N° 25:

6. ¿Qué cantidad de Agua Fresca de Banano compraría en envase de sachet de 200 ml?



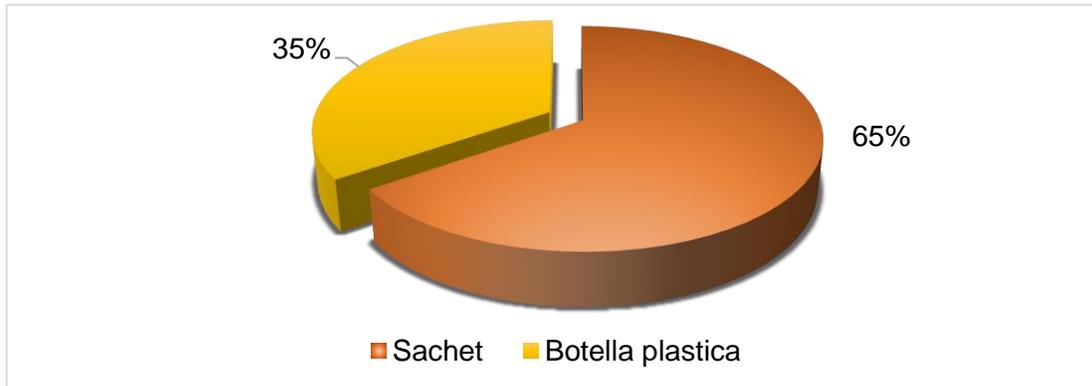
FUENTE: Elaboración propia

Según la encuesta realizada el 82% de las personas encuestadas están dispuesto a comprar una bolsa semanalmente de sachet, un 12% prefieren comprar dos bolsas de sachet semanalmente y un 6% más de 3 bolsas semanalmente



GRAFICA N° 26:

7. ¿En qué tipo de envases compra mayormente?



FUENTE: Elaboración propia

En base a la encuesta realizada en el Municipio de Alto Beni deciden comprar un 65% mayormente en sachet porque es una venta continua día tras día y un 35 % prefieren comprar en botella plástica

2.6 POTENCIAL DE VENTAS

De acuerdo a la encuesta realizada a los potenciales compradores el 81% de las tiendas mayoristas están dispuestas a comprar dos bolsas semanales de Agua Fresca de Banano y las tiendas minoristas están dispuestos a comprar una bolsa semanal.

Cada bolsa contiene 100 unidades de sachet, cada sachet de 200 ml.

En el Municipio de Alto Beni entre las tiendas grandes y pequeñas el 78% están dispuestas a comprar el producto Agua Fresca de Banano, una bolsa semanalmente.



Lo que nos da un potencial de ventas de 145 bolsas semanales, cada una de 100 unidades.

Unidades a vender:

14500 sachet/semanalmente* 4 semanas 58000 Sachet/mes

2.6.1 PRONOSTICO DE VENTAS

Para realizar el pronóstico de ventas del Agua Fresca de Banano durante los 5 años:

En la época de primavera entre los meses de Agosto a Octubre es época seca el consumo de Agua Fresca de Banano podría llegar a duplicarse.

Cuadro Nº. 8 Proyección de Ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS			
PERIODOS	PRECIO UNITARIO	UNIDADES ANUALES	INGRESO ANUAL
1ER. AÑO	Bs 1	696.600	Bs 752.328,00
2DO. AÑO	Bs 1	703.566	Bs 767.449,79
3ER. AÑO	Bs 1	714.119	Bs 790.645,96
4TO. AÑO	Bs 1	728.401	Bs 822.588,06
5TO. AÑO	Bs 1	746.611	Bs 864.231,58

2.7 EL CLIENTE OBJETIVO COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Para analizar el comportamiento y definir las características del cliente objetivo, recurrimos al análisis de las encuestas realizadas. Se realizaron 49



encuestas para las tiendas grandes, pequeñas del Municipio de Alto Beni y 21 encuestas a tiendas mayoristas, 50 tiendas minoristas de la ciudad de Caranavi, para analizar sus motivaciones y comportamientos, con el fin de conocer:

- El consumo de productos sustitutos (distintas marcas de refrescos).
- Lugar de compra del producto.
- Medios de información preferidos por los encuestados.
- La frecuencia de consumo de productos similares.
- La disposición de adquirir el agua fresca de banana.

Las tiendas mayoristas de la ciudad de Caranavi comprarían inicialmente de 1 a 2 bolsas semanales, cada bolsa contendrá 100 unidades de sachet de 200 ml cada una.

Las tiendas grandes y pequeñas del Municipio de Alto Beni comprarían inicialmente 1 bolsa semanal que contendrá 100 unidades de sachet de 200 ml cada una.

Es un producto nuevo, a base de plátano amarillo poco consumido, producido y comercializado por una empresa nueva que estaría ingresando al mercado, lo que generaría expectativa de compra por el beneficio nutricional que brinda el agua fresca de banana.

Nuestros clientes son las tiendas mayoristas y minoristas de ambos municipios. Se consideraron a las tiendas mayoristas por su gran capacidad



de compra y almacenamiento, los minoristas o detallistas que compra el producto a nuestro emprendimiento o al mayorista para venderlo al consumidor final. Las tiendas minoristas tienen contacto directo con el consumidor final pudiendo influir enormemente en las ventas del producto.

2.7.1 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ACTUAL

Las personas más propensas a consumir el producto son hombres y mujeres, entre 05 a 50 años de edad con ingresos económicos medios y bajos.

El comportamiento de las personas son decisiones, ello implica que están adquiriendo un producto que está destinado a aplacar la sed y mejorar su salud óptima, previniendo enfermedades a futuro, con los productos sanos y nutritivos elaborados por la empresa CHAMBEE S.R.L.

2.7.2 INFLUENCIAS EXTERNAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA:

- **Factor Económico:**

Factor determinante, el dinero en efectivo de que dispone el comprador para acceder al producto, por presentar un precio relativamente accesible, debido a que posee la materia prima.

- **Factores Personales:**

La influencia personal es un factor esencial para la motivación y la toma de decisión de la compra del producto por parte de los consumidores. Comienza a través del poder de convencimiento que tenga una persona sobre las demás



para impulsar la compra. De ese modo se determina la cantidad y el tipo de información que los compradores obtienen con respecto al producto, así como también repercute en los valores, actitudes, evaluaciones de marca e interés por el producto.

- **Factor político legal:**

Resolución 003929 del 2013 del Ministerio de Salud y Protección Social afirma el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir agua fresca de banano.

Teniendo en cuenta el artículo 1 de esta resolución que aplica para la producción de agua fresca de banano, tiene como objeto establecer el reglamento técnico, donde se debe cumplir las bebidas con adición de jugo, con el fin de proteger la salud humana y prevenir posibles daños a la misma, así como las practicas que puedan inducir a error a los consumidores.

- **Factor Social:**

Cuando las personas consumen agua fresca de banano sienten que tienen un sabor único y exquisito.

- **Factor Tecnológico:**

La tecnología es un factor importante que afecta de manera positiva y negativa a la empresa.

2.7.3 INFLUENCIAS INTERNAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

- **Estilo de Vida:**



El estilo de vida es otro factor importante para la toma de decisión de compra del producto. Las formas y maneras en los gustos y preferencias van cambiando en la actualidad, por eso, aparte de interesarse por productos sanos y nutritivos.

- **Valor Nutricional del Producto:**

El comprador pone importancia en el valor nutricional, para su consumo. En la actualidad las personas buscan productos que no solo mantenga una figura estable sino que los alimente.

2.7.4 ENFOQUE DE DECISION DE COMPRA

El proceso de decisión de compra del producto agua fresca de banano está compuesto por las siguientes etapas secuenciales:

- 1. Búsqueda de información:** El cliente busca información acerca de la durabilidad y vencimiento del producto agua fresca de banano, calidad, precio, tipo de envase para su debido consumo, comienza en la búsqueda activa de información.
- 2. Enfoque Motivacional:** Se considera que la motivación es la fuerza impulsora que empuja a las personas a la acción, y esta fuerza impulsora es provocada por un estado de tensión debido a una necesidad insatisfecha.
- 3. Influyente:** Esta persona llega a ser aquella que su consejo tiene cierto peso en la decisión final del futuro comprador, las mismas pueden



ser aquellas que ya probaron el producto, o profesionales que recomienda en el producto.

4. Decisión de compra: Es la persona que decide si se compra, como se compra y como se adquiere el producto, la misma llega a ser el consumidor. O bien si el cliente está en la posibilidad de decidir, lo hará.

5. Conducta posterior a la compra: El producto agua fresca de banano puede variar debido al comportamiento de la cantidad de consumidores minoristas y mayoristas, esto influye consecuentemente, una pérdida lo que significa una alta probabilidad de consumo próximo.

2.8 OBJETIVOS DE MARKETING

2.8.1 OBJETIVO GENERAL

- Comercializar Agua fresca de banano en la Ciudad de Caranavi y en el Municipio de Alto Beni.

2.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Lograr ventas del producto por encima de la mitad de la capacidad productiva el primer año.
2. Incrementar las ventas hasta alcanzar la capacidad productiva del segundo año en adelante.
3. Utilizar medios de comunicación radio, televisión, whatsapp, Facebook para brindar una información detallada del producto.



2.9 ESTRATEGIA DE MARKETING (PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCIÓN, PROMOCIÓN O PUBLICIDAD)

CHAMBEE S.R.L., ha definido las siguientes estrategias creativas bajo las cuales espera motivar la compra del producto. La clave está en que deben estar alineadas con la estrategia de la empresa, la idea del negocio, el comportamiento y tendencias del mercado y las necesidades y deseos del cliente.

Se utilizará el plan de marketing basado en las 4 p's de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Cuadro N°. 9 Estrategia de Marketing

Marketing	Estrategia	Qué se pretende
Producto	Posicionar el Agua fresca de banano al mercado.	Que el Agua Fresca de Banano se posicione como un producto sano, natural y de alta calidad
Precio	Ofrecer un precio accesible y acorde al mercado.	Que el precio del Agua Fresca de Banano se perciba como accesible y similar a otros productos del mercado
Plaza	Suministrar el producto a los mayoristas y minoristas del Municipio de Alto Beni y la Ciudad de Caranavi.	Que el Agua Fresca de Banano se distribuya en lugares estratégicos y llegue a los consumidores



Promoción	Llamar la atención del consumidor para que adquiriera el producto	Que el Agua Fresca de Banano sea conocido por el público y se adquiriera
------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia

2.9.1 PRODUCTO

El objetivo de la empresa es posicionar el Agua Fresca de Banano al mercado. Para alcanzar dicho objetivo, la empresa distribuirá el producto a los mayoristas y minoristas en empaques que cumplan con las condiciones requeridas para el mantenimiento del producto ya que esto indica que se trata de un producto saludable, una marca representativa que muestre un producto de calidad.

2.9.1.1 ESTRATEGIA DEL “PRODUCTO”

CHAMBEE S.R.L., lanzará un producto nutritivo el nombre del producto es “**BANAGUA**”

Imagen N°. 1 Ciclo vital del producto





Para hablar de la estrategia del producto, se debe tomar en cuenta la vida útil del mismo. Por eso se podría hablar de cuatro etapas por las cuales pasa cualquier producto: Introducción, Crecimiento, Maduración y Declive. En cada una, la empresa debe aplicar estrategias apropiadas a cada una de ellas.

I. Etapa de Introducción

A. Estrategia de Identificación

El objetivo principal de esta estrategia es informar acerca de las cualidades del producto, sus beneficios, su composición nutricional y estimular a la degustación del producto, con la finalidad de promover la adquisición del mismo.

Cuando se realicen las ferias, la empresa pondrá puntos de presentación del producto, donde se dará las degustaciones del mismo.

Publicidad es decir, durante el primer mes de operación se hará la publicidad, mediante los medios de comunicación

B. Estrategia de Posicionamiento de la Marca y Envase del Producto

Introducir la marca y posesionarla en el mercado, mediante la ejecución responsable, seriedad y compromiso en todas las actividades de la empresa.

Su objetivo es facilitar la identificación del producto gracias a lo atractivo del diseño de la marca y del envase del producto.



La marca tiene expresadas las siguientes características: Fácil de recordar, color llamativo.

C. Estrategia de RRHH y R.S.E. Hacia Adentro

Incentivar a los empleados con un trabajo digno, seguro y estabilidad laboral. En tal cometido, se creará un agradable ambiente de trabajo.

D. Estrategia de Diferenciación

El producto se diferencia a partir de su color, sabor, cero azúcares orientados para las personas de 5 a 50 años. Asimismo, presenta un precio competitivo en relación a los beneficios que brinda.

II. Etapa de Crecimiento

A. Estrategia de Distribución

Buscar mejores canales de distribución e intensificar los esfuerzos para ampliar el alcance y la disponibilidad del producto en el mercado.

B. Estrategia de Penetración del Mercado

Satisfacer nuevas necesidades y/o deseos de nuevos grupos del mercado, Acaparamiento de otros segmentos de mercado.

C. Estrategia de Diversificación

La finalidad de esta estrategia es ampliar la cartera de productos, para nuevos segmentos.

III. Etapa de Madurez

A. Estrategia de Calidad Consistente del Producto



En esta etapa se pretende posesionarse en el mercado como una marca líder dentro los productos alimenticios, a través de la calidad consistente del producto y de sus actividades.

IV. Etapa de Declinación

A. Estrategia de Aprovechamiento

En esta etapa la empresa CHAMBEE S.R.L. pretende aprovechar hasta el último momento la imagen y la marca del producto, modificando o adicionando algo nuevo al producto.

Adicionalmente se aprovechará la materia prima de la Región que está al alcance de la empresa.

2.9.2 PRECIO:

El precio promedio del Agua Fresca de Banano en Caranavi y el Municipio de Alto Beni

Cuadro N°. 10 Precio del Producto

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO/UNITARIO
Agua Fresca de Banano	200 ml	4 Bs.

2.9.2.1 ESTRATEGIA DE PRECIO:

Para la fijación del precio de el agua fresca de banano, la empresa tendrá en cuenta los siguientes:

1. Factores Externos



Los precios de la **competencia** (que oscila desde Bs. 1 productos con similares características), será un punto importante a considerar, porque para la empresa, un valor con un diferencial superior muy alto, lo haría poco atractivo al comprador. Sin embargo, en el momento de decisión de compra de un producto, en la actualidad se puede observar que el mercado busca calidad y dan menos importancia en la decisión del precio. De igual forma, un precio inferior al de la competencia (en Precio), podría quitar credibilidad a las características nutricionales del producto

2. Factores Internos

El costo de producción del producto será el punto de partida para la fijación del precio real del mismo. CHAMBEE S.R.L., manejará un margen de utilidad que le permita tener una rentabilidad. .

“Por ser un producto nuevo, ingresará al mercado con un precio que corresponda al costo de producción más un margen de utilidad, procurando ser un precio atractivo frente a la competencia, sin llegar a ser bastante inferior al mismo”.

2.9.3 PLAZA:

La empresa distribuirá sus productos en la Ciudad de Caranavi donde es un lugar de alta concurrencia así mismo se distribuirá al Municipio de Alto Beni El promotor de ventas distribuirá el producto a comerciantes mayoristas y minoristas obteniendo de esta manera quienes se encargaran de la comercialización hacia nuestros consumidores finales.



2.9.3.1 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

La empresa penetrará a nuevos mercados. Por tanto, distribuirá y comercializará su producto a Municipios cercanos más concurridos de la Ciudad de Caranavi.

La estrategia de distribución constituye un factor de mucha importancia para la empresa CHAMBEE S.R.L., ya que de esta se deriva la forma en que será comercializado el producto y por ende, como llegará al consumidor final.

CHAMBEE S.R.L. Distribuirá su producto de la siguiente forma:

- **Año 1:** La empresa comenzará Estrategia de distribución indirecta.
- Se llega al consumidor final mediante intermediarios mayoristas y minoristas.
- Estrategia de distribución intensiva

Colocar nuestros productos en los máximos canales posibles.

- Buscar mejores canales de distribución e intensificar los esfuerzos para ampliar el alcance y la disponibilidad del producto en el mercado.
- **Año 2:** La empresa ampliará la cobertura en los establecimientos, agencias, almacenes de mayor afluencia de la ciudad de Caranavi.
- **Año 3:** La empresa extenderá la cobertura con relación al año anterior.

Productor Consumidor Final

- **Año 4:** La empresa ingresara al Departamento más conveniente y cercanos (La Paz).
- **Año 5:** La empresa ampliara su distribución en los años posteriores



2.9.4 PROMOCIÓN O PUBLICIDAD:

2.9.4.1 ESTRATEGIA PUBLICITARIA:

Para realizar la estrategia publicitaria se utilizará lo siguiente: La radio elegida es Tropical y Progreso, que tiene un alcance hasta la ciudad de Caranavi, se emitirán tres veces por semana, durante tres meses. En las redes sociales, se abrirá una página de la empresa CHAMBEE S.R.L., para dar a conocer el producto y crear una relación con el cliente, brindándole información sobre el producto. Estas características estarán presentes en todos los diseños de la empresa, desde las publicaciones en redes sociales, radio, y otros medios.

3 OPERACIONES:

El objetivo central de este análisis es determinar la producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles que satisfagan la demanda, para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, procesos, recursos humanos, proveedores, y otros aspectos de requerimiento.

La producción que se logre alcanzar es para atender las ventas que se identificaron en el estudio de mercado.

3.1 DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO:

En esta parte del proyecto se identificara una proyección del prototipo del producto que se busca insertar en el mercado, identificando todas las características que se pretende ofrecer en un nuevo producto. Por otra parte,



se mostrara todas las cualidades que hacen al producto distinto de los existentes en el mercado del Municipio de Alto Beni y la ciudad de Caranavi.

En los siguientes acápite, el trabajo se concentra en la descripción técnica y funcional del producto. Es decir primero: cuáles son sus componentes nutricionales, sus ingredientes, las características del envase del producto, entre otros.

En segundo término, realizar una descripción funcional. Dar indicios sobre la manera de ingerir el producto y las cualidades que brinda al momento de su consumo.

3.1.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y FUNCIONAL DEL PRODUCTO

Agua Fresca de Banano elaborada con plátano amarillo, benzoato de sodio, sorbato de potasio, estabilizante, aprobado bajo Normas de **SENASAG**.

Este producto ya viene listo para consumir, en una presentación en envase de sachet de 200 ml.



Imagen N°. 2 Descripción Técnica y Funcional del Producto



Diseño Exterior: Color Amarillo, llevanombre de la marcade la empresa, del producto, el lema, cantidad del contenido, fecha de vencimiento, cuadro nutricional del producto, entre otros.

Especificaciones del Envase

Al presentarse Agua fresca de banano como un nuevo producto dentro el mercado del Municipio de Alto beni y la ciudad de Caranavi, se busca que el mismo tenga impacto. Por ello tampoco se descuida la presentación del envase. Sus especificaciones centrales del mismo, son las siguientes:



Cuadro N°. 11 Especificaciones del Envase



El envase de sachet es un tipo de bolsa hermética descartable de forma rectangular de 12 cm x 9 cm de tamaño, textura lisa al tacto, compuesto por laminas que conserva y protege el producto que contiene en su interior. Utilizado para alimentos líquidos sensibles, con cerrado hermético que permite una mayor vida útil.

Los materiales utilizados en los envases son plásticos flexibles como ser Polipropileno biorientado que otorga al envase propiedades antimicrobianas, con altos niveles de asepsia y de conservación de contenidos.

A continuación se presenta la tabla nutricional de la agua fresca de banano. Este análisis fue definido en función a los productos que presentan ciertas características similares al producto y mediante informaciones documentales de nutrición del producto de plátano amarillo basado especialmente en una materia prima incorporada en el proceso productivo. Pero, fundamentalmente se consideró como fuentes primarias sobre este tema a profesionales del área



de la producción de alimentos de manera industrial. A partir de estos puntos de vista, se propone la tabla nutricional de agua fresca de banano de plátano, producida por la empresa **CHAMBEE S.R.L.**

Cuadro Nº. 12 Información Nutricional del Agua Fresca de Banano

Contenido Nutricional		
Plátano Amarillo (100 g).		
Tamaño de la porción		100 g
	Por porción	%IR*
Energía	510 kj	6%
Grasa	0,37g	1%
Grasa Saturada	0,143g	1%
Grasa Monoinsaturada	0,032g	
Grasa Poliinsaturada	0,069g	
Carbohidrato	31,89g	12%
Azúcar	15g	17%
Fibra	2,3g	
Proteína	1,3g	3%
Sodio	4mg	
Colesterol	0mg	
Potasio	499mg	25%

Fuente:

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjU7Y-](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjU7Y-FsIX3AhUlt5UCHbODDuMQFn0ECAcQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.hogarmania.com%2Fsalud%2Fbiene)

[FsiX3AhUlt5UCHbODDuMQFn0ECAcQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.hogarmania.com%2Fsalud%2Fbiene](https://www.hogarmania.com%2Fsalud%2Fbiene)
<star%2Fdieta-sana%2Fplatano-nutritivo-energetico-6013.html&usg=AOvVaw1TZG7EyUrr-BQSzAeoYbb2>



Cuadro N°. 13 Agua Fresca de Banano 200 ml

Contenido Nutricional		
Agua fresca de banano (200 ml).		
Tamaño de la porción		100 g
	Por porción	%IR*
Grasa	0,37 ml	1%
Grasa Saturada	0,143 ml	1%
Grasa Monoinsaturada	0,032 ml	
Grasa Poliinsaturada	0,069 ml	
Carbohidrato	31,89 ml	12%
Azúcar	15 ml	17%
Fibra	2,3 ml	
Proteína	1,3 ml	3%

3.1.2 DESCRIPCIÓN FUNCIONAL

- **Energía:** provee suficiente carbohidratos al cuerpo humano.
- **Aprendizaje:** Gracias al potasio que contiene nos ayuda en el aprendizaje
- **Anemia:** contiene hierro que estimula la producción de hemoglobina en la sangre y favorece la formación de glóbulos rojos



- Deportistas: por su alto contenido en potasio previene los calambres y constituye una fuente de energía que nuestro cuerpo asimila con facilidad.

3.1.3 CARACTERÍSTICA DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO

- **Los recursos materiales:** ambientes adecuados para el proceso de producción, área de recepción, biblioteca, área de esparcimiento, etc.
- **Los recursos humanos:** Personal capacitado en control de calidad del producto terminado.

3.1.4 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Imagen N°. 3 Características del Producto



Es un producto que pertenece al tipo de bienes de consumo dentro la gama de bebidas refrescante elaborada con plátano amarillo, benzoato de sodio, sorbato de potasio y estabilizantes.

Es un producto con valor nutricional, debido a la incorporación en su elaboración de una materia prima esencial e importante en la alimentación del ser humano de 5 a 50 años de edad.



3.1.5 FUNCIONES DEL PRODUCTO.

- ✚ El producto debe agitarse antes de consumir y una vez abierto debe mantenerse refrigerado.
- ✚ Refresco alimenticio que puede ser consumida a cualquier hora del día.
- ✚ La carga de beneficios y nutricional que posee, aporta nutrientes al organismo.
- ✚ Tiene una vida útil de 3 meses a partir de la fecha de producción y necesita refrigeración a 4 C°, sin embargo se recomienda consumirla fría.
- ✚ Producto novedoso y de valor nutricional, para las personas de 5 a 50 años de edad.

3.1.6 BENEFICIOS DEL PRODUCTO.

Se obtendrán los siguientes beneficios:

- ✚ Por su alto contenido en potasio nivela el agua y el sodio del cuerpo. Reduciendo la presión arterial, en caso de que este alta.
- ✚ Estimula la producción de hemoglobina, lo cual ayuda a prevenir la anemia.
- ✚ Mejora la digestión y previene el estreñimiento por su alto contenido de fibra.
- ✚ Es alta en vitamina C y ácido fólico.
- ✚ Contiene triptófano, un aminoácido esencial para el sistema nervioso.
- ✚ Incrementa la serotonina el cual ayuda a combatir la depresión.



3.2 PROCESO DE PRODUCCION:

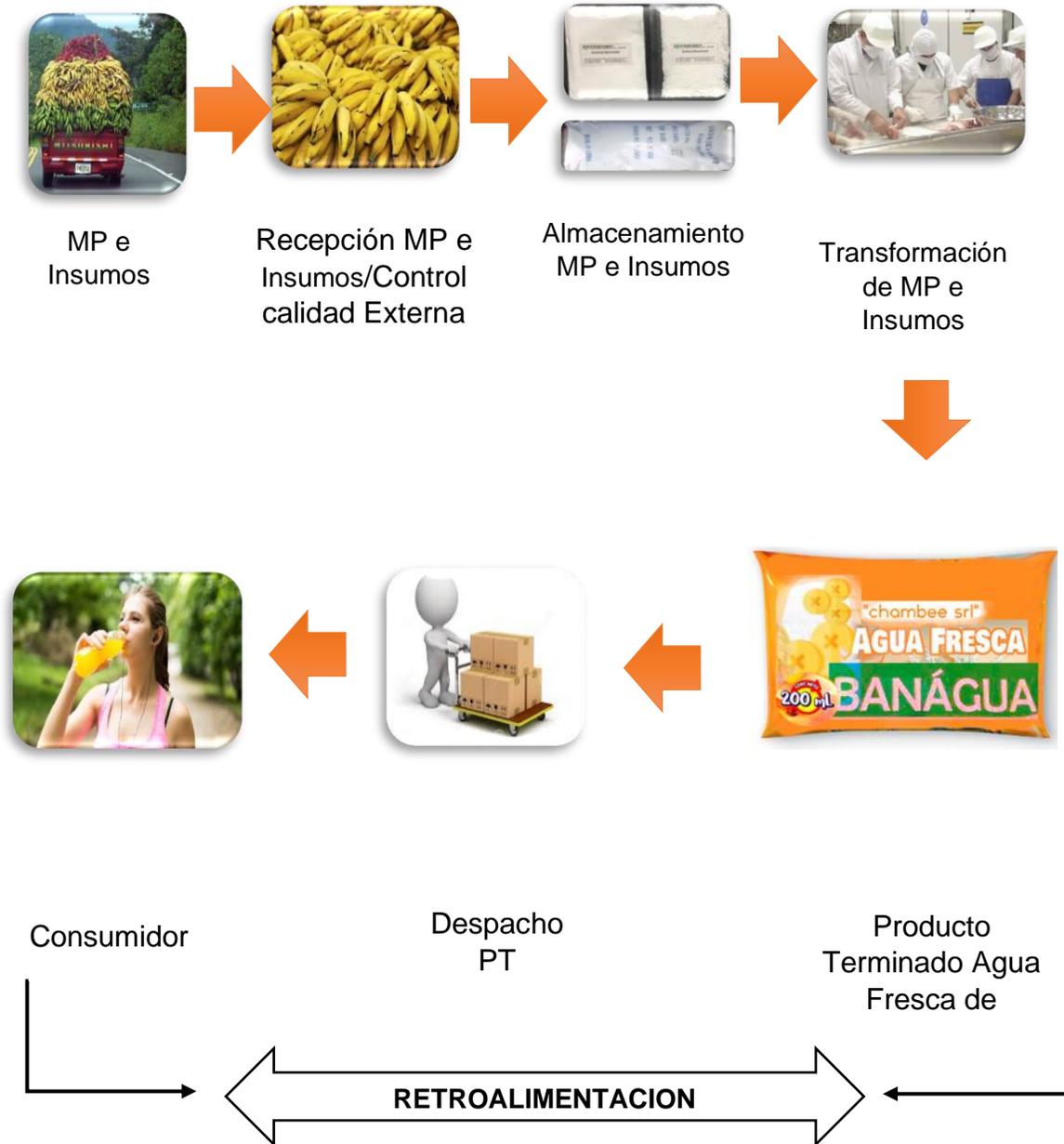
Se identificará el tipo de proceso de producción que será puesto en marcha para la elaboración de Agua fresca de banano. Tomando en cuenta las características que llevaran a la empresa a la elección del tipo de proceso con el cual se obtendrá el producto.

3.2.1 TIPO DE PROCESO:

La empresa “CHAMBEE S.R.L.”, tiene una Estrategia de Operación y un Proceso de Transformación por Flujo en Línea, debido a que la materia prima y los productos en proceso se tratan de la misma manera y por tanto el flujo de trabajo es relativamente continuo hasta completar el producto terminado.

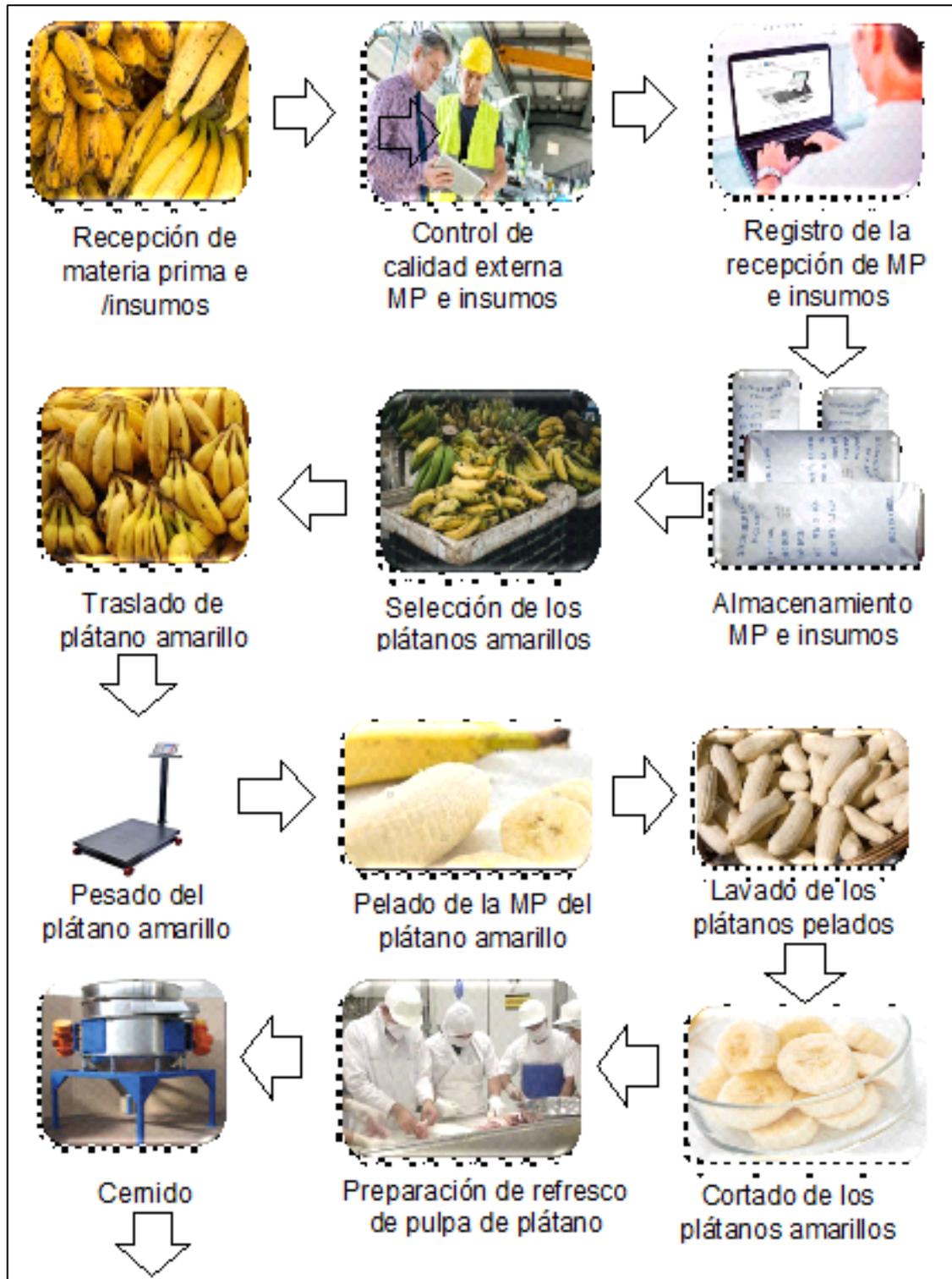


3.2.2 DIAGRAMA DE EXPLOSIÓN





3.2.3 DIAGRAMA DE ESPECIFICACIONES



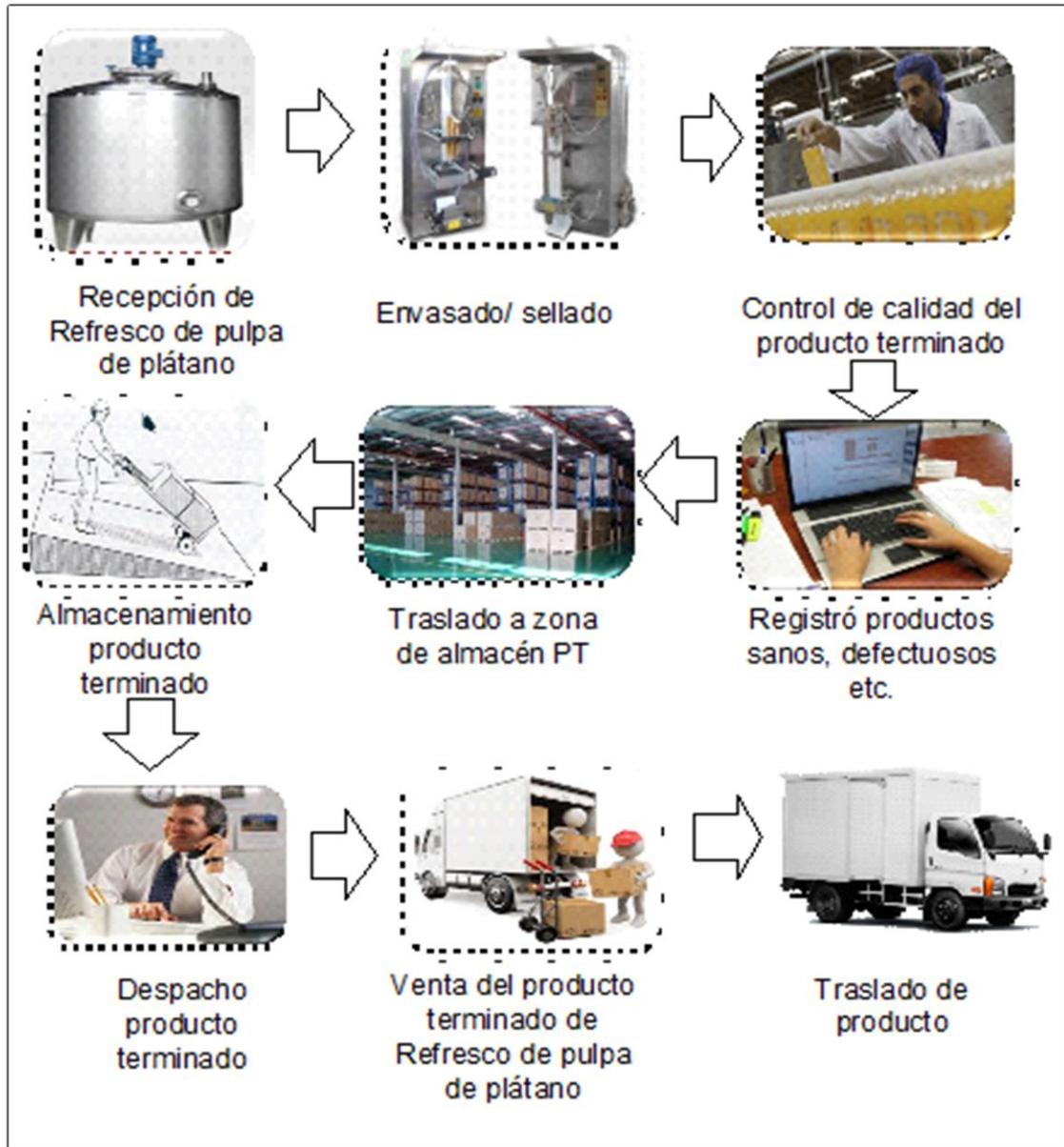


Imagen Nº. 4 Diagrama de Especificaciones



3.2.4 HOJA DE OPERACIONES Y RUTA:

Cuadro N°. 14 Hoja de Operaciones

HOJA DE OPERACIONES Y RUTA PARA EL PROCESAMIENTO DE AGUA FRESCA DE BANANO			
Nombre del Componente: PROCESAMIENTO DE AGUA FRESCA DE BANANO			
Número del Procesamiento: 1			
Fecha de Emisión: 09/06/2020			
Fecha de Terminación: 10/06/2020			
Trabajado por: "CHAMBEE S.R.L."			
Nº OPERACIÓN	Descripción de la Operación	Departamento/Área	Maquinaria, Equipos y/o Instalación
	Confirmación de adquisición de los Proveedores	Oficina	Teléfono
1	Recepción MP e insumos	Almacén MP e Insumos	Carretillas de traslado, de cajas de plátano y estante para insumos.
2	Control de Calidad Externa y Registro en base de datos: MP e Insumos.	Almacén MP e Insumos.	Computadora, refractómetro, pesa electrónica y báscula digital.
3	Almacenamiento de MP e Insumos	Almacén MP e Insumos	personal
4	Selección de la materia prima de plátano amarillo.	Almacén MP e Insumos	personal
5	Traslado de MP (Plátano) para proceso	Producción	Carretilla de carga



6	Lavado del plátano amarillo	Producción	Lavandería de MP
7	Pesado del plátano amarillo	Producción	Balanza para pesar la MP en kilos.
8	Pelado de la MP de plátano amarillo.	Producción	Mesa de pelado de plátano amarillo.
9	Lavado de los plátanos pelados.	Producción	Bañadores de aluminio
10	Cortado de los plátanos amarillos	Producción	Cuchillo inoxidable
11	Cocción del plátano amarillo	Producción	Olla eléctrica
12	Enfriado de agua fresca de banano.	Producción	Refrigeración maquina frigorífica
13	Cernido del agua fresca de banano.	Producción	Maquina Tamizadora
14	Envasado y Sellado	Producción	Maquina Envasadora/ Selladora /Etiquetadora
15	Control Calidad del Producto Terminado y Registro en base de datos.	Almacén Producto Terminado	Refractómetro y computadora
16	Despacho Producto Terminado	Inventario	Carro de traslado, contenedor de PT.



3.2.5 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PARA EL PROCESAMIENTO DE AGUA FRESCA DE BANANO								
DIAGRAMA DEL FLUJO DEL PROCESO								
RESUMEN			Nº	MINUTOS	Operación: Procesamiento de Agua Fresca de Banano			
<p>○ OPERACIÓN</p> <p>➡ TRANSPORTE</p> <p>△ ALMACENAMIENTO</p> <p>Ⓣ DEMORA</p> <p>□ INSPECCION</p> <p>TOTAL</p>			17	1093	Departamento: 7			
					Componente:1			
					Hoja: 1			
Nº	Distancia de Desplazamiento (metros)	Tiempo (min)	Operación	Transporte	Almacenamiento	Demora	Inspección	Descripcion del Procesamiento o Actividad
1	1000	1	○	➡	△	Ⓣ	□	Confirmacion con los proveedores para despacho de cantidades requeridas de mp e insumos.
2	2	30	○	➡	△	Ⓣ	□	Control calidad externa (inspeccion de la mp e insumos de los proveedores) registrar cantidades



								recibidas en la base de datos.
3	2	100	○	⇒	△	⊐	□	Selección y almacenamiento de la materia prima de plátano amarillo.
4	4	50	○	⇒	△	⊐	□	Traslado de mp (plátano): para proceso
5	3	70	○	⇒	△	⊐	□	Pesado de materia prima e insumos para su posterior traslado a la zona de preparación.
6	5	200	○	⇒	△	⊐	□	Pelado de la mp de platano amarillo
7	2	80	○	⇒	△	⊐	□	Lavado de los platanos pelados
8	1	200	○	⇒	△	⊐	□	Cortado de los platanos amarillos
9	2	30	○	⇒	△	⊐	□	Preparacion de Agua Fresca de Banano
10	1	15	○	⇒	△	⊐	□	Cernido agua fresca de banano
11	4	10	○	⇒	△	⊐	□	Recepcion de Agua Fresca de Banano
12	5	97	○	⇒	△	⊐	□	Envasado/sellado /etiquetado

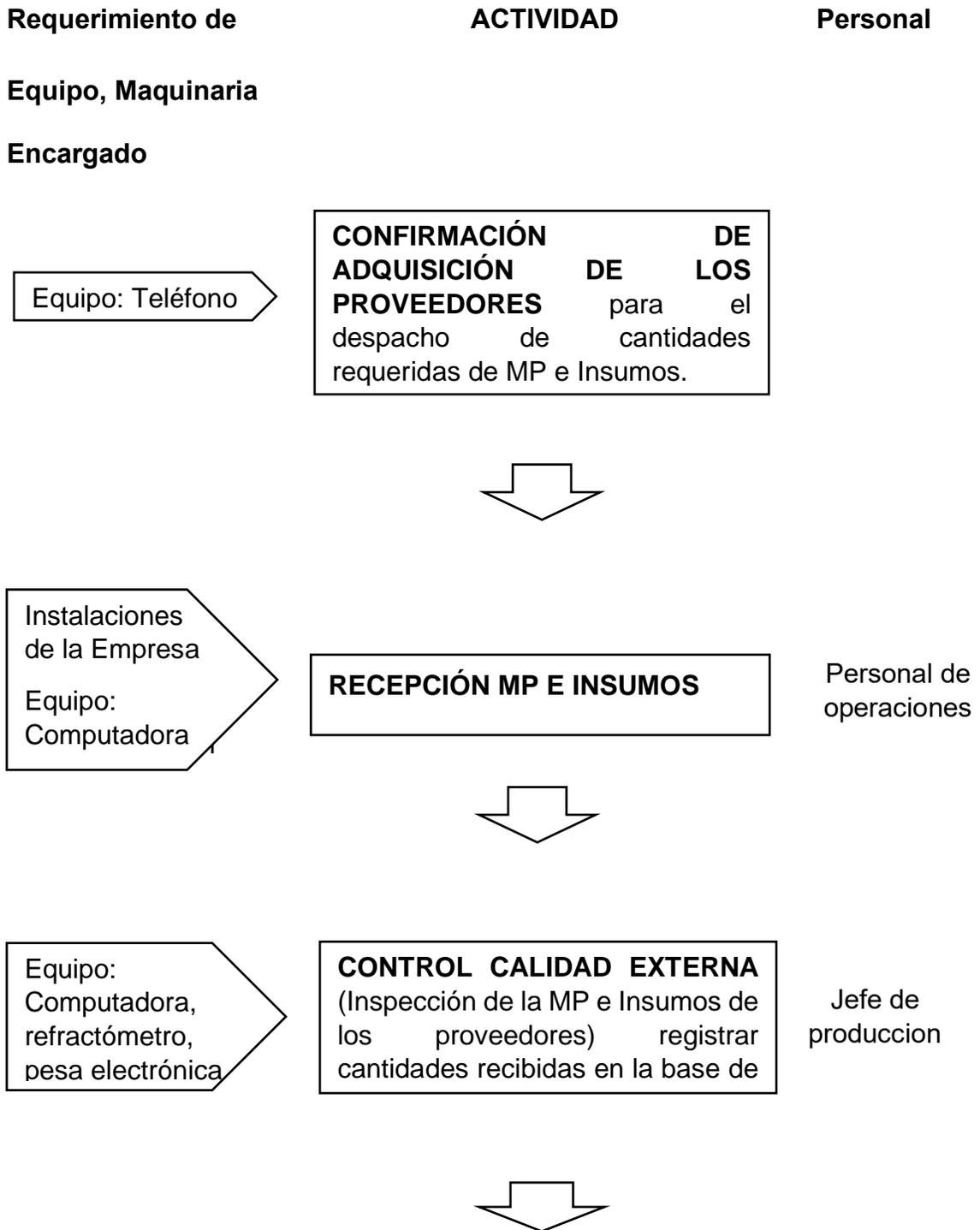


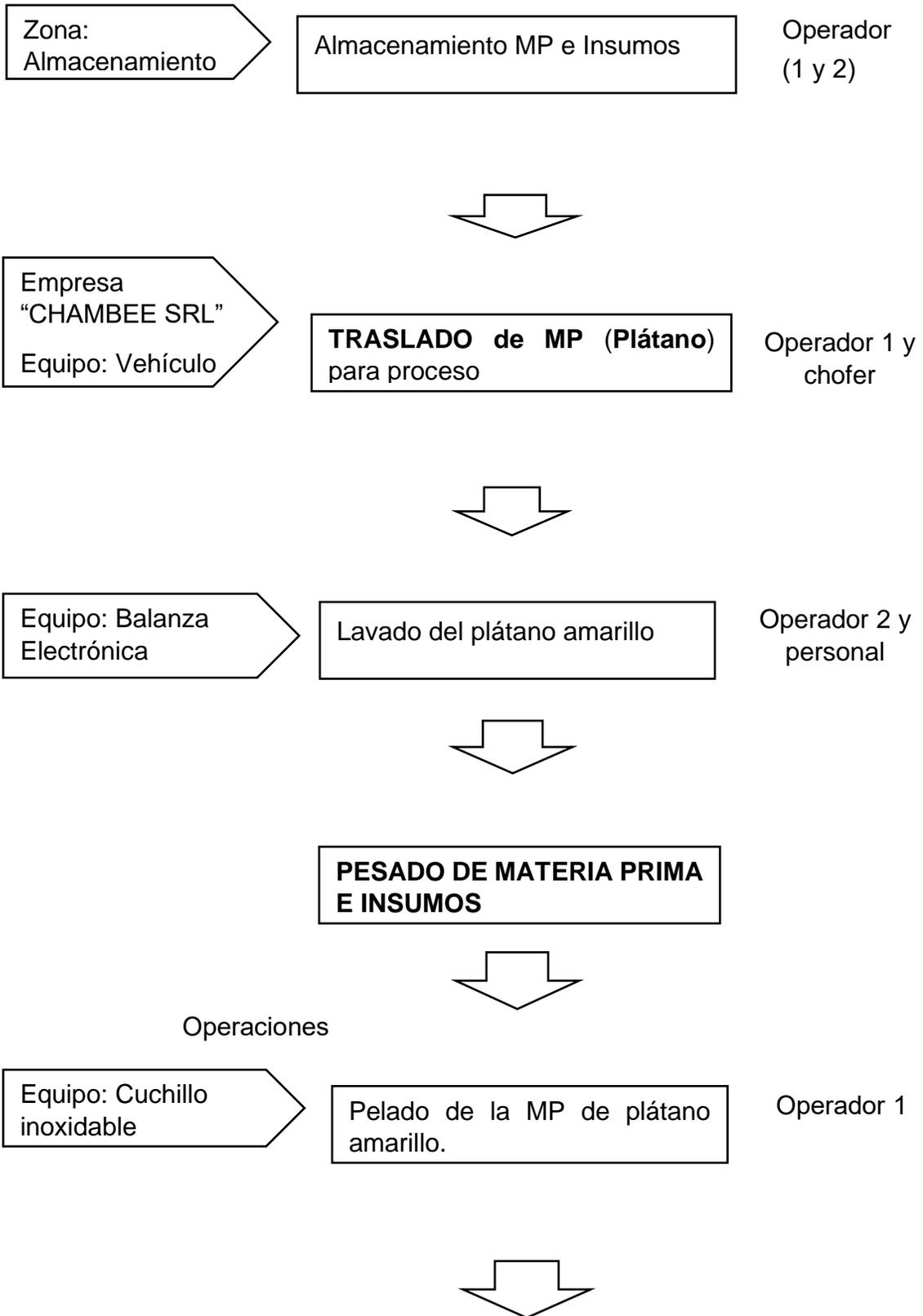
13	6	10	○	⇒	△	□	□	Control de calidadpt prueba e inspección del producto
14	7	50	○	⇒	△	□	□	Registro en la base de datos: productos sanos, defectuosos, desperdicios y otros.
15	8	60	○	⇒	△	□	□	Transportar Producto Terminado
16	8	30	○	⇒	△	□	□	Almacenamiento Producto Terminado
17	10	60	○	⇒	△	□	□	DESPACHO PRODUCTO TERMINADO

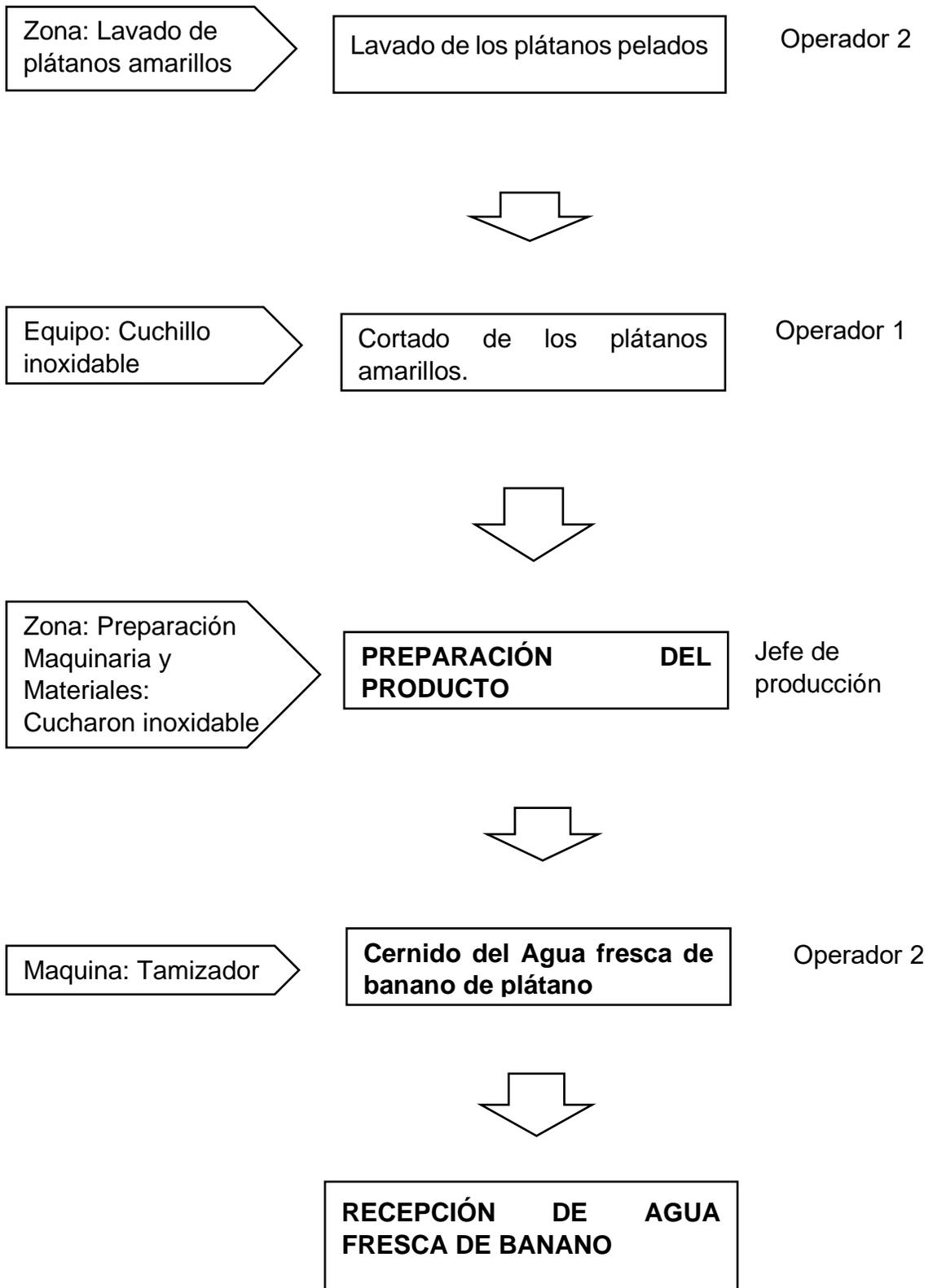
Cuadro Nº. 15 Diagrama de Flujo de Proceso

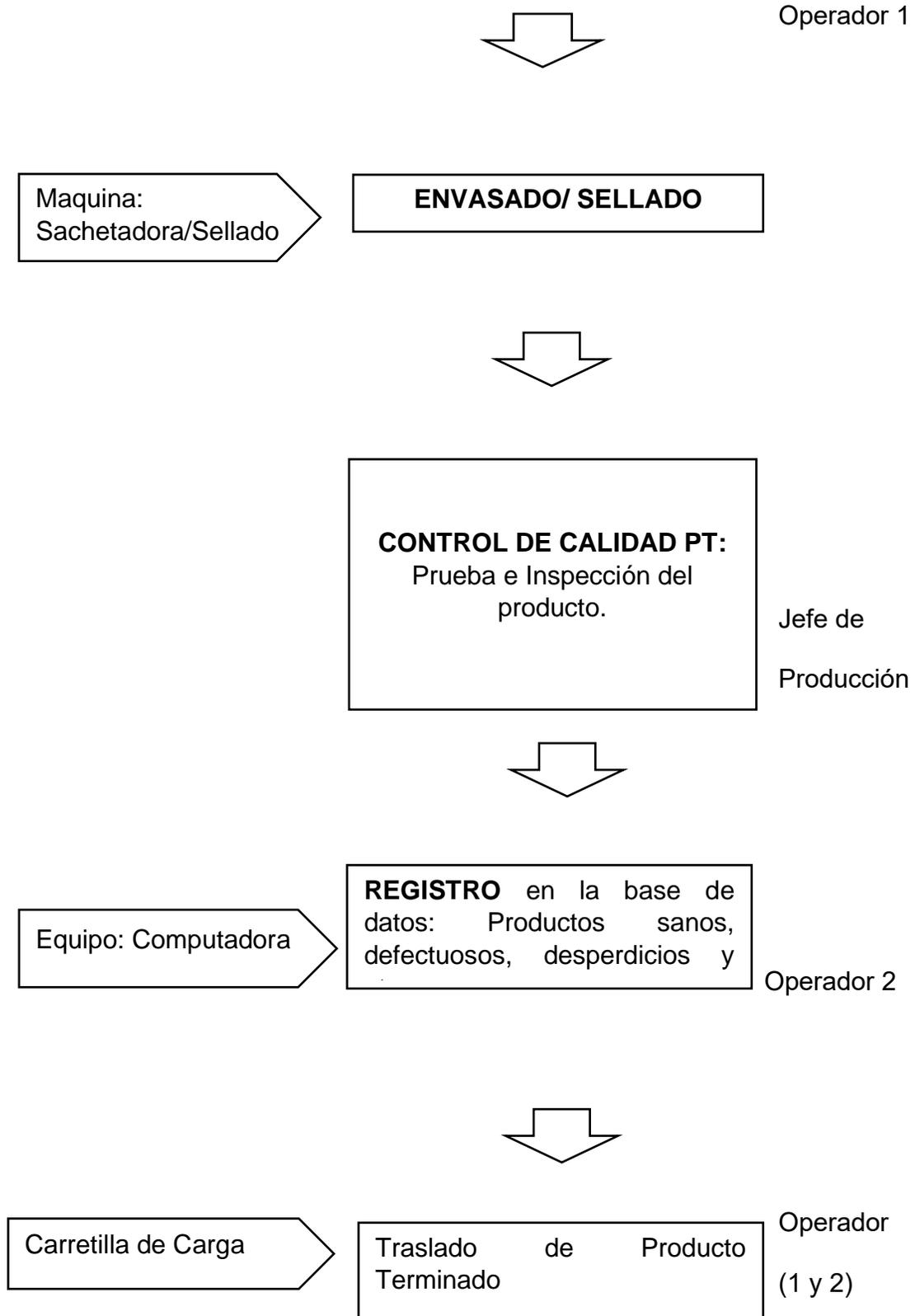


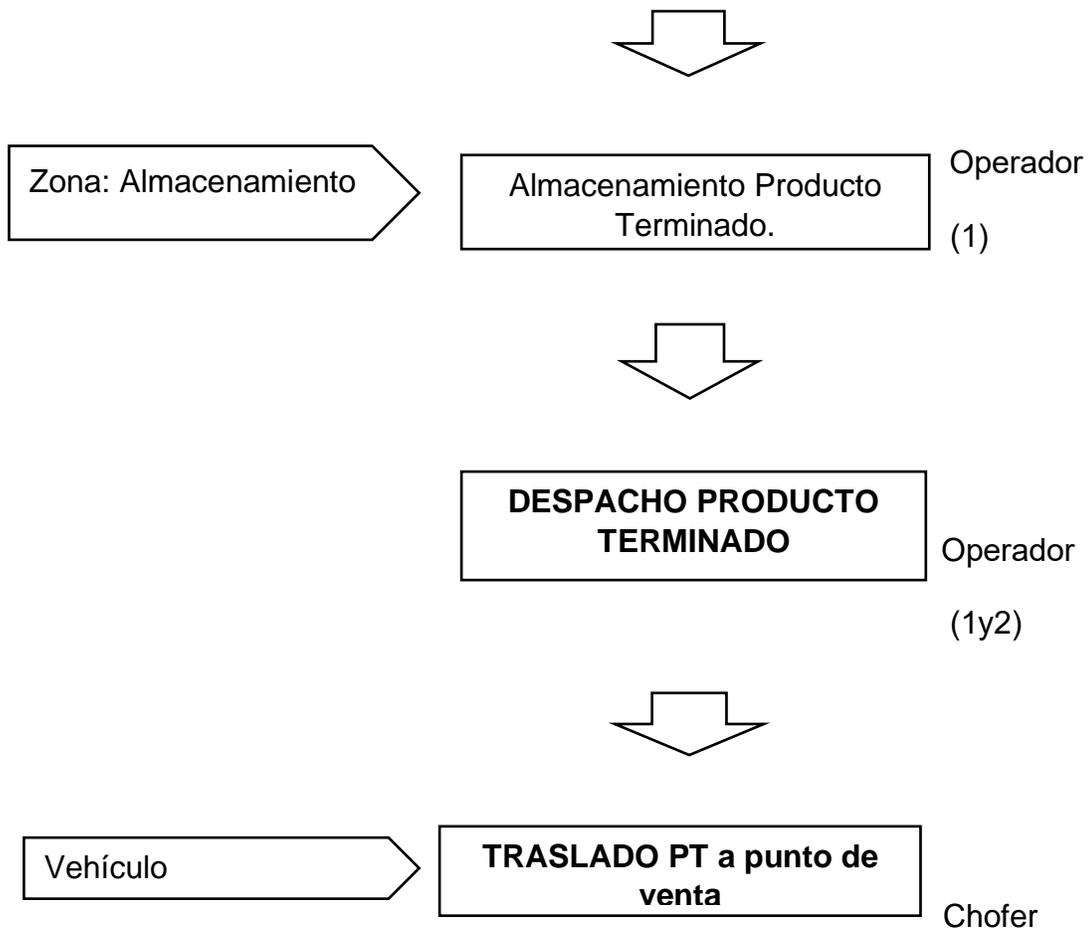
3.2.6 DESCRIPCIÓN DE FASES Y TAREAS POR PUESTOS











Fuente: Elaboración Propia



3.2.7 DESCRIPCIÓN DETALLADA DE ACTIVIDADES DURANTE EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO

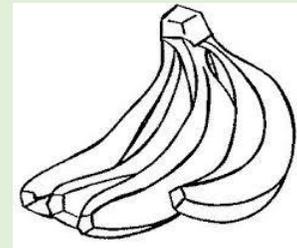
CONFIRMACIÓN CON LOS PROVEEDORES

En esta primera fase se realiza la confirmación con todos los proveedores de Materia Prima e Insumos con una semana de anticipación, es necesaria esta fase para asegurar las cantidades requeridas para la empresa.



RECEPCIÓN MATERIA PRIMA E INSUMOS

La recepción de la Materia Prima e Insumos se realizará en sus fuentes de almacenamiento correspondientes y a la misma vez registrados en un formato de base de datos “recepción de materias primas e insumos” diseñado por la empresa para el control adecuado de esta actividad.



CONTROL DE CALIDAD EXTERNA (Inspección de la Materia Prima e Insumos de los proveedores)



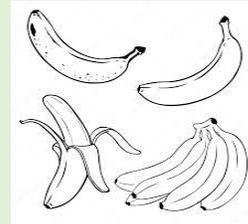
Registrar las cantidades recibidas en la base de datos.

Es la inspección que se hace al momento de recibir la materia prima e insumos de los proveedores. Por políticas de la empresa, una vez se recibe la materia prima e insumos se verifican las cantidades y su registro posterior.



SELECCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE MATERIA PRIMA

Se almacena las Materias Primas: Plátano y los Insumos (Benzoato de sodio, estabilizantes) en sus respectivos receptores de almacenamiento una vez pasado por el control de calidad y para su uso posterior en el proceso productivo.

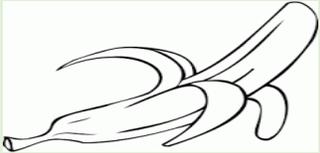
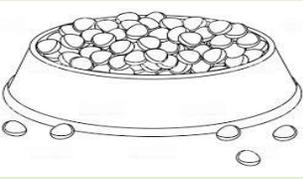


TRASLADO DE MATERIA PRIMA (Plátano)

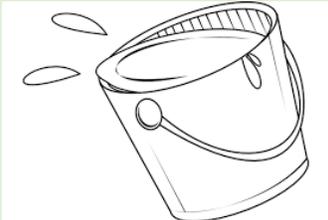
Una vez seleccionado los plátanos maduros, se traslada al proceso de preparación de la empresa "CHAMBEE S.R.L." Este proceso es





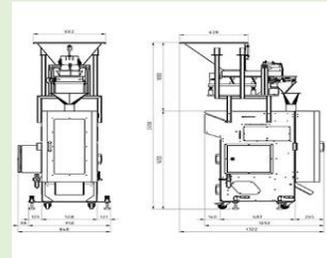
<p>extremadamente cuidadoso desde el traslado de la materia prima.</p>	
<p>PESADO DE MATERIA PRIMA E INSUMO</p>	
<p>Después de realizar el pesado de la materia prima, pasa a la zona de preparación.</p>	
<p>PELADO DE LA MATERIA PRIMA (Plátano)</p>	
<p>Posteriormente pasa al proceso de pelado del plátano amarillo.</p>	
<p>LAVADO DE LA MATERIA PRIMA DEL PLATANO PELADO</p>	
<p>En esta operación se realiza el lavado de la pulpa del plátano pelado para su respectivo proceso.</p>	
<p>CORTADO DE LOS PLÁTANOS AMARILLOS</p>	
<p>Pasa al siguiente proceso que consiste en el cortado del plátano amarillo en trozos.</p>	



PREPARACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO	
<p>En este proceso se realiza la mezcla del plátano amarillo y agua. Para su respectiva cocción.</p>	
CERNIDO DE AGUA FRESCA DE BANANO	
<p>Posteriormente pasa al proceso de cernido para que no quede restos de plátano.</p>	
RECEPCIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO	
<p>Una vez terminada la mezcla de todos los componentes necesarios para su producción se obtiene Agua Fresca de Banano en su primera etapa.</p>	
ENVASADO/ SELLADO	



En este proceso se realiza su respectivo envasado de Agua fresca de banano.



CONTROL DE CALIDAD PRODUCTO TERMINADO: Prueba e Inspección del Producto Final.

De igual forma, una vez el producto haya sido procesado, envasado y etiquetado se realizará la inspección aleatoria (se escoge 1 Agua Fresca de Banano) donde se evaluarán las características fisicoquímicas del producto, al igual que el estado del material del envasado y etiquetado.



En caso de que el empaque presente alguna inconsistencia, defecto o carencia será impedido para su comercialización

Además, la empresa apoyará el desarrollo de sus procesos y actividades en el manual de Calidad diseñado.

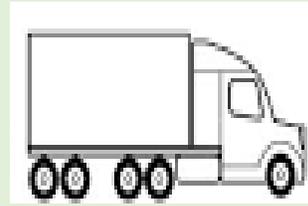
REGISTRO en la base de datos: Productos sanos, defectuosos, desperdicios y otros.



<p>Durante esta actividad se hará el registro de los productos que hayan tenido defectos durante la elaboración, datos que nos servirá para analizar los fallos producidos y estos serán mejorados en procesos posteriores.</p>	
<p>ALMACENAMIENTO PRODUCTO TERMINADO</p>	
<p>Se los almacenará a los productos terminados de una forma adecuada y cuidados necesarios. Refrigerado a una temperatura de 4°C, y en condiciones adecuadas de higiene, con el fin de estimar su vida útil.</p>	
<p>DESPACHO PRODUCTO TERMINADO</p>	
<p>Se ejecutará el despacho del producto terminado, bajo las exigentes condiciones de cuidados y calidad hasta el punto de venta exclusivo de la empresa.</p>	
<p>TRASLADO PRODUCTO TERMINADO A PUNTO DE VENTA</p>	



El proceso de producción termina con el traslado de los productos terminados hasta el punto permitido de comercialización a la sociedad. Debidamente envasados, etiquetados y verificados por el control de calidad, aptos para su consumo.



3.2.8 PERSONAL, CARGOS Y FUNCIONES

Para establecer la mano de obra directa se tuvo en cuenta la cantidad de materia prima e insumos necesarios para producir las unidades definidas en el plan de producción y los tiempos de ejecución de las operaciones, es decir la capacidad operativa.

Para obtener estos tiempos se realizó una simulación del proceso de elaboración de Agua fresca de banano, en la que se calculó el tiempo que empleaba una persona en realizar las operaciones necesarias. Adicionalmente, a este tiempo se le sumó el suplemento de fatiga del 1% causado por la ejecución del trabajo. El tiempo total obtenido se denomina capacidad operativa. En la siguiente tabla se presentan los tiempos por actividad **calculados** para la elaboración del producto.

Supuestos:

Días hábiles por mes: 24



Jornada laboral: 8 horas

3.2.9 ACTIVIDADES POR TIEMPOS

ACTIVIDADES		TIEMPO	
		SEGUNDOS	MINUTOS
FORMULACIÓN	Confirmación con los proveedores para despacho de cantidades requeridas de Materia Prima e Insumos.	60	1
	Control calidad externa (Inspección de la MP e Insumos de los proveedores) Registrar cantidades recibidas en la base de datos.	1800	30
	Selección y almacenamiento de la materia prima (Plátano amarillo)	6000	100
	Traslado de MP (Plátano)	3000	50
	Pesado de Materia Prima e Insumos para su posterior	4200	70



	traslado a la zona de preparación.		
	Pelado de la mp de plátano amarillo.	12000	200
	Lavado de los plátanos pelados.	4800	80
	Cortado de los plátanos amarillos.	12000	200
	Preparación de Agua fresca de banano	1800	30
	Cernido de Agua fresca de banano	900	15
	Recepción de Agua fresca de banano	600	10
AGUA FRESCA DE BANANO	Envasado/sellado	5820	97
	Control de calidad pt prueba e inspección del producto.	600	10
	Registro en la base. Productos sanos, defectuosos desperdicios y otros.	3000	50
	Transportar Producto Terminado	3600	60



Almacenamiento Terminado	Producto	1800	30
Despacho terminado	producto	3600	60
Tiempo total requerido en semana		65580	1093
Tiempo Promedio			2.8
Tiempo Mínimo		60	
Tiempo Máximo		12000	

Cuadro N°. 16 Actividades por Tiempos

3.3 MÁQUINARIAS, EQUIPOS, VEHICULOS

3.3.1 MAQUINARIA Y EQUIPO

Descripción:	Características:	Capacidad de producción:
Olla eléctrica SLOWBEER	Modelo: SLOWbeer Plus 500-1000L. Consumo eléctrico : 35Kw Realizado de acero inoxidable AISI 304 Velocidad de calentamiento: 1°C/min Enfriado: de 100°C a 18°C Olla eléctrica para la cocción del Agua fresca de banano, tiene panel de control pantalla táctil el sistema de monitorización	La capacidad de producción de la maquina Slow Beer es de 500 a 1000 mil litros. Permite medir la calor



<p>Precio:18.000 Bolivianos</p> 	<p>son de fácil gestión de modo que puedes controlar tú mismo de enfriado y calentamiento, el encendido y apagado de la bomba si como su velocidad, tres cronómetros independientes con prealarma y alarma.</p> <p>largo:750mm Ancho: 700mm Alto:800mm Categoría según reglamento: clase primera</p>	<p>mediante la cocción a los 55° a 72°,para la transformación del plátano</p>
<p>Tamizador para cernir el producto cocido</p>  <p>Precio:3000 Bolivianos</p>	<p>La tamizadora industrial "ZEUS"FTL-0550 es ideal para realizar separaciones granulométricas de productos tanto para líquidos como para sólidos limpieza mediante anillos rosantes o ultrasonidos. Larga vida útil de la malla de tamiz. Estanca a polvos y a líquidos. Motor vibratorio directamente conexionado. Bajo consumo eléctrico</p>	<p>Garantizando una producción de 100 a 15000Kg/h dependiendo del producto , la abertura de la malla y el caudal de alimentación de la máquina</p>



<p>Máquina envasadora selladora de líquidos</p>  <p>chinapak Precio:15.000 Bolivianos</p>	<p>Modelo: SP-ZF2000</p> <p>Capacidad de embalaje: 100 ml-1000ml es ampliamente usada para todo tipo de líquidos. Esta máquina es elaborada en acero inoxidable el calibre, largo de la bolsa, temperatura del sellado, de corte son todos ajustables.</p> <p>Potencia: 2.5Kw</p> <p>Rango: 100-1000ml</p> <p>Voltaje: 220V/50Hz</p> <p>Consumo de corriente: 1800W</p>	<p>Eficiencia de producción 1300 bolsas/hora</p>
<p>Balanza industrial para pesar los insumos y la materia prima Mettler Toledo</p>  <p>Precio:1000 Bolivianos</p>	<p>Modelo: BBA221</p> <p>Pantalla táctil TFT a color de 4.5 pulgadas se puede usar con guantes de algodón, gran comodidad en sus tareas diarias las balanzas garantizan que el usuario no se tenga que preocupar por el pesaje, ya que dispone de unas características inteligentes avanzadas que aseguran las exigencias de garantía de calidad para procesos sin errores y con total trazabilidad.</p> <p>Alarma (aviso de sobrecarga y de baja capacidad del acumulador)</p> <p>Bandeja de acero inoxidable.</p>	<p>30 lb a 1000 l</p>



<p>Máquina de aire acondicionado</p>  <p>Precio: 1800 Bolivianos</p>	<p>Modelo: FSP-24 HDC</p> <p>Frigorías7hora:4500</p> <p>Voltaje: 220/240 V-50 Hz</p> <p>Consumo de frio/calor: 11.5 A</p> <p>Con una temperatura exterior inferior a 0 °C hasta un máximo de -15 °C y funcionando en calefacción.</p>	<p>Corriente de aire: 610 m³ hora</p>
--	---	--

Cuadro N°. 17 Requerimiento de Maquinaria

VEHÍCULO

<p>Vehículo: Para la distribución del producto Agua fresca de banano</p> <p>Precio: 85.000 Bolivianos</p>	
<p>Descripción: Una vez obtenida el “jugo de plátano” para su posterior traslado al proceso de comercialización a las tiendas mayoristas y minoristas debidamente empacados, se distribuirá de forma directa, utilizando camioneta (Furgón).</p>	
<p>Cantidad</p>	<p>1</p>



Características

- Marca: Hyundai
- Modelo: labo
- Año: 2012
- Color: blanco
- Transmisión: Caja mecánica
- Carrocería: baranda / furgón / furgón frigorífico.
- Combustible: Gasolina/GLP (gas licuado de petróleo)
- Camioneta frigorífica pequeña, tiene la capacidad de 1 Tonelada, 2 puertas traseras.
- Largo: 3.485 Metros
- Ancho: 1.40 Metros

Cuadro Nº. 18 Descripción Vehículo

3.3.2 MATERIALES

Descripción	Especificaciones	Funcionalidad
<p>Mesa de acero de aluminio</p> 	<p>Material de acero inoxidable, medidas: Largo: 5 metros Ancho: 3 metros Precio: 450 bs</p>	<p>De uso para la preparación de la formulación para el Agua Fresca de Banano.</p>



<p>Mesa para las oficinas</p> 	<p>Material de madera</p> <p>medidas:</p> <p>Largo: 1 metros</p> <p>Ancho: 65 cm</p> <p>Precio: 700 bs</p>	<p>De uso para las diferentes oficinas.</p>
<p>Estante de aluminio para almacenamiento de Insumos</p> 	<p>Mueble de aluminio, accesible para objetos livianos.</p> <p>Precio: 320 bs</p>	<p>Cubre la necesidad de almacenar los conservantes para el proceso productivo.</p>
<p>Cuchillos para pelar el plátano</p> 	<p>Marca: tramontina</p> <p>medidas:</p> <p>18 cm de largo</p> <p>3 cm de ancho Cuchillo inoxidable</p> <p>Código: 24609/084</p> <p>Precio: 70 bs</p>	<p>Nos sirve para el pelado del plátano.</p>
<p>Carretilla de carga para la materia prima</p> 	<p>Carro de carga para el transporte de pesos máximos de hasta 300 Kg. Diseño del carro con pala fija sin aristas y sujeción a una mano.</p> <p>Modelo AY-300.</p> <p>Precio: 250 bs</p>	<p>Necesario para el traslado del plátano desde el almacén hasta el punto de la maquina procesadora.</p>



<p>Bañador</p>  <p>Precio: 200 bs.</p>	<p>Bañador para colocar la materia prima de platano amarillo pelado.</p>	<p>Nos sirve para la preparación del producto.</p>
---	--	--

Cuadro N°. 19 Materiales



3.3.3 ROPA DE TRABAJO

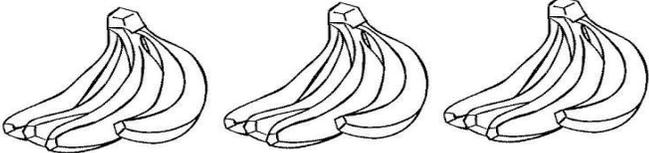
Descripción	Especificaciones	Función
<p>Gorros/Barbijos</p>  <p>descartables</p>	<p>Color Blanco y fácil presión de acuerdo a la dimensión de la cabeza.</p> <p>Marca: Norces</p> <p>Precio: 15 bs</p>	<p>Necesario por requerimiento de Higiene estricta en todos los procesos de Elaboración del producto.</p>
<p>Chaqueta</p>  <p>industrial</p>	<p>Cierre central por botones a presión metálicos, dos bolsillos interiores a la altura de la cabeza. Mangas regulables por botón a presión metálico.</p> <p>Adaptado al lavado Industrial.</p> <p>Precio: 50 bs</p>	<p>Indicado como ropa para industria Alimenticia.</p>
<p>Guantes</p> 	<p>Color Blanco de gran resistencia con material de Nitrilo.</p> <p>Precio: 10 bs</p>	<p>Uso para pelar el plátano o manejar diferentes objetos.</p>



<p>Botas de goma</p> 	<p>De diseño ultra liviano, ideal para usarlas sin perder comodidad y confort, diseñado especialmente para industrias alimenticias. Color blanco, fabricados bajo normas de calidad ISO 9001:2000</p> <p>Precio: 70 bs</p>	<p>Ideal para uso en industrias alimenticias requeridas por Seguridad Industrial del personal Operativo.</p>
---	---	--

3.4 DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA E INSUMOS

La materia prima y los insumos necesarios para la elaboración de Agua fresca de banano son los siguientes:

<p>Descripción del plátano</p>			
<p>Características</p>			
<p>Técnicas</p>	<p>Funcional</p>	<p>Calidad</p>	

Cuadro Nº. 20 Ropa de Trabajo



<p>El plátano es una fruta tropical de piel gruesa, pulpa carnosa y tonalidad blanca o ligeramente amarillenta y cuando está maduro tiene un sabor y un olor suave. Su nombre científico es Musa sp, de la familia Musáceas.</p> <p>Forma: tienen forma, alargada y algo curvado.</p> <p>Tamaño y peso: Los plátanos pesan de 220 a 290 gramos cada unidad</p> <p>Color: Los plátanos pueden ser de color amarillo verdoso y amarillo.</p>	<p>El plátano posee valor energético, un elevado contenido en azúcar un aceptable contenido en proteínas, siendo una buena fuente de ácido ascórbico vitamina C, vitamina B2, vitamina B y la vitamina A</p> <p>También se considera buena fuente de energía por la cantidad de almidones que posee. Provee además de ciertas cantidades de hierro, fósforo y minerales importantes en el metabolismo del cuerpo humano.</p>	<p>Los plátanos deberán ser de calidad superior a utilizarse, se pretende que posea las mismas características de la destinada a la exportación a fin de conseguir un Producto de calidad.</p>
---	--	--

Cuadro Nº. 21 Descripción de la materia prima

3.4.1 INSUMOS

Descripción	Características		
	Técnicas	Funcional	Calidad



<p>Benzoato de Sodio</p> <p><i>Precio: Bs. 20</i></p> 	<p>El benzoato de sodio es una sal del ácido benzoico, blanca, la sal es antiséptica y se usa generalmente para conservar los alimentos. Soluble en agua</p>	<p>Es ampliamente utilizado como conservantes de alimentos para evitar la fermentación y deterioro por fermentación bacteriana.</p>	<p>Este insumo es obtenido en razón de cumplir las normas de calidad establecidas por SENASAG.</p>
<p>Sorbato de Potasio</p> <p><i>Precio: Bs. 20</i></p> 	<p>Es un agente conservador que se puede usar solo o en combinación de otros, principalmente con el benzoato de sodio.</p>	<p>La función principal del sorbato de potasio es limitar, retardar o prevenir la proliferación de microorganismos que pueden estar presentes en los alimentos.</p>	<p>Es un conservante suave, fungicida y bactericida de elevada eficacia y seguridad recomendada por la OMS y la FAO.</p>



<p>Estabilizante</p>  <p>Precio: Bs 20</p>	<p>Su utilización confiere a los compuestos excelente estabilidad al calor y resistividad.</p>	<p>Perfilado para la alta durabilidad del producto.</p>	<p>Desarrollada dentro de la más alta tecnología para proveer el mercado. No afecta de manera significativa a las propiedades nutricionales del producto.</p>
---	--	---	---

Cuadro Nº. 22 Insumos

3.4.2 PROVEEDORES

Los proveedores requeridos para la elaboración del Agua Fresca de Banano, se dividen en dos: proveedores de materia prima e insumos.



3.4.3 PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA

Proveedor	Producto	Cantidad Cajas/Semanal	precio	Referencia
San Antonio	Plátano	95	16	Proveniente del Municipio de Alto Beni
Huachi		40		Proveniente del
Santa Ana		80		Municipio de Sud Yungas

Cuadro Nº. 23 Proveedores de Materia Prima

3.4.4 PROVEEDORES DE INSUMOS

Proveedor	Producto	Cantidad Kilos/Semanal	Precio	Referencia
Farmacia	Benzoato de sodio	2.9	20	71006432
	Sorbato de potasio	2.9	20	
	Estabilizante	2.9	20	

Cuadro Nº. 24 Proveedores de Insumos



En lo referente al envase individual, éste conserva las propiedades nutricionales del producto, no altera sus características organolépticas y alarga la vida útil del mismo.

El proveedor de los envases de sachet para el producto será la empresa ECOPLAST AMÉRICA S.R.L. por ser el que mejor flexibilidad de diseños a pedido del cliente que ofrece.

ECOPLAST AMERICA S.R.L. es una industria dedicada a la fabricación de envases desechables boliviana a requerimiento de la empresa (cliente), para abastecer a la industria nacional e internacional de envases de buena calidad, para entender las necesidades de las distintas empresas que precisan de un medio de empaque.

Ubicación de la Empresa ECOPLAST AMERICA S.R.L

Proveedor de envase



Imagen N°. 5 Proveedor de Envase



3.5 PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

El objetivo del plan de producción es definir los niveles de producción diarios que va a tener la empresa dependiendo de los pronósticos de ventas, los días laborales por mes y el inventario de seguridad.

Con base en estos parámetros, CHAMBEE S.R.L. define el plan de producción del Agua Fresca de Banano para el primer año de la siguiente manera:

Cuadro Nº. 25 Programación de la Producción

PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN 2020												
200 ml	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic
Días de producción	24	23	25	26	26	23	27	25	26	27	24	26
Nivel de producción Semana Bolsas de Sachet de (200 ml) de 100 unidades	145	145	145	145	145	195	195	195	195	195	145	145
Producción promedio bolsas de sachet (mes)	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580
Pronostico	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580
Inv. Final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



Para la elaboración del plan de producción del primer año, la empresa no tiene en cuenta inventario de seguridad, porque considerando su posición de empresa nueva no tiene datos históricos de ventas que le permitan hacer una estimación acertada del inventario. Sin embargo, la empresa tendrá en cuenta el inventario de seguridad para periodos posteriores, según el comportamiento de la demanda presentada por el producto.

Días de Producción: Son los días laborales que tiene cada mes en el año 2020.

Pronóstico: Son las proyecciones de ventas mes a mes que se calcularon en el capítulo de mercado.

Nivel de Producción (Día): $(\text{Pronóstico} + \text{Inv. Seguridad (0)} - \text{Inv. Final Periodo Anterior}) / \text{Días de Producción}$.

Producción: Se multiplica el nivel de producción diario por el número de días de producción.

Inventario Final: $\text{Inv. Final periodo anterior} + \text{Producción} - \text{Pronóstico}$.

3.5.1 INVENTARIOS

En neste punto se estima la participación de un encargado de almacén Chambee SRL, siendo esta responsabilidad de vital importancia en cuanto al control de la materia prima e insumos, así como los productos en proceso y terminados. La cantidad de producción mensual del producto, es considerable



por lo que se debe contar con una administración y control de los movimientos del almacén.

3.5.1.1 Materia Prima

Considerar la estandarización de procesos y el control de su eficacia en uno de los mayores retos que todas las empresa productoras y comercializadoras tienen.

Para el manejo de materia prima e insumos se implementará el Sistema Peps (Primeros en entrar, primeros en salir), el cual permitirá el control con los productos y sus fechas de caducidad. El plátano madura rápidamente y esta condicionado por factores de temperatura, respiración de oxígeno y proceso de fermentación por azúcares a nivel intercelular del fruto.

Para ello él almacenero tendrá un sistema de control que alerte el vencimiento de manera manual, para que el almacén despache los que están a pronto de su vencimiento, evitando su estocamiento del plátano principalmente.

Como se expuso en puntos anteriores, se tienen las cantidades de entrada de materia prima esto coordinado con los productores de banano en períodos establecidos de entrega en concordancia a la capacidad de procesamiento de la empresa para evitar excedentes, por tanto, sin materia prima desperdiciada.

Par un efectivo manejo de la materia prima se debe contar con los siguientes documentos:



- Planilla físico valorado de recepción del plátano (productores de banano).
- Planilla físico valorados de insumos.
- Resumen de planillas de recepción de MP e insumos.
- Planilla de entrega de Materia prima e insumos a produccion o unidad solicitante para su tranformacion.

3.5.1.2 Producto en Proceso

Se entiende como proceso de produccion al conjunto de actividades orientadas a la transformación de materia prima y demás elementos, sufriendo un incremento de valor para asi obtener de un producto terminado.

En función a los puntos 3.2.9 y 3.5 programacion de la produccion, se realizan el control de las unidades en proceso de produccion por planillas físico valorado (Metodo Peps) a la materia prima e insumos, llevando un control de las cantidades requeridas, en los tiempos y plazos establecidos. Proporcionando el porcentaje de avance de las unidades en produccion, además de permitir evaluar las metas establecidas, los costos incurridos y evitando mermas o actividades innecesarias.

3.5.1.3 Producto Terminado o elaborado

El producto terminado es el bien resultante del proceso de fabricación. Es decir, sachet de 200 ml de agua fresca de banano que se obtiene tras pasar por el proceso de producción y que queda listo para su entrega a los clientes.



Control de calidad de el agua fresca de babano y los medios de verificación de sus características técnicas.

Esto permitirá comprobar la funcionalidad del producto y verificar que cumplan con las normas de calidad.

Para ello, se realizarán las siguientes actividades:

- Se realizan inspecciones en el proceso de producción para analizar la eficiencia de cada paso. Igualmente, este proceso aplica para el manejo de inventario por medio de las planillas físico valoradas con el método Peps.
- Una vez terminado, se seleccionaran muestras aleatorias para comprobar las características. Sometiéndose a pruebas de funcionalidad, como por ejemplo, pruebas de sabor, color y consistencia.
- Tiempo de caducidad, se comprueban el tiempo en que perece y las condiciones que lo mantienen apto para el consumo.

Una vez embalado en 580 unidades/ mes, está listo para ser distribuido y comercializado destinado a los clientes.

3.6 PLANTA

La ubicación de puestos de todos los requerimientos de materiales, insumos, mano de obra entre otros factores que hacen a la producción misma de CHAMBEE S.R.L., se hace necesario ahora determinar la localización, la



ubicación y la distribución del sitio desde donde se originara la producción de Agua Fresca de Banano.

3.6.1 TAMAÑO CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Tomando en cuenta los datos de las actividades por tiempos, se logra determinar los tiempos requeridos durante cada fase o proceso para la elaboración de Agua Fresca de Banano. De esta manera, se obtiene los siguientes tiempos que se necesitan para calcular la capacidad de producción de la empresa

RESUMEN DE LAS ACTIVIDADES POR TIEMPO PARA EL CALCULO DE LA CAPACIDAD DE LA PRODUCCIÓN	
Tiempo Promedio	2.8 Min.
Tiempo mínimo	60 Seg.
Tiempo Máximo	12000Seg.

Cuadro N°. 26 Resumen de Actividades por Tiempo

$(8\text{hrs.} \times 60\text{seg} / 2.8\text{tiempo promedio}) \times 0.94 = \text{capacidad de producción máxima}$

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	
161	Capacidad de producción Máxima
161	Litros por Jornada de 8 Horas

Cuadro N°. 27 Capacidad de la Producción Máxima



Por tanto, la capacidad de producción de CHAMBEE S.R.L. es de 161 litros por día laboral, tomando en cuenta 8 horas de trabajo día. Ella, está directamente relacionada con la capacidad operativa, la cual se halla con base en los tiempos de cada actividad, en los cuales se incluyen los tiempos máximos de entrega establecidos por los proveedores.

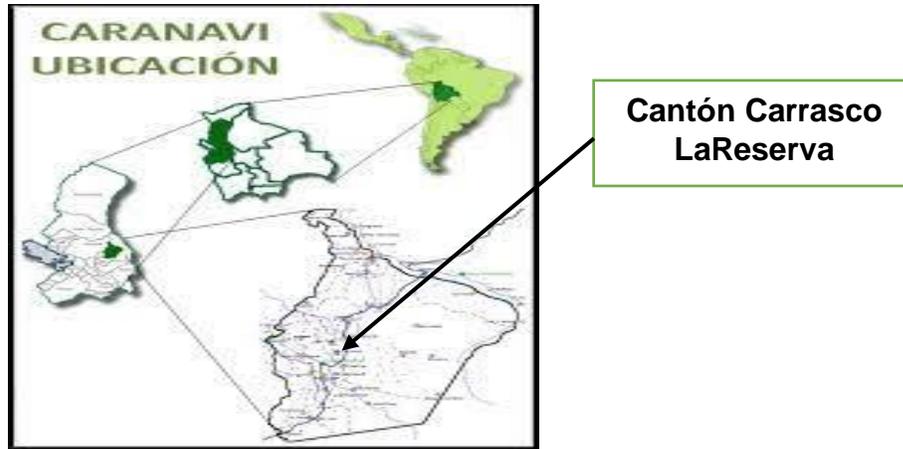
3.6.2 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA:

El estudio para la localización de las instalaciones se tomó en cuenta factores importantes para adquirir la materia prima, en el cual pudimos identificar que el mejor lugar para la ubicación de la planta procesadora en Canton Carrasco la Reserva.



3.6.3 UBICACIÓN DE LA PLANTA

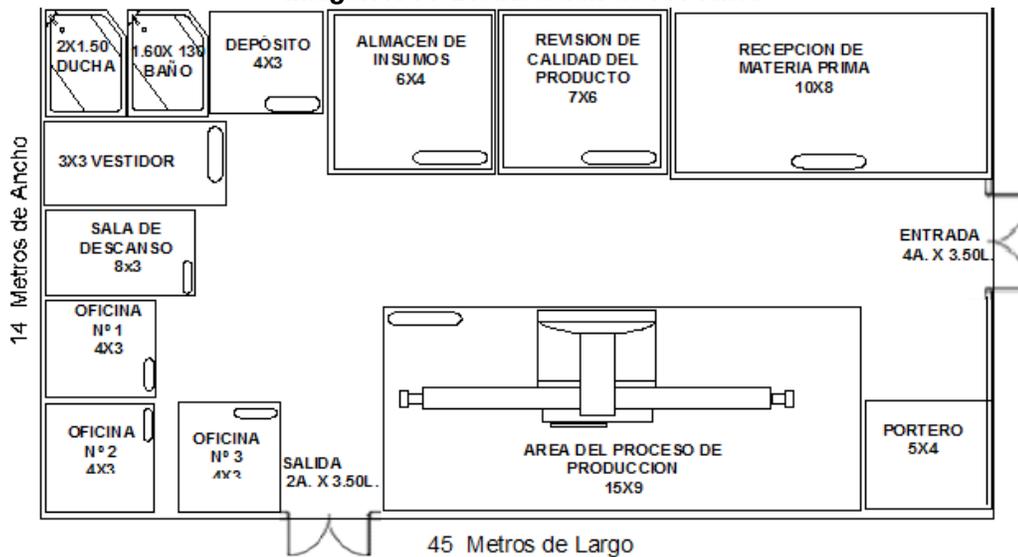
Imagen N°. 6 Ubicación de la Planta



3.6.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA:

Uno de los factores más importantes para tener una producción eficiente y eficaz es distribuir de manera correcta la instalación de las maquinarias y equipos, materiales, insumos, recursos humanos y las distintas áreas que involucran la producción, de manera directa e indirecta.

Imagen N°. 7 Distribución de la Planta





4 FINANZAS

El objetivo de este capítulo es determinar la viabilidad económica del Proyecto.

4.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Las necesidades de recursos que demanda el proyecto requieren de dos fuentes principales de financiamiento: Aporte propio en conjunto con un familiar cercano(hermano) y banco. Para ello, es necesario realizar una inversión inicial de Bs. 500.000,00 de los cuales el capital propio invertirá Bs. 230.000,00 que representa el 46% del total de la inversión, y un financiamiento de banco Bs. 270.000,00 que representa el 54% del total de la inversión.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN		
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"		
FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE
Capital propio	Bs230.000,00	46%
Banco	Bs270.000,00	54%
TOTAL	Bs500.000,00	100%

Cuadro N°. 28 Estructura de Financiamiento



4.2 DISTRIBUCION DE PRESUPUESTO DE INVERSION

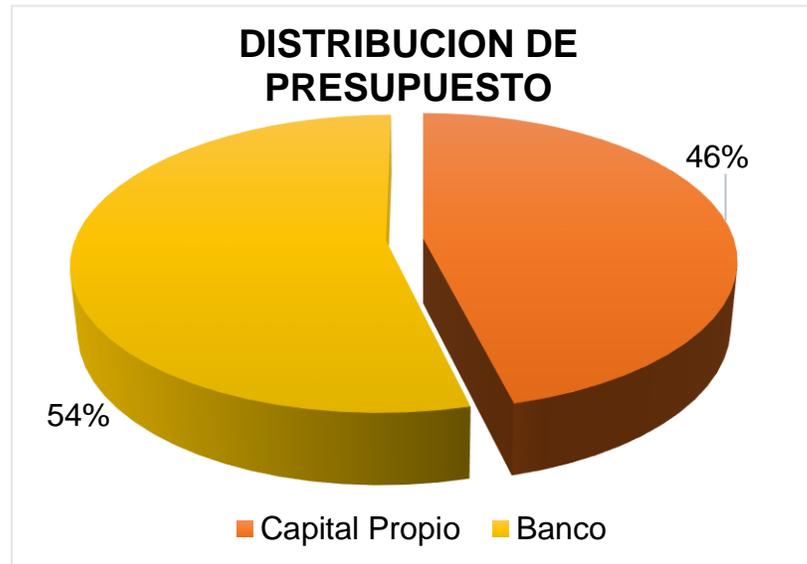


Grafico Nº. 1 Distribución de Presupuesto

4.2.1 CALCULO DE LA INVERSION

Para el calculo de la inversión inicial se trabajo con los estimados de los activos tangibles e intangibles, incluyendo importes del capital de trabajo:

INVERSIÓN TOTAL				
Inversiones	Rubro de inversiones	Inversion desagregada	Inversiones parciales	Total inversiones
Inversion Fija	Inversion Tangible	Maquinaria y equipamiento	BS 52.170,00	BS 325.492,00
		Articulos complementarios	BS 38.322,00	
		Infraestructura y vehiculo	BS 235.000,00	
	Inversion Intangible	Gastos de organización	BS 4.800,00	BS 5.800,00
		Gastos de promoción	BS 1.000,00	
Capital de Trabajo	Capital de Trabajo	Gastos materiales e insumos	BS 43.350,00	BS 168.708,00



	Pago de sueldos y salarios	BS	61.800,00	
	Gastos de operación	BS	63.558,00	
	CIF			BS 500.000,00

4.2.2 APORTE PROPIO:

Los socios aportaran inicialmente la suma de **Bs. 230.000,00** valor correspondiente al 46% del total de la inversión.

EXPRESADO EN BOLIVIANOS	
CAPITAL DISPONIBLE FONDO DEL EMPRESARIO	
SOCIOS	TOTAL Bs.
Edwin Chambi	115.000,00
Hernan Chambi	115.000,00
TOTAL	230.000,00

Cuadro Nº. 29 Aporte propio

4.2.3 PRESTAMO BANCARIO

La fuente de financiamiento para el capital faltante es de Bs. 270.000,00 que representa el 54% del total de la inversión. Que será financiado por el BANCO DESARROLLO PRODUCTIVO BDP con una tasa de interés del 11%.



PRESTAMOS BANCARIOS			
ENTIDAD FINANCIERA	MONTO (Bs)	TASA DE INTERES (%Anual)	PLAZO (Años)
Banco Prodem	270.000,00	11	5

Cuadro Nº. 30 Préstamo Bancario

4.3 PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN A CINCO AÑOS

PROYECCION DE VENTAS			
PERIODOS	PRECIO PROMEDIO/MES	CANTIDAD MENSUAL	INGRESO ANUAL
1ER. AÑO	Bs 1,08	Bs 696.600,00	Bs 752.328,00
2DO. AÑO	Bs 1,09	Bs 703.566,00	Bs 767.449,79
3ER. AÑO	Bs 1,11	Bs 714.119,49	Bs 790.645,96
4TO. AÑO	Bs 1,13	Bs 728.401,88	Bs 822.588,06
5TO. AÑO	Bs 1,16	Bs 746.611,93	Bs 864.231,58

Cuadro Nº. 31 Proyección de ventas



4.4 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Para la elaboración del producto es necesario tomar en cuenta los costos en los cuales incurrirá la empresa para la obtención del producto. En tal sentido se considera los precios establecidos para la materia prima, insumos, mano de obra directa y costos indirectos en la producción.

AÑO	COSTO DE PRODUCCION			
	MATERIALES E INSUMOS	MANO DE OBRA DIRECTA	GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	COSTO DE PRODUCCION
1ER. AÑO	Bs 173.400,00	Bs 247.200,00	Bs 75.414,00	Bs 496.014,00
2DO. AÑO	Bs 175.134,00	Bs 249.672,00	Bs 76.168,14	Bs 500.974,14
3ER. AÑO	Bs 177.761,01	Bs 253.417,08	Bs 77.310,66	Bs 508.488,75
4TO. AÑO	Bs 181.316,23	Bs 258.485,42	Bs 78.856,88	Bs 518.658,53
5TO. AÑO	Bs 185.849,14	Bs 264.947,56	Bs 80.828,30	Bs 531.624,99

Cuadro N°. 32 Costo de producción



4.4.1 COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS

COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA				
MATERIALES E INSUMOS	UNIDAD	CANTIDAD MES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL (BS.)
Platanos amarillos	CAJAS	860	16,00	13.760,00
Bensoato de sodio	KG	11,5	20,00	230,00
Sorvato de potasio	KG	11,5	20,00	230,00
Estabilizantes	KG	11,5	20,00	230,00
TOTAL MATERIA PRIMA				14.450,00

Cuadro Nº. 33 Costo Materia Prima e Insumos

4.4.2 COSTO MANO DE OBRA DIRECTA:

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA				
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"				
PERSONAL	FORMA DE CONTRATO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN MENSUAL	MONTO TOTAL
Ingeniero en producción	Permanente	1	5.000,00	5.000,00



Ayudante 1	Permanente	1	2.000,00	2.000,00
Ayudante 2	Permanente	1	2.000,00	2.000,00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				9.000,00

Cuadro N°. 34 Costo Mano de Obra Directa

4.4.3 COSTOS INDIRECTOS:

COSTO SERVICIOS BÁSICOS PARA PRODUCCIÓN				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD MES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Energía eléctrica	Kw	350	1,10	385,00
Agua	Cubos	13,5	7,00	94,50
Envase	Sachet	58050	0,10	5.805,00
TOTAL COSTOS INDIRECTOS				6.284,50

Cuadro N°. 35 Servicios Básicos para producción

4.5 COSTO DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN:

La producción dentro la empresa requiere de otros elementos de apoyo para la producción del producto final. Entre estos elementos se considera a: la Mano



de obra indirecta, servicios básicos para administración y comercialización, gastos diversos, gastos generales y plan de publicidad. Todos estos costos y gastos, en último término, permitirán conseguir los objetivos diseñados por la empresa a partir de la producción del producto.

COSTOS DE ADMINISTRACION Y COMERCIALIZACIÓN				
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"				
PERSONAL	FORMA DE CONTRATO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN MENSUAL	MONTO TOTAL
Administrador	Permanente	1	5.000,00	5.000,00
Asistente contable	Permanente	1	3.000,00	3.000,00
Vendedor-almacenero	Permanente	1	1.800,00	1.800,00
Portero	Permanente	1	1.800,00	1.800,00
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA				11.600,00

Cuadro N°. 36 Costo Mano de Obra Indirecta

4.6 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN:

Al igual que en la parte productiva, el sector de administración así como el de comercialización presentan una serie de costos de servicios básicos. Los mismos, podrían ser clasificados de la manera siguiente.



COSTO DE SERVICIOS BASICOS PARA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION					
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS GENERALES					
DESCRIPCION	COSTO/ SEMANAL	GASTOS / MES	GASTOS / MES	GASTOS/ AÑO	
Servicios comunicación	10	40,00	519,50	480,00	6.234,00
Servicios luz	96,25	385,00		4.620,00	
Agua	23,6	94,50		1.134,00	
TOTAL					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Material de escritorio	20	80,00	796,00	960,00	9.552,00
Gastos de personeria	104	416,00		4.992,00	
Mantenimiento de equipos	12,5	50,00		600,00	
Articulos de limpieza	12,5	50,00		600,00	
Otros gastos	50	200,00		2.400,00	
TOTAL			1.315,50		
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	25	100,00	450,00	1.200,00	5.400,00

Cuadro Nº. 37 Costo de servicios básicos y gastos administrativos para la producción



Gasolina de auto	87,5	350,00		4.200,00	
TOTALES		1.765,50		21.186,00	

4.6.1 GASTOS DIVERSOS

Dentro de este acápite, se toma en cuenta los gastos en los que debe incurrir la empresa para la higiene y seguridad de los empleados que de manera directa están en contacto con todos los materiales e insumos que se utilizan en la producción del producto.

GASTOS DIVERSOS			
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"			
DETALLE	PRECIU NITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Gorros/Barbijos descartables	15	5	75
Chaqueta industrial	50	8	400
Guantes	10	5	50
Botas de goma	70	8	560
TOTAL			1.085

Cuadro N°. 38 Gastos Diversos



4.6.2 COSTOS DE PUBLICIDAD

Los costos de publicidad para la empresa pueden llegar a consumir un porcentaje importante del presupuesto. Sin embargo, en vez de ver esto como un gasto, el enfoque común de mercadotecnia sugiere que se lo contemples más como una inversión, una cuyo rendimiento serán las ventas futuras. Administrar los costos de publicidad requiere planeación, y analizar los resultados ayudará a ajustar las estrategias de mercadotecnia en el futuro. De acuerdo a estos parámetros, la empresa proyecta realizar las siguientes actividades como parte del costo de publicidad.

PUBLICIDAD	MES	TOTAL	PUBLICIDAD
RADIO PROGRESO/ TROPICAL	Enero	40	TELEVISION
	Febrero	40	
	Marzo	40	
	Abril	40	
	Mayo	40	
	Junio	40	
	Julio	40	
	Agosto	40	
	Septiembre	40	
	Octubre	40	
	Noviembre	40	
	Diciembre	40	



TOTAL ANUAL		480	
-------------	--	-----	--

Cuadro Nº. 39 Costo plan de Publicidad

EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
1	OLLA ELECTRICA	18.000,00	18.000,00
1	TAMIZADOR	3.000,00	3.000,00
			-
1	SACHETADORA Y SELLADORA	15.000,00	15.000,00
1	BALANZA INDUSTRIAL	1.000,00	1.000,00
1	AIRE ACONDICINADO	1.800,00	1.800,00
1	CARRETILLA	250,00	250,00
2	PC	3.000,00	6.000,00
1	IMPRESORA	1.200,00	1.200,00
3	CUCHILLOS	70,00	210,00
3	BAÑADOR	200,00	600,00
1	MESA DE ACERO DE ALUMINIO	450,00	450,00



1	ESTANTE DE ALUMINIO PARA INSUMOS	320,00	320,00
TOTAL EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIA			Bs 47.830,00

Cuadro N°. 42 Equipamiento y maquinaria

4.7 COTIZACION DE ACTIVOS FIJOS:

4.8 DEPRECIACIONES:

Es necesario tomar en cuenta las depreciaciones que se desplegarán de cada mueble e inmueble que requiere la empresa. Es decir, la disminución del valor de propiedad de los activos, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el des uso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, entre otros factores que implican costos para la empresa.

CUADRO DE DEPRECIACIÓN					
DEPRECIACIÓN	MONTO	VIDA UTIL	DEPRECIACION %	DEPRECIACION	VALOR RESIDUAL
MAQUINARIA GENERAL	47.830,00	8	12,5%	6.902,50	40927,50
1 Olla electrica	18.000,00	8	12,5%	2.250,00	15750,00
1 Tamizador	3.000,00	8	12,5%	375,00	2625,00
1 Envasadora /sellador	15.000,00	8	12,5%	1.875,00	13125,00

IDEA DE NEGOCIO
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO



1 Balanza industrial	1.000,00	8	12,5%	125,00	875,00
1 Aire acondicionado	1.800,00	8	12,5%	225,00	1575,00
1 Carretilla	250,00	5	20,0%	50,00	200,00
2 Pc	6.000,00	4	25,0%	1.500,00	4500,00
1 Impresora	1.200,00	4	25,0%	300,00	900,00
3 Cuchillos	210,00	4	25,0%	52,50	157,50
3 Bañador	600,00	4	25,0%	150,00	450,00
Mesa de acero de aluminio	450,00	10	10,0%	45,00	405,00
Estante de aluminio para insumos	320,00	10	10,0%	32,00	288,00
MUEBLES EN GENERAL	4.340,00	10	10%	434,00	3906,00
3 Escritorio	1.200,00	10	10%	120,00	1080,00
3 Silla	540,00	10	10%	54,00	486,00
3 Mesa	2.100,00	10	10%	210,00	1890,00
1 Estante	500,00	10	10%	50,00	450,00
INFRAESTRUCTURA	235.000,00	20	5,0%	21.000,00	214000,00
Galpon	80.000,00	20	5,0%	4.000,00	76000,00



Vehiculo	85.000,00	5	20,0%	17.000,00	68000,00
Terreno	70.000,00				
		0	0,0%	-	70000,00
DEPRECIACIÓN POR AÑO				28.336,50	258833,50

4.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO						
PUNTO DE EQUILIBRIO		TOTAL COSTOS FIJOS		P.E.		2.319,61
		PRECIO- COSTO VARIABLE UNITARIO				8.734,74
COSTOS FIJOS		P.E. MES	8.734,74	UNIDADES MES		
COSTO VARIABLE UNITARIO						
PV		P.E. BS	6.219,57	BS/MES		

Imagen Nº. 8 Punto de Equilibrio

Cuadro Nº. 40 Depreciaciones

**IDEA DE NEGOCIO
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO**

4.10 FLUJO DE CAJA ECONOMICO

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO						
RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		752.328,00	767.449,79	790.645,96	822.588,06	864.231,58
VALOR DE RESCATE ACTIVO FIJO						258.833,50
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO						168.708,00
TOTAL INGRESOS		752.328,00	767.449,79	790.645,96	822.588,06	1.291.773,08
COSTOS DE PRODUCCIÓN		496.014,00	500.974,14	508.488,75	518.658,53	531.624,99
GASTOS OPERATIVOS		21.186,00	21.397,86	21.718,83	22.153,20	22.707,03
IMPUESTOS		48.712,88	51.698,82	56.057,40	61.931,05	69.522,60
INVERSIÓN	463.678,00					
TOTAL EGRESOS	463.678,00	565.912,88	574.070,82	586.264,98	602.742,79	623.854,62
FLUJO NETO ECONÓMICO	(463.678,00)	186.415,13	193.378,98	204.380,99	219.845,27	667.918,46

Cuadro N°. 44 Flujo de Caja económico

IDEA DE NEGOCIO ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO

4.11 EVALUACION FINANCIERA

4.11.1 VAN

INDICADORES ECONOMICOS	VALORES
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	729.139,72
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	42%
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN (EN AÑOS)	1,32

Cuadro N°. 45 Evaluación Financiera

Como se puede apreciar Valor actual Neto presenta cifras positivas por lo que hace que nuestro proyecto sea viable y si bien es alto el valor, es porque, los flujos económicos son altos.

4.11.2 TIR

INDICADORES ECONOMICOS	VALORES
TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICO (TIR)	42%

Cuadro N°. 47 Indicadores Económicos (TIR)

La TIR nos muestra que la tasa interna de retorno que ofrece el proyecto es superior en comparación de la tasa activa del banco.

4.11.3 COSTO/ BENEFICIO

PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION (EN AÑOS)	1,32
--	------

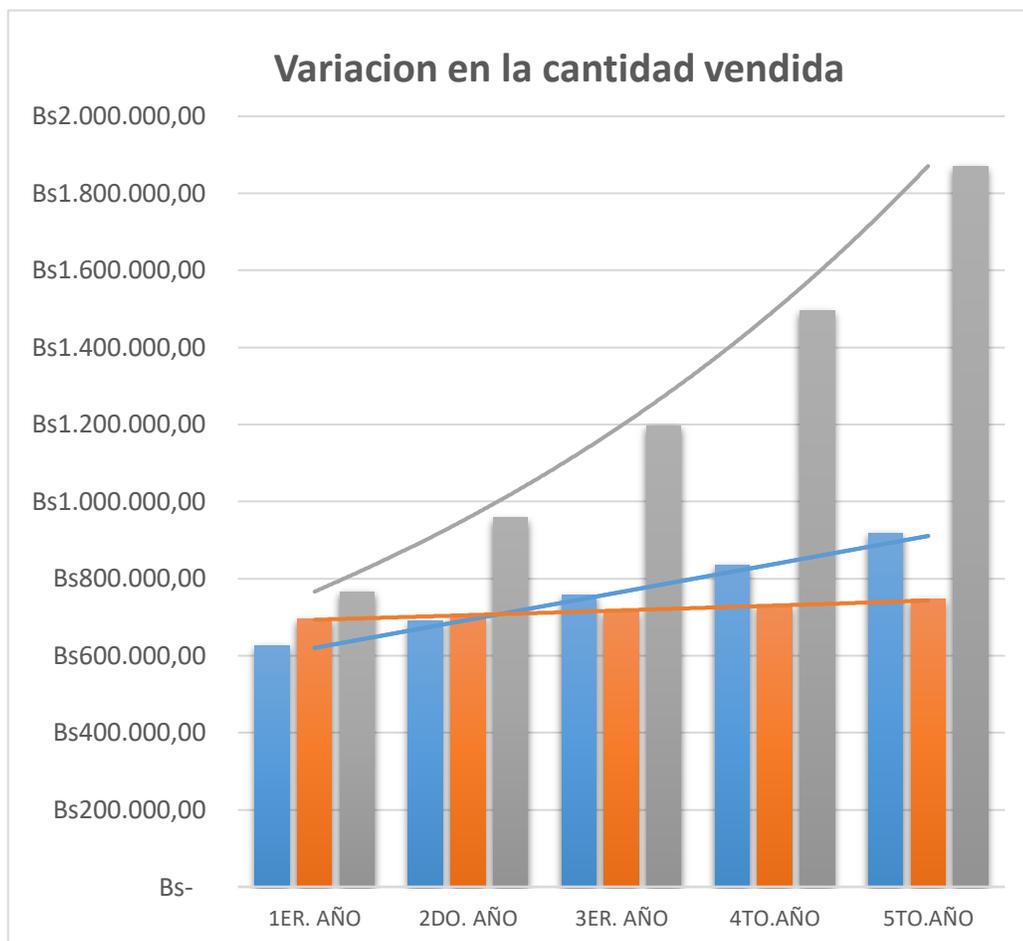
Cuadro N°. 48 Costo/Beneficio



El periodo de recuperación es de 1.32 años, lo que significa que estaríamos recuperando la inversión en ese periodo de tiempo siendo casi 16 meses.

4.12 SUPUESTOS ESCENARIOS

Este cuadro representa los supuestos escenarios encunto a las cantidades vendidas, teniendo un incremento optimo en un escenario optimista (línea gris), en contraste con un nivel casi homogeneo en cada año en un escenario pesimista (línea anranjada). Siendo la línea azul nuestro escenario conservador.





5 SUPUESTOS ESCENARIOS

5.1 ESCENARIO PESIMISTA

PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN EN UN HORIZONTE DE 5 AÑOS					
ESCENARIO	AÑOS				
	1ER. AÑO	2DO. AÑO	3ER. AÑO	4TO. AÑO	5TO. AÑO
CONSERVADOR	752.328,00	767.449,79	790.645,96	822.588,06	864.231,58
PESIMISTA	Bs 626.940,00	Bs 689.634,00	Bs 758.597,40	Bs 834.457,14	Bs 917.902,85

Cuadro N°. 49 Pesimista

En el pesimista se ha trabajado con el 10% de disminución en la producción a lo largo de los 5 años. Considerando los efectos climatológicos que resultan ser una amenaza por la región, lo que puede repercutir en mayores costos de materia prima y posible dificultad en la distribución del producto, causando una posible disminución en nuestras ventas.

5.2 ESCENARIO OPTIMISTA

PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN EN UN HORIZONTE DE 5 AÑOS					
ESCENARIO	AÑOS				
	1ER. AÑO	2DO. AÑO	3ER. AÑO	4TO. AÑO	5TO. AÑO
CONSERVADOR	752.328,00	767.449,79	790.645,96	822.588,06	864.231,58
OPTIMISTA	865.177,20	882.567,26	909.242,85	945.976,27	993.866,32

Cuadro N°. 51 Optimista



En el optimista se trabajó con el 15% de incremento en la producción durante los 5 años. Esto debido a dos posibles factores como ser: 1.- las grandes cosechas de plátano y por tanto bajo precio en el mercado de las materias primas; 2.- aceptación óptima del producto, lo que se espera, pueda generar mayores ganancias.

6 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

La empresa CHAMBEE S.R.L. deberá cumplir con todos los requisitos legales y administrativos para iniciar sus funciones.

6.1.1 PROCESO ASEGUR PARA REGISTRO LEGAL

Para la respectiva constitución legal de la empresa, se deberá seguir ciertos pasos que dará como resultado el registro de la empresa de manera formal tal como lo indica la normativa; a continuación se muestran los pasos de trámites durante su registro:



Imagen N°. 9 Registro Legal



6.2 REGISTRO LEGAL

Para el registro legal de la empresa CHAMBEE S.R.L. Al ser una sociedad de responsabilidad limitada debe cumplir los siguientes:

Requisitos

- Control de Homonimia
- Fotocopia de carnet de identidad de los socios
- Nombre de la empresa
- Actividad económica
- Nombre y apellido del representante legal
- Monto de aporte de cada socio

6.2.1 REGISTRO DE FUNDEMPRESA

Inscripción de Sociedad Responsabilidad Limitada en el registro de Comercio de Bolivia:

1. Trámite de Control de Homonimia

Requisitos:

- Formulario N^o 0010 de solicitud de control de Homonimia debidamente llenado y firmado por el cliente
- Plazo del trámite
- Un día hábil, computable a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio.



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

- **Costo:** 136,50 Bs

Para mayor información comunicarse:

- Llamar 800-10-7990

- PAGINA WEB: www.fundempresa.org.bo

6.2.2 INSCRIPCIÓN DE S.R.L. EN EL REGISTRO DE COMERCIO DE BOLIVIA

Requisitos:

1. Formulario N° 0020 de solicitud de Matrícula de Comercio con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante legal de la empresa.
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 la escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible, con la inserción del acta de fundación de la sociedad que contenga la resolución de aprobación de estatutos y designación del directorio provisional, en el marco del Art. 127 del Código de Comercio.



4. Publicación del testimonio de constitución en un periódico de circulación nacional que contenga todos los datos, transcripción inextensa de las cláusulas y otros. Este requisito puede ser presentado en forma posterior, si el usuario se sujeta al trámite de revisión previa a la publicación ante el Registro de Comercio de Bolivia.

5. Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible que contenga el acta de su nombramiento, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. Si el representante legal es extranjero, debe presentar el documento original que acredite la radicatoria en el país (únicamente para verificación).

Plazo y arancel

El plazo es de 2 días computables a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio.

Se debe pagar un arancel de 455 Bs.

Actualiza tu matricula por internet

- www.miempresa.gob.bo
- Atención al cliente
- Whatsapp 67000096
- Línea gratuita 800107990



6.2.3 GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE Alto beni

En el Municipio de Alto beni no cuentan con los requisitos para una empresa procesadora.

A. SENASAG: Gobierno Autónomo Municipal de Alto beni

Requisitos documentales para empresas procesadoras, semi industriales o artesanales

1. Carta de solicitud (se recomienda utilizar el formato establecido).
2. Fotocopia de NIT
3. Formulario de solicitud y Formulario de productos llenado con la relación de ingredientes y aditivos a utilizar.
4. Carta o Certificación de Aprobación de Etiquetas
5. Flujograma de proceso por grupo de productos.
6. Croquis de distribución de ambiente de la planta, de acuerdo a formato.
7. Croquis de ubicación de la planta, de acuerdo al formato.
8. Memoria Descriptiva del proceso utilizado para el tratamiento del agua. (Solo para empresas dedicadas a la elaboración transformación y/o embotellado de agua y bebidas.
9. Copia del Certificado de R.S. SENASAG vigente del proveedor del producto de origen nacional o de importación además de una



carta o cualquier otro documento que acredite el aprovisionamiento de la materia prima o productos. (Solo algunos productos). En caso excepcionales y dependiendo de la naturaleza y origen del producto (Productos locales de origen agrícola sin procesar) se aceptaran los resultados de los análisis fisicoquímicos y/o microbiológicos de las muestras correspondientes a estos productos a ser fraccionados, muestras que serán tomadas por técnicos

10. del SENASAG al momento de la inspección, las cuales deberán ser previamente autorizadas por el Responsable del Área

11. Copia de certificado Sanitario de Origen del producto a importar y/o los resultados de los análisis fisicoquímico y microbiológico del producto (s) a ser importado (s) emitidos por un laboratorio oficial, si amerita en el caso de aditivos y auxiliares alimenticios deberá presentar también la ficha técnica de los productos a registrar, en la cual se debe especificar el uso previsto. (Solo para empresas procesadora que importe sus materias primas o insumos).

12. Copia de la documentación que acredite que la materia prima y la empresa cuentan con la certificación emitida por Organismo de Certificación (de tercera parte o a través de los Sistemas Participativos de Garantía) registrado ante el Sistema Nacional de Control de la Producción Ecológica del SENASAG, que respalde que los productos con tal denominación responden a ese sistema de



producción, (Solo para empresas que elaboran productos bajo la denominación de ecológico, orgánico o biológico).

13. Copia de Certificado de Registro Sanitario SENASAG del proveedor de materia prima (carne y/o alcohol) y carta o cualquier otro documento que acredite el aprovisionamiento de la misma. (solo para empresas procesadoras de cárnicos y derivados y/o de bebidas alcohólicas).

Los documentos deberán ser presentados en folder Amarillo rotulado con el nombre de la empresa postulante persona de contacto y el teléfono, en doble ejemplar.

B. Requisitos para la obtención o renovación de Registro Sanitario de empresas importadoras

1. Carta de solicitud.
2. Fotocopia del NIT.
3. Formulario de Solicitud y Formulario de productos
4. Carta o certificado de aprobación de etiquetas
5. Croquis de distribución de los almacenes de acuerdo a formato
6. Croquis de ubicación de los almacenes de acuerdo a formato establecido (En el caso de que una empresa cuenta con más almacenes a nivel nacional estos
7. deberán ser declarados en el formulario de solicitud de registro para su habilitación).



8. Certificado sanitario de origen del producto a importar y/o los resultados de los análisis fisicoquímico y microbiológico del producto (s) a ser importado (s) emitidos por un laboratorio oficial del país de origen, para el caso de bebidas alcohólicas; para el caso de aditivos y auxiliares alimenticios además deberá presentar la ficha técnica de los productos.
9. Los productos bajo la denominación de ecológico, orgánico o biológicos, deberán contar con la certificación emitida por Organismo de Certificación registrado ante la autoridad competente del país de origen.
10. Otros requisitos documentales en aplicación a normativa específica (Fortificación de productos, autorización o registro de otras entidades como por ejemplo el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, etc.)

Los documentos deberán ser presentados en folder Verde rotulado con el nombre de la empresa postulante, persona de contacto y el teléfono en doble ejemplar.

6.2.4 CAJA NACIONAL DE SALUD

Se registrará la empresa como Empleador, en la Caja Nacional de Salud (CNS), para hallarse registrada dentro del seguro social obligatorio. De la misma forma, se inscribirá a cada uno de los colaboradores y dependientes en la misma, para que gocen del seguro de salud:



Requisitos para Empresas:

1. Formulario AVC-01, Aviso de Afiliación del empleador.(vacío).
2. Formulario AVC-02 (vacío).
3. Formulario RCI-1^a (solo firma y numero de cedula identidad).
4. Solicitud dirigida al JEFE DEPTO. NAL AFILIACION.
5. Fotocopia C.I. del responsable o representantes legal.
6. Fotocopia NIT
7. Balance de Apertura aprobado y firmado por el SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS.(fotocopia)
8. Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado).
9. Nómina del personal con fecha de nacimiento.
10. Croquis de ubicación de la empresa.
11. Examen Pre-Ocupacional (Bs. 100.-por trabajador). Se debe efectuar el deposito en la ventanilla 4 (división de tesorería).

Lugar de atención:

La documentación debe ser presentada en un fólder en la sección de afiliación de empresas, 2do. Piso oficina nacional.

Dirección:

Calle ayacucho esq. mercado N°. 1200, tel.: 2313316

Página web:

http://www.cns.gob.bo/cns_infoempresas.php



6.2.5 REQUISITOS PARA AFILIACIÓN DEL TRABAJADOR:

1. Formulario Avc-04 “Sellado y firmado por la empresa”.
2. Formulario Avc-05 (no llenar).
3. Fotocopia cédula de identidad del trabajador.
4. Certificado de nacimiento (original y computarizado) o libreta de servicio militar
5. última Papeleta de pago o planilla de sueldos sellado por cotizaciones

Página web:

- http://www.cns.gob.bo/cns_infoempresas.php

6.2.6 ADMINISTRADORAS DE FONDO DE PENSIONES FUTURO DE BOLIVIA S.A.)

Registro de Empresa

Se debe llenar el Formulario de Inscripción del Empleador, el mismo que adquiere la calidad de Declaración Jurada del Representante Legal o Máxima Autoridad Ejecutiva, quien libre y expresamente declara que son Las Asociaciones de Fondos de Pensiones (AFPs) también serán objeto de registro, y tanto la empresa como los empleados de la misma serán registrados para ir aportando de forma mensual, las cuotas para la jubilación de sus miembros

✓ **FUTURO DE BOLIVIA S.A. AFP**



a) Registro de empresas

Se debe llenar el Formulario de Inscripción del Empleador, el mismo que adquiere la calidad de Declaración Jurada del Representante Legal o Máxima Autoridad Ejecutiva, quien libre y expresamente declara que son válidos los datos consignados en dicho Formulario al momento de su suscripción, para ello debe adjuntar lo siguiente :

Requisitos

1. Fotocopia de carnet de identidad del representante legal
2. Fotocopia del poder del Representante Legal
3. Fotocopia de certificado de NIT(sacado de la página de Servicio de Impuestos Nacionales)
4. Fotocopia de matrícula de comercio FUNDEMPRESA (no excluyente)
5. Croquis de la empresa sacado de Google Maps
6. Traer el sello físico de la empresa.

Sobre la Afiliación:

Es de carácter permanente, sea que el Afiliado se mantenga o no trabajando en relación de dependencia laboral, ejerza una o varias actividades simultáneamente y tenga varios o ningún Empleador.



b) Registro del personal

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

Llenado del Formulario de Registro

1. Consigne Firma del Afiliado
2. Los datos estén correctamente llenados
3. No existan vicios de Nulidad. Ni contenga errores o tachaduras

Requisitos

1. Fotocopia del documento de identidad que acredite la identidad del Afiliado que contenga los datos y firma del representante de la AFP.
2. Al momento del Registro, es obligación de la AFP, llenar y firmar de manera conjunta con el Afiliado el Formulario de Declaración de Derechohabientes.

Costo

No tiene costo alguno



Tiempo

La AFP deberá notificar tanto al Empleador como al Afiliado la aceptación o rechazo del registro en un plazo que no podrá superar los 20 días hábiles administrativos luego de otorgado el NUA. (Número Único Asignado)

Direcciones:

AFP futuro

- Oficina Nacional: AV. 6 de agosto N° 2624 teléfono: (591) 2611531
- Oficina Regional La Paz: plaza del estudiante N° 1940. (Edif. Inchauste Zelaya- PB teléfono : (591) 2311531
- Línea gratuita: 800109494

AFP previsión

- Edif. Nicole- Mezanine
Calle Fernando Guachalla esq. Sánchez Lima N° 2186 zona Sopocachi
Teléfono: (5912) 2121224
Fax: (591 2) 2129975

Página web:

AFP PREVISION sitio Web: www.prevision.com.bo

AFP Futuro de Bolivia S.A. www.afp-futuro.com



6.2.7 MINISTERIO DE TRABAJO

Finalmente, se aplicará el Registro Obligatorio del Empleador en el Ministerio de Trabajo, afiliando a los empleados que formen parte estable de la planilla, para garantizar los derechos y deberes de cada uno de ellos dentro de la Ley General del Trabajo, según normas del país. Con el registro en todas estas entidades, la empresa “Mundo Creativo” se hallara lista para realizar sus operaciones, teniendo una base legal completa

Requisitos:

1. Contrato de trabajo en 3 ejemplares originales, debidamente sellado y firmado por la empresa y el trabajador
2. Presentar fotocopia simple del CI. del Representante legal de la Empresa que contrata
3. Presentar fotocopia simple del CI. Del trabajador que va contratar la empresa
4. Fotocopia simple del formulario de Registro Obligatorio de Empleadores (R.O.E.) Actualizado
5. Formulario Registro Obligatorio de Empleadores (ROE) llenado (3 Copias)



6. Depósito de 16 Bs a la cuenta número: 1-6036425 del Banco Unión como nuevo costo administrativo para la visación legalización del contrato del trabajo para personal nacional
7. de Crédito de Bolivia normas legales vigentes en el país.

Institución donde se tramita

- Dirección General del Trabajo y Direcciones
- Departamentales del Trabajo Unidad u otra Denominación
- Jefaturas Departamentales o regionales de Trabajo

Tiempo

· 3 días

Dirección Web: www.mintrabajo.gob.bo

7 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

- Nombre de la empresa **CHAMBEE S.R.L.**
- Marca: “**Banagua**”
- Logo y Slogan de la Empresa y el Producto

✓ Logo de la Empresa



Imagen N°. 10 Logo de la Empresa

✓ Logo del producto



Imagen N°. 11 Logo del Producto



7.1 ORGANIGRAMA

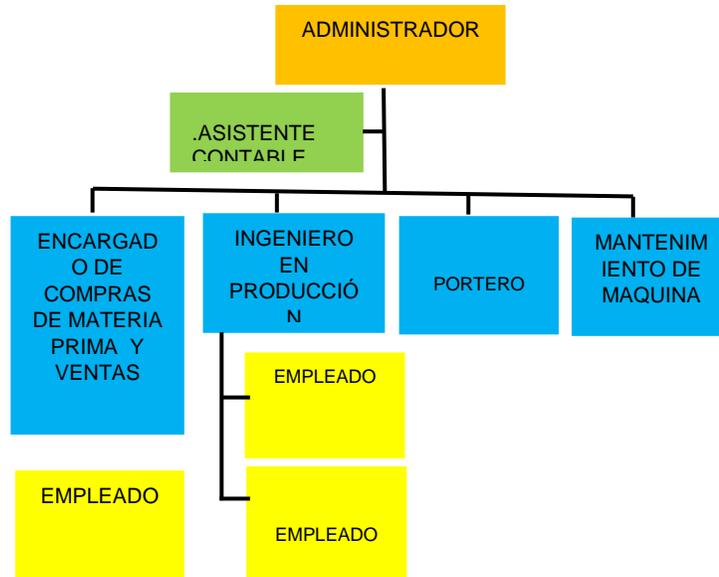


Grafico N°. 3 Organigrama

7.2 PERSONAL

•Administrador

Objetivo estratégico del cargo. Ejecutar las funciones administrativas de planeación, organización, dirección y control dentro de la Empresa CHAMBEE S.R.L.

Funciones:

- Supervisar diariamente al jefe de producción, cuente con la lista de todos los encargados de cada área.
- Supervisar diariamente en el encargado de compras de materia prima y que cuente con materia prima necesaria.



- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Revisar de manera semanal o cuando sea necesario la información contable de la empresa.

Formación Académica: Ser licenciado o profesional en administración de empresas.

Experiencia: Mínimo 3 años en puesto similar.

• **Asistente Contable**

Objetivo Estratégico del cargo: Es el encargado de realizar todas las actividades contables de la empresa que incluyen la preparación, actualización e interpretación de los documentos contables y estados financieros, así como otros deberes relacionados con el área de contabilidad.

Funciones:

- Elaborar la nómina semanal de los empleados
- Elaborar mensualmente los estados financieros correspondientes a la empresa
- Efectuar el pago de los impuestos correspondientes
- Recopilar y organizar la información sobre los asuntos financieros de la empresa

Formación Académica: Profesional titulado en contabilidad o auditor financiero.



Experiencia: Mínimo 1 a 2 años en puesto similar.

• **Encargado de compras de Materia Prima y Ventas**

Objetivo Estratégico del cargo: Es el encargado de supervisar la calidad de la materia prima al momento de recoger y verificar la cantidad de cada caja.

Es responsable de tener en existencia la materia prima necesaria para realizar el proceso de producción, así como de atender los pedidos de los clientes y realizar la distribución correspondiente a los clientes potenciales.

Funciones:

- Atender y tomar los pedidos de los clientes
- Pasar diariamente la información de los pedidos al jefe de producción
- Elaborar y enviar las facturas para el pago a los proveedores
- Solicitar a los proveedores que la entrega del plátano sea en bandeja o cajas.

Formación Académica: Formación en ingeniería comercial o contador.

Experiencia: Contar con experiencia 1 a 2 años en el proceso de compra y venta, así como conocimiento de proveedores del producto.

Tener estudios de contabilidad ya sean técnicos o de licenciatura, así como conocimientos en computación de preferencia en programas como Word y Excel. Es necesario que sea una persona responsable y organizada con el manejo de efectivo.

• **Ingeniero de producción**



Objetivo Estratégico del cargo: Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas productivas garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.

Funciones:

- Optimizar el espacio industrial, mejorando el flujo de los procesos productivos realizados, eliminando movimientos innecesarios de materiales y de mano de obra
- Coordinar con sus encargados de materia prima e insumos, proceso productivo, encargado de control de calidad, encargado de logotipo y envases.
- Determinar los precios de venta de los productos
- Encargado de Higiene y seguridad. Ingeniería de producción

Formación Académica: Ingeniería en producción empresarial, ingeniería industrial, ingeniería en alimentos.

Experiencia: Mínimo 2 años en puesto similar.

- **Mantenimiento de maquina**

Objetivo Estratégico del cargo: Consiste en controlar y ejecutar las operaciones en la planta envasadora, operación de equipos de llenadora,



taponadoras, enjuagadoras para el Llenado de envases, taponado, cumpliendo las normas y procedimientos que requiere la operación de una planta envasadora.

Funciones:

- Encargarse del encendido y apagado de las maquinas
- Inspeccionar que los filtros de la máquina no se encuentren tapados
- Verificar que las temperaturas de la máquina sea la correcta de acuerdo especificaciones dadas
- Limpiezas diarias de la planta, mantener el orden, limpieza y disciplinas, cuidar de todos los equipos, maquinaria y sistemas de producción.
- Supervisar de forma continua el funcionamiento de las maquinas
- Cumplir con los programas de producción en el tiempo asignado y con la calidad esperada.

Formacion Academica: Ingeniero Industrial, ingeniero mecánica o electromecánica.

Experiencia: Experiencia de 3 años, necesario que sea una persona responsable con conocimientos acerca funcionamiento de maquinas

- **2 Empleados para el proceso productivo**

Objetivo Estrategico del cargo: Es el encargado de selección de la materia prima pelado y lavado para su proceso correspondido.

Funciones:



- Seleccionar el plátano de acuerdo a la calidad de su madurez
- Realizar el respectivo pelado del plátano
- Realizar el respectivo lavado del plátano pelado
- Colocar el plátano en la máquina para su proceso

Formacion Academica: Título en bachiller medio.

Experiencia: Es necesario que sea una persona activa, honesta, responsable y capaz de realizar distintas actividades.

- **Empleado de compras de materia prima y ventas**

Objetivo Estrategico del cargo: Su propósito es ayudar al encargado de compras de materia prima en cargar y descargar la materia prima, cargar y descargar el producto terminado.

Funciones:

- Cargar la materia prima al camión
- Descargar la materia prima en el almacén
- Cargar el producto terminado al camión
- Distribuir el producto terminado a los clientes potenciales

Formación Académica: Título en bachiller medio

Experiencia: Es necesario que sea una persona activa, honesta, responsable y capaz de realizar distintas actividades.

- **Portero**



Objetivo Estratégico del cargo: Es el encargado de controlar la entrada y salida de personas y los trabajadores y hacer la limpieza de la empresa.

Funciones:

- Supervisar las personas o camiones de la empresa que entran y salen.
- Encargarse de la limpieza de la empresa
- Recoger la basura del área de producción y del patio de la empresa

Formación Académica: Título de bachiller.

Experiencia: Es necesario que sea una persona activa, honesta, responsable, además de saber leer y escribir.



8 CONCLUSION

En función al estudio realizado se puede analizar las siguientes conclusiones:

- El plan de negocio presenta viabilidad en el análisis de mercado, técnico, administrativo y legal, pues no presenta restricciones de mercado, recurso humano, tecnológico, legal que pueda afectar la producción y comercialización del Agua Fresca de Banano.
- El proyecto será exitoso siempre y cuando el ingreso al sector de refrescos implique una combinación de buen sabor y nutritivo que es requerido para las personas de 5 a 50 años de edad. Además se requiere de innovación de envase y estrategias promocionales, las cuales juegan un papel importante para incentivar la compra y/o aumentar las ventas.
- Para llevar a cabo el proceso de producción de los Refrescos de Pulpa de Plátano, la empresa realizará la formulación necesaria para poder mezclar la materia prima e insumos. Para la producción del Agua fresca de banano.
- Dada la importancia que requiere la calidad humana dentro de la empresa, CHAMBEE S.R.L., necesita de los servicios de personas que cumplan con las características del cargo a ocupar y que se desempeñe con idoneidad, generando buenas relaciones laborales y



un buen servicio al cliente. La empresa por su parte velará por brindarle a los trabajadores un ambiente propicio que les permita el buen desempeño y su desarrollo profesional y personal.

Desde el punto de vista financiero, el proyecto es rentable para inversionistas. Sin embargo, el Valor Actual Neto (VAN) presenta un valor de **507.890,60** y la tasa interna de retorno es del **42%** lo cual indica la viabilidad y la factibilidad del proyecto.

9 RECOMENDACIÓN:

El primer año es muy importante para lograr el posicionamiento del producto y la buena imagen de la empresa, es por esta razón que para este año se aconseja invertir en estrategias agresivas y enfocadas a establecer una relación cercana con el cliente que se convierte en duradera y que haga que él se interese por el producto, es vital hacerle ver al cliente lo importante que es su opinión para la empresa y lo comprometida que está con él.

La empresa debe adecuar sus recursos con las oportunidades del mercado, es decir, ser flexible en los procesos de manera que se adapten fácilmente a los cambios de éste.

Es importante que CHAMBEE S.R.L. proyecte sus productos como Refresco de “alto contenido nutricional que contribuya al desarrollo físico. Esto implica



buscar y analizar nuevos mercados aun no satisfechos, ya que el producto brinda grandes beneficios.

10 BIBLIOGRAFIA:

- (<https://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/alimentos-saludables/propiedades-nutricionales-del-platano-y-beneficios-para-la>, s.f.)
- (<https://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/pl%C3%A1tano-maduro-hervido?portionid=54514&portionamount=100>, s.f.)
- Investigación <http://www.google.com> descripción de la materia prima
- Investigación <http://www.google.com> insumos de plátano.
- PAGINA WEB: www.fundempresa.org.bo NORMAS DE FUNDEMPRESA
- www.miempresa.gob.bo Actualiza tu matricula por internet
- http://www.cns.gob.bo/cns_infoempresas.php INSCRIPCIÓN A LA CAJA NACIONAL DE SALUD
- http://www.cns.gob.bo/cns_infoempresas.php Requisitos para afiliación del trabajador.
- Llenado de registro de formulario AFP PREVISION sitio Web: www.prevision.com.bo y AFP Futuro de Bolivia S.A. www.afp-futuro.com



- www.mintrabajo.gob.bo Ministerio de Trabajo.

11 ANEXOS

ANEXO Nº 1:

CÓDIGO DE COMERCIO

DECRETO LEY Nº 14379

CAPITULO IV

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Artículo 195: En las sociedades de responsabilidad limitada, los socios responden hasta el monto de sus aportes. (Art. 304, 305, 400 c. de comercio). El fondo común está dividido en cuotas de capital que, en ningún caso, puede representarse por acciones o títulos valores.

Artículo 197: La sociedad de responsabilidad limitada llevará una denominación o razón formada con el nombre de uno o algunos socios. A la denominación o a la razón social se le agregará: "Sociedad de Responsabilidad Limitada" o su abreviatura: "SRL", o, simplemente "Limitada" o la abreviatura "Ltda". Por la omisión de este requisito se la considerará como sociedad colectiva.



Artículo 198: El capital social estará dividido en cuotas de igual valor que serán de cien bolivianos o múltiplos de cien.

Artículo 199: En este tipo de sociedades, el capital social debe pagarse en su integridad, en el acto de constitución social.

Artículo 200: Los aportes en dinero y en especie deben pagarse íntegramente al constituirse la sociedad. El cumplimiento de este requisito constará, expresamente, en la escritura de constitución y, en caso contrario, los socios serán solidaria e ilimitadamente responsables.

Los aportes consistentes en especie deben ser valuados antes de otorgarse la escritura constitutiva, conforme al artículo 158. (Art. 775 Código de Comercio).

Artículo 201: Puede acordarse el aumento del capital social, mediante el voto de socios, que representen la mayoría del capital social. Los socios tienen derecho preferente para suscribirlo en proporción a sus cuotas de capital. A los que no concurran a la asamblea en que se apruebe el aumento, se les comunicará ese hecho mediante carta certificada, con aviso de recepción. Si alguno no ejercitara su derecho, dentro de los treinta días siguientes al envío de la comunicación, se presumirá su renuncia al mismo y el aumento de capital puede ser suscrito por los otros socios o por personas extrañas a la sociedad; en este último caso, previa autorización expresa de la asamblea. (Art. 350 D.L. N° 16833 de 19 de julio de 1979). Ningún acuerdo o disposición de la escritura de constitución puede privar a los socios de su derecho preferente a suscribir el aumento del capital social.



Antes de la publicación e inscripción del aumento de capital en el Registro de Comercio, los socios quedan obligados a pagar su nueva suscripción.

Artículo 202: La sociedad llevará un libro de registro de socios, donde se inscribirán el nombre, domicilio, monto de su aportación y, en su caso, la transferencia de sus cuotas de capital, así como los embargos y gravámenes efectuados. (Art. 25 C. de Comercio). La transferencia surte efectos frente a terceros, solamente después de su Inscripción en el Registro de Comercio. Cualquier persona con interés legítimo tiene la facultad de consultar el libro de registro que estará al cuidado de los administradores, quienes responderán personal y solidariamente de su existencia regular y de la exactitud de sus datos.

Artículo 203: La, administración de la sociedad de responsabilidad limitada, estará a cargo de uno o más gerentes o administradores, sean socios o no; designados por tiempo fijo o indeterminado (Arts. 1670, 1680, 1684 Código de Comercio). Su remoción, revocatoria de poderes y responsabilidades, se sujeta a lo dispuesto en los artículos 176, 177 y 178. Si la administración fuera colegiada, a cargo de un directorio o consejo de administración, se aplicará las normas que sobre directorio se establece para la sociedad anónima. (Arts. 217, 218, 332, 342, 749 Código de Comercio).

Artículo 204: La asamblea de socios tiene las siguientes facultades:

1. Discutir, aprobar, modificar o rechazar el balance general correspondiente al ejercicio vencido.



2. Aprobar y distribuir utilidades.
3. Nombrar y remover a los gerentes o administradores.
4. Constituir el directorio o consejo de administración y, cuando así hubieran convenido los socios, nombrar a los integrantes del órgano de control interno.
5. Aprobar los reglamentos.
6. Autorizar todo aumento o reducción del capital social, así como la cesión de las cuotas de capital y la admisión de nuevos socios. La reducción de capital es obligatoria en los términos y forma del artículo 354, en lo pertinente.
7. Modificar la escritura constitutiva.
8. Decidir acerca de la disolución de la sociedad; así como el retiro de socios.
9. Las demás que correspondan conforme a la escritura social.

Artículo 205: La asamblea ordinaria se reunirá, por lo menos, una vez al año, en el domicilio y época fijada en la escritura social y, a más tardar, dentro de los tres meses de cerrado el ejercicio económico de la sociedad. (Arts. 206, 217, 218 Código de Comercio).

La escritura constitutiva puede establecer casos en que, determinados asuntos no requieran de la aprobación de la asamblea; para adoptar acuerdos sobre los mismos, se remitirán a los socios los textos de las propuestas. Los votos de éstos serán emitidos por escrito.



A solicitud de los gerentes o administradores o de los socios que representen más de la cuarta parte del capital social, podrá convocarse la asamblea extraordinaria, aun cuando la escritura constitutiva sólo exigiera el voto por correspondencia. En estas asambleas sólo podrán tratarse los asuntos señalados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. (Arts. 203, 176, 177, 178 Código de Comercio).

Artículo 206: Las asambleas serán convocadas por los gerentes o administradores y, en su defecto, por el directorio o consejo de administración y, a falta u omisión de éstos, por los socios que representen más de la cuarta parte del capital social.

Si la escritura social no estableciera la forma y modo de convocatoria, se la hará por carta certificada.

La publicación o comunicación deberá contener la orden del día y será hecha ocho días antes de la fecha señalada para la celebración de la asamblea.

Artículo 207: El quórum legal para la asamblea quedará constituido con la presencia de socios que representen por lo menos a la mitad del capital social, a no ser que la escritura constitutiva exigiera una representación mayor. La participación de los socios en las deliberaciones y decisiones de las asambleas podrá ser personal o por medio de representante o mandatario, en la forma que determine el contrato social.

Artículo 208: Todo socio tendrá derecho a participar en las decisiones de la sociedad y gozará de un voto por cada cuota de capital, salvo las limitaciones estipuladas en el contrato social.



Artículo 209: Para modificar la escritura social, cambiar el objeto de la sociedad, aumentar o reducir el capital social, admitir nuevos socios, autorizar la transferencia de cuotas del capital y disolver la sociedad, se requerirá el voto de socios que representen dos tercios del capital.

Las demás resoluciones serán aprobadas por el voto de socios que constituyen más de la mitad del capital social.

Artículo 210: La sociedad de responsabilidad limitada se disolverá de pleno derecho cuando todas las cuotas de capital se concentren en un solo socio, quien responderá, en forma solidaria e ilimitada, por las obligaciones sociales hasta la total liquidación de la sociedad.

La acción podrá ejercitarse por cualquier persona con interés legítimo. Debiendo procederse por la vía sumaria. Probado el hecho, el juez designará a los liquidadores respectivos. La acción no podrá ser enervada por la inclusión o aparición posterior de socios.

Artículo 211: Los socios tienen el derecho de examinar la contabilidad, libros y documentos de la sociedad en cualquier tiempo. Podrá también establecerse un órgano de control y vigilancia cuyas facultades y funciones se regirán por las normas señaladas, para los síndicos en las sociedades anónimas, en cuanto aquellas sean

aplicables. La creación del órgano de control permanente no significa la pérdida del derecho al control individual por parte de los socios.



Artículo 212: La transferencia de cuotas por causa de muerte de alguno de los socios, se rige por el artículo 209 cuando no exista estipulación distinta en el contrato. Si el contrato social permite la incorporación de los herederos del socio, el pacto será obligatorio para los socios. En caso contrario, los socios tendrán derecho a adquirir las cuotas del socio fallecido en proporción a las cuotas de capital y por su valor comercial a la fecha de la muerte de éste. Si no se llegara a un acuerdo con respecto al precio y condiciones de pago, serán determinados por peritos designados por las partes o por el juez.

Artículo 213: Cuando exista copropiedad de una cuota social se aplicarán las disposiciones del condominio. La sociedad puede exigir la unificación de la representación para ejercer los derechos y cumplir las obligaciones sociales.

Artículo 214: La cesión de cuotas es libre entre socios. Salvo las limitaciones establecidas en el contrato social. La cesión de cuentas, aún entre socios, implica la reforma de la escritura de constitución.

Artículo 215: El socio que se proponga ceder sus cuotas, comunicará su deseo por escrito a los demás socios, quienes, en el término de quince días de recibido el aviso, manifestarán si tienen interés en adquirirlas. Si no hacen conocer su decisión en el plazo señalado, se presume su rechazo y el ofertante queda en libertad para vender sus cuotas a terceros.

Artículo 216: Si los socios no hacen uso de la preferencia, la ejercen parcialmente o no se da la autorización de la mayoría prevista para la admisión de nuevos socios, la sociedad estará obligada a presentar, dentro de los sesenta días de la oferta, una o más personas que adquieran las cuotas. Si



dentro de los veinte días siguientes no se perfecciona la cesión, los demás socios optarán entre disolver la sociedad o excluir al socio interesado en ceder las cuotas, pagando su precio según peritaje.

ANEXO Nº 2:

ESTATUTOS Y REGLAMENTO INTERNO DE LA EMPRESA

NORMAS GENERALES

Capítulo 1: DEFINICIONES

El presente Reglamento Interno de Trabajo, tiene el objeto de establecer un adecuado sistema de administración del Recurso Humano de la empresa “CHAMBEE S.R.L.” Con el fin de alcanzar el grado más alto de eficiencia en el trabajo y establecer las normas que regulen las relaciones entre la Empresa y el personal sujeto al Código de Trabajo.

Este Reglamento regirá en todas las dependencias que tiene en la actualidad “CHAMBEE S.R.L.” en las que se establecerán posteriormente a nivel nacional.

Capítulo 2: CÓDIGO DE ÉTICA

Principios rectores:

- a) **Principio de Integridad:** Caracterizarse por la rectitud, honestidad, sinceridad e imparcialidad
- b) **Principio de Transparencia:** Realizarse sobre la base de políticas y procedimientos internos debidamente aprobados.
- c) **Principio de Trato Justo:** De manera justa y equitativa



- d) **Principio de confidencialidad:** Mantener la confidencialidad de la información de los clientes

Capítulo 3: RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN E INDUCCIÓN

El Reclutamiento y Selección de Personal se llevará a cabo previa recepción y verificación de la necesidad de Personal, por el área de Gerencia, a través de uno de los procesos señalados a continuación:

- Selección por Promoción y/o Registro de Elegibles Internos
- Selección por Registro de Elegibles Externos.

a. La convocatoria señalada en el artículo anterior deberá consignar lo siguiente:

1. Título del Cargo.
2. Naturaleza de las Funciones.
3. Requisitos.
4. Lugar, Fecha y Hora límite de recepción de solicitudes.
5. Documentación requerida a los solicitantes.
6. Cualquier otro dato de interés.

b) Al candidato seleccionado, el Encargado de Gerencia, le convocará a una reunión en donde le entregará un comunicado en el que se le informará que ha sido seleccionado, y se discutirá con él los términos de su contratación.

TITULO II: CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO



Capítulo 4: DISPOSICIONES GENERALES

Todos los trabajadores de la empresa CHAMBEE S.R.L., serán contratados por escrito. Los contratos individuales por primera vez, tendrán necesariamente un período de prueba de sesenta días. En este período, cualquiera de las partes podrá dar por terminado el contrato sin indemnización alguna, mediante simple notificación.

Capítulo 5: MODALIDADES DE CONTRATACIÓN LABORAL

La empresa podrá celebrar contratos a plazo fijo, por tiempo indefinido, ocasionales u otro determinado por la ley.

Capítulo 6: CAUSALES DE INTERRUPCIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL

1. Por faltas con amonestación, aquellas que por su carácter reiterativo o relativa gravedad son sancionadas con suspensión, entre ellas tenemos:

1. Salir o ausentarse del centro de trabajo antes de la hora, sin el permiso correspondiente.
2. Descuidar la seguridad causando con ello daño personal y/o material al equipo de trabajo.
3. Falta de respeto a su superior o compañeros de labores.
4. Presentarse con signos de embriaguez.



Capítulo 7: CAUSALES DE EXTINCIÓN DEL CONTRATO

- a) Por faltas graves, que hagan irrazonable la subsistencia de la relación laboral, entre estas tenemos: La disminución deliberada y reiterada en el rendimiento de las labores o del volumen o de la calidad de producción.
- b) La concurrencia reiterada en estado de embriaguez o bajo la influencia de drogas y aunque no sea reiterada cuando por la naturaleza del trabajo revista excepcional gravedad.
- c) Los actos de violencia, indisciplina y falta miento de palabra verbal en agravio del empleador o de otros trabajadores.

TITULO III: CONDICIONES GENERALES DE TRABAJO

Capítulo 8: DÍAS LABORALES

Se trabajara de la siguiente manera:

- **Turno único:** será de 6 días laborales a la semana siendo 48 horas de trabajo en la misma y 208 horas al mes.

Capítulo 9: JORNADA LABORAL

La jornada de trabajo es de lunes a sábado

- a) La jornada diurna de trabajo está comprendida desde las 8:00am - 12:00pm y de 14:00 – 18:00 pm horas.



- b) Los sábados de 8:00 am a 12:00 pm.

Capítulo 10: RÉGIMEN SALARIAL

a) El salario es la retribución al trabajador como compensación de los servicios que presta. En consecuencia, el pago de salarios solo procede por:

1. Servicios desempeñados
2. Vacaciones legales
3. Licencias con goce de sueldo y días de descanso.

b) Los salarios de los trabajadores serán conforme a la ley que deberán incrementarse en el mismo porcentaje en que se aumente éste.

c) Los trabajadores tendrán derecho a un aguinaldo anual que equivaldrá a un salario mínimo nacional.

Capítulo 11: RÉGIMEN DE ASISTENCIA AL TRABAJO

a) Los horarios establecerán el tiempo laborable, concediendo una tolerancia de diez minutos para llegar al trabajo.

b) El sistema de control de asistencia, puntualidad y permanencia en el trabajo será a través de listas, tarjetas de registro o mediante sistemas electrónicos. El registro correspondiente se efectuará al inicio y conclusión de las labores en el Centro de Trabajo.



c) Se considerarán como faltas injustificadas de asistencia del trabajador, los siguientes casos:

1. Cuando no registre su entrada.
2. Si el trabajador abandona sus labores antes de la hora de salida reglamentaria sin autorización de su superior inmediato y regresa únicamente a registrar su salida.
3. Cuando no registre su salida.

Capítulo 12: CAPACITACIÓN Y ASCENSO

a) EL Programa General de Capacitación, tendiente a la superación profesional y técnica de sus trabajadores, con el objeto de promover la formación de los mismos para que incrementen sus conocimientos en el puesto y desarrollen sus habilidades de manera oportuna y eficiente.

b) Los fines que persigue la implantación de los programas y acciones referidas a: Enseñanza, a las acciones que tienden a incrementar el conocimiento del personal, través de programas.

c) Capacitación para el desempeño: acciones previstas para incrementar la capacitación del personal en sus actividades y funciones del puesto que actualmente ocupan, pudiendo ser técnicos o de aplicación práctica.



- d) Capacitación para el desarrollo: acciones que tienden a incrementar la capacidad de los trabajadores, en forma tal que se les prepare para ocupar puestos superiores a los que ocupan actualmente.

TITULO IV: DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DEL TRABAJADOR

Capítulo 13: DERECHOS DE LOS EMPLEADOS

Son derechos de los trabajadores:

- a) Percibir la remuneración que les corresponda.
- b) Disfrutar de los descansos y vacaciones procedentes.
- c) Obtener, en su caso, los permisos y licencias que establece este ordenamiento.
- d) No ser separado del servicio sino por justa causa.
- e) Obtener atención medica en la forma que fija este reglamento.
- f) Ser ascendido en los términos que el escalafón determine.
- g) Percibir las indemnizaciones legales que les correspondan por riesgos Profesionales.
- h) Renunciar al empleo.
- i) Y las demás que en su favor establezcan las leyes y reglamentos.

Capitulo14: RESPONSABILIDADES DE LOS TRABAJADORES.

- a) Asistir con puntualidad al desempeño de sus labores y cumplir con las disposiciones que se dicten para comprobarla.



- b) Desempeñar el empleo o cargo en el lugar a que sean adscritos.
- c) desempeñar las funciones propias de su cargo con la intensidad y calidad que este requiera.
- d) Ser respetuosos y atentos con sus superiores, iguales o subalternos.
- e) Abstenerse de realizar malos tratamientos contra sus jefes o compañeros dentro o fuera de las horas de servicio.
- f) Obedecer las órdenes e instrucciones que reciban de sus superiores en asuntos propios del servicio.
- g) Comportarse con la discreción debida en el desempeño de su cargo.
- h) Comunicar oportunamente a sus superiores cualquier irregularidad que observen en el servicio.

TITULO V: DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE LA EMPRESA

Capítulo 15: DERECHOS DE LA EMPRESA

Es derecho exclusivo de la empresa CHAMBEE S.R.L. es; organizar, dirigir, coordinar, orientar, controlar y disponer las actividades del personal en el centro de trabajo, estableciendo políticas destinadas a la consecución de sus objetivos, observando las disposiciones legales vigentes.

- a) Fijar la oportunidad de los descansos semanales, vacacionales y feriados.



- b) Determinar y asignar puestos de trabajo, deberes y responsabilidades, sin más limitación que las señaladas en las normas legales vigentes.

Capítulo 16: OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

- a) Cumplir y hacer cumplir las normas en materia de seguridad e higiene ocupacional.
- b) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales vigentes, el presente Reglamento Interno de Trabajo, procedimientos de calidad y demás disposiciones de orden interno.
- c) Proveer a los trabajadores el suministro de los implementos de protección contra los accidentes de trabajo, en beneficio de su seguridad y salud, así como brindar las prestaciones de servicios necesarios en materia de asistencia y bienestar social.

TITULO VI: RÉGIMEN SOCIAL

Capítulo 17: SEGURIDAD SOCIAL

- a) La empresa CHAMBEE S.R.L. Beneficiará con las prestaciones y servicios que otorgan se financian con los recursos que recaudan las propias instituciones de seguridad social.
- b) Realizar el pago de remuneraciones a los trabajadores en la forma, oportuna y lugar establecido.



- c) Los trabajadores adquirirán prestaciones de suma importancia tanto para ellos como para sus familias destacando la atención médica, previsión social, el sistema del ahorro para el retiro.

Capítulo 18: HIGIENE Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

- a) La empresa CHAMBEE S.R.L. Promoverá lo necesario para la prevención y disminución de riesgos de trabajo y salvaguardar el bienestar físico y mental de los trabajadores.
- b) Asimismo vigilará que se cumplan los lineamientos emitidos, para el otorgamiento de derechos adicionales por labores en áreas nocivas peligrosas.
- c) Así como de sus medidas de prevención y protección a los trabajadores.

Capítulo 19: BIENESTAR SOCIAL

- a) Persuadir a través de la entrega de Bonificaciones y días de descanso para generar una estabilidad laboral, económica, social del trabajador.
- b) En función del ejercicio del cargo establecer bonificaciones, seguro de vida, etc.
- c) La empresa CHAMBEE S.R.L. Esta orientados a crear nuevas pautas de conducta, donde el bienestar de quienes trabajan se tenga



en cuenta en primer lugar como un valor ético y luego, como un factor de calidad y productividad.

TITULO VII: RÉGIMEN DISCIPLINARIO

- a) Los retrasos en la entrada y los adelantos en la salida del trabajo, injustificados.
- b) Ausentarse del trabajo sin causa que lo justifique ni contar con permiso del superior inmediato.
- c) Negligencia en el cumplimiento de los deberes laborales.
- d) Faltar al trabajo un día sin causa justificada.
- e) No comunicar a la Empresa hechos presenciados o conocidos que causen o puedan causar perjuicio grave a los intereses de la Empresa.

Todos estos regímenes serán sancionados debidamente al Reglamento Interno presentado y determinado por la Empresa CHAMBEE S.R.L.

TITULO VIII: DISPOSICIONES FINALES

La empresa CHAMBEE S.R.L. Una vez realizado el contrato empleado se hará responsabilidad ante el trabajador tanto en sus obligaciones como sus derechos y a la vez premiar cualquier acto de producción satisfactoria en su encargada responsabilidad.

ANEXO Nº 3:

PERSONERÍA JURÍDICA

La empresa “CHAMBEE” es una empresa S. R.L. es creada por dos socios, la cual tiene como funciones básicas definir las metas y estrategias para la organización. La propietaria vinculada actualmente cuenta con formación



académica y conocimiento en las diferentes áreas organizacionales tales como Marketing, producción y finanzas, trabajará en la empresa con el fin de ofrecer un excelente producto y brindar un buen Servicio al cliente.

ACTA DE FUNDACIÓN

En el Municipio de Alto Beni, siendo el 15 de mayo del 2019, siendo las 11:00 de la mañana en la habitación ubicado en la Avenida Circunvalación lote N° 3 – urb. Nueva Alianza Manzano “B”, se reunieron las siguientes personas:

Hernan Chipana, CON Cl. 12569879 L.P, soltero domiciliado en el Municipio de Alto Beni.

Socio hernano, CON Cl. xxxxxxxx L.P, soltero domiciliada en el distrito de Alto-Inicua.

Los mismos que acordaron lo siguiente:

Agenda:

10. constituir una sociedad de responsabilidad limitada.
11. el capital de la sociedad es de Bs. 200 000 (Doscientos mil Bs.) el capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado.

CIERRE DE ACTAS:

No habiendo asuntos más que tratar y estando de acuerdo en todas sus partes, se procedió a dar por concluida la fundación de la empresa siendo las 11:40



de la mañana del 15 de mayo del 2019, levantándose la sesión, luego de suscribir la presente acta.

ANEXO Nº 4:
LEY DEL NOTARIADO PLURINACIONAL
CAPÍTULO I
ALCANCE Y NATURALEZA JURÍDICA

Artículo 28: ALCANCE.

El servicio notarial es la potestad del Estado de conferir fe pública, otorgando autenticidad y legalidad a los instrumentos en los que se consignent hechos, actos y negocios jurídicos u otros actos extra judiciales. El servicio notarial está facultado para tramitar la creación, modificación o extinción de relaciones jurídicas en la vía voluntaria notarial.

Artículo 29: NATURALEZA JURÍDICA.

El servicio notarial es un servicio público, único, independiente, continuo, autenticado, extra judicial; y delegado por el Estado conforme a la presente Ley.

Artículo 30. FE PÚBLICA NOTARIAL.

La fe pública notarial consiste en la otorgación de certeza o veracidad de los actos, hechos y negocios jurídicos a través de una notaría o un notario.

TÍTULO IV



DOCUMENTOS NOTARIALES

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES COMUNES

Artículo 39: DOCUMENTOS NOTARIALES.

I. Son documentos notariales aquellos que la notaria o el notario elabora, redacta, interviene o autoriza, confiriendo fe a los actos, los hechos y las circunstancias que presencia. Serán otorgados con arreglo a lo dispuesto en la presente Ley.

II. Constituye parte del documento notarial el recibir, interpretar, redactar y dar forma legal a las voluntades de los interesados.

Artículo 40: CLASES DE DOCUMENTOS NOTARIALES.

Los documentos notariales se clasifican en protocolares y extra-protocolares. Tendrán carácter de documentos públicos con independencia del medio en que se extiendan, sea papel o soporte electrónico.

Artículo 41. AUTORIZACIÓN DE LOS DOCUMENTOS.

La notaria o el notario autorizarán los documentos originales y las copias de éstos con su firma, rúbrica y sellos oficiales de la notaría a su cargo.



Artículo 42: PROTOCOLIZACIÓN DE LOS DOCUMENTOS OTORGADOS EN EL EXTRANJERO.

Los documentos públicos otorgados en el extranjero deberán cumplir las formalidades y requisitos previstos en la reglamentación para su protocolización.

Artículo 43: EXTRATERRITORIALIDAD DE LOS DOCUMENTOS NOTARIALES).

Todo documento público autorizado por notaria o notario de fe pública o de gobierno, para que surta efectos en el exterior, deberá ser autenticado por la o el Director del Notariado Plurinacional o por la o el Gobernador del Departamento, según corresponda, y por la autoridad competente del Ministerio de Relaciones Exteriores, además de los requisitos exigidos por las normas del país respectivo o de acuerdo a lo establecido en Convenios y Tratados Internacionales.

SECCIÓN I

ESCRITURAS PÚBLICAS

Artículo 52: DOCUMENTO MATRIZ O ESCRITURA PÚBLICA.

I. La escritura pública es el documento matriz notarial incorporado al protocolo, referente a actos y contratos establecidos en la Ley, el cual refleja la creación, modificación o extinción de derechos u obligaciones existentes.



II.Las escrituras públicas antes de ser autorizadas serán leídas íntegramente a las o los interesados o por otros medios que garanticen su pleno conocimiento de acuerdo a reglamentación.

Artículo 53: PARTES DE LA ESCRITURA PÚBLICA.

El contenido de la escritura pública comprende el encabezamiento, el cuerpo y la conclusión.

Artículo 54: ENCABEZAMIENTO DE LA ESCRITURA PÚBLICA.

El encabezamiento de la escritura pública expresará:

- a) Lugar, fecha y hora de extensión del instrumento;
- b) Nombre de la notaria o el notario;
- c) Nombre, nacionalidad, estado civil, profesión u ocupación de las o los interesados y domicilio seguidos de la indicación que proceden por su propio derecho;
- d) Los documentos de identidad de las y los interesados y otros que sean necesarios;
- e) La circunstancia de comparecer una persona en representación de otra, con indicación del documento que la autoriza;
- f) La circunstancia de intervenir un intérprete, en el caso de que alguna de las y los interesados ignore el idioma en el que se redacta el instrumento;
- g) La circunstancia de que la o el interesado o interviniente, sea analfabeto o tenga discapacidad que no le permita firmar y el hecho de haberlo realizado mediante huella dactilar;



- h) La capacidad, libertad y consentimiento con que se obligan las y los interesados;
- i) La indicación de extenderse el instrumento con minuta o sin ella;
- j) Cualquier dato requerido por Ley o que sea pertinente.

Artículo 55: CUERPO DE LA ESCRITURA PÚBLICA.

El cuerpo de la escritura pública contendrá:

- a) La declaración de voluntad de las y los interesados, contenida en el documento elaborado por la notaria o el notario o contenida en la minuta, que se insertará de manera literal;
- b) La incorporación de comprobantes que acrediten la personería y la representación, cuando sea necesario;
- c) La incorporación de documentos que por disposición legal sean exigibles o pertinentes.

Artículo 56: CONCLUSIÓN DE LA ESCRITURA PÚBLICA.

La conclusión de la escritura pública expresará:

- a) La fe de haberse leído el instrumento por la notaria o el notario;
- b) La ratificación, modificación o indicaciones que las y los interesados hagan, que también serán leídas;
- c) La fe de entrega de bienes que se estipulen en el acto jurídico, cuando corresponda;



- d) La transcripción literal de normas legales, cuando en el cuerpo de la escritura se citen sin indicación de su contenido y estén referidas a actos de disposición u otorgamiento de facultades;
- e) La transcripción de cualquier documento que sea necesario y que se hubiera omitido en el cuerpo de la escritura
- f) Las omisiones que a criterio de la notaria o el notario deban subsanarse para obtener la inscripción de los actos jurídicos objeto del instrumento y que las y los interesados no hubieran advertido;
- g) Firma de las y los interesados y de la notaria o el notario, con la indicación de la fecha en que se concluye el proceso de firmas del instrumento.

Artículo 57: ACTA DE PROTOCOLIZACIÓN.

El acta de protocolización contendrá:

1. Lugar, fecha y nombre de la notaria o el notario;
2. Materia del documento;
3. El nombre y documento de identidad de las y los interesados;
4. El número de fojas;
5. En caso de orden judicial, el nombre de la autoridad judicial que ordena la protocolización y nombre del secretario, mencionando la resolución que ordena la protocolización con la indicación de estar consentida, ejecutoriada y con denominación de la entidad que solicita la protocolización.



Artículo 58: OTROS DOCUMENTOS.

La notaria o el notario agregarán los documentos materia de la protocolización al final del tomo del protocolo notarial, donde se encuentra registrada el acta de protocolización. Los documentos protocolizados no podrán separarse del registro de escrituras públicas por ningún motivo.

Artículo 59: OTRAS ESCRITURAS PÚBLICAS.

Son también escrituras públicas las siguientes:

- a) Nombramiento de tutor y curador de persona mayor de edad;
- b) Adopción de persona mayor de edad;
- c) Autorización para el matrimonio de persona menor de edad, otorgada por quienes ejercen la autoridad de padres
- d) Aceptación expresa o renuncia de herencia;
- e) Otros establecidos por Ley.

ACTA DE FUNDACIÓN Y APROBACIÓN DE ESTATUTOS

PROTOCOLIZADA POR LA NOTARIA DE FE PÚBLICA

Los Fundadores de la empresa CHAMBEE S.R.L. deben aprobar los reglamentos internos de la misma levantando un acta, misma que debe ser protocolizado mediante un notario de fe pública.



ANEXO Nº 5:

ENCUESTAS A TIENDAS MAYORISTAS DE LA CIUDAD DE CARANAVI

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y ORG. PUBLICAS

INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO

1. ¿Con que frecuencia compra pilfrut, chiquichoc, yogurt u otro similar?

1) Diariamente

2) Semanalmente

3) Mensualmente

2. ¿Qué tipo de envases compra en mayor cantidad jugos o refrescos?

1) Sachet

2) Botella plástica

3. ¿Cuál de estos productos en sachet vende más? Indique

1) Pilfrut

2) Chiquichoc

3) Yogurt



4) Otro.....

4. ¿Cuál cree que es la razón por que adquieren este producto?

1) Calidad

2) Sabor

3) Precio

5. ¿Cuál de los envases vende más? Indique

1) Sachet 200ml

2) Botella de 330ml

3) Botella de 750ml

6. ¿Conoce la aguagua fresca de banano?

1) Si

2) No

7. ¿Qué presentaciones compraría usted de este producto de Agua fresca de banano?

1) Sachet 200 ml

2) Botella de plátano de 330 ml

3) Botella de plástico de 700ml



8. ¿Estaría dispuesto a comprar Agua fresca de banano en sachet de 200 ml?

1) Si

2) No

9. ¿Si una caja contiene 100 unidades de 200ml. Cuantas cajas estaría dispuesto a comprar de refresco de pulpa de plátano?

1) 1 a 2 Bolsas semanalmente

2) 5 a 7 Bolsas semanalmente

3) 8 a 10 Bolsas semanalmente

4) Más de 11 Bolsas semanalmente

10. ¿Porque estaría o no estaría dispuesto a comprar agua fresca de banano envasado?

.....

Nombre:.....Dirección:..... Teléfono/Celular:.....Ocupación:.....
--



ANEXO Nº 6:

ENCUESTAS A TIENDAS MINORISTAS DE LA CIUDAD DE CARANAVI

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y ORG. PUBLICAS

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO**

1. ¿Con que frecuencia compra pilfrut, chiquichoc, yogurt u otro similar?

- 1. Diariamente
- 2. Semanalmente
- 3. Mensualmente

2. ¿Qué tipo de envases compra en mayor cantidad jugos o refrescos?

- 1. Sachet
- 2. Botella plástica

3. ¿Cuál de estos productos en sachet vende más? Indique

- 1. Pilfrut
- 2. Chiquichoc
- 3. Yogurt
- 4. Otro.....

4. ¿Cuál cree que es la razón por que adquieren este producto?

- 1. Calidad



2. Sabor

3. Precio

5. ¿Cuál de los envases vende más? Indique

1. Sachet 200ml

2. Botella de 330ml

3. Botella de 750ml

6. ¿Conoce Agua fresca de banano?

1. Si

2. No

7. ¿Qué presentaciones compraría usted de este producto de Agua fresca de banano?

1. Sachet 200 ml

2. Botella de plátano de 330 ml

3. Botella de plástico de 700ml

8. ¿Estaría dispuesto a comprar Agua fresca de banano en sachet de 200 ml?

1. Si

2. No

9. ¿Si una caja contiene 100 unidades de 200ml. Cuantas cajas estaría dispuesto a comprar Agua fresca de banano?

1. 1 a 2 Bolsas semanalmente



- 2. 5 a 7 Bolsas semanalmente
- 3. 8 a 10 Bolsas semanalmente
- 4. Más de 11 Bolsas semanalmente

10. ¿Porque estaría o no estaría dispuesto a comprar Agua fresca de banano envasado?

.....

Nombre:.....Dirección:..... Teléfono/Celular:.....Ocupación:.....
--



ANEXO Nº 7:

ENCUESTA A TIENDAS GRANDES Y PEQUEÑAS DEL MUNICIPIO DE

Alto beni

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y ORG. PUBLICAS

INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO

1.¿Cada cuánto tiempo compra los jugos o refrescos en sachet?

- 1) Diariamente
- 2) Semanalmente
- 3) Mensualmente

2.¿Qué tipos de jugos compra semanalmente?

- 1) Pilfrut
- 2) Chiqui choc
- 3) Agua
- 4) Yogurt

3.¿Cuál de estos productos venden más? Indique



- 1) Pilfrut
- 2) Chiqui choc
- 3) Yogurt
- 4) Otro.....

4.¿Conoce Agua fresca de banano?

- 1) Si
- 2) No

5.¿Usted compraría Agua Fresca de Banano en envase de sachet de 200 ml?

- 1) Si
- 2) No

6.¿Qué cantidad de Agua Fresca de Bananocompraría en envase de sachet de 200 ml?

- 1) 1 Bolsa semanalmente
- 2) 2 Bolsas semanalmente
- 3) Más de 3 bolsas semanalmente

7.¿En qué tipo de envases compra mayormente?

- 1) Sachet
- 2) Botella plástica

Nombre:.....	Dirección:.....
.....
Teléfono/Celular:.....	Ocupación:.....



ANEXO Nº 8:

FINANZAS

COSTOS VARIABLES Y FIJOS	
COSTOS VARIABLES	
ITEMS	MONTO
MATERIALES E INSUMOS DIRECTOS	14.450,00
MANO DE OBRA DIRECTA	20.600,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	6.284,50
COSTO VARIABLE TOTAL	41.334,50

Cuadro Nº. 52 Costos Variables y Fijos

COSTOS FIJOS	
ITEMS	MONTO
GAST. GRAL. Y ADM.	1.315,50
GASTOS DE VENTAS	450,00
GASTOS FINANCIEROS	554,11
COSTO FIJO TOTAL	2.319,61

Cuadro Nº. 53 Costo fijo



REQUERIMIENTO DE PERSONAL				
PERSONAL	FORMA DE CONTRATO	CANTIDAD	RENUMERACION MENSUAL	MONTO TOTAL
Ingeniero en producción	Permanente	1	5.000,00	5.000,00
Ayudante 1	Permanente	1	2.000,00	2.000,00
Ayudante 2	Permanente	1	2.000,00	2.000,00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				9.000,00
MANO DE OBRA INDIRECTA				
Administrador	Permanente	1	5.000,00	5.000,00
Asistente Contable	Permanente	1	3.000,00	3.000,00
Vendedor-almacenero	Permanente	1	1.800,00	1.800,00
Portero	Permanente	1	1.800,00	1.800,00
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA				11.600,00
TOTAL MANO DE OBRA				20.600,00

Cuadro N°. 54 Requerimiento de personal

MOVILIARIO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
3	ESCRITORIO	400,00	1200,00
3	SILLA	180,00	540,00
3	MESA	700,00	2100,00
1	ESTANTE	500,00	500,00



TOTAL MOVILIARIO	Bs 4.340,00
-------------------------	--------------------

Cuadro Nº. 55 Moviliario y equipo

INFRAESTRUCTURA Y VEHICULO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
1	TERRENO	70.000,00	70.000,00
1	GALPON	80.000,00	80.000,00
1	VEHICULO	85.000,00	85.000,00
TOTAL INFRAESTRUCTURA			Bs 235.000,00

Cuadro Nº. 56 Infraestructura y Vehiculo

PROYECCION DE COSTOS					
COSTOS	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de Produccion	496.014,00	500.974,14	508.488,75	518.658,53	531.624,99
Materiales e Insumos	173.400,00	175.134,00	177.761,01	181.316,23	185.849,14
Mano de Obra Directa	247.200,00	249.672,00	253.417,08	258.485,42	264.947,56
Gastos Indirectos de Fabricacion	75.414,00	76.168,14	77.310,66	78.856,88	80.828,30
Gastos de Operación	21.186,00	21.397,86	21.718,83	22.153,20	22.707,03
Gastos Generales	6.234,00	6.296,34	6.390,79	6.518,60	6.681,57

IDEA DE NEGOCIO
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO



Gastos Administrativos	9.552,00	9.647,52	9.792,23	9.988,08	10.237,78
Gastos de Ventas	5.400,00	5.454,00	5.535,81	5.646,53	5.787,69
Gastos Financieros	10.800,00	8.806,03	6.732,30	4.575,61	2.332,67
Intereses	10.800,00	8.806,03	6.732,30	4.575,61	2.332,67
TOTAL DE COSTOS	528.000,00	531.178,03	536.939,88	545.387,35	556.664,69

ESTRUCTURA DE COSTOS					
RUBRO	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS					
Depreciacion	28.336,50	28.336,50	28.336,50	28.336,50	28.336,50
Amortizacion Intangible	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00
Gastos Generales	6.234,00	6.296,34	6.390,79	6.518,60	6.681,57
Gastos Administrativos	9.552,00	9.647,52	9.792,23	9.988,08	10.237,78
Gastos de Ventas	5.400,00	5.454,00	5.535,81	5.646,53	5.787,69
Gastos Financieros	10.800,00	8.806,03	6.732,30	4.575,61	2.332,67
COSTO FIJO TOTAL	61.462,50	59.680,39	57.927,62	56.205,32	54.516,20
COSTOS VARIABLES					
Materiales e Insumos	173.400,00	175.134,00	177.761,01	181.316,23	185.849,14
Mano de Obra	247.200,00	249.672,00	253.417,08	258.485,42	264.947,56
Gastos Indirectos de Fabricacion	75.414,00	76.168,14	77.310,66	78.856,88	80.828,30
COSTO VARIABLE TOTAL	496.014,00	500.974,14	508.488,75	518.658,53	531.624,99
	557.476,50	560.654,53	566.416,38	574.863,85	586.141,19

Cuadro Nº. 59 Estructura de costos

Cuadro Nº. 58 Proyeccion de costos



PUNTO DE EQUILIBRIO ECONOMICO					
RUBRO	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO TOTAL	61.462,50	59.680,39	57.927,62	56.205,32	54.516,20
COSTO VARIABLE					
UNITARIO	0,71	0,71	0,71	0,71	0,71
COSTO FIJO					
UNITARIO	0,09	0,08	0,08	0,08	0,07
PRECIO UNITARIO					
DEL PRODUCTO	1,08	1,09	1,11	1,13	1,16
PUNTO DE EQUILIBRIO (CANTIDAD)	167.040	157.572	146.611	134.702	122.374

Cuadro Nº. 60 Punto de equilibrio economico

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
RUBRO	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	752.328,00	767.449,79	790.645,96	822.588,06	864.231,58
Costo de Produccion	496.014,00	500.974,14	508.488,75	518.658,53	531.624,99
UTILIDAD BRUTA	256.314,00	266.475,65	282.157,21	303.929,53	332.606,59
Gastos Generales	6.234,00	6.296,34	6.390,79	6.518,60	6.681,57
Gastos Administrativos	9.552,00	9.647,52	9.792,23	9.988,08	10.237,78
Gastos de Ventas	5.400,00	5.454,00	5.535,81	5.646,53	5.787,69



UTILIDAD DE LA OPERACIÓN	235.128,00	245.077,79	260.438,38	281.776,33	309.899,56
Depreciacion	28.336,50	28.336,50	28.336,50	28.336,50	28.336,50
Gastos Financieros	10.800,00	8.806,03	6.732,30	4.575,61	2.332,67
Amortizacion	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00
Utilidad antes de impuestos	194.851,50	206.795,27	224.229,59	247.724,21	278.090,39
Impuestos 25%	48.712,88	51.698,82	56.057,40	61.931,05	69.522,60
UTILIDAD NETA	146.138,63	155.096,45	168.172,19	185.793,16	208.567,79

Cuadro N°. 61 Estado de ganancias y perdidas

INDICADORES ECONOMICOS	VALORES
VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO (VANE)	729.139,72
TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICO (TIR)	42%
PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION (EN AÑOS)	1,32

Cuadro N°. 62 Indicadores especificos

IDEA DE NEGOCIO
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA FRESCA DE BANANO

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas		752.328,00	767.449,79	790.645,96	822.588,06	864.231,58
Valor de rescate activo fijo						258.833,50
Valor de rescate capital de Trabajo						168.708,00
Prestamo	270.000,00					
TOTAL INGRESOS	270.000,00	752.328,00	767.449,79	790.645,96	822.588,06	1.291.773,08
Costos de produccion		496.014,00	500.974,14	508.488,75	518.658,53	531.624,99
Gastos operativos		21.186,00	21.397,86	21.718,83	22.153,20	22.707,03
Intereses		10.800,00	8.806,03	6.732,30	4.575,61	2.332,67
Amortizacion del prestamo		49.849,32	51.843,29	53.917,03	56.073,71	58.316,65
Impuestos		48.712,88	51.698,82	56.057,40	61.931,05	69.522,60
Inversion	463.678,00					
TOTAL EGRESOS	463.678,00	626.562,20	634.720,14	646.914,30	663.392,11	684.503,94
FLUJO NETO ECONOMICO	(193.678,00)	125.765,80	132.729,66	143.731,67	159.195,95	607.269,14

Cuadro Nº. 63 Flujo de caja financiero