

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



**PROYECTO DE GRADO
PLAN DE NEGOCIO**

**“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN SNACK DE CHIPS DE
PLÁTANO CON CHARQUE DE RES”**

POSTULANTES : TATIANA CRUZ TERRAZAS

SINTIA CONDORI SURCO

TUTOR: LIC. VANESSA MARIELA CALLISAYA MORALES

**LA PAZ - BOLIVIA
2022**

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser nuestra guía y fortaleza.

A nuestra familia por apoyarnos siempre y darnos la motivación constante en todo momento, pero más que todo por el amor, paciencia y comprensión.

A la universidad Mayor de San Andrés, a la carrera Administración de empresa por acogernos durante nuestra formación académica.

A nuestra tutora Lic. Vanessa Mariela Callisaya Morales, una profesional brillante quién se convirtió en nuestro pilar y guía durante el desarrollo de este proceso.

Finalmente a nuestro coordinador Lic. Emerson de La fuente y todos nuestros facilitadores de la carrera, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario durante todo este tiempo.

Tatiana Cruz Terrazas

Sintia Condori Surco

DEDICATORIA

Dedicamos a nuestra familia este trabajo hecho con mayor esfuerzo quienes nos apoyaron incondicionalmente, que nos impulsan a seguir nuestras metas y siempre están en esos momentos difíciles brindándonos su amor, paciencia y comprensión. Lo que ha contribuido en la consecución de este logro.

Tatiana Cruz Terrazas

Sintia Condori Surco

ÍNDICE GENERAL

1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	4
1.1. Naturaleza del negocio (tipo, sector, rubro, tamaño).....	4
1.2. Concepto del negocio.....	5
1.2.1. Nombre del producto	6
1.2.2. Justificación del nombre	6
1.2.3. Justificación de la marca	6
1.2.4. Justificación del slogan	7
1.2.5. Justificación del logo	7
1.2.6. Análisis F.O.D.A.....	8
1.3. El producto y generación de valor.....	9
1.3.1. Producto.....	9
1.3.2. Generación del valor	10
1.4. Determinación de la misión visión y valores.....	10
1.4.1. Determinación de la misión	10
1.4.2. Determinación de la visión	11
1.4.3. Valores	11
1.5. Declaración de objetivos empresariales	12
1.5.1. Objetivo general	12
1.5.2. Objetivos específicos	12

1.6. Claves de gestión.....	12
1.7. Estrategias competitivas.....	15
1.8. Estrategias empresariales	15
2. PLAN DE MARKETING.....	17
2.1. Producto mercadotécnico	17
2.2. Mercado potencial.....	17
2.3. Competencia.....	18
2.4. Barreras de entrada y de salida	19
2.5. Segmentación de mercado	20
2.6. Participación del mercado.....	20
2.7. Investigación de mercado	21
2.8. Potencial de ventas.....	25
2.9. Pronóstico de ventas	28
2.10. Cliente objetivo	29
2.11. Comportamiento del consumidor	29
2.12. Enfoque de decisión de compra.....	32
2.13. Objetivo de marketing	33
2.14. Estrategias de marketing	33
2.15. Estrategias de ingreso.....	40

2.16. Estrategia de enfoque en el producto.....	40
2.17. Posicionamiento	40
2.18. Estrategias a lo largo de la vida de un producto.....	41
3. Plan de operaciones.....	43
3.1. Objetivo para el área operativa	43_
3.2. Diseño y desarrollo del producto.....	44
3.3. Proceso de producción	47
3.4. Maquinas, equipo y vehículo	50
4. PLAN FINANCIERO	68
4.1. Presupuesto de inversión	68
4.2. Presupuesto de operaciones	70
4.3. Punto de equilibrio	75
4.4. Financiamiento.....	76
4.5. Evaluación financiera.....	80
4.5.1. VAN (valor actual neto)	80
4.5.2. TIR	81
4.5.3. Costo / Beneficio	81
5. SUPUESTOS ESCENARIOS.....	84
CAPÍTULO VI ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.....	88

6.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.....	89
6.1.	Objetivos para el área de organización administrativa y legal	89
6.2.	Personería jurídica.....	89
6.3.	Registro legal.....	90
6.3.1.	Fundempresa	90
6.3.2.	Servicio de impuesto nacionales	90
6.3.3.	Gobierno municipal	92
6.3.4.	Caja Nacional de Salud.....	93
6.4.	Organización Empresarial.....	96
6.4.1.	Nombre de la empresa.....	97
6.4.2.	Logo y slogan	98
6.4.3.	Organigrama	100
6.5.	Personal.....	100
	La empresa SABROSÓN tendrá los siguientes cargos principales:.....	100
6.5.1.	Manual de funciones	101
6.6.	Procedimiento Técnico- Administrativos	109
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	113

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1	Característica de la empresa.....	5
Tabla 2	matriz FODA y su estrategias	8
Tabla 3	Estrategias competitivas	15
Tabla 4	Estrategias empresariales.....	15
Tabla 5	cualidades de chip de plátano frito.....	17
Tabla 6	Análisis de las 7 Ps de “Yacobs S.R.L.”	18
Tabla 7	Análisis de 7 ps de la empresa Lay’s.....	19
Tabla 8	Análisis de las 7 ps de la empresa grupo venado.	19
Tabla 9	Población por sexo.....	22
Tabla 10	Datos de población de Caranavi	23
Tabla 11	Segmento de mercado.....	23
Tabla 12	Pronóstico de inflación basándose en el índice P.I.B.....	28
Tabla 13	Proyección de venta.....	29
Tabla 14	Influencias externas en el comportamiento del consumidor.....	31
Tabla 15	Influencia interna.....	32
Tabla 16	La empresa Sabrosón.....	33
Tabla 17	Descripción de propiedad del plátano	34
Tabla 18	Descripción de la etiqueta y envase.....	34
Tabla 19	: Estrategia de precio	35
Tabla 20	Identificación de plaza.....	36
Tabla 21	Material Audiovisual	37
Tabla 22	Estrategia de promoción	38
Tabla 23	presupuesto de promoción.....	38

Tabla 24 Evaluación y análisis de promoción	39
Tabla 25 Detalle de la maquinaria para el área de producción	50
Tabla 26 Detalle de herramientas para el área de producción.....	51
Tabla 27 Detalle de Vehículo	51
Tabla 28 Equipos de computación y comunicación para producción.....	52
Tabla 29 Detalle de mobiliario para el área de producción	52
Tabla 30 Detalle de Materiales de Limpieza	53
Tabla 31 Detalle de Ropa de Trabajo	54
Tabla 32 cuadro resumen de la inversión en Operaciones	54
Tabla 33 Proveedores de materia prima	56
Tabla 34 Unidades producidas en el primer año mensualmente.	57
Tabla 35 Proyección de la producción para 5 años	57
Tabla 36 Costo Total de producción por primer año	58
Tabla 37 Costo total de producción por segundo año.....	59
Tabla 38 Costo de materia prima en el tercer año	60
Tabla 39 Costo total de materia Prima del cuarto Año.....	61
Tabla 40 Costo total de materia prima e insumo del quinto Año	62
Tabla 41 Cuadro resumen de requerimiento para 5 años.....	62
Tabla 42 Costo de producción Unitario de un paquete de 20 unidades.....	63
Tabla 43 Planilla de sueldos y salarios de mano de obra directa	64
Tabla 44 planillas de sueldos y salarios de mano de obra indirecta	64
Tabla 45 Total de Planilla de sueldos y Salario	65
Tabla 46 Cuadro de elección de planta.....	65
Tabla 47 Presupuesto de venta	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 preferencia de snack	20
Gráfico 2 Consumo de snack.....	26
Gráfico 3 Interesados en adquirir el producto.	27
Gráfico 4 Diagrama de flujo del proceso por tiempo y distancia	46
Gráfico 5 Proceso de producción.....	47
Gráfico 6 diseño Infraestructura de la empresa Sabrosón	66
Gráfico 7 Organigrama de la empresa	100

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 marca del producto	6
Ilustración 2 logo de la empresa	7
Ilustración 3 Muestreo de población	24
Ilustración 4 Descripción del producto.	44
Ilustración 5 Envase del producto	45
Ilustración 6 licencia de funcionamiento.....	92
Ilustración 7 afiliación al empleador	94

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio es una iniciativa de carácter privado, que tiene como finalidad el estudio de factibilidad de mercado, operativa y financiera para emprender como empresa SABROSÓN S.R.L. que lanzará al mercado el snack de chip de plátano con charque de res como producto. La idea de negocio surge como una oportunidad de aprovechar la materia prima del plátano para transformar y darle un valor agregado para el consumo del producto como snack.

SABROSÓN S.R.L. se establecerá como una empresa privada de tipo de sociedad de responsabilidad limitada, dedicada a la producción y comercialización de snack de chip de plátano.

El producto que ofrecerá la empresa es un snack de chips de plátano con charque de res, mismo que consiste en hojuelas de plátano frito en cortes ovalados con característica crujientes, y el charque en forma de largos, ambos combinan un sabor criollo.

El envase del producto será nylon Seri grafiado el logo de la empresa que tendrá una medida de 20 cm de largo y 15 cm de ancho, con peso neto de 20 gramos de los chips de plátanos verde frito acompañado con charque de res. Para tener un paquete de snack de 20 unidades se utilizará el envase nylon transparente.

Se pretende producir 95 paquetes de 20 unidades de snack de chips de plátano por día. El precio de cada paquete es de Bs 55.-

La investigación de mercado realizada muestra un resultado favorable con una aceptación del 70% del segmento de mercado objetivo, que conforman hombres y mujeres de 15 a 39 años de edad, con un nivel económico medio y alto, que viven en el municipio de Caranavi.

Para posicionar el producto en el mercado se participará en ferias municipales y nacionales a través de difusión de marca de SABROSÓN, posicionando el producto en la mente de nuestros clientes y crear una alternativa alimenticia.

Luego de hacer el análisis financiero del plan de negocios para realizar el emprendimiento SABROSON S.R.L. en la ciudad de Caranavi se determinó que se requiere realizar una inversión inicial de bs 884.705.- siendo una idea de negocio rentable.

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

La empresa SABROSÓN S.R.L. se dedicará a la producción y comercialización de snack de chips de plátano verde frito, acompañado con charque de res como un aperitivo, que resaltará el sabor criollo yungueño lo cual se diferencia de los restos de snack, posteriormente serán distribuidos en almacenes, tiendas de barrios y kioscos, los intermediarios se encargarán de vender el producto al consumidor final.

La empresa estará ubicada en la provincia de Caranavi del departamento de La Paz. Cabe destacar que los plátanos machos verdes aportan con vitamina del grupo B, especialmente B6, vitamina A y vitamina C, También minerales como el potasio, el magnesio, el manganeso o el cobre con propiedades muy beneficiosas para la salud de las personas¹.

1.1. Naturaleza del negocio (tipo, sector, rubro, tamaño)

La idea del negocio surge como una alternativa de alimentación tipo bocaditos para nuestros clientes, que tienen la costumbre de merendar a media mañana y a media tarde o en cualquier otro momento que desee compartir con sus amigos, compañeros o familiares en eventos especiales como un cumpleaños o días festivos y en escuelas, instituciones públicas o privadas.

La empresa comenzará como una Sociedad de Responsabilidad Limitada donde los socios se hacen responsables de sus aportes de inversión, que tendrá como el denominativo SABROSÓN S.R.L. Se constituye en el rubro de industrias alimenticias, perteneciente al sector secundario, debido a que realiza la

¹ <https://glutendence.com/platano-macho/>

transformación de los plátanos verdes hasta un producto final que serán snack de plátano frito con aperitivo como el charque.

En la siguiente tabla se describe las características de la empresa que tiene por Razón social el “SABROSÓN”, que pertenece al tipo de sociedad de responsabilidad Limitada, con un rubro de industria alimenticia que corresponde al sector secundario, con la actividad económica de producción y comercialización de snack de plátano, la cual tendrá como dirección la zona de Bella Vista en el municipio de Caranavi.

Tabla 1 Característica de la empresa

Nombre/Razón social	SABROSÓN
Tamaño	Empresa
Tipo de sociedad	S.R.L. (Sociedad responsabilidad limitada)
Rubro	Industria Alimenticia
Sector	Secundario
Actividad económica	Producción y Comercialización snack de chips de plátano con charque de Res
Propietario representante	Tatiana Cruz Terrazas
Dirección	Zona Bella vista. Calle 3 de mayo
Número de teléfono	74017296
E-mail	Sabrosocar@gmail.com

Fuente: Elaboración propia

1.2. Concepto del negocio

La empresa **SABROSÓN S.R.L.** se dedicará a la producción y comercialización de snack de plátanos verdes fritos acompañado con un aperitivo del charque de res, mismo que hará sentir un sabor diferente yungueño criollo para compartir entre amigos en colegios, universidades e instituciones públicas o privadas.

1.2.1. Nombre del producto

“CHIPS DE PLÁTANO” así se denomina el producto que elaborará la empresa SABROSÓN, que comprende de plátano verde frito, con una forma ovalada y delgada, con el aperitivo de charque de res en forma de largos. Este producto es apto para casi todas las edades porque tiene un valor nutricional y pertenece al grupo alimenticio.

1.2.2. Justificación del nombre

El nombre SABROSÓN, hace énfasis en que su producto tiene un excelente sabor, la combinación del sabor de plátano verde y el charque de res en la región de los yungas son sabores criollos ancestrales que hasta estos momentos las personas extrañan cuando se van de nuestro país. El denominativo del producto “chips de plátano” resalta la materia prima que será usado en la elaboración del snack.

1.2.3. Justificación de la marca

La marca del producto es la siguiente:

Ilustración 1 Marca del producto



Fuente: elaboración propia

El nombre de la marca englobará todas las líneas de producto que tendrá la empresa como proyección a futuro, ya que se procesaran diversos productos de snack. También enfatiza las características orgánicas y nutricionales del producto.

1.2.4. Justificación del slogan

El slogan de la empresa es el siguiente:

“Un sabor criollo yungueño”

Con este slogan se da a conocer el contenido del snack, que tiene el plátano de la región de los Yungas.

1.2.5. Justificación del logo

El logo se está usando el nombre de la empresa SABROSÓN S.R.L. en color rojo con letras mayúscula determinando la atracción del producto, para que la atención del público quede fijada. Asimismo en la parte superior del nombre de la empresa se utiliza a un chef que está degustando de un delicioso chips de plátano, que representa el buen gusto que tienen las persona para adquirir el producto. También se está usando figuras como el ovalo de color amarillo que representa al mercado y el de color verde personifica a los productores de la materia prima.

Ilustración 2 logo de la empresa



Fuente: elaboración propia

1.2.6. Análisis F.O.D.A.

Tabla 2 matriz FODA y su estrategias

		Análisis internos	
		Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del proceso de elaboración de plátanos fritos de forma artesanal. • Materia prima libre de agentes químicos para la salud humana. • Producto nuevo diferenciado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en el uso de maquinaria y equipo. • Altos costo en la elaboración del producto al inicio de la empresa. • Falta de experiencia en el mercadeo.
Análisis externos	Oportunidades	FO	DO
	<ul style="list-style-type: none"> • Existen varios proveedores en la producción de la materia prima • Crecimiento de demanda escolar. • Disponibilidad de mano de obra en la región de los yungas • Disponibilidad para créditos bancarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un snack de plátano de forma artesanal apoyando a los productores de plátano. • Presentar un producto con calidad para la demanda escolar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal de acuerdo al capital inicial. • Introducir el producto nuevo al mercado.
	Amenazas	FA	DA
	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios climáticos que afectan la disposición de la materia prima. • Cambios de política en la economía. • Competidores desleales. • Ingreso de nuevos competidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar empaque diferenciado. • Ingresar con un snack de plátano de calidad en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar el snack de plátano con beneficios nutricionales. • Entrenamiento constante del personal.

Fuente: elaboración propia

1.3. El producto y generación de valor

1.3.1. Producto

La empresa ingresará al mercado con un producto nuevo, que lleva el nombre de “chips de plátanos” que es un snack a base de plátano con un aperitivo del charque. Este producto se caracteriza por estar elaborado de materia prima que no tiene agentes químicos para la producción, con los más altos estándares de calidad, además en el proceso existirá un control riguroso en la higiene y manipulación, garantizando mediante el registro en SENASAG que el producto sea óptimo para el consumo en el mercado.

- **¿Qué vendemos?**

La empresa SABROSÓN S.R.L. ofrecerá el producto “Chips de plátanos” con charque de res, listo para comer como un snack

- **¿A quién vendemos?**

El producto Snack de Chips está dirigido a personas comprendidas entre los 15 a 39 años de edad, que generalmente comparten este tipo de snack en acontecimientos como: cumpleaños, matrimonios, también va dirigido a estudiantes colegiales y universitarios que meriendan snack como bocadito para compensar el hambre.

- **¿Qué necesidad satisfacemos?**

Satisfacemos la necesidad de alimentación a las personas que buscan nuevas alternativas para el consumo, ya que los integrantes de la familia necesitan productos nutritivos.

También cabe mencionar que de un tiempo las personas optan por adquirir mejores hábitos alimenticios y el producto con sus características responde a esta demanda.

1.3.2. Generación del valor

La empresa SABROSÓN busca lanzar un producto de plátanos fritos elaborado con carne de charque de res, rescatando un sabor criollo de la región en especial del área rural.

Deberían comprar el producto porque es un snack elaborado con materia prima de la región que tiene un sabor excelente con propiedades nutritivas y saludables.

1.4. Determinación de la misión visión y valores.

1.4.1. Determinación de la misión

La misión responde a la pregunta de ¿cuál es la razón de ser de esta empresa?, es el motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía a las actividades de la empresa (Leiva, 2007).

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de snack a base de plátanos fritos acompañado con charque, con excelente sabor criollo y saludable.

1.4.2. Determinación de la visión

La visión es la concepción de que es lo que queremos llegar a ser, lo cual es ir más allá de lo que podemos llegar a ser (Leiva, 2007)².

Ser una empresa líder en la comercialización de snack, reconocida en el mercado nacional, con una cartera amplia de productos.

1.4.3. Valores

Los valores que se deben poner en práctica en la empresa son los siguientes:

- **Responsabilidad**

Ser responsable con los clientes en el momento de entrega de los productos y con la empresa para lograr los objetivos.

- **Trabajo en equipo**

Las personas que trabaja en la empresa deben colaborar mutuamente, participando de esfuerzos colectivos, desarrollando un compromiso con la empresa.

- **Transparencia**

El personal debe evitar corromper las reglas y normas de la empresa en el uso de los activos de la empresa. También debe ser honesto con el cliente y con la organización

- **Confianza**

Creamos mayor grado de confiabilidad con los clientes y los proveedores de la materia prima.

² (Leiva Bonilla, 2007)

- **Empatía**

Es la capacidad de comprender los sentimientos y pensamientos de los consumidores a si sean diferentes a los nuestros.

Los valores elegidos como la responsabilidad, trabajo en equipo, transparencia, confianza y empatía generan un beneficio a todos los trabajadores, promoviendo el crecimiento y desarrollo de la empresa Sabrosón, priorizando en dar cumplimiento los objetivos de cada área.

1.5. Declaración de objetivos empresariales

1.5.1. Objetivo general

Crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de chips de plátanos fritos con charque de res, manteniendo un sabor criollo único en el municipio de Caranavi con diferentes líneas de productos.

1.5.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de segmento de mercado.
- Identificar a nuestros proveedores de la materia prima.
- Contratar personal adecuado para la elaboración del producto.
- Presupuestar el equipo e infraestructura.
- Hacer un estudio financiero y legal para puesta en marcha la empresa.

1.6. Claves de gestión

Henry Fayol es considerado el padre de la teoría administrativa. Él se enfocó en la administración de toda organización y definió las funciones de la administración

las cuales fueron planeación, organización, dirección y control (Luna Gonzales, 2014)³.

- **La planificación**

La planeación es la fijación de los objetivos, estrategias, políticas, programas, procedimientos y presupuestos; partiendo de una previsión, para que el organismo social cuente con las bases que se requieren encause correctamente las otras fases del proceso administrativo (Luna Gonzales, 2014)

La planificación en la empresa permitirá establecer cuando se va a iniciar las operaciones y como se lograrán los objetivos.

- **La organización**

La organización es una función que persigue obtener un fin, fue previamente definido a través de la planeación. Busca efectuar una serie de actividades y después coordinarlas de tal forma que el conjunto de las mismas actúe como una sola, para lograr propósitos comunes (Luna Gonzales, 2014).

La organización permitirá coordinar actividades para lograr el objetivo común que se tiene como empresa.

- **La dirección**

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, ejercida a base de decisiones,

³ | (Luna Gonzales, 2014)

delegando dicha autoridad y se vigila simultáneamente que se cumpla en la forma adecuada todas las órdenes emitida (Reyes, 2005)⁴.

La dirección ayudará a direccionar, respaldar e intervenir ante cualquier conflicto que se presente en la empresa en el cumplimiento de los objetivos de manera efectiva.

- **El control**

El control es aquella que permite, en todo tipo de organización, sea esta grande o pequeña, pública o privada, comprobar en forma permanente en qué medida sus planes están cumpliendo y asegurarse, de esta forma altas probabilidades de alcanzar los objetivos que se ha fijado (Boland, 2007)⁵.

El control es importante en la empresa porque permite el seguimiento en cada paso o procedimiento de cada actividad, para dar su visto bueno o para corregir algunos percances que se tiene para cumplir con el objetivo.

Las claves de gestión que se utilizarán en la empresa son: la planificación que permitirá realizar las actividades según al plan establecido, la organización para coordinar actividades, la dirección para dirigir hacia un objetivo común, con un control riguroso en cada procedimiento para dar el cumplimiento de los objetivos de manera efectiva.

⁴ (Reyes, 2005)

⁵ (Boland, 2007)

1.7. Estrategias competitivas

La estrategia competitiva examina la forma en que una empresa compite con mayor eficacia y fortalece su posición en el mercado (Orozco Martines, 2015).

Tabla 3 Estrategias competitivas

Estrategias competitivas	Descripción
Estrategia de diversificación	La empresa presentará el producto en diversos tamaños y contenidos a precios accesibles a un precio diferente a los de la competencia indirecta.
Liderazgo general en costo	La empresa venderá a un precio muy bajo accesibles para los escolares.

Fuente: elaboración propia

1.8. Estrategias empresariales

Las estrategias empresariales implican la elección de ciertos caminos de acción, de entre los varios posibles, para pasar de la situación actual de la empresa a la situación futura deseada (Tarziján, 2018)⁶.

Tabla 4 Estrategias empresariales

Estrategias empresarial	Descripción
Estrategia de posicionamiento	Visitar colegios de los distintos niveles socioeconómicos para dar un taller sobre el cuidado del medio ambiente y la importancia de proteger los recursos naturales.
Estrategia de innovación	Utilizar la tecnología en nuevos sistemas de producción incluyendo la distribución de los productos ingresando a los nichos de mercado exclusivo.
Estrategia de alianzas	Establecer alianzas comerciales con los proveedores y clientes

Fuente: Elaboración propia

⁶ (Tarziján, 2018)

CAPÍTULO II

PLAN DE

MARKETING

2. PLAN DE MARKETING

2.1. Producto mercadotécnico

El chip de plátano que presenta la empresa SABROSON S.R.L. se caracteriza por ser un producto natural, que consta de hojuelas de plátano verde frito con aceite natural, en forma ovalado acompañado con charque de res (vaca), con un gran valor alimenticio y excelente sabor criollo.

Tabla 5 cualidades de chip de plátano frito

CUALIDADES	DESCRIPCIÓN
Contiene Vitaminas	Es un alimento nutritivo en carbohidratos, vitamina A, B y C Magnesio y fibra.

Fuente: Elaboración propia

- **Consumidor:** La empresa tiene como segmento de mercado a las personas que son estudiantes y profesionales que requieren una merienda en media mañana o en media tarde.
- **Satisfacción de necesidades o deseos:** Los snack de chips de plátano están destinados a ser un aperitivo, que cumple la necesidad de satisfacer el hambre a través de un producto sano para su consumo.

2.2. Mercado potencial

El mercado potencial del producto chips de plátano estaría compuesto por todos aquellos mayoristas de venta de abarrotes de las siguientes regiones, como ser:

- Mayorista de abarrotes de Caranavi
- Mayorista de abarrotes de Palos Blancos

- Mayoristas de abarrotes de Guanay

2.3. Competencia.

a) Competencia directa

La competencia de la empresa SABROSÓN S.R.L. está compuesta por Yacobs S.R.L y debido a que esta empresa hace productos similares con diferentes características:

Tabla 6 Análisis de las 7 Ps de “Yacobs S.R.L.”

Empresa	Producto	Precio	Promoción	Plaza	Personal	Presentación	Proceso
Yacobs	Yacobs Deli Snacks Chips	Bolsa pequeña a 5 bs Bolsa grande a 17 bolivianos	3 bolsas pequeñas en 10 bs	Pando y Beni Tiene su planta en la zona de Tiquipaya	Estimado a 15 trabajador es aproxima damente	Bolsa pequeña de 20 g Bolsa grande de 200g	industrial

Fuente: Elaboración propia

b) Competencia indirecta


Entre las competencias indirectas se encuentran la empresa Lay’s peruana que ofrecen snack de papas fritas y la empresa boliviana el grupo Venado snack de papas fritas, snack kris chicharrones, Kris mix tocinos y pipocas. etc.

Tabla 7 Análisis de 7 ps de la empresa Lay's

Empresa	Producto	Precio	Promoción	Plaza	Personal	Presentación	proceso
Lay's	Papas fritas	Bolsa pequeña de 2 bs la bolsa grande a 20bs	Promoción masiva	Lima Perú	Estimado a 25 trabajadores aproximadamente	Bolsas pequeñas de 19 g y bolsa grande 200 g	Industrial

Fuente: elaboración propia

Tabla 8 Análisis de las 7 ps de la empresa grupo venado.

Empresa	Producto	Precio	Promoción	Plaza	Personal	Presentación	proceso
Grupo Venado	Bocaditos fritos	Bolsa pequeña de 200 g a 1,50bs	Promoción empresarial	Santa cruz La Paz Cochabamba	1200 obreros en Bolivia		Producción y comercialización

Fuente: elaboración propia

2.4. Barreras de entrada y de salida

a) Barreras de entrada

Las barreras de entrada a un mercado son obstáculo de diversos tipos que complican o dificultan el ingreso de empresas, marcas o productos nuevos (Sanches Galan , 2016)⁷. Por lo tanto la empresa SABROSÓN S.R.L. como nuevo ingresante al mercado tendrá como barreras de entrada a las barreras legales y en el sector productivo tendrá cumplir con las siguientes barreras:

- Registro en funda empresa
- Apertura de NIT
- Patentes en la alcaldía

⁷ <https://economipedia.com/datos-economicos>

b) Barreras de salida

Al igual que las barreras de entrada, las barreras de salida esta constituidas por los requisitos legales. Para dar de baja en todas las instancias en las que será registrado la empresa cumplirá en todos los proceso de registro de salida.

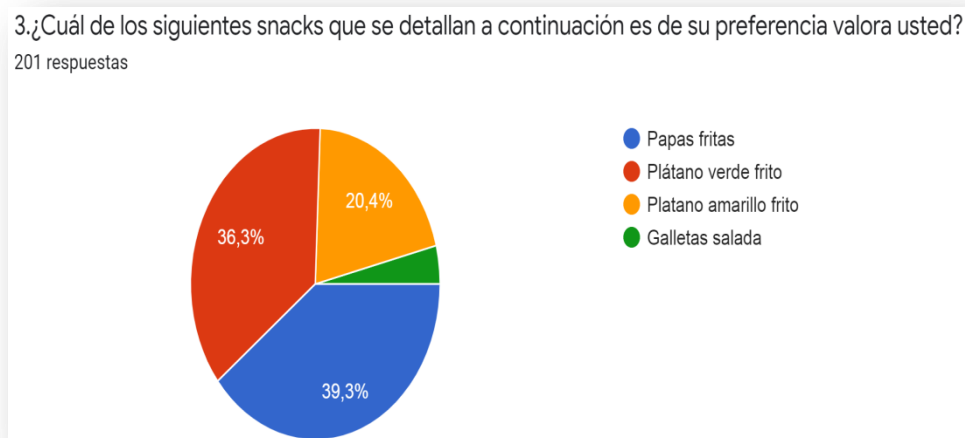
2.5. Segmentación de mercado

El segmento de mercado de la empresa SABROSÓN está conformado por personas de ambos sexos, cuya edad oscila entre 15 y 39 años, con un nivel económico de medio a alto y que viven en el municipio de Caranavi.

2.6. Participación del mercado

A continuación se detalla la participación de la empresa en el mercado con un snack de plátano (que es el preferido de acuerdo a la investigación de mercado pregunta n° 3)

Grafico 1 preferencia de snack



Fuente: elaboración propia

Los resultados de la encuesta muestra que el 39,3% de los encuestados prefiere su snack de papa fritas, quedando como segundo lugar el snack de plátano con 36,3% y el 20,4% prefieren también el snack de plátano amarillo.

2.7. Investigación de mercado

▪ Método cuantitativo

La investigación cuantitativa se basa en técnicas mucho más estructuradas, ya que busca la medición de las variables previamente establecidas, por esta razón en este apartado se hará referencia al cuestionario estructurado (Lopez & Sandoval, 2016).

Para desarrollar este plan de negocio se utilizará el método cuantitativo porque utilizaré un cuestionario para realizar un estudio de mercado que me permitirá investigar el mercado para el snack de chip de plátano.

▪ Técnica de la encuesta

La encuesta es una técnica de investigación que se efectúa mediante la elaboración de un cuestionario y entrevista de manera verbal o escrita que se hace a una población, esta generalmente se hace a un grupo de personas y pocas veces a un solo individuo, el propósito es el de obtener información mediante el acopio de datos cuyo análisis e interpretación permite tener una idea de la realidad (Quispe Pari & Sanches Mamani , 2011)⁸.

La encuesta se realizó de forma digital a través de internet utilizando las redes sociales (WhatsApp, Facebook y correo electrónico) nuestro muestreo es a 201 personas del universo que es en el municipio de Caranavi.

⁸http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S230437682011000700009&script=sci_arttext&tlng=s

▪ **Herramienta cuestionario**

Un cuestionario puede ser definido como un conjunto de preguntas preparadas cuidadosamente, sobre los hechos y aspecto que interesan en una investigación. Puede ser aplicado a través de diferentes medios: empleando entrevista personal o telefónica, utilizando algún método electrónico (correo electrónico, correo, fax) o que la persona sea quien llene el cuestionario (auto administrado) (Lopez & Sandoval, 2016)⁹.

Para la investigación del mercado se utilizará la técnica de la encuesta, la herramienta de cuestionario que se realizó a través de Google forms para la recolección de datos, ya que es muy útil para interactuar con los clientes claves. (Ver **.ANEXO 1.**)

- **Marco de Muestreo:** Para determinar el marco de muestreo a estudiar se usó los datos proporcionado por el censo del año 2012.

Tabla 9 Población por sexo

POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN POR SEXO		POBLACIÓN POR AREA	
	Hombre	Mujer	Urbano	Rural
50,330	26.515	23.815	13.299	37,031
Tasa de crecimiento inter censal 2001 – 2012				1,4 %
Tasa de migración interna neta 2001 - 2012				-2,4 %

Fuente: Elaborado en base de datos de SEDALP (Sistema de información municipal regionalizado del departamento de La Paz)

⁹http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/1103/1/Metodos_y_tecnicas_de_investigacion_cuantitativa_y_cualitativa.pdf

Tabla 10 Datos de población de Caranavi

Año	Ciudad de Caranavi	Municipio de Caranavi	Fuente
2001	12,083	43,060 habitantes	Censo boliviano de 2001³
2012	13,569	50,330 habitantes	Censo boliviano de 2012⁴
2019	14,514	53,313 habitantes	Estimaciones del INE⁵

Fuente: Elaboración en base a los datos del censo

- **Universo:** el mercado determinado es el municipio de Caranavi tanto el área rural y urbano, con una población de 21.511,042 habitantes entre hombres y mujeres.

Tabla 11 Segmento de mercado

DISTRIBUCIÓN POR EDADES	%	CANTIDAD HOMBRES	%	CANTIDAD MUJERES	TOTAL EN PORCENTAJE%	CANTIDAD TOTAL
15-19 años	6.70%	3.372,11	5.93%	2.984,569	12.63%	6.356,679
20-24 años	4.90%	2.466,17	4.59%	2.310,147	9.49%	4.776,317
25-29 años	4.16%	2.093,28	3.78%	1.902,474	7.94%	3.996,202
30-34 años	3.50%	1.761,55	3.31%	1.665,923	6.81%	3.427,473
35-39 años	3.03%	1.524,999	2.84%	1.429,372	5.87%	2.954,371
SUMA TOTAL						21.511,042

Fuente: elaboración propia en base a los datos del censo 2012

La población del mercado identificada es aquella que se encuentra dentro del rango de 15 a 39 años de edad, mismos que son independientes y administran su propia economía pudiendo decidir acerca de sus deseos y preferencia al momento de adquirir un producto. Además tienen amistades con quienes pueden compartir diferentes momentos.

$$\text{Población finita } n = \frac{Z^2 * p * N}{e^{2(N-1) + Z^2 * p * q}}$$

N=total de la población

Z= determinar el valor en la siguiente tabla atendiendo el nivel de confianza

e = Margen de error en decimales

p=proporción de elementos que poseen la característica de interés (0.5) cuando no se menciona esta variable en el ejercicio

q=(1-p)=(1- 0,5)

La población del mercado al que vamos dirigidos con el producto está compuesto por 21.511 personas, a continuación se determinara el muestreo para realizar las encuestas atendiendo un nivel de confianza del 94% y un margen de error de 6 %.

Ilustración 3 Muestreo de población

N	21511
Z	1.71
e	0.06
P	0.5
q	0.5

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{1,71^2 * 0,5 * 0,5 * 21511}{0,06^2(21511-1) + 1,71^2 * (0,5) * (0,5)}$$
$$n = 201.17$$

Valores de Z	
90%	1.645
91%	1.663
92%	1.681
93%	1.699
94%	1.71
95%	1.96
96%	2.06
97%	2.08
98%	2.101
99%	2.575

Fuente: elaboración propia.

Para el estudio se debe encuestar a 201,17 personas del total de la población del municipio de Caranavi, para conocer la demanda requerida por la población.

2.8. Potencial de ventas

a) Mercado potencial

En el mercado potencial tenemos a 21.511 personas (hombres y mujeres) comprendidas entre las edades de 15 a 39 años.

- **Variable geográfica**

Nuestro público objetivo está localizado en estado plurinacional de Bolivia en el Departamento de La Paz, en la Provincia Caranavi en el Municipio de Caranavi.

- **Variable Demográfica**

Nuestro producto está dirigido a personas que están comprendidas entre 15 a 39 años, de sexo masculino y femenino con ingreso de nivel medio, que representa un 43 % de la población del municipio de Caranavi.

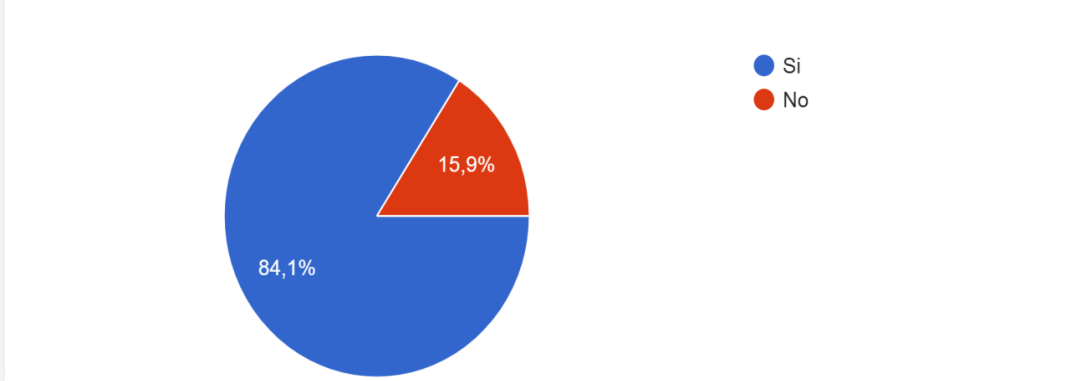
b) Mercado disponible

Para identificar el mercado disponible se utilizara pregunta número 1. Que se analiza lo siguiente **¿Usted actualmente consume Snack? (papas fritas, chicharroncitos, pipocas o plátano frito)** de los cuales se detalla en el siguiente cuadro el resultado de la respuesta. **(Ver Anexo 2)**

Gráfico 2 Consumo de snack

1. Usted actualmente consume snacks (papas fritas, chicharon, pipocas o plátanos fritos)

201 respuestas



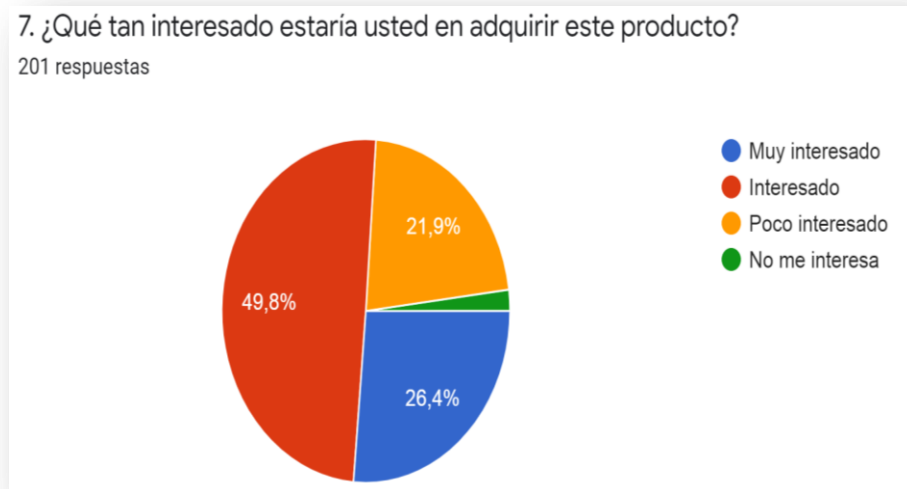
Fuente: elaboración propia en base a las respuestas de la encuesta

Por lo tanto el mercado disponible = $21.511 \times 84,1\%$ entonces el valor del mercado disponible es 18.090,75 personas que podrían comprar el producto.

c) Mercado efectivo

Para encontrar el mercado efectivo se ha utilizado la pregunta 7 que era lo siguiente **¿Qué tan interesado estaría usted en adquirir este producto?** Y las respuestas se detallan en el siguiente cuadro:

Gráfico 3 Interesados en adquirir el producto.



Fuente: elaboración propia en base a las respuestas de la encuesta

Entonces el mercado efectivo = mercado disponible por el porcentaje de personas que están interesado y muy interesado la cual obtenemos un porcentaje de 76%. El mercado efectivo = 18.090,75 personas x 76% = 13.749 que significa que es la cantidad que si comprarían el producto.

d) Mercado objetivo.

La demanda total del mercado es 13.749 personas que comprarían de forma semanal, dando un total de 714.948 bolsitas, lo cual representa una demanda existente de 25.023 paquetes grandes de 20 unidades anualmente.

Para definir el mercado objetivo la empresa pretende cubrir un 70% parte del mercado que en cantidad representa 9,624 personas que comprarían semanalmente, considerando a la competencia que participa en el mercado.

2.9. Pronóstico de ventas

➤ Determinar el crecimiento anual de las ventas

Para determinar el crecimiento anual de las ventas la demanda que se obtuvo es de 95 paquetes grandes con 20 unidades de bolsitas de chips de plátano diarios y 25,023 paquetes por año.

El Producto Interno Bruto (PIB) del país continuará creciendo por debajo del 4 por ciento en este y los próximos dos años, según el Banco Mundial (BM). El organismo bajó su previsión para este año y lo situó en 3,9% (en junio la había fijado en 4%) y proyectó un crecimiento del 3,6% para 2020 y del 3,4% para 2021.

Tabla 12 Pronóstico de inflación basándose en el índice P.I.B

AÑO	PAQUES DE UNID.	PIB	TOTAL
2022	25.023		25.023,00
2023	25.023	3.4%	25.874,00
2024	25.874	3.4%	26.754,00
2025	26.754	3.4%	27.664,00
2026	27.664	3.4%	28.605,00

Fuente: elaboración propia.

• Pronostico de ventas anuales

La proyección de venta se realizó para 5 años que en 1er año se tiene que producir una cantidad de 25.023 paquetes anualmente, cada paquete contiene 20 unidades que tendrá un costo de 55 bs.

En la proyección de ventas se utilizará el PIB desde el segundo año constantemente hasta el 5to año según a los ingresos anuales que reporta el crecimiento económico.

Tabla 13 Proyección de venta

PROYECCIÓN DE VENTA			
PERIODOS	PRECIO	CANTIDAD	INGRESO ANUAL Bs
1er Año	Bs 55.00	25.023	Bs 1.376.265,00
2do Año	Bs 55.00	25.874	Bs 1.423.070,00
3er Año	Bs 55.00	26.754	Bs 1.471.470,00
4to Año	Bs 55.00	27.664	Bs 1.521.520,00
5to Año	Bs 55.00	28.605	Bs 1.573.275,00
TOTAL			Bs 7.365.600,00

Fuente: elaboración propia.

2.10. Cliente objetivo

El cliente objetivo de la empresa SABROSÓN S.R.L. son las personas comprendidas entre 15 y 39 años de edad, estudiantes y profesionales de ambos sexos con ingresos medios y altos que cuida su salud, con una buena alimentación.

2.11. Comportamiento del consumidor

Las personas interesadas en adquirir el snack son estudiantes y profesionales entre las edades de 15 a 39 años del municipio de Caranavi específicamente de la región de los yungas

- **¿Quiénes compran?**

Estudiantes y profesionales comprendidas entre 15 y 39 años de edad de ambos sexos que estén dispuestos a comprar los snack como un alternativo de alimentación rápida.

- **¿Por qué compran?**

Las personas consumen el producto por que contiene un valor nutricional. A demás el snack es saludable y rico en minerales.

- **¿Cómo lo compra?**

Las personas que adquieren el producto primeramente se informan de la existencia del producto puede ser medios de comunicación como radio, televisión o redes sociales. Luego el cliente analiza el aperitivo que necesita, el costo del producto que adquirirá y luego la marca. Para finalizar el cliente termina con la decisión de la compra, adquiere el producto y paga por el mismo

- **¿Cuándo compran?**

El consumidor cuando se siente convencido con el valor nutricional y calidad del producto que va adquirir cumple con sus expectativas.

- **¿Dónde compra?**

Compra el producto en tiendas, o abarrotes en donde está distribuido el producto o instituciones donde hay kioscos como es el caso de universidades o colegios para los estudiantes.

- **¿Cómo se informa?**

A través de la tecnología el internet, las vitrinas de presentes en las tiendas de barrios y en los kioscos (de amigos, familiares cercanos, etc.)

a) Influencia externa

Las variables de influencias externas son la cultura, la clase social y los grupos sociales (tanto de pertenencia como de referencia y aspiración) (Martinez Navarro, 2017)

Tabla 14 Influencias externas en el comportamiento del consumidor

Influencias externas sobre el comportamiento de compra	
Variable	Influencia
Cultural	La diversidad de culturas en Bolivia es evidente. La costumbre de las personas bolivianas es salir a pasear en días festivos como fiestas patronales en la cual suelen compartir una merienda ya sea en familias, amigos y parejas y así donde llegan a consumir estos productos.
Económica	La economía del país ha mejorado, aun con la elevación del índice de desempleo, aumentando el salario mínimo nacional entonces se supone que en Bolivia, la población está en condiciones de adquirir el producto.
Político	En el aspecto político, incluye la política del gobierno, la estabilidad política y la política de comercio e impuesto.
Social	En cada pueblo o ciudades del país hay festividades por fiestas patronales, el costumbre de adquirir alimentos de los snack son constantes. Las personas suelen consumir en meriendas y bocaditos en una forma de compartir.

Fuente: Elaboración propia

b) Influencia interna

Las variables de influencia interna tiene que ver con el propio consumidor y son las siguientes: las necesidades, motivaciones, y deseos; la percepción; la actitud; la experiencia y el aprendizaje y la propia personalidad. (Martinez Navarro, 2017)

Tabla 15 Influencia interna

Influencias internas sobre el comportamiento de compra	
Valores	Los valores son principios de una persona que posee la cual quiere decir que no tiene una influencia directa al producto alimenticio. Uno de los valores que puede influir en la compra del producto es la amistad para compartir un snack.
Religión	Muchas personas tienen un estilo de vida muy definido lo cual influye en la adquisición del producto.
Idiosincrasia	En muchos casos cuando una persona tiene sus propios ingresos y no tiene tiempo para realizarse su propio alimento tiende a adquirir estos productos que están al alcance.

Fuente: elaboración propia

El consumidor busca alternativas de productos con naturalidad de materia prima con origen nativo y estas son compartidas en diferentes eventos como; fiestas patronales, cumpleaños, matrimonios, etc. También los consumidores están en los colegios, institutos y universidades que su gran mayoría son estudiantes que a modo de compartir con sus amistades requieren un snack.

2.12. Enfoque de decisión de compra

La persona cuando trabajan y se encuentran en un mundo muy acelerado, sienten la necesidad de buscar productos accesibles para saciar el hambre con alimento complementario a media mañana o a media tarde, una de ellas es buscar snack o algún aperitivo.

2.13. Objetivo de marketing

Los objetivos del marketing de la empresa SABROSÓN son básicamente:

- **Objetivo Cualitativo**

Posicionar en el municipio de Caranavi, en la zona de Bella Vista, avenida 3 de mayo los chips de plátanos fritos con charque de res el SABROSÓN como un producto estrella beneficiando la salud y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

- **Objetivo Cuantitativo**

Ingresar al mercado con un estimado de ventas de 2,085 paquetes grandes con 20 unidades de bolsitas de snack de chip de plátano con charque en el primer mes

2.14. Estrategias de marketing

a) Producto


Ofrecer chips de plátanos con charque de res con diferentes plátanos ya sea medio amarillo o verde con una presentación de rodajas ovaladas y el charque de res picado en largo.

Tabla 16 La empresa Sabrosón

Marca	SABROSÓN
Eslogan	<i>Un sabor criollo yungueño</i>
Logotipo	

Fuente: elaboración propia

Tabla 17 Descripción de propiedad del plátano

Descripción			
	Propiedad física	Propiedad química	Propiedad nutritiva
<p>Plátano</p> 	<p>Aumenta la capacidad de resistencia ya que aporta una excelente combinación de hidratos de carbono y potasio, ambos necesarios para la actividad muscular.</p>	<p>Riquísimo en nutrientes especialmente potasio, vitamina B6, E y ácido fólico</p>	<p>El plátano verde es una buena fuente de fibra, vitaminas y minerales y contiene un almidón que pueden ayudar a controlar la glucemia.</p>

Fuente: elaboración Propia

- **Delineación**

Tabla 18 Descripción de la etiqueta y envase

Etiqueta	<p>Nuestro producto tendrá una presentación en donde se hará conocer la siguiente información.</p>
	<p>➤ Contenido de la cantidad, Ingredientes, Fecha de elaboración, Advertencia para la buena conservación del producto, Fecha de vencimiento, Código universal del producto</p>
Envase	<p>Será una bolsa con capa de aluminio para preservar las propiedades del producto.</p>
Empaquetado	<p>Para el empaquetado se utiliza bolsas de nylon transparente, en el cual tendrá 20 unidades de bolsitas de chips de plátano.</p>
Plazo de entrega	<p>Los plazos de entrega serán de acuerdo a la capacidad de producción de la empresa y los medios de distribución que serán utilizados para su entorno.</p>
Garantía del producto	<p>La garantía del producto estará certificada por SENASAG.</p>
Servicio de post venta	<p>No corresponde con la estrategia del producto</p>



Fuente: elaboración propia

b) Precios

La estrategia de precio que se tomara en cuenta para establecer los precios del producto está en función de:

- Costo de producción
- Precio de mercado(competencia indirecta)

Tabla 19 : Estrategia de precio

CHIP DE PLATANO	PAPAS LAYS
	
Producto: Chips de plátano con 20 gramos a 3 Bs	Producto: papas lay's con 17 gramos a 2 Bs

Fuente: Elaboración propia

Los precios de introducción al mercado serán determinados tomando como referencia los precios de la competencia.





c) Plaza

Se utilizará canales de distribución directo, a los intermediarios de la ciudad de Caranavi, para lograr una cobertura inicial del producto.

La empresa SABROSÓN cuenta con intermediarios de tiendas de barrios y kioscos de las unidades educativas para llegar al consumidor final. La provincia de Caranavi cuenta con 4 distritos en ella se encuentra las tiendas de barrios con una cantidad aproximado 338 y cuenta con 62 kioscos.

- **Identificación de plazas y centros de gravedad donde tendrá presencia el producto**

Tabla 20 Identificación de plaza

Identificación		Justificación
 <p>Canales de distribución</p>	<p>Los canales de distribución serán a través de los mayoristas, intermediarios y finalmente llegar al consumidor final (tiendas ubicados en lugares estratégicos)</p>	<p>Se tiene como objeto de llegar a la mayor cantidad de cliente y consumidores.</p>
 <p>Cobertura</p>	<p>Nuestra cobertura de distribución abarcara tiendas mayoristas o kioscos en la ciudad de Caranavi.</p>	<p>De acuerdo a la fijación del mercado meta.</p>
 <p>Transporte</p>	<p>Para una eficiente distribución se contará con un camión para un transporte masivo.</p>	<p>Para una distribución eficiente y oportuna.</p>
 <p>Logística</p>	<p>Estará comprendida por todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica y almacenamiento de materia primas, productos terminados de tal manera que estos estén en la cantidad adecuada</p>	<p>Para un aprovisionamiento continuo y una eficiente producción</p>

Fuente: elaboración propia

d) Promoción

Es la parte esencial para lograr el objetivo estratégico de marketing que es posicionar el producto en la mente del consumidor y a provechando las influencias de los medios de comunicación, así poder captar el interés de nuestros productos.

- **Material audiovisual**

Tabla 21 Material Audiovisual

Presentación de la empresa	Producto	Clientes
<p>La empresa SABROSÓN S.R.L. esta creada para satisfacer las necesidades de los consumidores que desean cuidar su salud.</p>	<p>Nuestro producto está elaborado a base de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plátano • Charque de Res 	<ul style="list-style-type: none"> • Hombres y mujeres • Nivel socioeconómico medio. • De edad 15 a 39 • De la ciudad de Caranavi. <p>Con una expansión a las ciudades de la región de los yungas.</p>
<p>La imagen de la empresa será conocido con el apoyo de los siguientes materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de video en redes sociales • Folletos 		
		

Fuente: elaboración propia

- Definición de tácticas

Tabla 22 Estrategia de promoción

Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Radio • Televisión • Boletines • Redes sociales 	
Creación de noticias	<p>A través del uso de los medios de comunicación dar a conocer a la población las cualidades nutritivas del plátano. También apoyando al sector platanero del sector.</p>	
Conferencias, exposiciones	<p>Presentación en las ferias culturales de negocio y emprendimiento.</p>	
Patrocinio de eventos	<p>Ser patrocinador de la fiesta patronal de la virgen de las nieves de Caranavi para posicionar la marca de la empresa entre los consumidores.</p>	

Fuente: elaboración propia

- Detalle de presupuesto

Tabla 23 presupuesto de promoción

Descripción	Costo	mensual total	Anual
Publicidad	100	300	3.600
Distribución	200		

Fuente: Elaboración propia

- **Sistema de evaluación de resultados**

Tabla 24 Evaluación y análisis de promoción

Tipo de medios	Evaluación de la cantidad	Evaluación del impacto
Material audio visual de patrocinio de la entrada de la fiesta patronal	➤ Se cuenta con una presencia de aproximadamente de 13 fraternidades con participantes que se vienen de otros lugares.	➤ Tomando en cuenta que la asistencia será superior a 5000 personas tendremos una publicidad exitosa.
Evaluación del personal	➤ 5 personas encargadas de repartir los volúmenes y los trípticos.	➤ Llegar a un 70% de los participantes con el apoyo Snack para el recorrido.
Visita a los medios de comunicación	➤ Canal 11, canal 9 y presentación en canal de BOLIVIA tv	➤ Será de acuerdo al nivel de rating que tiene cada canal de televisión

Para la empresa sabrosón es fundamental la estrategia de marketing por que le permitirá tener claro las cualidades y beneficios del producto, el precio adecuado que ingresara al mercado, conocer bien a quien se estará dirigiendo el producto y como entrar a la mente del potencial cliente. Teniendo en cuenta que el producto es nuevo y pocos lo conocen, es necesario llevar material audiovisual para el patrocinio en la entrada de la fiesta patronal, repartir los trípticos y visitar a los medios de comunicación para que el producto sea conocido.

2.15. Estrategias de ingreso

Para llegar al mercado se realizará varias publicidad constante del producto, así para que tenga interés de comprar el consumidor, también se considera la estrategia de ajuste de precio, mayor promoción por medio de redes sociales.

La empresa Sabrosón utilizará la estrategia de ingreso para aumentar las ventas del producto como: promociones de ventas, por medio de incremento de publicidad digital en el mercado establecido, atrayendo clientes para el consumo del producto, esto se hará para que conozcan el snack y como en conocimiento sea aceptado en el mercado la empresa Sabrosón.

2.16. Estrategia de enfoque en el producto

La empresa sabrosón se enfocará en el mercado potencial de la provincia de Caranavi, especialmente los niños y jóvenes con una tendencia en el cuidado de la salud y tenga hábitos de una alimentación sana y nutritiva, presentando productos hechos en base a plátanos con charque que le convierte en un producto diferente de los demás que existe en el mercado.

2.17. Posicionamiento

Para el posicionamiento del producto y entrar en la mente del consumidor se tomara las diferentes características que poseen el snack de chips de plátano:

- **Cualidades:** Posicionar con naturalidad utilizando los beneficio que tiene el producto.
- **Diferenciación:** Posicionar el producto en el mercado de chips de plátano complementando el charque de res.

- **Nombre:** El snack de chips de plátano con charque de res informa de que se trata el producto.
- **Diseño:** Se utilizará un diseño atractivo en el envase, presentando los crujientes chips de plátano para entrar en la mente del consumidor.

La empresa sabrosón utilizará la estrategia de posicionamiento que permitirá ventas continuas con reconocimientos y visibilidad de la marca en el mercado. Para ello se manejará las diferentes características del producto como ser: calidad, diferenciación, diseño y nombre.

2.18.Estrategias a lo largo de la vida de un producto

Para un crecimiento sostenido la empresa SABROSÓN S.R.L. Participará en ferias nacionales tales como:

- FIPAS(Feria Internacional de La Paz)
- EXPOCRUZ(Feria Internacional de Santa Cruz)

Esta estrategia elegida porque el producto necesita ser conocido y reconocido en los diferentes mercados de Bolivia, participando y exponiendo el producto de snack haciendo conocer los benéficos de consumo que tiene como producto. También el producto necesita permanecer por mucho tiempo en el mercado ampliando lo segmento de mercado.

CAPÍTULO III

PLAN DE

OPERACIONES

3. Plan de operaciones

3.1. Objetivo para el área operativa

Obtener una producción eficiente a través de una buena administración de los recursos disponibles y una estructuración óptima de la cadena de valor, aprovechando la experiencia del personal operativo.

a) Objetivos de la calidad

- Estandarización de procesos de producción.
- Identificar los proveedores con lo que trabajará la empresa Sabrosón para adquirir la materia prima en buen estado y Controlar el proceso de producción en función a la obtención productos de buena calidad.

◆ ¿Qué es?

Es un Snack de chips de plátano verde frito con charque de res.

◆ ¿Qué hace?

El producto tiene la función de brindar nutrición y beneficio para las personas que lo consuman, el plátano verde y el charque de res son beneficiosos para la salud.

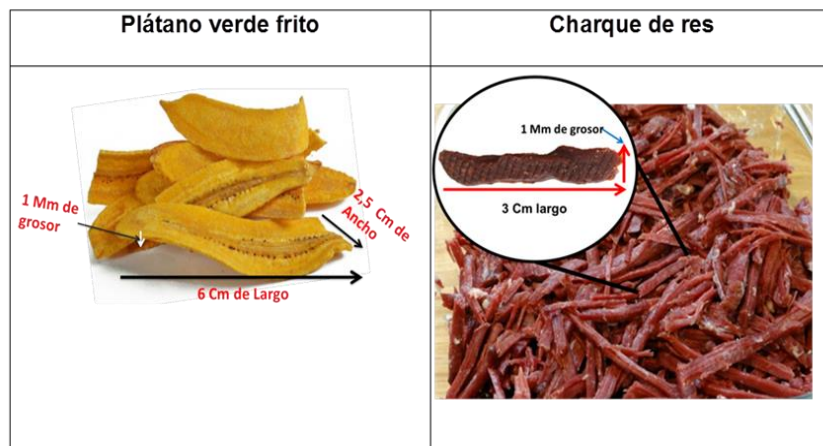
- **Información de Beneficios de la propiedad del plátano**

Plátano verde frito	Charque de res
<ul style="list-style-type: none"> • Previene la obesidad • Previene la disminución de glucosa el tratamiento de la diabetes. • El plátano verdes mejora y regula tu ritmo cardíaco • Combate la gastritis y otros problemas estomacales • Mejora tus defensas • Regula la hipertensión • Reduce el colesterol • Promueve la función cerebral saludable • Apoya la salud del aparato muscular • Anemia o fatiga 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contiene las proteínas necesarias para el crecimiento y desarrollo de células musculares. ✓ Ayuda a la liberación de energía y mejora el funcionamiento del sistema nervioso ✓ Se eliminan las grasas dejando los nutrientes más importantes para el cuerpo. ✓ Ayuda a evitar el crecimiento de bacterias, eliminando el riesgo de enfermedades.

3.2. Diseño y desarrollo del producto

La empresa Sabrosón presenta un producto innovador para nuestros clientes los chips de plátanos verde frito con charque de res, ofreciendo nuestro producto con un valor nutricional.

Ilustración 4 Descripción del producto.



Fuente: Elaboración propia

- Especificaciones del envase

Ilustración 5 Envase del producto



Fuente: Elaboración propia

El envase del producto con 25 cm de largo y 15 cm ancho equivalente con su peso neto de 20 gramos de los chips de plátanos verde frito acompañado con charque de res.

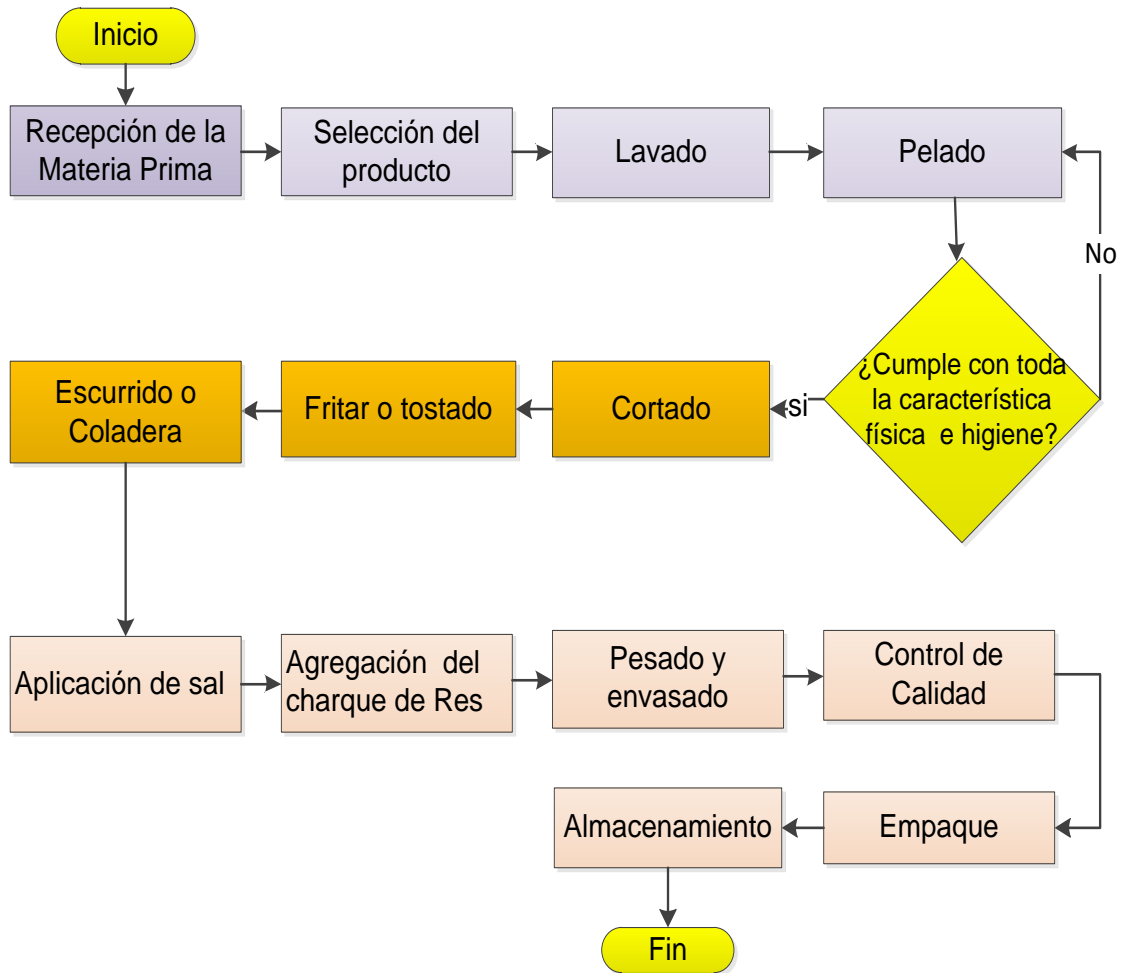
Gráfico 4 Diagrama de flujo del proceso por tiempo y distancia

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO POR TIEMPO Y DISTANCIA								
Resumen		N°	Min	Operación: Elaboracion de chps de platano verde frito con charque de res.				
●	Operación	10	56	Metodo propuesto: Diagrama de flujo de proceso				
➔	Transporte	1	40					
▲	Almacenamiento	1	10					
⬇	Demora	1	4					
■	Inspección	1	5					
Total		14	115					
N°	Distancia de desplazamiento (mts)	Tiempo (min)	Operación	Transporte	Almacenamiento	Demora	Inspección	Descripción del Procedimiento o actividad
1	5	40	●	➔	▲	⬇	■	Recepción de materia Prima
2	10	15	●	➔	▲	⬇	■	Selección de la materia prima
3	1	20	●	➔	▲	⬇	■	Lavado
4	1	2	●	➔	▲	⬇	■	Pelado
5	2	0,5	●	➔	▲	⬇	■	Cortado
6	3	3	●	➔	▲	⬇	■	Friar los chips
7	1	4	●	➔	▲	⬇	■	Escurrido o coladera
8	1	1	●	➔	▲	⬇	■	Aplicación de sal
9	4	1	●	➔	▲	⬇	■	Agregar el charque de res
10	2	2	●	➔	▲	⬇	■	Pesado y envasado
11	16	5	●	➔	▲	⬇	■	Control de calidad
12	2	4	●	➔	▲	⬇	■	Sellado o Tapado
13	2	7	●	➔	▲	⬇	■	Empaque
14	10	1	●	➔	▲	⬇	■	Almacenamiento

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Proceso de producción

Gráfico 5 Proceso de producción



Fuente: Elaboración propia

➤ Acopio y Recepción de materia Prima

La materia Prima es el plátano, mismo que se acopiara e ingresará para ser almacenado 48 horas antes de la producción, para inspeccionar la madurez de la cabeza de plátano verde.

➤ **Selección de la materia prima**

Después de la recepción de la materia, se debe seleccionar y descartar algún tipo de daño físico de los plátanos de cabeza verde, después se hace el seleccionado de cada unidad de plátano el tamaño y la calidad, descartando los daños físicos de cada unidad de plátano.

➤ **Lavado**

Después de la selección se debe lavar el producto con abundante agua, para desinfectar con hipoclorito de sodio (lavandina), se realizara en tinas de acero inoxidable con válvulas de salida de aguas, eliminando impurezas de las cascaras como el polvo y algunas hojas secas, con el propósito de evitar la contaminación de la pulpa al momento de ser pelado.

➤ **Pelado**

Después de lavar el producto consiste en el pelado cortar primero los extremos de los dedos del plátano con un cuchillo, luego hacer un corte a lo largo y finalmente despulpar la cascara. El pelado se realizara manualmente por parte de los operarios de la empresa.

➤ **Cortado**

Este proceso se realizará con la ayuda de una maquina cortadora rebanadora. Se cortará el plátano en rodajas de 1 milímetro de ancho, que tendrá la forma de esfera.

➤ **Fritar los chips**

La materia prima ya cortada será sumergida en la freidora industrial, por medio de una banda de transportadora a una temperatura de 150 a 160 °c de 3 a 4 minutos hasta tener un color amarillo dorado y textura crujiente.

➤ **Escurrido o coladera**

Después de fritar el producto es depositado en una banda transportadora de cadenas fabricadas en acero inoxidable, con el fin de eliminar el exceso de grasa superficial del producto.

➤ **Aplicación de sal**

Una vez escurrido el aceite del producto se coloca la sal uniformemente en el producto.

➤ **Agregar el charque de res**

Una vez que se haya cumplido las anteriores etapas, se le colocara el charque de res en forma de tiras.

➤ **Pesado y envasado**

Una vez obtenidos los chips de plátano verde fritos acompañado con charque de res el siguiente pasó de pesarlo con peso exacto de 20 gramos.

➤ **Control de Calidad**

Después de pesarlo el producto viene control de calidad para la verificación e inspección del producto terminado.

➤ **Sellado o Tapado**

Una vez obtenido el resultado del control de calidad viene el sellado del vencimiento y producción según SENASAG.

➤ **Empaquetado**

En este proceso el producto Chip de plátano es empacado 20 unidades con nylon polietileno transparente.




➤ **Almacenamiento**

En esta actividad el producto es almacenado en el área designada para el almacenamiento del producto terminado.

3.4. Maquinas, equipo y vehículo

La maquinaria seleccionada para el total y óptimo desenvolvimiento de la producción de snack de plátano es la siguiente:



Tabla 25 Detalle de la maquinaria para el área de producción

Maquinaria	Detalle	Proveedor	Marca	Costo Bs.	Depreciación
 Rebanadora	Se utiliza para hacer cortes los plátanos en rodajas redondas ovaladas y rebanadas largas, el espesor puede ser menor al 1. mm ajustable. Es una maquina con acero inoxidable.	Zibo Taibo Industrial Co., Ltd	YQC2000 Capacidad 200-2000kg / h Poder 1.5 KW	34800	Dada de vida útil del bien 8 año
 Lavadero	Se necesitará para el lavado de charque de res y los plátanos.	Continental Retail	MGEN91000	2350	Dada de vida útil del bien 5 año
 Freidora	Freidora doble para tostar los chips de planos y el charque de res.	Líder maquinaria hostería	Freidora industrial eléctrica 6+6 litros	1523	Dada de vida útil del bien 8 año
TOTAL				38 673	

Fuente: Elaboración propia


Según el cuadro anterior muestra el tipo de maquinaria seleccionada para el proceso de producción de snack de plátano.

Tabla 26 Detalle de herramientas para el área de producción

Herramienta	Proveedor	Área de uso	Costo Bs.	Depreciación	Tiempo de entrega
 Balanza electrónica digital	Corporación Vasot	Pesaje para el peso justo	530	Dada de vida útil del bien 4 años	Entrega de 24 horas
 Máquina Selladora	Aliba	Selladora	2.600	Dada la vida útil del bien 5 Años	Entrega de 72 horas
Total			3130		


Fuente: Elaboración propia

Tabla 27 Detalle de Vehículo

Vehículo	Proveedor	Marca	Costo bs.
	Hangzhou IKOM	Ikom LC-01	128.300




Fuente: Elaboración propia




Tabla 28 Equipos de computación y comunicación para producción

Equipo informático	Marca	Área de uso	Costo Bs.	Depreciación	Tiempo de entrega
 Teléfono	Panasonic	Llamada	750	Dada de vida útil 10 años	Entrega de 24 horas
 Impresora	Epson	Impresiones	1.800	Dada de vida útil del bien 4 años	12 horas
 Computadora	Dell	Registro de planillas	5.000	Dada de vida útil del bien 4 años	En 24 horas
Total			7550		

Fuente: elaboración propia.



Tabla 29 Detalle de mobiliario para el área de producción

Mobiliario	Proveedor	Área de uso	Costo bs.	Día de entrega
 Mesa Metálica	Herlis	Producción	1.750	En Cuatro día hace la entrega
 Silla	Zenteno	Producción	120	En 12 horas
 Extintor	Grainger	Montaje en pared para la área de producción	3500	En 24 horas

 Bandeja	TAPPER	Producción	420	24 horas
 Espumadera	Tapper	Producción	80	24 horas
 Bañador	Papelera	Producción	60	24 horas
Total			5850	

Fuente: elaboración propia

Tabla 30 Detalle de Materiales de Limpieza

Imagen	Nombre	Costo bs.
	Escoba	20
	Recogedor de basura	15
	Trapeador	1870
Total		1.905

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31 Detalle de Ropa de Trabajo

Imagen	Nombre	Costo bs.
	Gorro	65
	Mandil industrial	240
	Guantes	45
Total		350

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32 cuadro resumen de la inversión en Operaciones

DETALLE	INVERSIÓN
Maquinaria	38.273
Herramienta	3.130
Vehículo	128.318
Mobiliario	5.880
Material de Limpieza	1.905
Ropa de trabajo	350
TOTAL	1.329.856

Fuente: Elaboración propia

3.5. Materia Prima e Insumos

La materia prima que se requerirá para el proceso de elaboración de los chips de plátano es el plátano verde y el charque. Para la provisión de los plátanos la empresa Sabrosón hará convenio con los productores de plátano de diferentes lugares de la provincia de Caranavi como ser: Alcoche, Santa fe, Alto Beni, Taypiplaya y Santa Ana que serán los principales proveedores. También los municipios aledaños como ser: Palos Blanco, Ixiamas, Inicua y San Buenaventura.

Para la provisión del charque res se tomara en cuenta los municipios de Rurrenabaque y San Borja del departamento de Beni, que se dedican a la ganadería y tienen mayor proveedores de charque de res.

En cuanto a los insumos se requerirá aceite y sal, siendo los proveedores del aceite es la industria de Sao y sal la empresa salinera la Reyna.

a) Criterios de calidad para la transformación del plátano

- Los plátanos deben estar enteros y sanos.
- Deben estar limpios, libres de toda suciedad, contaminación y daños causados por las plagas.
- Estar exentos de magulladuras olores o sabores extraños.
- El plátano debe ser de calidad, el racimos no debe estar dañado por hongos.
- Los productos deben estar exentos de malformaciones o curvas anormales en los dedos.

Tabla 33 Proveedores de materia prima

Proveedor	Materia prima	Unidad de empaque y peso	Gramos/mili litros/unidades	Precio
Productores de Plátano de la Población de Caranavi	Plátano Verde	Cabeza	45	30
Carniceros de San Borja y Rurrenabaque	Charque de Res	Libra	453 gr	30
Empresa salinera la Reyna	Sal	Kg	1.000	2
Industria Sao	Aceite	litros	900	8

Fuente: Elaboración propia

Los proveedores representados en la tabla anterior, se escogerá por la siguiente característica:

- Productos de calidad
- Especialidad en productos
- Logística
- Precio

3.6.Programación de la producción

La capacidad instalada por el sistema de producción es de 25.023 paquetes unidades /anualmente.

Tabla 34 Unidades producidas en el primer año mensualmente.

Programa de producción al primer año												
Programa de la producción 2020												
Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Días de producción	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Nivel de producción (día)	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78	94.78
Producción promedio	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085
Pronostico	2.085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085	2085
Inv. Final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

La capacidad instalada para el primer año es 25.023 paquetes anualmente, por lo cual la producción promedio mensualmente debe ser 2.085 paquetes considerando que se trabajará 22 días por mes, para cumplir con la producción promedio.

Tabla 35 Proyección de la producción para 5 años

Proyección de la producción para cinco años	
Años	Total producción
2022	25.023
2023	25.874
2024	26.754
2025	27.664
2026	28.605

Fuente: Elaboración propia

Este cuadro indica la proyección de la producción durante 5 años con una tasa de creciente de 3.4 % desde el año 2022 que se producirá 25.023 paquetes de 20 unidades de bolsita de chips de plátano hasta el año 2.025 en la cual indica una proyección de producción de 28.605 paquetes.

➤ **Costo total por materia prima y/o insumos por año**

Tabla 36 Costo Total de producción por primer año

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR PRIMER AÑO					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
1	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1.1	Plátano (prom 60 unid)	Cabeza	30	8.340,17	250.204,98
1.2	Charque de Res	Libra	30	10.009,20	300.276,00
TOTAL MATERIA PRIMA					550.480,98
2	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
2.1	Aceite	Bot. de 900 ml	8	5.004,60	40.036,80
2.2	Sal	Paquete	2	10.009,20	20.018,40
2.3	Gas	Garrafa	27	3.002,76	81.074,52
TOTAL INSUMOS					141.129,72
3	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
3.1	Envases	unidad	0.3	500.460,00	150.138,00
3.2	Tiras	Unidad	0.1	25.023,00	2.502,30
TOTAL PRESENTACIÓN					152.640,30
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS					844.251,00

Fuente: Elaboración propia

- ❖ **Interpretación:** en el primer año 2022 no se produce debido a que la empresa aún se constituye y está siendo registrado. Sin embargo el personal encargado de producción ya está elaborando un presupuesto para la producción de chips de plátanos (plátanos fritos).

Tabla 37 Costo total de producción por segundo año

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR SEGUNDO AÑO					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
1	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1.1	Plátano (prom 60 unid)	Cabeza	30	8.623,80	258.714,13
1.2	Charque de Res	Libra	30	10.349,60	310.488,00
TOTAL MATERIA PRIMA					569.202,13
2	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
2.1	Aceite	Bot. de 900 ml	8	5.174,80	41.398,40
2.2	Sal	Paquete	2	10.349,60	20.699,20
2.3	Gas	Garrafa	27	3.104,88	83.831,76
TOTAL INSUMOS					145.929,36
3	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
3.1	Envases	unidad	0.3	517.480,00	155.244,00
3.2	Tiras	Unidad	0.1	25.874,00	2.587,40
TOTAL PRESENTACIÓN					157.831,40
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS					872.962,89

Fuente: Elaboración propia

- ❖ **Interpretación:** La producción para el segundo año es 25.874 paquetes de 20 unidades de chip de plátano según las capacidades instaladas para el año 2023 por lo cual el costo de la materia prima e insumo es de Bs 872.962,89.-

Tabla 38 Costo de materia prima en el tercer año

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN TERCER AÑO					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
1	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1.1	Plátano (prom 60 unid)	Cabeza	30	8.917,11	267.513,25
1.2	Charque de Res	Libra	30	10.701,60	321.048,00
TOTAL MATERIA PRIMA					588.561,25
2	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
2.1	Aceite	Bot. de 900 ml	8	5.350,80	42.806,40
2.2	Sal	Paquete	2	10.701,60	21.403,20
2.3	Gas	Garrafa	27	3.210,48	86.682,96
TOTAL INSUMOS					150.892,56
3	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
3.1	Envases	unidad	0.3	535.080,00	160.524,00
3.2	Tiras	Unidad	0.1	26.754,00	2.675,40
TOTAL PRESENTACIÓN					163.199,40
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS					902.653,21

Fuente: Elaboración propia

❖ **Interpretación:** la producción en el tercer año es de 26.754 paquetes de 20 unidades como se puede observar existe un incremento en la producción de un 3,4% más que el año anterior esto debido a que se venderá todo lo producido, por el cual existe un costo de materia prima e insumo de Bs 902.653,21.-

Tabla 39 Costo total de materia Prima del cuarto Año

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR CUARTO AÑO					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
1	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1.1	Plátano (prom 60 unid)	Cabeza	30	9.220,41	276.612,34
1.2	Charque de Res	Libra	30	11.065,60	331.968,00
TOTAL MATERIA PRIMA					608.580,34
2	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
2.1	Aceite	Bot. de 900 ml	8	5.532,80	44.262,40
2.2	Sal	Paquete	2	11.065,60	22.131,20
2.3	Gas	Garrafa	27	3.319,68	89.631,36
TOTAL INSUMOS					156.024,96
3	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
3.1	Envases	unidad	0.3	553.280,00	165.984,00
3.2	Tiras	Unidad	0.1	27.664,00	2.766,40
TOTAL PRESENTACIÓN					168.750,40
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS					933.355,70

Fuente: Elaboración Propia

- ❖ **Interpretación:** la proyección de la producción del cuarto año es de 27.664 paquetes de 20 unidades de chip de plátano, por el cual nuestro costo de materia prima e insumo es de 933.355,70 Bs.

Tabla 40 Costo total de materia prima e insumo del quinto Año

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR QUINTO AÑO					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
1	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1.1	Plátano (prom 60 unid)	Cabeza	30	9.534,05	286.021,40
1.2	Charque de Res	Libra	30	11.442,00	343.260,00
TOTAL MATERIA PRIMA					629.281,40
2	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
2.1	Aceite	Bot. de 900 ml	8	5.721.00	45.768,00
2.2	Sal	Paquete	2	11.442.00	22.884,00
2.3	Gas	Garrafa	27	3.432,60	92.680,20
TOTAL INSUMOS					161.332,20
3	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
3.1	Envases	unidad	0.3	572.100.00	171.630,00
3.2	Tiras	Unidad	0.1	28.605.00	2.860,50
TOTAL PRESENTACIÓN					174.490,50
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS					965.104,10

Fuente: Elaboración Propia

- ❖ **Interpretación:** la proyección de la producción del quinto año es de 28.605 paquetes de 20 unidades de chip de plátano, por el cual nuestro costo de materia prima e insumo es de 965.104,10 Bs.

Tabla 41 Cuadro resumen de requerimiento para 5 años

Año	Costo total para materia prima /insumos	Monto de inversión adicional por año
1	844.251,00	844.251,00
2	872.962,89	28.711,89
3	902.653,21	873.941,32
4	933.355,70	59.414,38
5	965.104,10	905.689,72

Fuente: Elaboración Propia

En este cuadro se desarrolla el resumen del costo total de materia prima de cada año, en la cual se observa un monto adicional en cada año por porque la proyección de la producción se elaboró de acuerdo al crecimiento de 3.4% que se tendrá cada año.

Tabla 42 Costo de producción Unitario de un paquete de 20 unidades

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD DE PRODUCTO					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
1	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1.1	Plátano (prom 60 unid)	Cabeza	30.00	0.33	10.00
1.2	Charque de Res	Libra	30.00	0.40	12.00
1.3					
TOTAL MATERIA PRIMA					22.00
2	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	
2.1	Aceite	Bot. de 900 ml	8	0.20	1.60
2.2	Sal	Paquete	2.00	0.400	0.80
2.3	Gas	Garrafa	27.00	0.120	3.24
2.4					
TOTAL INSUMOS					5.64
3	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	
3.1	Envases	unidad	0.3	20	6.00
3.2	Tiras	Unidad	0.1	1	0.10
TOTAL PRESENTACIÓN					6.10
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS					33.74

Fuente: Elaboración propia

❖ **Interpretación:** este cuadro hace referencia el costo unitario de materia prima e insumo para un paquete de 20 unidades de chips de plátano.

3.7. Detalle de la planilla de sueldos y salarios en el área de producción

Tabla 43 Planilla de sueldos y salarios de mano de obra directa

Puesto	Nro de personas	Habilidad o capacidad	Salario mensual por persona	Aporte patronal mensual 16.71%	Provisiones beneficio social mensual	Provisión aguinaldo mensual	Total costo mensual	Total costo anual
Operario 1	1	Tec. Industriales	2.500	417,75	208,25	208,25	3.334,25	40.011
Operario 2	1	Tec. Industriales	2.400	401,04	199,92	199,92	3.200,88	38.410,56
Operario 3	1	Tec. Industriales	2.300	384,33	191,59	191,59	3.067,51	36.810,12
Operario 4	1	Acopiador y receptor de materia prima	2.300	384,33	191,59	191,59	3.067,51	36.810,12
Operario 5	1	Pelador de plátano	2.300	384,33	191,59	191,59	3.067,51	36.810,12
TOTAL			11.800	1.971,78	982,94	982,94	15.737,66	188.851,92

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 44 planillas de sueldos y salarios de mano de obra indirecta

Puesto	Nro de personas	Habilidad o capacidad	Salario mensual por persona	Aporte patronal mensual 16.71%	Provisiones beneficio social mensual	Provisión aguinaldo mensual	Total costo mensual	Total costo anual
Supervisor	1	Supervisor de producción en la Empresa	3.200	534,72	266,56	266,56	4.267,84	51.214,08
Jefe de Control de Calidad	1	Ingeniero Industrial	3.000	501,3	249,9	249,9	4001,1	48.013,2
TOTAL			6.200	1.036,02	516,46	516,46	8.268,94	99.227,28

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 45 Total de Planilla de sueldos y Salario

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de Obra Directa	188.852	194.517	200.353	206.364	212.554,5
Mano de Obra Indirecta	99.227	102.204	105.270	108.428	111.681,2
TOTAL	288.079	296.722	305.623	314.792	324.235,7
Diferencia	288.079	8.642,38	296.981	17.811,1	306.424,6

Fuente: Elaboración propia

3.8. Planta

Antes de decidir en qué lugar específicamente se va implementar la planta de procesadora de chip de plátano (plátano frito con charque) El Sabrosón, se debe tomar en cuenta dos opciones o dos lugares que se encuentran en el mismo municipio de Caranavi, pero que marcaran la diferencia, en la cual se detallan a continuación.

- Opción 1: Zona de Bella vista, Calle de 3 de mayo
- Opción 2: Zona Utasa, Calle B
- Opción 3. Colonia Coorpus Cristy

Tabla 46 Cuadro de elección de planta

DETALLE	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Servicio Básicos (Luz, Agua, Alcantarillado)	2	3	1
Adquisición de terreno	3	0	3
Distancia del Centro	2	2	0
Ventilación	3	2	2
TOTAL	10	7	6

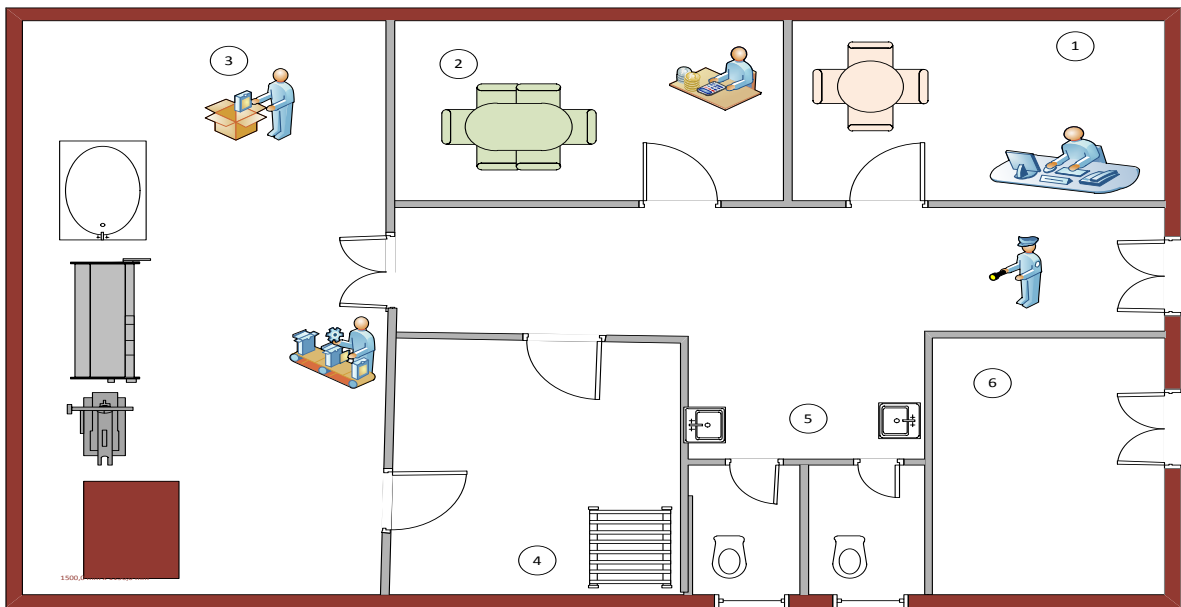
Fuente: Elaboración propia

La opción uno Que es la Zona de Bella Vista tiene más ventajas para que la planta funciones.

La infraestructura de la empresa Sabrosón tendrá las siguientes áreas:

1. Oficinas administrativas
2. Sala de Reuniones
3. Proceso de producción
4. Almacén de la materia prima
5. Baños
6. Garaje

Gráfico 6 diseño Infraestructura de la empresa Sabrosón



Fuente: Elaboración propia

El presupuesto para la planta se destina para el terreno Bs. 100.000 con un área mínima de 250 mts cuadrados y la construcción la modalidad llave en mano donde se destinara el monto de Bs. 300.000 desde el diseño hasta la conclusión de acuerdo a normas de construcción.

CAPÍTULO VI

PLAN

FINANCIERO

4. PLAN FINANCIERO

En este capítulo se determinará la viabilidad económica del plan de negocio. Se tomara en cuenta todos ingresos, costos y gastos en lo que incurrirá nuestra inversión. También se considera los activos fijos en los que la empresa deberá invertir, así como la tecnología y la infraestructura para alcanzar elevados estándares de calidad del proceso de transformación de la materia prima en un producto terminado, como en este caso el plátano frito con charque de res.

- **Objetivos**

Analizar la situación financiera de la empresa SABROSÓN para optimizar los recursos y estimar la rentabilidad y liquidez durante los próximos 5 años.

4.1. Presupuesto de inversión

Para la implementación para el plan de negocio se necesitará una inversión inicial para la compra de activos fijos que detallaran a continuación.

- **Activos fijos**

Inversión	Cantidad	Precio Unitario	Sumatoria	Sub Total	Total
Activos Fijos					629.413
Inmueble				100.000	
Terreno	1	100,000	100,000		
Construcción				300.000	
Vivienda	6	50.000	300.000		
Maquinaria				39.453	
Rebanadora	1	34.800	34.800		
Freidora	1	1.523	1.523		
Balanza	1	530	530		
Selladora	1	2.600	2.600		
Muebles				32.640	

Escritorio	4	350	1.400		
Sillas giratorias	4	2.500	10.000		
Mesas metálica	4	1.000	4.000		
Estantes	4	3.500	14.000		
Mesones Fijos	2	1.200	2.400		
Sillas Plásticas	12	70	840		
Equipo Informáticos				24.350	
Computadora	4	5.000	20.000		
Impresora	2	1.800	3.600		
Teléfono	1	750	750		
Vehículos				128.300	
Vehículo	1	128.300	128.300		
Herramientas y7u utensilios				4.670	
Extintor	1	3.500	3.500		
Bandejas	6	90	540		
Espumadera	2	55	110		
Bañadores de aluminio	4	60	240		
Contenedor de basura	2	140	280		

Para la inversión pre operativo del plan de negocio se requerirá los siguientes detalles que se describen a continuación.

- **Inversiones pre Operativas**

	Sumatoria	Sub Total	Total
Inversiones Pre Operativa			7.850
Elaboración Plan de negocio	500	500	
Constitución Legal	2.500	2.500	
Gasto de formalización	150	150	
Licencia y permisos	1.500	1.500	
Registro de marca	1.500	1.500	
Investigación de mercado	600	600	
Campaña de marca inicial	1.100	1.100	

4.2. Presupuesto de operaciones

En el presupuesto de operaciones se detallara la proyección que se tendrá por las ventas en 5 años de una cantidad de producción de 25.023 paquetes de 20 unidades por año, con una tasa de crecimiento al 3,40% por año que se detallará en la siguiente tabla.

- **Presupuesto de ventas**

Tabla 47 Presupuesto de venta

PERIODOS	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	INGRESO ANUAL
1ER AÑO	55	25.023	1.376.154
2DO AÑO	56	25.874	1.458.915
3ER AÑO	58	26.753	1.546.653
4TO AÑO	59	27.663	1.639.668
5TO AÑO	61	28.604	1.738.277

La empresa venderá por mayor cantidad, en paquetes de 20 unidades, costando cada unidad a bs. 2,75.- para los intermediarios que venderán a bs. 3.- al consumidor final.

El incremento de precio a lo largo de 5 años es por la inflación a un promedio de 1.8% que ocurre cada año.

La inflación es la pérdida del valor adquisitivo y se mide mediante las UFV (unidades de fomentos de la vivienda) que es el índice de precio al consumidor creado en Bolivia mediante un decreto supremo 26390 del 8 de noviembre del 2001 vigente desde el 7 de diciembre del dicho año.

- **Presupuesto de producción**

El presupuesto de producción se detallara el costo de producción anual con un costo unitario de Bs.38 durante los cinco años.

Producción	25.023
Tasa de crecimiento	3.40%
Costo	38

PERIODOS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	COSTO POR VENTAS
1ER AÑO	38	25.023	950.874
2DO AÑO	38	25.874	983.204
3ER AÑO	38	26.753	1.016.633
4TO AÑO	38	27.663	1.051.198
5TO AÑO	38	28.604	1.086.939

- **Materia prima**

La materia prima necesaria para la elaboración de un paquete de Chips de plátano, es plátano verde y el charque de res las cantidades necesarias y el costo total están reflejados en el siguiente cuadro.

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR PRIMER AÑO					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
1	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1.1	Plátano (prom 60 unid)	Cabeza	30	8.340,17	250.204,98
1.2	Charque de Res	Libra	30	10.009,20	300.276,00
TOTAL MATERIA PRIMA					550.480,98

- **Costo de insumo**

Dentro de los insumos necesarios para la elaboración los chips de plátano están el aceite y sal. Las cantidades necesarias y el costo para el primer año están descritos a continuación.

2	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
2.1	Aceite	Bot. de 900 ml	8	5.004,60	40.036,80
2.2	Sal	Paquete	2	1.000,92	2.001,84
TOTAL INSUMOS					42.038,64

- **Costo de fabricación**

Los Costó de fabricación para la elaboración del producto son los siguientes que detallan a continuación.

Materiales e insumos	Unidad	Cantidad mes	Costo unitario	Costo total	Costo anual
Bolsitas Seri grafiadas	Paquete de 100 u	21	20	418	5.016
Bolsa empacadora con tiras	Paquete de 100 u	21	15	314	3.762
Luz	kw	190	1	137	1.642
Agua	m3	1.900	0.070	133	1.596
Gas domiciliario	m3	9.668	0.07	39	464
Total costos indirectos				1.040	12.480

- **Gasto de operación**

- ❖ **Sueldos y salarios**

La empresa requerirá otros elementos de apoyo para la elaboración del producto final, como los gastos de operación que se considera mano de obra indirecta y directa.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL

Personal	Forma de contrato	Cantidad	Remuneración mensual	Monto total
Operario	permanente	4	2.150	8.600
Total mano de obra directa				8.600
Mano de obra indirecta				
Jefe de producción	permanente	1	3.200	3.200
Jefe de talento humano	permanente	1	3.100	3.100
Gerente general	permanente	1	4.000	4.000
Jefe de comercialización y finanzas	permanente	1	3.200	3.200
Contador	permanente	1	2.400	2.400
Personal de limpieza	permanente	1	2.060	2.060
Chofer	permanente	1	2.300	2.300
Total mano de obra indirecta				20.260
Total mano de obra				28.860

❖ **Gasto generales**

Dentro de los gastos generales tenemos los servicios básicos que se detallarán a continuación.

Gastos generales				
Descripción	Costo	Gastos / mes	Gastos / mes	Gasto anual
Servicios comunicación pos pago	130	130	450	
Servicios luz	120	120		
Servicios agua	50	50		
Teléfono celular corporativa	150	150		
				5,400
Gastos administrativos				
Material de escritorio	297	297	1.048	
Gastos de organización	200	200		
Artículos de limpieza	0	318		
Otros gastos	233	233		
Total				17.976.00

- **Gasto de venta**

La publicidad para el negocio llega a tener cifras significativas dentro del presupuesto. Sin embargo no es visto como un gasto sino como una inversión que se verá reflejado en las ventas futuras.

Descripción	Costo	mensual total	Anual
PUBLICIDAD	100	300	3.600
DISTRIBUCIÓN	200		

- **Presupuesto de gastos financieros**

En el presupuesto de gastos financieros se tomara en cuenta los intereses que suma a una cantidad de Bs 145.435,83.- anualmente y con una tasa de interés de 12% y también se considera a las amortizaciones del préstamo Bs. 84.391,18 en el primer año.

- **Intereses**

GASTOS FINANCIERO	145.435,83
INTERESES	61.044,65.-

- **Amortizaciones**

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO	84.391,18
----------------------------------	------------------

4.3. Punto de equilibrio

- **Costos fijos**

Costos fijos	
Depreciación	52.487,88
Amortización intangible	800,00
Gastos generales	5.400,00
Gastos administrativos	12.576,00
Gastos de ventas	3.600,00
Mano de obra indirecta	103.200,00
Gastos financieros	39.271,23
Costo fijo total	217.335,10

- **Costos variables**

Costos variables	
Materiales e insumos	593.870,40
Mano de obra	346.320,00
Gastos indirectos de fabricación	12.479,66
Costo variable total	952.670,06

- **Punto de equilibrio**

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{PRECIO - COSTO VARIABLE UNITARIO}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO Q = \frac{217.335,10}{55-38} = 12.844 \text{ (Unidades anuales)}$$

Punto de equilibrio (cantidad)	Año 1
Costo fijo total	217.335
Costo variable unitario	38
Costo fijo unitario	47
Precio unitario del producto	55
Punto de equilibrio (cantidad)	12.845
Punto de equilibrio (bs)	706.253

El primer año se tiene que vender 12.844 paquetes para que la empresa SABROSÓN pueda cubrir todos los costos sin tener ganancias ni pérdidas. Obteniendo en un punto de equilibrio Bs 706.253.-

4.4. Financiamiento

Para el financiamiento se tomara en cuenta un préstamo bancario del 60% y un aporte de capital de 40% por parte de los socios.

Financiamiento	Monto	Porcentaje
Socio 1	176.941	20%
Socio 2	176.941	20%
Préstamo bancario	530.823	60%
Total	884.705	100%

- **Amortización de préstamo**

El tipo de amortización que utilizaremos es el sistema francés de amortización consiste de un préstamo (generalmente una hipoteca) mediante una renta constante de n cuotas. Este es una de los sistemas más utilizada para las bancas financieras para amortizar un crédito, su principal característica reside en que la cuota de amortización es constante para todo el periodo de préstamo de créditos a tasa fija.

- **Cronograma de pago por préstamo (tasa efectiva anual 12 %)**

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Periodo	530.823					
Cuota		145.435,83	145.435,83	145.435,83	145.435,83	145.435,83
Interés		61.044,65	51.339,66	40.518,60	28.453,12	15.000,11
Capital (AMORTIZACION)		84.391,18	94.096,17	104.917,23	116.982,71	130.435,72
Saldo insoluto		446.431,82	352.335,65	247.418,43	130.435,72	- 0,00

- ❖ **Flujo de caja**

En el flujo de caja se detalla el estado de resultado de ganancia y pérdidas durante los primeros cinco años.

- **Estados de resultado**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	1.376.153,78	1.458.915,00	1.546.653,45	1.639.668,45	1.738.277,32
Costo de producción	952.670,06	976.772,62	1.001.484,96	1.026.822,53	1.052.801,14
Utilidad bruta	423.483,71	482.142,39	545.168,49	612.845,92	685.476,18
Mano de obra indirecta	103.200,00	105.810,96	108.487,98	111.232,72	114.046,91
Gastos generales	5.400,00	5.536,62	5.676,70	5.820,32	5.967,57
Gastos administrativos	12.576,00	12.894,17	13.220,40	13.554,87	13.897,81
Gastos de ventas	3.600,00	3.691,08	3.784,46		3.978,38

				3.880,21	
Utilidad de la operación	298.707,71	354.209,55	413.998,95	478.357,79	547.585,51
Depreciación	52.487,88	52.487,88	52.487,88	52.487,88	52.487,88
Gastos financieros	39.271,23	39.271,23	39.271,23	39.271,23	39.271,23
Amortización	800,00	800,00	800,00	800,00	-
Utilidad antes de impuestos	206.148,61	261.650,45	321.439,85	385.798,69	455.826,41
Impuestos 25%	51.537,15	65.412,61	80.359,96	96.449,67	113.956,60
Utilidad neta	154.611,46	196.237,84	241.079,89	289.349,02	341.869,80

- **Flujo de caja económico**

RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas		1.376.153,78	1.458.915,00	1.546.653,45	1.639.668,45	1.738.277,32
Valor de rescate activo fijo						262.439,38
Valor de rescate capital de trabajo						243.561,52
Total ingresos		1.376.153,78	1.458.915,00	1.546.653,45	1.639.668,45	2.244.278,21
Costos de producción		952.670,06	976.772,62	1.001.484,96	1.026.822,53	1.052.801,14
Gastos operativos		124.776,00	127.932,83	131.169,53	134.488,12	137.890,67
Impuestos		51.537,15	65.412,61	80.359,96	96.449,67	113.956,60
Inversión	884.705					
Total egresos	884.705	1.128.983,22	1.170.118,06	1.213.014,46	1.257.760,33	1.304.648,42
Flujo neto económico	(884.705)	247.170,56	288.796,94	333.638,99	381.908,12	939.629,80

- Flujo de caja financiero

RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas		1.376.153,78	1.458.915,00	1.546.653,45	1.639.668,45	1.738.277,32
Valor de rescate activo fijo						262.439,38
Valor de rescate capital de trabajo						243.561,52
Préstamo	530.823					
Total ingresos	530.823	1.376.153,78	1.458.915,00	1.546.653,45	1.639.668,45	2.244.278,21
Costos de producción		952.670,06	976.772,62	1.001.484,96	1.026.822,53	1.052.801,14
Gastos operativos		124.776,00	127.932,83	131.169,53	134.488,12	137.890,67
Intereses		39.271,23	39.271,23	39.271,23	39.271,23	39.271,23
Amortización del préstamo		84.391,18	94.096,17	104.917,23	116.982,71	130.435,72
Impuestos		51.537,15	65.412,61	80.359,96	96.449,67	113.956,60
Inversión	884.705					
Total egresos	884.705	1.252.645,62	1,303,485.46	1.357.202,91	1.414.014,26	1.474.355,36
Flujo neto económico	(353.882)	123.508,15	155.429,55	189.450,54	225.654,19	769.922,85

4.5. Evaluación financiera

4.5.1. VAN (valor actual neto)

Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va ganar o perder con esa inversión.

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

- **V_t** representa los flujos de caja en cada periodo t.
- **I₀** es el valor del desembolso inicial de la inversión.
- **n** es el número de periodos considerado.
- **k** es el costo del capital utilizado.

Si invierte la empresa sabrosón de Bs 884.705 y todo sale según lo planificado (condiciones de certeza), dado que el VAN es positivo (mayor a cero) se determina que la empresa incrementa su valor, entonces la empresa es rentable. Se acepta el proyecto debido a que el VAN es mayor a 1

VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO (VANE)	579.568,49
------------------------------------	-------------------

4.5.2. TIR

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Donde:

- **Qn** es el flujo de caja en el periodo n.
- **n** es el número de períodos.
- **I** es el valor de la inversión inicial.

La tasa interna de retorno es aquella tasa, que descuenta el valor de los futuros ingresos netos esperados, que se iguala con el desembolso inicial de la inversión.

El criterio de decisión mediante el análisis de la TIR (Tasa Interna de Retorno) del 31% lo que indica la factibilidad del proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICO (TIR)	31%
--	------------

4.5.3. Costo / Beneficio

$$IBC = \sum_{t=1}^n \frac{FNC}{(1+i)^t} \frac{1}{Io}$$

Dónde:

- **Io** = Inversión Inicial.
- **FNC** = Flujo neto de caja de cada periodo.
- **i** = Tasa de interés.
- **n** = Número de años de la inversión

Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FNC	(884.705)	247.170,56	288.796,94	333.638,99	381.908,12	939.629,80

$$IBC = \frac{1,544,226.20}{884,705} = 1,75$$

La relación beneficio- costo es de Bs 1.75 de retorno por cada boliviano gastado, es un retorno positivo que conviene a la empresa sabrosón. Se acepta el plan de negocio debido a que la relación de costo beneficio es mayor a Bs. 1.

CAPÍTULO V

SUPUESTOS

ESCENARIOS

5. SUPUESTOS ESCENARIOS

Este es una herramienta que se utiliza para identificar los cambios que se producen en la tasa interna de retorno en tres tipos de escenarios posibles (Optimista, Conservador Pésimo).

a) Objetivo

Analizar los escenarios de la empresa para minimizar los riesgos de pérdidas y tomar decisiones de inversiones, proyectando las ganancias a futuro.

- **Primer escenario Optimista “Mayor producción”**

Si la empresa trabaja el 100% de su horario de trabajo podemos suponer que la producción aumentará en cantidad de producto, porque habrá mucha demanda de consumo por parte de los estudiantes y la población en general. Se detalla en el siguiente estado de resultados.

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	1.486.221,75	1,575,602.42	1,670,358.39	1,770,812.94	1,877,308.78
Costo De Producción	952.670,06	976.772,62	1.001.484,96	1.026.822,53	1,052.801,14
Utilidad Bruta	533,551.69	598.829,80	668,873,43	743.990,41	824.507,64
Mano De Obra Indirecta	103.200,00	105.810,96	108.487,98	111.232,72	114,046,91
Gastos Generales	5.400,00	5.536,62	5.676,70	5.820,32	5.967,57
Gastos Administrativos	12.576,00	12.894,17	13.220,40	13.554,87	13.897,81
Gastos De Ventas	3.600,00	3.691,08	3.784,46	3.880,21	3.978,38
Utilidad De La Operación	408.775,69	470.896,97	537.703,89	609.502,29	686.616,97
Depreciación	52.487,88	52.487,88	52,487.88	52.487,88	52.487,88
Gastos Financieros	39.271,23	39.271,23	39.271,23	39.271,23	39.271,23
Amortización	800,00	800,00	800,00	800,00	-
Utilidad Antes De Impuestos	316.216,59	378.337,87	445.144,79	516.943,18	594.857,87

Impuestos 25%	79.054,15	94.584,47	111.286,20	129.235,80	148.714,47
Utilidad Neta	237.162,44	283.753,40	333.858,59	387.707,39	446.143,40

Se puede ver que los indicadores financiero subieron el VAN Bs. **910.755,81** el TIR **41%** y el IBC es 2,13 para lo cual haría el proyecto más rentable.

	VAN	TIR	IBC
	910.755,81	41%	2,13

- **Segundo escenario Conservador**

Si la empresa trabajara el 90% Se puede decir que el ingreso mensual estimaría bs. 114,679.48Haciendo un ingreso anual a Bs. 1.376.153,78.

Ingreso mensual	114.679,48	
ingreso anual	1.376.153,78	1.738.277,32
VAN	579.568,49	
TIR	31%	
IBC	1.75	

- **Tercer escenario Pesimista “Menor cantidad de producción”**

Puede existir un supuestos donde la cantidad de producción a un 30% cada año este puede ser a causa del factor climático donde puede ver sequias afectando producción de la materia prima o en las temporadas de lluvias donde los camino se encuentran intransitable esto impediría la llegada normalmente de la materia prima y esto nos afecta como empresa donde las proyección de producción no se

pueda cumplir a 100% , en este escenario los volúmenes producción bajarían y afectarían el estado de resultados

ESTADO DE RESULTADO

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	1.211.216,80	1.284.058,80	1.361.281,48	1.443.148,30	1.529.938,54
COSTO DE PRODUCCION	952.670,06	976.772,62	1.001.484,96	1.026.822,53	1.052.801,14
UTILIDAD BRUTA	258.546,74	307.286,18	359.796,52	416.325,76	477.137,40
MANO DE OBRA INDIRECTA	103.200,00	105.810,96	108.487,98	111.232,72	114.046,91
GASTOS GENERALES	5.400,00	5.536,62	5.676,70	5.820,32	5.967,57
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12.576,00	12.894,17	13.220,40	13.554,87	13.897,81
GASTOS DE VENTAS	3.600,00	3.691,08	3.784,46	3.880,21	3.978,38
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN	133.770,74	179.353,35	228.626,98	281.837,64	339.246,73
DEPRECIACION	52.487,88	52.487,88	52.487,88	52.487,88	52.487,88
GASTOS FINANCIEROS	39.271,23	39.271,23	39.271,23	39.271,23	39.271,23
AMORTIZACION	800,00	800,00	800,00	800,00	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	41.211,64	86.794,25	136.067,88	189.278,54	247.487,62
IMPUESTOS 25%	10.302,91	21.698,56	34.016,97	47.319,63	61.871,91
UTILIDAD NETA	30.908,73	65.095,69	102.050,91	141.958,90	185.615,72

En este escenario se tiene un VAN **83.283,98**, un TIR **15%** y un IBC de 1,16 lo que nos indica que el plan de negocio estaría yendo regularmente en la cual la ganancia que se obtendría menos que en el escenario conservador.

	VAN	TIR	IBC
30%	83.283,98	15%	1,16

Analizando los tres escenarios de diferentes relaciones que desempeña la empresa, se puede llegar a la conclusión de que la empresa ingresa con el conservador ya que funcionará con un rendimiento regular en búsqueda de identificar la demanda.

CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN

ADMINISTRATIVA Y

LEGAL

6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

6.1. Objetivos para el área de organización administrativa y legal

a) Objetivo general

Cumplir con todos los requisitos para establecer la empresa en territorio boliviano, además de reglamentos administrativos para un eficiente manejo organizacional y capacitando a nuestros trabajadores para que tengan motivación demostrando calidad del trabajo.

b) Objetivos específicos

- Describir los requisitos y procedimientos para legalizar la empresa en diferentes instancias.
- Elaborar un manual de funciones y procedimientos para el personal.
- Diseñar programas de capacitación para el personal de trabajo.
- Establecer reglamentos para una eficiente administración empresarial.
- Establecer normativa para precautelar la seguridad industrial.

6.2. Personería jurídica

La empresa SABROSÓN se constituye como una Sociedad Responsabilidad Limitada S.R.L. creada por dos socios Tatiana Cruz Terrazas y Sintia Condori Surco con el objetivo de comercializar productos snack. La empresa productora es de carácter privado, adquiere derechos y obligaciones con el estado boliviano que lo reconoce a través de los documentos

6.3. Registro legal

6.3.1. Fundempresa

El registro de la empresa se realizara en FUNDEMPRESA, en la inscripción se especifica que la empresa es de sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.), los requisitos que debe cumplir como empresa son:

1. Matrícula de comercio (formulario n° 0020) (Ver anexo 11)
2. Balance de apertura
3. Testimonio de constitución social (ver anexo 12)
4. Publicación del testimonio de constitución (Ver anexo13)
5. Testimonio de poder (Ver anexo 14)

6.3.2. Servicio de impuesto nacionales

a) Impuestos nacionales

- **Concepto del Trámite:** Para iniciar cualquier actividad económica.
- **Usuario al que va dirigido:** Personas Naturales y Jurídicas
- **Normas legales que regulan el trámite:** Ley 843 - Ley 1606, Resolución administrativa 05-187- 98 y Circulares 54, 55 de la Gerencia General del SIN.
- **Costo (en la moneda regulada):** Sin costo
- **Duración máxima regulada por norma legal (en días) ó calculada por la Institución:** 13 min.
- **Institución donde se tramita:** servicio de impuestos nacionales

- **Unidad u otra Denominación:** Departamento de Empadronamiento y Recaudaciones-Gerencias Distritales.

- **Requisitos de inscripción para obtener el NIT:** personas jurídicas

1. Formulario de empadronamiento 4591-1 con su instructivo

2. Escritura de constitución de Sociedad o Personería Jurídica, Ley, Decreto Supremo o resolución según corresponda; Fotocopia legalizada.

3. Documento de identificación del titular

4. Factura o pre factura de la luz que acredite el domicilio donde se realizara su actividad y el de su residencia habitual (original y fotocopia)

5. Balance de Apertura

- **Representante Legal:**

1. Fuente de Mandato (Poder, Acta de Directorio, Estatuto o Contrato).
Fotocopia Legalizada.

2. Documento de identidad y Factura de Luz

REGIMEN GENERAL

NIT
NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA

NIT: 5959160017

CONTRIBUYENTE: SABROSON S.R.L.

DOMICILIO FISCAL: ZONA BELLA VISTA, CALLE 3 DE MAYO

GRAN ACTIVIDAD: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACK DE PLÁTANO

EXIJA SU FACTURA

IMPUESTOS NACIONALES 

6.3.3. Gobierno municipal

a) Licencia de funcionamiento

- **Requisitos:**

1. Célula de identidad, RUN o RIN y fotocopia.
2. Fotocopia de NIT o inscripción del Régimen Simplificado.
3. Croquis de distribución de ambientes del local.
4. Ultima factura de luz local.
5. Recabar y llenar el formulario Único de Licencias de Funcionamiento FULF.
6. Recabar y llenar el formulario el formulario 401 en caso de no contar con el patrón Municipal del contribuyente.
7. Recabar y llenar el Formulario 402, si cuenta con el patrón Municipal del contribuyente.

Ilustración 6 licencia de funcionamiento

GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE "CARANAVI"

LA SECRETARÍA MUNICIPAL ADMINISTRATIVA FINANCIERA POR VÍA REGULAR DE LA UNIDAD DE RECAUDACIONES OTORGA LA PRESENTE:

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

A favor de: **SABROSÓN**
Nombre o Razón Social: _____
Rep. Legal y/o propietario: **TATIANA CRUZ TERRAZAS**

Obligación: **PATENTE MUNICIPAL** Concepto: **APERTURA**
Fecha de Emisión: **20 DE NOVIEMBRE DE 2020** Actividad: **Industria Alimenticia**
Localidad o Distrito: **CARANAVI** Fecha de vencimiento: **20 DE NOVIEMBRE DE 2021**
NIT: **3406907016** Dirección: **Zona Bella vista, Calle 3 de mayo**
N°. de PMC: **10011210**

H. ALCALDE MUNICIPAL: **Eduardo Roberto Maza Sotoca**
SECRETARÍA MUNICIPAL ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA: **ROSA YOLANDA LINDOCHI**
RESPONSABLE DEL SIIM: **ROSA YOLANDA LINDOCHI**

ESTA LICENCIA DEBERÁ SER FIJADA EN LUGAR VISIBLE

NOTA IMPORTANTE: Para el cierre de toda actividad económica, sea TEMPORAL O DEFINITIVA Y/O CAMBIO DE LUGAR, Deberá comunicar al Gobierno Municipal, caso contrario se aplicará una multa por incumplimiento a Deberos Formales.

6.3.4. Caja Nacional de Salud

a) Trámite: afiliación en la caja nacional de salud

- **Concepto del Trámite:** Afiliación de empleados de una empresa en la Caja Nacional de Salud.
- **Usuario al que va dirigido:** Personas naturales o jurídicas.
- **Costo (en la moneda regulada):** Sociedad de Responsabilidad Limitada 8 Bs.
- **Vigencia:** Dependiendo de la empresa (Altas o Bajas).
- **Tiempo de procesamiento:** Sociedad de Responsabilidad Limitada: 3 días hábiles.

b) Institución donde se tramita: caja nacional de salud

- **Unidad u otra Denominación:** Ventanilla Única

c) requisitos para afiliación de empresas:

1. Form. AVC-01 (VACIO).
2. Form. AVC-02 (VACIO).
3. Form. RCI-1A (llenado las 2 primeras filas y el mes).
4. Carta dirigida a la Dr. José Romero Vega Jefe dpto. Nacional de Afiliación.
5. Fotocopia C.I. de la persona responsable o representante legal.
6. Fotocopia NIT.
7. Balance de Apertura aprobado y sellado por el servicio nacional de impuestos internos (fotocopia).
8. Testimonio de Constitución si la empresa se encuentra en sociedad (fotocopia).

9. Planilla de Haberes original y copia (sellado y firmado).
10. Nómina del personal con fecha de nacimiento.
11. Croquis de la ubicación de la empresa.
12. Examen pre-ocupacional.
13. Inventario de Bienes en caso de no tener balance de apertura.

Ilustración 7 afiliación al empleador

Original Archivo Nacional

CAJA NACIONAL DE SALUD DEPARTAMENTO DE AFILIACION		Form. AVC - 01	
AVISO DE AFILIACION DEL EMPLEADOR		Bs. 5.-	N°.0002174
(1) Nombre o Razón Social del Empleador		(2) Número del Empleador	
SABROSON S.R.L.		5	
(3) Ubicación del Centro de trabajo		(4) Domicilio Legal	
Departamento	Localidad	Zona	Calle
La Paz	Caranavi.	Bella vista	3 de Mayo
			N°. Teléfono
			7401796
(5) Nombre del Propietario o Representante Legal		(6) Fecha Iniciación de Actividades	
Tatiana Cruz Terrazas		1° de Febrero de 2021	
(7) Actividad Económica		(8) Número Trabajadores	(9) N°. Padron Renta
Productos		5	
(10) La Paz Caranavi de mayo de 2021 Lugar y fecha de Presentación			(12) SELLO FECHA DE RECEPCION EN LA C.N.S.
(11) Sello y Firma del Propietario o Representante Legal			

Edit. Offset C.N.S. Inagvi 1066 - 200 Bts. - 50 x 3 - del 0001 al 10.000 - 9/2005

d) Requisitos para afiliación de trabajador

1. Llenar Formulario de Inscripción del Empleador
2. Fotocopia de NIT
3. Fotocopia del Documento de Identidad del Representante legal.

6.3.5. Administradora de fondo de pensiones (BBVA previsión, AFP S.A. y futuro de Bolivia S.A.)

a) Administradora de fondo de pensiones

- **Trámite:** Registro en la AFP
- **Concepto del Trámite:** Registro en la AFP
- **Usuario al que va dirigido:** Personas naturales y jurídicas

- **Normas legales que regulan el trámite:** Ley N° 2427: Ley de Bono sol
- **Institución donde se tramita:** AFP BBVA PREVICIÓN
- **Unidad u otra Denominación:** Ventanilla Única

b) Requisitos para inscripción de la empresa al sso:

- Llenar el formulario de inscripción del empleador
- Fotocopia del NIT
- Fotocopia del documento de identidad del representante legal o apoderado.
- Fotocopia de respaldo de inicio de actividades de la empresa, ejemplo alta de la caja de salud a la cual la empresa este afiliada, contrato de trabajo de sus dependientes más fotocopia del documento de identidad, nota firmada por sus dependientes respaldando el mes que se declara como primer aporte, nota firmada por el representante legal.
- En caso de que la empresa no cuente con NIT deberá enviar una nota explicando esta situación y solicitando la asignación del código SUP, adjuntando la fotocopia del documento de identidad del representante legal.
- Fotocopia de Poder del representante legal

6.3.6. Ministerio de trabajo

a) Requisito para el registro de empleadores:

- Llenado de Declaración Jurada (Formulario Único de Registro de Empleadores original y una copia).

- Última Planilla Salarial de los Trabajadores.
- Boleta de Depósito de Bs. 50 (Cincuenta Bolivianos 00/100) en la cuenta N° 201-0448901-3-85 del Banco de Crédito de Bolivia a nombre del Ministerio de Trabajo
- Fotocopia de certificado de inscripción en Impuesto Nacionales (NIT)
- Fotocopia último pago caja de salud.
- Fotocopia ultimo pago AFP's
- En ausencia del propietario para la firma de certificado adjuntar fotocopia del poder notarial del representante legal.
- Presentar toda esta documentación archivada en un folder amarillo con su respectivo fastener.

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

MINISTERIO DE TRABAJO EMPLEO Y PREVISIÓN SOCIAL

REGISTRO DE EMPLEADORES

TRABAJO Y EMPLEO QUINCE

Certificado de Registro Obligatorio de Empleadores

Nº 038616

El Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social a través de la Jefatura Departamental/Regional de Trabajo, en uso de sus facultades y atribuciones conferidas por Ley, D.S. 2288 de 10/09/2009 y R.M. 70409 de 21/09/2009, otorga el presente certificado de Registro Obligatorio de Empleadores a:

Código del Empleador: 149810029-02

SABROSON S.R.L
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Departamento: LA PAZ

Domicilio de la oficina central del Empleador: AV. CHACALTAYA N°248 ZONA ACHACHICALA

Representante Legal: STEPHANE NATHALY VELCA CONDOR

Fecha de Emisión: 09/08/2010

Nº de ubicaciones adicionales: 0

En cumplimiento a normas en actual vigencia, el EMPLEADOR Y/O EMPRESA deberá presentar obligatoriamente los trámites de: VIGILADO DE PLANILLAS TRIMESTRALES DE SUELDOS Y SALARIOS, ACCIDENTES DE TRABAJO, PLANILLAS DE AGUINALDOS, CONTRATOS DE TRABAJO, FINQUITOS Y OTROS.

JEFE DEPARTAMENTAL DE TRABAJO

FIRMA DEL EMPLEADOR Y/O REPRESENTANTE LEGAL

Abog. Fredy J. Sisko Espino
EST. TRABAJO Y EMPLEO QUINCE
MINISTERIO DE TRABAJO, EMPLEO Y PREVISIÓN SOCIAL

6.4. Organización Empresarial

Los tipos de organización empresarial se pueden clasificar según varios factores de acuerdo a su condición jurídica, tamaño, (número de miembros y empleados), su

actividad económica, el origen del capital, sector de la economía, entre otros (Mejia Jervis)¹⁰

6.4.1. Nombre de la empresa

El nombre de la empresa SABROSON será registrado en SENAPI (Servicio Nacional de Propiedad Intelectual) llenando el formulario de solicitud de Deposito de Nombre Comercial

a) Requisitos

Los requisitos para registrar su marca, debe enviar la siguiente documentación.

1. Realizar una búsqueda de marca en Bolivia
 - Formulario completo de búsqueda de antecedentes para signos distintivos, disponibles en el sitio web de SENAPI.
 - Carta o memorial dirigido al director de propiedad industrial, solicitando la búsqueda de signo distintivos, productos y servicios de acuerdo con el sistema de clasificación internacional de Niza.
 - Recibo de pago por la búsqueda de marca registrada, pagado a la cuenta de SENAPI.

¹⁰ <https://www.lifeder.com/tipos-de-organizacion-empresarial/>

2. Preparar y enviar la solicitud de aplicación
 - Una copia del formulario PI 100
 - Si la marca tiene diseño agregue una imagen de 4x4 cm en el formulario de JPG RGB imprimir el formulario.
 - Describir y un código de patrones del signo distintivo.
 - Indique el producto o servicio de acuerdo con la clasificación internacional de Niza.
 - Recibo original y fotocopia de pago a SENAPI
3. Aplicación revisada por SENAPI
4. Publicación en la gaceta oficial de Bolivia
5. Recibir comentarios de terceros
6. Proceso de registro de marca aprobada.

6.4.2. Logo y slogan

El logo que será registrado en SENAPI de la empresa sabrosón es la siguiente:



El slogan que será registrado en SENAPI de la empresa sabrosón es la siguiente:

VALOR
R.A. 014/2001
Bs. 50.-
SENAPI

SERIE "B-03"

Nº 034833

Estado Plurinacional de Bolivia

senapi
SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

**TÍTULO DE REGISTRO DEL
SIGNO DISTINTIVO**

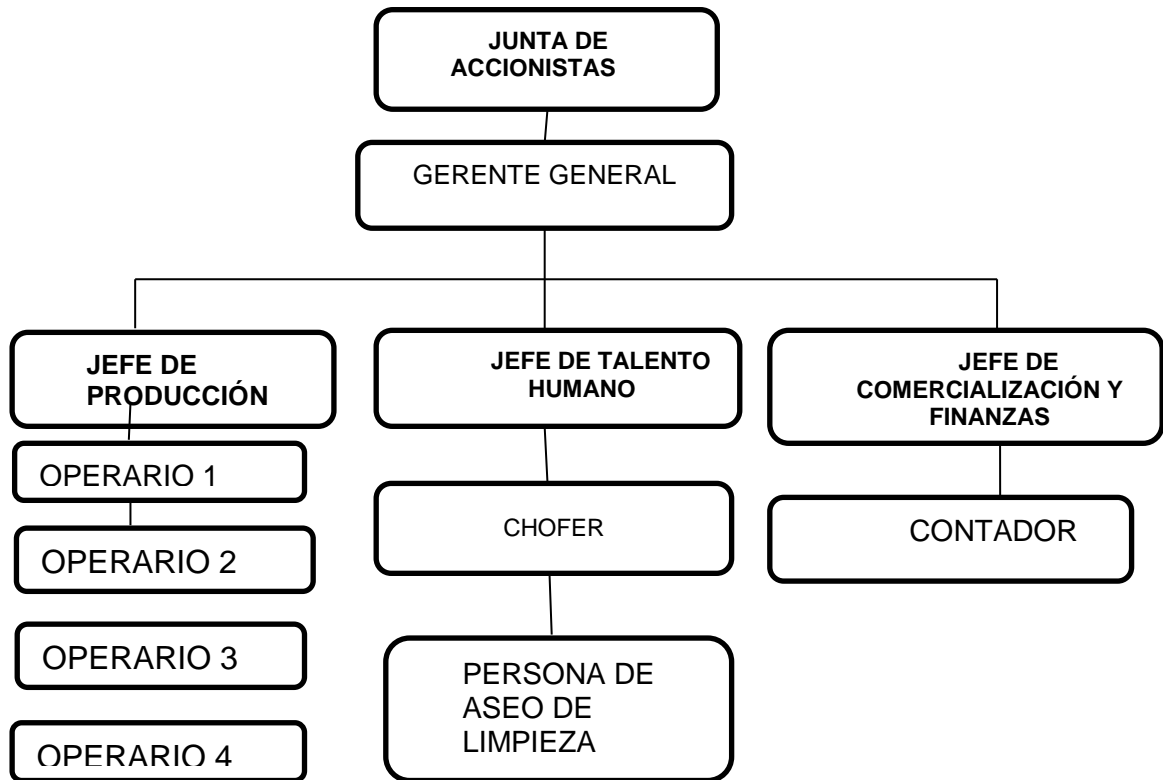
UN SABOR CRIOLLO
YUNGUEÑO

TIPO : Lema comercial
CLASE : 29
REGISTRO Nº : 123906-C
RESOLUCIÓN Nº : 3273 – 2014
TITULAR : TATIANA CRUZ TERRAZAS
FECHA : 7 de octubre de 2014

SENAPI
Servicio Nacional de Propiedad Intelectual

6.4.3. Organigrama

Gráfico 7 Organigrama de la empresa



6.5. Personal

La empresa SABROSÓN tendrá los siguientes cargos principales:

Cargo/puesto	Cantidad
Gerente general	1
Jefe de producción	1
Jefe de talento humano	1
Jefe de comercialización y finanzas	1
Operario	4
Chofer	1
Personal de aseo de limpieza	1
Contador	1

Total de personal	11
-------------------	----

6.5.1. Manual de funciones

- **Gerente general**

Nombre del cargo	Gerente general
Nivel funcional	Estratégico
Dependencia	Directiva
Jefe inmediato	Junta de accionistas
Cargos que le reportan	Jefe de talento humano, de ventas y operarios
Nº de cargos	1
Perfil requerido	
Conocimientos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad • Computación
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad, Tolerancia, Trabajo en equipo, Liderazgo, Capacidad de negociación y Capacidad de planificar
Experiencia	2 A 3 años
Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en humanidades • Licenciado en administración de empresas o ingeniero industrial
Objetivo del cargo	Mantener el control y supervisión de todas las actividades de la empresa, haciendo un seguimiento de cada una de las áreas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Asumir el control sobre el personal al servicio • Planificar las estrategias de la organización. • Diseñar lineamientos que ayuden a cumplir las metas establecidas.

	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar a cabo planes de acción de corto, mediano y largo plazo. • Disposición a nuevas tareas asignadas • Controlar las actividades económicas
Relaciones	
Internas	Se relaciona con todo el personal de la empresa, tanto administrativo como operacional.
Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Clientes

- **Jefe de producción**

Nombre del cargo	Jefe de producción
Nivel funcional	Táctico
Dependencia	Dirección administrativa
Jefe inmediato	Director administrativo
Cargos que le reportan	Operarios
Nº de cargos	1
Perfil requerido	
Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Ing. De alimentos o industrial
Conocimientos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos contables • Computación
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Tolerancia a la presión • Autocontrol • Habilidades numéricas • Atención al cliente
Experiencia	1 Año
Objetivo del cargo	Innovación de la producción para ganar

	más clientes y mantener los ya adquiridos.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar nuevas estrategias de venta • Mantener actualizada la implementación de nuevos productos • Planear soluciones a problemas repentinos en área de proceso • Organizar y controlar que las operaciones se realicen correctamente. • Garantizar que la producción es de buena calidad. • Disposición a nuevas tareas asignadas
Relaciones	
Internas	Se relaciona con todo el personal
Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Proveedores • Acreedores diversos.

- **Jefe de talento humano**

Nombre del cargo	Jefe de talento humano
Nivel funcional	Táctico
Dependencia	Gerente general
Jefe inmediato	
Cargos que le reportan	Jefe de producción, y jefe de comercialización y finanzas
Nº de cargos	
Perfil requerido	

Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. En licenciado en administración de empresas
Conocimientos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de talento humano • Capacitación a personal
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Tener iniciativa y estimular a los demás a usar la propia • Liderazgo • Pensamiento crítico • Autocontrol
Experiencia	1 Años
Objetivo del cargo	Mantener el control y supervisión de todas las actividades de la empresa, haciendo un seguimiento de cada una de las áreas.
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asumir el control sobre el personal al servicio 2. Planificar las estrategias de la organización. 3. Diseñar lineamientos que ayuden a cumplir las metas establecidas. 4. Llevar a cabo planes de acción de corto, mediano y largo plazo. 5. Disposición a nuevas tareas asignadas
Relaciones	
Internas	Se relaciona con todo el personal de la empresa, tanto administrativo como operacional.
Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Autoridades de impuestos

- **Jefe de comercialización y finanzas**

Nombre del cargo	Jefe de comercialización y finanzas
Nivel funcional	Táctico
Dependencia	Gerente general
Jefe inmediato	
Cargos que le reportan	Jefe de producción, y jefe de talento humano
Nº de cargos	1
Perfil requerido	
Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. En contaduría pública
Conocimientos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Normas iso • Normas tributarias • Conocimientos contables
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Entender como motivar cuando hay dificultades o se presentan obstáculos en el camino. • Tener iniciativa y estimular a los demás a usar la propia • Tolerancia a la presión • Liderazgo • Pensamiento crítico • Autocontrol
Experiencia	2 Años
Objetivo del cargo	Realizar el control económico, administrativo y contable de la organización, dar una correcta gestión financiera de la empresa.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los aspectos financieros de toda la empresa. • Análisis de la cantidad de inversión necesaria para

	<p>alcanzar las ventas esperadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participa en la toma de decisiones frente a las inversiones. • Seguimiento a las actividades realizadas en la panadería. • Dinamiza actividades en pro del alcance de los objetivos. • Manejo de la caja menor
Relaciones	
Internas	Se relaciona con todo el personal de la empresa, tanto administrativo como operacional.
Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Autoridades de impuestos

• **Contador**

Nombre del cargo	Contador
Nivel funcional	Táctico
Dependencia	Gerente general
Jefe inmediato	
Cargos que le reportan	Jefe de producción, y jefe de talento humano y jefe de comercialización y finanzas
Nº de cargos	1
Perfil requerido	
Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. En contaduría pública
Conocimientos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad • Conocimientos contables
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad mental de criterio • Habilidades para la obtención y análisis de información • Tolerancia a la presión

	<ul style="list-style-type: none"> • Perspectiva estratégica • Liderazgo • Pensamiento crítico • Autocontrol • Intuición • Capacidad de planificar
Experiencia	3 Años
Objetivo del cargo	Realizar el control económico, administrativo y contable de la organización, dar una correcta gestión financiera de la empresa.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera del plan de cuentas • Llevar en orden los libros mayores • Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa • Clasificar los estados financieros • Asesorar al gerente y a la junta de socios
Relaciones	
Internas	Se relaciona con todo el personal de la empresa, tanto administrativo como operacional.
Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Autoridades de impuestos

- **Operario**

Nombre del cargo	Operario
Nivel funcional	Táctico
Dependencia	Gerente general
Jefe inmediato	
Cargos que le reportan	Jefe de producción, y jefe de talento humano y jefe de comercialización y finanzas
Nº de cargos	1

Perfil requerido	
Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico en ingeniería industrial
Conocimientos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Producción industrial
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Tolerancia a la presión • Perspectiva estratégica • Liderazgo • Pensamiento crítico • Autocontrol • Intuición
Experiencia	4 Años
Objetivo del cargo	Realizar labores generales en el proceso de transformación de la materia prima a producto terminado.
I. Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • En la transformación directa de la materia prima en producto terminado. • Reportar acerca de fallas en los procesos de producción al jefe de producción. • Registrar las anomalías ocurridas en el proceso de producción. • Presentar reporte de producción diario al jefe de producción.
II. Relaciones	
Internas	Acatar las operaciones propuestas por el jefe de producción y/o cualquier otro jefe de área.
Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores

- **Chofer**

Identificación	
Nombre del cargo	Chofer
Nivel funcional	Táctico
Dependencia	Gerente general

Jefe inmediato	
Cargos que le reportan	Jefe de producción, y jefe de talento humano y jefe de comercialización y finanzas
Nº de cargos	1
Perfil requerido	
Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Chofer con categoría a
Conocimientos complementarios	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Tolerancia a la presión • Autocontrol • Intuición
Experiencia	1 años
Objetivo del cargo	Trasladar mercadería para todos los clientes, cumplir con los pedidos.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar reporte de entregas y pedidos diarios al jefe de producción.
Relaciones	
Internas	<ul style="list-style-type: none"> • Acatar las operaciones propuestas por el jefe de producción y/o cualquier otro jefe de área.
Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores

6.6. Procedimiento Técnico- Administrativos

a) Políticas de contratación, Capacitación y manejo de personal

La política de contratación de personal de la empresa SABROSON S.R.L.

(sociedad de responsabilidad limitada) contemplan los siguientes puntos:

- ❖ El jefe de talento humano estará encargado del proceso de reclutamiento, selección y contratación de recursos humanos
- ❖ Las personas postulantes deben cumplir con perfil de cargo establecido en el organigrama cuando hay un vacante.
- ❖ No se podrá realizar ninguna contratación de personal que no haya cumplido con el proceso de selección.
- ❖ Toda nueva contratación tendrá periodo de prueba durante 3 meses para firmar un contrato.
- ❖ No es posible contratar a menores de edad.
- ❖ El trabajador debe guardar absoluta discreción con la información confidencial.
- ❖ Todo contrato temporal o permanente de personal deberá ser firmado por el gerente general.

b) Capacitación

La capacitación del personal es una herramienta fundamental para la administración de recursos humanos, es un proceso planificado que busca mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual.

Los tipos de capacitación que se utilizara como empresa sabrosón son:

- La capacitación de orientación porque permitirá al personal familiarizarse con la empresa con el sistema de trabajo.
- Capacitación en el trabajo para ello se contara con personal de universidades o institutos que quieren hacer su pasantía para mejorar algún proceso.
- Capacitación al operario en la cual cada personal en especial el área de producción recibirá según a las herramientas y maquinaria que utilizaran.

c) Seguridad industrial

La seguridad industrial es el sistema de disposiciones obligatorias que tiene por objeto la prevención y limitación de riesgo, así como la protección contra accidentes capaces de producir daños a las personas, a los bienes o al medio ambiente derivados de la actividad industrial o de la utilización, funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones o equipos y de la producción, uso o consumo, almacenamiento o rehecho de los productos industriales.

La dirección general de trabajo y seguridad industrial ente gubernamental dependiente directamente del ministerio de trabajo, empleo y seguridad social y concebida para supervisar las condiciones de trabajo y de seguridad y de salud en el seno de los establecimientos del país. Los objetivos que persigue este organismo son promover políticas y acciones para asegurar una adecuada relación laboral, velando ir el cumplimiento y aplicación a nivel nacional de la legislación laboral y de seguridad industrial, así como de los convenios internacionales sobre la materia.

Para el proceso de producción se aplicara la implementación de protección personal para cada trabajador para evitar los accidentes de las personas.

- Guantes (Protección de las Manos y Brazos).
- Mandil Industrial (Para el cuerpo).
- Barbijo (Protección de boca y nariz, de toda forma de bacteria o virus).
- Gorro (Para que no se adhiere de toda forma de gérmenes y bacterias en la cabeza).

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

a) Conclusión.

Se llega a la conclusión de que el plan de negocio se puede emprender y es rentable, ya que su VAN asciende a Bs 579,568.49.- y un TIR de 31% lo que significa que se logra recuperar lo que se ha invertido en los posteriores 5 años lo que da como resultado una viabilidad y factibilidad.

Por tanto la materia prima el plátano y como los insumos se pueden encontrar en municipio de Caranavi.

b) Recomendación

Se recomienda a la empresa:

- Realizar diversos productos de snack de plátano a partir del segundo año.
- Ampliar el mercado teniendo sucursales en pueblos aledaños del municipio de Caranavi, a nivel departamental
- Apoyar a la familia del sector platanero con incentivos para que la producción de la materia prima se constante.
- Realizar publicidad constante para mentalizar el producto a los consumidores.
- Aprovechar oportunidades de mercado de esa forma posicionarse.
- Se recomienda interactuar con los clientes por medio de las redes sociales para conocer su opinión acerca del producto y así poder mejorar.

BIBLIOGRAFÍA

- Boland. (2007). Funciones de la Adminstracion. En L. Boland, F. Carro, M. Stancatti, Y. Gismano, & L. Banchieri, *Funciones de la administracion* (pág. 96). Argentina: editorial de la universidad del sur.
- Leiva. (2007). Los emprendedores y la creacion de empresas. En J. C. Leiva Bonilla, *Los emprendedores y la creacion de empresas* (pág. 60). Costa Rica: Tecnologia de Costa Rica.
- Lopez, N., & Sandoval, I. (2016). *Metodo y tecnica de investigacion cuantitativa y cualitativa*. Recuperado el 10 de abril de 2020, de <http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/1103/1/Meto>
- Luna Gonzales, A. C. (2014). En *Proceso Administrativo* (pág. 46). Mexico: Editorial patria.
- Orozco Martines, J. L. (2015). *Estrategias Competitiva*. Mexico: Editorial La patria.
- Quispe Pari, D. J., & Sanches Mamani , G. (julio de 2011). *revistas bolivianas*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000700009&script=sci_arttext&tlng=es
- Reyes. (2005). Administracion de Empresa. En A. Reyes Ponce, *Administracion de empresa* (pág. 304). Mexico: Linusa.

Sanches Galan , J. (13 de octubre de 2016). *economipedia*. Recuperado el 10 de abril de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/barreras-de-entrada.html>

Tarziján. (2018). Fundamentos de estrategias empresarial. En J. Tarziján Martabit, *Fundamentos de estrategias empresarial*. Santiago, Chile: ediciones Universidad Católica de Chile.

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1 Preguntas de la encuesta	117
Anexo 2 Interpretación de las encuestas	119
Anexo 3 Población según edad en porcentaje	125
Anexo 4 Grafico en porcentaje de la población.....	126
Anexo 5 Detalle de planilla.....	126
Anexo 6 Detalles de salario	127
Anexo 7 Depreciaciones	127
Anexo 8 Detalle de costo Unitario.....	128
Anexo 9 Cotización de equipos.....	128
Anexo 10 Detalle de costo de mobiliario	129
Anexo 11 Registro de comercio de fundeempresa	130
Anexo 12 Testimonio de constitución Social.....	131
Anexo 13 publicación de testimonio.....	133
Anexo 14 Testimonio de poder	134

Anexo 1 Preguntas de la encuesta

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

La presente encuesta tiene como fin de determinar la tendencia de consumo de Snack de plátano en el mercado de Caranavi. Marque con una "X" dentro del cuadro la(s) respuestas que mejor se adapte a sus referencia, indique cuál es su opinión con respecto a lo que se le pregunta.

Sexo: Hombre Mujer

Edad:

- a. Menor de 18 años
- b. Entre 18 a 30 años
- c. Mayor a 30 años

Ocupación:.....

1. Actualmente usted ¿Consumo snack? (Papas fritas, platanitos, chicharon, pi pocas, etc)
Sí No
2. ¿Con que frecuencia usted consume los snack?
 Diario Quincenal
 Tres veces a la semana Mensual
 Semanal Nunca
3. ¿Cuál de los siguientes snack que se detalla a continuación es de su preferencia? Marcar con una X
Papas fritas
Plátano frito
Chicharrones
Galletas saladas y dulces
Bocadito de maíz
Mix de maní, haba, almendra y pasas
4. ¿Cuál de las siguientes características valora usted más al momento de comprar un snack? marque solo uno
Sabor Precio Atención al cliente Higiene

5. Por lo general ¿Dónde mayormente se adquiere los snack?

- a. Tiendas mayoristas
- b. Tiendas minoristas
- c. Kioscos
- d. Instituciones(colegio, universidades)

6. ¿Te gustaría probar un snack nuevo a base de plátano con charque?

Si

No

7. ¿Qué tan interesado estaría usted de adquirir este producto?

Muy interesado

Interesado

Me es indiferente

Poco interesado

No me interesa

8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un sobre de plátano con charque de 300 gr. Elaborado de forma natural?

De 5 Bs

De 4 bs

De 3 bs

Otro:.....

.....

9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para estar informado?

Radio

Televisión

Redes Sociales

10. ¿Conoce usted alguna otra empresa que vende un producto similar?

Anexo 2 Interpretación de las encuestas

La presente encuesta consta de 10 preguntas entre abiertas y cerradas, algunas con opciones que se emplearon para obtener la información necesaria del mercado, para determinar la aceptabilidad del segmento planteado.

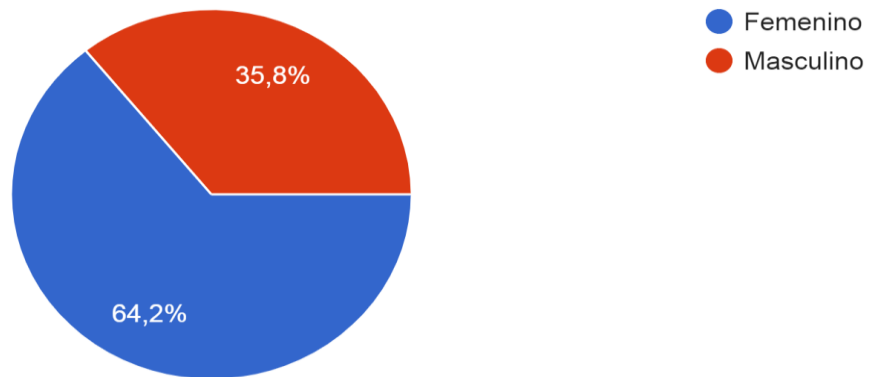
En las encuestas además se pudieron obtener datos personales tal como rangos de edades, sexo. Que se muestra en el siguiente cuadro:

La encuesta fueron realizadas desde el jueves 11 de junio hasta el 19 de junio por medios de redes sociales utilizando formulario google.

Se consideró una muestra de 201 personas entre las edades de 15 años hasta los 39 años, los cuales tardaron en 1 a 2 minutos para llenar la encuesta por medio de redes sociales.

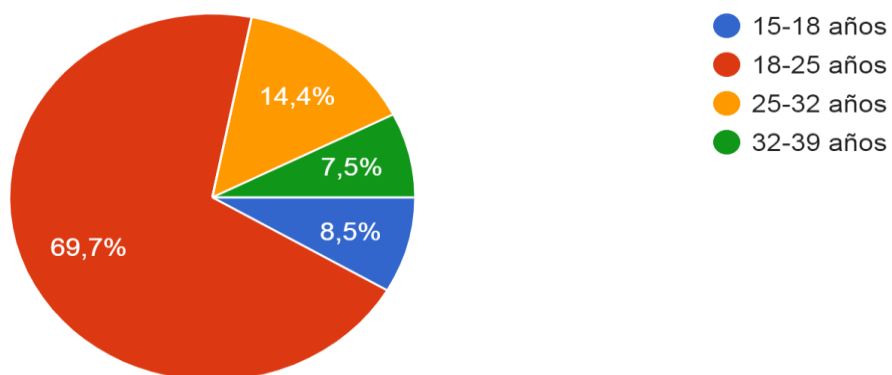
Los resultados de la encuesta son los siguientes:

Sexo
201 respuestas



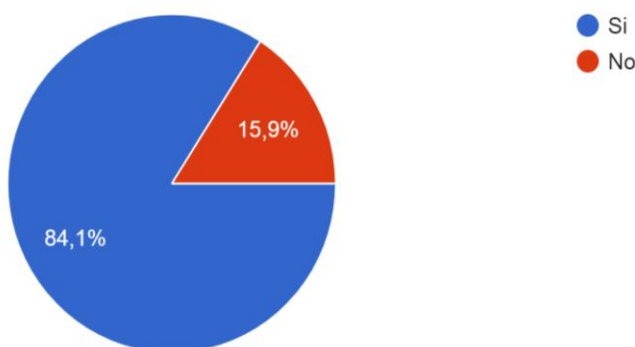
Edad

201 respuestas



1. Usted actualmente consume snacks (papas fritas, chicharon, pipocas o plátanos fritos)

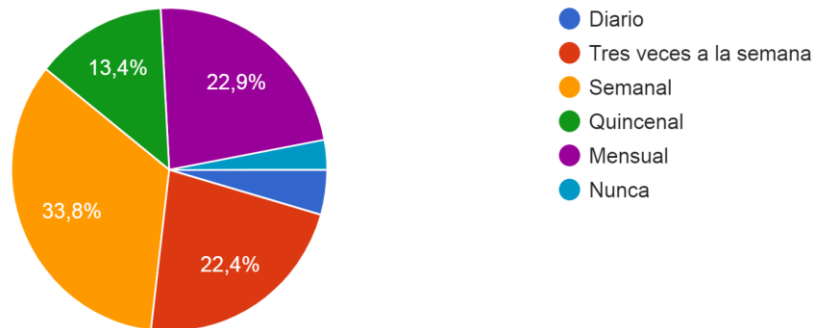
201 respuestas



Esta cuestionante nos ayudará a determinar la cantidad de personas que consume snacks, un 84.1% de personas que han respondido que actualmente consume snack como ser las papas fritas, chicharon, etc y un 15.9 % respondieron que no consumen los snack.

2. ¿Usted con que frecuencia consume los snacks (papas fritas, chicharon, pipocas o plátanos fritos)

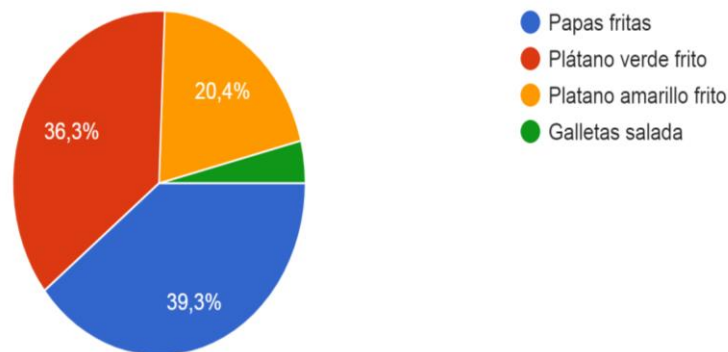
201 respuestas



En este punto se determina la frecuencia de consumo de snacks, un 33.8 % confirma que su consumo es semanal, un 22,4 % asevera que su consumo es 3 veces a la semana y un 22, 9 % su consumo es mensual.

3.¿Cuál de los siguientes snacks que se detallan a continuación es de su preferencia valora usted?

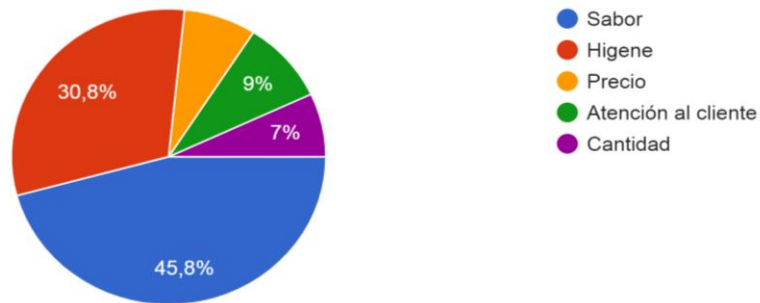
201 respuestas



En este punto se identifica la preferencia de tipo de snack que consume, un 39.3 % de personas consume papas fritas, y un 36.3% tiene preferencia de plátano verde frito y un 20.4% prefiere plátano amarillo frito.

4. ¿Cuál de las siguientes características valora usted más al momento de comprar snacks?

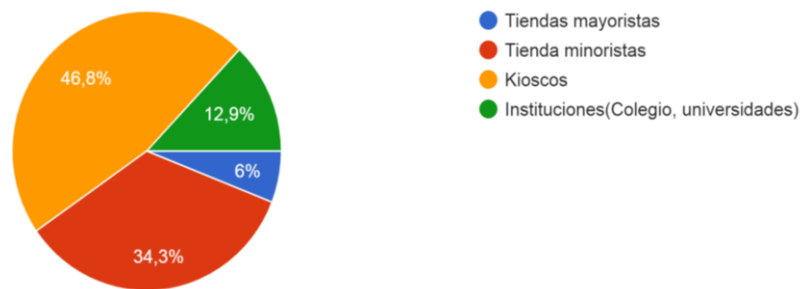
201 respuestas



En este punto se identifica que los clientes valoran más al momento de comprar un producto un 45.8% indica el sabor del producto, un 30.8% revela que la higiene del producto en los procesos son imprescindibles al momento de compra.

5. ¿Dónde adquiere snacks (papas fritas, pipocas, etc) generalmente?

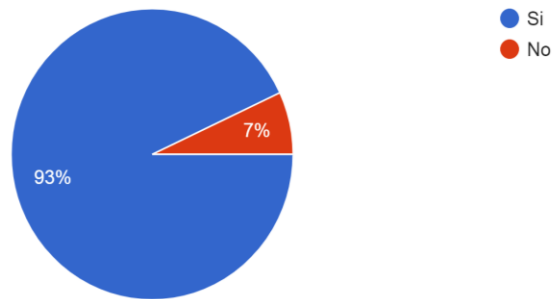
201 respuestas



En este punto nos indican que los snacks se adquieren en Kioscos un 46.8% kiosco y un 34.3% señala que estos productos se pueden encontrar en tiendas minoristas.

6. ¿Le gustaría probar un snack nuevo a base de plátano verde frito acompañado de charque de res, sin aditivos químicos?

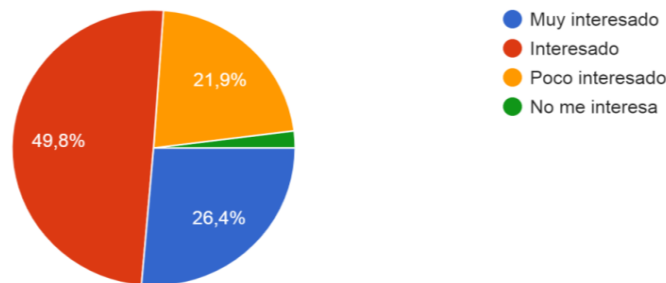
201 respuestas



Con respecto a la pregunta: un 93 % le gustaría probar el snacks a base de plátano verde frito acompañado de charque procesado sin aditivo.

7. ¿Qué tan interesado estaría usted en adquirir este producto?

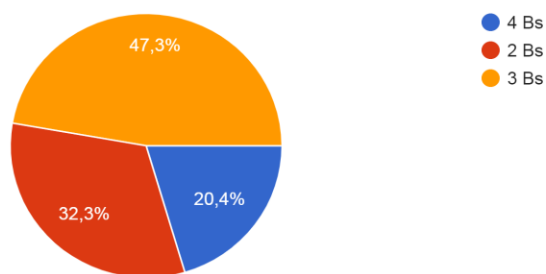
201 respuestas



Con respecto a la pregunta un 26,4% está muy interesado en adquirir este producto y un 49.8% está interesado en comprar el producto.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sobre de 20 gramos de snack de plátano verde frito con charque de res elaborado de forma natural?

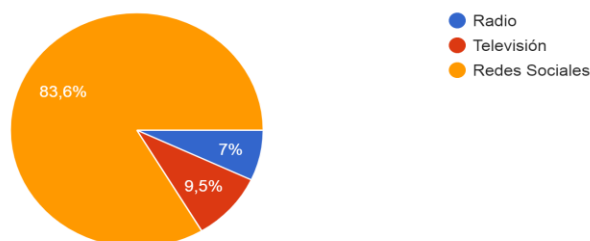
201 respuestas



Con respecto a la pregunta: un 47,3% de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar 3 bs por un sobre de 20 gramos de snack de plátano frito con charque de res elaborado de forma natural mientras un 32,3% desearían pagar 2 bs por el producto.

9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para estar informado?

201 respuestas



Los medios más atractivos para llegar a los clientes desde el punto de vista de los encuestados es por medio de las redes sociales con un 83,6% , un 9,5% utiliza la televisión para informarse.

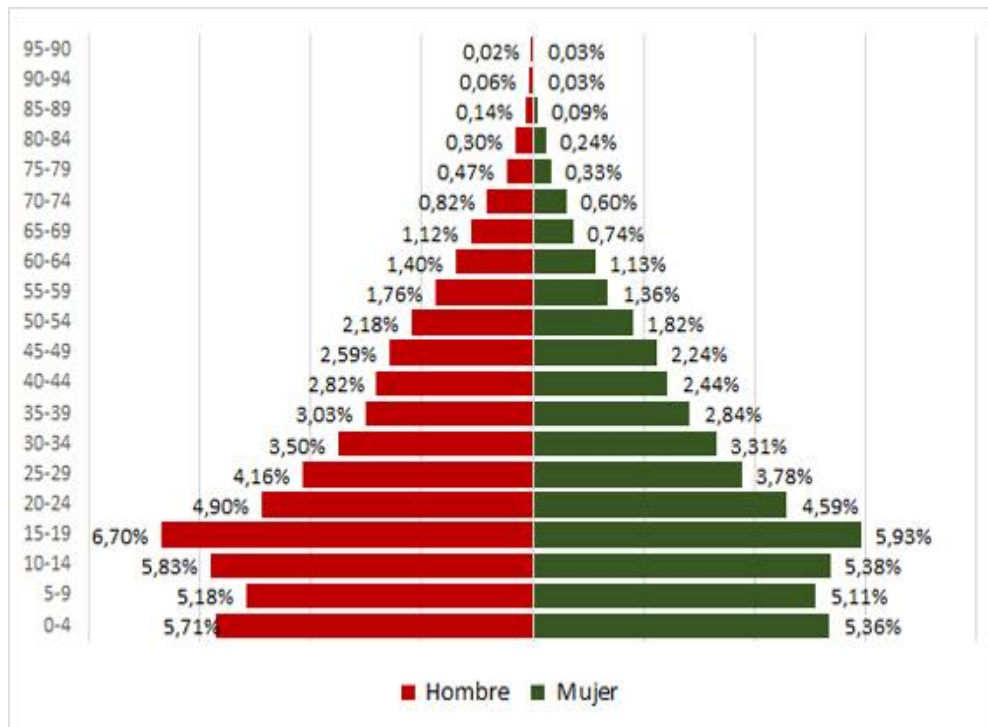
10. ¿conoce usted alguna otra empresa que vende un producto similar?

En este punto muchas personas respondieron que no conocen ninguna empresa que vende un producto similar pero sin embargo hicieron comentarios como algunas señoras elaboran de forma artesanal los platos fritos.

Anexo 3 Población según edad en porcentaje

DISTRIBUCIÓN DE EDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD
0-4 años	5.71%	2,874	5.36%	2,698	11%	5,572
5-9 años	5.18%	2,607	5.11%	2,572	10%	5,179
10-14 años	5.83%	2,934	5.38%	2,708	11%	5,642
15-19 años	6.70%	3,372	5.93%	2,985	13%	6,357
20-24 años	4.90%	2,466	4.59%	2,310	9%	4,776
25-29 años	4.16%	2,094	3.78%	1,902	8%	3,996
30-34 años	3.50%	1,762	3.31%	1,666	7%	3,427
35-39 años	3.03%	1,525	2.84%	1,429	6%	2,954
40-44 años	2.82%	1,419	2.44%	1,228	5%	2,647
45-49 años	2.59%	1,304	2.24%	1,127	5%	2,431
50-54 años	2.18%	1,097	1.82%	916	4%	2,013
55-59 años	1.76%	886	1.36%	684	3%	1,570
60-64 años	1.40%	705	1.13%	569	3%	1,273
65-69 años	1.12%	564	0.74%	372	2%	936
70-74 años	0.82%	413	0.60%	302	1%	715
75-79 años	0.47%	237	0.33%	166	1%	403
80-84 años	0.30%	151	0.24%	121	1%	272
85-89 años	0.14%	70	0.09%	45	0%	116
90-94 años	0.06%	30	0.03%	15	0%	45
95-100 años	0.02%	10	0.03%	15	0%	25
	52.69%	26,519	47.35%	23,831	100%	50,350

Anexo 4 Grafico en porcentaje de la población



Anexo 5 Detalle de planilla

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

PUESTO	Nro DE PERSONAS	HABILIDAD O CAPACIDAD	SALARIO MENSUAL POR PERSONA	APORTE PATRONAL MENSUAL 16.71%	PROVISIONES BENEFICIO SOCIAL MENSUAL	PROVISION AGUINALDO MENSUAL	TOTAL COSTO MENSUAL	TOTAL COSTO ANUAL
Operario 1	1	Tec. Industriales	2150	359.265	179.095	179.095	2867.455	34409.46
Operario 2	1	Tec. Industriales	2150	359.265	179.095	179.095	2867.455	34409.46
Operario 3	1	Tec. Industriales	2150	359.265	179.095	179.095	2867.455	34409.46
Operario 4	1	Acopiador y receptor de materia prima	2150	359.265	179.095	179.095	2867.455	34409.46
TOTAL			8600	1437.06	716.38	716.38	11469.82	137637.84

Anexo 6 Detalles de salario

PUESTO	Nro DE PERSONAS	SALARIO MENSUAL POR PERSONA	APORTE PATRONAL MENSUAL 16.71%	PROVISIONES BENEFICIO SOCIAL MENSUAL	PROVISION AGUINALDO MENSUAL	TOTAL COSTO MENSUAL	TOTAL COSTO ANUAL
Jefe de producción	1	3,200.00	534.72	266.56	266.56	4267.84	51214.08
Jefe de Talento Humano	1	3,100.00	518.01	258.23	258.23	4134.47	49613.64
Gerente general	1	4,000.00	668.4	333.2	333.2	5334.8	64017.6
Jefe de comercialización y fina	1	3,200.00	534.72	266.56	266.56	4267.84	51214.08
Contador	1	2,400.00	401.04	199.92	199.92	3200.88	38410.56
Personal de limpieza	1	2,060.00	344.226	171.598	171.598	2747.422	32969.064
Chofer	1	2,300.00	384.33	191.59	191.59	3067.51	36810.12
TOTAL		6300	1052.73	524.79	524.79	8402.31	100827.72

Anexo 7 Depreciaciones

DEPRCIACION	MONTO	VIDA UTIL	DEPRCIACION %	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUA
Rebanadora	34800,00	8	12,5%	4.350	13.050
Vivienda	300000,00	40	2,5%	7.500	262.500
Terreno	150.000	40	2,5%	3.750	131.250
Freidora	1.523	8	12,5%	190	571
Balanza	530	4	25%	133	
Lavadero	2.350	5	20%	470	
Vehículo	128.300	5	20%	25.660	
Selladora	2.600	5	20,0%	520	
Computadora	20.000	4	25%	5.000	
Impresora	3.600	4	25%	900	
Teléfono	750	10	10%	75	375
Mesa Escritorio	1.400	10	10%	140	700
Sillas giratorias	10.000	10	10%	1.000	5.000
Mesas metálica	10.000	10	10%	1.000	5.000
Estantes	14.000	10	10%	1.400	7.000
Mesones Fijos	4.000	10	10%	400	2.000
DEPRECIACION POR AÑO				52.488	262.439

Anexo 8 Detalle de costo Unitario

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD DE PRODUCTO					
"EXPRESADO EN BOLIVIANOS"					
1	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
1.1	Platano (prom 60 unid)	Cabeza	30.00	0.33	10.00
1.2	Charque de Res	Libra	30.00	0.40	12.00
1.3					
TOTAL MATERIA PRIMA					22.00
2	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
2.1	Aceite	Bot. de 900 ml	8.00	0.20	1.60
2.2	Sal	Paquete	2.00	0.04	0.08
2.3					
2.4					
TOTAL INSUMOS					1.68
3	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDADES	COSTO TOTAL
3.1	Bolsitas serigrafiada	unidad 100 Un	20	0.01	0.2
3.2	Bolsa empaquetadora con Tiras	unidad 100 Un	15.00	0.01	0.15
TOTAL PRESENTACIÓN					0.35
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS					24.03

Anexo 9 Cotización de equipos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
1	Rebanadora	34,800.00	34,800.00
1	Freidora	1,523.00	1,523.00
1	Balanza	530.00	530.00
1	Lavadero	2,350.00	2,350.00
1	Vehículo	128,300.00	128,300.00
1	Selladora	2,600.00	2,600.00
4	Computadora	5,000.00	20,000.00
2	Impresora	1,800.00	3,600.00
1	Telefono	750.00	750.00
TOTAL EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIA			194,453.00

Anexo 10 Detalle de costo de mobiliario

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Monto total
4	Escritorio	350	1400
4	Sillas giratorias	2500	10000
4	Mesas metálica	1000	4000
4	Estantes	3500	14000
2	Mesones Fijos	1200	2400
12	Sillas Plásticas	70	840
1	Extintor	3500	3500
6	Bandejas	90	540
2	Espumadera	55	110
4	Bañadores de aluminio	60	240
2	Contenedor de basura	140	280
Total mobiliario			37310

Anexo 11 Registro de comercio de fundeempresa

REGISTRÓ DE COMERCIO DE BOLIVIA

CODIGO DE TRÁMITE: 000160984
N° DE OPERACIÓN: 024536421542



MATRICULA DE COMERCIO

EL REGISTRO DE COMERCIO ORGANO CONCECIONADO A LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL FUNDEMPRESA MEDIANTE EL CONTRATO DE CONCESION DE FECHA 08/01/2021 EN EL MERITO A LAS FACULTADES ESTABLECIDAS EN EL DECRETTO SUPREMO 26215 Y EN CUMPLIMIENTO A LAS NORMAS ESTABLECIDAS EN EL CODIGO DE COMERCIO:

OTORGA

LA MATRICULA DE COMERCIO N° 005230 AL COMERCIANTE INDIVIDUAL O EMPRESA UNIPERSONAL O DE SOCIEDADES CUYOS DATOS SE DETALLAN A CONTINUACION

NOMBRE COMERCIAL	: “SABROSON”
OBJETO	: Comercialización de productos
CAPITAL	: 27000Bs.
DOMICILIO	: Zona Bella vista, Calle 3 de mayo
PROPIETARIO O REP. LEGAL	: Tatiana Cruz Terrazas
CEDULA DE IDENTIDAD	: 6727797 LP
FORMULARIO	: N° 0006584
N° DE REGISTRO	: 002/556312
FECHA DE REGISTRO	: 05/01/2021

CUMPLIDAS LAS FORMALIDADES REQUERIDAS POR EL CODIGO DE COMERCIO EL CITADO COMERCIANTE INDIVIDUAL O EMPRESA UNIPERSONAL PODRA EJERCER ACTIVIDADES COMERCIALES EN SU RUBRO

LA PAZ 13 DE FEBRERO DE 2020

.....
Dra. CYNTHIA SILES SANCHEZ
GERENTE DE AREA OCCIDENTAL

Anexo 12 Testimonio de constitución Social

ACTA DE CONSTITUCION

En la ciudad del La Paz, a horas 10:30 pm del día martes 12 de enero del 2021, con la asistencia de: Tatiana Cruz, boliviana, soltera, mayor de edad, hábil por derecho con C.I. 6727797 L.P., domiciliado en ésta ciudad, Sintia Condori, boliviana, soltera, mayor de edad, hábil por derecho con C.I. 9185326 L.P., domiciliado en ésta ciudad, nos hemos reunido para conformar la Sociedad Responsabilidad Limitada, al tenor de las siguientes clausulas:

Razón social, SABRSÓN

Objeto social, la empresa se dedicara Producción y Comercialización de Snake de plátano

Capital, La sociedad se constituye con un capital pagado de **353882.-** (trescientos cincuenta y tres mil ochocientos ochenta y dos.-00/100 bolivianos).- debido a cuotas de capital, cada socio con un valor de trece mil quinientos bolivianos (Bs 176941.-) bajo siguiente detalle:

SOCIOS	CAPITAL	PORCENTAJE
SINTIA CONDORI	176941	20 %
TATIANA CRUZ	176941	20 %
TOTAL	353882	40 %

Cuyo capital se encontrara depositado en cuentas del Banco Unión.

Duración, la duración de la sociedad será de 5 años a partir del 01/02/2021 y **finalizara** en fecha 1/02/2025.

Administración, los administradores serán nombrados en asamblea general por más de dos tercios de votos.

Distribución de utilidades, La Asamblea de socios, determinara el destino de las utilidades sociales conforme el Art. 168 del Código de Comercio y en proporción a las cuotas de capital social de cada uno.

Reservas. La reserva legal será del 5% deducida de la utilidad de la gestión. Además se retendrá el 2% para ampliación de planta.

Derechos de los socios, Sin perjudicar el normal desenvolvimiento de la empresa, los socios tendrán derecho a examinar los libros contables, las cuentas y documentales de la firma, así como informes verbales o escritos.

Prohibiciones especiales, representante legal y los socios quedan terminantemente prohibidos de utilizar la firma social en operaciones ajenas al propio giro social, tampoco podrán dedicarse personalmente, sin autorización expresa de la Asamblea, a actividades similares a los objetivos de la sociedad, conforme el Art. 183 del Código de Comercio.

Disolución y liquidación, Serán causas de disolución de la sociedad sin perjuicio de cualquier otra que impidan el objeto social las siguientes:

1. Expiración del plazo señalado en la cláusula CUARTA, sin que se hubiera acordado su prórroga.
2. Por pérdida de más del 50% del capital social.
3. Por decisión de la Asamblea de socios y las demás causas señaladas en el Art. 378 del Código de Comercio Los liquidadores serán designados en la Asamblea de socios y en Código de Comercio. Los liquidadores serán designados en la Asamblea de socios y en caso de no existir acuerdo serán designados por un juez.

Arbitraje, Toda diferencia que pudiera suscitarse entre los socios o con los herederos de estos, ya sea referidos a la interpretación, ejecución o incumplimiento del presente contrato social, será decidido o resuelto mediante arbitraje en única instancia, cuyo fallo será inapelable y obligatorio para todos los socios, aun para los disidentes, Cualquier situación que no se hubiera previsto en la presente escritura, será regulado por las normas de la ley 1770 les de Arbitraje y conciliación.

Asambleas, Las asambleas de socios, constituirán el máximo organismo de dirección de la sociedad donde se adoptan las decisiones para su desenvolvimiento. Habrá por lo menos una Asamblea Ordinaria durante el primer trimestre de cada año para tratar los siguientes asuntos:

1) Discutir, aprobar, modificar o rechazar el Balance General correspondiente al ejercicio vencido

2) Aprobar el estado financiero y de ganancias y pérdidas, distribuir las utilidades, etc., de conformidad a los Arts. 204 al 209 del Código de Comercio.

SOCIOS:

SINTIA CONDORI C.I 9185326 L.P

TATIANA CRUZ C.I.6727797 L.P

Anexo 13 publicación de testimonio

MIÉRCOLES
10 DE JUNIO DE 2016
LA RAZÓN |

Páginas azules

L1

Páginas azules

encuentra las direcciones de NUESTRAS AGENCIAS en la pag.13

DEL LORO DE ORO



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23

Camiones y camionetas

SUZUKIXL7, 2008, dorada, asientos cuero, full tracción, caja automática y secuencial \$us 25.500.- Llamar 76971541 174000175.7

OCASIÓN GRAND CHE-ROKEE Laredo 2005, impecable 74.000 kilómetros 77700770 20711175.7

SUZUKIXL7, 2008, dorada, asientos cuero, full tracción, caja automática y secuencial \$us 25.500.- Llamar 76971541 174000175.7

¡LLEGO! FILMS/PELICULAS DE FUSOR Y OTROS REPUESTOS PARA IMPRESORAS LASER NEGRO Y COLOR



NO DESECHE SU IMPRESORA DELE UN CICLO MAS DE VIDA!
EDIF. BANDAL PISO 11 OF. 1113
TELF. 240 8003 - 233 4783
TECIBRONIO 0232000

Anexo 14 Testimonio de poder

Que confieren los socios de la sociedad “SABROSÓN S.R.L.” representada para el acto por todos los socios: TATIANA CRUZ, boliviana, soltera, mayor de edad, hábil por derecho con C.I. 6727797 L.P., domiciliada en ésta ciudad.

SINTIA CONDORI, boliviana, soltera, mayor de edad, hábil por derecho con C.I. 9185326 L.P., domiciliada en ésta ciudad.

Se le otorga el poder de representante legal a TATIANA CRUZ con C.I.6727797 L.P. para que a nombre de la sociedad y de las acciones y derechos de la misma, la represente confiriéndole amplias facultades con los alcances previstos en el art. 811 del Código Civil y 73 del Código de Comercio, señalando de manera enunciativa y no limitativa las siguientes:

I. FACULTADES ADMINISTRATIVAS.

1.1. Representar a la sociedad en todo acto civil, comercial, judicial, extrajudicial, contractual y administrativamente ante toda clase de personas naturales y jurídicas, individuales y colectivas, públicas o privadas, municipales, autárquicas, autónomas, departamentales o provinciales del país o del exterior, y ante cualquier autoridad en general.

1.2. Gestionar, promover, definir y acordar toda clase de operaciones relativas al interés social con entidades públicas, privadas, jurídicas y naturales, nacionales o extranjeras y con toda persona o sujeto de derecho; solicitar licencias o cualquier otra autorización administrativa o municipal.

1.3 Presentar propuestas de licitación a convocatorias públicas y privadas, nacionales o extranjeras, ofertando precio, plazos, condiciones, así como suscribir los Contratos de Adjudicación y ejecutar los mismos.

1.4. Celebrar toda clase de contratos de venta, suscribir documentos privados, minutas, escrituras públicas, estipular formas de pago, fijar bases, condiciones, plazos, términos, cláusulas, montos, formas de ejecución de los contratos, además de ejecutar los mismos y sin más limitaciones que las impuestas en la Escritura Social.

1.5. Celebrar toda clase de contratos de compra, suscribir documentos privados, minutas, escrituras públicas, estipular formas de pago, fijar bases, condiciones, plazos, términos, cláusulas, montos, formas de ejecución de los contratos, además de ejecutar los mismos y sin más limitaciones que las impuestas en la Escritura Social.

1.6. Fijar precios, pagar, percibir dineros, pedir y otorgar recibos y todo tipo de documentos contables y financieros, estipular intereses, vencimientos, amortizaciones y comisiones.

1.7. Contratar trabajadores dependientes, fijar sus remuneraciones y suscribir contratos de trabajo e inscribirlos legalmente, modificar, resolver y revocar los mismos, reconocer y pagar remuneraciones, beneficios sociales,

Cargas sociales y similares.

1.8. Contratar seguros de cualquier naturaleza, endosar, cobrar las pólizas que corresponda; contratar técnicos, consultores y/o profesionales independientes, fijar sus remuneraciones, honorarios y condiciones de servicio, modificar, resolver y renovar los mismos.

1.9. Previa autorización de la Asamblea de Socios, negociar, convenir, realizar, mantener, liquidar, vender, ceder, gravar, disponer, modificar o extinguir toda clase de inversiones en otras sociedades, empresas o negocios conjuntos o accidentales, adquirir bonos bancarios, cédulas hipotecarias, certificados fiduciarios.

1.10 Representar a la sociedad cuando esta adquiera derechos, acciones, participaciones y similares en otras sociedades negocios o empresas conjuntas o accidentales con plenas facultades deliberativas y resolutivas estando autorizada a concurrir a juntas de accionistas, asambleas de socios u otros órganos

societarios apropiados para la adopción de cualquier género de resoluciones y decisiones que fueran de su competencia sin limitación alguna; solicitar y demandar el pago de utilidades y dividendos; otorgar recibos y constancias, someter controversias a arbitraje conforme a normas constitutivas societarias y leyes generales.

1.11. Delegar u otorgar poderes especiales a terceros para la atención de determinados trámites administrativos o procesos judiciales o administrativos de cualquier naturaleza.

1.12. Realizar todo acto de comercio a nombre y cuenta de la sociedad.

II. FACULTADES PARA ACTUACIONES EN PROCESOS JUDICIALES Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS.

2.1. Enjuiciar y seguir lo enjuiciado apersonándose ante cualquier autoridad política, administrativa, judicial y/o municipal; demandar, contestar demandas, iniciar, proseguir y finiquitar toda clase de acciones en todos sus grados e instancias, desistir del derecho y acción en la que se fundó la acción, retirar demandas, desglosar documentación, plantear incidentes y recursos ordinarios y extraordinarios, reconvenir, darse por citada con demandas con la exclusión de ser citada con las mismas, exigir cancelaciones y finiquitos, objetar, aprobar y rendir cuentas, hacer liquidaciones, presentar y pedir inventarios, pedir y firmar inscripciones de títulos de cualquier clase, prorrogar términos y jurisdicciones, presentar juramentos y exigir los mismos, oponer y absolver posiciones, rendir toda clase y género de información y prueba, ofrecer y tachar testigos, pedir declinatorias de jurisdicción, oponer toda clase de excepciones, solicitar secuestros, fianzas, adjudicaciones y prohibiciones de enajenar o gravar, nombrar síndicos, depositarios, peritajes o cualquier tipo de medida precautoria, plantear concursos y apersonarse en concursos de cualquier naturaleza, aceptar proposiciones de convenio, verificar créditos, solicitar y aceptar adjudicaciones como pago con prestación diversa a la debida, asistir a audiencias e inspecciones, ejecutar mandamientos, nombrar árbitros o amigables componedores en equidad o derecho, presentar toda clase de prueba, escritos y documentos, recabar certificaciones, pedir reconocimientos, confrontaciones, careos, justiprecios,

tasaciones y comisiones, asistir a Juntas de acreedores, audiencias y debates, oponer tercerías, incidentes, solicitar apremios, retenciones, arraigos,

secuestros, desgloses, inscripción y anotaciones en el Registro de Derechos Reales, pedir Ordenes Instruidas, Exhortos, inspecciones oculares, deserciones, sentencias, comisiones, enmiendas, complementaciones, ejecutar sentencias, desglosar y pedir des archivos, formular y contestar querellas, transigir, hacer uso de todos los recursos constitucionales, todo sin que por falta de cláusula expresa esta sección de mandato para actos judiciales deje de surtir sus efectos o pueda alegarse falta de personería en el apoderado.

2.2. Actuar a nombre de la sociedad en todo procedimiento, recurso o acto contemplado en la Ley de Procedimiento Administrativo y sus reglamentos.

III. ATRIBUCIONES FINANCIERAS, TRIBUTARIAS Y ADUANERAS.

3.1. Realizar toda clase de operaciones bancarias, abrir y cerrar cuentas corrientes en bancos locales y/o del extranjero, girar, endosar, cobrar y pagar cheques.

3.2. Girar, aceptar, endosar, descontar, avalar, pagar, cobrar, protestar letras de cambio y/o entregarles en cobranza o en garantía, así como suscribir y emitir todo género de títulos valores materiales o en anotaciones en cuenta, tales como vales, bonos, pagarés, cheques, acciones, certificados de depósito y bonos de prenda, cédulas hipotecarias, etc.

3.4. Gravar u otorgar en garantía parte o la totalidad de los bienes sociales, suscribiendo los documentos que sean necesarios para ese fin, previa autorización de la Asamblea de Socios.

3.5. Realizar trámites tributarios, pedir y obtener notas de crédito, compensaciones, observar liquidaciones y notas de cargo, realizar e iniciar procesos contenciosos, tributarios, administrativos, haciendo uso de las facultades para juicios que se mencionan en el subtítulo segundo de este mandato.

3.6. Facultad para comprometer a la empresa al cumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras que devengan del objeto de la misma. En suma el presente mandato otorga personería al mandatario para que pueda practicar cuantos actos, gestiones, trámites y diligencias sean del caso para su

cabal y completo éxito, sin que por omisión de cláusula expresa no consignada sea observada de insuficiente o se limite su personería. El apoderado podrá hacer uso de las leyes sustantivas y adjetivas y de toda norma legal y/o especial aplicable y favorable al correcto logro del presente mandato.

FIRMA DE LOS SOCIOS

TATIANA CRUZ C.I 6727797 L.P

SINTIA CONDORI C.I.9185326 L.P