

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
“PROGRAMA ACADÉMICO LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y ORGANIZACIONES PÚBLICAS”
P.A.D. ACHACACHI



PROYECTO DE GRADO
PLAN DE NEGOCIOS

**“PLANTA PROCESADORA DE JABON NATURAL EXFOLIANTE DE
GRANO DE QUINUA EN EL MUNICIPIO DE ACHACACHI””**

TUTOR : Lic. Mab. JORGE VALDA VILLAVICENCIO
POSTULANTE : EMILIO JOSÉ BUSTAMANTE QUISPE

La Paz – Bolivia

2017

DEDICATORIA

A nuestros padres y hermanos por todo su apoyo brindado, ya que sin ellos no hubiera existido ni pudiera formar parte de esta universidad porque como ustedes saben no todo es el dinero sino el apoyo y la confianza que ellos te brindan.

A todos los profesores por todas las enseñanzas brindadas, por su comprensión y paciencia, ya que como saben la labor del maestro es dura y sacrificada.

El mundo está en las manos de aquellos que tienen el coraje de soñar y correr el riesgo de vivir sus sueños.

Paulo Coelho

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar por haberme dado la vida, y sobre todo por darme una oportunidad de seguir viviendo día a día.

Agradezco a mis padres, compañeros y a todos los que me rodean por su paciencia, apoyo, comprensión y por todas las enseñanzas que cada uno me brindan a su modo y sobre su todo que comparta su conocimiento y experiencia y de alguna manera ayudarnos a relacionar mejor los estudios con la tecnolo

CONTENIDO

pág.

INTRODUCCIÓN	1
1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	2
1.1. Naturaleza de la empresa	2
1.2. TIPO DE EMPRESA	2
1.3. Características Sociedad de Responsabilidad Limitada	3
1.4. Características Sociedad Anónima	3
1.4.1.1. Sociedad Mercantil.....	4
1.5. EL CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	4
1.6. EL PRODUCTO Y SU GENERACIÓN DE VALOR.	5
1.6.1. BENEFICIOS DE QUINUA PARA LA PIEL:	6
1.6.2. BENEFICIOS DE QUINUA PARA LA SALUD:.....	7
1.7. LA MISIÓN.....	8
1.8. VISIÓN	8
1.9. Concepto de Valores	8
1.10. VALORES.....	9
1.11. Claves de gestión empresarial.....	10
1.12. Modelo de gestión	10
1.12.1. Marco conceptual	11
1.13. GESTION EMPRESARIAL	11
1.13.1. Diseño de Marca	11
1.14. Organización de la Empresa.....	12
1.15. Estrategia Competitiva.....	12
1.15.1. Estrategia empresarial.....	13

1.15.2. Estrategia de Segmentación.....	14
2. MERCADO	14
2.1. Producto mercadotécnico	14
2.2. CONSUMIDOR	15
2.2.1. Uso del Jabón.....	17
2.2.2. Potencial de mercado	17
2.2.3. LA COMPETENCIA	18
2.2.3.1. Competencia Directa.....	18
2.2.3.2. Competencia Indirecta	18
2.2.4. Barreras de entrada.....	19
2.2.5. Barreras de salida	19
2.2.6. Segmentación del mercado	19
2.2.7. Segmentación geográfica	20
2.2.8. Segmentación demográfica	20
2.2.8.1. Segmentación Psicografica:	20
2.2.8.2. Segmento por comportamiento:	20
2.2.9. Consumidores Actuales.....	21
2.2.10. Consumidores Potenciales.....	21
2.3. PARTICIPACIÓN DE MERCADO	21
2.3.1. Análisis de la demanda:	21
2.3.2. Pronósticos de ventas	21
2.4. El cliente objetivo	22
2.5. FACTORES QUE AFECTAN A LA CONDUCTA DEL CLIENTE.....	23
2.5.1. ANALISIS DE FODA	23
2.5.2. Enfoque De Decisión De Compra	24
2.6. OBJETIVOS DE MARKETING.....	24
2.6.1. Objetivo general de marketing	24
2.6.2. Objetos específicos de marketing	25

2.7. Estrategia De Marketing.....	25
2.7.1. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO.....	25
2.8. PRODUCTO	26
2.8.1. Logotipo	26
2.8.2. Slogan.....	27
2.8.3. Diseño empaque	27
2.8.3.1. Embalaje.....	28
2.9.1. Estrategia del precio.....	29
2.9.2. Objetivo de precios.....	29
2.9.3. Fijación de precios.....	29
2.10. PLAZA.....	30
2.10.1. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION	30
Canal de distribución directa.....	30
2.10.2. ESTRATEGIA DE VENTAS.....	31
Objetivos de plaza.....	32
2.11. PROMOCION	32
2.11.1. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	32
Acciones de comunicación	32
2.11.2. ESTRATEGIA DE VENTAS	33
2.11.3. Objetivos de plaza.....	34
2.11.4. LA ESTRATEGIA DEL INGRESO	34
2.11.4.1. Estrategia de la competencia en base a precios.	34
2.11.4.2. Estrategia de diferenciación en la calidad del producto.....	34
2.12. EL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO.....	34
2.12.1. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	35
2.13. ESTUDIO DE MERCADO.....	36
2.13.1. Área de mercado.....	36
2.13.2. Resultados de la encuesta	36

3. OPERACIONES (PRODUCCION)	44
3.1. DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO	44
3.2. DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y FUNCIONAL DEL PRODUCTO.....	44
3.3. CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO.....	45
3.4. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	45
3.4.1. BENEFICIOS DE QUINUA PARA LA PIEL:	46
3.4.2. BENEFICIOS DE QUINUA PARA LA SALUD:	46
3.5. PROCESO DE PRODUCCION.....	47
3.6. DIAGRAMA DE FLUJO.....	49
3.7. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	50
3.7.1. Objetivo del area de organizacion.....	50
3.7.1.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	50
3.7.2. PERSONAL DE OPERACIONES	50
3.7.2.1. FUNCIONES DE PUESTOS DE OPERACIÓN	51
3.8. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	52
3.9. MANUAL DE CARGOS Y FUNCIONES	52
3.9.1. Objetivo de puestos.	52
3.10. MAQUINAS Y EQUIPO	55
3.11. HERAMIENTAS.....	60
3.12. MATERIA PRIMA	69
3.13. PROVEEDORES.....	70
3.13.1. PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	70
3.13.2. CUADRO DE PROGRAMACION DEL JABON DE QUINUA	71
3.14. PLANTA	72

3.15.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	73
3.16.	LOCALIZACIÓN	74
3.17.	FACTORES DE LOCALIZACIÓN	74
3.18.	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	75
	Previas consideraciones.....	75
4.	FINANZAS	77
4.1.	Presupuesto de inversión.....	77
4.2.	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	79
4.2.1.	COSTOS VARIABLES.....	79
4.2.2.	PROVEEDORES.....	79
4.3.	COSTO DE MATERIA PRIMA	80
4.4.	COSTO DE INSUMOS.....	80
4.5.	ACTIVOS FIJOS.....	82
4.5.1.	COSTO TOTAL DE EQUIPO DE PRODUCCIÓN.....	82
4.5.2.	COSTO DE TERRENO.....	84
4.6.	DEPRECIACIONES.....	85
4.7.	GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y LEGALES	85
5.	SUPUESTOS Y ESCENARIOS	86
5.1.	Volúmenes de producción, ventas, costos, rentabilidad.....	86
6.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL	87
6.1.	PERSONERIA JURIDACA.....	87
6.2.	REGISTRO LEGAL.....	88
6.2.1.	FUNDA EMPRESA.....	88
6.3.	SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS.....	90
6.3.1.	Personas jurídicas	90

6.4. CAJA NACIONAL DE SALUD	91
6.5. MINISTERIO DE TRABAJO.....	92
7. CONCLUSIONES.....	93
8. RECOMENDACIONES.....	95
9. BIBLIOGRAFIA	96
10. ANEXOS.....	97

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es proyecto orientado a la creación de una fábrica cuya denominación será "Empresa Procesadora de Jabón natural exfoliante en base al grano de quinua.

Probablemente para algunos generar ingresos es la motivación principal, sin embargo para la gran mayoría de los emprendedores, iniciar una empresa significa mucho más que eso: significa desafío, independencia, satisfacción personal, flexibilidad, trascendencia.

La elaboración de estos jabones de quinua, podrá incluir productos que son suavizantes, hidratantes y emolientes, tales como aceites naturales, oliva, ricino, vitaminas, proteínas, ingredientes aportaran nutrientes y cualidades muy bienvenidos por la piel de las personas.

Gracias al uso de estos productos nuestra piel lentamente comenzará a recobrar su estado natural, secretando los aceites que ayudan a hidratarla y ya no resultando necesario embetunarse con un sinfín de cremas, se puede afirmar la idea de que el jabón limpie y además entregue humectación, debe nutrir la piel y evitar reacciones alérgicas.

1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1. Naturaleza de la empresa.

Según Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define la **empresa** como *"el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela"*

1.2. TIPO DE EMPRESA

Queen es una empresa dedicada a la producción jabones naturales exfoliantes en base Al grano de quinua (jabón exfoliante de quinua)

Será una empresa mediana porque es independiente y no tendrá mayores inversiones de los socios que supere a una empresa grande por cuestiones de política.

La empresa el **"QUEEN"** se constituye una SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L) porque es un tipo de sociedad de carácter mercantil en el que la responsabilidad está limitada al capital aportado.

El capital estará integrado por las aportaciones de los socios, dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables.

La empresa a constituirse tendrá las siguientes características:

- Será una empresa mercantil en forma de Sociedad de Responsabilidad Limitada, constituida por socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden.
- Tomará la denominación de "Empresa Procesadora de Jabón de Quinua"
- Bolivia es el segundo mayor productor de quinua y es el mayor exportador a nivel mundial.
-

SOCIOS	CAPITAL	PATRIMONIO
Bustamante Q. Emilio José	Bs. 90.000	Aporte de terreno en el municipio de Achacachi 300 m ²
Colodro Gutiérrez Zulma	Bs. 100.000	Aporte con Maquinarias industriales para el proceso productivo.

1.3. Características Sociedad de Responsabilidad Limitada

Ventajas

- Obtiene derechos y obligaciones distintas.
- Permite proteger a los socios de responsabilidades que la sociedad adquiere, como por ejemplo deudas.
- Los socios limitan su responsabilidad al monto de sus aportes.
- Es más fácil a una sociedad reunir capital y financiarse, en comparación con una persona física.

Al observar las ventajas la (S.R.L.) Sociedad de Responsabilidad Limitada siendo parte de esta sociedad existe un límite en la aportación y también es más fácil la inversión.

1.4. Características Sociedad Anónima

La sociedad anónima (**S.A.**) es una forma de organización de tipo capitalista muy utilizada entre las grandes compañías. Todo el capital se encuentra dividido en acciones, que representan la participación de cada socio en el capital de la compañía.

Ventajas Sociedad Anónima

- Limitación de responsabilidad económica de los socios
- No existe porcentaje mínimo ni máximo de capital por socio
- Posibilidad de aportar el capital en bienes o dinero
- Sin límite mínimo ni máximo de socios
- No existe un número mínimo de socios trabajadores

Las S.R.L. no son conductivas para los planes de opción de acciones de empleados, por lo tanto la planificación comercial para ofrecer dicho plan deberá considerar otra estructura de organización.

1.4.1.1. Sociedad Mercantil

Una sociedad mercantil es aquella entidad cuyo objetivo es la realización de actos de comercio sujeta a derecho mercantil, su denominación oficial es la siguiente:

"Es sociedad mercantil la que existe bajo una denominación o razón social, mediante el acuerdo de voluntades de un grupo de personas llamadas socios, que unen sus esfuerzos y capitales para la realización de un fin común de carácter económico con propósito de lucro".¹

1.5. EL CONCEPTO DEL NEGOCIO.

Un negocio es de suma importancia para la empresa porque delimita las actividades que realiza, la asignación de recursos y afecta la estrategia empresarial. (Hammond, 1990)

¹ (Emprendedores.com, 2008)

La empresa se dedicara a la elaboración y venta de jabones exfoliantes en base al grano de quinua, lo cual no significa de la glicerina como parte del ingrediente, sino que esta será enriquecida como con la Sosa Caustica.

se debe tener cuenta que los jabones constituyen uno de los productos mas versátiles de consumo masivo. Hoy en dia los implementos de higiene son consideradas un producto de primera necesidad debido a la alta aceptabilidad que tiene fundamentalmente entre niños, adolescentes y adultos.

La Quinoa es un producto natural andino de la región en la cual nosotros nos enfocaremos en la producción de esta materia prima en un jabón exfoliante natural y es un producto que puede dar muchos beneficios a la sociedad.

La demanda de los jabones exfoliantes en el municipio de Achacachi es insatisfecha y el precio es exageradamente elevado también la mala manipulación de jabones comunes que podrían causar problemas en la dermis de los consumidores, por tal motivo se decide introducir un nuevo producto jabones exfoliantes en base al grano de quinua en este municipio de Achacachi. (Jabones Exfoliantes **Queen**)

1.6. EL PRODUCTO Y SU GENERACIÓN DE VALOR.

Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea. (Stanton, Etzel , & Walker)

Los implementos de higiene son muy importantes para nuestra vida cotidiana, en el caso presente se trata de enriquecer el Jabón común (hecho con glicerina), con la adición de el grano de quinua, para lograr un producto saludable agradable y con alto contenido proteico y nutricional en nuestra piel.

Más allá de sus propiedades nutricionales, recientes estudios científicos revelan sus bondades para la industria cosmética, prevención de males degenerativos y otros. La quinua contiene una sustancia denominada saponina, que además de proteger al grano de algunas plagas, sirve para la elaboración de jabones. Su uso en el mundo farmacéutico.²

1.6.1. BENEFICIOS DE QUINUA PARA LA PIEL:

Ayuda en la rápida cicatrización de los tejidos dañados:

La quinua contiene lisina, un elemento clave en la síntesis de elastina y colágeno. La lisina es un nutriente esencial que no pueden ser sintetizados por el organismo, por lo que debe ser suministrada por la dieta.³

Antienvejecimiento paquete de la cara

La quinua contiene proteínas naturales y anti-envejecimiento, mientras que alimenta la leche de soja y repara la piel dañada por el sol para dar elasticidad a la piel. Este paquete también hará que su piel suave y tonificada.

Rejuvenece la piel desde el interior

El consumo de semillas de quinua proporciona el cuerpo con abundante colágeno, que rejuvenece la piel desde el interior y reduce las arrugas y otros signos de envejecimiento.

² ((INIA), 2013)

³ (What, 1990)

Reduce las manchas marrones y la pigmentación

Vitaminas en quinua disminución agrupación de gránulos de melanina para reducir las manchas oscuras y la pigmentación.

Se usa para tratar el acné

La quinua también ayuda a disminuir la producción de sebo y el acné es brillante. (Ruth, 2008)

1.6.2. BENEFICIOS DE QUINUA PARA LA SALUD:

Beneficios para la salud de quinua son los siguientes:

La vitamina de la tienda:

Granos de quinua se cargan con 8 vitaminas esenciales y aminoácidos, así como el calcio y el magnesio. También 'rico en vitamina B12 y hierro, que son útiles para la pérdida de peso y también ayuda en la producción de energía.⁴

Reduce el riesgo de ataque al corazón:

La quinua contiene una gran cantidad de proteínas y fibra dietética, que ayuda a saciar su hambre y mantenerlo lleno durante un período de tiempo más largo. Hay alrededor de 7 g de proteína y 6 gramos de fibra dietética por porción de quinua. (What, 1990)

El jabón, ese producto que nos acompaña todos los días en el cuidado de nuestra **piel**, higienizándola y cuidando de mejorar su apariencia, ha ido tomando a lo largo de

⁴ (What, 1990)

la historia diferentes formatos y variedades, una vez que se ha conocido cómo actúa sobre los distintos tipos de piel.

1.7. LA MISIÓN

La misión de una empresa o acción define la razón de ser de la organización donde condiciona sus actividades presentes y futuras, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas.

Contribuir en la exfoliación diaria a la población de Achacachi a través de estos jabones naturales exfoliantes de alta calidad y así satisfacer las necesidades de los consumidores, optimizando recursos e impulsando al desarrollo de las comunidades locales del municipio.

1.8. VISIÓN

La visión consiste en posicionar la empresa en el futuro y visualizar lo que se espera de ella. La visión debe captar el alma de la empresa es esa razón de ser profunda.

Ser reconocido como una empresa procesadora de Jabones y líder del mercado local y nacional, con los mejores estándares de calidad, alcanzando las metas de rentabilidad programadas para cada gestión, superando las expectativas de nuestros clientes y consumidores finales.

1.9. Concepto de Valores

Los valores son principios que nos permite orientar nuestro comportamiento en función a la realizarnos como una empresa, nos proporciona una pauta para formular metas propósitos.

1.10. VALORES

Las virtudes con la que cuenta la empresa “**Queen**” se las detalla a continuación:

- **Ética**, Las acciones que desarrolla la empresa “**Queen**” S.R.L. y sus miembros, se regirán bajo el valor fundamental de la ética empresarial, laboral, profesional y personal.
- **Igualdad**, Aseguramos la igualdad de oportunidades en un buen y seguro ambiente de trabajo, con inclusión social.
- **Calidad**, ofrecer los mejores exfoliantes naturales a la población de Achacachi.
- **Higiene**, la empresa “**Queen**” S.R.L. será controlada estrictamente en la limpieza en el proceso de elaboración de jabones, en el producto final de envasados y venta.
- **Pasión**, Estar comprometidos con el corazón y con la mente.
- **Creatividad**, El desarrollo de nuevas ideas, explorando siempre nuevas y mejores alternativas, ventajas, serán funciones de cada de los empleados para brindar valor agregado a los clientes.
- **Mejora Continua**, Buscamos que los clientes reconozcan nuestra marca como la favorita del mercado atreves de una superación permanente de nuestros estándares.
- **Medio Ambiente**, Realizar todas las actividades comerciales e industriales sin afectar negativamente el medio ambiente, ni comprometiendo el desarrollo de futuras generaciones.

1.11. Claves de gestión empresarial

- Proporcionar estabilidad y seguridad a todos los trabajadores de la empresa, a través del desarrollo de una cultura organizacional basada en el compromiso mutuo, la responsabilidad por convicción, la calidad y la excelencia como fuentes de satisfacción de realización personal y profesional.
- Diseñar procesos efectivos con tiempo de respuesta rápida, productividad y costos bajos, a fin de ofrecer productos de acuerdo a las expectativas y exigencias del cliente.
- Trabajar de forma asociada y solidaria con toda la cadena productiva con fin de lograr acciones y transformaciones en el medio plazo, haciendo uso de la creatividad e innovación y el mejoramiento continuo de nuestros productos.

1.12. Modelo de gestión

“QUEEN” utilizará un modelo de gestión de innovación de nuestro producto y requiriere un compromiso de toda la organización, a continuación, detallaremos la innovación que se realizara en la empresa y en su producto:

- Nuevos productos e innovadores naturales
- Modificación del tamaño del producto
- Nuevos nichos de mercado en la provincia Omasuyos – La Paz.
- Ofrecer una variedad de productos

Son los movimientos que se realizan las actividades de la empresa por los cuales podemos mencionar la modificación de estos nuestros productos e implementar nuevos nichos de mercado y posteriormente ofrecer otros productos acordes a la empresa.

1.12.1. Marco conceptual

La empresa “QUEEN”, producirá jabones exfoliantes en base de granos de Quinoa, debido a que no existe un producto natural. Hoy en día los productos de jabon que existen en el mercado, contienen varios componentes químicos, eso hace que las personas sufran de diferentes enfermedades, Alergias y otros.

Queen (jabón) es un producto hecho naturalmente, y es de fácil preparación e instantánea que lo pueden aplicar durante las mañanas haciendo una combinación con diferentes productos (bloqueadores, maquillaje, cremas humectantes entre otros cosméticos) y el consumo es público en general (niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad).

1.13. GESTION EMPRESARIAL

1.13.1. Diseño de Marca



1.13.1.1. Objetivos A Mediano Plazo

- Alcanzar altos estándares de venta de nuestros productos en un 80% para la empresa.
- Expandir sucursales en dos departamentos La Paz, Cochabamba en un plazo de dos años.
- Posicionar el nombre de nuestros productos a la mente de nuestros clientes.

1.16.1.2. Objetivo A Largo Plazo

- Alcanzar la calidad total en oferta de nuestros productos a nivel nacional.
- Expandirnos en nuevos mercados internacionales.

1.14. Organización de la Empresa



1.15. Estrategia Competitiva

la estrategia competitiva consiste en emprender acciones ofensivas y defensivas para crear una posición defendible en un sector industrial con el objeto de enfrentarse con éxito a las cinco fuerzas competitivas (proveedores, competidores potenciales, competidores en el sector industrial, sustitutos y compradores) y obtener así un rendimiento superior sobre la inversión para la empresa.²

(PORTER MICHAEL, 1994)

Queen, ofrecerá un producto diferenciado, en relación al mercado de jabones que se ofrece en el mercado ya que pretende ser una empresa única en el rubro, debido al valor agregado de la Quinoa se incrementará a la producción de jabones exfoliantes,

no solo se distinguirá en la calidad, al tener cualidades naturales y nutritivas, sino en el diseño o imagen de la marca.

Nuestras estrategias competitivas serán las siguientes:

- Promociones temporales (2 x 1)
- Precios económicos a diferencia de otros productos
- Realizar constantes publicidades y promociones, de esa manera tener mayor participación en el mercado y así posicionarnos con nuestro producto.

1.15.1. Estrategia empresarial

QUEEN establecerá alternativas en estrategias, para buscar mejorar continuamente de manera proactiva y eficiente y nos permita favorecer el crecimiento de la empresa. la estrategia de diferenciación: Queen, ofrecerá un producto diferenciado, en relación al mercado de jabones exfoliantes (jabón de Quinoa), de esta manera se pretende que el producto sea percibido como único o exclusivo para el mercado;

QUEEN se logra diferenciar mediante:

- Precios accesibles al alcance del bolsillo del cliente.
- Personal capacitado y orientado al cliente; el personal altamente capacitado con relación a la higiene corporal
- Realizar constantes publicidades y promociones; de esa manera tener mayor participación en el mercado y así posicionarnos con nuestro producto (jabón de Quinoa).
- Por el diseño y tamaño que tendrán nuestros productos, y en la diferenciación con los productos de jabones comunes.

Nos podemos diferenciarnos mas por el precio de nuestro producto será altamente accesible y también habrá constantes cambios en nuestros productos por parte del diseño, presentación entre otros.

1.15.2. Estrategia de Segmentación

- **EDAD:** El Jabón está dirigido a todos los consumidores de todas las edades, desde los 4 -75 años.
- **SEXO:** El sexo de los consumidores es indiferente tanto mujeres y varones ven la venta de Jabones “Queen”
- **INGRESO:** el nivel de ingreso de nuestros clientes incluyendo en los deseos de los consumidores y determinan su poder de compra. Si nuestros clientes tienen ingresos económicos suficiente podrán adquirir nuestro producto.
- **ESTADO CIVIL:** Es indistinto para todos los estados civiles.

2. MERCADO

2.1. Producto mercadotécnico

La empresa procesadora de jabones naturales de quinua, S.R.L. se dedicará a la elaboración del producto “**QUEEN**”, consistente a un jabón, enriquecidas con el grano de quinua, producto que reunirá las siguientes cualidades:

- Producto natural
- Buen aroma
- Atractiva e innovadora presentación
- Alto contenido proteínico y nutricional

Natural gracias a la materia prima (Quinua), con una buena presentación cosa que tenga una percepción en la compra de este producto en cuanto al aroma intervendrá un aromatizante.

En el estudio de mercado realizado cuándo, se observó que 182 personas encuestadas, de las diferentes de Achacachi quieren consumir nuestro producto, debido al valor natural y contenido proteínico que se añadirá al Jabón, con la incorporación con los granos de Quinoa, también podrá considerarse como consumidores específicos a los adolescentes, y personas de la tercera edad que se beneficiarán con nuestro producto.

2.2. CONSUMIDOR

Es importante identificar el tipo de consumidor, de esta manera saber cuáles son sus deseos y expectativas que requiere, para lo cual la cual la empresa se enfocara y tomara en cuenta estos puntos importantes Según el estudio de mercado realizado en el municipio de Achacachi se demostró que nuestro mercado de consumo son las mayoristas y minoristas como: (abarrotes, puestos de ventas, farmacias, pequeñas tiendas entre otros).

El cliente objetivo de la empresa QUEEN, de producción Jabones exfoliantes en base a Quinoa, estará conformada por la población de Achacachi por nueve zonas.

Perfil de tipos de consumidores directos

CARACTERISTICAS	CLIENTES
¿Quiénes serán nuestros clientes?	Niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, personas de la tercera edad
¿Qué edad tienen estos clientes?	5 – 75 años de edad.
¿Qué género son?	Ambos sexos (varones y mujeres)
¿Dónde trabajan?	Entidades financieras, oficinas, colegios, empresas y otros.
¿Nivel de ingreso?	500bs -1600 bs mensual
¿Cuándo compran?	En temporada de fríos, heladas, eventos especiales, fechas cívicas, otros.
¿Cuánto compran?	Una vez al mes, Dos veces a la semana y otros compran de acuerdo a su necesidad.

Según en el cuadro anterior, indica que nuestros clientes serán niños jóvenes y adultos de 5 a 75 años de edad de ambos sexos del municipio de Achacachi.

Satisfacción De Necesidades Y/O Deseos

Básicamente, el producto busca satisfacer las necesidades de higiene de dicha población cuyo comportamiento de consumo presenta las siguientes características:

- Población que está preocupada por su apariencia
- Personas que buscan higiene
- Padres preocupados por diferentes tipos de enfermedades de la piel.
- Adolescentes que sufren los cambios de la pubertad

Solamente el 14,3% de los hombres usan protector solar con frecuencia. Sin embargo, las mujeres tampoco obtienen algún reconocimiento por sus esfuerzos y el 29,9% lo aplican en su rostro y cuerpo de forma regular. (PaginaSiete, 2015)

Se puede determinar que el producto que ofrece la empresa QUEEN se acomoda a la necesidad de brindar una correcta satisfacción al cliente debido a que es un producto altamente natural y elaborado bajo estrictas normas de calidad.

2.2.1. Uso del Jabón

El uso del Jabón forma parte de una buena limpieza de cutis, gracias al aporte energético de sus macronutrientes, y las vitaminas y minerales que contiene la Quinoa.⁵

2.2.2. Potencial de mercado

La demanda de nuestros productos serán: comerciantes mayoristas y minoristas (ABARROTERAS, FARMACIAS, PUESTOS DE VENTA, TIENDAS PEQUEÑAS) las cuales se encuentran en la población de Achacachi, provincia Omasuyos, debido a que el estudio se centró en los mismos.

⁵ (enplenitud.com, 2012)

2.2.3. LA COMPETENCIA

2.2.3.1. Competencia Directa

Nuestro producto “**Queen**” no tiene una competencia directa, debido a que no ofrecen un producto similar que ofrecer la empresa con los granos quinua, siendo un producto altamente natural y vitamínico para nuestra piel.

2.2.3.2. Competencia Indirecta

Nuestros principales competidores directos son las abarroteras que hacen una venta de nuestro producto.

En el siguiente cuadro se demostrara como la diferenciación de los precios de otros jabones, esto se cuantificara en un 100% de acuerdo la compra de cada producto, se demostrara en el siguiente cuadro:

JABÓN	PRECIO	% De VENTAS
Asepxia	38	32 %
Dove	28	29 %
Lux	6 a 8	26 %
Otros	3 en 10	13 %
Jabón Queen	6 a 8	-----

Podemos mencionar que no hay una gran diferencia de precio en la obtención de un jabón exfoliante, se podría decir que nuestro producto es más económico y más natural.

Fuente: elaboración propia

2.2.4. Barreras de entrada

- Créditos en bancos no son confiables por falta de documentación
- Elevación de costos de la materia prima por parte de los proveedores
- Los malos acuerdos con los proveedores y tardanza en la entrega de la materia prima
- Un mantenimiento constante en maquinaria y otros
- Dispondrá de un producto atractivo a los ojos

2.2.5. Barreras de salida

- Normas nacionales o locales que dificulten en alguna medida la actividad (doble aguinaldo, aumentos salariales etc.)
- Conflictos sociales que dificulta el trayecto del producto a nuestros distribuidores.
- Los cambios climáticos (pérdidas de producción).
- Barreras legales, en cuanto al incumplimiento de contrato con nuestros clientes.

Podemos mencionar que estas barreras son sumamente importantes para la empresa, la barrera de entrada limita a los créditos no confiables, también hace un mantenimiento constante de las maquinarias por lo otro la barrera de salida rige nuestra distribución el trayecto de estos también previene los cambios climáticos.

2.2.6. Segmentación del mercado

Para segmentar el mercado al que queremos dirigirnos requieren de algunas obtenciones de algunos datos como la edad, genero, el tipo de ingresos que tienen los gustos y deseos que tienen.

La identificación de los principales consumidores en lo que se refiere al Jabón de Quinoa, será el público en general incluyendo niños jóvenes, estudiantes profesionales y público en general, por su presencia será encontrado en abarrotes, puesto de venta farmacias y tiendas. De acuerdo a un estudio realizado el Jabón es considerada como uno de los implementos de aseo más requerido en la higiene personal.

2.2.7. Segmentación geográfica

QUEEN se enfocará al Municipio de Achacachi que tiene una altitud media de 3854 m.s.n.m. a 94 km. Provincia Omasuyos, y se encuentra en el nordeste del Departamento de La Paz. Se encuentra, a 16° 03' 00" Latitud Sur y 68° 11' 00". Longitud Oeste.



2.2.8. Segmentación demográfica

El producto está dirigido a la población urbana de 19641 habitantes de la población de Achacachi de ambos géneros: (masculino y femenino), con edades de 5 – 75 años de edad.

2.2.8.1. Segmentación Psicografica:

La empresa QUEEN tomara en cuenta a los a los consumidores, porque se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida y personalidad.

2.2.8.2. Segmento por comportamiento:

Como segmento por comportamiento de la empresa se dirigirá a personas que buscan nuestro Jabón, para satisfacer necesidades propias del consumidor.

2.2.9. Consumidores Actuales

Nuestros actuales consumidores actuales son las nueve zonas que se encuentra en la población de Achacachi, en los cuales tiene una población de 19641 habitantes que se encuentran varones y mujeres desde las edades 15 a 80 años.

2.2.10. Consumidores Potenciales

Por medio del mercado y ventas serán los consumidores a los que se puede llegar, también haciendo diferentes publicidades, de esa manera hacer conocer la existencia de nuestro producto Jabón natural exfoliante.

2.3. PARTICIPACIÓN DE MERCADO

2.3.1. Análisis de la demanda:

El universo de las personas que se cuenta es de 19641 personas para poder hallar la demanda del segmento que se ha escogido personas que comprenden tanto mujeres como varones.

2.3.2. Pronósticos de ventas

MES	TOTAL CAPACIDAD	%	PRODUCTO	PRECIO	INGRESO Bs.
Septiembre	200 unidades	40	20	6	1200.- Bs.
Octubre	500 unidades	100	50	6	3000.- Bs.
Noviembre	400 unidades	80	20	6	2400.- Bs.
Diciembre	200 unidades	40	20	6	1200.- Bs.
Enero	550 unidades	35	15	6	3300.- Bs.
Febrero	450 unidades	50	19	6	2700.- Bs.

Es un ejemplo de una proyección aproximada del producto y también se obtendrá el dato en que mes existe más demanda del producto en base a una proyección.

2.4. El cliente objetivo

Para conocer los hábitos de consumo del cliente objetivo, se efectuó un estudio de mercado considerando una muestra probabilística de 200 personas residentes de las nueve zonas de la población de Achacachi, comprendidos desde los 15 y 70 años de edad.

La información disponible, del INE 2010 la población de Achacachi cuenta con 19641 habitantes en las nueve zonas existentes. Considerando esta información se estimó la muestra la muestra utilizando la siguiente formula estadística.

$$N = \frac{Z^2 NPQ}{Z^2 PQ + NE^2}$$

DONDE:

N: Tamaño de muestra

Z: Nivel confianza (91%). Valor en tablas = 1,92

N: Número total de población (19641 personas)

P: Probabilidad de ser elegido (0,9)

Q: Probabilidad de no ser elegido (0,9)

E: Limite de error (0,09)

EFFECTUANDO LOS CALCULOS CORRESPONDIENTES SE TIENE:

$$N = \frac{(1,92)^2 (19641)(0,9)(0,9)}{(1,92)^2 (0,9)(0,9) + 19641(0,09)^2} = 241,27$$

N= 241,27 ENCUESTAS

2.5. FACTORES QUE AFECTAN A LA CONDUCTA DEL CLIENTE

2.5.1. ANALISIS DE FODA

Para determinar la capacidad que tiene **Queen** y el desempeño previo en el mercado, se realizará un análisis de FODA, lo cual determinará formular estrategias que desarrollen fortalezas, prevengan el defecto de las debilidades utilicen a tiempo las oportunidades y anticipen a tiempo el efecto de amenazas.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Responsabilidad y compromiso con clientes- Innovación constante de nuestro producto.- Producto de alta de calidad.- Utilización de productos naturales con alto valor nutricional.	<ul style="list-style-type: none">- Expansión de nuevas sucursales en diferentes ciudades.- Precio diferenciado- Diversificación en el mercado de nuevos productos.- El consumidor está abierto a probar nuevos productos y no tiene fidelidad sobre una marca.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Personal no capacitado- Utilización de nuevas tecnologías- No es un producto conocido en el mercado	<ul style="list-style-type: none">- Desconfianza en la aplicación de nuestro producto- Cambios climáticos- Conflictos sociales.

Influencias Externas Sobre El Comportamiento De La Compra

Los factores externos que pueden influir en la decisión de compra del cliente pueden ser los siguientes:

- Ingreso de nuevos competidores al mercado
- Inestabilidad económico y social
- La competencia de contrabando con precios más bajos

Influencias Internas Sobre El Comportamiento De La Compra

Dentro de los factores internos que pueden influir en la decisión del cliente objetivo, se consideran los siguientes:

- Valoración del contenido y natural del producto.
- Preocupación por los padres por la alimentación de sus hijos.
- Práctica deportiva que requiere de suplemento alimenticio nutritivo y energético.

2.5.2. Enfoque De Decisión De Compra

Según los resultados del estudio del mercado, los factores internos en la decisión de compra del Jabón están relacionados con:

- Valor nutritivo de la Quinoa.
- Precios accesibles.
- Producto nacional.
- Buen Aroma

2.6. OBJETIVOS DE MARKETING

2.6.1. Objetivo general de marketing

Hacer conocer a las personas del municipio de Achacachi sobre la empresa procesadora de Jabón Exfoliante en base a Quinoa, que es un producto con valor nutritivo natural.

2.6.2. Objetos específicos de marketing

- Posicionarnos en el mercado con un producto natural.
- Implementar nuestro producto como una alternativa de higiene para las personas.
- Brindar un producto de calidad y a precios accesibles

Nos posicionaremos en el mercado introduciendo un nuevo producto para la higiene mediante distintos medios ya sean volantes, anuncios en el periódico, radio, etc.

2.7. Estrategia De Marketing

Todo plan debe contener objetos y el primer objeto del plan de marketing es el de ventas. Este objetivo de ventas debe establecerse en función a la demanda estimada en el sondeo de mercado, a las expectativas del empresario y a la capacidad de producción y endeudamiento de la empresa.⁶

La estrategia de marketing que se aplicará en la empresa es la del posicionamiento, la cual consiste en darle al producto un lugar en la mente del consumidor, mediante la asociación de una serie valores o significados positivos del producto, aprovechando los beneficios que brinda el grano de Quinoa.

2.7.1. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

La empresa QUEEN lanzará al mercado un producto netamente natural, y de primera calidad que tiene como principal propósito hacer que las personas valoren el grano de Quinoa, siendo como alternativa para la elaboración de (Jabón Exfoliante de Quinoa)

Se determinó que casi la mayoría de los consumidores tienen mayor preferencia a la Quinoa. Cada envase de jabón será sellado y contendrá su respectivo, logo, presentación, característica y slogan.

⁶ (Karen, 2009) Plan de negocios Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Lima: USAID-Perú

2.8. PRODUCTO

El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.⁷

Por tanto, el nombre del producto de la marca será Queen, que resulta un nombre atractivo para los consumidores; además el nombre surge de la materia prima que es la Quinoa.

El nombre que se propuso es:

“Queen”

2.8.1. Logotipo



⁷ (Philip, 1993) Mercadotecnia. 3ra Edición. México D.F.

2.8.2. Slogan

Tu aliada natural

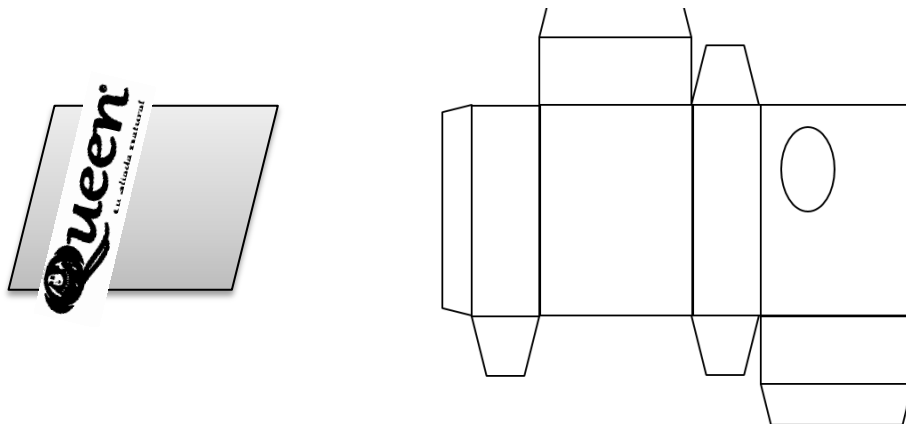
tu aliada natural

Los componentes de la marca, se basan de acuerdo a lo siguiente:

- El nombre del producto se llama Queen, es palabra en ingles que significa reina, optamos por el nombre ya que rima con nuestra materia prima (Quinoa)
- Queen, es el nombre que se propone al Jabón, se eligió el nombre porque hace referencia indirecta a la materia prima (grano de Quinoa).
- La figura que acompaña al nombre es una reina Q de corazones
- El slogan que se eligió es “tu aliada natural”, se eligió este logo porque el jabón siempre estará presente con el consumidor en su constante aseo y lo de natural es por nuestro producto es Natural.

2.8.3. Diseño empaque

Tendrá un pequeño logo en el cual la empresa se identificará con nuestro producto.



El empaque comprende todas las actividades consistentes en diseñar y producir el recipiente de un producto, este puede incluir varios niveles de material por lo principal será de cartón dúplex, para que tenga una perfecta presentación.

El Jabón será envuelto en una bolsa plegable con la finalidad de que el producto se conserve mucho tiempo, 3 a 4 años según la producción, El tamaño del empaque es de 9cm de largo X 6cm.de ancho, cada Jabón tendrá 100g de puro Queen.

El empaque del jabón llevará los siguientes datos:

- Nombre del producto
- Slogan
- Soporte interno para el producto
- Lista de ingredientes
- Instrucciones de uso
- Contenido neto
- Nombre y domicilio de la empresa fabricante
- Lugar
- Código de barras
- Información nutricional (contenido energético, proteínas).

2.8.3.1. Embalaje

El embalaje es la función de envolver, contener y proteger los productos envasados para las operaciones de almacenamientos y comercialización del producto.

El tipo de embalaje que se realizará es en bolsas celofán, las cuales tendrán la medida de 30cm de largo x 25 cm de ancho, para fácil accesibilidad en el manejo de producto.

2.9. PRECIO

2.9.1. Estrategia del precio

Para determinar el precio del producto se define como base, el precio que cubra los costos dentro del análisis financiero, el precio de productos de características similares en el mercado.

2.9.2. Objetivo de precios

- minimizar los costos de producción
- mantener un precio competitivo en el mercado
- mantener un precio accesible para el cliente objetivo
- obtener un precio resaltante en la calidad del producto

Estos puntos tienen por objeto mantener un precio competitivo a su vez minimizar los costos de producción.

2.9.3. Fijación de precios

El precio es una táctica que utiliza la empresa para dirigir sus productos a poblaciones específicas. Entre las estrategias de precio – calidad se elige la “estrategia de valor alto”, ya que representa a una alta calidad y un precio mediano, esto quiere decir que es un producto de alta calidad, pero de un precio menor.

El objetivo para la fijación del precio está enfocado a las ventas, en maximizar la participación en el mercado, todo esto suponiendo que el mercado es sensible al precio.

La demanda para el producto se supone elástica e influenciada por los factores mencionados con una tendencia a ser menos elástica justificada por pocos competidores en el mercado.

Precio propuesto

Al poder manejar eficientemente los costos, se aprovechará esta oportunidad, para estimar el precio, se tomó en cuenta a la competencia los cuales tienen un precio referencial de Bs. 8

2.10. PLAZA

El sitio donde se procesa el producto es el mismo lugar que el de la empresa, la planta de producción está ubicada (Z/ Arasaya /Av. Costanera N° 303)

Su misión elemental será la de poner el producto al alcance más cercano disponible al comprador en el lugar apropiado.

2.10.1. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

La distribución está referida a todos los medios que la empresa utilizará para que el producto llegue a los consumidores.

Es necesario establecer canales de comercialización más efectivos, más seguros y menos costoso, para hacer llegar el producto a los consumidores finales, la utilización de los canales de comercialización incrementa en gran medida el precio de los productos, sin embargo, es conveniente utilizarlos debido a que es difícil que el fabricante lleve el producto directamente hasta el consumidor final.

Canal de distribución directa.

En el canal de distribución directa o venta directa será de nuestra sucursal ubicada en la Calle Maximiliano Paredes acera Sur de la Zona Arasaya de la localidad de Achacachi, en la cual se realizará la venta directa del vendedor al cliente considerando los siguientes criterios.

- Compras por cantidades mayor a 6 cajas.
- Compra con anticipación de 2 días en cantidades altas para el despacho del producto.

Canal de distribución detallista.

Los clientes mayoristas y minoristas podrán contactarse directamente con nuestra empresa **QUEEN** ubicada en el propio municipio.

Logística

- **producción.** La producción jabón Natural de Quinoa se realizará en la planta procesadora ubicada en el municipio de Achacachi Av. Costanera Acera Este N° 303 Zona Arasaya.
- **transporte.** Se contará con un camión de transporte para el traslado de nuestros productos a diferentes lugares de venta.
- **almacenamiento.** Se realizará el almacenamiento de nuestros productos para su fácil comercialización, la cual estará ubicada en nuestra propia empresa.
- **control de inventario.** Se tendrá un control riguroso desde el ingreso de la materia prima que es el grano Quinoa hasta la entrega del producto.

2.10.2. ESTRATEGIA DE VENTAS

Se ha establecido las siguientes estrategias de distribución del producto:

- Apertura de la empresa y lanzamiento del producto, se pretende llegar directamente a las personas de las nueve zonas de la población de Achacachi, porque ellos representan el principal mercado.

- Asistir a expo-ferias, que se realizan en la población de Achacachi, con la finalidad de promocionar el producto.

Objetivos de plaza

- determinar los canales de distribución más apropiados para llegar eficientemente al cliente objetivo.
- Motivar a los mayoristas y minoristas a dar presencia del producto en sus establecimientos comerciales.
- Llegar al consumidor con un producto natural nutritivo y de calidad.

2.11. PROMOCION

2.11.1. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

- Transmitir información acerca del Jabón de Quinoa como un producto nuevo y natural.
- Comunicar que es un producto natural, y a la vez transmitir sus propiedades nutricionales en la piel.
- Aprovechar los niveles altos de la audiencia de radio, televisión, redes sociales.

Acciones de comunicación

Por estar en la etapa del lanzamiento de nuestro producto jabón de Quinoa, se necesitará de una publicidad, utilizando todos los medios de comunicación posible y que lleguen eficazmente al segmento objetivo, por lo tanto, se utilizará los siguientes medios de comunicación:

- Elaborar jingles publicitarios en las radios más escuchadas de la localidad de Achacachi como ser (ALIANZA, J'ACHA OMASUYOS, FIDES, WARA, ILLAMPU) las cuales serán difundidas desde las 6:00 a 10:00, 12:30 a 15:00 y de 19:00 a 22:00 donde se hará conocer las ventajas alimentarias que tiene el café de cañahua.

- Propagandas publicitarias en canales de televisiones más vistas de la localidad de Achacachi como ser (QHANA PACHA, NUEVA ALIANZA, WARA,) donde se hará a conocer los beneficios del jabón natural de Quinoa, en cortes comerciales del canal emitido en horarios de las noticias en la mañana, tarde y noche,
- Participar en ferias municipales de la provincia Omasuyos en las cuales expondremos todo acerca de los beneficios que tiene nuestro producto.
- Repartición de folletos que contengan los beneficios que brinda el Jabon natural donde especifica las promociones de nuestro producto, en las avenidas principales de la localidad de Achacachi.
- Se establecerá puntos de Carteles publicitarios en los siguientes lugares: en la plaza principal Mariscal Santa Cruz acera oeste cerca a la salida a Santiago de Huata, en la avenida Sorata frente al mercado popular y en la entrada de la carretera de La Paz hacia la entrada de la localidad de Achacachi.

2.11.2. ESTRATEGIA DE VENTAS

Se ha establecido las siguientes estrategias de distribución del producto:

- Asistir a expo-ferias, que se realizan en la población de Achacachi, con la finalidad de promocionar el producto.
- Establecer convenios con los puestos de venta y cafeterías que existen, informando las propiedades con las que cuenta el producto y las ventajas en cuanto al precio.

2.11.3. Objetivos de plaza

- Determinar los canales de distribución más apropiados para llegar eficientemente al cliente objetivo.
- Motivar a los mayoristas y minoristas a dar presencia del producto en sus establecimientos comerciales.
- Llegar al consumidor con un producto nutritivo y de calidad.

2.11.4. LA ESTRATEGIA DEL INGRESO

La estrategia de ingreso que aplicara la empresa es la siguiente:

2.11.4.1. Estrategia de la competencia en base a precios.

Consiste en el momento de lanzar nuestro producto (Jabón Natural de Quinua) al mercado por ser un producto innovador tendrá un precio inferior a los de la competencia con objeto de poder establecerse en el mercado de manera que no podamos afectar a la rentabilidad de la empresa.

2.11.4.2. Estrategia de diferenciación en la calidad del producto

Hoy en día el mercado se preocupas más por la calidad de un producto, siendo este un factor favorable para la empresa donde podrá inducirse, mantenerse con éxito en el mercado y podrá ofrecer un producto que se diferencie de los demás productos, por ser un producto natural.

2.12. EL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO

Identificamos oportunidades para el posicionamiento de nuestro producto basadas en ventajas competitivas que son los siguientes:

- Posicionamiento sobre las ventajas que de precios que brinda nuestro producto.
- Posicionamiento en base a los beneficios que brinda nuestro producto natural.
- Posicionamiento sobre la calidad que tiene nuestro producto.

2.12.1. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Introducción. Se desarrolló un producto saludable y natural para el uso de las personas, un jabón hecho a base de los granos de oro (Quinoa).

En la etapa de la introducción el fin es dedicarse en especial al mercado potencial satisfaciendo las necesidades de los consumidores y al mismo tiempo se realizará deferentes promociones para introducir nuestro producto como (publicidades en radio emisoras, canales de televisión, banners publicitarios, volantes.) para que nuestro producto sea aceptado por el cliente ya que el jabón natural es innovador para el mercado.

Crecimiento. En esta etapa se tratará de abarcar todas las exigencias de los nuevos clientes, que es fundamental saber las necesidades que tienen sobre nuestro producto el cual ofrecemos a nuestro mercado potencial, además que se preverá que las ventas del producto asciendan aproximadamente en un 30% mediante la ayuda de los clientes involucrados en la primera etapa.

Madurez. En esta etapa se tendrá la aceptación total de nuestro producto por parte del mercado potencial, donde se realizará más promociones que alienten las compras y así de esa manera se profundizaran planes para la fidelización con respecto a nuestro producto jabón de Quinoa.

Declive. En esta etapa se conoce que llegaremos a un momento en que las ventas de nuestros productos disminuirán, es por eso que la empresa buscara nuevos mercados de ventas donde podamos expandirnos más y sobre llevar las crisis que tenga de la empresa.

2.13. ESTUDIO DE MERCADO

2.13.1. Área de mercado

“Queen” pretende ingresar a nueve zonas de la población de Achacachi, los cuales han sido encuestados y son los que darán uso al jabón Exfoliante.

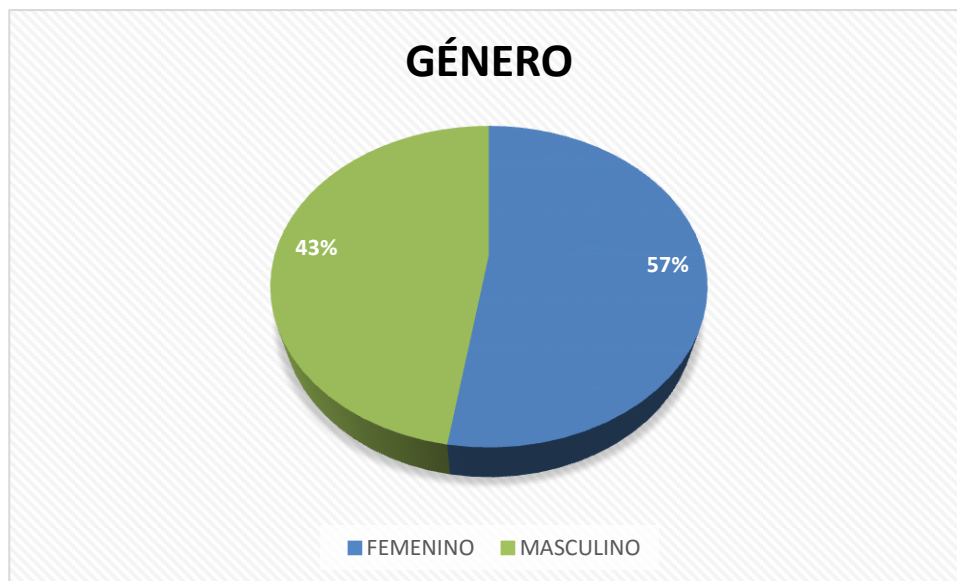
2.13.2. Resultados de la encuesta

Para el desarrollo de este proyecto se realizó una encuesta dirigida a una muestra de 241 personas comprendidas entre los 15 y 75 años de edad. Residentes de la población de Achacachi en base al cuestionario que se detalla.

GÉNEROS ENCUESTADOS

CUADRO N° 1

Nº	GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
1	Femenino	128	57
2	Masculino	113	43
SUMAN		241	100



FUENTE: Encuesta
ELABORADO: EL Autor

ANÁLISIS

El gráfico anterior nos muestra la cantidad de personas que fueron encuestadas entre masculino y femenino. De las personas encuestadas el 57% son personas de género femenino y el 43% son de género masculino.

CUADRO N° 2

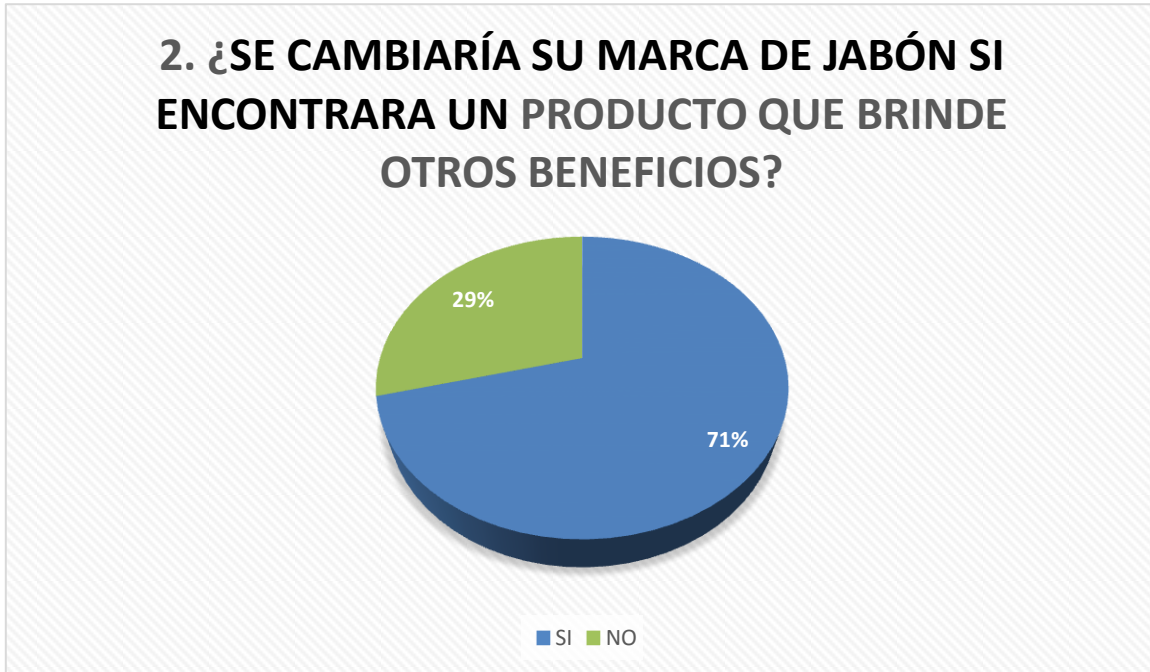


FUENTE: Encuesta
ELABORADO: EL Autor

ANÁLISIS

De las 241 personas encuestadas, el 41% señalada que si compran su producto jabón y 35% compra mensualmente su producto y el 24% comprar semanal su producto de aseo

CUADRO N°3

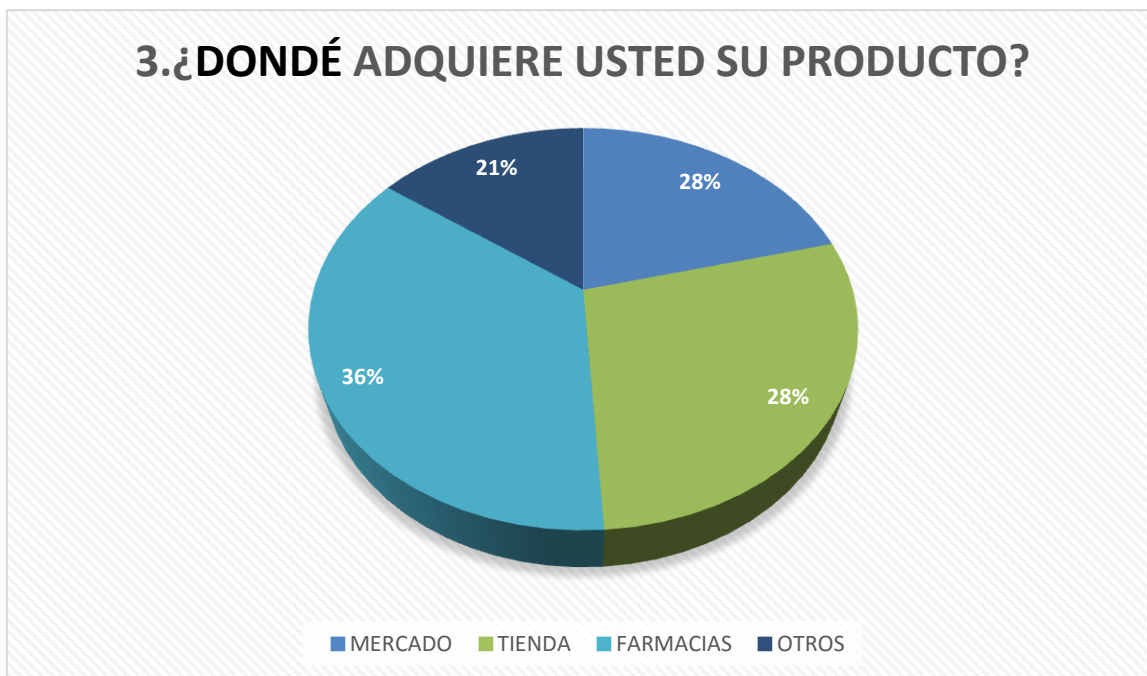


FUENTE: Encuesta
ELABORADO: EL Autor

ANÁLISIS

El 29% de la población encuestada de las nuevas zonas menciona no cambiarían su producto en cuanto al 71% si cambiaría su jabón.

CUADRO N°4

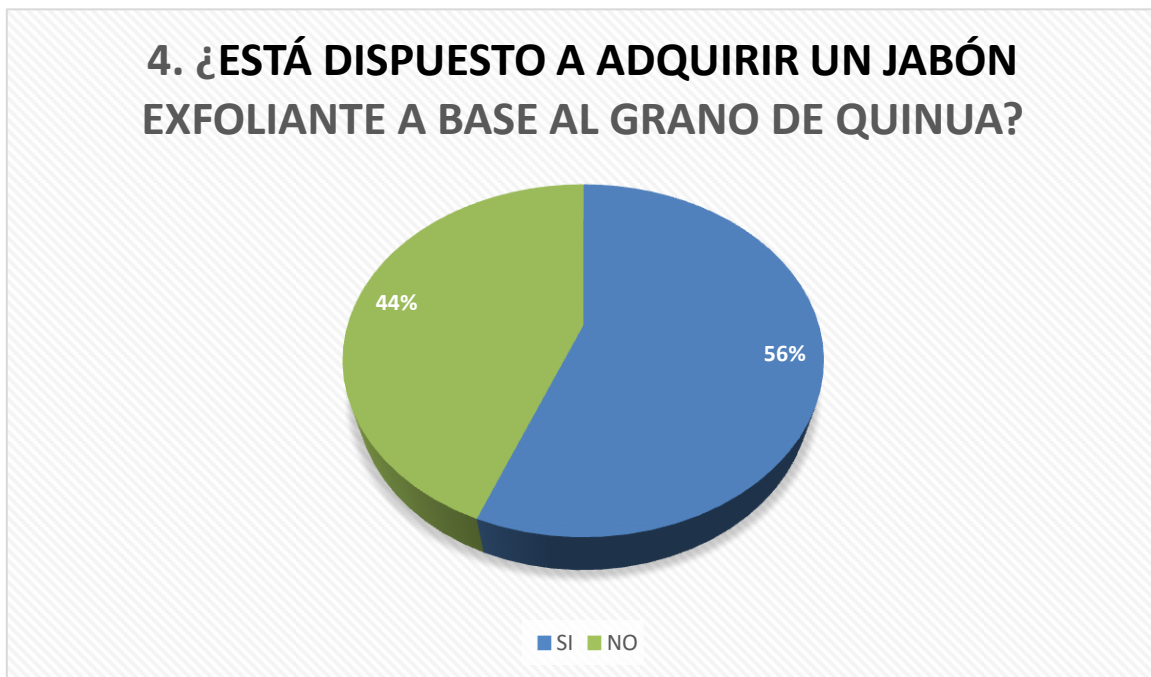


FUENTE: Encuesta
ELABORADO: EL Autor

ANÁLISIS

Según la encuesta realizada el 36% de las zonas compran sus productos de aseo en las farmacias y 21% comprar de otros lugares sus implementos

CUADRO N°5

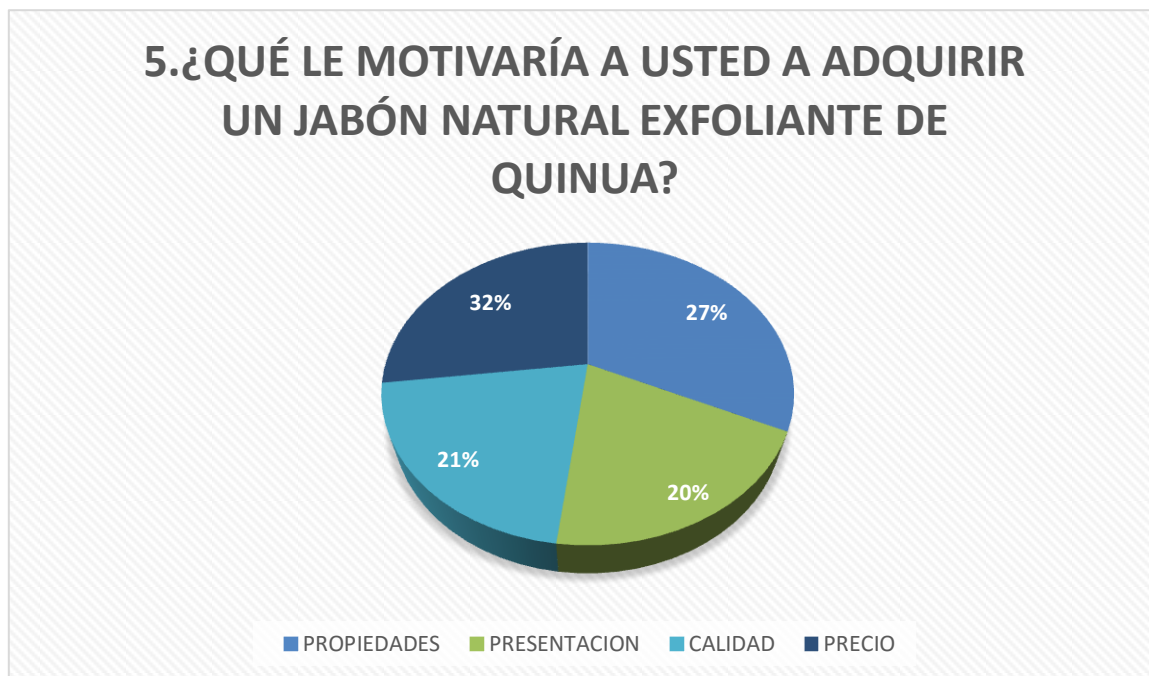


FUENTE: Encuesta
ELABORADO: EL Autor

ANÁLISIS

EL 56% está dispuesto a adquirir nuestro producto por otro lado el 44% no está dispuesto a la adquisición del producto.

CUADRO N°6

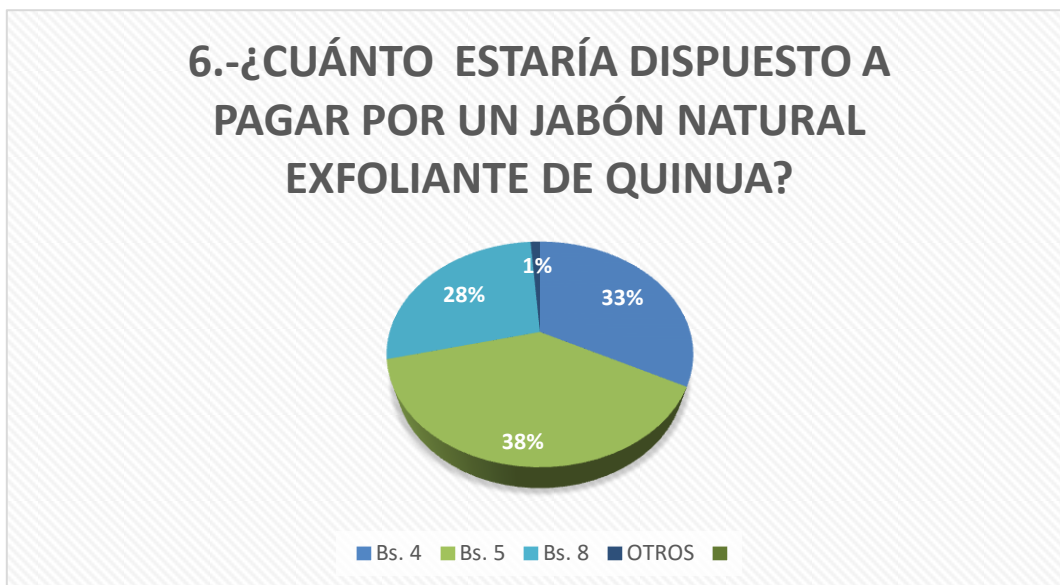


FUENTE: Encuesta
ELABORADO: EL Autor

ANÁLISIS

El 32% opta por el precio accesible de nuestro producto en cuanto a la presentación solo el 20% comprarían el producto por su apariencia por otro lado el 27% quieren probar el producto por simple curiosidad.

CUADRO N°7



FUENTE: Encuesta
ELABORADO: EL Autor

ANÁLISIS

El 38% está dispuesto a pagar Bs. 5 por la compra de un jabón Queen y un 33% pagaría Bs. 4 por el producto estrella.

3. OPERACIONES (PRODUCCION)

3.1. DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO

El desarrollo de nuestro producto se ha convertido en factor clave para lograr el éxito empresarial: en donde todos los esfuerzos se centran en reducir el ciclo de fabricación, a su vez tiene que disponer de información necesaria para la producción y también los procesos de control de calidad, inspección de gestión de calidad.

La empresa preverá información necesaria para la producción, inspección continua y de esta manera poder alcanzar un trabajo óptimo.

El Jabón Queen es un producto nuevo procesado a base de los granos de Quinoa, es un producto nutritivo con muchos beneficios y es considerado uno de los productos más nutritivos a comparación de otros.

De acuerdo a la naturaleza del producto, el Jabón de Quinoa se clasifica dentro de los bienes perecederos, porque al realizar el consumo satisface ya la necesidad deseada de las personas y familias por un impulso de deseo.

3.2. DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y FUNCIONAL DEL PRODUCTO

Son procedimientos o conjuntos de procedimientos prácticos, a lo largo de un resultado, valiéndose de herramientas e instrumentos, también se utiliza para darle sentido a la operatividad y objeto de un producto, el cual debe de resaltar en cada una de ellas que cumplen tareas bien definidas y acotadas.

La envoltura del Jabón Exfoliante en su estado de natural se compone de los siguientes ingredientes:

Quinoa molida: en este caso los granos ya estarán lavados, y molido para su respectiva preparación, con los demás componentes, además de que contiene nutrientes esenciales para el alimento humano.

Sosa Caustica: Es un producto que formara parte del jabón, esto ayuda a solidificar el estado líquido del producto.

Aceite de Oliva: Es uno de los mejores humectantes naturales para la piel.

Aceite de Ricino: con este aceite, siendo el más popular el relacionado al estreñimiento. Pero, además, el aceite de ricino sirve para reducir los dolores

3.3. CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO

Calidad

Como empresa se busca más que todo saber y conocer gustos, preferencias, ver la conservación, la durabilidad del producto que se está ofreciendo.

El Jabón de Quinoa es un producto natural que contendrá mayor durabilidad, con una conservación del aroma natural, y sobre todo que el producto será fácil de usar y tendrá una materia prima de calidad para su producción.

3.4. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Nuestro producto Jabón de Quinoa se diferencia por tener un alto valor de contenido de proteína a comparación de los demás productos químicos y por tener nutrientes esenciales para la zona cutánea.

3.4.1. BENEFICIOS DE QUINUA PARA LA PIEL:

- Ayuda en la rápida cicatrización de los tejidos dañados
- Proporciona elasticidad y construye el tejido conectivo
- Antienvjecimiento paquete de la cara
- Rejuvenece la piel desde el interior
- Se usa para tratar el acné

3.4.2. BENEFICIOS DE QUINUA PARA LA SALUD:

- La vitamina de la tienda:
- seguro para los diabéticos

El jabón, ese producto que nos acompaña todos los días en el cuidado de nuestra **piel**, higienizándola y cuidando de mejorar su apariencia, ha ido tomando a lo largo de la historia diferentes formatos y variedades, una vez que se ha conocido cómo actúa sobre los distintos tipos de piel.⁸

Funciones. El Jabón Queen es un producto que no contiene sustancias Químicas más al contrario posee propiedades naturales, sino que también ayuda al rejuvenecimiento y cicatrización de los tejidos muertos, específicamente para el caso de las alergias de la piel en los adolescentes, adultos, además de contener aceites naturales.

Vida de anaquel

Se prevé que el Jabón de Quinoa contiene un tiempo de vida no muy definido es decir el producto puede preservarse fresco en cuanto permanezca dentro del empaque.

Aroma y color

⁸ (Ruth, 2008)

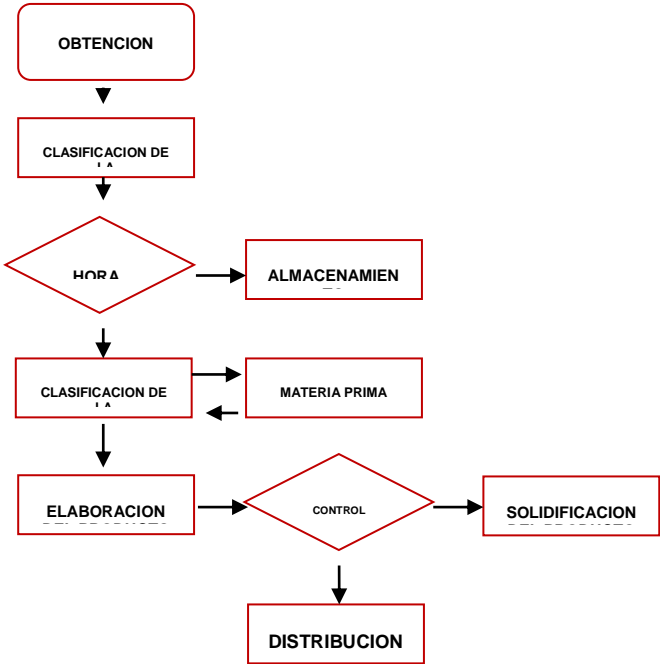
El Jabón de Quinoa tendrá un color más o menos de rojo semi intenso, en cuanto al aroma será de acuerdo a la materia prima con ayuda de algunos aromatizantes naturales neutrales.

Forma de presentación

La forma de su empaque del Jabón Queen será en cartón dúplex reforzado con medidas de 9 cm. De largo por 6,5 cm de ancho la unidad y se presentará en una caja que contendrá 12 paquetitos de productos Queen de 100 g.

3.5. PROCESO DE PRODUCCION

El proceso productivo de la empresa QUEEN es la siguiente:



Obtención de la materia prima. En este punto se mantendrá total cuidado de la materia prima que son los granos de Quinoa, donde deberán estar en perfectas

condiciones para su fácil procedimiento, luego se realizara el pesaje de los sacos de Quinoa para calcular en arrobas, para luego ser seleccionados los granos de Quinoa y luego ser trasladado a almacenes de la materia prima.

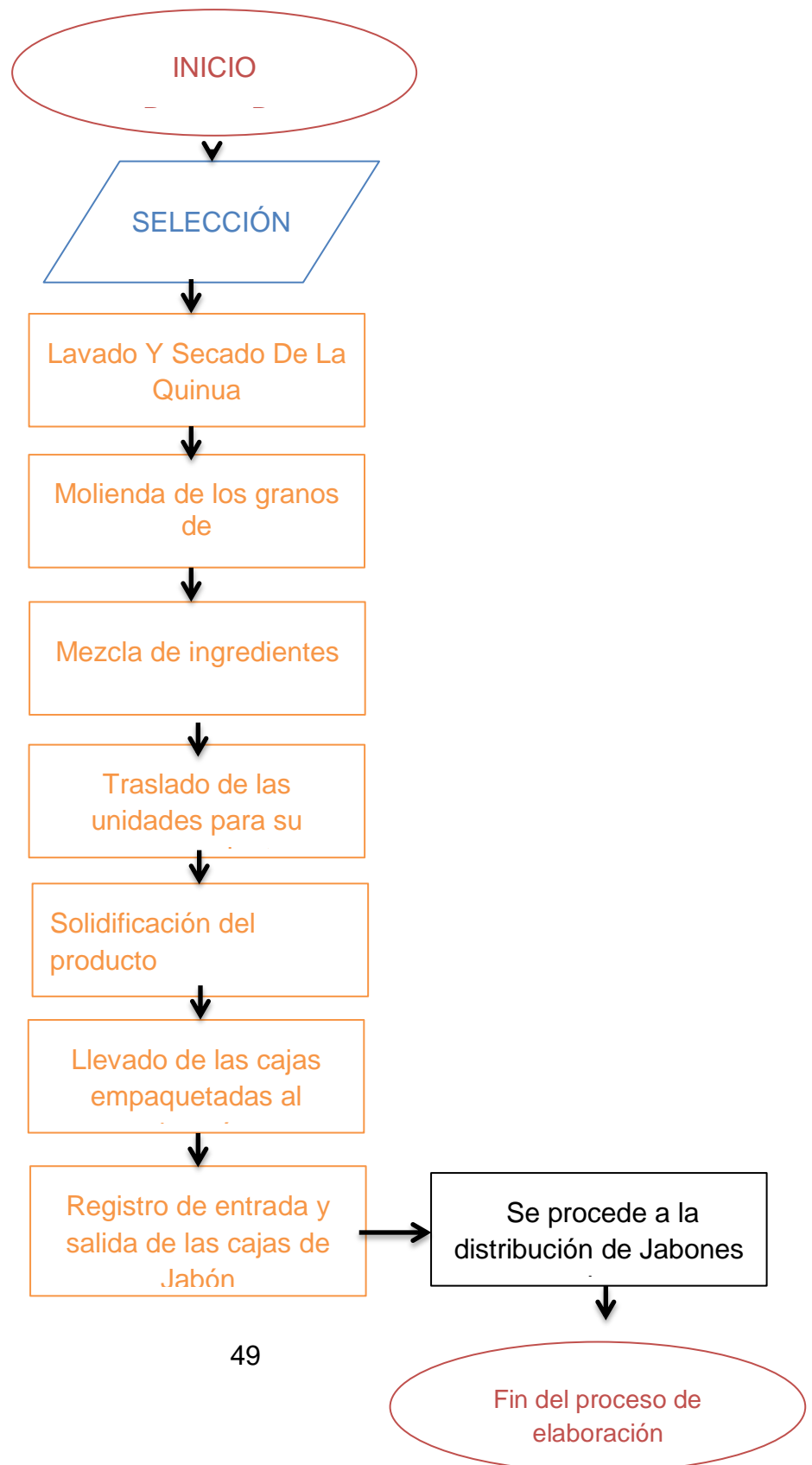
Lavado y secado de la Quinoa. En este proceso se sacara la materia prima de los almacenes donde se llevara al sitio de lavado para luego colocarlo en la maquina lavadora de los granos de Quinoa donde se realiza el lavado, para luego ser secado en manteles grandes para su respectivo secado expuestos a los rayos del sol, posteriormente ponerlos en recipientes de plásticos grande y secos.

Molienda de los granos Quinoa. Ya obtenida la Quinoa lavada de realiza el proceso de molido, donde se lo coloca en la maquina moledora los granos de la quinoa, luego se lo saca en bolsas gruesas para se obtiene el ingrediente de nuestro jabón donde se lo lleva a su preparación final.

Mezcla y solidificación. Una vez hecha los pasos anteriores se procede a mezclar los ingredientes adjuntos a la elaboración del producto, y vaciado en los moldes con las características de nuestra empresa, pasando esa acción se debe esperar mas o menos de 5 a 7 días de solidificación.

Acabado. Una vez ya obtenida el (Jabón de Quinoa de 100g, se procede a envolver el producto en una delgada envoltura de nylon y ponerlo dentro del empaje correspondiente, donde se lo lleva al área al almacenamiento de distribución para la entrega final de nuestros productos.

3.6. DIAGRAMA DE FLUJO



3.7. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

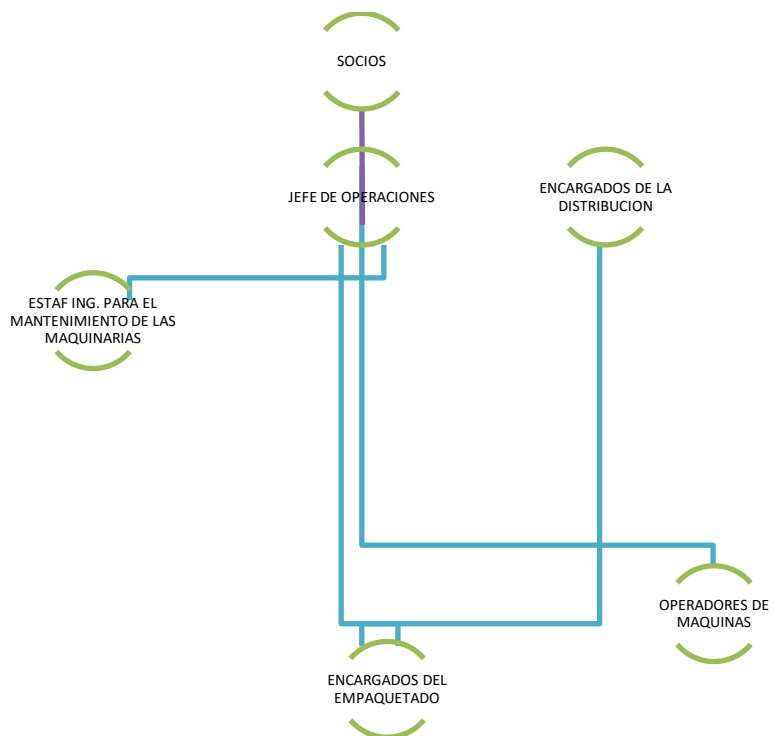
3.7.1. Objetivo del area de organizacion.

- Fortalecer el trabajo en equipo.
- Mantener una cultura organizacional adecuada para el buen trabajo.
- Mantener al personal capacitado en todos los niveles de la organizacion.

3.7.1.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La empresa en un principio en el area de operaciones se trabajara con 11 personas el los puestos de operaciones, de esta manera el organigrama es la siguiente:

3.7.2. PERSONAL DE OPERACIONES



3.7.2.1. FUNCIONES DE PUESTOS DE OPERACIÓN

Encargado de operaciones: Está encargado de supervisar el buen funcionamiento de la área operativa y encargado de brindar toda información detallada al área administrativa.

Operadores de las maquinas: realiza las operaciones de las máquinas de manera más eficiente y responsable para generar productos de calidad y cumple las siguientes funciones:

- Tener conocimiento sobre el manejo de las máquinas que se utilizaran para el proceso de producción.
- Realiza cada actividad cumpliendo las normas internas de la empresa.

Requisito: técnico en maquinarias.

Experiencia: 1 año de experiencia laboral.

Ayudantes: Se encargarán a ayudar a los encargados de máquinas, donde realizarán diferentes tipos de tareas a realizar.

Experiencia: 1 año de experiencia laboral.

Encargados del empaquetado: se encargarán del respectivo empaque ya en cajas los cafés de cañahua para su envío a almacenes.

Experiencia: 1 año de experiencia laboral.

Encargado de la distribución: Se encargará de realizar los registros de entrada y salida de los productos y de distribuir los productos en el vehículo.

Requerimiento:

Que tenga referencia en categoría B.

Experiencia: 1 año de experiencia laboral.

Estaf técnico encargado del mantenimiento de maquinaria: es un personal eventual que vendrá a prestar sus servicios una vez al mes.

3.8. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA



3.9. MANUAL DE CARGOS Y FUNCIONES

ADMINISTRADOR: 1

Es la persona encargada de la administración de la empresa, debe de tener una presencia buena, ser ordenado, líder, amable para poder desempeñar bien su cargo.

3.9.1. Objetivo de puestos.

Determinar las habilidades y actitudes necesidades para llevar una buena administración en la empresa.

Actividades:

En este caso el administrador de la empresa también se encargará de la parte financiera, para ver la evaluación del ingreso y egresos, las cuentas, el equilibrio de la empresa, en las cuales también realizará las siguientes funciones:

- Planificar las actividades de la empresa, fija también las políticas y los objetivos que se presentaran a lo largo de su cargo.
- Ejerce el liderazgo para girar y motivar a las personas, así como los logros de la empresa.
- Toma decisiones y dirige el rumbo de la empresa.
- Controla el desempeño de las personas, evalúa la producción y la productividad.
- Es el representante de la empresa ante los representate de otras empresas.

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS: 1

El encargado de esta are deberá de realizar las siguientes funciones en relación de la empresa:

- Selección y contratación de las personas que trabajaran en la empresa.
- Coordinara la evaluación y capacitación del personal de la empresa.
- Supervisar el control de asistencia, puntualidad y permanencia del personal de la empresa.
- Prestar información sobre los derechos y beneficios de los trabajadores.
- Emitir resoluciones de control, licencias y vacaciones del personal de la empresa.

ARES DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN: 1

Es el encargado de las tareas de transporte de la materia prima y productos terminados de un lugar a otro, además de realizar otras tareas relacionadas con el área de producción en la empresa y debe de cumplir las siguientes funciones.

- Realizar las tareas de transporte de la materia prima requerida y la recolección del almacenamiento de los productos terminados.
- Realiza otras tareas relacionadas con el proceso de producción en la empresa.
- Coordina con el supervisor y otros auxiliares de la empresa en el trabajo efectuado mediante una eficaz y eficiencia con relación a los objetivos y metas del área de producción.

ESTAFF ESPECIALISTA EN MARKETING:

En este caso solo vendrá 1 vez al mes y deben de cumplir las siguientes tareas para la empresa.

- Debe de cumplir los planes de publicidad y propaganda.
- Debe de tener alta capacidad analítica en creatividad para la empresa.
- Realizar apoyo a la investigación y análisis de nuevos mercados.

JEFE DE VENTAS: 1

Es el encargado de programar las ventas y debe de cumplir las siguientes funciones.

- Analiza a los competidores y desarrolla estrategias para competir en el mercado.
- Desarrollar estrategias de ventas para el incremento productivo de la empresa.
- Debe de cumplir todos los objetivos de ventas propuestas.

SECRETARIA: 1

Es la encargada de prestar ayuda sus superiores y cumple las siguientes funciones:

- Ser puntuales en todas sus actividades.
- Mantener sobre todo mucha discreción en lo que respecta a la empresa.
- Hacer y recibir llamadas para mantener informado a los jefes de los compromisos y de más asuntos.

3.10. MAQUINAS Y EQUIPO

En este punto se describe el equipo necesario para el proceso de elaboración del Jabón de Quinua que se detalla a continuación

MAQUINARIA PARA JABON.



Descripción de la máquina.

Esta es un último y diseñado especialmente jabón mezclador para mezclar jabón fideos o virutas de jabón con otros ingredientes como el color, el perfume, conservantes, aditivos etc.

Capacidad:

Capacidad disponible de jabón mezclador jabón adecuado a la planta de 125 a 1500 kg / hr. la producción de jabón.

DATOS TÉCNICOS

Marca	JAGDISH
Modelo	M3D-RAO
Potencia (Hp)	1.5 Hp
Productividad	La máquina muele 30kg por hora
Voltaje (voltio)	220
Suministro	Monofásico
Vida útil años	10

MÁQUINA DE MOLINO.



Descripción de la máquina.

Es la máquina que tritura los granos de la quinua en forma homogénea, las operaciones y el mantenimiento son fáciles.

DATOS TÉCNICOS

Marca	JAGDISH
Modelo	M3D-RAO
Potencia (Hp)	1.5 Hp
Productividad	La máquina muele 30kg por hora
Voltaje (voltio)	220
Suministro	Monofásico
Vida útil años	10

Recomendaciones.

- Solicitar siempre un manual o catálogo de funcionamiento de la máquina.
- Solicitar una capacitación previa del uso de la máquina. Solicitar tiempo de garantía.
-

MAQUINARIA PARA JABON (MAQUINAS PARA JABON)



Descripción de la máquina.

Jabón de tocador una estructura homogénea jabón se necesita. Para la homogeneización de la mezcla de jabón, molinos de rodillos son especialmente adecuados. Esta es una máquina de servicio pesado se utiliza principalmente para moler y mezclar con el jabón gránulo normales de temperatura y humedad ejecutando muy especial endurecer

Capacidad:

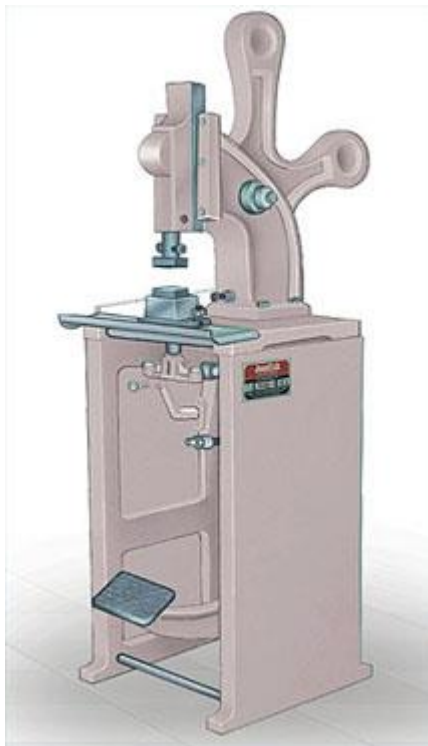
Capacidad disponible de la fábrica de jabón rollo jabón adecuado a la planta de 125 a 1500 kg / hr. la producción de jabón.

DATOS TÉCNICOS

Marca	JAGDISH
Modelo	M3D-RAO
Potencia (Hp)	1.5 Hp
Productividad	La máquina muele 30kg por hora

JAGDISH" MAQUINARIA PARA JABON :

Máquina de sellado de jabón



Descripción de la máquina.

Este es un ideal accionado por el pie jabón máquina de sellado de jabón que son tortas de sellado. Jabón sellado morir (moho) (parte superior y parte inferior) es colocada en la máquina de sellado de las telenovelas y ambas las partes (muere) el movimiento hacia arriba y hacia abajo por los carneros.

DATOS TÉCNICOS

Marca	JAGDISH
Modelo	M3D-RAO
Potencia (Hp)	1.5 Hp
Productividad	La máquina sella 30kg por hora
Voltaje (voltio)	220
Suministro	Monofásico
Vida útil años	10

3.11. HERAMIENTAS

MESA DE ACERO INOXIDABLE



Cantidad: 2 unidades

Características.

Cubierta y fabricada en acero inoxidable tipo 304 acabado 4N calibre 16. Presenta carter frontal de bordes rectos sin antideslizantes y no tiene y no tiene salpicadero. Entrepañó desarmable en acero inoxidable tipo 430 acabado 4N calibre 18. Alternativa de amare en acero inoxidable de 1 ¼ pul. Patas en tubería de acero inoxidable de 1 5/8pul.con base niveladora en el mismo material.

Dimensiones.

Las dos mesas serán de las mismas dimensiones, largo 1,80/ ancho 1,20/ de altura.

BAÑADOR DE PLASTICO (OBLIGATORIO)**Cantidad: 5****Características:**

Tendrán una capacidad de 12 litros de material inoxidable.

BALANZA MOSTRADOR 30 Kg.



Cantidad: 1

Características técnicas:

Balanza,

Doble Visor de PESO - PRECIO - IMPORTE. (Ambos lados)

- Capacidad hasta 30 Kg en rango de 5 g.
- Consultar disponibilidad de modelo para 40 Kg.
- Homologación para su venta en CE.
- Carcasa en ABS
- Plato inoxidable.
- Dimensiones del plato: 33,0 x 22,5 cm.
- 8 teclas de precio directo.
- Función tara.
- Batería interna recargable de gran autonomía.
- Temperatura de funcionamiento: de -10° C a + 40° C.
- Balanza económica, pero de gran calidad, robustez y precisión.

MATERIAL DE LIMPIEZA



Los materiales de limpieza más usadas son los siguientes:

- Jabón líquido para ropa y manos.
- Guantes de goma para la limpieza.
- Escobas.
- Trapeadores.
- Basureros.
- Botes de basuras.
- Detergente para baños.
- Esponjas para lavar.
- Valdés de agua.

COMPUTADORA

Cantidad: 1

Precio: 3000Bs.



Características: Es el circuito integrado central y más complejo de una computadora u ordenador; a modo de ilustración, se le suele asociar por analogía como el "cerebro" de una computadora.

Desde el punto de vista funcional es, básicamente, el encargado de realizar toda operación aritmético-lógica, de control y de comunicación con el resto de los componentes integrados que conforman un PC.

Tarjeta madre (mainboard).

Es la parte principal de un computador ya que nos sirve de alojamiento de los demás componentes permitiendo que estos interactúen entre si y puedan realizar procesos. La tarjeta madre es escogida según nuestras necesidades.

Partes de la tarjeta madre: • BIOS • Conector EIDE (disco duro) • Conector disquetera • Ranuras PCI • Ranuras SIMM • Ranuras AGP • Pila del sistema • Conector disquetera • Conector electrónico • Caché • Chipset • Conectores USB • Zócalo ZIP • Ranuras DIMM • Ranuras ISA

Memoria RAM

Memoria de acceso aleatorio o RAM (Random Access Memory), puede ser leída y escrita por el microprocesador u otros dispositivos del hardware.

IMPRESORA

Cantidad: 1

Precio: 1000 Bs.



Características:

Parte de la gama Small-in-One de Epson, la multifunción de inyección de tinta domésticos más compactos de Epson.

Reduce costes con los cartuchos independientes; sustituye solo el color agotado.

Imprime y escanea desde cualquier lugar de tu casa con la conectividad Wi-Fi.

Wi-Fi Direct™: impresión sin cables y sin necesidad de una red.

Epson Connect²

- Epson iPrint permite imprimir de forma sencilla a través de redes Wi-Fi desde
- Imprime desde cualquier lugar del mundo enviando por correo electrónico documentos y fotografías directamente a la impresora.

TELEFONO

Cantidad: 1

Precio: 850Bs.

Numero: 232007

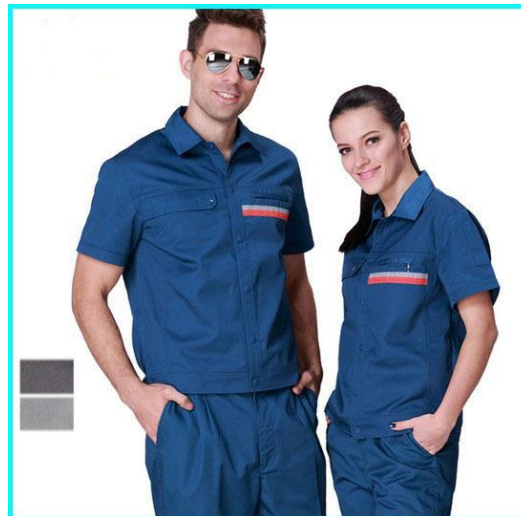


Características:

El teléfono cuenta con función de rellanada con la que accederás al último número marcado tan solo apretando un botón, sus 10 memorias de marcación directa en dos toques, o la tecla Mute que permite silenciar el micrófono, para cuando no quieras que te escuchen al otro lado de la línea.

Dispone de 24 tonos de llamada y uno VIP, para que escojas como quieres que suene tu teléfono. También podrás regular el volumen para que lo ajustes en función de tus necesidades y cuenta con Modo Eco que te libera de las radiaciones a la vez que te hace ahorrar energía.

ROPA DE TRABAJO



Características

- Está hecho de cvc, 20% algodón y 80% poliéster, 20% poliéster y 80% algodón, 100% algodón o t/c de poliéster.
- Filamento y fibras conductoras material. Anti-bacterial, anti-Shrink, Anti-Static.no estímulo a la piel.
- Una. antistatic: 0.6uc/piezas.

- B. Resistencia al lavado: métodos de lavado de acuerdo con las disposiciones de la resistencia estática.
- C. método que se lava: el 120 ° C durante 15 minutos a alta temperatura y alta presión desinfección.
- D. Ningún efecto de humedad: bajo la condición de 40 + 5%, su rendimiento antiestático no será afectada.

VEHÍCULO

Cantidad: 1



3.12. MATERIA PRIMA

La materia prima es necesaria para la elaboración de su producción, esto es para la transformación del producto, si no se cuenta con este insumo primordial dificultaría a la empresa en el óptimo uso de producción y rendimiento.

La empresa para contar con un producto conforme a los clientes, se adquirirá materia prima de calidad natural, esto es para la buena producción del jabón de quinua y la productividad sea elevada, en donde nuestras principales materias primas son las siguientes.



INSUMO

La empresa contara con los insumos necesarios para iniciar con buenos resultados para la producción del Jabón de quinua (Queen),

- Cartón Dúplex. Es el material que se usara para el empaque del producto (jabón de quinua),
- Cartón, caja grande donde se entregara los productos
- Nylon plegable, material que cubre al producto dentro del empaque

3.13. PROVEEDORES

La empresa 'QUEEN' contará con los siguientes proveedores:

PROVEEDORES	DIRECCIÓN
Son los que nos proveerán la materia prima (Quinoa)	Son las comunidades cercanas al pueblo de Achacachi, Arasaya Pataniwi, Huata, Marca Masaya, Pongonhuyo, , Ch'ijipina, entre otros.
Aceite Ricino	Distribuidora naturista Achacachi Zona Masaya / Calle Victoria N° 211
Aceite de Oliva	Distribuidora Alva Chem La Paz- El Alto av. 6 de marzo N°12345 entre la calle dos.
Sosa Caustica (Hidróxido de sodio)	Industria Química Cloro Sur Importación y producción de productos Químicos Murillo La Paz - Bolivia

3.13.1. PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Con el proceso de producción de Jabón de quinua y el equipo seleccionado, se procedió a la planeación de la producción. Se tomó en cuenta la capacidad de los equipos más grandes y costosos en este caso la (maquina moledora, maquina selladora,).

- La capacidad de la maquina moledora del grano de quinua tostada muele 30 Kg por hora, es la máquina que tritura la Quinoa de forma homogénea, la cual permite moler alrededor 240Kg por día.

- La capacidad de la maquina selladora es 8 unidades por minuto y 460 unidades por cada hora.
- Sin embargo, la hora de la entrada del personal de producción se realizará de manera escalonada, para que cada operador cumpla un horario de trabajo de ocho horas, incluyendo los 30 minutos de descanso.

3.13.2. CUADRO DE PROGRAMACION DEL JABON DE QUINUA

HORAS	ACTIVIDADES	
5:50	Inicio	
6:00	Trasporte a producción	
	15 min.	
6:20	Pesado de los granos de quinua 15 min.	
6:30	Incorporación de los granos a la maquina	Previamente 10 min Limpieza de la máquina.
7:00	Adición del agua a la maquina 10 min.	
7:40	Mezcla y lavado de los granos en 60 min.	Lugo sacarlos en las bandejas de plásticas 5 min.
8:00	Trasporte a los manteles par el secado de los granos 100 min.	Limpieza de los manteles 5 min.
	Trasporte a la maquina moledora 5 min.	
10:00	Adición de los granos para la molienda 60 min.	Inspección cada 20 min.
10:15	Disposición de los ingredientes para la	

	mezcla	
11:15	Mezcla de los aceites y agua destilada	Mezcla durante 1 hora todos los ingredientes
	Vaciado en los moldes de la empresa y reposo	Reposo de solidificación durante 5 a 6 días
	Selección y raspado del producto	40 min
	Transporte a la maquina selladora 10 min.	Nylon, Empaque dúplex y cajón grande
	Empaquetado de las unidades de café 40min.	
	Traslado del producto terminado a almacenes 10 min.	Limpieza de los materiales usados 30min.
Dia 6 15:00	Almacenamiento listo para su distribución.	

3.14. PLANTA

Tamaño

En todo estudio de viabilidad es fundamental determinar la capacidad apropiada de la planta, la capacidad está representada por el óptimo nivel de producción que lo determinara los diferentes componentes de un estudio de viabilidad como la tecnología y equipos a implementar, el mercado y la disponibilidad de la materia prima entre otros factores.

Relación tamaño- mercado

El volumen de producción que se plantea en el plan de negocio debe de ser suficiente para el mercado local (población de Achacachi) y en la medida que exceda al mercado tendrá que canalizarse hacia los mercados del interior, fundamentalmente hacia otros departamentos Cochabamba y Santa Cruz, donde existe facilidad de acceso.

Relación tamaño- materia prima

La disponibilidad de la materia prima constituye, el factor más importante de la capacidad de la planta, ya que tiene que concordar con la disponibilidad de la materia prima principal. Para el presente caso, se ha evidenciado que existen suficientes productores de Quinoa en las comunidades aledañas a la población de Achacachi.

Relación tamaño- tecnología

Con relación al factor tecnológico, el tamaño de la planta tendrá que superar a la escala mínima aplicable industrialmente, para que de esta manera se garantice un bajo costo de producción y asegurarse de una inversión rentable.

3.15. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La empresa Queen determinara la capacidad de producción suficiente para proveer el tiempo y la cantidad de producción necesaria para satisfacer la demanda actual y futura del cliente.

Se establece el siguiente programa de producción para la estimación de cinco años.

AÑO	UNIDADES DIARIAS	NÚMERO DE DÍAS / MESES	UNIDADES MENSUALES	PAQUETE DE JABONES DE 12 UNID/ MES	PAQUETE DE JABONES DE 60 UNID/AÑO
2017	2.150	26	55.900	4.658	11.800
2018	2.200	26	57.200	4.766	11.440
2019	2.500	26	65.000	5.417	13.000
2020	2.500	26	65.000	5.417	13.000
2021	2.400	26	62.400	5.200	12.480

Fuente: elaboración propia

3.16. LOCALIZACIÓN

Macro localización: La zona seleccionada para realizar nuestro proyecto se encuentra ubicada en la población de Achacachi de la Provincia Omasuyos del Departamento de La Paz.

Micro localización: Serán seleccionadas las nueve zonas de la población de Achacachi.

3.17. FACTORES DE LOCALIZACIÓN

La población objeto para la venta de nuestro producto Jabón de Quinua se encuentra en la población de Achacachi, y los almacenes de los cuales se recogerá nuestra principal materia prima que son los granos de Quinua, se encuentra en la propia población de Achacachi donde se encuentra las instalaciones de la Empresa QUEEN

Vimos que en cuanto al transporte existe una buena facilidad de acceso tanto a la Empresa de producción como a nuestros proveedores, debido a que los caminos,

carreteras son asfaltadas donde las distancias de dichos recorridos son mínimos y por esta razón no existirían demoras tanto para el transporte de la materia prima como para la comercialización del producto final.

Disponemos de una Empresa que cuenta con todos los servicios básicos necesarios (energía, agua, alcantarillado, teléfono, internet, etc.).

Debido a que nuestro producto es totalmente natural, el proceso de producción es lo más natural posible tratando de evitar el uso de los componentes químicos para proceso del Jabón de Quinoa.

Nuestra Empresa se constituirá como Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), la cual estará constituida por dos socios, en donde cumpliremos con todos los impuestos y requisitos establecidos según la ley.

Uno de nuestros principales objetivos como empresa es el de contribuir a la salud humana, haciendo que los pobladores de Achacachi tengan menos problemas en la piel, donde puedan prevenir diferentes enfermedades e infecciones dérmicas.

3.18. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Previas consideraciones

El área de la elaboración de nuestro producto debe de estar diseñada de tal manera que asegure un espacio suficiente para colocar todas las maquinarias, el almacenamiento de los materiales, la circulación de las personas que están trabajando, tener una posibilidad de realizar la limpieza y la desinfección fácil.

Se tomaron en cuenta las siguientes especificaciones generales sobre el lugar:

- Pisos lisos de material lavable, cerámicos, cemento alisado, con un ligero declive para facilitar la limpieza.
- Paredes interiores azulejadas o revestidas de material no absorbente (tipo de pintura coral) de color claro.
- Ventanas medianas con vidrio acrílico.
- Puertas metálicas (a futuro, corredizas).
- Instalación eléctrica embutida con llave de corte y tablero.
- Abastecimiento de agua potable.
- Los insumos, materias primas y los productos terminados deberán de ubicarse en estantes en el piso y en las paredes
- Se deberá de contar con lavamanos de cerámica.
- Y varios otros

La empresa procesadora de Jabones de Quinoa en tres Áreas:

- Área 1:
En esta parte se ubicará la oficina central donde se recibirá los pedidos ya sea vía telefónica o de personal, al mismo tiempo en este lugar se realizará todos los trámites administrativos.
- Área 2:
Será el lugar donde se recibe los granos de Quinoa, donde se realiza el pesaje y se toman muestras de análisis de condiciones para el procedimiento.
- Área 3:
Se realizará el respectivo procedimiento de los productos como el lavado, secado, la molienda de los granos de quinoa.

- Área 4:
En esta área será el vestuario del personal de trabajo de producción.
Junto con el baño y ducha para nuestro personal
- Área 5:
Es el lugar de solidificación del jabón
- Área 6:
En esta parte se encuentra el vehículo listo para el despacho del jabon de quinua hacia el mercado.

4. FINANZAS

4.1. Presupuesto de inversión

Al momento de determinar la inversión inicial que se requiere nuestra empresa, en donde se tomara todos los activos fijos que se requiere para iniciar las operaciones de producción del café de cañahua, la cual se muestra en el siguiente cuadro:

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN-ACTIVOS FIJOS

(Expresados en bolivianos)

TITULO	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Terreno	Terreno	1	12.000	12.000
Muebles y encere	escritorio	2	300	600
	Sillas	8	50	400
	Estantes	1	250	250
	Teléfono	1	700	700
	Mesas	3	200	600
materiales	Batea de plástico	2	120	240
	Bandejas de Plástico	2	80	160
	Olla de Plástico	5	40	200
Maquinaria y equipo	Maquina lavadora y moledora	1	8.000	8.000
	Maquina selladora	1	10.000	10.000
	Balanza	1	300	300
Equipo de computación	Computadora	1	3.000	3.000
	Impresora	1	900	900
Vehículo	Vehículo	1	32.000	32.000
Construcción de edificación	Construcción de la empresa	1	160.000	160.000
Total				190.550

4.2. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Durante el desarrollo del plan de negocio, se realizaron las localizaciones para determinar los costos de materiales, equipos, materias primas necesarias para el establecimiento de la empresa procesadora de Jabón en base a grano de Quinoa, estas sirvieron de base al estudio financiero para la viabilidad de la empresa y que se detalla a continuación.

4.2.1. COSTOS VARIABLES

4.2.2. PROVEEDORES

Los proveedores escogidos según la empresa QUEEN se localizaron en la población de Achacachi, debido a la cercanía de la materia prima existente, cada proveedor se encarga de surtir la materia prima de acuerdo a las necesidades de abastecimiento del almacén, con la finalidad de obtener constante volumen de producción, el dato de cada proveedor se encuentra en la siguiente tabla donde se detalla.

MATERIA PRIMA	PROVEEDOR	MEDIDA
Grano de Quinoa	Pajchani, Marca Masaya, Pongonhuyo, Arasaya Pataniwi, Casamaya.	Saco de 40 Kg
Aceite Ricino	Distribuidora naturista Achacachi Zona Masaya / Calle Victoria N° 211	10 litros
Aceite de Oliva	Distribuidora Alva Chem La Paz- El Alto av. 6 de marzo N°12345 entre la calle 2	15 litros
Sosa Caustica	Industria Química Cloro Sur	30 kg
(Hidróxido de sodio)	Importación y producción de productos Químicos Murillo La Paz - Bolivia	

FUENTE: Elaboración Propia

4.3. COSTO DE MATERIA PRIMA

Las materias primas necesarios para producirlas se encuentran en la siguiente tabla, Así mismo se efectuaron las cotizaciones correspondientes mostrándose en el costo anual de la materia prima.

COTIZACIÓN DE MATERIA PRIMA

COSTO MATERIA PRIMA PRODUCCION DIARIA	DIAS DE PRODUCCION AL MES	1
--	---------------------------	----------

Producto: Jabon de Quinoa **Cantidad:** 1300 paquetes
163

N°	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio de compra	TOTAL
1	Quinoa	Kilogramos	286	1300	371800
2	Aceite de oliva	Litros	52	2800	145600
3	Sosa Caustica	Kilogramos	130	1400	182000
4	Carton Duplex	Unidades	165	995	164175

Precio venta U.		Costo total	863575
Margen Bruto	#¡DIV/0!	Costo Unitario	664,2884615

Fuente: elaboración propia

4.4. COSTO DE INSUMOS

Son los gastos necesarios por el uso de combustible necesario para el funcionamiento de los equipos, así como la energía eléctrica, consumo de agua involucrados únicamente en la zona de producción y se presentan en la siguiente tabla.

GASTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Descripción	Costo	Resumen de Gastos por Rubro
Gastos Generales		4.790,00
Alquiler de la planta procesadora	2.500,00	
Alquiler local de venta	500,00	
Servicio de Agua Potable	120,00	
Servicio de Energía Eléctrica	750,00	
Servicio de Telefonía Fija	120,00	
Personal de Mantenimiento y seguridad	800,00	
Gasto Administrativos		2.850,00
Útiles de Oficina	1.200,00	
Gastos de representación	200,00	
Mantenimiento de Equipos	400,00	
Artículos de Limpieza	750,00	
Personal Administrativo	0,00	
Otros Gastos	300,00	
Gastos de Ventas		700,00
Publicidad	700,00	
Total Intangible		8.340,00

Fuente: elaboración propia

COSTO DE MANO DE OBRA

PERSONAL	FORMA DE CONTRATO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN MENSUAL	MONTO TOTAL MENSUAL
Mano de Obra Directa				
Operario 1	Indefinido	1	1.805,00	1.805,00
Operario 2	Indefinido	1	1.805,00	1.805,00
Total Mano de Obra Directa				3.610,00
Mano de Obra Indirecta				
Gerente General	Indefinido	1	3.000,00	3.000,00
Jefe de Producción	Indefinido	1	2.500,00	2.500,00
Jefe de Comercialización	Indefinido	1	2.400,00	2.400,00
Vendedor	Indefinido	1	1.805,00	1.805,00
Vendedor	Indefinido	1	0,00	0,00
Total Mano de Obra Indirecta				9.705,00
Total Mano de Obra				13.315,00

Fuente: elaboración propia

4.5. ACTIVOS FIJOS

Es el gasto que presenta la adquisición de toda la maquinaria industrial necesaria para efectuar el proceso de obtención de Jabón de Quinoa, involucra la compra de maquinaria que se utilizan en el proceso de producción.

4.5.1. COSTO TOTAL DE EQUIPO DE PRODUCCIÓN

Equipamiento y Maquinaria

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Monto Total
1	Maquina Lavadora de cereal	8.000,00	8.000,00
1	Maquina Molinera	8.500,00	8.500,00
1	Maquina Selladora	10.000,00	10.000,00
1	Balanza	600,00	600,00
2	Bandejas de Plastico	80,00	160,00
5	Olla de Plastico	40,00	200,00
Total de equipamiento y maquinaria			27.460,00

Equipos de computacion

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Monto Total
Equipos de Oficina			
1	Computadora	3000,00	3000,00
1	Impresora	1200,00	1200,00
1	Teléfono	750,00	750,00
Total de Equipos de computación			4.950,00

Muebles,

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Monto Total
2	Escritorios	300,00	600,00
1	Mesa de Computadora	150,00	150,00
8	Sillas	100,00	800,00
1	Estante de Madera	250,00	250,00
2	Sillón de Espera	400,00	800,00
3	Mesas	1500,00	4500,00
Total Muebles			7.100,00

Fuente: elaboración propia.

4.5.2. COSTO DE TERRENO

El valor de la obra civil fue obtenido por consulta directa en la siguiente tabla se presenta el costo del terreno y obra civil de la empresa **QUEEN**

COSTO DEL TERRENO Y OBRA CIVIL

CONCEPTO	COSTO (Bs)
Terreno	12.000
Edificación	160.000
Total	172.000

Fuente: elaboración propia.

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

(1) COD	(2) CARGOS	(3) N° DE PUESTOS	(4) HABER MENSUAL	(5) HABER MENSUAL TOTAL	(6) COSTO MENSUAL (5)*1,42	(7) COSTO ANUAL (6)*12
1	Gerente general	1	4000	4000	5680	68160
2	Secretaria	1	1600	1600	2272	27264
3	Gerente de producción	1	3800	3800	5396	64752
4	Gerente de marketing	1	3800	3800	5396	64752
5	Gerente de recursos humanos	1	3800	3800	5396	64752
6	Obreros	4	1500	1500	2130	25560
7	Técnicos	2	2400	2400	3408	28896
	TOTAL	11	20900	20900	29678	344136

4.6. DEPRECIACIONES

Depreciación	Monto	Vida Útil (Años)	Depreciación %	Depreciación	Valor residual
Equipos y Maquinaria	27.460,00	8	12,5%	3.432,50	10.297,50
Equipo de Computación	4.950,00	4	25%	1.237,50	-1.237,50
Muebles, y enseres	7.100,00	10	10%	710,00	3.550,00
Muebles en general	0,00	1	100%	0,00	0,00
Infraestructura	0,00	1	100%	0,00	0,00
Total Depreciación x Año				5.380,00	12.610,00

Fuente: elaboración propia.

4.7. GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y LEGALES

Descripción	Costo	Gastos mensuales por Rubro	Gastos Anuales por Rubro
Gastos de Organización		2.600,00	31.200,00
Asesoría	2.000,00		
Gastos de Instalación Eléctrica	1.000,00		
Búsqueda de Selección de Personal	900,00		
Gastos Imprevistos	700,00		
Gastos de Constitución		4.000,00	48.000,00
Gastos Notariales (Gastos de Constitución)	600,00		
Inscripción en Fundempresa	200,00		
Licencia Municipal	300,00		
Tramite en Ministro de Trabajo	250,00		
Otros Tramites	150,00		
Servicio de Terceros (Abogados)	2.500,00		
Gastos de Capacitación		4.600,00	55.200,00
Capacitación Personal Productivo	1.800,00		

Capacitación de Jefes de Area	1.800,00		
Otros Capacitaciones	1.000,00		
Gastos de Publicidad y Promoción			
Publicidad en Promoción	600,00	2.200,00	26.400,00
Publicidad en Radio	500,00		
Publicidad en Carteles	600,00		
Publicidad de Volantes	200,00		
Otros Gastos	300,00		
Total Intangibles			

Fuente: Elaboración propia.

5. SUPUESTOS Y ESCENARIOS

Algunos factores pueden afectar la producción de Jabones de Quinoa, están relacionadas fundamentalmente con los precios de las materias primas, y los incrementos en los gastos operativos en función del comportamiento de la situación económica del país.

Así por ejemplo, un incremento en la inflación provocará un incremento en los salarios, así como en los precios de la materia prima, sin embargo, de mantenerse estables las variables macroeconómicas como la inflación, tipo de cambio, y a su vez se debe considerar el factor climatológico, ya que la provision de materia prima (grano de Quinoa), estará sujeta a periodos temporales que permitan una producción normal, sin embargo, la presencia de fenómenos como sequias o inundaciones, generará una baja producción de la materia prima, consecuentemente incrementaran los precios de la misma, afectando la producción de la empresa.

5.1. Volúmenes de producción, ventas, costos, rentabilidad

Se pueden definir diversos escenarios, para ello solo es preciso hacer variaciones en las hipótesis que determinan el valor de las variables de referencia para la

estimulación de los flujos netos de caja. Puesto que alguna de las variables pueden guardar relación entre si, lo lógico es definir los nuevos valores de dichas variables, de tal forma que la combinación de los mismos sea coherente con el escenario que se quiere definir.

En este caso, se lleva a cabo el análisis de escenarios definiendo, además del escenario "más probable", dos escenarios adicionales, el escenario "optimista" y el "pesimista".

- **Escenario más Probable:** es el que tiene mayor probabilidad, las hipótesis para la estimación de las variables que intervienen en el futuro de la empresa.
- **Escenario Optimista:** Por ejemplo, podría intervenir en la reducción del valor de inversión inicial, y la reducción de gastos operativos
- **Escenario pesimista:** Por ejemplo, aumento del valor de la inversión inicial, reducción de la cifra estimada de ingresos incremento de los gastos operativos.

6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

La empresa QUEEN contara con todos los requisitos necesarios para su funcionamiento legal que se detalla de la siguiente manera.

6.1. PERSONERIA JURIDACA

Es un documento en donde se establece que la empresa como persona jurídica requiere de una serie de documentos para hacer que la documentación este al día, este tipo de documentos se toma en cuenta de forma legal con la colaboración de un abogado capaz de adquirir este trámite con la serie de requisitos que se tiene.

La empresa de denomina **"PLANTA PROCESADORA DE JABON NATURAL EXFOLIANTE EN BASE AL GRANO DE QUINUA EN EL MUNICIPIO DE**

ACHACACHI S.R.L.” dedicada a la producción de café a base de los granos de Quinoa

- Nombre comercial del producto "Queen", este tipo de empresa se caracteriza porque los socios responden hasta el monto mínimo de sus aportes.

6.2. REGISTRO LEGAL

Para la formación o legalización de la empresa, se deberá recurrir a seis instancias:

- Funda empresa.
- Servicio nacional de impuestos.
- Alcaldía municipal.
- Caja nacional de salud.
- Fondo de pensión.
- Ministerio de trabajo.

6.2.1. FUNDA EMPRESA

- Normas legales que regulan el trámite.

- D.L.14379 código de comercio.
- D.L. 16833 reglamento de registro de comercio y sociedades por acción.
- D.L.15191 reglamento de registro de comercio.
- D.L. 15195 reglamento de la sociedad por acción.
- D.L.26215 reglamento de la concesión de registro de comercio.

- Control de homonimia o consulta de nombre

- A fin de establecer si el nombre comercial no se encuentra registrada, el trámite de consulta de homonimia se constituye en el mecanismo operativo del cliente para conocer la viabilidad del uso del nombre.

Requisitos:

- Formulario N° 0010/03 de solicitud de homonimia debidamente debe de ser llenado y firmado por el cliente.
- Sociedad de responsabilidad limitada

Es cuando el capital está integrado por cuotas de capital no representadas por títulos negociables, cuyo giro se efectúa bajo una razón social o denominaciones seguido del aditamento “sociedad de responsabilidad limitada” o su abreviatura S.R.L. la palabra “Ltda. “en las que la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario.

Requisitos:

- Formulario N°0020/03 de solicitud de matrícula de comercio con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante.
 - Balance de apertura por el representante legal y el profesional que interviene, acompañando la respectiva solvencia profesional original otorgada por el colegio de contadores o auditores.
 - Testimonio de la escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe de contener los aspectos previstos en el art. 127 del código de comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo establecido.
-
- introducción notarial de la escritura pública en la que conste el N° de instrumentos, lugar, fecha, notario de fe pública y distrito judicial.
 - Transcripción en extenso y textual de las clausulas establecidas en los incisos 1 al 7 del art.127 del código de comercio.
 - Conclusión de concordancia de la intervención del notario de fe pública. (adjuntar página completa del periódico en la que se efectúa la publicación).

- Testimonio del poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No requiere la inclusión del acta de asamblea.
-

6.3. SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS

- **Normas legales que regulan el tramite**
 - Ley 843- ley 1606, resolución administrativa 05-187-98 y circulares 54,55 de la gerencia general de SIN.
- Requisitos
 - Persona natural y sucesiones indivisas:
- Formulario de empadronamiento
- Cedula de identidad
- Constancia de domicilio (último recibo de la luz, agua, teléfono, contrato de alquiler, contrato de anticrético o certificación domiciliaria extendido por la policía)
- En caso de empresa unipersonal deberán presentar su balance de apertura.

6.3.1. Personas jurídicas

- Formulario de empadronamiento
- Constitución de sociedad o personalidad jurídica
- Constancia de domicilio (último recibo de la luz, agua, teléfono, contrato de alquiler, contrato de anticrético o certificación domiciliaria extendido por la policía).

GOBIERNO MUNICIPAL DE ACHACACHI

- Licencia de funcionamiento para actividades económicas

Requisitos

- Cedula de identidad, RUN o RIN y fotocopia.
- Fotocopia de NIT o inscripción del régimen simplificado.
- Ultima factura de luz local
- Recabar formulario único de licencia de funcionamiento (FULF)
- Recabar y llenar el formulario 402 en caso de no contar con el padrón municipal del contribuyente.

Empresas

- Fotocopia del poder notarial y cedula de identidad de los representantes legales.
- Fotocopia del testimonio de constitución de empresa.

6.4. CAJA NACIONAL DE SALUD

Requisitos (sociedad de responsabilidad limitada)

- Formulario AVC 01 (llenado)
- Formulario AVC 01 (vacío)
- RCI-1°(llenado las dos primeras filas y el mes)
- Carta de solicitud dirigida al lic. Edgar ramos
- Fotocopia C.I. del REPRESENTANTE LEGAL
- Balance de apertura aprobado y sellado por el SIN
- Testimonio de constitución si es en sociedad
- Planilla de haberes original y copia
- Nómina del personal con fecha de nacimiento.
- Croquis de la ubicación de la empresa
-

AFP'S (ADMINISTRADORAS DE FONDO DE PENSIONES)

Requisito para el registro de la empresa.

- Llenar formulario de inscripción del emprendedor.
- Fotocopia de NIT.
- Fotocopia del documento de identidad del representante legal.

Registro personal

El registro es la contratación de la afiliación, la misma que se da una vez que el afiliado procede al llenado y firma del formulario de registros y se obtiene un número de registro único asignado (NUA) por parte de la AFP. Todas las personas con dependencia laboral deben registrarse de manera obligatoria a una de las AFP's. Todo empleador tiene la obligación de registrar a sus dependientes en un plazo máximo de 25 días después de iniciar la nueva relación laboral.

- Llenar formulario de inscripción
- Fotocopia de NIT
- fotocopia de documento de identidad del representante legal.

6.5. MINISTERIO DE TRABAJO

- Normas legales que regulan el trámite
- Ley de poder ejecutivo N°2446. Resorción ministerial N° 002/04.
- Requisitos (solicitud de inscripción en el registro de empleados)
- Llenado de declaración jurada (formulario único de régimen de empleadores en original y copia).
- Última planilla salarial de los trabajadores

7. CONCLUSIONES

Gracias a la realización de la presente Proyecto, se ha podido consolidar todos los conocimientos adquiridos tanto teóricos como prácticos, es por ello que se puntualiza las siguientes conclusiones:

- Se finalizó con la elaboración del proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa productora natural exfoliante de jabón en base al grano de quinua, luego del análisis realizado y conociendo las propiedades de la quinua, “QUEEN” quiere innovar y penetrar en el mercado la utilización de este producto en el sector de cuidado de la higiene personal y la cosmetología.

- Actualmente está extendido el uso de jabón natural en la población de Achacachi y se ha determinado el 71% del mercado objetivo estarían dispuestos a adquirir este tipo de jabón natural tanto exfoliante de grano de quinua, por lo que se determina que existe una gran demanda para este producto.

- Con los resultados obtenidos en la investigación de campo, se conoció las necesidades de nuestros potenciales clientes residentes en el área urbana de la población de Achacachi por lo cual podemos estar seguros de que nuestro producto tendrá una buena acogida en el mercado.

- Dentro del capítulo del estudio de mercado se desarrolló el plan de marketing; donde; se fijaron las estrategias a utilizarse para la introducción de jabón natural exfoliante de quinua en el área urbana de la población de Achacachi.

- La visión implantada será expuesta de manera visual en un lugar accesible a propios y extraños, pues esta permitirá dar a conocer el horizonte al que se anhela alcanzar, preparando a los integrantes de la organización sobre lo que la empresa espera de ellos y lo que está dispuesta a brindar a la comunidad.
- Con la proyección de 5 años, servirá de base para establecer los requerimientos necesarios, con la finalidad de alcanzar una administración sólida, por lo tanto la obtención de resultados favorables, tanto en el corto, mediano y largo plazo.

8. RECOMENDACIONES

Con la creación de la empresa “QUEEN”, se puede considerar las siguientes recomendaciones:

- Con el estudio realizado y las conclusiones generadas, se recomienda poner en marcha el proyecto, por cuanto se ha llegado a demostrar que es factible y económicamente rentable.
- Elaborar mayor variedad de jabones naturales, para incrementar la variedad de los productos por lo menos semestralmente.
- Tratar de estimular el establecimiento de alianzas estratégicas con los pequeños fabricantes, con la finalidad de diversificar los productos, logrando así incursionar en nuevos mercados, con los que se aprovechara la capacidad instalada existe hasta poder crear un catálogo especializado en jabones naturales.
- Expandir nuestro producto a mercados internacionales, con la finalidad ofrecer producto nacional, de calidad.
- Realizar publicidad en revistas, así como la creación de una página web; donde existan temas relacionados a productos naturales para la conservación del medio ambiente.

9. BIBLIOGRAFIA

- (INIA), I. N. (Octubre de 2013). *COSMETOLOGAS.COM*. Obtenido de La piel de la Web: <http://www.cosmetologas.com/noticias/val/1576-37/descubren-nuevos-beneficios-de-la-quinua-para-la-industria-cosm%C3%A9tica.html>
- Emprendedores.com. (2008). *Desarrollo Profesional Universitaria*. Obtenido de <http://desarrollo-profesional.universia.es/emprendedores/sociedad-mercantil/>
- enplenitud.com. (Marzo de 2012). *enplenitud.com*. Obtenido de <http://www.enplenitud.com/los-jabones-y-sus-propiedades-un-jabon-para-cada-piel.html>
- gonzales. (2008). *diseño funcional*.
- Hammond, A. y. (1990). *Marketing estrategico*.
- Karen, W. V. (2009). *Plan de Negocios*. Lima.
- PaginaSiete. (Mayo de 2015).
- PaginaSiete. (Mayo de 2015). Cuidado de la Piel.
- Philip, K. (1993). *Mercadotecnia*. Mexico.
- PORTER MICHAEL. (1994). *ESTRATEGIA COMPETITIVA*. MEXICO: CONTINENTAL S.A. PAGES 56-60.
- Romero, R. (s.f.). *Marketing*.
- Ruth, B. (2008). Increíbles beneficios y usos de la Quinua para la piel. *GuideWhat*.
- Stanton, Etzel , & Walker. (s.f.).
- What, G. (1990). beneficios de la quinua.

10. ANEXOS

