

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y FINANCIERAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS PROGRAMA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES
PÚBLICAS P.A.D. - CHULUMANI**



**PRODUCCIÓN DE LA MIEL Y PROPOLEO DE ABEJA PARA SU
COMERCIALIZACIÓN DEL PROPOMIEL EN LOS MUNICIPIOS DE
CHULUMANI-CORIPATA**

*Trabajo de Grado para Optar el Título de Licenciatura en
Administración de Empresas y Organizaciones Públicas*

POSTULANTES:

*Jhescenia Escobar Cala
Diego Renan Miranda Aliaga*

TUTOR:

Lic. Juan Paolo Campero Lazarte

Chulumani – Bolivia 2017

Agradecimiento

Primeramente agradezco a la Universidad Mayor De San Andrés por haberme aceptado ser parte de ella y abierto las puertas de su seno científico para poder estudiar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Agradezco también a mi Coordinadora de mi Carrera a la Licenciada Gertrudis Pfafflin de Contreras por haberme brindado su apoyo incondicional la paciencia durante los 5 años que nos ha acompañado.

También agradezco a todos los que fueron mis compañeros de clase durante todos los niveles de universidad ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral han aportado en un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

Dedicatoria:

A Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia, mis hijos Emiliano, Britter y Flor Magdiel por el apoyo moral y la paciencia que nos estuvieron brindando día a día.

A nuestros padres, quienes nos dieron la vida, educación, apoyo incondicional y que por ellos soy lo que soy.

INDICE

<i>INTRODUCCION.....</i>	<i>1</i>
<i>RESUMEN EJECUTIVO.....</i>	<i>3</i>
<i>FICHA METODOLOGICA.....</i>	<i>6</i>
<i>1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</i>	<i>8</i>
<i>1.1. Planteamiento del Problema.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2. Objetivo General.....</i>	<i>9</i>
<i>1.3. Objetivos Específicos.....</i>	<i>9</i>
<i>1.4. Justificación.....</i>	<i>10</i>
<i>1.5. Aporte a la Ciencia Administrativa.....</i>	<i>11</i>
<i>1.6. Delimitación Geográfica.....</i>	<i>11</i>
<i>2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....</i>	<i>14</i>
<i>2.1. Naturaleza de la Empresa.....</i>	<i>14</i>
<i>2.2. El Concepto del Negocio.....</i>	<i>15</i>
<i>2.3. El Producto.....</i>	<i>16</i>
<i>2.4. Su Generación de Valor.....</i>	<i>18</i>
<i>2.5. Misión.....</i>	<i>19</i>
<i>2.6. Visión.....</i>	<i>19</i>
<i>2.7. Valores y Claves de su Gestión Empresarial.....</i>	<i>19</i>
<i>2.8. La Estrategia Competitiva y las Estrategias Empresariales.....</i>	<i>21</i>
<i>3. MERCADO.....</i>	<i>25</i>
<i>3.1. Producto Mercadotécnico.....</i>	<i>25</i>
<i>3.2. Consumidor.....</i>	<i>26</i>
<i>3.3. Satisfacción de Necesidades y/o Deseos.....</i>	<i>27</i>
<i>3.4. Potencial de Mercado.....</i>	<i>29</i>
<i>3.5. La Competencia.....</i>	<i>30</i>
<i>3.6. Barreras de Entrada y Salida.....</i>	<i>33</i>
<i>3.7. Segmentación del Mercado.....</i>	<i>34</i>
<i>3.8. Participación de Mercado.....</i>	<i>36</i>
<i>3.9. Determinación de la Muestra.....</i>	<i>36</i>
<i>3.10. Resultados de la Muestra.....</i>	<i>38</i>

3.11. <i>Potencial de Ventas</i>	43
3.12. <i>Pronósticos de Ventas</i>	43
3.13. <i>El cliente Objetivo</i>	44
• <i>Influencias Externas</i>	45
• <i>Influencias Internas</i>	45
• <i>Enfoques de Decisión de Compra</i>	46
3.14. <i>Objetivos de Marketing</i>	47
3.15. <i>Estrategia de Marketing</i>	48
• <i>La Estrategia del Ingreso</i>	51
• <i>El Posicionamiento</i>	52
• <i>A lo largo del ciclo de vida del producto</i>	52
4. <i>OPERACIONES(PRODUCCION)</i>	55
4.1. <i>Diseño y Desarrollo del Producto</i>	55
4.2. <i>Descripción Técnica y Funcional del Producto</i>	56
4.3. <i>Características de la Calidad del Producto</i>	57
4.4. <i>Características del Producto</i>	57
4.5. <i>Proceso de Producción</i>	59
4.6. <i>Tipo de Proceso</i>	60
4.7. <i>Descripción Detallada de Fases y Tareas por Puestos</i>	63
4.8. <i>Descripción de Características Técnicas, Físicas, Funcionales, Capacidad de Producción</i>	64
4.9. <i>Materias Primas</i>	72
4.10. <i>Materiales</i>	74
4.11. <i>Insumos</i>	75
4.12. <i>Proveedores</i>	76
4.12.1. <i>Programación de la Producción</i>	76
4.12.2. <i>La Planta Capacidad de Producción – Bien o Servicio de la Planta</i>	77
4.13. <i>Localización de la Planta</i>	78
5. <i>FINANZAS</i>	80
5.1. <i>Presupuesto de Inversión</i>	80

5.2. Presupuesto de Operaciones	81
a) Activos Fijos.....	81
b) Costos Variables.....	87
c) Costos Fijos.....	90
5.3. Punto de Equilibrio.....	91
5.4. Financiamiento.....	93
5.5. Flujo de Caja.....	94
5.6. Evaluación Financiera (van,tir, beneficio /costo).....	95
5.7. Anexos Financieros.....	96
6. SUPUESTOS Y ESCENARIOS.....	101
a) Supuestos Moderados.....	101
b) Supuestos Pesimistas.....	103
c) Supuestos Optimistas.....	104
7. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.....	106
7.1. Personería Jurídica.....	106
7.2. Registro Legal.....	107
7.3. Fundaempresa.....	108
7.4. Servicios de Impuestos Nacionales.....	109
7.5. Gobierno Municipal.....	110
7.6. Caja Nacional de Salud.....	111
7.7.Fondo de Pensiones.....	112
7.8. Registro en el Seguro de Vejes o Jubilación (AFP).....	112
7.9. Ministerio de Trabajo.....	113
7.10. Impuestos al Valor Agregado (IVA).....	114
7.11. Senasag.....	115
7.12. Organización Empresarial.....	116
7.13. Organigrama.....	116
7.14. Personal.....	118
7.15. Procedimientos Técnicos.....	122
7.16. Procedimientos Administrativos.....	123
7.16.1. Inscripción de Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	123

<i>7.16.2. Normas de Calidad y Sanidad.....</i>	<i>127</i>
<i>7.16.3. IBNORCA.....</i>	<i>129</i>
<i>7.16.4. Certificación del Producto con Sello de IBNORCA.....</i>	<i>131</i>
<i>7.17. Impacto Social Ambiental.....</i>	<i>132</i>
8. CONCLUSIONES.....	134
9. RECOMENDACIONES.....	135
10. ANEXOS.....	137

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	
BOLIVIA: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN KG.....	28
Tabla 2	
BOLIVIA: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES SEGÚN DEPARTAMENTOS EN KG.....	28
Tabla 3	
PRODUCCIÓN DE MIEL DE ABEJAS EN LOS YUNGAS DE LA PAZ.....	31
Tabla 4	
PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN DEL PROPOMIEL POR AÑO.....	44
Tabla 5	
LOS PRECIOS DE NUESTRO PRODUCTO EN DIFERENTES TIPOS DE ENVASES.....	49
Tabla 6	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR EL CUAL LA EMPRESA “FLOR MAGDIEL”SRL. PROMOCIONARA SUS PRODUCTOS.....	51
Tabla 7	
DIAGRAMA DE PROCESOS	59
Tabla 8	
DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LAS HERRAMIENTAS Y EQUIPOS.....	56
TABLA 9	
VEHÍCULO DE LA EMPRESA “FLOR MAGDIEL”SRL.....	70
Tabla 10	
MUEBLES Y ENSERES.....	70
Tabla 11	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	70
Tabla12	
HERRAMIENTAS EN GENERAL.....	72
Tabla 13	
MATERIALES.....	74
Tabla 14	
INSUMOS.....	75

<i>Tabla 15</i>	
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	76
<i>Tabla 16</i>	
ESTRUCTURA DE INVERSIÓN O FINANCIAMIENTO.....	80
<i>Tabla 17</i>	
TERRENO.....	82
<i>Tabla 18</i>	
EDIFICACIONES.....	82
<i>Tabla 19</i>	
MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	83
<i>Tabla 20</i>	
VEHÍCULO.....	84
<i>Tabla 21</i>	
HERRAMIENTA EN GENERAL.....	84
<i>Tabla 22</i>	
MUEBLES Y ENSERES.....	85
<i>Tabla 23</i>	
EQUIPO DE COMPUTACION.....	85
<i>Tabla 24</i>	
GASTOS DE ORGNIZACION.....	86
<i>Tabla 25</i>	
IMPREVISTOS.....	86
<i>Tabla 26</i>	
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	87
<i>Tabla27</i>	
COSTOS DE INSUMOS.....	87
<i>Tabla28</i>	
COSTOS DE MATERIALES INDIRECTOS.....	88
<i>Tabla29</i>	
COSTOS DE MATERIA PRIMA.....	88

<i>Tabla 30</i>	
GASTOS GENERALES.....	89
<i>Tabla 31</i>	
SERVICIOS BÁSICOS.....	89
<i>Tabla 32</i>	
COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA.....	90
<i>Tabla 33</i>	
COSTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA.....	90
<i>Tabla 34</i>	
PLAN SOCIAL AMBIENTAL.....	91
<i>Tabla 35</i>	
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	92
<i>Tabla 36</i>	
FINANCIAMIENTO.....	93
<i>Tabla 37</i>	
FLUJO DE CAJA.....	94
<i>Tabla 38</i>	
PLANILLA DE SALARIOS.....	96
<i>Tabla 39</i>	
AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO.....	96
<i>Tabla40</i>	
DEPRECIACIONES.....	97
<i>Tabla41</i>	
COSTO UNITARIO.....	97
<i>Tabla 42</i>	
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CRECIMIENTO ANUAL ESTIMADO.....	98
<i>Tabla 40</i>	
PLAN DE PAGOS CUOTA VARIABLE.....	99
<i>Tabla 44</i>	
ESCENARIO MODERADO.....	102

Tabla 45

ESCENARIO PESIMISTA.....103

Tabla 46

ESCENARIO OPTIMISTA.....104

INTRODUCCIÓN

Las abejas cumplen una función importante porque ayudan a polinizar más del 60% de plantas silvestres y cultivadas. Considerando el aprovechamiento de éstas potencialidades la apicultura es un medio útil para el fortalecimiento de los sistemas de vida y desarrollo, porque usa y produce una serie de bienes. Aunque el capital financiero no sea fundamental para echar a andar una actividad de apicultura competitiva, ésta es satisfactoria si logra unir el capital natural, humano, material, social y económico.

Según datos preliminares del INE en el Censo Apícola (2013), la producción apícola en Bolivia se basa en el uso de colmenas denominadas ESTANDAR, Langstroth o americanas, siendo que con este tipo de colmenas es posible realizar el manejo y cosechar la miel de forma racional, rápida y limpia.

¹En los Yungas, los primeros en importar las abejas de la raza italiana *Apis mellifera ligustica*, fue la SOCIEDAD DE PROPIETARIOS DE LOS YUNGAS, aproximadamente en la década del 40. Llegando las primeras colonias a las haciendas de Coroico, Coripata y Chulumani de ahí se expandieron a otras comunidades aledañas. Por entonces la producción de miel era alta, exportándose incluso a mercados internacionales.

La producción de miel en la zona de los Yungas ha sido potencializado por proyectos públicos, por Organizaciones Internacionales (Unión Europea) mediante el PAR y el FONADAL que buscan ofrecer alternativas productivas económicas para mejorar los ingresos en el sector rural, generar empleo y también para promover la conservación del medio ambiente, llegando a conformarse diferentes organizaciones apícolas (Asociaciones); sin

¹Coronel. V.R.(2007).

embargo, el proceso no fue sostenible debido a que las organizaciones apícolas no tenían un enfoque empresarial de la actividad apícola.

A través del proyecto se pretende proveer el apoyo y fortalecimiento de los productores y productoras de miel de abejas de las distintas Comunidades del Municipio de Chulumani, de acuerdo a las políticas nacionales, se menciona que la producción de miel es una de las prioridades alimenticias en el marco de la Política de Seguridad y Soberanía Alimentaria y el Plan Nacional de Desarrollo.



RESUMEN EJECUTIVO

Determinamos que en los Municipios de Chulumani y Coripata, existe la necesidad de consumir alimentos sanos, naturales, nutritivos, entre ellos está la miel de abeja y el propoleo, lo cual existe la escasez de la producción por la existencia del monocultivo de la hoja de coca. La demanda por el producto es amplia, su valor económico es excesivo y generalmente consumen los que tienen mayores ingresos, los demás lo tienen como un medicamento que está en las alturas donde no alcanzan los niños.

Después de haber realizado una investigación de mercados en los Municipios de Chulumani y Coripata, hemos detectado la falta de comercialización, la alta demanda de las personas por el producto de la miel de abeja y el propoleo, la desconfianza de comprar el producto es amplia en la ciudad de La Paz y en los mismos Municipios, que al alterar estos productos ya no son beneficiosos como alimento, menos como medicina, esto hace que el consumidor final no confíe, porque el envase es reutilizado de las botellas de Singani, Casa Real y otros.

El producto que presentaremos al mercado es el PROPOMIEL, que al unir la miel y el propoleo de abeja son tres veces más alimenticios y medicinales, además no tiene fecha de vencimiento, su presentación estará en envases de plástico de 1 kilogramo, ½ kilogramo y ¼ kilogramo, con precios accesibles y confiables se identificará con su respectivo logo de la empresa.

La empresa “FLOR MAGDIEL” SRL ofrecerá el producto en el mercado todo el año, realizaremos un plan de contingencia acopiando la miel y el propoleo de abeja con mucho

cuidado no pueden ser alterados, porque ya no es la misma calidad, baja sus propiedades alimenticias y medicinales, para eso tenemos equipos de muestra como el espectrómetro y el pH trómetro, por naturaleza la miel es más ácida que básica, los mencionados equipos ayudaran a la empresa a medir la calidad del producto.

La cantidad de 200 colonias, producirá 10.200 kilogramos de miel agranel y 160 kilogramos de propoleo resinoso bruto anual, al preparar con el alcohol medicinal llega a ser 470 litros, que equivalen a 10.560 kilogramos de PROPOMIEL para ofrecer al mercado del Municipio de Chulumani y Coripata.

La empresa “FLOR MAGDIEL” SRL estará situado en el Departamento de La Paz, Provincia Sud Yungas, del Municipio de Chulumani, Distrito 2, Comunidad Sanani, donde contara con el espacio adecuado con reserva forestal y apto para la producción de la miel y el propoleo de abeja, esto hace que comercialicemos mejor el PROPOMIEL, estaremos ubicados en dos puntos estratégicos de ventas, en plena plaza principal Villa de la Libertad en el Municipio Chulumani y el otro en la plaza 16 de Julio en el Municipio de Coripata.

La inversión para la apertura de la empresa “FLOR MAGDIEL”S.R.L. es de **1.007.459,10 Bs.** Con un 25% que nos facilitara un crédito el Banco de Desarrollo Productivo (BDP) de **251.864,78 Bs.** el interés será del 11.50% a un plazo de 5 años con un año de gracia y el pago es semestral, el resto con aportes propios de los socios con el 75% que es de **755.594,33 Bs.**

La tasa interna de retorno (TIR) alcanza a un **44,03%** y el valor actual neto (VAN) llega a los **209.617,9** lo que nos indica en el plan de negocio es que lograremos una rentabilidad positiva para la empresa.

Lo que podemos observar en nuestra empresa que el beneficio costo es de **1,27** como indicador nos muestra que mayor a 1 es rentable.

El punto de equilibrio anual en unidades alcanzara a **23.947**; y el punto de equilibrio anual en Bolivianos es de **1.436.819** es el monto que se requiere para cubrir los gastos y costos de la empresa para no obtener ni utilidad ni perdida y mantener estable la empresa.



CUADRO N° 1 FICHA METODOLÓGICA

CONCEPTO	DESARROLLO
Planteamiento del Problema	La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. presenta el PROPOMIEL un producto de calidad garantizado natural, alimenticio y saludable con precios accesibles para la familia yungueña.
Objetivo General	Determinar la rentabilidad económica de la creación de una Empresa de la producción de la miel y el propoleo de abeja para la elaboración y comercialización del PROPOMIEL en los Municipios de Chulumani y Coripata.
Objetivo Específico	<ul style="list-style-type: none">✪ Introducir al mercado un producto de calidad con precios accesibles.✪ Posicionar a la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. en los mercados de los Municipios de Chulumani y Coripata en corto y mediano plazo.✪ Incentivar a la población, el consumo del PROPOMIEL, porque tiene un alto valor en propiedades nutricionales, medicinales, ofreciendo al mercado un producto sano y natural para niños, jóvenes y adultos.✪ Generar empleos a pobladores de los municipios, mejorando sus ingresos económicos para sus familias y

	además capacitar constantemente para no tener deficiencias dentro y fuera de la empresa.
Justificación	“FLOR MAGDIEL” S.R.L. busca incrementar su producción y comercialización, beneficiando a las familias del sector de forma directa e indirecta, generando un movimiento económico importante por la producción de productos apícolas.
Aporte a la Ciencia Administrativa	Para alcanzar los objetivos propuestos por la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. se realizó una adecuada investigación de mercado, observando de cerca a la competencia, las barreras de entrada y salida, teniendo muy en cuenta el proceso de producción y las estrategias empresariales.
Delimitación Geográfica	La Empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L, estará ubicada en el departamento de La Paz, provincia Sud Yungas, Municipio Chulumani, Distrito 2 Huancané, Comunidad Sanani, para la comercialización se tiene dos sucursales en la capital de la provincia Sud Yungas Chulumani, ubicado en la plaza principal Villa de la Libertad y el otro en la segunda sección de la provincia Nor Yungas Coripata plaza principal 16 de Julio.

Fuente: Elaboración propia

1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Es una disciplina de conocimiento encargada de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas métodos y procedimientos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimientos. Orienta la manera que vamos a enfocar una investigación y la forma en que vamos a recolectar, analizar y clasificar los datos, con el objeto de que nuestros resultados tengan validez y pertinencia, en este sentido es también la parte de un proyecto de investigación donde se exponen y describen razonadamente los criterios adoptados en la elección de la metodología.

Este paso consistió en recopilar y analizar toda la información secundaria sobre la actividad económica dentro y fuera de ambos Municipios, en particular la información proveniente de los diagnósticos, Plan de Desarrollo Municipal (P.D.M.), información territorial, estudios, etc.

La información primaria, fue recolectada a través del método de la encuesta la cuál es el soporte principal de la fase de investigación cuantitativa y cualitativa pues esta debe gozar de alta confiabilidad.

El proyecto pretende dar apoyo como parte de un proceso inicial para avanzar en el corto plazo a ejecutarse apropiadamente en el proceso de producción, con una adecuada asistencia técnica, con recursos destinados a inversiones en infraestructura, equipos y colmenas, con el que se pretende optimizar la disponibilidad de los insumos con la mejora en los rendimientos, de la producción de la miel y el propoleo de abeja.

1.1. Planteamiento de problema

Determinamos que en los Municipios de Chulumani y Coripata, existe la necesidad de consumir alimentos sanos, naturales, nutritivos, entre ellos está la miel de abeja y el propoleo, lo cual existe la escases de la producción por la existencia del monocultivo de la hoja de coca. La demanda por el producto es amplia, su valor económico es excesivo y generalmente consumen los que tienen mayores ingresos, los demás lo tienen como un medicamento que está en las alturas donde no alcanzan los niños.

Por lo cual la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. presenta el PROPOMIEL un producto de calidad garantizado natural, alimenticio y saludable con precios accesibles para la familia yungueña.

1.2. Objetivo General

Determinar la rentabilidad económica de la creación de una empresa de la producción de la miel y el propoleo de abeja para la elaboración y comercialización del PROPOMIEL en los Municipios de Chulumani y Coripata.

1.3. Objetivo Especifico

- ❖ Introducir al mercado un producto de calidad con precios accesibles.
- ❖ Posicionar a la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. en los mercados de los Municipios de Chulumani y Coripata en corto y mediano plazo.

- ❖ Incentivar a la población, el consumo del PROPOMIEL, porque tiene un alto valor en propiedades nutricionales, medicinales, ofreciendo al mercado un producto sano y natural para niños jóvenes y adultos.
- ❖ Generar empleos a pobladores de los Municipios, mejorando sus ingresos económicos para sus familias y además capacitar constantemente para no tener deficiencias dentro y fuera de la Empresa.

1.4. Justificación

“FLOR MAGDIEL” S.R.L. Servicios Integrales Agro-ecológicos, es una empresa dedicada a la producción, acopio de la miel y el propoleo de abeja, para la comercialización del PROPOMIEL, la misma cuenta con un volumen de producción que según la información recabada abastecerá la creciente demanda del mercado local. Para ello la empresa cuenta con una estrategia de contingencia, productiva y de servicio, que abarcara dos Municipios, Chulumani Provincia Sud Yungas y Coripata Provincia Nor Yungas.

“FLOR MAGDIEL” S.R.L. busca incrementar su producción y comercialización, beneficiando a las familias del sector de forma directa e indirecta, generando un movimiento económico importante por la producción de productos apícolas.

Bajo un enfoque de cadena empresarial, muestra que la actividad es bastante sobresaliente en el interés de las familias, debido a que es una gran alternativa para mejorar sus ingresos sobre todo a los pequeños productores; y a esto se suma el gran beneficio que trae a los cultivos con la polinización.

1.5. Aporte a la Ciencia Administrativa

El proceso administrativo le da vida a un emprendimiento lo cual nos ayudan a planificar, organizar, dirigir y controlar de manera eficiente, para mejorar constantemente en la organización, producción, distribución y en el financiamiento, etc. La manera de encontrar soluciones dentro y fuera de la empresa son los sistemas de entrada, proceso, salida y retroalimentación.

Para alcanzar los objetivos propuestos por la empresa, “FLOR MAGDIEL” S. R. L. realizó una adecuada investigación de mercado, observando de cerca a la competencia, las barreras de entrada y salida, teniendo muy en cuenta el proceso de producción y las estrategias empresariales.

1.6. Delimitación Geográfica

La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L, estará ubicada en el departamento de La Paz, Provincia Sud Yungas, Municipio Chulumani, Distrito 2 Huancané, Comunidad Sanani, para la comercialización se tiene dos sucursales en la capital de la Provincia Sud Yungas Chulumani ubicado en la plaza principal Villa de la Libertad y el otro en la segunda sección de la Provincia Nor Yungas Coripata plaza principal 16 de Julio.

Según el último censo de 2012 extraídos del INE, Chulumani cuenta con una población de 17.694 habitantes. La región es conocida como productora de coca, cítricos y café; tiene una altitud promedio de 1740 msnm, se encuentra a 123 km de la capital del departamento y se llega en aproximadamente cuatro horas.

Por su parte, éste Municipio limita al Norte con Coripata de la Provincia Nor Yungas, y parte de quinta sección con la Asunta; al Este con la segunda sección Irupana, al Oeste con la tercera sección Yanacachi y al Sur con la segunda sección Irupana.

Según el último censo de 2012 extraídos del INE, Coripata cuenta con una población de 14.565 habitantes. Se encuentra ubicado a 116 km de la ciudad de La Paz, capital del departamento, y se halla a 1.750 msnm con una temperatura promedio de 25 °C. Caracterizado de la misma manera como zona productora de la sagrada hoja de coca, cítricos y café.





2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

El negocio es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando a su vez, a los vendedores. La administración de dichas funciones productivas está a cargo de empresarios y propietarios individuales, quienes a su vez se encargan de organizar y dirigir las industrias, buscando obtener un beneficio económico.²

2.1. NATURALEZA DE LA EMPRESA

La ejecución de nuestra empresa llamada así, “FLOR MAGDIEL” S.R.L. dedicada a la “PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PROPOMIEL A BASE DE LA MIEL Y EL PROPOLEO DE ABEJA” determinándose como Sociedad de Responsabilidad Limitada SRL, es un tipo de sociedad comercial regulada por el código de comercio boliviano, cuya principal característica es la participación de los socios en la misma a través de cuotas de capital, y su responsabilidad limita al valor de sus aportes.

Por este motivo la empresa brindará un producto alimenticio, saludable y natural, con un costo accesible, de calidad, acordes a los ingresos, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, en los Municipios de Chulumani y Coripata.

² AUTORES: JULIAN PEREZ PORTO Y ANA GARDEY. PUBLICADO 2009
(<http://definicion.de/negocio/>)

2.2. EL CONCEPTO DEL NEGOCIO

La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. dedicada a la producción y comercialización del PROPOMIEL a base de la miel y el propoleo de abeja, estos dos productos al unir en uno solo hacen que sean tres veces más alimenticios, saludables y medicinales, por el mismo surge la necesidad y la demanda de consumir alimentos sanos y naturales propios del lugar, que de alguna manera ayudaremos a la seguridad alimentaria de los Municipios de Chulumani y Coripata.

Este producto está enfocado a la garantía de calidad del producto además de ser un producto natural que no tiene fecha de vencimiento y mantendremos fuertes los vínculos con nuestros consumidores y distribuidores teniendo puntos estratégicos de ventas para fomentar el consumo de nuestros productos y entrega a su debido tiempo al cliente, la producción y la logística son apoyados por el proveedor con las herramientas e insumos para la producción del PROPOMIEL.

También se pretende crear juntos con nuestros clientes, una cultura de consumir productos sanos y naturales, que de alguna manera existen muchas formas de llegar al consumidor final, se mantendrá la publicidad de boca a boca, promocionando el producto por los medios de comunicación, poniendo a su disposición el “PROPOMIEL” con un alto valor nutricional y medicinal.

2.3. EL PRODUCTO

La miel

Se entiende por la miel al producto alimenticio pre digerido y producido por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores o de las secreciones procedentes de partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que quedan sobre partes vivas de las plantas, que las abejas recogen, transforman, combinan con sustancias específicas propias y almacenan y dejan madurar en los panales de la colmena. La miel es una solución concentrada de azúcares con predominancia de glucosa y fructosa. Contiene además una mezcla compleja de otros hidratos de carbono, enzimas, aminoácidos, ácidos orgánicos, minerales, sustancias aromáticas, pigmentos, cera y granos de polen. El sabor de la miel es muy variable, depende esencialmente de las flores de las que se recoge el néctar. La miel contiene más de 200 sustancias diferentes.

BENEFICIOS

- En general tiene un rico sabor, es estimulante, alimento y medicinal.
- Su principal beneficio se encuentra en sus propiedades antibacteriales, antiinflamatorias, antisépticas y calmantes.
- Proporciona y beneficia con más energía para nuestras actividades físicas diarias.
- La miel con limón alivia las molestias de la garganta, la tos y baja la fiebre.
- Ayuda a las personas que sufren de úlceras gástricas.
- La miel te ayuda a mantenerte alejado de las infecciones debido a sus propiedades antisépticas.
- Las heridas y quemaduras también se cura con miel de abeja.

- Es un alimento prebiótico que contiene oligosacáridos propios que aumenta la población de la flora bacteriana de forma natural, mejorando la salud digestiva y del sistema inmunológico.

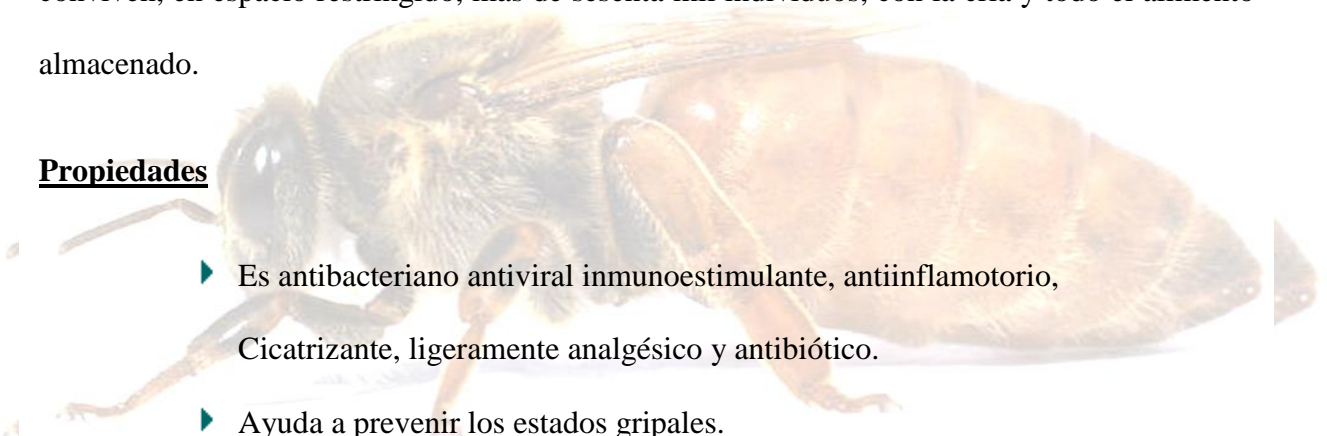
El Propoleo

Es una sustancia resinosa que recogen las abejas, de las yemas de algunos árboles, con que cierran rendijas, pegan cuadros, cubren paredes e insectos que mueren dentro la colmena por defensa.

Las abejas tienen en el propóleo la garantía de asepsia en el interior de la colmena, donde conviven, en espacio restringido, más de sesenta mil individuos, con la cría y todo el alimento almacenado.

Propiedades

- ▶ Es antibacteriano antiviral inmunoestimulante, antiinflamatorio, Cicatrizante, ligeramente analgésico y antibiótico.
- ▶ Ayuda a prevenir los estados gripales.
- ▶ Ayuda a prevenir las caries.
- ▶ Ayuda a regularizar tu tensión arterial.
- ▶ Ayuda a prevenir los parásitos.
- ▶ Ayuda a tratar quemaduras y heridas en la piel.
- ▶ Ayuda a mejorar tu sistema circulatorio.
- ▶ Ayuda a prevenir la gastritis y el asma.
- ▶ Es un conservante natural.



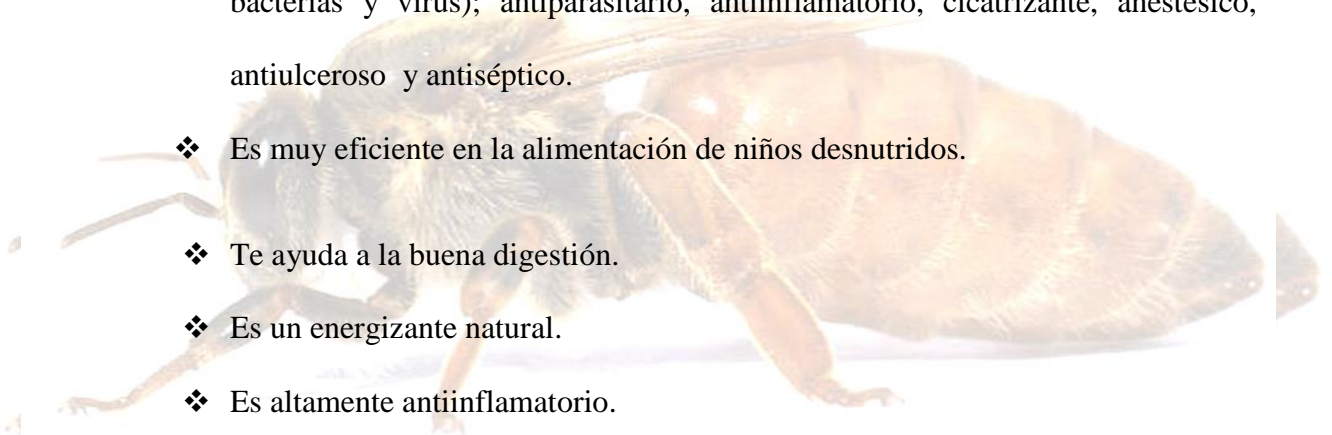
2.4. SU GENERACION DE VALOR

PROPOMIEL

miel y el propoleo de abeja, generando un alto valor nutricional y con propiedades medicinales.

PROPIEDADES

- ❖ Es un potente suplemento nutricional.
- ❖ Protector del organismo; es decir, es un antimicrobiano (combate hongos, bacterias y virus); antiparasitario, antiinflamatorio, cicatrizante, anestésico, antiulceroso y antiséptico.
- ❖ Es muy eficiente en la alimentación de niños desnutridos.
- ❖ Te ayuda a la buena digestión.
- ❖ Es un energizante natural.
- ❖ Es altamente antiinflamatorio.
- ❖ Tonificador de la piel.
- ❖ Ayuda a prevenir enfermedades gastrointestinales.
- ❖ Cicatrizante de heridas.
- ❖ Ayuda a mejorar tu sistema circulatorio.



2.5. MISIÓN

La empresa se dedica a ofrecer un producto natural a bajo costo, el cual debe cumplir con los requisitos de sabor, calidad, y textura de la producción de “LA MIEL Y EL PROPOLEO DE ABEJA” está identificado como un solo producto en la comercialización del “PROPOMIEL”, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.

2.6. VISIÓN

Ser una empresa competitiva, confiable y de prestigio en el mercado para desarrollarnos a futuro con la expansión y crecimiento a nivel regional, departamental y nacional.

2.7. VALORES Y CLAVES DE SU GESTIÓN EMPRESARIAL

VALORES

- **Interés por la alimentación y salud de los consumidores.**

Nuestra Empresa concientizará con la alimentación y la salud de sus clientes, esto será un interés especial para ofrecer nuestros productos.

- **Compromiso con la calidad.**

Hacer cumplir con todas las asignaciones y responsabilidades a nuestro personal de trabajo de todo el proceso de producción y de comercialización.

- **Honestidad y Transparencia.**

Siempre debemos creer y confiar en los demás así la empresa obtendrá una relación laboral transparente.



- **Respeto.**

Respeto a sí mismo y a los demás, saber dar y recibir opiniones y valorar los intereses y necesidades de los demás.

- **Trabajo en equipo.**

El trabajo en equipo, crear sinergia, además de aprovechar las diferencias entre nosotros ya que estas son fuentes de creatividad.

- **Responsabilidad.**

Estaremos comprometidos con la responsabilidad de nuestra empresa, con el fin de mantener estables principalmente en los primeros años en todo el proceso de planificación, organización, dirección y control.

CLAVES DE GESTIÓN

- ❖ **Innovación.**

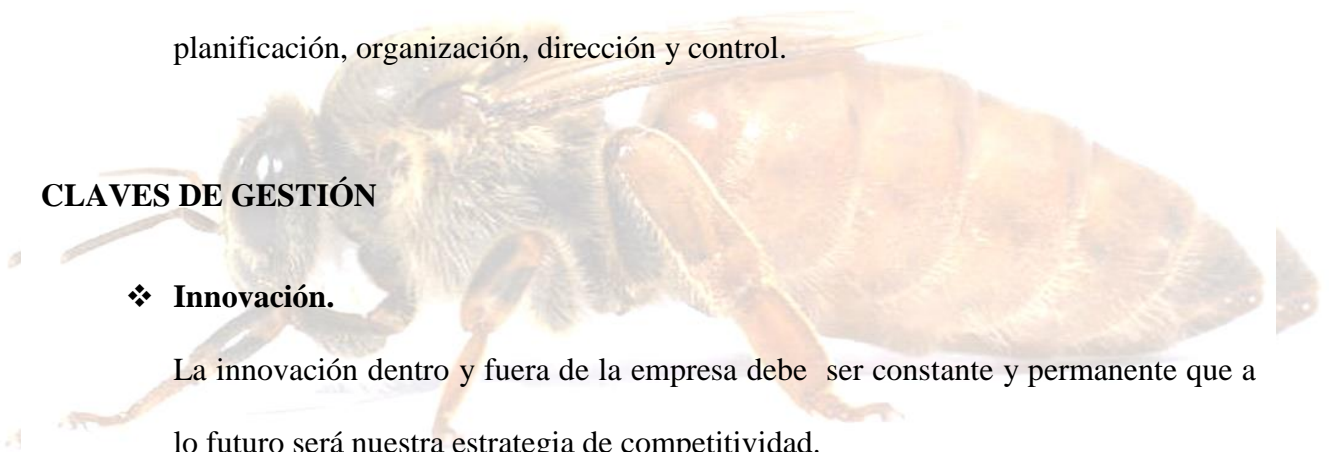
La innovación dentro y fuera de la empresa debe ser constante y permanente que a lo futuro será nuestra estrategia de competitividad.

- ❖ **Aceptar las sugerencias y observaciones de los trabajadores**

Aceptaremos siempre cualquier sugerencia que tengan nuestro personal y porque no de nuestros clientes, estamos dispuestos a escuchar.

- ❖ **Anticipación**

La anticipación siempre es buena a los hechos, porque ya tienes un plan de contingencia a lo que se puede venir, y no esperar el último momento, la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. Será muy cuidadoso en ese ámbito para ser siempre competitivos.



2.8. LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.

La información sobre la producción de la miel y el propoleo de abeja, es un tema de amplio conocimiento y se capacitará constantemente al personal de trabajo en sus distintas áreas que le competen al rubro que brinda nuestra empresa, para su comercialización del producto PROPOMIEL y su aceptación como valor agregado con un alto nivel alimenticio y propiedades medicinales.

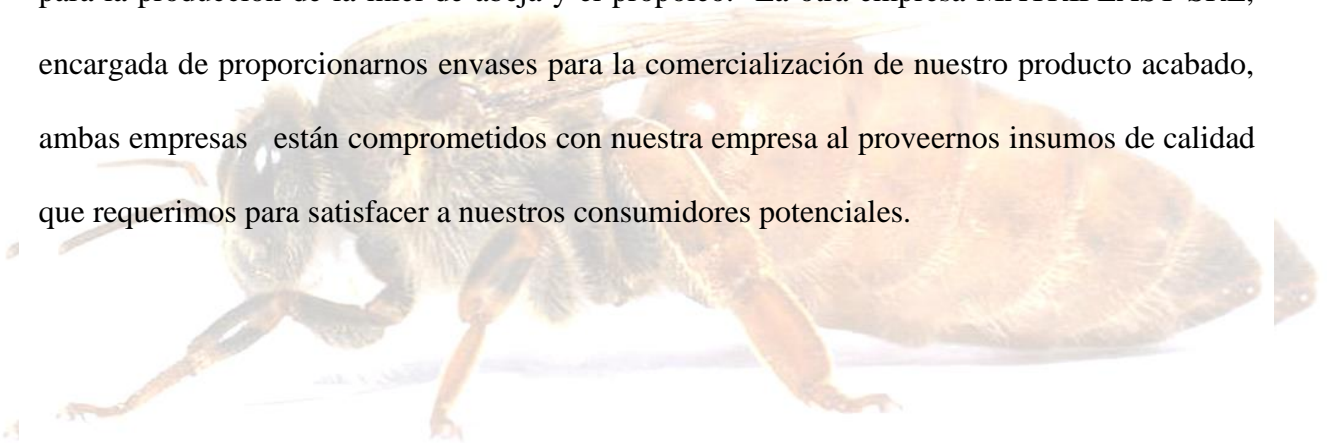
Proceso de producción: Es de conocimiento que las abejas melíferas es nuestra principal materia prima, para iniciar la producción, se debe instalar las colmenas en un lugar propicio dentro del apiario donde exista mayor floración, alejado mínimo de 200 metros de donde viven las familias, es bueno obtener equipos e insumos garantizados mano de obra calificada para la producción de la miel y el propoleo de abeja, luego posteriormente se comercializará el producto acabado PROPOMIEL de calidad a un precio accesible para toda la familia.

Tecnología: El conocimiento de la obtención y manipuleo de las herramientas a utilizar a momento de realizar la instalación de los apiarios, en la entrada del proceso productivo, la verificación y cuidado de los mismos en la transformación de los insumos, adyacente a ello la alimentación artificial en temporadas de lluvia y en invierno, proporcionar el estimulador o suplemento, “jarabe de azúcar” a las abejas con el objeto de que no disminuya la capacidad productiva.

Demanda: La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. realizó un estudio de mercado según el censo 2012 en los Municipios de Chulumani con un número de población 17.694 habitantes y

de Coripata con un número de población 14.565 habitantes, que nos facilitó a emprender la idea de negocio del producto “PROPOMIEL”, la ubicación de nuestro punto de venta es estratégica, ubicado en la plaza principal “Villa de la Libertad” Chulumani y plaza principal 16 de julio Coripata. Según nuestros posibles consumidores están dispuestos a pagar un buen precio por un producto de calidad, garantizado, que nos permite competir con las competencias directas e indirectas.

Clúster: Tenemos nuestros proveedores estratégicos de manera vertical, como la empresa “TOCORANI” SRL, encargada de brindarnos la materia prima y los insumos de buena calidad para la producción de la miel de abeja y el propoleo. La otra empresa MATRIPLAST SRL, encargada de proporcionarnos envases para la comercialización de nuestro producto acabado, ambas empresas están comprometidos con nuestra empresa al proveernos insumos de calidad que requerimos para satisfacer a nuestros consumidores potenciales.



ANÁLISIS FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
Fortaleza	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Terreno adecuado para la producción de la miel y el propoleo de abeja. • La elaboración del PROPOMIEL de abeja es 100% natural. • Herramientas y equipos calificados. • Atención personalizada y rápida al cliente. • Insumos de buena calidad. • Infraestructura propia. • Personal actualizado y capacitado. • Mantendremos fuertes los vínculos con nuestros consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación en el mercado local. • La adquisición de consumir productos naturales se está concientizando. • La venta directa e indirecta de nuestro producto. • Genera fuentes de empleos directos e indirectamente. • Ubicación estratégica del punto de venta. • Políticas dentro los Municipios que favorecen a Empresas locales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Escasa floración por el exceso de plantación de la hoja de coca. • La falta de interés para producir de pequeños productores para el acopio de la miel y el propoleo de abeja. • Subida de precios a las herramientas y equipo de trabajo, que hacen variar el financiamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fenómenos climáticos que afecten la producción de la miel y propoleo de abeja. • Ingreso de nuevos posibles competidores. • Plagas y enfermedades que afecten a la producción de la miel de abeja. • Destrozos de personas ajenas mal intencionadas.

Fuente: Elaboración propia



3. MERCADO

El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas. Tiene como origen en la antigüedad, incluso antes de la aparición del dinero. En aquellos momentos las transacciones se hacían en base a intercambios, luego al aparecer el dinero el mercado evolucionó hasta lo que conocemos hoy en día la ley de la demanda y de la oferta.

En un mercado perfecto, los precios de los bienes y servicios son fijados por la oferta y demanda.³

3.1. PRODUCTO MERCADOTÉCNICO

La mercadotecnia aplicada hacia nuestro producto lo realizamos con las 4Ps, estos instrumentos se consideran controlables porque pueden modificarse.

- **PRODUCTO:** será elaborado de la miel y propoleo de abeja para combinar eficientemente el PROPOMIEL que estarán en envases de plásticos de 1 kilo ½ kilo ¼ kilo con lana o entretapa, tapa y etiqueta reconocible con el nombre de la empresa.
- **PRECIO:** está tomada en cuenta la economía de cada familia, por lo cual tenemos tres tipos de presentación de los precios 1 kilo a 60Bs. ½ kilo 35Bs. ¼ kilo 20Bs. que es accesible para todas las personas que nos visitan a la empresa.

³ Economía.WS-diseño y contenido registrado.

- **PLAZA O DISTRIBUCIÓN:** estaremos abarcando desde la venta directa “**cliente directo**”, como también a los clientes minoristas o mayoristas para ingresar al mercado de manera simultáneamente.
- **PROMOCIÓN:** las actividades promocionales serán por medios de comunicación Radio Yungas y Jallalla Coca, para mantener la fidelidad de nuestros clientes que existe en los Municipios de Chulumani y Coripata, priorizando las ventas mayores de la compra de paquetes. “de tres productos de PROPOMIEL de 1 kilo te llevas uno de regalo de ¼ kilo a inicios de actividades es un método de ganar más cliente para la empresa.”

3.2. CONSUMIDOR

El estudio del comportamiento del consumidor se centra en el conjunto de actos de los individuos que se relacionan directamente con la obtención, uso y consumo de bienes. En los mercados de los Municipios de Chulumani y Coripata se identificó los cambios del entorno y el aumento de las exigencias de los consumidores, que al momento de la compra ellos son muy estrictos, desconfiados y necesitan un producto de calidad y contextura a simple vista o en la presentación del producto.

“FLOR MAGDIEL” S.R.L. percibió la actitud del consumidor que se enfocará a las amas de casas, niños, padres de familia y personas de la tercera edad de los Municipios de Chulumani y Coripata porque son ellos los que requieren mantenerse sanos y fuertes con productos naturales.

3.3. SATISFACCIÓN DE NECESIDADES Y/O DESEOS

Las familias saben que el producto es alimenticio, saludable, medicinal y que está elaborado bajo las estrictas normas de calidad para su consumo. Por lo mismo el cliente busca el producto al alcance de su necesidad.

La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L satisface necesidades y deseos a las amas de casas, los niños, padres de familia y personas de la tercera edad en cuanto a la calidad, contextura y precio accesible para cada tipo de cliente.

ANÁLISIS DE LA SITUACION EXTERNA

A nivel mundial Bolivia ocupa el puesto número 87 de un total de 145 países productores. En América latina solo supera a países como Venezuela y Honduras.

En el análisis del mercado de la miel es importante ver si la producción nacional abastece el consumo interno, entendiendo que mercado total de la miel en Bolivia es igual a la producción nacional más las importaciones pero menos las exportaciones. En el cuadro que sigue se evidencia claramente que las importaciones de miel son muy importantes, aunque los datos estadísticos disponibles solo se identificó hasta el año 2006, configura claramente el flujo de la miel desde el exterior, donde el país que más producción de miel coloca en Bolivia es Argentina con aproximadamente 52 TM/año, situación que se confirma con aplicación de las compras realizada a los diferentes punto de venta importantes en los dos departamentos en estudio del país.

Tabla 1
BOLIVIA: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN KG.

AÑO	BRASIL	CANADA	COLOMBIA	CHILE	CHINA	ESTADOS UNIDOS	ITALIA	MEXICO	PAISES NUEVOS	REINO UNIDO	ARGENTINA
1999			20	1632		3405				74	7530
2000	457			500		8037					51183
2001	258			128		1634					75987
2002	570					945	201				44423
2003	671			57		1044	37	235			29202
2004	617	130	2			4259			8		14452
2005	64		10	53	30	3569					45410
2006	126	186	5	27	17	3328					51889

Los registros estadísticos demuestran también que el departamento que más importa miel a Argentina es Tarija, que en el año 2006 importaba el 93% de la miel importada desde Argentina.

Tabla 2
BOLIVIA: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES SEGÚN
DEPARTAMENTOS EN KG.

AÑO	LA PAZ	COCHABAMBA	ORURO	POTOSI	TARIJA	SANTA CRUZ
1999	20	2466	1632		7530	1013
2000	883				51137	8157
2001	967	570		17066	58921	483
2002	588	378			44423	750
2003	959	8			29202	1077
2004	4159	110	130		14452	617
2005	798	2240			45410	688
2006	481	684	11		51882	2520
%	0.75%	2.97%	0.02%		93.20%	3.06%

También Cochabamba se ha posicionado en todo el país como la región de mayor y mejor producción de la miel. Anualmente, los apicultores del departamento producen alrededor de 155 toneladas de miel, seguido, no muy de lejos, por Chuquisaca con 154 toneladas, Santa Cruz, Tarija y La Paz son los que continúan esta vocación.⁴

3.4. POTENCIAL DE MERCADO

La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. ha identificado la estructura y requerimientos de los diferentes canales de distribución (farmacias, médicos naturistas, supermercados, mercados, tiendas especializadas, salones de belleza, spa, entre otros).

También conocemos los hábitos de los consumidores en cuanto a las preferencias sobre el consumo del PROPOMIEL y sus derivados.

⁴ Estos datos fueron extraídos del diagnóstico realizado en 2011 por la FAO y el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT), que viene preparando los resultados del último Diagnóstico actualizado

La empresa tendrá la capacidad de instalar 200 colmenas de abejas, basado en la estimación del programa de producción y además el lugar donde se instalara el apiario está de acuerdo a la floración que existe, por ser una reserva forestal.

Se ha estudiado las estaciones del año, por lo visto en época de frío y de lluvia se disminuye la producción y para esto estamos considerando el plan de contingencia con el fin de realizar el acopio a los pequeños productores apicultores individuales que son de alguna manera nuestra competencia directa, pero ellos tienen la debilidad que se dedican poco a la apicultura, pero más a la producción de la coca, entonces nosotros adquiriremos la miel y el propóleo para no perder a nuestros clientes y así satisfacer las necesidades a los consumidores en la temporada de invierno o en verano es donde más requieren el producto.

3.5. LA COMPETENCIA

Por lo cual hemos verificado cuidadosamente a la competencia regional, según el Informe Final del Programa Apícola de los Yungas de La Paz del Viceministerio de Coca y Desarrollo Integral (2013), las características climáticas favorables, la variada cobertura vegetal con floración nativa e introducida, existencia de fuentes de agua, topografía apta para crianza de abejas de tipo *Apis mellíferas*, el material biológico (raza de abejas) adaptado a estos medios, son factores relevantes que permiten a los productores apícolas de la región dedicarse a este rubro y obtener beneficios económicos de esta actividad.

Sin embargo es necesario mapear en cada Municipios o zonas y comunidades potenciales, puesto que en el diagnóstico se ha identificado que no todas las zonas tienen el mismo

potencial debido a la oferta floral que presentan, siendo una debilidad en algunas zonas la corta floración y estacionalidad, así como la baja intensidad de floración.

Aparte de la miel y el propoleo existe referencia de que algunos pequeños productores están incursionando con la producción de otros productos de la colmena que son más exigentes, además especializados como la jalea real, el polen y la apitoxina para la apiterapia.

En general la región yungueña representa un área con potencial para el desarrollo del sector apícola, donde se estima que podrían aprovecharse alrededor de unos 3000 km², que albergarían unas 12.000 colmenas, cifra muy superior respecto a las 10.816 colmenas actuales.

En el cuadro 3 se muestra la producción de miel en los Municipios de los Yungas de La Paz.

Tabla 3
PRODUCCIÓN DE MIEL DE ABEJAS EN LOS YUNGAS DE LA PAZ

MUNICIPIO	NUMERO DE COLMENAS	PRODUCCIÓN (TM)	RENDIMIENTO (kg/colmena/año)
Chulumani	1.370	14,97	13,2
Irupana	1.372	22,9	20,1
Coroico	1.489	28,25	19,8
Coripata	1.522	22,06	21,4
Yanacachi	240	2,3	13,2
La Asunta	601	5,3	12,1
Cajuata	413	7,8	20,7
Licoma	360	7,8	24,2
Caranavi	2.308	19,6	12,3
Palos Blancos	678	13,9	25,3
Apolo	463	8,2	20,5
TOTAL	10.816	153	18.4

Fuente: Programa regional de desarrollo apícola Yungas de La Paz 2013

- **Competencia indirecta.**

Se puede observar que para nuestra empresa existe competencia indirecta en cantidades mínimas que no son beneficiosas como el PROPOMIEL, es simplemente la satisfacción de endulzar el gusto, pero no así para nuestro alimento ni menos como medicina, claro ejemplo el azúcar y la estevia, las personas cada vez más toman en cuenta la salubridad de la familia en pocas cantidades pero ya están conscientes de lo que ofrecemos al mercado con el fin de mejorar su alimentación y la salud de las personas.

- **Competencia directa**

Según el estudio de mercado que se realizó para la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. determinamos que no tiene competencia directa masiva porque se verifico que no existen empresas ni pequeños negocios que se dediquen al rubro de comercializar el PROPOMIEL, pero se puede observar que hay en poca cantidad la venta de la miel y el propoleo de abeja.

Somos la primera empresa de innovar en el mercado tanto en los Municipios de Chulumani y Coripata con la producción y comercialización de buena calidad y textura del PROPOMIEL obtenida por la diversidad de la floración que enriquece al producto y le da un valor esencial, agradable y de buen gusto para nuestros clientes.

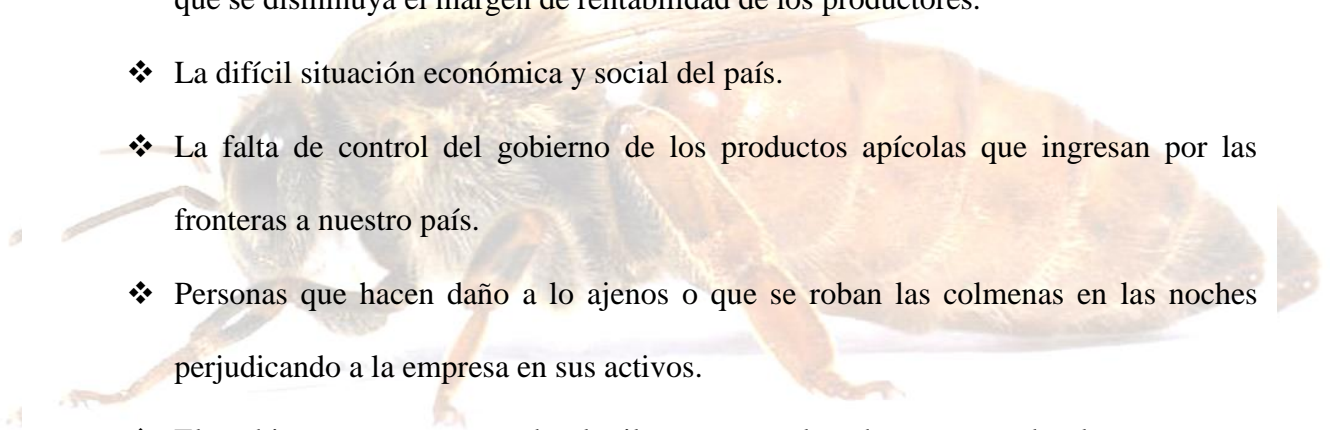
Las competencias directas e indirectas no estarían afectando mucho porque seremos la única empresa que comercializara el nuevo producto PROPOMIEL con un alto valor nutricional y

con propiedades medicinales, también estará constituido todo el año como empresa y no desaparecerá como los pequeños productores que simplemente venden miel o propoleo de abeja en temporadas.

3.6. BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA

Estas son algunas limitaciones que impiden que una empresa de productos apícolas se inicie en el mercado.

- ❖ El estado crea o incrementa impuestos a los que proveen materias primas esto hace que se disminuya el margen de rentabilidad de los productores.
- ❖ La difícil situación económica y social del país.
- ❖ La falta de control del gobierno de los productos apícolas que ingresan por las fronteras a nuestro país.
- ❖ Personas que hacen daño a lo ajeno o que se roban las colmenas en las noches perjudicando a la empresa en sus activos.
- ❖ El ambiente que se pretende alquilar es muy elevado su costo de alguna manera afecta a nuestra inversión y nos limita de poder invertir más de lo que ofrecemos como empresa.
- ❖ Las personas que hacen daño al producto con adulteraciones a la miel de abeja, hacen cada vez más que desconfíen al comprar los clientes.

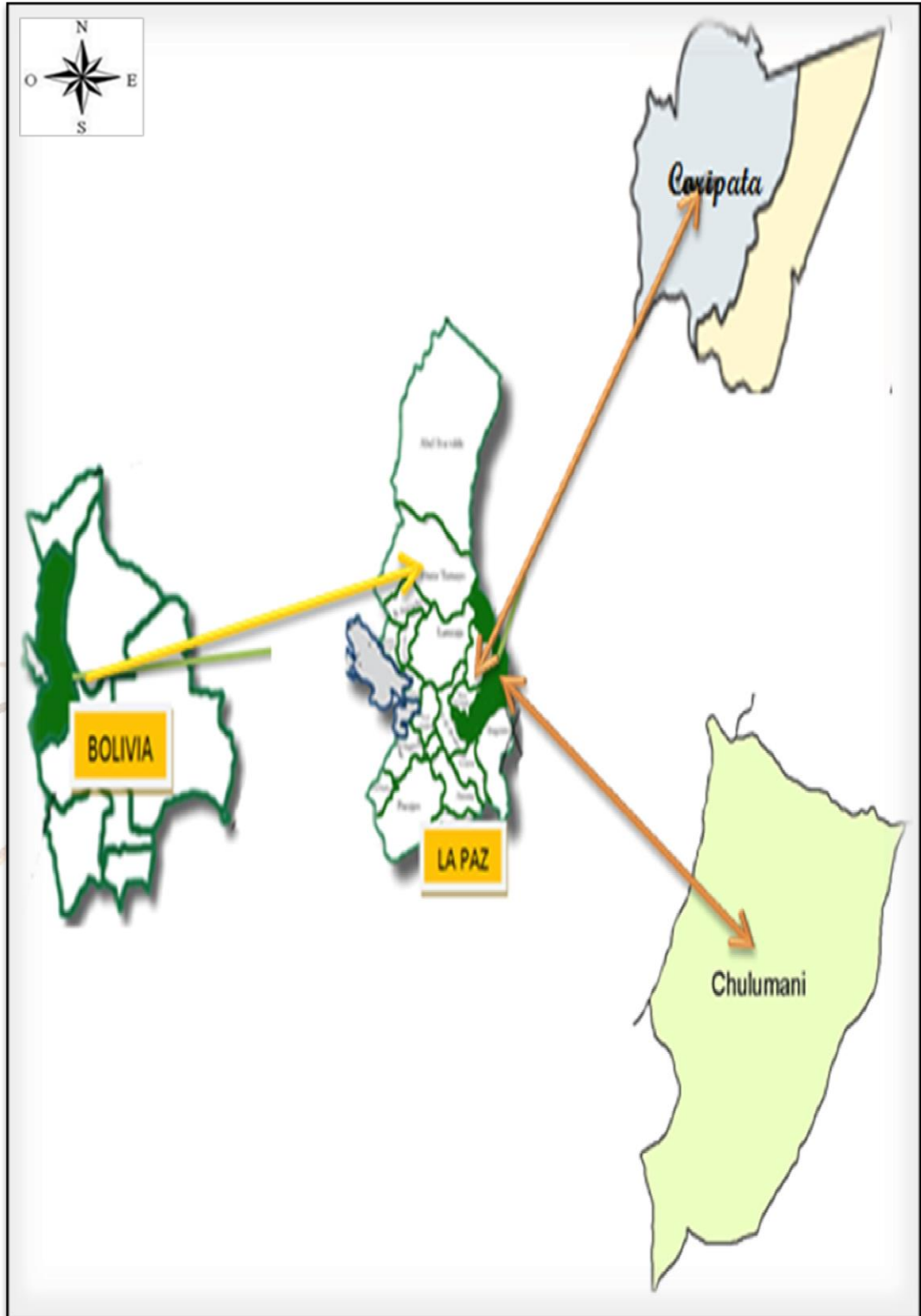


3.7. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El segmento de mercado al que nos hemos dirigido, es a los Municipios de Chulumani y Coripata, porque serán los mercados potenciales para la comercialización del PROPOMIEL.

También podemos observar mediante nuestro estudio de mercado, que a las personas entrevistadas les gustó la idea de establecer una empresa, para la venta de nuestro producto todo el año y estarían dispuestos a adquirirlo en sus diferentes tipos de presentación, porque a ellos les pareció muy interesante los precios accesibles para toda la familia.





3.8. PARTICIPACIÓN DE MERCADO

La participación de nuestro producto en los mercados de los Municipios de Chulumani y Coripata, son aceptados en un 80% significa que comprarían el PROPOMIEL para satisfacer sus necesidades como alimento y propiedades medicinales.

El 20% no quedo tan conforme, les pareció un sabor distinto y no lograron encontrar el gusto porque es nuevo el producto.

3.9. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para determinar el marco del muestreo se hará el uso de información de datos por el INE (Instituto Nacional de Estadística) según el censo 2012.

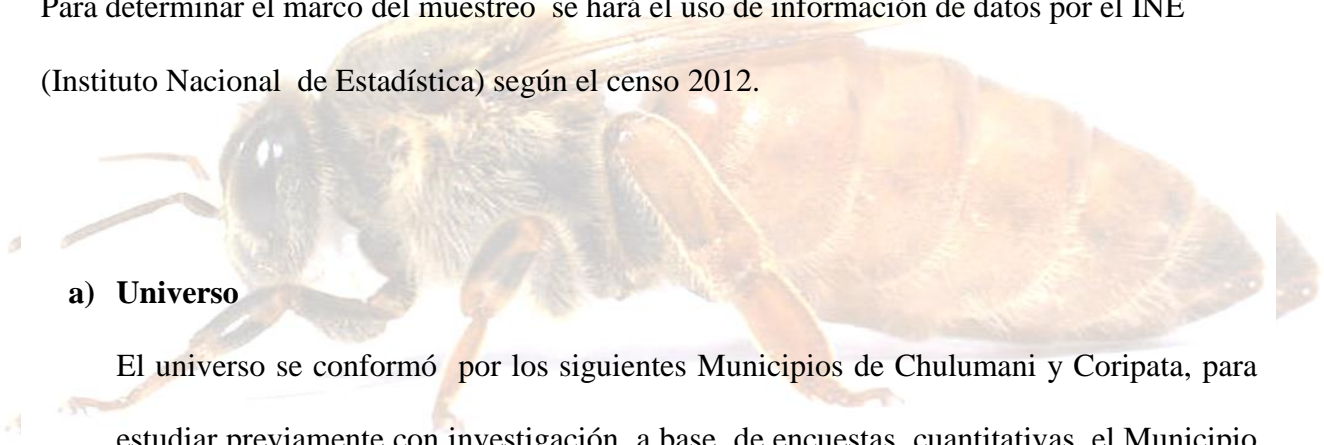
a) Universo

El universo se conformó por los siguientes Municipios de Chulumani y Coripata, para estudiar previamente con investigación a base de encuestas cuantitativas, el Municipio de Chulumani cuenta con una población 17.694 habitantes y el Municipio de Coripata cuenta con una población de 14.565 habitantes, se tomó en cuenta de 32.259 habitantes en los dos Municipios.

b) Tamaño de la muestra

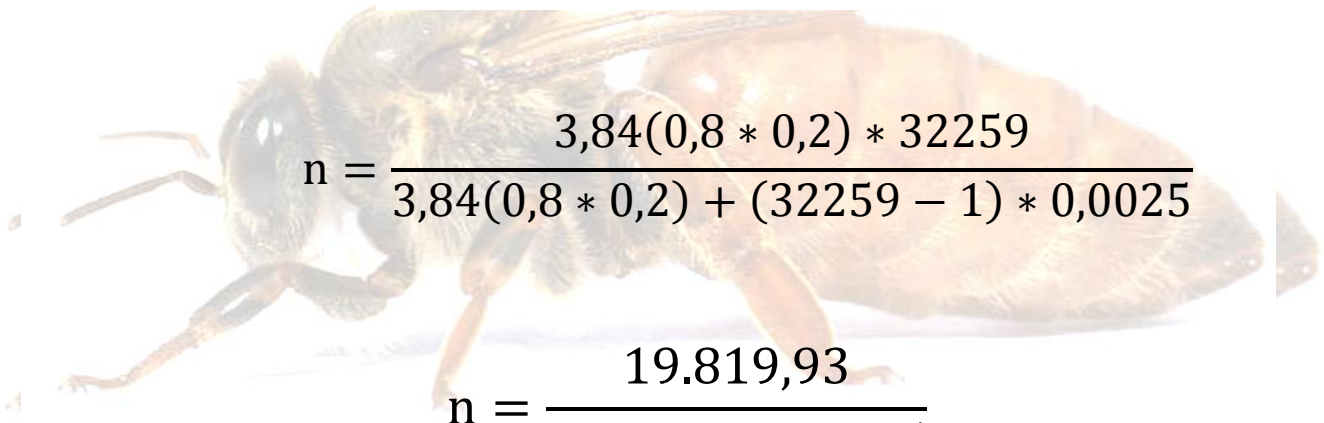
El tamaño de la muestra se determinó según el estudio de mercado en base al análisis cuantitativo, específicamente a través de encuestas personales.

Dónde:



- Z= Margen de confiabilidad = 95% (3,84 Valor en tablas)
- e= Error de estimación = 5% (0,0025 valor en tablas)
- N= Universo poblacional = 32.259 personas (valor extraído del INE)
- n= Tamaño de la muestra
- p= Probabilidad de que el evento ocurra = 0.8
- q= Probabilidad de que el evento no ocurra = 0.2

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


$$n = \frac{3,84(0,8 * 0,2) * 32259}{3,84(0,8 * 0,2) + (32259 - 1) * 0,0025}$$

$$n = \frac{19.819,93}{0,6144 + 80,645}$$

$$n = 244 \text{ encuestas}$$

c) Método de recolección de datos

➤ Método deductivo

Hemos empleado el método deductivo porque se quiere demostrar el resultado de la recolección de datos de una forma atenta, observando y analizando datos que nos ayudara a obtener información específica, por lo mismo con este método obtenemos una investigación de lo general a lo específico.

➤ Fuentes primarias

Para realizar la recolección de datos para el presente estudio se hizo uso del mecanismo de la encuesta con preguntas abiertas, cerradas y opcionales y se entrevistó durante 16 días de ferias, estos días son donde más concentración de personas existe la mayoría son amas de casas, padres de familia y personas de la tercera edad y al mismo tiempo pudimos identificar a nuestros posibles consumidores, tanto como en el Municipio de Chulumani y Coripata.

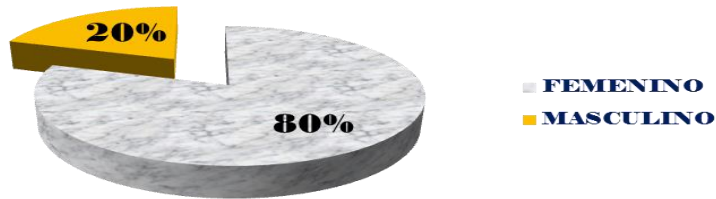
3.10. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Nuestra empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. tomará en cuenta las opiniones de las personas, porque depende de las respuestas de los encuestados para ofrecer nuestro producto al mercado.

De acuerdo a las encuestas realizadas se logró obtener las gráficas con las siguientes expectativas.

Gráfico 1

**PERSONAS ENCUESTADAS? 25-49 a
50-65 años de edad**



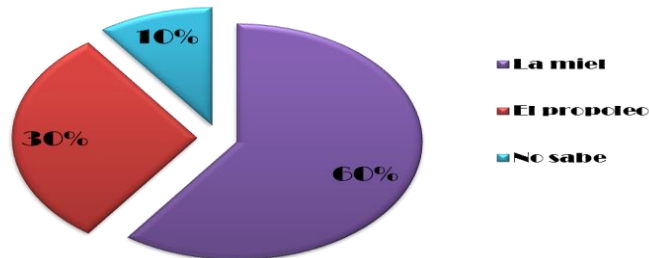
Según el resultado obtenido de las encuestas realizadas entre las edades de un promedio de 25 a 49 años son más mujeres que varones y de 50 a 65 años edad son personas de la tercera.

Esto significa que de las 244 personas encuestadas, un promedio de 100% de personas encuestadas el 80% de las encuestadas son mujeres entre ellas amas de casa, madres solteras, oficinistas y otros, que estas aceptan un producto sano y natural que se comercializara en los Municipios de Chulumani y Coripata.

El 20% son personas del género masculino que dicen, si consumieran el producto seria por alguna enfermedad, pero si de alguna manera estarían consumiendo el producto.

Gráfico 2

**SABE USTED SOBRE LAS PROPIEDADES
BENEFICIOSAS DE LA MIEL Y EL
PROPOLEO DE ABEJA?**



Según el estudio determinado en un 60% de las personas, conocen las propiedades beneficiosas y bondades de la miel de abeja, lo cual en un 30% de alguna manera conocen las propiedades beneficiosas del propoleo pero no todos lo aplican.

Y el 10% poco sabe lo que tiene la miel en sus propiedades y el propoleo de abeja solo consume por enfermedades respiratorias a veces cuando lo necesitan.

Gráfico 3



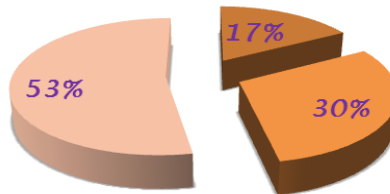
En el grafico nos muestra que el 83% de las personas le gustaría probar la miel con el propoleo porque dicen que ya no sentirían tanto el picante amargo del propoleo.

El 17% no les gustaría porque piensan que se podía vender más costosa y además dijeron que no comercializan de esa manera.

Gráfico 4

Usted cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto del propomiel?

■ 1 kilo 60 bs. ■ 1/2 kilo 35 bs. ■ 1/4 kilo 20 bs.

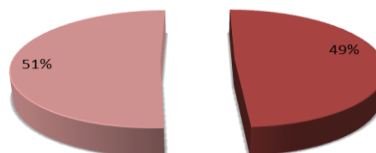


La empresa “FLOR MAGDIEL”S.R.L. presentará en 3 formas de envase para su comercialización el producto llamado PROPOMIEL, tiene un costo de ¼ kilo a 20 bs, que un 53% de las personas lo prefieren porque es más comercial y accesible al bolsillo del cliente. El de ½ kilo a 35bs el 30% lo adquieren porque es más familiar y de consumo medio que prefieren por el precio que es adecuado para las familias. El de 1 kilo a 60bs en un 17% prefieren las familias con mayor ingreso económico no importa cuánto cueste ellos pagan por el producto.

Gráfico 5

EN QUE EPOCAS DEL AÑO SE LE HACE MAS DIFICIL CONSEGUIR EL PROPOMIEL?

■ en épocas de lluvia ■ en épocas de invierno



El 51% dijeron que en épocas de invierno porque es escasa el producto en el mercado y es mas donde lo necesitan especialmente para la salubridad de las personas.

El 49% dijeron en lluvia porque reduce la producción y sube su costo, lo necesitan para sus familias y contrarrestar enfermedades especialmente en niños por los cambios climáticos constantes en mencionada temporada.

Gráfico 9



- ❖ Un 90% de la población encuestada les pareció una buena idea de la apertura de una empresa en los Municipio de Chulumani y Coripata y es muy favorable para nosotros como emprendedores, porque no se tiene ninguna otra empresa que se dedique al rubro en todo el año, pero si existe productores independientes que aparecen y desaparecen en un breve tiempo.
- ❖ El resto de la población que es un 10% desconfía de que funcionara porque no existen empresas apícolas en el Municipio de Chulumani menos en Coripata.

3.11. POTENCIAL DE VENTAS

La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. verifico el mismo con la información de la coyuntura actual de los Municipios de Chulumani y Coripata según el censo 2012 INE (Instituto Nacional de Estadísticas). Que en los últimos años hemos tenido muchas personas con baja desnutrición en Bolivia y también de alguna manera en los Yungas de La Paz.

Obteniendo la calidad de los productos apícolas en la región de los Yungas de La Paz, aún no es la apropiada, también se deberán tomar medidas al respecto para mejorar la calidad de la producción actual, organizándose eventos de capacitación en buenas prácticas de manufactura de miel de abeja.

En este sentido el Plan comercial deberá aglutinar a las diversas organizaciones de productores que se vienen conformando en la región para fortalecer e iniciar una comercialización de la producción local de manera organizada (comercialización asociativa), donde las organizaciones de productores sean los principales beneficiarios del valor agregado que se genera durante esta etapa.

Además del mercado del subsidio de lactancia, existen otros mercados alternativos potenciales objetivos del Plan Comercial como ser; supermercados y mercado de productos ecológicos, desayunos escolares, centros mineros, además de ferias nacionales y departamentales.

Observando este análisis la empresa sube su estimación, motivación de introducir el producto en el mercado con más rigor, porque se estará abriendo más nuevos mercado no solo en los Yungas también a nivel Departamental y Nacional.

3.12. PRONOSTICO DE VENTAS

El siguiente cuadro se realizó tomando en cuenta:

- Evaluación futura de la demanda de nuestro producto.
- Situaciones del contexto externo e interno.
- Uso de supuestos y escenarios.

Tabla 4:
PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN DEL PROPOMIEL POR AÑO.

AÑOS	INGRESO POR VENTAS
2017	441.688,00
2018	453.840,50
2019	465.670,40
2020	477.743,20
2021	490.474,00

Fuente: elaboración en base a los costos financieros por la empresa “FLOR MAGDIEL” SRL.

3.13. EL CLIENTE OBJETIVO

El cliente objetivo de la empresa “FLOR MAGDIEL” SRL. Son las amas de casa, madres solteras, oficinistas y otros, porque ellas compran el producto para toda su familia y con ellas están incluidos los niños, jóvenes, papás y las personas de la tercera edad que generalmente son más propensos a las diferentes enfermedades respiratorias, esto según los datos que obtuvimos de las encuestas realizadas en los Municipios de Chulumani y Coripata.

El producto de alguna manera es para aquellas personas que tenga la necesidad de consumir alimentos saludables, que ofrecemos al mercado a un precio accesible y de calidad. La empresa identificó el segmento de personas que pretenden tener una alimentación sana, con

propiedades medicinales que les ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas en los Municipios de Chulumani y Coripata.

- **Influencias externas**

- ✓ **Influencias del Macro – entorno**

Se puede señalar que el factor climático influye más en la producción de la miel y el propoleo de abeja, que condiciona a la demanda en épocas de frío y lluvia.

- ✓ **Estilo de vida**

Es la forma en la que viven una o más personas, desde el punto de vista del comportamiento del consumidor el estilo de vida se asocia a los productos que compran, en la forma que los utilizan, que piensan de ellos y como se sienten con respecto a dichos productos de la colmena y específicamente del PROPOMIEL.

- ✓ **Entorno social**

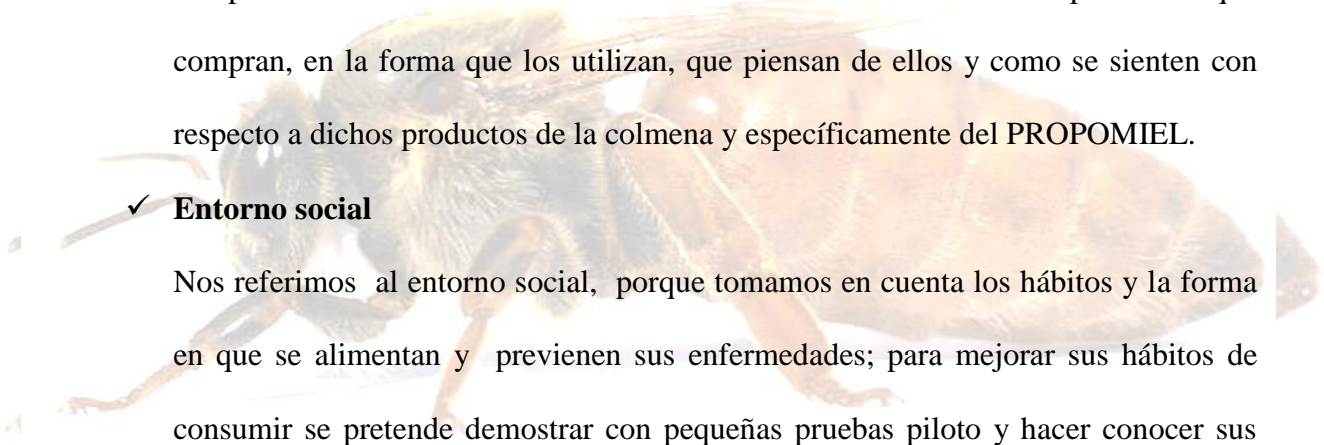
Nos referimos al entorno social, porque tomamos en cuenta los hábitos y la forma en que se alimentan y previenen sus enfermedades; para mejorar sus hábitos de consumir se pretende demostrar con pequeñas pruebas piloto y hacer conocer sus beneficios que brinda el PROPOMIEL.

- **Influencias internas**

- ✓ **Formas de ventajas del producto.**

Se puede determinar que no existen empresas dedicadas específicamente a este rubro del PROPOMIEL, y nosotros podemos satisfacer necesidades a clientes futuros.

- ✓ **Valor nutricional del producto**



El valor nutricional del PROPOMIEL es muy beneficioso como alimento y medicinal, para las personas porque está elaborado de una manera eficiente, lo cual los clientes buscan un alimento de calidad que garantice la nutrición de toda su familia.

✓ **El comportamiento de compra**

El cliente busca las cosas de acuerdo a su comportamiento o ingreso económico, en nuestro medio a un tienen la cultura de alimentarse y protegerse con productos de la región o consejos de abuelos porque aún mantienen la tradición.

• **Enfoques de decisión de compra**

✓ **Actores de compra.**

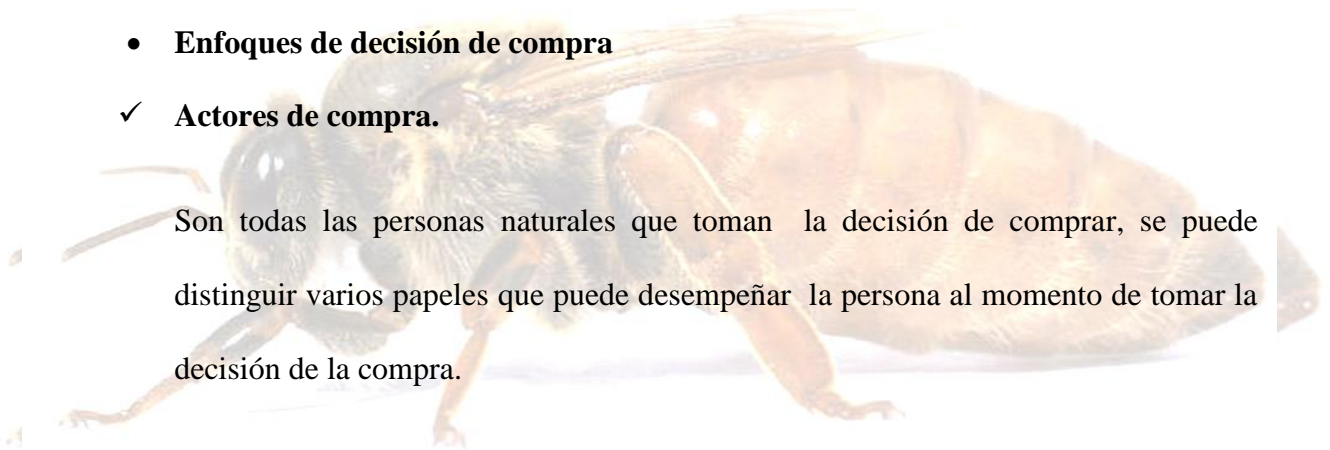
Son todas las personas naturales que toman la decisión de comprar, se puede distinguir varios papeles que puede desempeñar la persona al momento de tomar la decisión de la compra.

✓ **El iniciador**

Es la persona que toma la iniciativa de sugerir la adquisición del producto específico, los cuales pueden ser personas que tengan conocimiento sobre el valor nutricional del PROPOMIEL o personas que hayan adquirido el producto.

✓ **Influyente**

Es la persona que su consejo llega a hacer cierto con respecto al PROPOMIEL y esto da peso en la decisión final del futuro comprador.



Pueden ser personas que ya consumieron el producto o profesionales que recomiendan el consumo del mismo.

✓ **El que decide**

Es la persona que decide si se compra y como se adquiere el producto, esto se puede concientizar más a las amas de casa porque ellos tienen el poder adquisitivo para la compra del producto.

✓ **Comprador**

Es la persona que realiza la compra directamente, esta puede ser dentro de una familia las mamás porque son más atentos a las consecuencias de las familias.

✓ **El usuario**

Estas personas llegan a ser en una familia las mamás, papás, hijos y hasta los abuelos.

3.14. OBJETIVOS DE MARKETING

Objetivo General.

Brindar información de los beneficios que obtiene el “PROPOMIEL” acerca de sus cualidades alimenticias y medicinales, a los Municipios de Chulumani y Coripata por los medios locales.

Objetivo Específico.

- Posicionarse en el mercado con un producto que brinda beneficios alimenticios y medicinales.



- Dar a conocer por los medios locales sus propiedades nutritivas y medicinales, concientizando a la población para el consumo diario.
- Mantener el spot publicitario acerca de nuestro producto, que de alguna manera estaremos ayudando a la seguridad alimentaria de los Municipios de Chulumani y Coripata.

3.15. **ESTRATEGIA DE MARKETING**

ESTRATEGIA DEL PRODUCTO.

Nuestro producto que ofrecemos al mercado es para satisfacer las necesidades de nuestros clientes que:

- ✓ Contienen los benéficos alimenticios y saludables de alta calidad.
- ✓ Es presentado con una marca reconocible a simple vista.
- ✓ Está predispuesto para cada nivel económico de cada persona
- ✓ Nos diferenciamos en la presentación de un modelo único.
- ✓ Es un producto de conservante natural, sin límite de expiración.
- ✓ Ofrecer un producto 100% natural, totalmente envasado con entretapa y tapa, para que no afecten en la salud de las personas.

Estas decisiones serán puestas en marcha, para que el cliente aprenda a reconocer nuestra Empresa y nuestro producto sin duda alguno al momento de querer realizar la compra.

ESTRATEGIA DE PRECIO

Es una variable determinante al momento de ingresar al mercado por tal motivo se considera.

- ✓ Verificando siempre los costos de producción de la miel y el propleo de abeja.

- ✓ La fijación de los precios que existen en el mercado tanto como de los competidores indirectos y directos.
- ✓ El costo de producción del PROPOMIEL.

De acuerdo a la investigación realizada a nuestros consumidores están dispuestos a comprar el producto, porque es escasa la producción de la miel y el propoleo de abeja. La comercialización de nuestro nuevo producto “PROPOMIEL”.

Lo cual estará establecido de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 5
LOS PRECIOS DE NUESTRO PRODUCTO EN DIFERENTES TIPOS DE ENVASES.

PRODUCTO	CANTIDAD COMERCIALIZADA EN Kg	PRECIO UNITARIO
PROPOMIEL	$\frac{1}{4}$ kg	20 Bs.
	$\frac{1}{2}$ kg	35 Bs.
	1 kg	60 Bs.

Fuente: Elaboración propia.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. Pretende ingresar al mercado de la siguiente manera, analizando los diferentes comportamientos de nuestros clientes, respetando siempre las necesidades que requieran por el producto.

- ✓ PROPOMIEL estará a disposición de nuestros consumidores.
- ✓ La distribución empezaremos de manera directa “**Ciente directo**”.
- ✓ Estaremos atentos a los cambios en cuanto al precio de venta.
- ✓ Estamos predispuestos a cualquier tipo de cambio que pueda ocurrir en el entorno tanto tecnológico y a la exigencia de los clientes.
- ✓ También tendrá consumidores mayoristas como farmacias, estéticas, naturistas, tiendas, etc.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN O PUBLICIDAD

Se alcanzará previsiones para poder establecerse en el mercado sin ninguna duda para el cliente.

- ❖ Mantener en constancia la publicidad de boca a boca en la venta personal.
- ❖ Para ingresar al mercado se realizara la prueba piloto para aquellos clientes insatisfechos.
- ❖ Mantener las relaciones públicas activas asistiendo a ferias con productos naturales alimenticios y medicinales a nivel departamental y nacional.
- ❖ Promocionar continuamente el producto del “PROPOMIEL” hasta generar una cultura de consumir el producto diariamente.

- ❖ A mayores compras tendrán más ventajas de llevarte el PROPOMIEL a casa a un costo accesible al alcance del cliente.

Tabla 6
MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR EL CUAL LA EMPRESA “FLOR MAGDIEL” SRL. PROMOCIONARÁ SUS PRODUCTOS.

INTERNET	RADIO	FERIAS
Facebook	Emisoras locales	Municipales
Twitter	Radio Yungas	Departamentales
Google	A.M.103.5	Nacionales
F	F.M. 92.5	

Fuente: Elaboración propia

ESTRATEGIAS DE INGRESOS

Las estrategias de ingreso de la empresa se determinaran de la siguiente manera:

- ✓ La estrategia de ingreso será dada por la atención personalizada a los potenciales clientes.
- ✓ La estrategia de competencia en base a precios que consiste en que al momento de lanzar el producto PROPOMIEL al mercado tendrá un precio moderado de acuerdo a los ingresos y egresos de la Empresa más la promoción te llevas 3 más 1 de regalo, con el objetivo de entrar en la mente del consumidor.
- ✓ La estrategia de diferenciación en la calidad, siendo este factor una variable estratégica para introducirse y mantenerse con éxito en el mercado. Así ofrecer un producto que se diferenciara por sus propiedades beneficiosas como alimenticias y medicinales que brinda al cliente.

✓

ESTRATEGIA DEL POSICIONAMIENTO

La empresa decidió posicionarse de la siguiente manera:

- ✓ Posicionarnos en tiempos de masiva producción de la miel y el propoleo de abeja, diferenciándonos de los demás para comercializar el PROPOMIEL eficientemente como un producto garantizado.
- ✓ Posicionarnos en base a las propiedades beneficiosas que brinda nuestro producto.
- ✓ Posicionarnos sobre las ventajas competitivas para mantener la producción estable, constante y no perder clientes.
- ✓ En caso de escases del producto realizaremos un plan de contingencia cada año, acopiando la miel de abeja y el propoleo a pequeños apicultores en la alta mielada con herramientas y equipos tecnificados.

- **A lo largo del ciclo de vida del producto**

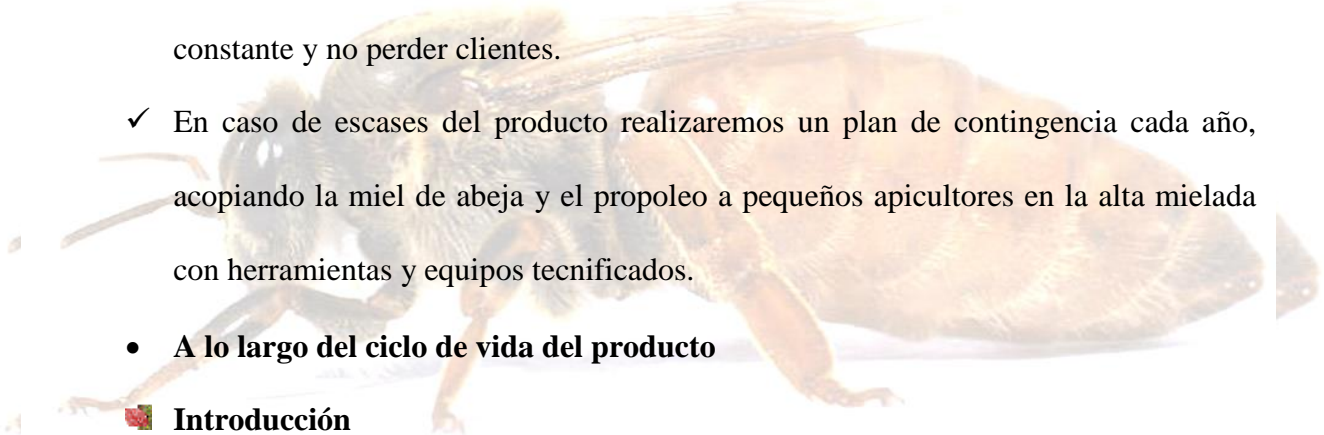
- **Introducción**

- ✓ Identificaremos a nuestros clientes potenciales.
- ✓ Cuidaremos la alimentación, salud y economía de los clientes.
- ✓ Ubicación del punto de venta comercial estratégico.

- **Crecimiento**

- ✓ Analizaremos el comportamiento de nuestro sector de venta.
- ✓ Estaremos mejorando constantemente los procesos de producción.
- ✓ Conservaremos a nuestros clientes fieles.

- **Madurez**



- ✓ Obtendremos la aceptación total por parte del mercado potencial.
- ✓ Adquiriremos positivamente la rentabilidad económica para la Empresa.
- ✓ Seremos los primeros en liderizar el mercado.

🌱 Declinación

- ✓ Buscaremos nuevos nichos de mercados.
- ✓ Desarrollaremos un estudio de precios con la competencia y productos sustitutos.
- ✓ Utilizaremos nuevas tendencias de marketing.
- ✓ Realizaremos la reingeniería constantemente y promocionaremos el producto constantemente para volver a levantar vuelo.



OPERACIONES



4. OPERACIONES (PRODUCCIÓN)

La producción o la administración de operaciones, es la administración de los recursos productivos de la organización. Esta área se encarga de la planificación, organización, dirección, control y mejora los sistemas que producen bienes y servicios.⁵

4.1. DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO



DESARROLLO DEL PROPOMIEL

Nuestro producto será único en el mercado, estará elaborada en base a dos productos de la colmena la miel y el propoleo de abeja, para presentar al mercado como el PROPOMIEL, según los estudios menciona que al unir estos dos productos se vuelven tres veces más alimenticias y medicinales para la salud del cliente, además es un excelente tonificador natural que será presentado por nuestra empresa.

⁵ https://es.wikipedia.org/wiki/Administraci3n_de_la_producci3n.

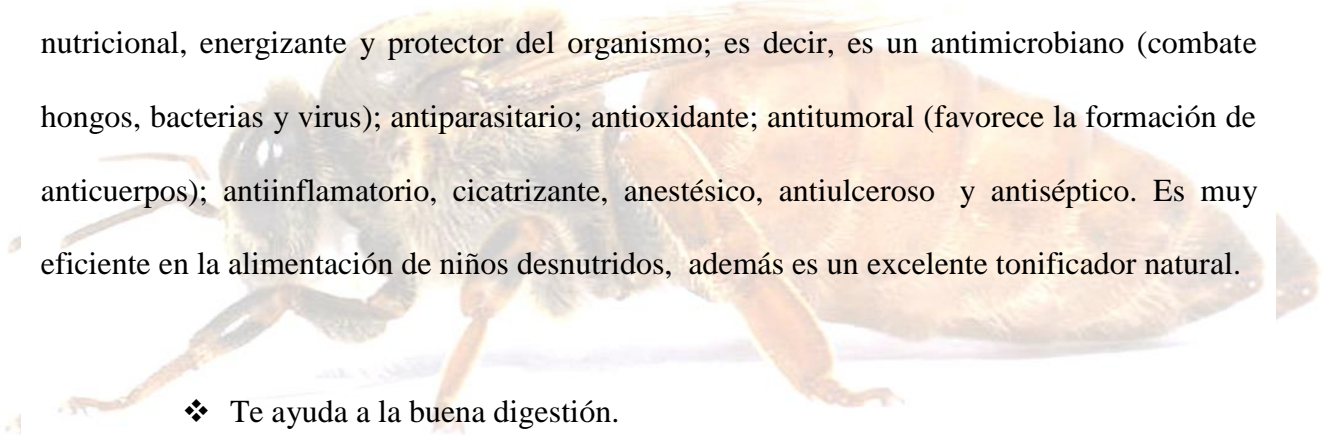
4.2. DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y FUNCIONAL DEL PRODUCTO

PROPOMIEL

Nuestra empresa “**FLOR MAGDIEL**” SRL lanzara al mercado como valor agregado, el producto llamado “**PROPOMIEL**” que esta consiste en la unión de la miel y el propoleo de abeja, generando un alto valor nutricional y con propiedades medicinales.

PROPIEDADES

⁶Es el producto de mezclar el propóleo y la miel de abeja. Es un potente suplemento nutricional, energizante y protector del organismo; es decir, es un antimicrobiano (combate hongos, bacterias y virus); antiparasitario; antioxidante; antitumoral (favorece la formación de anticuerpos); antiinflamatorio, cicatrizante, anestésico, antiulceroso y antiséptico. Es muy eficiente en la alimentación de niños desnutridos, además es un excelente tonificador natural.

- 
- ❖ Te ayuda a la buena digestión.
 - ❖ Es un energizante natural.
 - ❖ Es altamente antiinflamatorio.
 - ❖ Tonificador de la piel.
 - ❖ Ayuda a prevenir enfermedades gastrointestinales.
 - ❖ Cicatrizante de heridas.
 - ❖ Ayuda a mejorar tu sistema circulatorio.

4.3. CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO

Nuestra calidad se basará demostrando la contextura de la miel y el propoleo de abeja, con nuestros equipos de la empresa como ser el PH trómetro y el espectrómetro para no tener desconfianza del cliente, también nos diferenciaremos en el envase con diferentes tipos de presentación de los precios y con una etiqueta de reconocimiento, siempre pensando en nuestros clientes.

4.4. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- **¿Qué es?**

Es un alimento medicinal elaborado para el cliente, que está destinada al hogar de una familia, “amas de casa, niños, jóvenes, padres de familia y personas de la tercera edad”; por el mismo obtiene calidad, contextura, buena presentación y precios accesibles para cada tipo de hogares.

Funciones

- **¿Qué hace?**

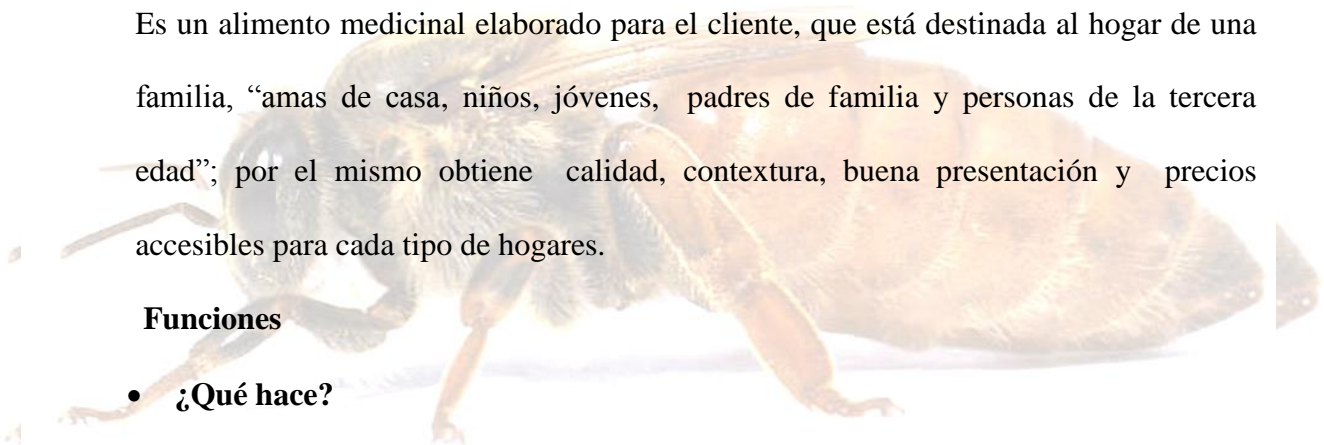
“FLOR MAGDIEL” S.R.L. Brinda:

- **Calidad**

El producto de nuestra empresa estará proporcionado con símbolo de calidad por parte de SENASAG, considerando siempre la expectativa y la confianza de nuestro cliente.

- **Textura**

Es para demostrar que nuestro producto no está alterado de ninguna forma y se puede demostrar con los equipos que brinda la empresa.



➤ **Durabilidad**

Nuestro producto no es perecedero esto indica que no tiene fecha de vencimiento y mientras más tiempo este almacenado, las propiedades alimenticias y medicinales se conservan.

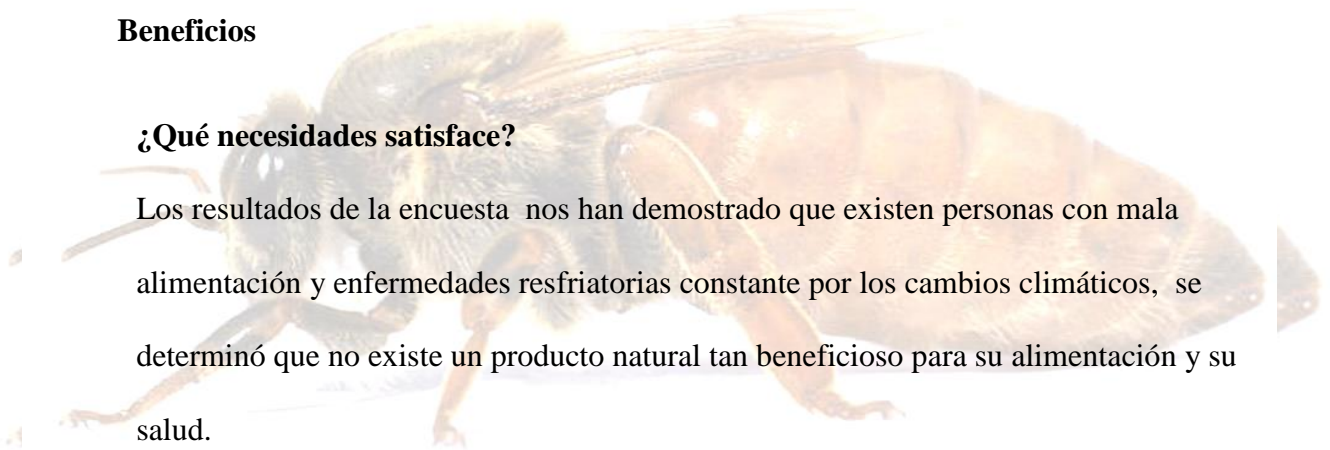
Por tal motivo, “FLOR MAGDIEL” S.R.L. entrega al cliente con calidad, contextura y durabilidad, el cliente generara en su entorno social el comportamiento de consumir productos naturales, sumando a esto el cuidado de su salud y economía con el PROPOMIEL.

Beneficios

¿Qué necesidades satisface?






Los resultados de la encuesta nos han demostrado que existen personas con mala alimentación y enfermedades respiratorias constante por los cambios climáticos, se determinó que no existe un producto natural tan beneficioso para su alimentación y su salud.

La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. presenta su producto solucionando con un 80% de sus problemas y satisfaciendo al cliente.



4.5. PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 7
DIAGRAMA DE PROCESOS

Simbología	Tiempo					
Actividad						
Chaqueo del terreno en un lugar adecuado	1 día	★				
Limpieza del terreno para el <u>apiario</u> .	1 día	★				
Colocado de bases o caballetes	1 día	★				
Compra de cajones y herramientas apícolas (equipos de protección, de revisión, y de cosecha)	1 mes				★	
Obtención o capturas de nidos de abeja	1 días	★				
Adquisición de núcleos de colmenas	1 días	★				
Traslado y distribución de las colmenas en el <u>apiario</u> .	8 días	★				
Primera revisión de las colmenas	4 días	★				
Revisión indirecta, se verifica el funcionamientos de las abejas	2 días	★				
<u>Deshierbe del apiario</u> .	3 días				★	
Segunda revisión completa	2 días	★				
Revisión directa e inspección de las colmenas con el equipo y registro apícola.	8 días	★				
Colocado de la alza a las colmenas	4 días	★				
Tercera y última revisión de las colmenas	2 días	★				
Cosecha de la miel	4 días	★				
Traslado de la miel al almacenamiento	1 día	★				
<u>Deserperculamos, desentrifugamos, envasamos, etiquetamos y la venta.</u>	1 día	★				
TOTAL DIAS DE TRABAJADO						74 días

Fuente: elaboración propia

4.6. TIPO DE PROCESO

El proceso será de forma lineal.

Memoria descriptiva.

La preparación del producto tendrá 7 áreas, con el objetivo:

- Cuidar la calidad del producto, desde el ingreso de su almacenamiento de materia prima hasta el envasado.
- Cuidar de olores químicos y polvos en el envase, en cada etapa.

1. Almacén de materia prima, este espacio está destinado para almacenar todos los productos y materiales listos para ser procesados o envasados.

2. Preparado, este es el proceso donde se prepararan los productos y materiales como ser:

- ✓ La miel
- ✓ El propoleo macerado con alcohol medicinal de 75% entre 1 mes o más.
- ✓ Posteriormente realizar el mezclado la miel y el propoleo en punto de baño maría hasta verificar que este evaporizado el alcohol.

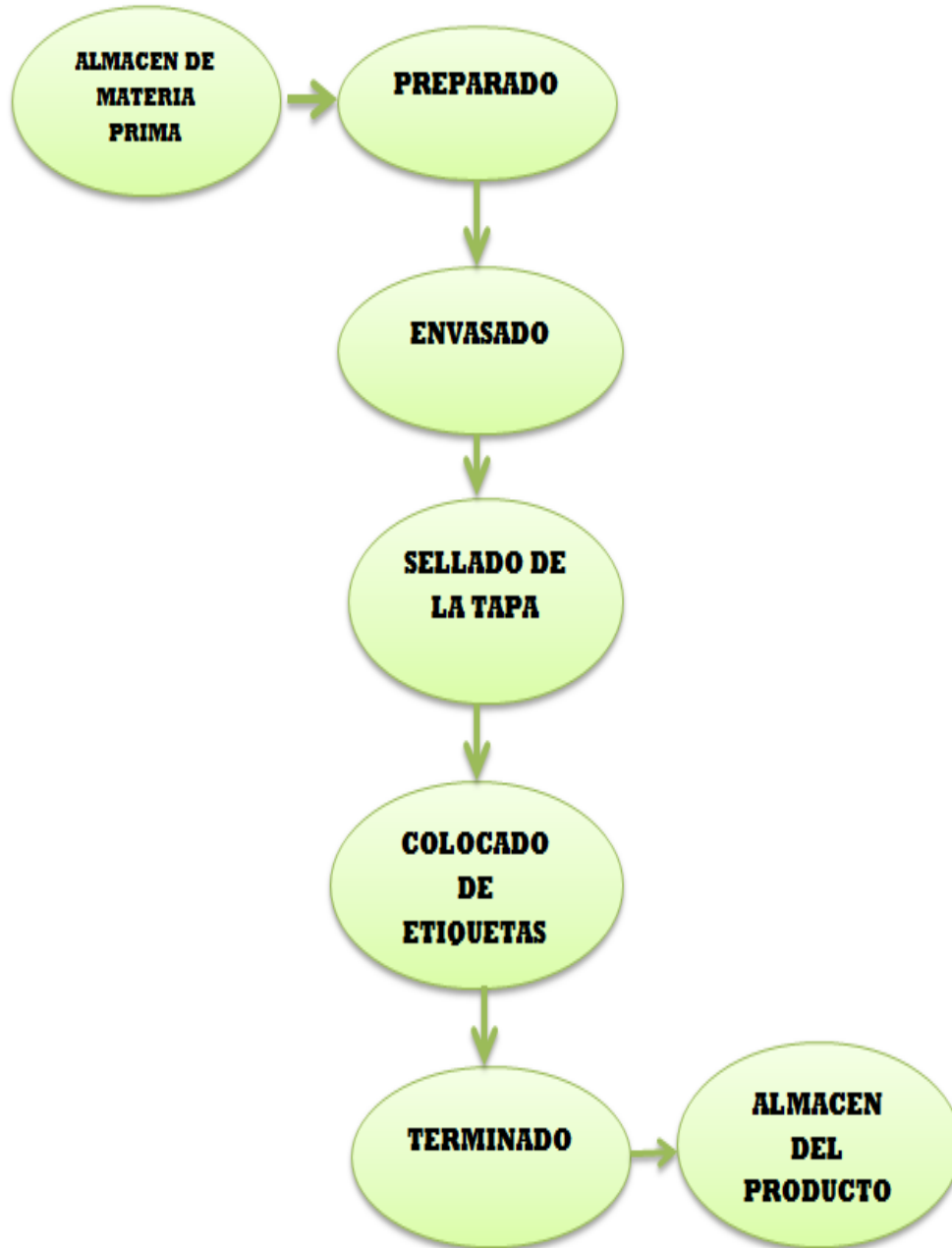
3. Envasado, una vez terminado el proceso del mezclado el producto se procede a envasar en los diferentes tipos de envases en sus tres presentaciones.

4. Sellado de la tapa, se procederá a desarrollar el sellado de la tapa o entre tapa, tapa de nuestros envases con el logo de la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L.

5. **Colocado de etiquetas**, se colocaran las etiquetas en las tres presentaciones de diferentes tamaños, a cada uno de los envases, verificando que ninguna tenga rasguño alguno.
6. **Terminado**, se procede a la verificación del producto que ninguna tenga falla alguna y que obtenga el peso exacto.
7. **Almacén del producto terminado**, es la etapa final del almacenamiento en un lugar seco y fresco donde se llevara a cabo el inventario de los productos terminados.



DIAGRAMA DE FLUJO LINEAL



Fuente: elaboración propia

4.7. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS FASES Y TAREAS POR PUESTOS

De acuerdo a lo planteado por Chiavenato existen siete pasos en el proceso de análisis de cargo donde la Empresa decide facilitar su requerimiento de personal.

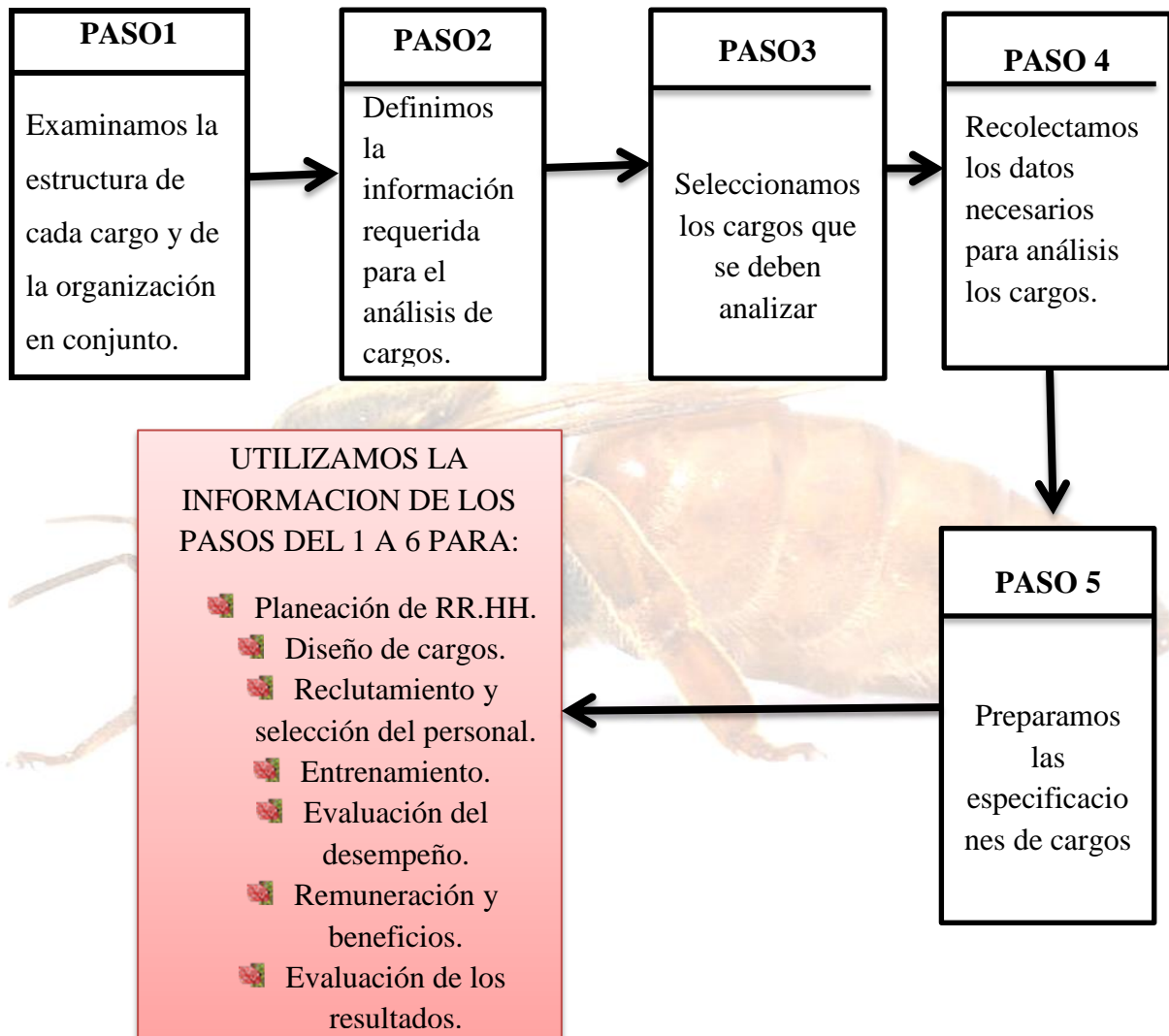


Figura 1: Elaboración de acuerdo a Chiavenato

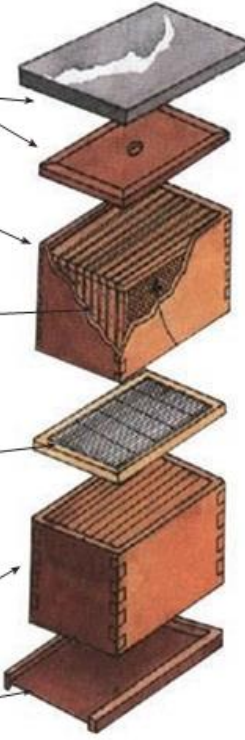
Seguidamente, se presentaran varias formas relacionada con el análisis y descripción de puestos.⁷

⁷ Fuente Chiavenato (2003)-gestión de talentos humanos (p.189)

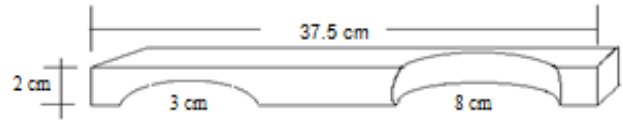
4.8. DESCRIPCIÓN DE LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS, FÍSICAS, FUNCIONALES, DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.

HERRAMIENTAS, VEHICULO Y EQUIPOS QUE SE REQUIEREN PARA UN BUEN MANEJO ADECUADO EN LA APICULTURA.

Tabla 8
DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LAS HERRAMIENTAS Y EQUIPOS.

ESPECIFICACIÓN TÉCNICA	
<p>COLMENA ESTÁNDAR PARA CRÍA DE ABEJAS MELÍFERAS TIPO LANGSTHOT Las mismas que deberán contener el siguiente detalle:</p> <p>PISO O BASE de madera, laurel amarillo o pino de; 56 cm de largo, 41.5 cm de ancho y 4 cm de alto. Deberá ser construida de madera seca resistente a la intemperie de duración prolongada.</p> <p>ALZA (CÁMARA DE CRÍA) madera laurel o pino, 50,5 cm largo, 41,5 cm de ancho y 24.5 cm de alto. Esquinas mínimo con cuatro entrabadas.</p> <p>ALZA (ALZA MELARIA) madera laurel o pino, 50,5 cm largo, 41,5 cm de ancho y 24.5 cm de alto. Esquinas mínimo con cuatro entrabadas. No se aceptara madera torcida, rajada, polillada y/o pegado uno sobre otro defectuosa o construida con la albura.</p> <p>MARCOS cuadros estándar madera laurel o pino, donde el listón superior es de 48 x 2,5 x 2,1 cm; listones laterales 23 x 3,5 x 0,9cm; listones inferiores 44,5 x 1,6 x 0,9 cm. Alambrado de marcos con alambre de acero inoxidable. El alambre se realizará con alambre para apicultura N° 22 acerado, con 4 hebras y con ojallillos.</p> <p>ENTRETAPA 50 cm de largo, 41 cm de ancho incluido escape porter.</p> <p>TAPA O TECHO madera laurel o pino 46 cm de ancho, 56 cm de largo y 6 cm de alto con plancha galvanizada.</p> <p>REJILLA EXCLUIDORA DE REINA Madera laurel o pino y chapa galvanizada tamaño estándar, bien calibradas.</p>	 <p>Tapa y entre tapa: Techo que cierra la colmena. Tiene por objeto proteger la colmena de las aguas de lluvias y del sol.</p> <p>Alzas o melarios: Son cajones que van colocados encima de la cámara de cría, con 9 o 10 cuadros donde se va a situar la miel elaborada por las abejas.</p> <p>Cuadros: Son marcos de madera y de forma rectangular, tienen una medida estándar y es donde las abejas construyen sus panales, deben ser móviles e independientes.</p> <p>Rejilla Excluidora: Es una rejilla que impide a la reina pasar de la cámara de cría a la cámara de producción a poner huevos. Su uso es opcional.</p> <p>Cámara de cría: Es la caja que se encuentra sobre el piso y en ella se mantienen las crías y la reina. En la parte delantera, la pared no llega al piso, facilitando la entrada de las abejas, llamada piquera.</p> <p>Base o pie: En el piso descansa el cuerpo de la colmena. El piso sobresale unos 5 cm. en el frente formando la plancha o tablero de vuelo.</p>

Con un espacio 0.5 cm, entre las rejas.
CUBRE PIQUERA de madera pino o Laurel con dos aberturas, según a las siguientes medidas:
 Largo 38 cm x ancho 2 cm x 2 cm y con espacios de 5 cm y 10 cm para las épocas de lluvia e invierno. Para la época de mielada mayor se deberá retirar la cubre piquera (no indispensable).



OTROS REQUERIMIENTOS ADICIONALES:

MADERA: la madera no debe tener aromas agresivos, pudiendo recomendarse la utilización de laurel amarillo o pino.

No se aceptara madera rajada, torcida, polillada y/o defectuosa, construida con albura, no se acepta madera verde o húmeda bajo ninguna circunstancia, todas las piezas de la cajonería deben estar construidas en escuadra, el acabado debe ser fino interna y externamente sin partes ásperas o mal cepillado.

PINTURA: Cajas pintadas con pintura látex color blanco con dos o tres manos (repasadas).

PINZA O PALANCA UNIVERSAL

La palanca universal cumple dos funciones importantes en el manejo y técnicas de la apicultura:

Nos facilita a mover la entretapa y los cuadros.
 Se utiliza como levanta cuadros.

Estas pueden ser de tamaño medianas, facilita el manejo adecuado dentro el colmenar. El material que será utilizado para este insumo debe ser de acero inoxidable.



**EQUIPO DE PROTECCIÓN
 MEDIO CUERPO**

Este equipo nos sirve para protegernos de las picaduras y la agresividad de las abejas Apis Mellíferas, especialmente del rostro.

El material deberá ser de color claro (blanco, marrón), de tela que no sea lana, una máscara que ayude a la visibilidad del apicultor para el manejo y una liga en la cintura que no permita el ingreso de las abejas. (Como se ve en la imagen).



GUANTES DE CUERO

Es parte del equipo de protección, que te facilita a manipular el colmenar sin que las abejas puedan picar de las manos.
El material debe ser de cuero gamuza flexible, con mangas y liga que no permita el ingreso de las abejas.



CEPILLO APICOLA O DESABEJADOR

El cepillo apícola es un instrumento de cerdas largas, en madera incrustada, sirve para barrer las abejas de los panales, como para la limpieza dentro del colmenar.
(Como se observa en la imagen).



AHUMADOR MEDIANO

El ahumador es una herramienta fundamental para el manejo de las abejas en la colonia. Mediante su uso del humo se evita las reacciones defensivas de la colonia cuando se la manipula, facilitando el trabajo.
Para que el humo entre en contacto con las abejas, se debe echar por la piquera antes de abrir la colmena.
El material debe ser de acero duro, en su cámara de combustión, su cámara de oxigenación de metal fuerte que resista el calor producido por brasa o carbón, el fuelle debe ser de madera y cuero.



PEINE DESOPERCULADOR

Este material se utiliza después de la cosecha de la miel, su uso es para el desoperculado de la miel madura para su posterior centrifugado.
El material debe ser elaborado de acero inoxidable, el mango de plástico con 16 pinzas para su buen uso y manipuleo.



<p style="text-align: center;">TESADOR DE CUADROS</p> <p>Facilita el tesado del alambre galvanizado apícola en los cuadros, para mantener seguridad y firmeza de las ceras y/o panales. Tesador metálico, para medidas de marco langstroth (48 cm x 24 cm).</p>	
<p style="text-align: center;">CABALLETE</p> <p>Su uso es para evitar la humedad del suelo, hormigas y otros insectos, sirve de base y además permite la estabilidad de la colmena. El material deberá ser de barras angulares de 1 pulgada para permitir el peso que debe soportar el caballete, con las siguientes dimensiones de largo 44 cm x ancho 42 cm x alto 40 cm.</p>	
<p style="text-align: center;">CERA ESTAMPADA</p> <p>La cera es empleada para evitar el mal gasto de la miel que demora la abeja para construir sus panales, las dimensiones son las siguientes: Largo 40 cm x 20 cm de ancho. Mencionar además que la cera debe estar uniformemente estampada, gravada en alto relieve para evitar panales zanganeros., con un peso aproximado de 80 grs. La cera debe ser pura y esterilizada.</p>	
<p style="text-align: center;">NUCLEOS DE ABEJA MELIFERAS</p> <p>Consta de: Porta núcleo para 4 marcos con ventilación completa en el techo. Raza de abeja; eco tipo local, con buena adaptación a la región de los Yungas de La Paz. El núcleo contendrá 2 panales de cría operculada y un panal de cría abierta y un panal de reserva (miel y polen). Reina nueva fecundada en plena postura. Cantidad aproximada de 10.000 abejas obreras por núcleo. Panales de obreras nuevas.</p>	

CENTRIFUGA

La centrifuga después de la cosecha nos facilita la extracción de la miel, sin dañar los panales de los cuadros y a su vez devolver a la colmena lo más pronto posible.

El material de la centrifugadora debe ser de acero inox: con un espesor de 0.5 cm con capacidad para 4 panales, sistema de rotación de polea en base a rodamientos con freno incorporado.



BATEA DESOPERCULADORA

El uso de la batea es para colocar los cuadros desoperculados y luego centrifugarlo.

La Batea desoperculadora, debe estar fabricada en acero inox, con capacidad para 10 marcos de 40 cm x 50 cm, con grifo incorporado.



TRAMPAS PARA POLEN

Se recomienda el uso de la trampa de polen en la alta mielada donde existe mayor floración y por naturaleza la cantidad de polen es abundante.

Madera pino o laurel

Rejilla plástica desmontable con perforaciones de 0,40 a 0,42 cm de diámetro para el paso de las abejas

Con bandeja recolectora de polen.



TRAMPA PARA PROPOLEO

La trampa para propoleo es un insumo que se utiliza generalmente en la época de invierno, porque las abejas tienden a propolizar todo el colmenar por el frío.


El material debe ser de malla milimétrica para las colmenas estándar de 42 x 51 cm o superior.



<p>ALIMENTADOR DE CUADROS</p> <p>Alimentador de cuadros de plástico con un espesor de 0,5 cm y diseñado para un fácil y seguro manejo. Capacidad para 2kg de alimento. Tiene un canal central por el que se echa el jarabe, sin ahogar a las abejas que están posadas sobre los flotadores.</p>	
<p>ESPUELA INCRUSTADORA DE CERA</p> <p>Espuela incrustadora con rodillo de bronce y mango de madera. Es un instrumento que nos facilita el unido de la cera con el alambre de acero inox: en el cuadro con el calentado del fuego.</p>	
<p>COLMENA ESTÁNDAR PARA CRÍA DE ABEJAS MELÍFERAS MEDIA ALZA</p> <p>PISO O BASE de madera, laurel amarillo o pino de; 56 cm de largo, 41.5 cm de ancho y 3 cm de alto.</p> <p>ALZA (CÁMARA DE CRÍA) madera laurel o pino, 50,5 cm largo, 41,5 cm de ancho y 24.5 cm de alto. Esquinas mínimo con cuatro entrabadas.</p> <p>COLMENA MEDIA ALZA de madera laurel amarillo o pino, debe ser de tres cuerpos con las medidas exactas 50,5 cm largo, 41,5 cm de ancho y 14.5 cm de alto. Esquinas tres entrabadas.</p> <p>MARCOS cuadros estándar madera laurel o pino, donde el listón superior es de 48 x 2,5 x 1 cm; listones laterales 13.5 x 3,5 x 0,9cm; listones inferiores 44,5 x 1 x 0,9 cm. Alambrado de marcos con alambre de acero inoxidable.</p> <p>ENTRETAPA 50 cm de largo, 41 cm de ancho incluido escape porter.</p> <p>TAPA O TECHO madera laurel o pino 46 cm de ancho, 56 cm de largo y 6 cm de alto con plancha galvanizada.</p>	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9
VEHÍCULO DE LA EMPRESA “PRO&MIEL”SRL.

<p>VEHICULO</p> <p>Es una camioneta modelo 1995 marca LAND CRUSIER Toyota 4x4 Nro. de placa 878- BTX</p>	
---	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10
MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Archiveros (cartapacio)	Unidad	5
mostrador de vidrio	UNIDAD	1
escritorio de madera 2x1,30	UNIDAD	2
Estantes de pared (2 x 2)	Unidad	2
Silla de oficina semi ejecutiva	Giratorias	2
Sillas en general	Plástico	8
TOTAL		

Fuente: Elaboración propio

Los muebles y enseres serán adquiridos de primera calidad, en tiendas de la calle Calatayud, zona norte Ciudad de La Paz.

Tabla 11
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Computadoras de escritorio	Pc	1
Laptops	Pc	1
Impresoras Multifuncional	PZA	1

Fuente: Elaboración propia

❖ COMPUTADORAS DE ESCRITORIO

- ✓ Microprocesador A6 de última generación.
- ✓ Memoria de video de 8GB.
- ✓ Memoria RAM de 16GB.
- ✓ Monitor de 32 pulgadas.

❖ LAPTOPS HP14

- ✓ Microprocesador Core i7.
- ✓ Memoria compartida de video.
- ✓ Memoria RAM de 8GB.
- ✓ Monitor de 14" diagonal.

❖ IMPRESORAS MULTIFUNCIONAL

- ✓ CANNON MP 250.
- ✓ Impresión 25 hojas por minutos.
- ✓ Escanea, imprime y fotocopia.

Estos equipos de computación son adquiridos de la tienda “Todo Pcs” ubicado en la Uyustus esquina Calatayud que consta de una computadora de escritorio un laptops Hp 14 y una impresora multifuncional CANNON MP 250.

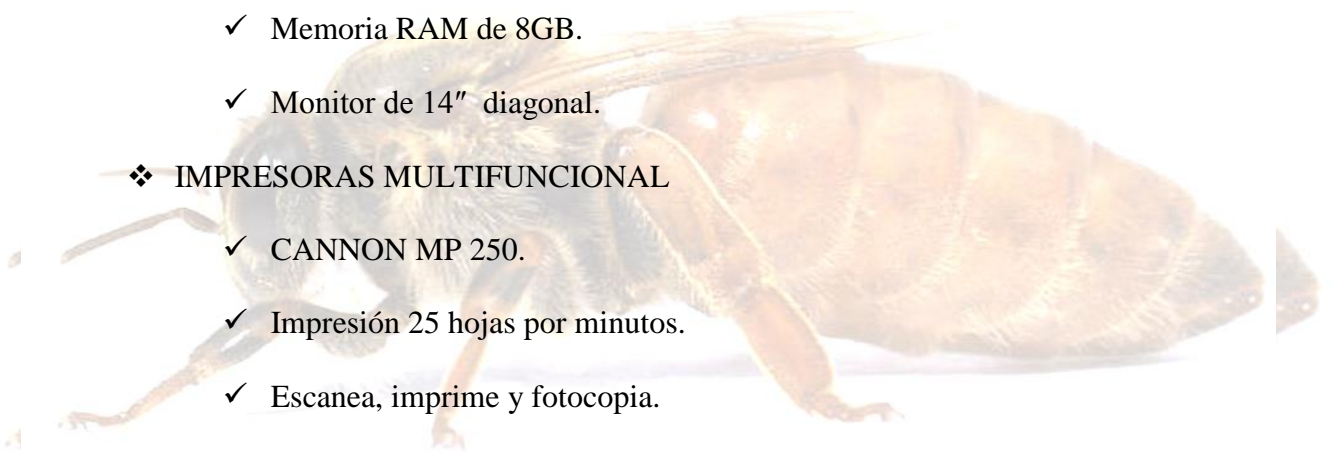


Tabla12
HERRAMIENTAS EN GENERAL

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Picotas	PZA	2
Chontas	PZA	2
Carretillas	PZA	1
Machetes	PZA	3
Cocina	PZA	1
Gas	PZA	1
Olla	PZA	2
Cucharon de madera	PZA	1
Cuchillo	PZA	2
Escoba	PZA	3
Recogedor de basura	PZA	3
Basureros	PZA	3
Barbijos	PZA	50
Botiquín de primeros auxilios	PZA	1
VOTAL		

Fuente: Elaboración propia

Las herramientas son convencionales, usadas en la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. nos facilita de gran manera a mostrar el trabajo que realizamos, es bueno mantener presentable limpio, bien uniformado y ordenado.

4.9. MATERIAS PRIMAS

Entre las materias primas tenemos:

Las abejas de acuerdo a los tres tipos de abejas la OBRERA, LA REINA Y EL ZANGANO.

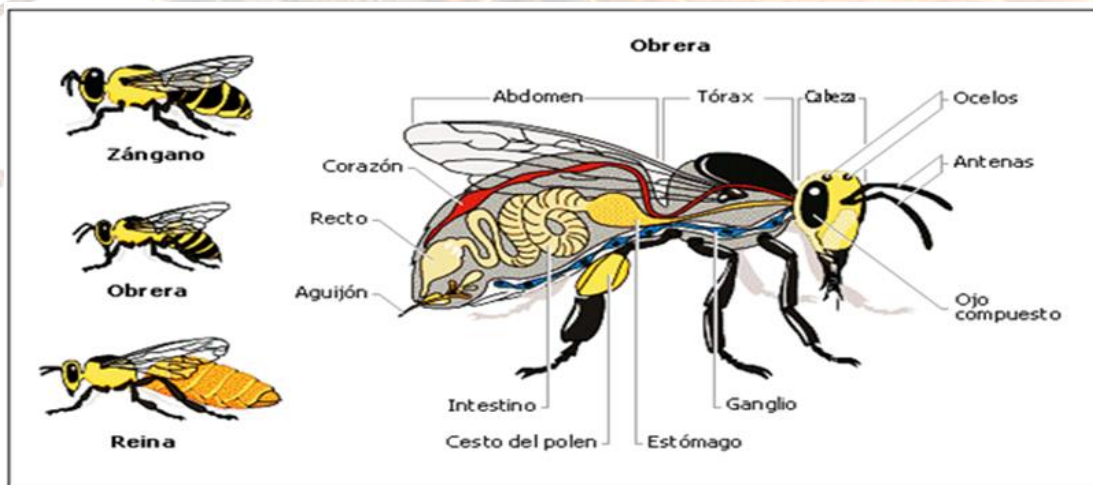
La obrera.- son la mayoría de la población, pudiéndose encontrar hasta 80.000 abejas en la colonia, son los miembros productores de la colmena, producción de miel, cera fabricación de panales, recolectan polen, propóleos y agua, limpian la colmena y mantienen el orden.

Nace de un huevo fertilizado a los 21 días, pueden vivir de 45 a 60 días.

La reina.- tiene el abdomen más largo, es la única que puede producir huevos hasta 2.000 por cada día, también la reina sale de la colmena para realizar el vuelo de fecundación (nupcial) durante 4 o 5 días que es fecundado por 7 zánganos en la época de primavera, la reina es el resultado de la alimentación especial en base jalea real, tiene desarrollados los órganos de reproducción femeninos, controla a la colonia por medio de feromonas, cuando envejece produce crías de zánganos. Nace en 16 días puede vivir hasta 5 años.

Zángano.- No tienen aguijón y sus patas no sirven para recoger polen, durante su vida en la colmena son alimentados por las obreras o comen miel acopiada.

La principal función de los zánganos es la de fertilizar a la reina durante el vuelo nupcial, finalizada la época de apareamiento las obreras los privan de alimentos y les obligan a abandonar las colmenas, después de esta acción no queda ningún zángano en la colonia.



4.10. MATERIALES

Tabla 13
MATERIALES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Envases de plástico para el propomiel (20%)	1 Kl.	2.112
Envases de plástico para el propomiel de abeja (30%)	1/2 Kl.	3.168
Envases de plástico para el propomiel de abeja (50%)	1/4 Kl.	5.280
Etiqueta del envase	1 Kl.	2.112
Etiqueta del envase	1/2 Kl.	3.168
Etiqueta de envase	1/4 Kl.	5.280
Alcohol medicinal	Lts	447

Fuente: elaboración propia

Los materiales, como ser los envases de plástico los adquiriremos de la Empresa MATRIPLAST S.A. ubicado en el Alto avenida Juan Pablo II entre avenida Trinidad y Tobago porque nos brinda garantía, seguridad en los envases de plástico y el alcohol medicinal para realizar el propoleo de abeja, lo adquirimos de la Farmacia LIZ S.R.L. porque nos ofrece el producto con sello de seguridad.

4.11. INSUMOS

Tabla 14
INSUMOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD
Cera estampada	PZA	4.000	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es utilizada para construir sus nidos de la abeja melíferas. ✓ Son producidas por las más jóvenes que la agregan como líquido a través de sus glándulas cereras. ✓ Las abejas la usan para construir los alveolos hexagonales de sus panales, ya estructurados rígida y eficientemente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Toma su valor a partir de su pureza y color. ✓ La de color claro tiene mayor valor que la de color oscuro. ✓ La más fina se extrae de la fundición de opérculos, es decir, de las capas de cera con las cuales las abejas cubren la miel cuando ya está a su punto.
Azúcar morena	Q	5	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es un azúcar de sacarosa que tiene un color marrón característico debido a la presencia de melaza. ✓ Incluye de 3,5 % de (azúcar moreno claro) al 6,5% (azúcar moreno oscuro) de melaza. ✓ Es el alimentador principal para las abejitas en temporadas de lluvia o de frío, para no perder su población. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La azúcar morena (por 100 g.) presenta ✓ 95% de hidratos de carbono. ✓ 460 calorías. ✓ 50 U.I. de vitamina A. ✓ 0,50 mg. De ácido patogénico. ✓ 0,10 mg. De vitamina B1. ✓ 0,20 mg. De vitamina B2

Fuente: Elaboración propia

4.12. PROVEEDORES

Nuestros proveedores son:

- APÍCOLAS TOCORONI S.R.L.
- MATRISPLAST S.A.
- FARMACIAS LIZ S.R.L.
- TODO PCS
- BARRACA SAN LUIS

4.12.1. PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

Tabla 15
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Nro.	ACTIVIDADES	M E S E S																							
		JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Preparando los espacios																								
2	Colocado de las cajas 200 colmenas																								
3	Esperar la adaptación de las abejas																								
4	Inspeccionar el estado de las colmenas																								
5	Colocar alzas a las 200 colmenas																								
6	Esperar la maduración de la miel																								
7	Esperando la elaboración del propoleo																								
8	Cosecha de la miel y propoleo																								
9	Deserppecular y preparar el propoleo en alcohol																								
10	Esperar entre 2 a 3 semanas para la maduración del propoleo																								
11	Preparar el propomiel																								
12	Envasar en tres tipos de envases																								
13	Trasladar a la tienda apícola																								
14	Comercialización																								

Fuente: Elaboración propia

4.12.2. LA PLANTA CAPACIDAD DE PRODUCCION – BIEN O SERVICIO DE LA PLANTA

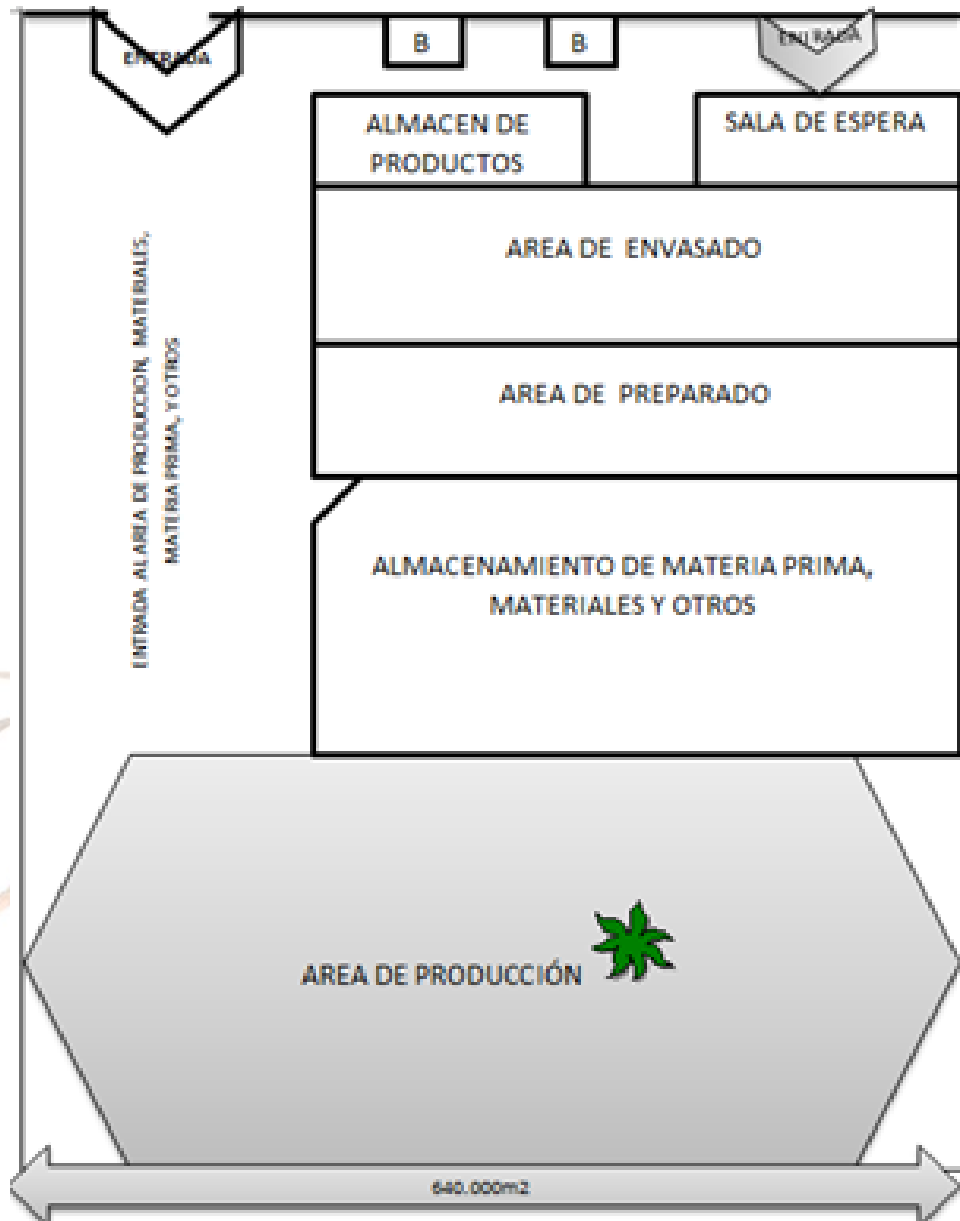
En esta parte se detalla los aspectos que se consideran relevantes para poder determinar el lugar estratégico donde se encontrará la Empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L., que permitirá lograr ventajas competitivas con relación a pequeños competidores tomando en cuenta ciertos factores de tipo geográfico, económico, social, político, y otros.

Para la determinación del lugar donde se ubicara se consideró factores como: el amplio medio ambiente, la floración, la mano de obra capacitada y los canales de distribución que se utilizaran para la comercialización de los productos terminados.

La Empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. ubicará sus instalaciones en el Departamento de La Paz, Provincia Sud Yungas, Municipio Chulumani, Distrito 2 Huancané, Comunidad Sanani.



4.13. LOCALIZACION DE LA PLANTA





5. FINANZAS

Las finanzas son una rama de la economía y la administración de empresas que estudia el intercambio de distintos bienes de capital entre individuos, empresas, o Estados y con la incertidumbre y el riesgo que estas actividades conllevan. Se dedica al estudio de la obtención de capital para la inversión en bienes productivos y de las decisiones de inversión de los ahorradores.⁸

5.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Para determinar la inversión inicial que requiere la Empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. se tomó en cuenta los activos fijos, costos de producción anual y costos de operación los cuales se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 16
ESTRUCTURA DE INVERSIÓN O FINANCIAMIENTO “FLOR MAGDIEL”
 (Expresado en Bolivianos)

ACTIVOS FIJOS	APORTE BANCARIO	APORTE PROPIO	TOTAL
TERRENO		50.000,00	50.000,00
EDIFICIO		80.000,00	80.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	100.005,00	100.005,00	200.010,00
VEHICULO		126.000,00	126.000,00
HERRAMIENTAS		3.180,00	3.180,00
MUEBLES Y ENSERES		9.710,00	9.710,00
EQUIPO DE COMPUTACION		10.100,00	10.100,00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	1.865,00		1.865,00
SUB TOTAL	101.870,00	378.995,00	480.865,00
COSTO DE PRODUCCION /ANUAL			
MATERIA PRIMA	90.000,00		90.000,00

⁸ <http://www.forex.mx/concepto-de-finanzas/>.

INSUMOS		62.350,00	62.350,00
SUB TOTAL	90.000,00	62.350,00	152.350,00
COSTOS DE OPERACIÓN			
MANO DE OBRA DIRECTA	53.994,78	72.005,22	126.000,00
MANO DE OBRA INDIRECTA		138.000,00	138.000,00
GASTOS GENERALES		50.134,40	50.134,40
SERVICIOS BASICOS		2.520,00	2.520,00
COSTOS DE COMERCIALIZACION	6.000,00		6.000,00
MATERIALES INDIRECTOS		26.835,60	26.835,60
PLAN AMBIENTAL SOCIAL		5.000,00	5.000,00
IMPREVISTO (2%)		19.754,10	19.754,10
SUB TOTAL	59.994,78	314.249,32	374.244,10
TOTAL	251.864,78	755.594,32	1.007.459,10

Fuente: Elaboración propia

5.2. PRESUPUESTO DE OPERACIONES

Los presupuestos de operaciones son utilizados para controlar los gastos contraídos durante las operaciones de nuestra Empresa “FLOR MAGDIEL”S.R.L. Donde se tomó en cuenta materia prima, materiales, insumos, entre otros para realizar un análisis y selección de proveedores en base a precios, calidad y accesibilidad, para lo cual se estructuró en los siguientes:

- a. **ACTIVOS FIJOS:** son bienes de nuestra Empresa ya sean tangibles e intangibles, que no pueden convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de nuestra Empresa y no están destinados a la venta.

Tabla 17
TERRENO
(Expresados en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Terreno	1 Ha	50.000

El terreno es apto para la producción, está ubicado en el Municipio de Chulumani distrito 2 Huancané Comunidad Sanani, en el lugar existe mayor floración por ser una reserva forestal, las abejas melíferas en el terreno no son exigentes, por eso se tiene un costo de Bs 50.000.

Tabla 18
EDIFICACIONES
(Expresados en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Edificios	800 m ²	80.000


La edificación de la Empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. estará ubicado en el Municipio de Chulumani distrito 2 Huancané Comunidad Sanani, alejado del lugar de las colmenas de 6 km. consta de un área de almacenamiento de materia prima, área de preparación, área de envasado, almacén de productos y una sala de espera, valuado en Bs. 80.000.

Tabla 19
MAQUINARIAS Y EQUIPOS
(Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Colmenas para abeja (incluye piquera, cámara de cría, cámara de alza, marcos 100 unidades, entre tapa, tapa y rejilla de aluminio)	Caja	200	550	110.000,00
Caballetes de fierro	PZA	200	90	18.000,00
Trampa para propoleo	PZA	200	80	16.000,00
Envase para fermentar propoleo	PZA	50	15	750,00
Overoles de cuerpo entero (incluye máscara y sombrero)	PZA	4	240	960,00
Guantes con filtro	PZA	4	60	240,00
Cepillo apícola	PZA	4	35	140,00
Desoperculador tipo peine (o peine desoperculador)	PZA	4	110	440,00
Ahumador de filtro mediano	PZA	4	140	560,00
Tesador para marcos	PZA	2	200	400,00
Transformador soldador para cera a batería 220V/15V - 100VA	PZA	1	860	860,00
Palanca Universal o tenaza para marcos	PZA	4	70	280,00
Mesa de desopercular	PZA	2	300	600,00
Batea desoperculadora	PZA	2	800	1.600,00
Colador de acero inoxidable	PZA	2	90	180,00
Alimentadores de plásticos	PZA	100	70	7.000,00
Tachón de plástico para el almacenamiento de la miel (300kg)	PZA	20	100	2.000,00
Balde de plástico con tapa para el almacenaje de la miel (20kg)	PZA	20	25	500,00
Centrifugas de 4 marcos Acero INOX	PZA	2	2.500	5.000,00
cajas medias alzas	Pza	200	140	28.000,00
Espectrómetro	PZA	1	500	500,00
Estampadora de cera	PZA	1	6.000	6.000,00
TOTAL				200.010,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20
VEHÍCULO DE LA EMPRESA “FLOR MAGDIEL” SRL.
(Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	COSTO TOTAL
<p>VEHICULO</p> <p>Es una camioneta modelo 1995 marca LAND CRUISER Toyota 4x4 Nro. de placa 878- BTX</p>		126.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21
HERRAMIENTA EN GENERAL
(Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Picotas	PZA	2	60	120,00
Chontas	PZA	2	40	80,00
Carretillas	PZA	1	450	450,00
Machetes	PZA	3	30	90,00
Cocina	PZA	1	120	120,00
Gas	PZA	4	300	1.200,00
Olla	PZA	4	60	240,00
Cucharon de madera	PZA	1	25	25,00
Cuchillo	PZA	2	15	30,00
Escoba	PZA	3	15	45,00
Recogedor de basusa	PZA	3	30	90,00
Basureros	PZA	3	45	135,00
Barbijos	PZA	50	1.50	75,00
papel PH trimetro	Caja	2	200	400,00
Botiquín de primeros auxilios	PZA	1	80	80,00
TOTAL				3.180,00

Fuente: Elaboración propia

TABLA 22
MUEBLES Y ENSERES
(Expresados en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Archiveros (cartapacio)	Unidad	5	22	110,00
mostrador de vidrio	UNIDAD	2	1000	2.000,00
escritorio de madera 2x1,30	UNIDAD	3	800	2.400,00
Estantes de pared (2 x 2)	Unidad	3	1.000	3.000,00
Silla de oficina semi ejecutiva	Giratorias	3	600	1.800,00
Sillas en general	plástico	8	50	400,00
TOTAL				9.710,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23
EQUIPO DE COMPUTACIÓN
(Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras de escritorio	Pc	1	4.500	4.500,00
Laptops	Pc	1	5.000	5.000,00
Impresoras Multifuncional	PZA	1	600	600,00
TOTAL				10.100,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24
GASTOS DE ORGANIZACIÓN
(Expresados en Bolivianos)

DETALLE	COSTO
Matricula de comercio	455,00
Balance de apertura	200,00
Escritura de constitución	250,00
Protocolo de escritura	450,00
Patente municipal (licencia de funcionamiento)	260,00
Carta poder notarial amplio y suficiente	250,00
NIT (gratuito)	-
TOTAL	1.865,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25
IMPREVISTOS
(Expresados en Bolivianos)

N°	DESCRIPCION	COSTO TOTAL
1	IMPREVISTOS (2%)	19.754,10
	TOTAL	19.754,10

Fuente: elaboración propia

b. COSTOS VARIABLES:

Tabla 26
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN
(Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Internet	1	200	200	2.400,00
Radio Yungas (jingle)	1	200	200	2.400,00
Folletos	1.000	1.20		1.200,00
TOTAL				6.000,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27
COSTOS DE INSUMOS
(Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cera estampada	PZA	6.000	10	60.000,00
promotor L	UNIDAD	3	200	600,00
Azúcar morena	Q	5	350	1.750,00
TOTAL				62.350,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28
COSTOS DE MATERIALES INDIRECTOS
(Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Envases de plástico para la propomiel (20%)	1 Kl.	2.112	1,80	3.801,60
Envases de plástico para la propomiel de abeja (30%)	1/2 Kl.	3.168	1,50	4.752,00
Envases de plástico para la propomiel de abeja (50%)	1/4 Kl.	5.280	1,20	6.336,00
Etiqueta del envase	1 Kl.	2.112	0,20	422,40
Etiqueta del envase	1/2 Kl.	3.168	0,20	633,60
Etiqueta de envase	1/4 Kl.	5.280	0,20	1.056,00
Alcohol medicinal	Lts	447	22	9.834,00
TOTAL				26.835,60

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29
COSTOS DE MATERIA PRIMA
(Expresados en Bolivianos)

MATERIA PRIMA				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Núcleos de abejas melíferas	Unidad	200	450	900.000,00
TOTAL				900.000,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30
GASTOS GENERALES
(Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Teléfono celular	3	500		1.500,00
Consumo de crédito post pago	3	100	300	3.600,00
Alquiler de local (4x4)	2	2.500	5.000	30.000,00
Material de oficina	1	200	200	2.400,00
Instalacion del letrero luminoso	1	500		500,00
mantenimiento de vehiculo			1500	1.500,00
Gasolina	130	3,74	486,2	5.834,40
Otros gastos			400	4.800,00
TOTAL				50.134,40

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31
SERVICIOS BÁSICOS
(Expresados en Bolivianos)

SERVICIOS BASICOS				
Agua	M3	12 meses	10	120,00
Luz	PkWh	12 meses	200	2400,00
TOTAL				2520,00

Fuente: Elaboración propia

c. COSTO FIJOS:

Tabla 32
COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA
 (Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Obreros	2	2.000	4.000	48.000,00
Área de producción	1	5.000	5.000	60.000,00
Técnico apicultor	1	1.500	1.500	18.000,00
TOTAL				126.000,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33
COSTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA
 (Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente General	1	5.500	5.500	66.000,00
Contador	1	1.000	1.000	12.000,00
Área de marketing y ventas	1	5.000	5.000	60.000,00
TOTAL				138.000,00

Elaboración propia

Fuente:

Tabla 34
PLAN SOCIAL AMBIENTAL
(Expresados en Bolivianos)

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plantines Astrapea	300	10	3000
plantines de Nogal	500	4	2000
TOTAL			5000

Fuente: Elaboración Propia

Nuestro plan social ambiental consiste en comprar plantines maderables y nectaríferas para donar especialmente a la Comunidad de Sanani para que puedan reforestar en lugares donde poseen ojos de aguas, por lo tanto de alguna manera como Empresa estaremos beneficiando porque las colonias están en mencionada Comunidad.

5.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio nos demuestra claramente que el costo fijo total es de Bs. 422.904 el precio de venta del PROPOMIEL en kilogramo por unidad de Bs. 60,00 y el costo de venta unitario es de Bs 42 y el margen de contribución o la ganancia por unidad es de Bs. 18 es decir:

$$\text{punto de equilibrio (en unidades)} = \frac{\text{costos fijos totales}}{\text{margen de contribución por unidad}}$$

$$\text{punto de equilibrio (en unidades)} = \frac{\text{Bs. 422.904}}{\text{Bs. 18}} = \mathbf{23.497 \text{ Unidades}}$$

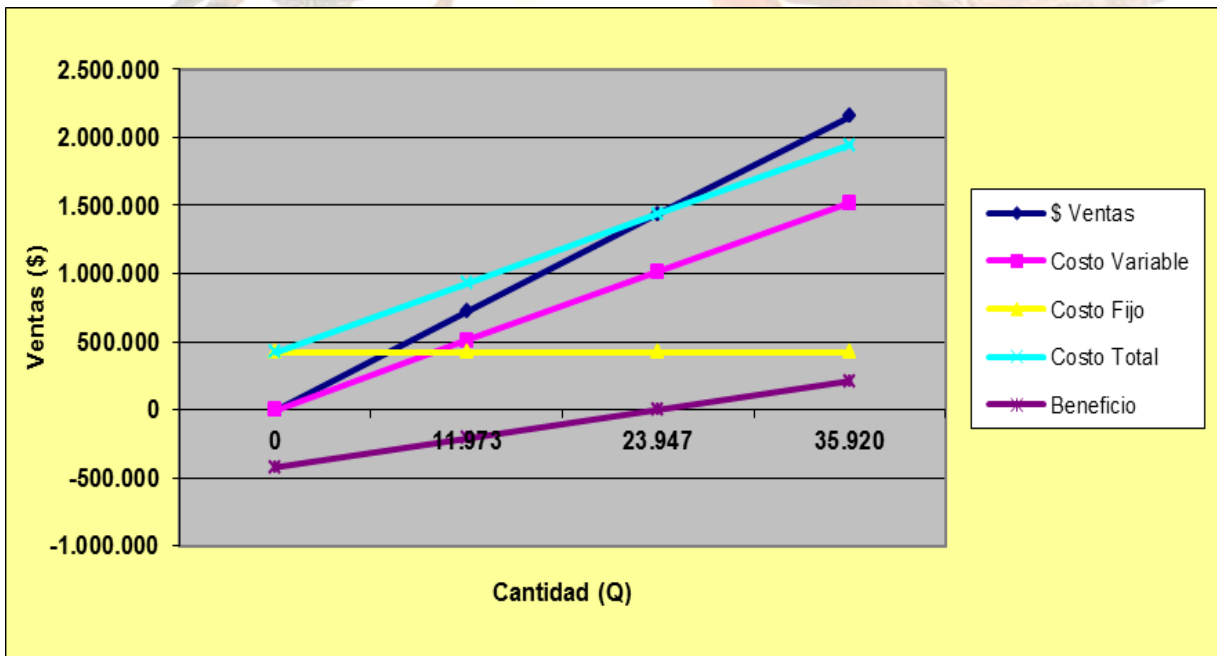
Se puede demostrar que **23.497** unidades, la Empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. debe vender para no generar pérdidas ni ganancias durante todo el año, a continuación se demuestra en el siguiente cuadro:

Tabla 35
PUNTO DE EQUILIBRIO
(Expresados en Bolivianos)

precio de venta unitario	60,00
costo de venta unitario	42
costo fijo	422.904
P.E. ANUAL (UNID)	23.947
P.E. ANUAL (BS)	1.436.819
UTILIDAD NETA	0,00

Fuente: Elaboración propia

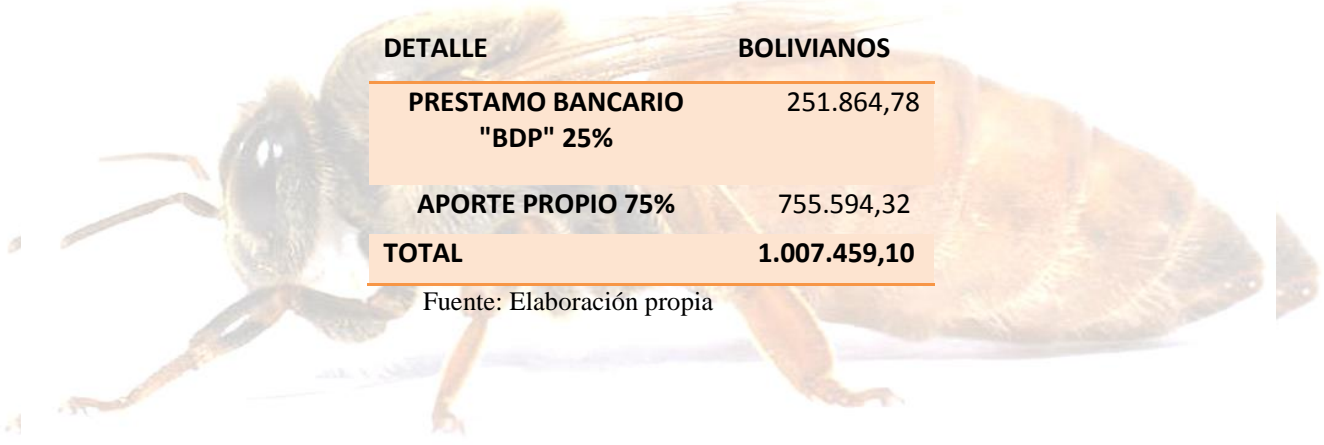
Grafico 10
Punto de equilibrio



5.4. FINANCIAMIENTO

La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. Se constituirá como Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L. Que estará conformada por dos socios los cuales tendrán el aporte de 755.594,33 Bs. y el resto de la inversión se financiara mediante un crédito de la institución “BANCO DESAROLLOPRODUCTIVO” de 251.864,78 Bs.

Tabla 36
FINANCIAMIENTO
(Expresados en Bolivianos)



DETALLE	BOLIVIANOS
PRESTAMO BANCARIO "BDP" 25%	251.864,78
APORTE PROPIO 75%	755.594,32
TOTAL	1.007.459,10

Fuente: Elaboración propia

5.5. FLUJO DE CAJA

Tabla 37
FLUJO DE CAJA
(Expresado en Bolivianos)

DETALLE	AÑO 0	2017	2018	2019	2020	2021
INGRESOS						
Ingreso por ventas		441.688,00	453.840,50	465.670,40	477.743,20	490.474,00
TOTAL INGRESO		441.688,00	453.840,50	465.670,40	477.743,20	490.474,00
EGRESOS						
Gastos Operativos		185.000,00	185.000,00	185.000,00	185.000,00	185.000,00
Gastos de Comercialización		56.000,00	56.000,00	56.000,00	56.000,00	56.000,00
Gastos de Administración		43.600,00	43.600,00	43.600,00	43.600,00	43.600,00
Depreciaciones		18.977,00	18.977,00	18.977,00	18.977,00	18.977,00
Intereses		2550,00	2119,65	1652,72	1146,09	596,41
TOTAL EGRESOS		306.127,00	305.696,65	305.229,72	304.723,09	304.173,41
UTILIDAD BRUTA		135.561,00	148.143,85	160.440,68	173.020,11	186.300,59
IUE %	25%	33.890,25	37.035,96	40.110,17	43.255,03	46.575,15
UTILIDAD NETA		101.670,75	111.107,89	120.330,51	129.765,08	139.725,44
FLUJO DE INVERSION	-217.135,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FLUJO DE CAJA	-217.135,00	101.670,75	111.107,89	120.330,51	129.765,08	139.725,44

Fuente: Elaboración propia

5.6. EVALUACION FINANACIERA (VAN; TIR; B/C)

- **Calculo del VAN**

VAN	209617,9
------------	-----------------

El valor actual neto (VAN) según el proyecto se afirma siempre y cuando sea mayor que cero, como indicador verifica tanto los ingresos como los egresos, también la inversión inicial actualizados al periodo actual, se puede decir que el valor actual neto del proyecto, si es positivo es aceptable para la empresa.

- **Calculo del TIR**

TIR	44,03%
------------	---------------

La tasa interna de retorno (TIR) obtenida es mayor a la tasa de descuento del crédito solicitado al Banco de Desarrollo Productivo (BDP) que es a una tasa de interés del 11.5% anual por lo tanto según el indicador del plan de negocio depende del criterio de aceptación o rechazo de un proyecto de inversión, pasa por comparar la TIR con la tasa mínima. Generalmente el mercado financiero observa cautelosamente estos tres aspectos para poder financiar un plan de negocio.

- **RELACION BENEFICIO COSTO**

B/C	1,27
------------	-------------

Lo que podemos observar claramente en la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. que la relación costo beneficio es mayor a 1, entonces este indicador nos demuestra que será rentable.

5.7. ANEXOS FINANCIEROS

Tabla 38
PLANILLA DE SALARIOS
(Expresado en Bolivianos)

PLANILLA DE APORTES PATRONALES DE LA EMPRESA "FLOR MAGDIEL" SRL EXPRESADO EN BOLIVIANOS									
N°	CARGO	TOTAL GANADO	C.N.S	PRIMA AFP	VIVIENDA	DOBLE AGUINALDO	PROV. AGU.	PROV. BEN. SOC.	TOTAL
			10%	1,71%	2,00%	8,33%	8,33%	8,33%	
1	GERENTE GENERAL	5.500,00	550,00	94,05	110,00	458,15	45,82	7,83	6.765,85
2	JEFE DE PRODUCCION	5.000,00	500,00	85,50	100,00	416,50	41,65	7,12	6.150,77
3	JEFE DE MKT Y VENTAS	5.000,00	500,00	85,50	100,00	416,50	41,65	7,12	6.150,77
4	TECNICO APICULTOR	1.500,00							1.500,00
5	CONTADOR	1.000,00							1.000,00
6	OBREROS 2	4.000,00	400,00	68,40	80,00	333,20	33,32	5,70	4.920,62
	TOTAL	22.000,00	1.950,00	333,45	390,00	1.624,35	162,44	27,78	26.488,01

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39
AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO
(Expresados en Bolivianos)

AÑOS	AMORTIZ. ANUAL	AMORTIZ. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0		0	1865
1	466,25	466,25	1398,75
2	466,25	932,5	932,5
3	466,25	1398,75	466,25
4	466,25	1865	0

Fuente: elaboración propia

Tabla40
DEPRECIACIONES
 (Expresados en Bolivianos)

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS						
Nº	DESCRIPCION DEL ACTIVO	VIDA UTIL	% DE DEPRECIACION	COSTO ORIGINAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
1	EDIFICIO	40	2,50%	80.000,00	78.000,00	2.000,00
2	VEHICULO	5	20%	126.000,00	100.800,00	25.200,00
3	MAQUINARIA Y EQUIPO	8	15%	200.010,00	175.008,75	25.001,25
4	HERRAMIENTAS EN GENERAL	4	25%	3.180,00	2.385,00	795,00
5	MUEBLES Y ENSERES	10	10%	9.710,00	8.739,00	971,00
6	EQUIPO DE COMPUTACION	4	25%	10.100,00	7.575,00	2.525,00
TOTAL				429.000,00	372.507,75	56.492,25

Fuente: Elaboración propia

Tabla41
COSTO UNITARIO
 (Expresados en Bolivianos)

Materia prima + insumo	152.350,00
Mano de obra directa	126.000,00
Depreciación	58492,25
Costo de fabricación	110.281,40
TOTAL	447.123,65
COSTO POR UNIDAD	42,34
447.123,65/10.560	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS CRECIMIENTO ANUAL ESTIMADO 3%
(Expresados en Bolivianos)

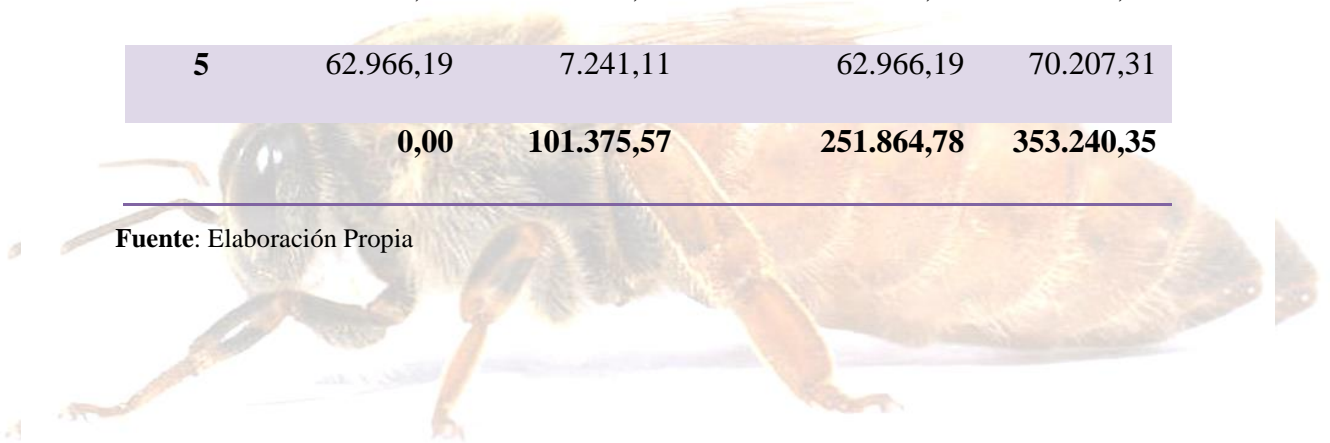
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (EN Bs) CRECIMIENTO ANUAL ESTIMADO 3%						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
INGRESO DE VENTAS	633.600,00	761.635,05	784.484,10	808.018,62	832.259,18	
OTROS INGRESOS						
VENTAS NETAS (-5%)	601.920,00	723.553,30	745.259,90	767.617,69	790.646,22	
COSTOS DE PRODUCCION						
Materia prima	90.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Insumos	62.350,00	62.350,00	62.350,00	62.350,00	62.350,00	62.350,00
Mano de obra directa	126.000,00	133.560,00	141.573,60	150.068,02	159.072,10	
Mano de obra indirecta	138.000,00	146.280,00	155.056,80	164.360,21	174.221,82	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	416.350,00	342.190,00	358.980,40	376.778,22	395.643,92	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	185.570,00	381.363,30	386.279,50	390.839,47	395.002,30	
GASTOS OPERACIONALES						
Materiales indirectos	26.835,60	27.640,67	28.469,89	29.323,98	30.203,70	
Servicios básicos	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	
Gastos generales	50.134,40	50.134,40	50.134,40	50.134,40	50.134,40	
Costos de comercialización	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	
Gastos del plan ambiental social	5.000,00	5.050,00	5.100,50	5.151,51	5.203,02	
Imprevistos	19.754,10	20.346,72	20.957,12	21.585,84	22.233,41	
Depreciaciones	56.492,25	56.492,25	56.492,25	56.492,25	56.492,25	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	166.736,35	168.184,04	169.674,16	171.207,98	172.786,79	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	18.833,65	213.179,26	216.605,33	219.631,49	222.215,52	
impuesto a las utilidades (25%)	4.708,41	53.294,81	54.151,33	54.907,87	55.553,88	
UTILIDAD NETA	-1007.459,10	14.125,24	159.884,44	162.454,00	164.723,62	166.661,64

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43
PLAN DE PAGOS CUOTA VARIABLE
(Expresados en Bolivianos)

PLAN DE PAGOS AL BANCO				
AÑO	SALDO K PREST.	INTERÉS I (11.5%)	AMORTIZACIÓN A	TOTAL (i+A)
1	251.864,78	28.964,45	0	28.964,45
2	251.864,78	28.964,45	62.966,19	91.930,64
3	188.898,58	21.723,34	62.966,19	84.689,53
4	125.932,39	14.482,22	62.966,19	77.448,42
5	62.966,19	7.241,11	62.966,19	70.207,31
	0,00	101.375,57	251.864,78	353.240,35

Fuente: Elaboración Propia





SUPUESTOS Y ESCENARIOS

6. SUPUESTOS Y ESCENARIOS

Son secuencias hipotéticas de eventos articulados, con el diseño de concentrar la atención en procesos causales y en rompimiento factibles.

Un escenario es un conjunto de circunstancias que pueden producirse en un determinado ámbito, dentro del cual operan actores e intereses que se deben analizar con coherencia y unidad de criterio.

a. Escenario Moderado

Hemos desarrollado este escenario en una situación intermedia entre que las cosas vayan mal y que las cosas vayan muy bien.

La empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. determinó los siguientes datos que se los demuestra a continuación:

En el presente cuadro nos demuestra que en nuestras ventas netas al incrementar el 6% se tiene una probabilidad de no correr riesgo en nuestra empresa.

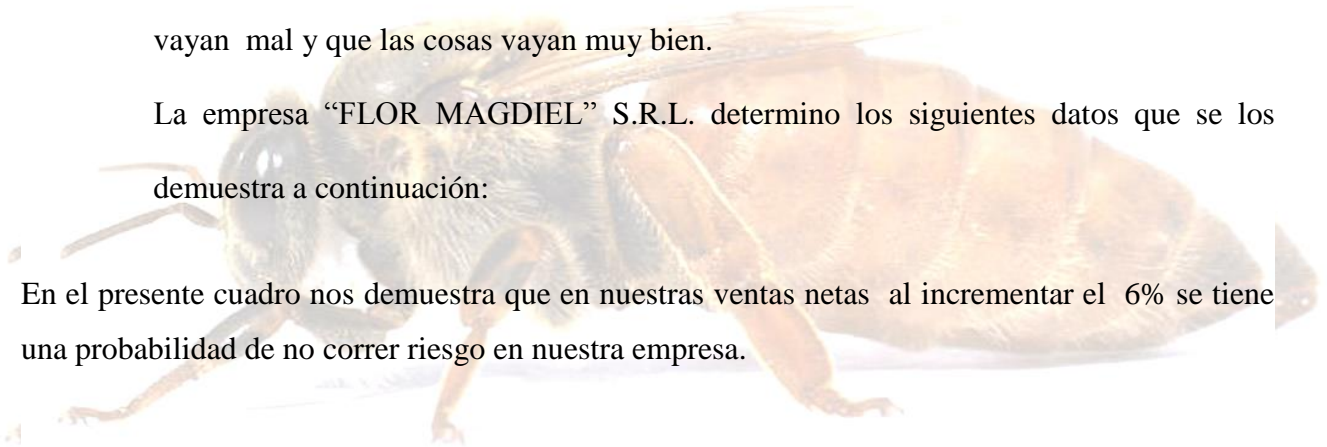


Tabla 44
ESCENARIO MODERADO

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (EN Bs) CRECIMIENTO ANUAL ESTIMADO 3%						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
INGRESO DE VENTAS		633.600,00	761.635,05	784.484,10	808.018,62	832.259,18
OTROS INGRESOS						
VENTAS NETAS (-5%)		595.584,00	715.936,95	737.415,05	759.537,50	782.323,63
COSTOS DE PRODUCCION						
Materia prima		90.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Insumos		62.350,00	62.350,00	62.350,00	62.350,00	62.350,00
Mano de obra directa		126.000,00	133.560,00	141.573,60	150.068,02	159.072,10
Mano de obra indirecta		138.000,00	146.280,00	155.056,80	164.360,21	174.221,82
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION		416.350,00	342.190,00	358.980,40	376.778,22	395.643,92
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		179.234,00	373.746,95	378.434,65	382.759,28	386.679,71
GASTOS OPERACIONALES						
Materiales indirectos		26.835,60	27.640,67	28.469,89	29.323,98	30.203,70
Servicios basicos		2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00
Gastos generales		50.134,40	50.134,40	50.134,40	50.134,40	50.134,40
Costos de comercializacion		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Gastos del plan ambiental social		5.000,00	5.050,00	5.100,50	5.151,51	5.203,02
Imprevistos		19.754,10	20.346,72	20.957,12	21.585,84	22.233,41
Depreciaciones		56.492,25	56.492,25	56.492,25	56.492,25	56.492,25
TOTAL GASTOS DE OPERACION		166.736,35	168.184,04	169.674,16	171.207,98	172.786,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		12.497,65	205.562,91	208.760,49	211.551,30	213.892,92
impuesto a las utilidades (25%)		3.124,41	51.390,73	52.190,12	52.887,83	53.473,23
UTILIDAD NETA	(1.007.459,10)	9.373,24	154.172,18	156.570,37	158.663,48	160.419,69

6%

Fuente: elaboración propia

b. Escenario Pesimista

Nos referimos a que ocurre si el negocio le va mal y que puedes perder, también se puede saber cuándo podemos caer con las ventas, que debemos hacer con el personal, compras y planes de inversión.

Proyectar la información en un flujo de fondos y establece cursos de acción que permitan mantener cierta rentabilidad o minimizar las pérdidas, si la realidad se inclina hacia este escenario.

Otro caso puede ser como se trabaja con materia prima biológica puedan enjambrar, dividirse por raza o época, de alguna manera afectaría a nuestras ventas netas en los peores casos hasta el clima no favorecería

Tabla 45
ESCENARIO PESIMISTA

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (EN Bs) CRECIMIENTO ANUAL ESTIMADO 3%						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
INGRESO DE VENTAS		633.600,00	761.635,05	784.484,10	808.018,62	832.259,18
OTROS INGRESOS						
VENTAS NETAS (-5%)		582.912,00	700.704,25	721.725,37	743.377,13	765.678,45
COSTOS DE PRODUCCION						
Materia prima		90.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Insumos		62.350,00	62.350,00	62.350,00	62.350,00	62.350,00
Mano de obra directa		126.000,00	133.560,00	141.573,60	150.068,02	159.072,10
Mano de obra indirecta		138.000,00	146.280,00	155.056,80	164.360,21	174.221,82
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION		416.350,00	342.190,00	358.980,40	376.778,22	395.643,92
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		166.562,00	358.514,25	362.744,97	366.598,91	370.034,53
GASTOS OPERACIONALES						
Materiales indirectos		26.835,60	27.640,67	28.469,89	29.323,98	30.203,70
Servicios basicos		2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00
Gastos generales		50.134,40	50.134,40	50.134,40	50.134,40	50.134,40
Costos de comercializacion		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Gastos del plan ambiental social		5.000,00	5.050,00	5.100,50	5.151,51	5.203,02
Imprevistos		19.754,10	20.346,72	20.957,12	21.585,84	22.233,41
Depreciaciones		56.492,25	56.492,25	56.492,25	56.492,25	56.492,25
TOTAL GASTOS DE OPERACION		166.736,35	168.184,04	169.674,16	171.207,98	172.786,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		-174,35	190.330,21	193.070,81	195.390,93	197.247,74
impuesto a las utilidades (25%)		-43,59	47.582,55	48.267,70	48.847,73	49.311,94
UTILIDAD NETA	(1.007.459,10)	-130,76	142.747,65	144.803,11	146.543,20	147.935,81

8%

Fuente: elaboración propia

c. Escenario Optimista

Nuestra empresa al tener el 3% en ventas netas podemos obtener mayores ingresos, donde puede ser un buen año y se coseche de 18 kilogramos a 20 kilogramos de miel, además el crecimiento anual se estimaría en un 5% que esto ayudaría a mejorar la empresa y obtener óptimos resultados.

Tabla 46
ESCENARIO OPTIMISTA

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (EN Bs) CRECIMIENTO ANUAL ESTIMADO 3%						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
INGRESO DE VENTAS		633.600,00	761.635,05	784.484,10	808.018,62	832.259,18
OTROS INGRESOS						
VENTAS NETAS (-5%)		614.592,00	738.786,00	760.949,58	783.778,06	807.291,40
COSTOS DE PRODUCCION						
Materia prima		90.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Insumos		62.350,00	62.350,00	62.350,00	62.350,00	62.350,00
Mano de obra directa		126.000,00	133.560,00	141.573,60	150.068,02	159.072,10
Mano de obra indirecta		138.000,00	146.280,00	155.056,80	164.360,21	174.221,82
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION		416.350,00	342.190,00	358.980,40	376.778,22	395.643,92
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		198.242,00	396.596,00	401.969,18	406.999,84	411.647,49
GASTOS OPERACIONALES						
Materiales indirectos		26.835,60	27.640,67	28.469,89	29.323,98	30.203,70
Servicios basicos		2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00
Gastos generales		50.134,40	50.134,40	50.134,40	50.134,40	50.134,40
Costos de comercializacion		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Gastos del plan ambiental social		5.000,00	5.050,00	5.100,50	5.151,51	5.203,02
Imprevistos		19.754,10	20.346,72	20.957,12	21.585,84	22.233,41
Depreciaciones		56.492,25	56.492,25	56.492,25	56.492,25	56.492,25
TOTAL GASTOS DE OPERACION		166.736,35	168.184,04	169.674,16	171.207,98	172.786,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		31.505,65	228.411,96	232.295,01	235.791,86	238.860,70
impuesto a las utilidades (25%)		7.876,41	57.102,99	58.073,75	58.947,96	59.715,17
UTILIDAD NETA	(1.007.459,10)	23.629,24	171.308,97	174.221,26	176.843,89	179.145,52

3%

Fuente: Elaboración propia



7. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

Es aquel que regula la relación jurídica entre el administrador (estado) con los administradores legales.

7.1. PERSONERÍA JURÍDICA

La empresa buscará la asesoría externa de un abogado profesional, ante posibles percances. Así mismo se requerirá el cumplimiento de los siguientes aspectos que regulan el lanzamiento de la empresa.

Requisitos Para Persona Jurídica

1. Formulario de Declaración Jurada (Formulario 101 y 100-B).
2. Cédula de Identidad del Representante Legal y los socios (2 Fotocopias).
3. Documento de Constitución (2 Fotocopias).
4. Poder del Representación Legal (2 Fotocopias).
5. Balance de Apertura con Solvencia Profesional (2 Fotocopias).
6. Certificado de Inscripción al Servicio de Impuestos Nacionales - NIT (2 Fotocopias).
7. Evaluación de Impacto Ambiental (obtenerlo en la Dirección de Medio Ambiente).
8. Aviso de cobranza de energía eléctrica y agua potable del último mes de la empresa (2 Fotocopias).
9. Plano de ubicación o croquis de la empresa (2 Fotocopias).
10. Carátula de Bs. 5 y timbres en valor de Bs. 95.
11. Fólder amarillo (2 unidades).

ADICIONALMENTE SI CORRESPONDE:

- ✓ Autorización para expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas (emitida por la Dirección de Protección al Consumidor ubicada en la Ex - Terminal).
- ✓ Registro Sanitario y Autorización Sanitario de Funcionamiento si manipula alimentos (emitida por el Gobierno Departamental, SENASAG y/o SEDES según corresponda a la actividad a desarrollar).
- ✓ Certificado de Antecedentes emitido por la F.E.L.C.C. (en caso de ser necesario).
- ✓ Extranjeros presentar Carnet de Extranjería y Certificado de Antecedentes emitido por la F.E.L.C.C.
- ✓ Permisos especiales otorgados por organismos pertinentes a la actividad que vaya a desarrollarse.

NOTA: El trámite deberá ser realizado por el Representante Legal, caso contrario presentar carta de autorización firmada por el Representante Legal y fotocopia de la Cédula de Identidad del gestor.

7.2. REGISTRO LEGAL

Registro legal

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



- ◆ FUNDAEMPRESA
- ◆ SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES
- ◆ GOBIERNO MUNICIPAL
- ◆ CAJA DE SALUD
- ◆ AFP's
- ◆ MINISTERIO DE TRABAJO

7.3. FUNDAEMPRESA

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

1. Formulario N° 0020/03 de solicitud de matrícula de comercio con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el presente legal.

2. Balance de apertura firmado por el presente legal y el profesional que interviene, acompañado la respectiva solvencia profesional original otorgado por el colegio de contadores y auditores.
3. Testimonio de escritura pública de constitución social.
4. Publicación del testimonio de constitución en un periódico de circulación nacional que contengan las partes pertinentes referidas a:
 - a) Introducción notarial de la escritura pública en la que conste el N° de instrumento, lugar, fecha, notaria de fe pública, y distrito judicial.
 - b) Transcripción sin extenso y textual de las cláusulas establecidas en los incisos 1 al 7 del art.127 del código de comercio.
 - c) Conclusión y concordancia de la intervención del notario de fe pública. (adjuntar página completa del periódico en que se efectuó la publicación).
5. Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo.

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

7.4. SERVICIOS DE IMPUESTOS NACIONALES

Número de identificación tributaria (NIT)

Trámite que se realiza para iniciar cualquier actividad, dirigido a persona natural y jurídica. La regula la ley 843-ley 1606.

Requisitos

- Formulario de empadronamiento.
- Escritura de constitución de sociedad o personería jurídica, ley, decreto supremo o resolución según corresponda; fotocopia legalizada.
- Documento de identificación del titular.
- Factura de luz, que acredite el domicilio.
- Balance de apertura.
- Representante legal: fuente de mandato (poder, acto de directorio, estatuto o contrato), fotocopia legalizada.
- Documento de identidad.
- Factura de luz

Es plazo de este trámite es no mayor a 72 horas.

Lugar de atención

Dirección Av. Montes N° 515(Ex. Cía. De tabacos.



Alcance: A nivel nacional.

7.5. GOBIERNO MUNICIPAL

La licencia de funcionamiento se obtiene en el gobierno municipal con una solicitud escrita con los siguientes requisitos:

- Carta con copia de solicitud dirigida al director de recaudaciones detallando la actividad económica, zona, dirección, teléfono de la oficina.
- Fotocopia del NIT.
- Croquis del lugar.
- Declaración jurada firmada por el responsable del local.
- Formulario Accee.2000, declaración jurada y firmada.
- Balance de apertura.



7.6. CAJA NACIONAL DE SALUD

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

- Formulario Avc-01(aviso de afiliación del empleador)
- Formulario Avc-02(carnet del empleador)
- Formulario Rci-1^a.
- Balance de apertura aprobado y sellado por el SNIL.
- Fotocopia de C.I. del representante legal de la empresa.
- Planilla de haberes en un original y una copia.
- Fotocopia del NIT.
- Croquis de ubicación de la empresa.
- Nómina del personal con fecha de nacimiento.



Trabajador:

- Formulario AVC-04 aviso de afiliación del trabajador.

- Formulario AVC-05 cedula de trabajador.
- Fotocopia cedula de identidad del trabajador.
- Certificado de nacimiento original.
- Última papeleta de pago – original.

7.7. FONDO DE PENSIONES

La empresa deberá presentar el formulario de inscripción del empleador acompañado de:

- ✿ Fotocopia de C.I. del representante legal.
- ✿ Fotocopia del NIT de la empresa.
- ✿ AFP-FUTURO DE BOLIVIA
- ✿ AFP- Previsión BBVA.
- ✿ Llenar formulario de inscripción del empleador.



- ✿ El registro es la concreción de la afiliación, de la misma que se da una vez que el afiliado procede al llenado y firma del formulario de registro y se obtiene un número único asignado (NUA) por parte de la AFP. TODAS LAS PERSONAS con relación de dependencia laboral deben registrarse de manera obligatoria a una de las AFP's. todo empleador tiene la obligación de registrarse a sus dependientes en un plazo máximo de veinticinco (25) días después de iniciada la nueva relación laboral.

7.8. REGISTRO EN EL SEGURO DE VEJES O JUBILACION (AFP)

Requisitos:

- ◆ El empleador debe presentar el formulario de inscripción empleador para el segundo obligatorio.

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

7.10. IMPUESTOS AL VALOR AGREGADO IVA

El impuesto al valor agregado fue creado con la ley 843 del 20 de mayo de 1989, bajo los siguientes precedentes:

- ♣ El IVA graba los servicios en general.
- ♣ Lo pagan todas las personas naturales o jurídicas que realicen dichos servicios.
- ♣ La alícuota es del 13% sobre el precio neto de ventas y/o presentación de servicios.
- ♣ Se paga mensualmente, del 1 al 20 de cada mes del periodo declarante.

Régimen complementario al impuesto RC-IVA

EL RC-IVA, CREADO POR LA LEY 843 del 20 de mayo de 1986, señala:

- a. Contribuyentes en relación de dependencia.
 - ✓ El RC-IVA se aplica sobre sueldos y salarios de los dependientes, jornaleros, sobresueldos, horas extras, bonos.
 - ✓ Lo pagan todos los empleados del sector público o privado a través del agente de retención.
- b. Contribuyente directo
 - ✓ El RC-IVA, grava los honorarios de los directores.
 - ✓ Lo pagan las personas mencionadas anteriormente.

- ✓ La alícuota es del 13% sobre los ingresos percibidos.
- ✓ Se paga trimestralmente del 1 al 20 de cada mes vencido el trimestre. A declararse

Impuestos sobre las utilidades de las empresas IUE

El IUE, fue creado por la ley 1606 del 22 de diciembre de 1994, bajo las siguientes normas:

Es dirigido a las empresas:

- ❖ El IUE graba la utilidad neta.
- ❖ Lo pagan todas las empresas públicas y privadas.
- ❖ La alícuota es de 25% sobre las utilidades netas.
- ❖ Se paga anualmente, a los 120 días del cierre de su gestión fiscal.

7.11. SENASAG (servicio nacional de seguridad agropecuaria e inocuidad alimentaria)

Registro sanitario de empresas rubro alimenticio

Requisitos:

- ♣ Carta de solicitud de registro de Empresas del Rubro Alimenticio, adjuntando en expediente con la documentación siguiente.
 - ◆ Fotocopia de inscripción en FUNDAEMPRESA.
 - ◆ Formulario de solicitud (UNIA-REG-FORM-001) debidamente llenado, recabado en las oficinas del SENASAG o descárgalo de la página web.
- ♣ Croquis de distribución y ubicación de la empresa.

- ♣ Certificado sanitario de exportación del producto importado vigente, o certificado de libre venta vigente, emitido por la autoridad sanitaria del país de origen, o resultados de análisis de laboratorio correspondiente al tipo de producto a ser importado.
- ♣ Muestra del producto para el análisis.
- ♣ Cancelación de servicios de análisis de laboratorio.
- ♣ Depósito en cuenta del SENASAG por servicios prestados.

7.12. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Es el proceso por medio del cual se logra establecer:

- ✓ La estructura orgánica y el organigrama.
- ✓ Los cargos y funciones administrativos.
- ✓ Las normas y reglamentos de organización.
- ✓ Las máquinas, equipos y herramientas.
- ✓ La infraestructura de los talleres y oficinas.
- ✓ El recurso humano necesario.

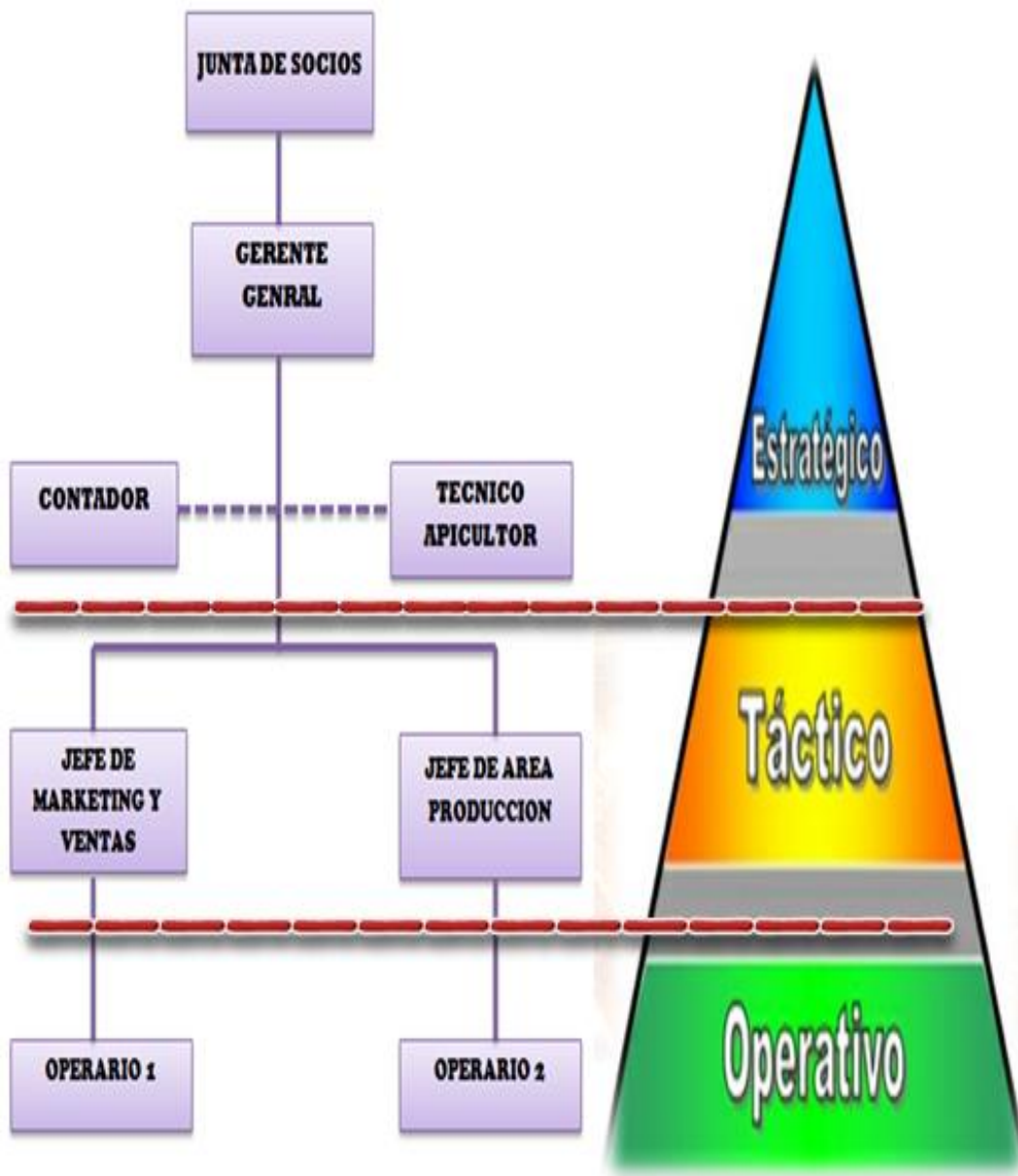
7.13. ORGANIGRAMA

Nuestro organigrama será de manera vertical donde representara unidades que constituya la compañía con sus respectivos niveles jerárquicos.

Refleje los diversos tipos de trabajo, especializados o no, que se realizan en la empresa “FLOR MAGDIEL” S.R.L. debidamente asignados por área de responsabilidad o función.

Muestra una representación de división de trabajo, indicando:

- Los cargos existentes en la compañía.
- Como estos cargos se agrupan en unidades administrativas.
- Como la autoridad se le asigna a los mismos.



7.14. PERSONAL

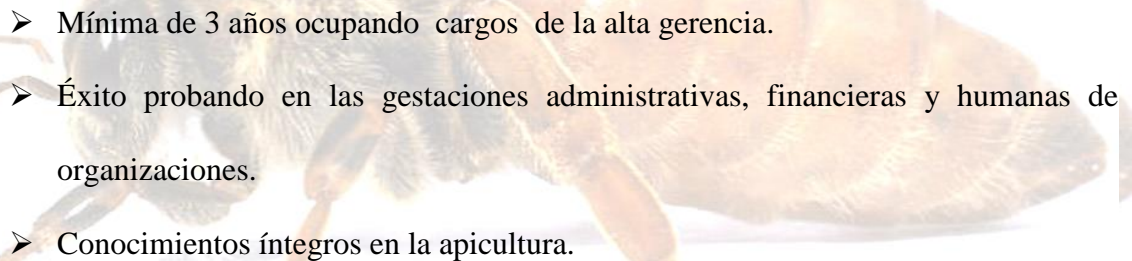
Se lanzara una convocatoria pública mediante la radio, donde la convocatoria especificara el perfil que deben cumplir los candidatos para los puestos de trabajo.

◆ GERENTE GENERAL

OBJETIVO DEL CARGO

Dirigir la organización en su conjunto, liderando con el ejemplo en base a valores de integridad y responsabilidad, para el logro efectivo de las metas propuestas.

FORMACION ACADEMICA

- 
- Mínima de 3 años ocupando cargos de la alta gerencia.
 - Éxito probando en las gestaciones administrativas, financieras y humanas de organizaciones.
 - Conocimientos íntegros en la apicultura.

FUNCIONES

- Planeamiento estratégico de actividades.
- Presentación legal de la empresa.
- Dirigir las actividades generales de la empresa.
- Contratación de personal administración.
- Aprobación de presupuestos e inversiones.
- Dirigir el desarrollo de las actividades de la empresa.
- Cumplir metas designadas por la asamblea de socios.

◆ JEFE DE AREA PRODUCCION

OBJETIVO DE CARGO

Dirigir el área productiva integrando, desarrollando y mejorando procesos en coordinación con los demás puestos administrativos.

FORMACION ACADEMICA

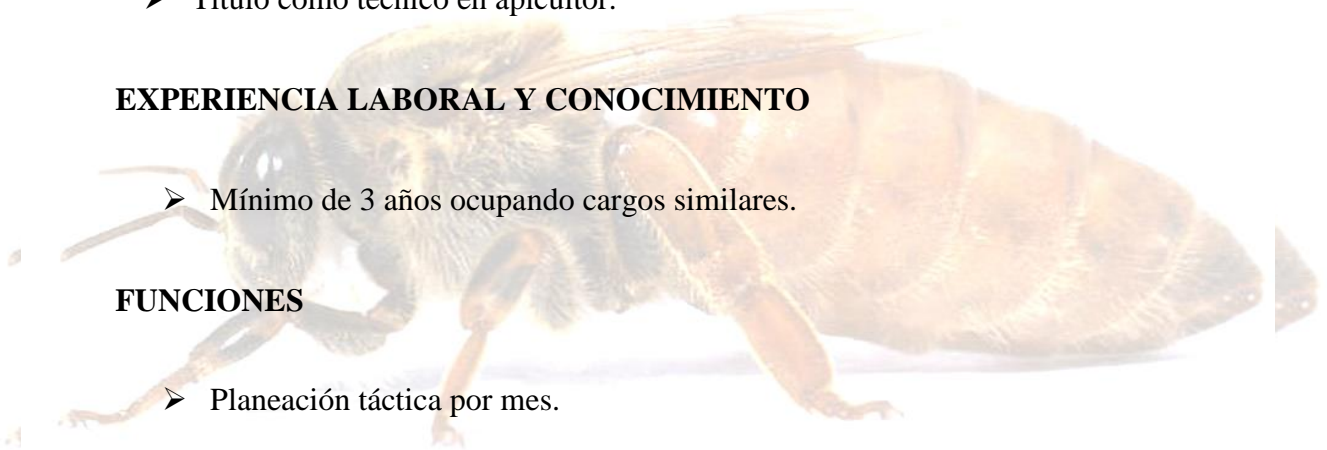
- Profesional con formación académica en el rubro.
- Especialización en Apicultura.
- Título como técnico en apicultor.

EXPERIENCIA LABORAL Y CONOCIMIENTO

- Mínimo de 3 años ocupando cargos similares.

FUNCIONES

- Planeación táctica por mes.
- Coordinación directa con los obreros y técnicos de la empresa.
- Coordinación con las demás áreas.
- Manejo de programas de en la producción de la miel y el propoleo.
- Cumplir metas designadas por la asamblea de socios.



◆ JEFE DE AREA DE MARKETING Y VENTAS

OBJETIVOS DEL CARGO

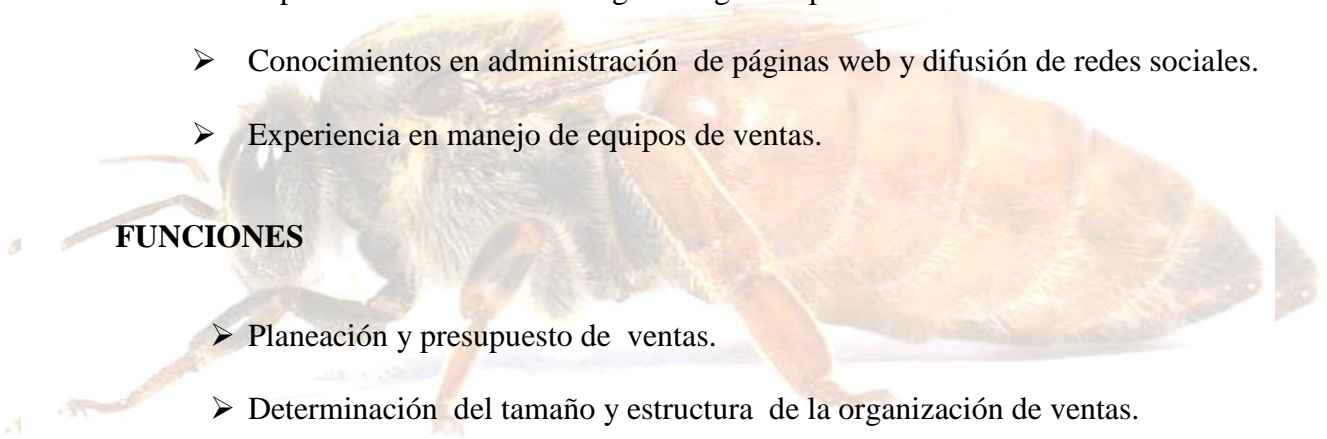
El gerente de Marketing y ventas debe lograr sus metas para cumplir sus objetivos y estrategias de la empresa, que monitorea el macro ambiente (factores tecnológicos, competitivos, económicos, legales, culturales y éticos.)

FORMACION ACADEMICA

- Profesional con formación en Ingeniero comercial o ramas afines.
- Especialización en Marketing e imagen corporativa.
- Conocimientos en administración de páginas web y difusión de redes sociales.
- Experiencia en manejo de equipos de ventas.

FUNCIONES

- Planeación y presupuesto de ventas.
- Determinación del tamaño y estructura de la organización de ventas.
- Reclutamiento, selección, y entrenamiento de la fuerza de ventas.
- Monitoreo del ámbito de la comercialización.
- Incrementar la cartera de clientes.
- Capacidad para tomar decisiones rápidas y bajo presión.



◆ TÉCNICO APICULTOR

OBJETIVO DEL CARGO

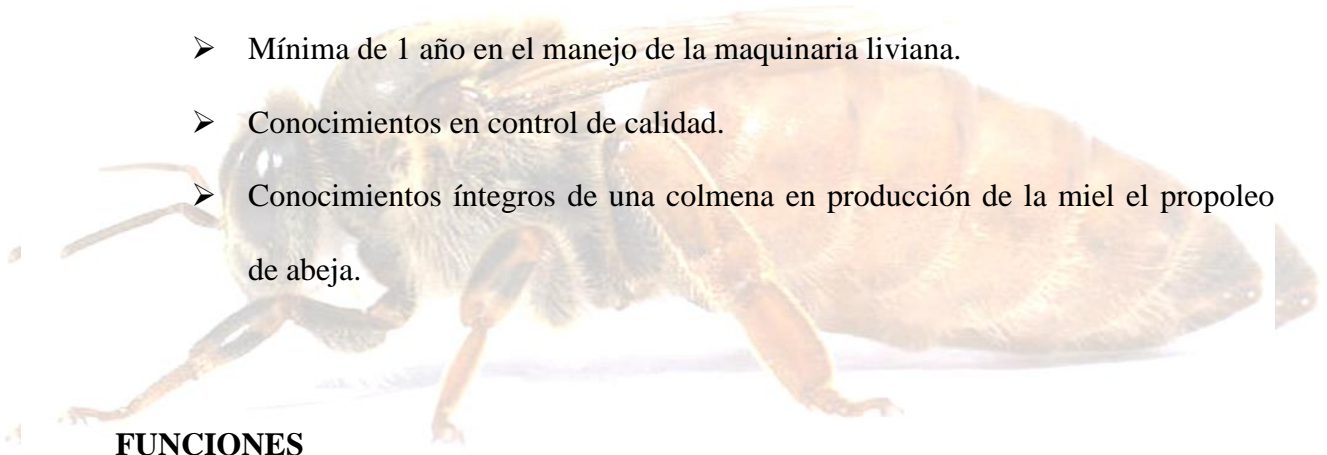
Manejo de las máquinas, equipos y herramientas para la producción de miel y propoleo de abeja, cumpliendo las metas diarias de producción.

FORMACION ACADEMICA

- Técnico en el manejo de la apicultura.

EXPERIENCIA LABORAL Y CONOCIMIENTOS

- Mínima de 1 año en el manejo de la maquinaria liviana.
- Conocimientos en control de calidad.
- Conocimientos íntegros de una colmena en producción de la miel el propoleo de abeja.



FUNCIONES

- Operar maquinarias livianas.
- Amplitud de criterio
- Disciplina y carácter para trabajo en equipo.
- Capacidad de trabajo bajo presión.

◆ OPERARIOS

OBJETIVOS DEL CARGO

Brindar apoyo a las áreas que componen la empresa de manera efectiva, proactiva, con deseos de desarrollo.

FORMACION ACADEMICA

- Bachiller en humanidades.

EXPERINCIA LABORAL Y CONOCIMIENTOS






- Mínimo de 1 año en conocimientos básicos de la apicultura.
- Disciplina y carácter para trabajo en equipo.
- Capacidad de trabajo bajo presión.

7.15. PROCEDIMIENTO TECNICO

Los procesos se forman a partir de una serie de etapas que siguen unas a otras para lograr una cierta transformación. Un proceso, por lo tanto implica un periodo de tiempo en el que se desarrollan determinadas actividades.⁹

⁹ Julián Pérez Porto y Ana Gardey (2013) (<https://definicion.de/proceso/tecnico/>)

PROCESO DE PRODUCCION DEL PROPOMIEL

Simbología	Tiempo					
Actividad						
Chaqueo del terreno en un lugar adecuado	1 día	★				
Limpieza del terreno para el <u>apiario</u> .	1 día	★				
Colocado de bases o caballetes	1 día	★				
Compra de cajones y herramientas apícolas (equipos de protección, de revisión, y de cosecha)	1 mes					★
Obtención o capturas de nidos de abeja	1 días	★				
Adquisición de núcleos de colmenas	1 días	★				
Traslado y distribución de las colmenas en el <u>apiario</u> .	8 días	★				
Primera revisión de las colmenas	4 días	★				
Revisión indirecta, se verifica el funcionamiento de las abejas	2 días	★				
<u>Deshierbe del apiario</u> .	3 días					★
Segunda revisión completa	2 días	★				
Revisión directa e inspección de las colmenas con el equipo y registro apícola.	8 días	★				
Colocado de la alza a las colmenas	4 días	★				
Tercera y última revisión de las colmenas	2 días	★				
Cosecha de la miel	4 días	★				
Traslado de la miel al almacenamiento	1 día	★				
<u>Deserperculamos, desentrifugamos, envasamos, etiquetamos y la venta.</u>	1 día	★				
TOTAL DIAS DE TRABAJADO						74 días

7.16. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

7.16.1. Inscripción de sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.)

Requisitos:

1. Formulario N° 0020 de solicitud de Matrícula de Comercio con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante legal.
2. Balance de apertura firmado por el representante legal y el profesional que interviene, acompañando a respectiva solvencia profesional original otorgado por el colegio de

Audidores o Contadores.

3. Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art.127 del código de comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.

4. Publicación del testimonio de constitución en un periódico de circulación nacional que contenga las partes pertinentes referidas a:

- a. Introducción notarial de la escritura pública en la que conste el N°de instrumento, lugar, fecha, Notaria de Fe Pública y Distrito Judicial.
- b. Transcripción in extenso y textual de las cláusulas establecidas en los incisos 1 al 7del Art.127 del código de comercio.
- c. Conclusión y concordancia de la intervención del notario de fe pública.(adjuntar página completa del periódico en que se efectúa la publicación)

5. Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo.

No se requiere la inclusión del acta de asamblea. Si el representante legal es extranjero debe presentar el documento original que acredite la dedicatoria en el país (únicamente para verificación), debiendo constar con el mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanecía temporal de un año, permanecía temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañado una fotocopia simple de dicho documento firmado por el titular. En su caso puede también presentar certificación original o fotocopia legalizada extendida por el Servicio Nacional de Migración SENAMIG.

Formulario

Formulario 0020

Arancel

- S.R.L. / Soc. Colectiva y en Comandita simple: Bs. 455,00

Plazos

Dos días hábiles, computables a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio.

Concepto

La sociedad de responsabilidad limitada, es aquella cuyo capital está integrado por cuotas de capital no representadas por títulos negociables, cuyo giro se efectúa bajo una razón social o denominación, seguido del aditamento "Sociedad de Responsabilidad Limitada", o su abreviatura "S.R.L.", o, la palabra "Limitada" o la abreviatura "Ltda.", en las que la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario.

Marco legal

Las sociedades comerciales referidas, se encuentran reguladas en el Código de Comercio: Sociedad Colectiva Art. 173 al 183, Sociedad en Comandita Simple Art. 184 al 194 y Sociedad de Responsabilidad Limitada Art. 195 al 216.

Procedimientos

Presentada la documentación requerida en ventanilla de atención al cliente, se efectúa la constatación del cumplimiento de los requisitos exigidos, el cobro del arancel correspondiente y la emisión del código de trámite que identifica el cargo de recepción. En

caso que el representante legal sea extranjero, ventanilla de atención al cliente debe efectuar la verificación de la fotocopia simple con el documento original que acredite la radicatoria del mismo, y una vez verificado debe ser devuelto dicho original en forma inmediata al cliente.

Ingresado el trámite, se remite en el día al jefe de oficina de sede o gerencia de área, para el reparto al analista jurídico, quien luego de efectuar el análisis jurídico y verificar el cumplimiento de las formalidades legales establecidas, puede efectuar el registro de la sociedad o en su caso observar el trámite.

- ◆ En el primer caso, se otorga el número de Matrícula de Comercio a la sociedad, y se procede a digitar las partes pertinentes de la documentación que corresponda al trámite. Luego, se procede a la digitalización de la documentación en el sistema informático y archivo físico correspondiente, pudiendo ventanilla de atención al cliente extender la respectiva Matrícula de Comercio y los certificados pertinentes.
- ◆ En el segundo caso, se emite una nota de devolución del trámite en la que se determinan las razones por las que el mismo ha sido observado y cómo puede subsanarse; derivándose la documentación del trámite a ventanilla de atención al cliente, para su devolución.

En caso de reingreso del trámite, adjuntando testimonio de aclarativa, complementación o modificación al instrumento de constitución, el analista jurídico debe realizar el procedimiento indicado precedentemente y en caso de proceder al registro debe digitar en forma vinculante también los datos de dichos documentos dentro del mismo registro de la escritura de constitución.

7.16.2. NORMAS DE CALIDAD Y SANIDAD

Registro Sanitario de Alimentos SENASAG

Toda persona que se dedique a la elaboración, fraccionamiento, envasado e importación de alimentos, y necesita tramitar el registro sanitario para su producto, certificado otorgado por el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria (SENASAG), debe dirigirse a las oficinas de ésta, que están ubicadas en la calle Hans Kundt esquina Honduras (Miraflores).

Toda persona que se dedique a la elaboración, fraccionamiento, envasado e importación de alimentos, y necesita tramitar el registro sanitario para su producto, certificado otorgado por el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria (SENASAG), debe dirigirse a las oficinas de ésta, que están ubicadas en la calle Hans Kundt esquina Honduras (Miraflores).

Formulario

En dichas oficinas, el interesado deberá solicitar el formulario UIA-REG-FORM-001, que tiene que ser llenado con los siguientes datos:

- Croquis de ubicación de la planta.
- Capacidad de producción por mes.
- Nombre y marca del producto que procesa la empresa.
- Relación de ingredientes y aditivos, identificando a los segundos por su nombre genérico y su referencia numérica internacional, Formulario UIA-REG-FORM 001.
- Tiempo de almacenamiento que garantice la vida útil del producto en condiciones normales de conservación y almacenamiento.

Depósito

Después, el interesado deberá acudir a cualquier sucursal del Banco Unión y hacer un depósito a la cuenta 1-1053094, del SENASAG.

El monto del dinero dependerá del tipo de empresa que se tenga. Si es artesanal, se cancelará 500 bolivianos; si es semi-industrial, 800 bolivianos, y si es industrial, 1.400 bolivianos. La cancelación debe hacerse cada año calendario.

Requisitos

El interesado tiene que retornar a las oficinas del SENASAG y dirigirse al piso dos del edificio, donde debe dejar los siguientes documentos:

- Una carta dirigida al Jefe Distrital del SENASAG, solicitando registro como empresa procesadora.
- Fotocopia del Número de Identificación Tributaria (NIT).
- Fotocopia legalizada de la licencia de funcionamiento o ficha ambiental.
- Formulario de solicitud UIA-REG-FORM-001 debidamente completado.
- Croquis de la distribución de ambientes de la planta y flujograma de elaboración del producto.
- Boleta original y fotocopia del depósito realizado en el Banco Unión.
- Muestra de etiqueta del producto.

Inspección

Una vez que el funcionario reciba los documentos, los enviará a un inspector que evaluará y verificará los datos expuestos en el formulario UIA-REG-FORM-001. Luego tendrá que hacer un informe, que será enviado después a las oficinas nacionales del SENASAG, que están en Trinidad (Beni).

Entrega

La Jefatura Nacional de la Unidad de Inocuidad Alimentaria es la encargada de otorgar el registro sanitario. El número tiene 12 dígitos, los dos primeros son del departamento, en el caso de La Paz es el 04. El tiempo en el que se entrega el documento va desde 30 a 60 días.

7.16.3. IBNORCA

El Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA) es la entidad emblema de calidad en Bolivia. Es una organización privada sin fines de lucro, acreditada por la Dirección Técnica de Acreditación (DTA), con presencia nacional y personal técnico calificado.

La ISO 9001:2008 es la base del sistema de gestión de la calidad ya que es una norma internacional y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad (SGC).¹⁰

La norma ISO 9001 de sistemas de gestión de la calidad proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar

¹⁰ <http://www.normas9001.com/que-es-iso-9001.html>

y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia en el producto a ofertar en el mercado.

La certificación ISO 9001 SGC le ayuda a transmitir:

- Compromiso a sus accionistas
- Reputación de su organización
- Satisfacción de cliente
- Ventaja competitiva
- visitas temáticas y mejora continua, que añaden valor a los tradicionales procesos de auditoría y certificación.¹¹

Procedimiento para la certificación ISO 9001 (por IBNORCA)

Auditoría preliminar (opcional)

Los auditores llevan a cabo una auditoría preliminar para determinar si en su empresa ya se ha aplicado cualquier requisito asociado con esta norma.

Auditoría de Certificación

El proceso de certificación consta de dos partes. El equipo de auditoría analiza la documentación para determinar si su sistema de gestión cumple con la norma, posteriormente usted demostrará su aplicación práctica y la eficacia del sistema.

¹¹ Toffel, Mike. Associate Professor, *Harvard Business School*

Emisión del Certificado

Una vez que se hayan cumplido todos los criterios, su empresa recibirá el certificado, en el que se pondrá de manifiesto la implementación de su sistema de gestión y su conformidad con la norma ISO 9001.

Auditorías de Seguimiento

Por medio de auditorías de control anuales, comprobamos la optimización continua de sus procesos y el cumplimiento de la norma ISO 9001.

Renovación de la Certificación

La auditoría de renovación se lleva a cabo transcurridos tres años, y le ayudará a desarrollar procesos de mejora continuos. Esto pondrá de manifiesto su compromiso a largo plazo con la calidad ante sus socios y clientes.¹²

7.16.4. Certificación del producto con “sello IBNORCA”

Objetivos del sello

- Asegurar el cumplimiento de requisitos técnicos y legales del producto.
- Facilitar la elección entre otros productos similares.
- Proteger al consumidor al garantizar mediante la supervisión, la adquisición de productos confiables.

¹² http://www.tuv.com/es/bolivia/servicios_bo/sistemas_gestion_bo/calidadiso_9001_certificacion_iso_9001.

Beneficios del sello

- Garantiza un producto que cumple con requisitos y que permite que su proceso productivo sea controlado por una entidad independiente.
- Facilita las adquisiciones de productos pues brinda seguridad en las compras.
- Promueve un proceso continuo de auto-evaluación que involucra el cumplimiento de los requisitos del sistema de control de la calidad y los requisitos de la norma técnica

Evaluación de la conformidad del producto

Inspecciones y ensayos sobre el producto que incluye la evaluación de los requisitos de:

- Materias primas.
- Producto terminado.
- Análisis del registro histórico.
- Control del proceso, producto, competencia del personal.
- Evaluación de la conformidad al sistema de gestión de la calidad

7.17. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

Con el presente proyecto se pretende recuperar los ojos de agua a través de plantaciones de plantines de nogal y astrapea de alguna manera recuperar lo deforestado, concientizando a la vez por medios locales, mediante cuñas radiales e introduciendo las abejas para obtener buenos productos por la polinización en las plantas frutales, cafetales y silvestres que aún existen, para mantener las reservas forestales que se tiene en la región.



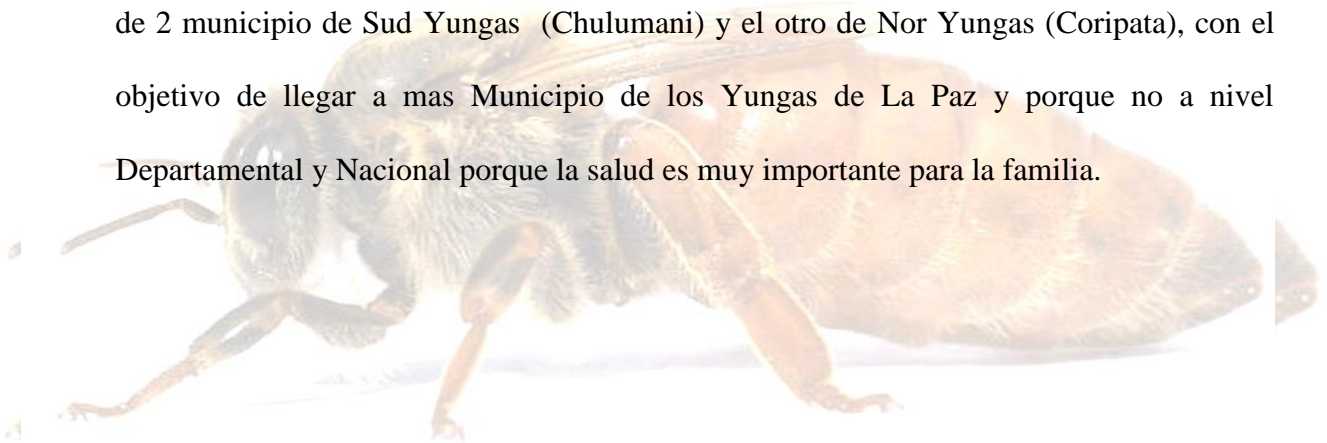


CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8. CONCLUSIONES

Nuestra empresa “FLOR MAGDIEL”SRL. Está enfocada a una actividad melífera, de tipo Apis de abeja con aguijón por ser sensible y muy útil para nuestra salud, a brindarnos su miel, propoleo, jalea real, polen, cera y apitoxina, nos ayudan a polinizar esta tierra de los Yungas que gracias a ella seguimos teniendo diversificación de productos.

El PROPOMIEL es un tónico especial que ayuda a niños, jóvenes y adultos mayores con el único fin de mejorar su salud, alimentación a precios accesibles, un producto sano y natural con calidad, que de alguna manera estaremos brindando la seguridad alimentaria de 2 municipios de Sud Yungas (Chulumani) y el otro de Nor Yungas (Coripata), con el objetivo de llegar a más Municipios de los Yungas de La Paz y porque no a nivel Departamental y Nacional porque la salud es muy importante para la familia.



9. RECOMENDACIONES

- ❖ Se puede observar claramente el descuido del Gobierno Central hacia los Yungas de La Paz porque existen promesas de apoyo al desarrollo productivo, pero es muy poco lo que se tiene y lo que podemos recomendar es que a pesar de que algunas normas y políticas nos restrinjan como Empresa es mejor aprovechar las oportunidades mínimas que se tenga y poner en marcha una Empresa que ayude y que demuestre lo que se ofrece al cliente, algo bueno que cuide su alimentación y su salud.









10. ANEXOS

ENCUESTA

INSTRUCTIVO por favor colocar una X y responder en las siguientes preguntas que esté de acuerdo.

DATOS GENERALES

GENERO:

Edad..... Femenino

Masculino

¿Usted consume miel de abeja?

Sí

No

¿Alguna vez usted ha consumido el propoleo

Si

No

¿Sabe usted las propiedades beneficiosas de la miel y el propoleo?

- La miel
- Propoleo
- No sabe

¿Le gustaría probar la miel con propoleo, en un solo producto porque sus propiedades son más alimenticias y preventivas para su salud?

Si

No

Porque.

¿Usted cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto del PROPOMIEL?

¼ kl
20Bs

½ kl
40Bs

1 kl
70Bs

¿Con que frecuencia realizaría usted la compra del PROPOMIEL durante el año?

1mes

3meses

6meses

1año

¿En que época del año se le haría mas difícil conseguir el PROPOMIEL?

en épocas de lluvias

o

en épocas de invierno

¿Le gustaría que se implementara una Empresa con la producción de la miel y el propoleo de abeja y su comercialización del PROPOMIEL?

Si

No

Gracias por su atención.