

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
UNIDAD ACADÉMICA EL SENA
PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PROYECTO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL PROCESAMIENTO Y
COMERCIALIZACION DE JUGO DE ASAI EN LA LOCALIDAD SENA”**

Para optar al Título de Licenciatura en Administración de Empresas

Modalidad de proyecto de grado

POSTULANTE:

Nixy Daina Medina Yanamo

Docente Guía:

Lic. Mario Rene Gutiérrez Rojas

Sena - Pando - Bolivia

2022

DEDICATORIA

Dedico este proyecto plenamente a mis hijos Dayr, Liz Daina, Arnel, Arley Arner Achimo Medina por ser el impulso para seguir adelante y mi misma por haber sido perseverante ante todo lo bueno y malo que me sucedió durante mi trayectoria en la universidad.

NIXY DAINA MEDINA Y.

AGRADECIMIENTO

primero agradecer a Dios por haberme dado sabiduría y guiado mis pasos durante toda mi vida, ya que el camino no ha sido fácil, pero por medio de sus bendiciones me ayudado a ser una persona muy fuerte y a cumplir cada una de mis metas. Así mismo agradecer a la Lic. Karla Arena Galarza E. a Lic. Eliaquin Pacamia medina por haber estado con nosotros desde el inicio de nuestra carrera que con esfuerzo se ha dedicado su tiempo incondicional hacia mi persona, así también a mis compañeros que me han apoyado incondicionalmente durante el tiempo que compartimos fuera y dentro del aula, agradezco tanto por tenerlos conmigo y saber que cuento con ellos en las buenas y en las malas. A mi pareja cuidar de mí, y ser mi compañía. A una persona muy especial que está en el cielo que siempre soñó que fuese alguien mejor en la vida mi madre, y a mi padre por haberme traído a este mundo y siempre estar conmigo y darme sus buenos consejo a mis hermanos y demás familias. A todos los docentes que tuve la dicha de conocerlos, que, con sus conocimientos, enseñanzas, profesionalismo y valores hicieron que toda esta etapa universitaria sea inolvidable

NIXY DAINA MEDINA Y

RESUMEN

El asaí, fruto de la palmera “Euterpe Precatoria” es un producto que tiene gran importancia en las comunidades extractivistas de la Amazonía, por lo tanto, la producción de este fruto amazónico se dirige para el autoconsumo de los habitantes de la región, sin añadirle valor agregado alguno. Este fruto fue catalogado entre los “10 súper alimentos del planeta” por su alto valor nutricional y contenido de compuestos antioxidantes y antiinflamatorios, lo cual lo constituye en una fuente primaria de alimento nutritivo. En nuestra región la mayoría de las investigaciones relacionadas con este fruto se ha enfocado en el aprovechamiento de la pulpa ya que es un fruto que tiende a descomponerse rápidamente. Por esta razón, el proyecto tiene el objetivo de estudiar la factibilidad para la instalación de una planta procesadora y comercializadora de asaí en la Localidad Sena, ya que mediante este proceso se logrará la vida útil de este producto sin perder sus propiedades nutritivas y posteriormente realizar una oferta para el mercado local. Se plantea el estudio de factibilidad para la planta procesadora de jugo de asaí en la Localidad Sena debido a que se encuentra en el centro del departamento Pando el cual se considerará la principal fuente de abastecimiento, con una capacidad de producción de 40.320 litros de jugo de asaí al año. Para la implementación de la planta se pretende trabajar con los miembros Recolectores y Productores de la materia prima de la localidad, pues serán ellos los que proveerán el asaí necesaria para la producción. Tomando en cuenta que la máquina principal para el proceso del asaí es la despulpadora, se determinó que esta se encargara del proceso para obtener el jugo de asaí para luego transformarlo en envases de sachet para su comercialización.

La etapa de pre inversión está prevista para el año 2023 y se tiene que comenzar actividades productivas en el primer mes del año 2024.

ABSTRACT

The asaí, fruit of the "Euterpe Precatoria" palm tree, is a product that is of great importance in the extractive communities of the Amazon, therefore, the production of this Amazonian fruit is directed for the self-consumption of the inhabitants of the region, without adding any added value. This fruit was listed among the "10 super foods on the planet" for its high nutritional value and content of antioxidant and anti-inflammatory compounds, which makes it a primary source of nutritious food. In our region, most of the research related to this fruit has focused on the use of the pulp, since it is a fruit that tends to decompose quickly. For this reason, the project has the objective of studying the feasibility for the installation of an açaí processing and marketing plant in the Sena locality, since through this process the useful life of this product will be achieved without losing its nutritional properties and subsequently carry out an offer for the local market. The feasibility study for the asaí juice processing plant in the Sena locality is proposed because it is located in the center of the Pando department, which is considered the main source of supply, with a production capacity of 40.320 liters of juice. so per year. For the implementation of the plant, it is intended to work with the Collectors and Producers of the local raw material, since they will be the ones who will provide the necessary açaí for production. Taking into account that the main machine for the açaí process is the pulper, it was determined that this would be in charge of the process to obtain the açaí juice and then transform it into sachet containers for commercialization.

The pre-investment stage is scheduled for 2023 and productive activities must begin in the first month of 2024.

INDICE	Pág.
CAPITULO I	1
1.- PRESENTACION DEL PROBLEMA	1
1.1.- Título de la Propuesta	1
1.2.- Antecedentes	2
1.3.- Nombre de la Entidad Beneficiaria	2
1.4.- Referencia Geográfica	2
1.4.1 Macro localización	2
1.4.2.- Micro localización	3
1.5-DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	3
1.6.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.7.- JUSTIFICACIÓN	5
1.8.- OBJETIVO	6
1.8.1- Objetivo general	6
1.8.2- Objetivos específico	6
CAPITULO II	7
2.- SUSTENTO TEORICO	7
2.1- Marco teórico	7
2.1.2.- Estudio de mercado	8
2.1.3.- Comercialización	8
2.2.- Marco Referencial	10
CAPITULO III	11
3.- MARCO METODOLOGICO	11
3.1- Tipo de investigación	11
3.2- Enfoque	11
3.3- Métodos	11
3.4- Población y muestra	11
3.4.1.- Población Considerada	11
3.4.2.- Análisis para La Encuesta	13

CAPITULO IV	19
4.- PROPUESTA CENTRAL	19
4.1.- Estudio de Mercado	19
4.1.1.- Introducción al Estudio de mercado	19
4.1.2.- Población Objetiva	20
4.1.3.- Muestra	20
4.1.5.- Cálculo de la muestra	20
4.1.6.- análisis para la encuesta	21
4.1.7.- proyección de la demanda	21
4.1.8.- Determinación de la Demanda Potencial	22
4.1.9.- Análisis de la Oferta	25
4.1.10.- Conclusiones del estudio de mercado	26
4.2.- Plan de Comercialización	26
4.2.1.- Plan de Comercialización	26
4.2.1.- Plan de marketing	26
4.2.2.- Diseño y desarrollo del producto.	26
4.2.3.- Descripción técnica y funcional del producto	26
4.2.4.- Características de la calidad del producto	27
4.2.5 Beneficios	27
4.2.6.- Necesidades a Satisfacer	27
4.2.7.- Empaque para la comercialización.	28

4.2.8.- tipo de proceso	28
4.2.9.- Características del Servicio	29
4.2.9.- Campaña Publicitaria	29
4.2.10.- Promociones del Servicio:	30
4.3.- Estudio Técnico	31
4.4.- Tamaño y Localización.	31
4.1.- Capacidad de la maquinaria	31
4.1.1.- Capacidad instalada	31
4.5.- Maquinaria, Equipo y Recursos Humanos	32
4.6.- Ingeniería del Proyecto.	40
4.7.- Descripción del Servicio	40
4.8.- Procedimientos	41
4.9.- Proceso de Producción	41
4.10.- Análisis de la Infraestructura de la Planta	43
4.11.- Diseño Organizacional	44
4.12.- Estructura Empresarial.	45
4.12.1.- Manual de Funciones	45
4.12.2.- Metas de la Organización	46
4.12.3.- Organigrama Estructural	48
CAPITULO V	49
5.- ESTUDIO FINANCIERO	61
5.1.- Inversiones y Financiamiento	61
5.7.- Análisis De Costo	78
CAPITULO VI	77
6.1.- CONCLUSIONES	77
6.2.- RECOMENDACIONES.	77
ANEXO	79

INDICE DE TABLA

	Pág.
TABLA 1 <i>Proyección de la Población entre hombre y mujeres</i>	12
TABLA 2 <i>Proyección de la Población por Familia</i>	20
TABLA 3 <i>Determinación de la demanda para el primer año</i>	22
TABLA 4 <i>Proyección de la Demanda</i>	23
TABLA 5 <i>Determinación de la Producción</i>	24
TABLA 6 <i>Proyección de Capacidad Utilizada</i>	24
TABLA 7 <i>Oferta Anual</i>	25
TABLA 8 <i>Campaña publicitaria</i>	29
TABLA 9 <i>Presupuesto de Maquinaria y Equipos</i>	49
TABLA 10 <i>Depreciación de la Maquinaria y Equipo</i>	50
TABLA 11 <i>Presupuesto de Vehículo</i>	50
TABLA 12 <i>Depreciación de Vehículo</i>	51
TABLA 13 <i>Presupuesto de Muebles y Enseres</i>	51
TABLA 14 <i>Depreciación de Muebles y Enseres</i>	52
TABLA 15 <i>Presupuesto de Equipo de Computación</i>	52
TABLA 16 <i>Depreciación de Equipo de Computación</i>	53
TABLA 17 <i>Resumen de Presupuesto de los Activos Fijos</i>	53
TABLA 18 <i>Inversión de los Activos Diferidos</i>	54
TABLA 19 <i>Presupuesto de Materia Prima Directa</i>	55
TABLA 20 <i>Proyección para Materia Prima Directa</i>	55
TABLA 21 <i>Presupuesto de Materia Prima Indirecta</i>	21
TABLA 22 <i>Proyección para Materia Prima Indirecta</i>	56
TABLA 23 <i>Presupuestos de Sueldos y Salarios</i>	57
TABLA 24 <i>Presupuesto para Consumo de Energía Eléctrica</i>	59
TABLA 25 <i>Proyección para Consumo de Energía Eléctrica</i>	59
TABLA 26 <i>Presupuesto de Agua Potable</i>	59

TABLA 27 <i>Proyección para Consumo de Agua Potable</i>	60
TABLA 28 <i>Presupuesto de Material de Limpieza</i>	60
TABLA 29 <i>Proyección para Material de Limpieza de Aseo</i>	61
TABLA 30 <i>Presupuesto de Suministro de oficinas</i>	61
TABLA 31 <i>Proyección para Suministro de Oficina</i>	62
TABLA 32 <i>Presupuesto de Utensilios de Cocina</i>	62
TABLA 33 <i>Proyección para Utensilio de Cocina</i>	63
TABLA 34 <i>Presupuesto de Publicidad y Propaganda</i>	63
TABLA 35 <i>Presupuesto de Combustible y Lubricante</i>	63
TABLA 36 <i>Proyección de Combustible y Lubricante</i>	64
TABLA 37 <i>Presupuesto de Mantenimiento de Maquinaria</i>	64
TABLA 38 <i>Proyección de Mantenimiento de Maquinaria</i>	64
TABLA 39 <i>Activo Circulante</i>	65
TABLA 40 <i>Cuadro de Resumen de la Inversión Total</i>	65
TABLA 41 <i>Financiamiento de la Inversión</i>	66
TABLA 42 <i>Presupuesto de Costo Totales</i>	67
TABLA 43 <i>Clasificación de Costos Fijos y Variable</i>	69
TABLA 44 <i>Costos de Unidades Producidas</i>	70
TABLA 45 <i>Precio de Venta al Público</i>	70
TABLA 46 <i>Presupuesto de Ingresos</i>	71
TABLA 47 <i>Estado de Perdida y Ganancia</i>	72
TABLA 48 <i>Flujo de Caja</i>	73
TABLA 49 <i>Evaluación Financiera</i>	74
TABLA 50 <i>Taza Interna de Retorno (TIR)</i>	74
TABLA 51 <i>Evaluación Financiera</i>	75
TABLA 52 <i>Periodo de Recuperación del Capital (PRC)</i>	76

INTRODUCCION

El presente proyecto está basado en un modelo donde se estudió el mercado para la comercialización del producto novedoso del jugo de Asaí con el objetivo de implantar al mercado en base de sachet y generar valor agregado a la materia prima de nuestra región.

Se eligió este tipo de producto debido principalmente al gran interés que descubrió en la sociedad, teniendo en cuenta que gracias a la elaboración de este trabajo se adquirió fortalecer los conocimientos y beneficios que se tiene del fruto de Asaí.

Una vez comenzados los elementos del estudio, se permitió implantar las primeras bases e ideas del modelo de negocio a seguir, se propuso al consumidor y se planteó posibles cuestiones positivas como una manera de pensar, incentivar su visión sobre el asaí y sus inquietudes, se estudiaron el análisis del mercado donde se realizaron un análisis externo.

Seguidamente se realizó una investigación donde se determinaron al grupo al que va dirigido al estudio de factibilidad, se elaboraron un test de concepto para averiguar hasta qué punto puede ser aceptado por el consumidor, qué valores tiene el producto y con qué categoría sería asociable por el consumidor. Se plasmaron un análisis de los datos adquiridos anteriormente con el fin de organizar los resultados y obtener conclusiones. A continuación, y final mente las estrategias seleccionadas, sostuvo un plan de acción donde se consiguieron los objetivos definidos en el plazo determinado.

CAPITULO I:

1.- PRESENTACION DEL PROBLEMA

1.1.- Título de la Propuesta

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACION DE JUGO DE ASAI EN LA LOCALIDA SENA.

1.2.- Antecedentes

La historia de los jugos o néctares comienza a partir del siglo XX, ya que esta industria solo fue posible gracias a la modernización de los procesos tecnológicos y de producción, con una mayor capacidad de almacenamiento, unos medios de transporte lo suficientemente desarrollados como para transportar esta mercancía y un mercado amplio con una buena capacidad adquisitiva. (libys, <https://libbys.es/blog/habitos-saludables/historia-del-zumo-de-frutas>, 2014).

Desde la antigüedad, el consumo de frutas o de jugos naturales, ha sido valorado de forma muy positiva, hasta llegar al punto de que muchas culturas las consideraban manjares de los dioses, capaces incluso de otorgar propiedades mágicas o divinas. No es de extrañar que existan evidencias de ofrendas de frutas que se realizaban en templos y altares de antiguos dioses, una tradición que se sigue manteniendo, hoy en día, en países como la India (libys, Historia del zumo de frutas, 2014)

Las primeras despulpadoras instaladas a nivel nacional fueron implementadas por organizaciones no gubernamentales a través de proyectos de apoyo a los productores. La despulpadora de frutos amazónicos más antigua es de la empresa Madre Tierra Amazonia SRL (MTA SRL), un emprendimiento de APPAA-VD y APAE-MD implementado con apoyo del Instituto para el Hombre, Agricultura y Ecología (IPHAE) MTA SRL produce pulpas congeladas de frutos amazónicos desde el año 2002 en la ciudad de Riberalta, aunque incorporó el procesamiento de asaí recién el año 2010. El segundo emprendimiento fue apoyado por FAN en la Comunidad Porvenir del Territorio Indígena Bajo Paraguá – Santa Cruz. El procesamiento de asaí no solo partió de la iniciativa de las ONG, pues en la ciudad de Cobija el emprendimiento de

Fernando Becerra, la Despulpadora Mapinguari, empezaba a Producción artesanal de leche de asaí en la comunidad de Karamanu. (Horacio, 2017)

Últimamente el 03 abril del año 2021 en el municipio el Sena se entregó una planta procesadora de Asaí en el marco de un proyecto “Centro de Promoción Productiva Cultural y Artesanal” de la central campesino Sena san - Lorenzo para el desarrollo de la industrialización productiva la cual se encuentra disponible para el arranque con el procesamiento del Asaí pero que aún no se en cuenta función por falta de recursos económicos o por falta de capacitación.

1.3.- Nombre de la Entidad Beneficiaria

“LA MARAVILLA DE MI TIERRA AMAZONICA”

1.4.- Referencia Geográfica

1.4.1.- Macro localización:

El presente proyecto de estudio de factibilidad para el procesamiento y comercialización del jugo de asaí se encuentra ubicado en El Municipio Sena Provincia Madre de Dios Departamento Pando municipio amazónico de Bolivia; en cuanto a distancia se encuentra 252 km de Cobija la Capital Departamental y 189 km de Riberalta Departamento del Beni.

FIGURA 1

Mapeo de Localización



FUENTE: Google Maps

1.4.1 Micro localización

La microempresa de producción y comercialización “LA MARAVILLA DE MI TIERRA AMAZONICA”. Estará ubicada en el barrio Las Arenas lote N°5, de la localidad el Sena que se considera el 5to. barrio de reciente creación, pero con bastantes habitantes y desarrollo urbano.

FIGURA°2

Croquis de Ubicación



FUENTE: Google Maps

1.5-Descripción del problema

El presente proyecto de Estudio de Factibilidad nació con la necesidad de ver la carencia de ejecutar en la localidad Sena una planta procesadora y comercializadora de jugo de asaí.

El cual se evidencia que no se cuenta con empresas dedicadas a este rubro en la Localidad Sena si bien se sabe que el jugo de Asaí o leche de asaí es un líquido muy vitaminado con antioxidantes para el cuerpo por lo tanto no se le está generando un valor agregado en la localidad a la materia prima , es de ahí que nació la idea para el estudio la factibilidad del proyecto en darle una innovación al producto que de un impacto a los consumidores, ya que los vendedores ambulantes ofrecen su producto sin ningún tipo de cuidado poniendo en riesgo nuestra salud tanto en lo personal como de todo el municipio porque no cuentan con ningún tipo de registro sanitario de tal manera utilizan materia prima en mal estado, ambientes y maquinaria inapropiadas y recipientes de almacenamiento no aptos para la conservación; por esta razón la pulpa es vendida en el mercado local por los vivanderos y otros.

Para aprovechamiento de la pulpa de asaí es un fruto que tiende a descomponerse rápidamente, por esta razón se consideró importante estudiar el potencial de este fruto como materia prima en la obtención de jugo de asaí logrando de esta manera aumentar la vida útil de este producto sin perder sus propiedades nutritivas.

Seguidamente, se desarrolló un el estudio de factibilidad, donde se recogió todos los estudios de mercado realizados, la planificación a seguir. Estos grandes estudios permitieron que el proyecto de asaí esté basado en un modelo de negocio.

En este sentido se desarrolló la investigación en la Localidad de Sena donde se tendrá ejecución y donde se obtendrá la solución a todo este caso propuesto.

Árbol de problema

FIGURA N°3



1.6.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo desarrollar el Estudio de factibilidad para el procesamiento y Comercialización de Jugo en la Localidad Sena?

1.7.- JUSTIFICACIÓN

En el presente proyecto de Estudio de Factibilidad es basados con los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación en la carrera de licenciatura de administración de empresas de la unidad académica el Sena dependiente de la Universidad amazónica de pando a través de la elaboración de un Estudio de Factibilidad para el procesamiento y comercialización de jugo de asaí, se requirieron información confiable y válida para los distintos temas investigativos que se desarrollaron. Es por esta razón que se considera que, en cuanto al enfoque académico, este proyecto puede ser de un gran aporte para las futuras investigaciones. El cual se considera importante la ejecución de un estudio de factibilidad para el proceso y la comercialización de jugo de asaí ya que por medio de esta implementación se logra verificar la cantidad de beneficios como el incremento de ventas, proyecciones, inversiones y presencia en el mercado. Además, se desarrollaron encuestas enfocadas a los consumidores actuales que tienden a ser más exigentes y se encuentran en un ámbito donde siempre están informados y tienen conocimiento sobre la calidad de los servicios o productos. En cuanto a lo social, el proyecto se justifica debido a que se identificarán factores que predominen en la decisión de compra de los consumidores de jugo de asaí en la Localidad Sena, con la finalidad de mostrar a los clientes las mejores experiencias en servicios y degustaciones de este tipo de producto.

1.8.- OBJETIVO

1.8.1- Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad para el procesamiento y comercializar jugo de asaí en la Localidad Sena.

1.8.2- Objetivos específico

- ✓ Elaborar un estudio de mercado para implementar un estudio de factibilidad para la microempresa comercializadora de jugos de Asaí en la Localidad Sena.
- ✓ Analizar los principales canales de distribución del mercado para la comercialización de jugo de asaí en la localidad Sena.
- ✓ Realizar un plan financiero, para determinar la factibilidad de la ejecución del proyecto.

CAPITULO II

2.- SUSTENTO TEORICO

2.1- Marco teórico

2.1.1.-Referencias del fruto del Asaí

El Asaí es una de las frutas más nutritivas del mundo. Crece en una palmera nativa de la Selva Amazónica en forma de racimos llamados "cachos", es una fruta redonda, pequeña, de color morado oscuro, de ligero sabor amargo pero agradable al paladar. Numerosos estudios e investigaciones han demostrado que este alimento es un “súper alimento” por la gran cantidad de propiedades nutritivas y saludables que aportan a la alimentación del ser humano: alto contenido de antioxidantes, vitaminas A y C que fortalecen el sistema inmunológico y la piel, complejo vitamínico B y vitamina E, posee ácidos grasos esenciales omegas 3, 6 y 9 que son las grasas “amigas” del cuerpo humano, aporta una gran cantidad de fibra que ayuda al sistema digestivo y reduce el riesgo de desarrollar algunos tipos de cáncer, es extremadamente rico en proteína orgánica vegetal, posee una gran cantidad de minerales tales como el fósforo, zinc, magnesio, hierro, calcio y potasio, ayuda a mantener una función cardíaca saludable, normaliza el colesterol y mejora la agudeza visual y mental. Más allá de esta gran cantidad de propiedades, el asaí posee una característica fundamental: es muy rico. En Brasil, la industria del asaí se encuentra ampliamente desarrollada, desde la cosmética hasta la gastronomía. (Garbarini, 2018)

Nuestros antepasados en la era del hombre primitivo basaban su supervivencia ingiriendo lo que la tierra les daba. Desde plantas, frutos y semillas eran parte de su dieta diaria, realizaban esto ya que imitaban las costumbres de otros animales quienes con su hocico escarbaban el suelo en busca de alimento desde ahí parte el consumo de las frutas que ha experimentado un gran auge en las últimas décadas. Se denomina como una fruta a todo aquel fruto apto para el consumo obtenidos de plantas, por su sabor generalmente entre agrio y dulce, por su aroma intenso y agradable, y por sus propiedades nutritivas, suelen utilizarse mayormente como postre, ya sea en estado fresco una vez alcanzada la madurez organoléptica, o luego de ser sometidos a cocción. (Vicente & Manganaris, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA , 2012)

2.1.2.- Estudio de mercado

A pesar del interés internacional, el mayor consumo de asaí a nivel mundial aún se encuentra en su área de distribución natural, principalmente en Brasil. CONAB (2015) estima que de las 925.000 toneladas que se producen anualmente en Pará, el 60% se consume en el mismo estado, destinándose el 30% de la producción para otros estados de Brasil y solo el 10% para exportación. En la Región Metropolitana de Belem se estimó un consumo de asaí de 63,1 kg/habitante durante la época de zafra y de 22,5 kg/habitante fuera de ella, generando un consumo anual medio de 42,8 kg/habitante, valor superior al consumo medio de lácteos (15,3 l/hab/año), carne bovina (39,2 kg/hab/año), cereales (33,9 kg/hab/año) y de harina de yuca o chivé (34 kg/hab/año) (Gamarra 2013). Ya en la década de 1990, cada persona de Belem consumía un promedio de 60 litros de asaí al año (FAO 2013), pero el consumo fue descendiendo por los incrementos en precio del producto. Estudios de mercado recientes efectuados por Conservation Strategy Fund (CSF) en el mercado boliviano, muestran que en las ciudades del eje central, Cobija y Riberalta, los intermediarios, transformadores y comercializadores de asaí carecen de volúmenes suficientes para cubrir la demanda nacional y asegurar una oferta constante a lo largo del año (Lorini 2015, Lorini 2016). Este fenómeno de demanda insatisfecha se repite a nivel global desde 1998 (Gamarra 2103) y merece especial atención, pues constituye una oportunidad para emprendimientos emergentes como el de la Asociación de Recolectores y Productores de Frutas Amazónicas de Petronila (ARPFAP), emprendimiento para el cual se genera el presente plan de negocios. (LORINI)

2.1.3.- Comercialización

El término comercial refiere al ámbito del comercio, es decir, todo aquello inherente a este. Asimismo, cuando algo, alguien, consiguen una importante aceptación dentro del mercado en el cual se desarrollan y que les es propio, se usa la palabra comercial para dar cuenta de esta situación o a veces y en algunos contextos, también se escucha hablar de comercial o comerciales en referencia a la persona o las personas que se dedican a vender productos o servicios en representación de una empresa o marca y que generalmente van a comisión por cada venta que realizan y concretan y finalmente, el último de los significados que ostenta esta palabra está relacionado a la publicidad, dado que en muchos contextos, el término comercial es lo mismo a decir spot o anuncio publicitario, en otras palabras, aquellos mensajes que tienen como fin dar a

conocer un producto o servicio al público consumidor de los mismos o a un potencial público.
(Ucha F, 2002)

Según: (Ucha F, 2002) consiguen una importante aceptación dentro del mercado en el cual se desarrollan los siguientes aspectos.

- **Implementación.** - Es la ejecución o puesta en marcha o una idea programada, ya sea, de una aplicación informática, un plan modelo científico, diseño específico, estándar, algoritmo o política.
- **Comercializadora.** - establecimiento en el que se comercializa o se vende algún producto
- **Tipo de negocio.** - se clasifican: según el tamaño el número de empleados y/o nivel de ventas y varían en cada país en grande y pequeñas.
- **Producción.** - Es la elaboración y fabricación de un producto o crear un bien con un valor económico.
- **Sistema de producción.** - el sistema de producción son los elementos organizados y que interactúan entre ellos desde la máquina, las personas, los materiales hasta incluso los procedimientos y estilo de administración.
- **Productividad.** -Es la capacidad de una empresa o negocio al producir por unidad de trabajo.
- **Instalación.** – es el conjunto que se instala en un lugar para llevar a cabo la producción o realización.
- **Servicio.** – es la función o conjunto de actividades que se desempeña al servicio de satisfacer una determinada necesidad.
- **Estudio organizacional.** - se demuestra las obligaciones que deberá cumplir cada una de las personas que ocupen los puestos establecidos.

2.2.- MARCO REFERENCIAL

En el presente trabajo de investigación sobre el estudio de factibilidad para el procesamiento y la comercialización de jugo de asaí en la localidad del Sena, no tiene antecedentes históricos que se hubiese realizado en la localidad, pero haciendo búsquedas en diferentes fuentes se puede evidenciar ciertos trabajos de investigación como ser:

Proyecto de grado titulado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACION DE UNA PLANTA PILOTO DE LIOFILIZACION DE ASAI EN EL NORTE AMAZONICO**, elaborado por: Poma Sánchez Carla Jimena., que tiene como objetivo demostrar la factibilidad para la implementación de una planta pilo, teniendo como resultado la factibilidad de implementación para dicho proyecto.

Tesis de grado titulada: **PLAN DE NEGOCIO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS NATURALES SALUDABLES Y NUTRITIVAS A BASE DE FRUTAS TROPICALES**, elaborado por: Elba Magdalena Aguirre Zabala y Luis Eduardo Sánchez Villafuerte, que tiene como principal objetivo, demostrar la rentabilidad para la ejecución del proyecto.

Proyecto de grado titulado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE JUGOS DE NONI EN EL DEPARTAMENTO DE LA PAZ**, elaborado por: Álvaro Troche Gutiérrez, que tiene como objetivo principal demostrar, la factibilidad a través del estudio económico y sus principales indicadores, con el propósito de dar viabilidad a la ejecución del proyecto.

CAPITULO III

3.- MARCO METODOLOGICO

3.1- Tipo de investigación

El tipo de investigación del presente proyecto es de carácter descriptivo porque se hizo un estudio de las características del mercado y perfiles de los consumidores, además se realizaron un análisis técnico, administrativo, legal y por último una evaluación financiera y económica que determine la factibilidad de ejecución de la propuesta.

3.2- Enfoque

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque mixto es decir que es cuantitativo y cualitativo, debido a que se analizó el enfoque cualitativo información secundaria como características de la población, gustos, preferencias y por último a través del enfoque cuantitativo donde se estudiaron los datos estadísticos e indicadores de evaluación financiera el cual determinaron la rentabilidad económica para la implementación del estudio de factibilidad y procesamiento y comercialización de ajo en la localidad Sena.

3.3- Métodos

En el análisis e interpretación de la información se realizó a través del método inductivo y deductivo apoyándose con herramientas de procesamiento, además se demostraron de una mejor forma a su entendimiento, lo que ayudó a obtener conclusiones y decisiones con la creación de la microempresa.

Técnicas e Instrumento de Investigación

Técnicas de investigación son las siguientes:

Encuesta: En esta técnica se aplicará el **cuestionario** como instrumento de investigación a la población de estudio para ver el grado de aceptación sobre el proyecto.

Observación. - esta técnica se sustenta a través de su instrumento como es la

lista de cotejo sobre esta base se **cotejará** toda la información necesaria caracterizando la objetividad del presente documento.

3.4- Población y muestra

3.4.1.- Población Considerada

Para poder determinar la muestra es necesario considerar la población de año 2022 que es de 9.125 habitantes los mismos que son divididos para los 4 miembros que es el promedio familiar según datos del INE con una tasa anual del 1,05%, dando por resultado 2.281 familias en el 2022, para esto se realiza la proyección de las familias en el siguiente cuadro:

Formula:

$$P = (Poblacion\ final\ x\ tasa\ de\ crecimiento) +\ poblacion\ final$$

$$P = (9.125x\ 1.05\%) + 9.125$$

$$P = 9.221\ habitantes.$$

TABLA 1

Proyección de la Población entre hombre y mujeres

AÑOS	POBLACION (familias)
2022	2.281
2023	2.305
2024	2.547
2025	2.574
2026	2.601
2027	2.628

FUENTE: Elaboración propia

Calculo de la a Muestra

N= Universo en estudio

e= Error experimental 5%

P= 50% probabilidad de éxito

Q= 50% probabilidad
de fracaso

Z= 95% nivel de confianza

P =0,5%

Q = 0,5%

N = 2.281 Familias.

Z = 1,96%

E = 0,5%

FORMULA

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

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,05)(0,05)(2281)}{(0,05)^2 (2281 - 1) + (1,96)^2(0,05)(0,05)}$$
$$n = \frac{3.841,6(0,25) (2281)}{(0,0025)(2281) + (3,8416)(0,25)}$$
$$n = \frac{2190,33}{5,70+ 0,9602}$$
$$n = \frac{2190,33}{6.660,02}$$

$$n = 328 \text{ Encuesta}$$

El número de encuesta que se aplico fue de **328**

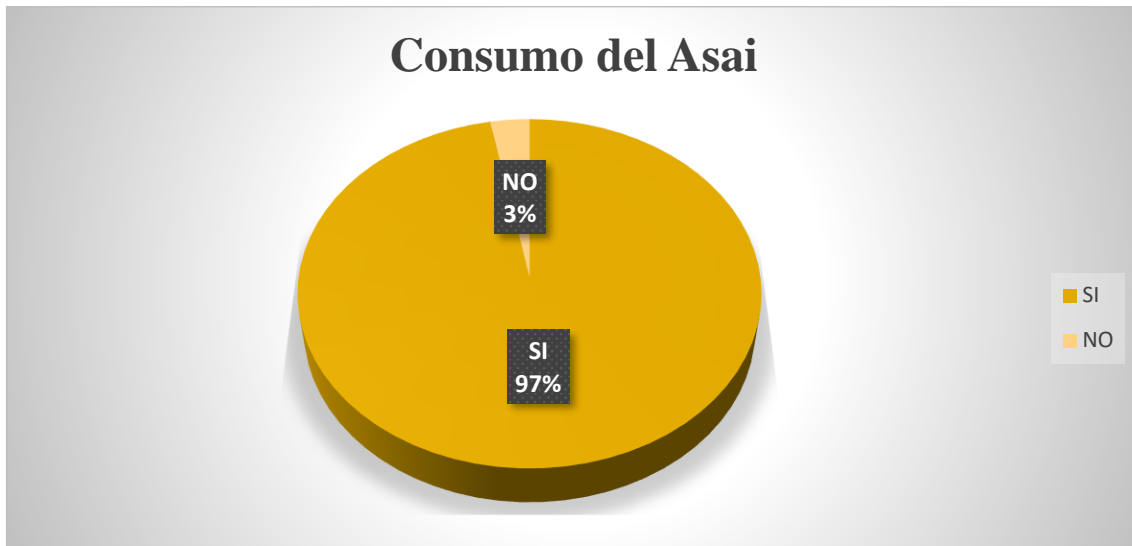
3.4.2.- Análisis para La Encuesta

Para determinar el número de encuesta se desarrolló la fórmula de la población de familia del 2022 que es de 2.281 el cual arroja un resultado de 328 personas naturales que se les realizo la encuesta desde los 18 años sin discriminación alguna de cultura raza o sexo.

Encuesta Dirigida a los Demandantes

Soy una universitaria de la unidad academia el Sena que me dirijo a su persona para hacerle el siguiente cuestionario a fin de recopilar información de mi trabajo investigativo con el nombre de: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE JUGO DE ASAI EN LA LOCALIDAD SENA

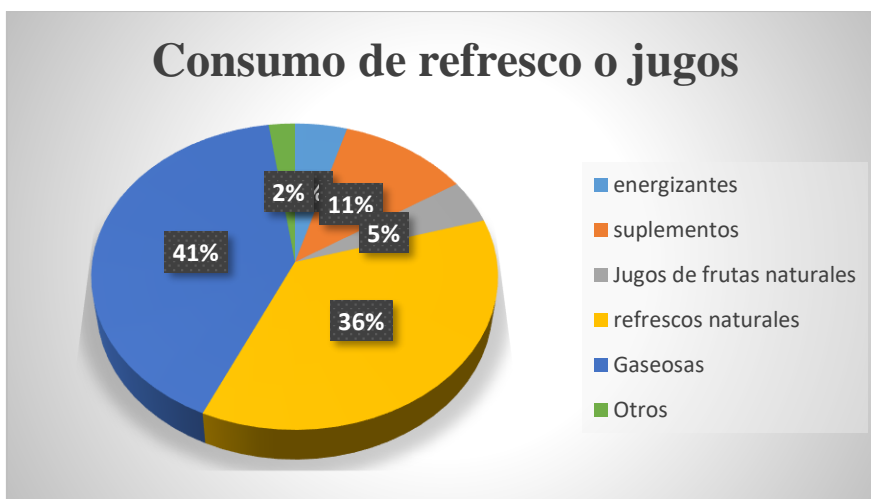
1 ¿Consume usted jugo de asaí?



ANALISIS

De acuerdo a la encuesta n° 1 sobre el consumo de asaí, donde la población encuestada respondió que un 3% no consume asaí sin embargo el 97 % si consumé mucho asaí y aprovechan aún más cuando es su temporada de cosecha.

2 ¿Qué tipo de jugo o refresco consume más?



ANALISIS

Según encuesta N°2 sobre consumo de refrescos con conservantes y naturales la población encuestada respondió que un 2% consume variado, 5% consume jugos naturales, 5% consume energizantes, 11% consume suplementos, 36% consume refrescos naturales y un 41% consumen gaseosas debido a la carencia de incentivación en consumir jugos naturales.

3 ¿Cómo considera usted la calidad de refrescos o jugos que consume?



ANALISIS

De acuerdo a la pregunta sobre calidad que ofrecen los productos a la población se califica que 9% es en malas condiciones, 15% responde que es excelente, 30% muy califica que es muy bueno, mientras el 46% califica que solo son buenos debido a que se demuestra que no hay control sanitario o simplemente porque no demuestran las BPH.

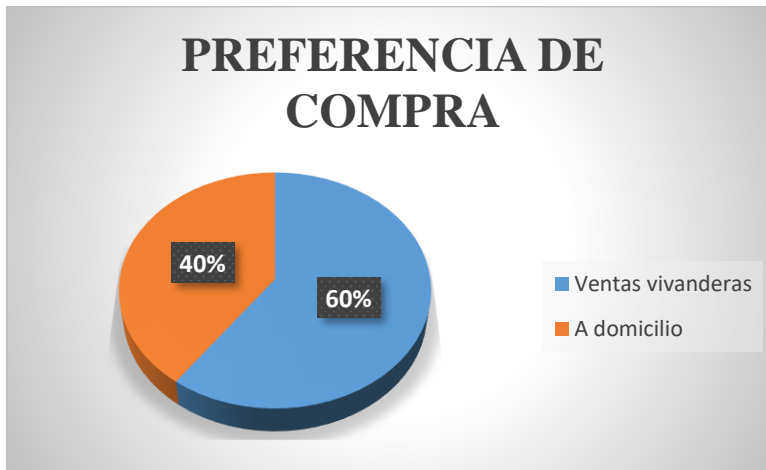
4 ¿Cuántos bolivianos paga usted por las bebidas que adquiere?



ANALISIS

Se preguntó a la población encuestada cuánto paga por un refresco o gaseosa que adquiere el 5% paga 2 a 5 bs. por un refresco de vaso o en botella de 2 lts, 15% paga bs. 15 por un refresco de 3 lt., 80% paga bs, 10 por un frasco de gaseosa o natural de 2 lt.

5 ¿En qué lugar prefiere usted comprar el Asaí?



ANALISIS

De acuerdo a la pregunta N° 5 sobre la preferencia de compra de asaí en los encuestados el 40% prefiere comprar a domicilio en botellas de 2 lt. mientras que por otro lado el 60% prefiere comprar en las ventas vivanderas en vasos desechables de 250 ml. Y 500 ml. por los que los precio es accesible al bolsillo.

6. ¿Qué promociones le gusta más?

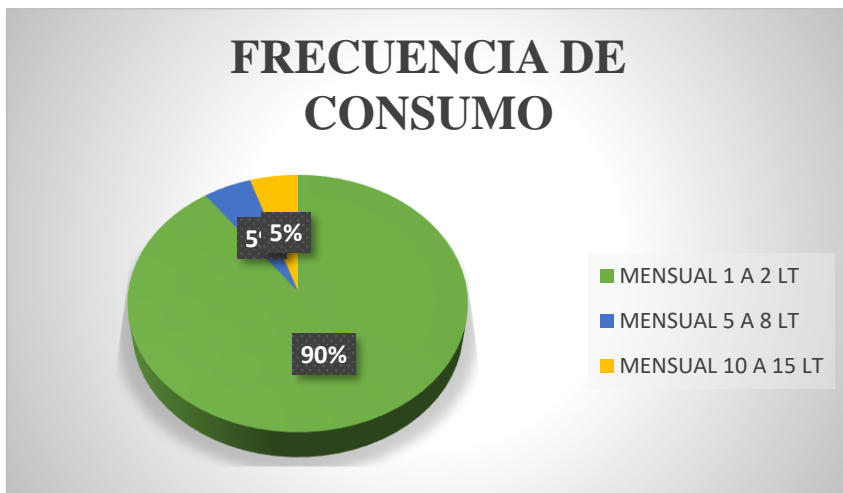


ANALISIS

Según pregunta N°6 sobre las promociones de consumo de sobre los productos

Donde la mayoría de las personas les gusta los descuentos cuando realiza una compra de tal manera se demuestra que el 80 % les gusta que le hagan los descuento en una compra mientras que los otros 10% les gusta cupones o 2 productos por una sola compra

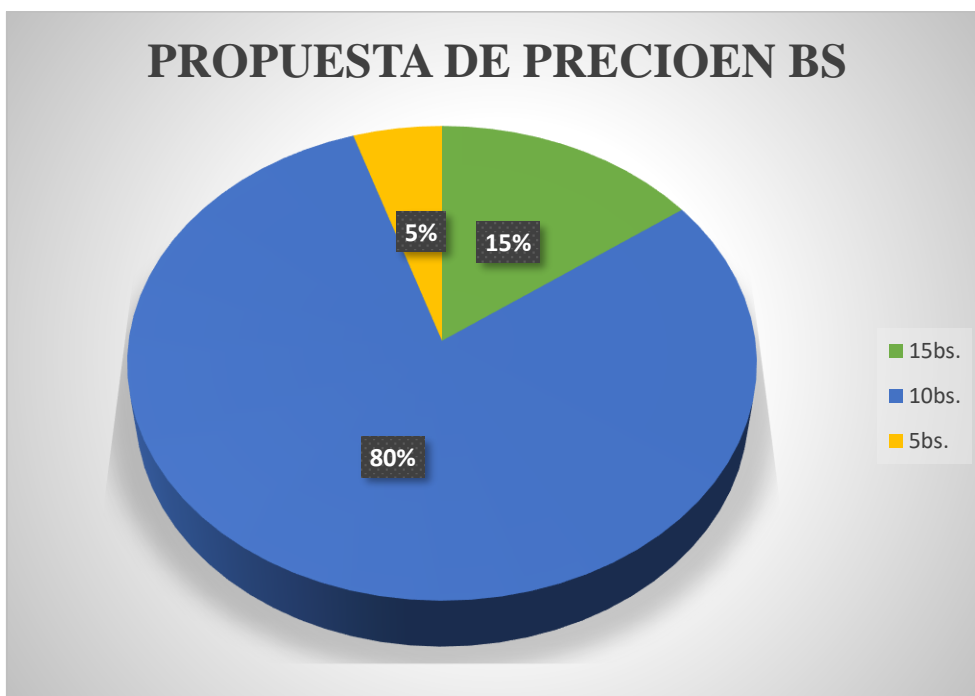
7 ¿Cuántos litros de jugo de asaí consumiría al mes?



ANALISIS

En la frecuencia de consumo de asaí se evidencia que el 90% consume 1 a 2 litros mensual

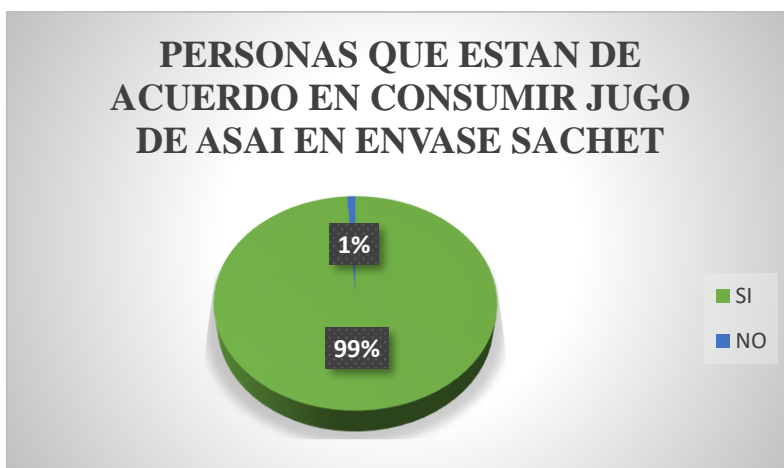
8 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bolsita de sachet de jugo de asaí?



ANALISIS

Según encuesta N°8 se preguntó cuánto están Bs. dispuesto a pagar por una bolsita de sachet de 1 litro el 5% de las personas están dispuesto a pagar entre Bs. 5 Bs., el 15% está dispuesto a pagar 15 Bs., mientras que 80% está dispuesto a pagar a Bs. 10 porque dicen que es un precio considerable.

9 ¿Si se implementara una empresa de elaboración y comercialización de jugo de asái en envase de sachet usted la adquiriría?



ANALISIS

Haciendo un análisis de la pregunta N°9 para ver el grado de aceptación del producto donde obtuvimos el resultado que el 1% estaba indeciso por eso se consideró un no, mientras que el 99% si está de acuerdo en consumir nuestro producto.

10 ¿En qué lugar le gustaría adquirir este producto?



ANALISIS

También se preguntó dónde prefiere compra el producto el cual obtuvimos que el 30% prefiere comprar en mercados y un 70% prefiere comprar en tiendas de la Localidad Sena. Así de esa manera se determinó la encuesta dirigida los pobladores de la Localidad Sena.

CAPITULO IV

4.- PROPUESTA CENTRAL

4.1.- ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1.- Introducción al Estudio de mercado

(Proaño, 2016), manifiesta que un estudio de mercado es una herramienta que ofrece el marketing y que permite comprender el mercado económico al que se incurrirá, conociendo a proveedores, clientes y competidores potenciales que se encontrarán en él, es decir, el estudio de mercado analiza la oferta y demanda.

(Quezada, 2011), manifiestan que el estudio de mercado tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, etc., para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. Dentro de este estudio se analiza la competencia y las ofertas del mercado, ya que es fundamental y preciso conocer las estrategias que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar las desventajas, además se constituye una fuente de información para calcular las posibilidades de captar mercado y para el cálculo de costos. La determinación de la oferta puede ser compleja porque no siempre es posible visualizar todas las alternativas de sustitución del producto del proyecto.

(Quezada, 2011), plantean que se debe tener en cuenta a los proveedores, la disponibilidad y precio de los insumos actuales, el mercado de los proveedores juega un papel determinante en el éxito o fracaso de un proyecto, por ende, se debe estudiar si existe la disponibilidad de insumos requeridos y cuál es el precio que se deberá pagar para garantizar su abastecimiento.

El presente proyecto está dirigido al mercado de bienes de consumo final y se trata de un bien habitual, con una cobertura a nivel local, con interés de ampliar el servicio ofrecido a la gran parte del municipio El Sena y otros municipios aledaños.

4.1.2.- Población Objetiva

La población objetiva que tomaremos es la tercera sección de la provincia Madre de Dios, el cual es el municipio del Sena, específicamente la localidad Sena, que tiene 9.125 habitantes aproximadamente (Dato tomado del censo 2012, proyectados hasta el año del inicio del proyecto que sería hasta el año 2022).

TABALA N° 2

Proyección de la Población por Familia

AÑOS	POBLACION (familias)
2022	2.281
2023	2.305
2024	2.547
2025	2.574
2026	2.601
2027	2.628

FUENTE: Elaboración propia

4.1.3.- Muestra

La muestra es un sub grupo de la población seleccionada para ser estudiada haciendo deducciones acerca de los parámetros de la población.

Para la muestra se tomó en cuenta a las familias de la localidad del Sena con sus respectivas zonas, haciendo un número total de 2.281 familias.

4.1.5.- Cálculo de la muestra

La muestra es el número de personas a quienes se les hará la encuesta correspondiente, es aplicado con la formula finita, el cual valora los siguientes aspectos.

Formula:

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

Desarrollo de la Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,05)(0,05)(2281)}{(0,05)^2 (2281 - 1) + (1,96)^2(0,05)(0,05)}$$
$$n = \frac{3.841,6(0,25) (2281)}{(0,0025)(2281) + (3,8416)(0,25)}$$
$$n = \frac{2190,33}{5,70+ 0,9602}$$
$$n = \frac{2190,33}{6.660,02}$$

n = 328 Encuesta

4.1.6.- análisis para la encuesta

Para determinar el número de encuesta se desarrolló la fórmula de la población de familia del año 2022 que es de 2.281 el cual arroja un resultado de 328 personas naturales que se les realizo la encuesta desde los 18 años sin discriminación alguna de cultura raza o sexo.

4.1.7.- proyección de la demanda

Para ello se ha podido identificar que en la Localidad Sena el consumo de asaí es bastante en las personas, llegando a un promedio de consumo de un 90%, (Preg. N° 7) donde este producto tiene su aceptación en el mercado,ya que las personas buscan un producto saludable, nutritivo y económico.

Cabe resaltar que para poder determinar la demanda de 2281 familia se ha considerado entre edades de 18 a 60 años de edad

- Este análisis me permitirá determinar la demanda total para así conocer en qué situación Se encuentra

4.1.8.- Determinación de la Demanda Potencial

FORMULA:

$$D=P*C$$

DATOS:

P= población de 2281 familia en la localidad Sena

C=según los resultados de la encuesta se consideró que la cantidad de consumo es mensual es de 2 litros mensuales

$$D= 2. 281 * 2 = 4.564 \text{ litros de consumo mensual}$$

$$D= 4.562 * 12 = 54.744 \text{ litros de asaí anual}$$

$$54.744/2281=24 \text{ litros por familia}$$

$$2*2.281=54.744 \text{ litro a anual por familia}$$

Se realizará la operación de 2 litros de consumo mensual multiplicado 12 meses del año dado un resultado de 24 litros de consumo por familia.

TABLA 3

Determinación de la demanda para el primer año

DETERMINACION DE LA DEMANDA				
PRODUCTO	LITOS DIARIO	LITROS SEMANAS	LITROS MENSUAL	LITROS ANUAL
ASAI	190,083,00	1.140,50	4.562,00	54.744,00

FUENTE: Elaboración propia

Una vez calculada la demanda se realizará la proyección tomando en cuenta desde la demanda encontrada más el incremento poblacional que corresponde a un 1.05%.

TABLA 4*Proyección de la Demanda*

PERIODO	AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDA POTENCIAL
		1.05%	90%
0	2.022	2.281,00	54.744,00
1	2.023	2.578,00	55.318,81
2	2.024	2.675,00	55.899,65
3	2.025	2.776,00	56.486,59
4	2.026	2.880,00	57.079,69
5	2.027	2.989,00	57.679,00

FUENTE: Elaboración propia

La presente proyección nos ayudara a poder determinar cuál es la demanda actual que existe en el mercado, y desde esa cantidad se extraerá un porcentaje según a nuestra capacidad la cual se espera abarcar en estos próximos 5 años, con la información recolectada por medio de las encuestas se logró obtener que un 100% de la población entre las edades de 18 a 60 años de edad estaría dispuesto a consumir nuestro jugo de asaí, según la proyección para el primer año nos dio una demanda de 54.744,00 litros de jugo de asaí desde esta cantidad se ha extraído un 73,651% ya que la capacidad instalada de nuestro proyecto con 5 personales para el servicio solo se tendrá una capacidad de producción de 40.320,00 litros anuales como se da a conocer en la tabla 5, que representa 100% de la capacidad de la empresa.

Análisis

La empresa “la mara villa de mi tierra amazónica” trabajara con 140 litros de asaí por 4 horas de trabajo en la maquinaria despulpadora que rinde un total de 140 litros diarios, 40.320litros mensual y 40.320 litro anual.

TABLA 5*Determinación de la Producción*

DETERMINACION DE LA PRODUCCION				
PRODUCTO	LITOS DIARIO	LITROS SEMANAS	LITROS MENSUAL	LITROS ANUAL
JUGO DE ASAI	140,00	840,00	3.360,00	40.320,00

FUENTE: Elaboración propia**4.10.- Capacidad Utilizada**

CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE
40.320,00 litros.	100%

CAPACIDAD INTALADA**TABLA 6***Proyección de Capacidad Utilizada*

Años	Capacidad Instalada	Capacidad Utilizada	Total
0	40.320,00		
1	40.320,00	10%	44.352,00
2	40.320,00	10%	44.352,00
3	40.320,00	10%	44.352,00
4	40.320,00	10%	44.352,00
5	40.320,00	10%	44.352,00

FUENTE: Elaboración propia

4.1.9.- Análisis de la Oferta

Para realizar el análisis de la oferta del proyecto que consiste ofrecer jugo de asaí se tomó en cuenta la competencia.

En la Localidad Sena no se cuenta con empresas o micro empresas dedicadas a este rubro en ventas de jugo de asaí, por tales motivos la Localidad Sena se abastece adquiriendo de los pequeños recolectores de las comunidades más cercanas en época de cosecha de asaí uno de los más fuertes oferente es la comunidad de Jericób que cuenta con una planta despulpadora en el municipio vecino de Puerto Rico el cual una parte de su producción se beneficia la localidad Sena, con la finalidad de tratar de satisfacer la demanda que existe en las pequeñas ventas de vivanderas y en algunos restaurantes.

Por tal motivo se ha tomado en consideración solamente las ventas vivanderas que se dedican a la venta del asaí que ofrecen en vasos desechable de 250 ml y 500 ml, que corresponde a un 60% de sus ventas (Preg. N°5) el mercado local bajo el siguiente ejercicio:

$$2.281 * 60\% = 1369$$

COMPETENCIA	VENTAS ANUALES
VENTAS VIVANDERAS	1.369 ,00LITROS

TABLA 7

Oferta Anual

Años	Oferta
0	3.360,00
1	3.395,20
2	3.340,93
3	3.466,95
4	3.503,35
5	3.540,13

FUENTE: Elaboración propia

4.1.10.- Conclusiones del estudio de mercado

Por medio del estudio de mercado, se analizó la demanda y oferta del consumo de jugo de asai en la localidad del Sena, y se identificó que en esta localidad carece de empresa oferentes fijos de comercialización de jugo de asaí, por ende, la demanda no está cubierta en su totalidad y hay una oportunidad de mercado satisfactoria la cual se puede ocupar.

Mediante el análisis de los competidores existentes varios productos similares que ofertan un producto similar, se pretende establecer un mercado fijo, estableciendo estrategias de marketing, donde se logre cubrir la demanda insatisfecha de la zona de estudio la cual nos permitirá la atracción de nuevos clientes.

4.2.- Plan de Comercialización

4.2.1.- Plan de marketing

Realizando un análisis del plan de comercialización es de vital importancia considerar en el proyecto las variables del marketing como es el precio, plaza y promociones del servicio (publicidad, promociones, propaganda).

4.2.2.- Diseño y desarrollo del producto.

El producto que vamos a producir es el jugo de asaí en envases de sachet de un litro, es un producto de gran adquisición, que será de preparación industrial y de fácil consumo par la sociedad, al igual que los productos similares que se comercializa en el mercado actualmente, este producto proviene de la producción de la planta procesadora de jugo de asaí La maravilla de mi tierra amazónica en la localidad el Sena.

4.2.3.- Descripción técnica y funcional del producto

Los jugos de asaí serán producidos en la localidad del Sena, estas estarán en bolsa de sachet de 1 litro que estarán acondicionados de acuerdo a las temperaturas requeridas para su mantenimiento, además, serán ofrecidos en todo el municipio especialmente en nuestra población de tal manera que se pueda satisfacer las necesidades de la población, con un producto más sano y saludable.

4.2.4.- Características de la calidad del producto

El jugo de asaí tiene una variedad de características entre las cuales podemos mencionar algunas.

Composición nutricional	
NUTRIENTES	
Agua	20% ml
Energía	45 kcal
Jugo de asaí	100ml
MINERALES	
Calcio	1mg
Hierro	0.81mg
Potasio	930 x 100 gr
Sodio	28mg
Zinc	0.32mg
Vitamina C	40.7MG
Vitamina A	6 UI
Vitamina E	1.86 mg

- Bolsa de sachet transparente
- Contenido 1 litro
- Color del líquido morado
- Lleva un stiker de reconocimiento.

Fuente: Elaboración propia

4.2.5 Beneficios

El producto traerá buenos beneficios entre las cuales podemos mencionar.

- Valores nutricionales.
- Salud y energía para nuestros consumidores.
- Nutrición sana.
- Calidad del producto.
- Producto Garantizado bajo control de las normas de las BPH (buenas prácticas de higiene).

4.2.6.- Necesidades a Satisfacer

La sociedad está en constante búsqueda de alimento sano y saludable, para toda la familia para esto la microempresa pretende satisfacer la alimentación de nuestros consumidores con un producto saludable y económico.

4.2.7.- Empaque para la comercialización.

Una vez finalizado el proceso del producto terminado se los trasladara a un lugar limpio para su posterior comercialización en el mercado.



Fuente: Elaboración propia

4.2.8.- Tipo de proceso

El tipo de proceso que se utilizará en la producción del jugo de açaí será de carácter mixto, ya que esta será utilizada con maquinarias y en parte utilizada la mano del hombre.

Logotipo de la Empresa:

FIGURA 4



“LA MARAVILLA DE MI TIERRA AMAZÓNICA”

4.2.8.- Características del Servicio

La producción y comercialización de jugo de asaí en el Municipio Sena contará con: puntualidad, precios cómodos y accesibles, brindando siempre servicios de calidad y a su vez garantizar el bienestar y fidelidad de toda la clientela.

Canal de Comercialización

FIGURA 5



El canal de comercialización del jugo de asaí será de forma indirecta (servicio – a canales de comercialización); el cual consiste en la venta indirecta desde la micro empresa a los canales de distribución y luego al consumidor final.

4.2.9.- Campaña Publicitaria

Para dar a conocer el servicio que prestará la empresa “LA MARAVILLA DE “MI TIERRA AMAZONICA” se lo realizará a través de hojas volantes, radio a la vez que la publicidad en las estafetas de la empresa, en los principales canales de la televisión tanto local como regional.

TABLA 8

Campaña publicitaria

campana publicitaria	Numero de cuñas publicitarias (diarias)	costo unitario	Total
Radio Sena	1	7	200,00
TOTAL			200,00

FUENTE: Elaboración propia

Para el cálculo se usó lo siguiente: se tomó en consideración las 4 horas de programación diaria multiplicada por los 7 días dando un total de 28 horas semanales, este valor por las 4 semanas del mes y esta el valor de 112 horas semanales, se lo divide para el numero de espacios que se dará en el mes que es de 2 y está 56 cuñas reales mensuales divididas para el numero de semanas y de días que nos da un valor de 2 cuñas diarias en un periodo de 4 horas diarias donde se podrá elegir el tiempo que estará al aire la propaganda que no sea superior a 40 segundos.

Formato de hoja volante

FIGURA 6



4.2.10.- Promociones del Servicio:

- Por la compra por mayor recibe productos adicionales.
- Fidelidad de los clientes se rebaja un 10%.
- Promociones especiales en fechas festivas a los clientes por diferentes medios de comunicación

4.3.- Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como objetivo determinar los requerimientos de los recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.

Este estudio permite diseñar técnicamente la utilización óptima de los recursos necesarios para la elaboración del proceso del servicio y brindar de esa forma un servicio de calidad.

Hace relación a la capacidad de producción que se tendrá durante el tiempo de vida del proyecto, refiriéndose a la capacidad instalada y esta se mide en unidades producidas por año.

4.4.- Tamaño y Localización.

Tamaño de la empresa

La empresa de producción y comercialización “LA MARAVILLA DE MI TIERRA AMZONICA” UNIPERSONAL, ofrecerá su producto que es de jugo de asaí 100% natural en la localidad de Sena.

4.1.- Capacidad de la maquinaria

4.1.1.- Capacidad instalada

Se toma como referencia la tasa máxima de producción del asaí en un periodo determinado de acuerdo a la capacidad de producción de la maquinaria: Una despulpadora de 10 litros, con capacidad de transformar 50 litros de frutos por hora.

Para determinar la producción en las microempresas La Maravilla de mi tierra amazónica se sustenta de acuerdo a la capacidad de la maquinaria instalada que se trabajará por 4 horas diarias.

Materiales a utilizar en la planta procesadora de asaí

- ✓ Una despulpadora de 10 litros, con capacidad de transformar 50 kg de frutos por hora.
- ✓ Una selladora semiautomática por impulso

Otro equipamiento incluye:

- ✓ Una balanza digital de piso marca Ferton
- ✓ Frízer con capacidad de 500 kg
- ✓ Cocina a gas de dos hornallas

- ✓ Estabilizador de corriente
- ✓ Mesa metálica
- ✓ Juego de coladores
- ✓ Juego de jarras
- ✓ Juego de baldes plásticos
- ✓ tachones
- ✓ bañadores plástico
- ✓ Cucharas, cucharones y otras herramientas

4.5.- Maquinaria, Equipo y Recursos Humanos

En lo que se refiere a mano de obra el proyecto requiere personal calificado que tenga conocimientos sobre la producción y comercialización de jugos de asaí, se espera que para el proyecto se contrate personal necesario para la producción, y comercialización del mismo.

Para el desarrollo de actividades se necesitará de los dos operarios que estarán al mando de un jefe de producción que velara por el correcto desarrollo de su trabajo.

La empresa debe encargarse de la capacitación del personal para el manejo del equipo, limpieza y seguridad.

Despulpadora metálica de asaí

La despulpadora es de 10 litros con la capacidad de transformar 50 litros de fruto por hora el cual facilita licuar la materia prima del asaí de una manera adecuada proporcionando obtener una pulpa espesa.

FIGURA 7



Nombre	Marca	Modelo	Medidas Nominales Anch. x Alt. x Fondo	Peso Neto	Capacidad	Motor Eléctrico 60 Hz	Motor Eléctrico 50 Hz	Consumo de Energía	Tensión	Utilidad
Despulpadora de Frutas 20 L	Metvisa	DG.20	356x1043x695 mm	31,0 kg	20 L	110 o 220 V, 1/2 cv, 4 Polos	220 V, 1/2 cv, 4 Polos	0,37 kWh	110 o 220 V	El equipo está destinado a despulpar açai y frutas similares

Estructura hecha en acero al carbono con pintura electrostática epoxi. Facilita la limpieza y garantiza la mejor vida útil de su equipo.



Tubo y batidor hechos en acero inoxidable.



Con 02 tamices de acero inoxidable: 1 mm y 1,8 mm



Protección del tubo según la norma de seguridad brasileña.



Tubo de salida y protección con diseño especial proyectado para facilitar la eliminación de los residuos del proceso y garantizar la seguridad del trabajador.



Base con agujeros para fijar el equipo con tornillos.



Imágenes meramente ilustrativas.

FUENTE: Google

FIGURA:8



Balanza digital de pesado

Permite pesar por arrobas el asaí de una manera adecuada en la balanza electrónica facilitando el peso exacto del producto para la obtención de la materia prima.

FIGURA 9



Mesa metálica

Esta mesa permite seleccionar los desechos del asaí que se encuentran en mal estado

Selladora semiautomática por impulso

Permite realizar el embalaje y sellado del producto terminado del jugo de asaí en envase de sachet.

FIGURA N° 10



DESCRIPCIÓN

SELLADORA PARA LÍQUIDOS EN BOLSA

Selladora para líquidos en bolsa,, confeccionados en polietileno de baja densidad con excelente calidad y acabado, en el producto terminado y sellados de fondo sin pestaña.

Gracias por darnos la oportunidad de ofertar en su requerimiento. Es importante tome conciencia de la calidad y respaldo del producto que va comprar. También contamos con selladoras para líquidos verticales de 6 lts, para mayor info... dar clic aqui

Las **selladora para líquidos en bolsa** son útiles en muchos tipos de industrias y para muchos tipos de trabajos. Puede sellar muchos tipos de bolsas y materiales termosellables con ellos, incluidos PE, BOPP.

Especificaciones Técnicas:

Conexión a 110 volt. A.C con transformador y toma domiciliar
Cabezal de sello y corte. Ancho máximo de sello 7".

Consumo de 4 amperios, pulsantes por cada vez que se pisa el pedal, cuando se suelta no hay consumo, que equivale a 0.5 kw/hora trabajando a 1000 operaciones por hora, cable mínimo de extensión dúplex No. 16

Sistema electrónico para el control de tiempo y temperatura de sello

Bandeja en acero inoxidable para deslizar la película, llena de líquido.

Mesa soporte en acero inoxidable graduable, para apoyar la película llena, con tubo de drenaje

Garantía: El equipo tiene garantía de (1) Un año, por defectos de fábrica y garantía total (60) días contados a partir de la fecha de emisión de la factura comercial, en nuestra planta de MaplasCali

FUENTE: Google

Frízer con capacidad de 500 kg

Este material es para guardar el jugo de asaí en envase de sachet y mantener su estabilidad natural del producto.

Con una potencia de funcionamiento de unos 150 watts hora/ día.

FIGURA 11



Cocina a gas de dos hornallas

Esta cocina facilita cocer el fruto de asaí para realizar su primer procesamiento

FIGURA 12



Estabilizador de corriente

Se utilizará para evitar posibles quemas de los equipos dentro la procesadora más que todo para utilizar una energía adecuada

FIGURA 13



Juego de coladores

Este material se utiliza para colar en la materia prima que sale de la despulpadora.

FIGURA N° 14



Juego de jarras

Estos juegos de jarras se utilizarán en el proceso de colado de la pulpa que va saliendo de la despulpadora.

FIGURA 15



Juego de baldes plásticos de 20 litros

Se utilizará para la preparación del jugo de asaí luego ser envasado en sachet como también para el traslado de la pulpa a los tachones para su posterior guardado dentro del frízer

IMAGEN 16



Imagen de Referencia

Tachones de 60 litros

Serán utilizados para guardar la pulpa de asaí dentro del frízer.

FIGURA 17



Bañadores

FIGURA N° 18



Cucharas, cucharones y otras herramientas

FIGURA 19



4.6.- INGENIERÍA DEL PROYECTO.

La ingeniería del proyecto nos permite acoplar los recursos físicos para relacionarlos con la parte técnica, es decir tiene que ver con el equipamiento del proyecto.

El objetivo de este estudio es dar solución al problema de la falta de una empresa productora y comercializadora de jugo de asaí que cuente con los requerimientos de calidad.

Componente Tecnológico:

Para poder brindar un producto de calidad se contará con instalaciones acordes para la producción y comercialización de los jugos de asaí.

4.7.- Descripción del Servicio

La empresa “LA MARAVILLA DE MI TIERRA AMAZONICA” tendrá como objetivo satisfacer y acaparar la demanda local del municipio Sena de un producto de nutrición que contenga un alto nivel Como ser 100% natural.

4.8.- Procedimientos

Procedimientos Las frutas del asaí es la materia prima de la industria, nuestro objetivo es producir jugo de asaí es la parte líquida de la fruta se lo puede tener por aplicación de presión sobre ésta fruta, los cuales se elaboran.

consiste en seleccionar de las frutas que no sirve en una zaranda, lavar y escurrir para cambiar de agua para su cocción luego meter a la maquina despulpadora para extraer el jugo. Luego se le agrega el agua para separar las semillas, seguido se cierne con un colador y por último el llenado en envases de bolsas plásticos.

4.9.- Proceso de Producción

El proceso que se explica a continuación es para la elaboración de jugo de fruta de asaí, envasado en sachet plásticas y sin adición de preservantes.

Recepción: Permite cuantificar la materia prima que entra al proceso, es necesario usar balanzas limpias y calibradas.

Selección: Es clasificar o se desechar las frutas que no sirven para el proceso

Lavado: Se lo hace para eliminar bacterias superficiales, residuos de insecticidas y suciedad adherida a la fruta. O sea, debe utilizarse agua para el lavado.

Extracción del jugo: Es la operación que se la hace con una máquina industrial que recibe las frutas enteras y realiza la transformación del jugo para su envasado de una vez.

cernido: Él jugó se pasa por el colador de malla fina para separar las semillas y otros sólidos en suspensión.

Envasado: El jugo se llena en envases de plástico, los cuales deben haber sido sellados con una maquina selladora, etiquetados.

Sellado: La colocación del sellado se puede hacerse manual o mecánicamente.

Embalaje y almacenado: Al sellarlo, se procede colocarle la etiqueta con la fecha de vencimiento y por último se acomodan los envases en canastillas plásticas para su almacenamiento en refrigeración.

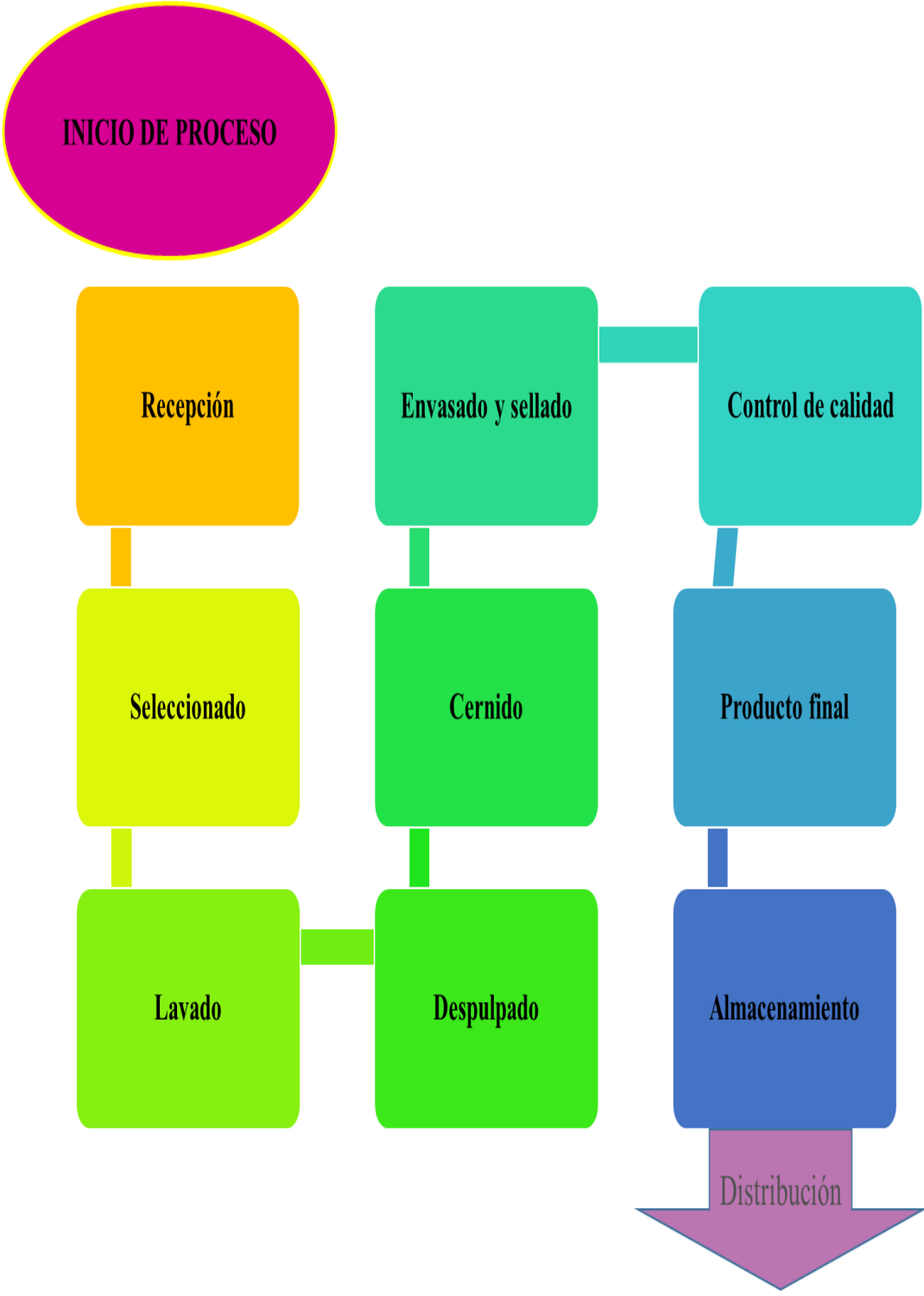
Control de Calidad En la materia prima: Controlar que las frutas al procesado y envasado se realizarse en forma fácilmente en el proceso se deben controlar el tiempo, así como la temperatura de enfriamiento.

En el producto final: Verificar la relación como el color y sabor del jugo. El producto en almacenamiento: El jugo envasado en sachet de plástico y sin adición de preservantes tiene

una vida útil en refrigeración de 7 a 10 días. Cuando el jugo se deteriora se vuelve más ácido y el sabor es desagradable.

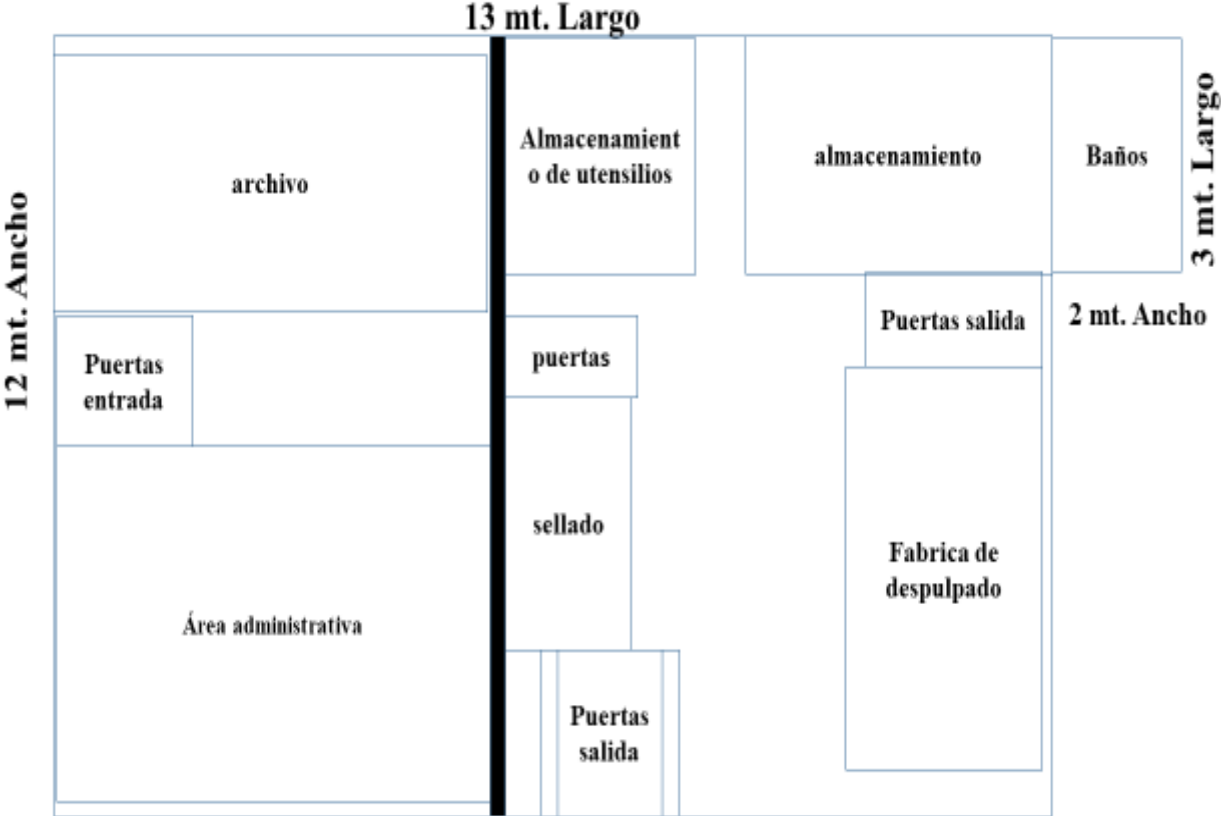
Flujograma del Proceso Producción

FIGURA 20



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

FIGURA 21



Fuente: Elaboración propia

4.10.- Análisis de la Infraestructura de la Planta

La planta procesadora y comercializadora de jugo de asaí la maravilla de mi tierra amazónica ya cuenta con su infraestructura propia para la implementación de la instalación de los equipos de maquinarias y demás materiales a utilizar para del proceso productivo del jugo de asaí con una dimensión de 12 mt. De ancho x14 de largo.

También contará con el departamento de Gerencia, seguido del departamento para la Secretaria, Contaduría.

Contará con baños para damas y varones, el departamento de producción donde se llevarán a cabo todo el proceso a seguir para la elaboración del jugo de asaí, un espacio específico para almacenamiento o ventas y un acceso principal a los diferentes departamentos anteriormente mencionados

4.11.- Diseño Organizacional.

El diseño organizacional es un proceso, donde los gerentes toman decisiones, donde los miembros de la organización ponen en práctica dicha estrategia. El diseño organizacional hace que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos; hacia el interior de su organización y hacia el exterior de su organización. Los conocimientos del diseño organizacional han ido evolucionando. Al principio los procesos del diseño organizacional giraban en torno al funcionamiento interno de una organización.

Las cuatro piedras angulares para el diseño de la organización: La división del trabajo, la departamentalización, la jerarquía y la coordinación tienen una larga tradición en la historia del ejercicio de la administración.

La empresa estará conformada por cuatro personas las cuales iniciaran sus actividades comerciales y a la vez obtener una rentabilidad con la idea de negocio. La presente empresa estará constituida como una compañía de responsabilidad S.R.L cuya razón social será “LA MARAVILLA DE MITIERRA AMAZONICA” Ubicada en el barrio Las Arenas Localidad Sena, destinada a la producción y comercialización de jugo de asaí con la finalidad de satisfacer las necesidades y exigencias de los demandantes del producto. El capital de la empresa estará financiado el 40% por el propietario y el resto se buscará a través de socios externo. La empresa tiene una vida útil de cinco años dentro de los cuales se cumplirá con todos los requerimientos legales y se tratará de satisfacer las necesidades de los usuarios brindando hacia ellos un producto de calidad 100% natural.

La empresa contará con personal administrativo que posea los conocimientos, destrezas y habilidades necesarias para lograr los objetivos planteados y alcanzar la meta propuesta; además con maquinaria de acuerdo al procesamiento y los conocimientos profesionales con el propósito de brindar un producto de primera calidad.

4.12.- Estructura Empresarial.

La empresa para cumplir con eficiencia sus actividades requiere de una estructura vertical, en donde todas sus obligaciones y decisiones recaen sobre el gerente; La empresa cuenta con un área administrativa (administrador y contador-secretaria) y el área operativa (instalaciones, bodega y ventas).

Determinación de los Niveles Jerárquicos.

Son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean e independiente de la función que realicen.

4.12.1.- Manual de Funciones:

MISION: brindar servicio eficiente y la calidad, brindando seguridad nuestros clientes en cada servicio de acuerdo a sus necesidades.

VISION: Para el 2027 posicionarse en el mercado nacional como una empresa líder que abarque servicios de calidad en la región del país aportando al desarrollo empresarial.

VALORES: La empresa contara con valores que son demostrados por cada uno de nuestros colaboradores al momento de desarrollar sus actividades, los diferentes valores que se practican son:

- ⇒ Originalidad.
- ⇒ Atención.
- ⇒ limpieza.
- ⇒ confianza.
- ⇒ Puntualidad.
- ⇒ Honestidad.
- ⇒ presentación
- ⇒ calidad

4.12.2.- Metas de la Organización.

Metas en el ámbito comercial: Llegar a ser la primera empresa en la región del oriente del país que ofrezca este producto y que posea infraestructura de primera calidad para el desarrollo de sus actividades.

Metas en el ámbito operativo: Capacitación permanente de buenas prácticas de higiene al personal para ofrecer siempre productos de calidad.

Metas en el ámbito financiero: Contar con la liquidez que permita el desarrollo continuo de la empresa y el mejoramiento de sus servicios.

Personal.

El diseño organizacional de la micro empresa de jugos de asaí agrupado por las siguientes:

Área Administrativa.

Código: 001

Título del Puesto: Administrativo.

Nivel: Ejecutivo.

Superior Inmediato:

Supervisa A: Secretaria, Jefe de Producción, Jefe de Ventas y Contadora

Funciones. - Se encarga de gestionar todo el funcionamiento de la planta, de la selección del personal, manejo de inventarios, contabilidad, realizar las compras de insumos y de la coordinación de las áreas operativas.

Requisitos Mínimos:

- ✓ Educación: Título de Ingeniero Comercial.
- ✓ Conocimientos en programas básicos como, Excel, Word, Power Point, etc.

Experiencia: 4 años en funciones similares

Área Contable.

Código: 002

Título Del Puesto: Secretaria.

Nivel: Auxiliar.

Superior Inmediato: Gerente

Supervisa A: Ninguno.

Función. - Secretaria –contadora Se encarga de elaborar, analizar y consolidar los Estados Financieros de la organización siempre y cuando se requiera sus servicios de staff.

Requisitos Mínimos:

- ✓ Educación: Título Universitario en Contabilidad y Auditoría

Experiencia: Mínimo 1 años en labores en puestos a fines

Área de Producción

Código: 003

Título Del Puesto: Jefe De Producción.

Nivel: Operativo.

Superior Inmediato: Gerente

Supervisa A: obreros

Funciones. - Elaborar y ejecutar los planes y programas de producción.

Supervisar la adquisición de insumos en su departamento.

Controlar inventarios de materias primas e insumos.

Controlar el buen uso de la maquinaria y equipo

Requisitos Mínimos:

- ✓ Educación: Título de Tecnólogo en Industrias.

Experiencia: Mínimo 1 años en labores similares

Obrero

Código: 004

Título del Puesto: Obrero.

Nivel: Operativo.

Superior Inmediato: Jefe De Producción.

Supervisa A: Ninguno.

Ejecutar Las Fases Del Proceso Productivo.

Función. - Ejecución del proceso de producción según los planes establecidos.

Cuidar los equipos de trabajo y seguridad de la maquinaria.

Cumplir normas, procedimientos y programas de trabajo establecidos por la empresa.

Requiere de habilidad y destreza para cumplir las labores de producción, así como la puntualidad y responsabilidad

Requisitos Mínimos:

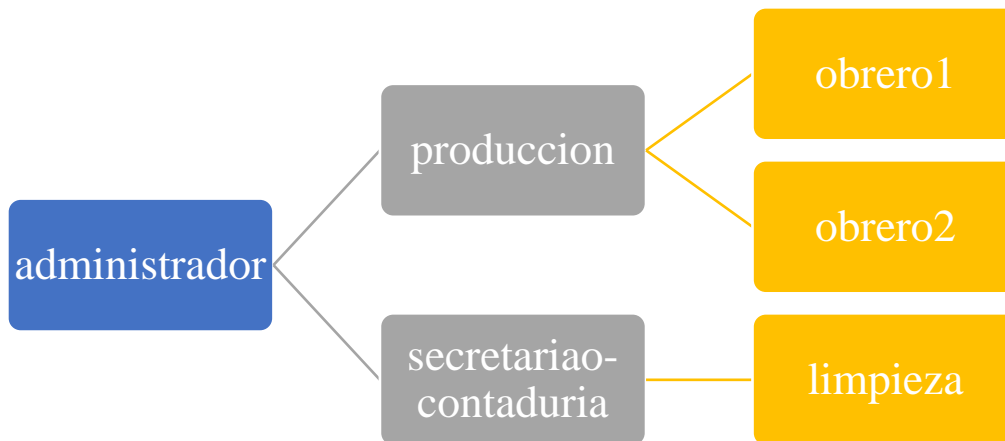
- ✓ Experiencia en labores similares.
- ✓ Recomendaciones personales.
- ✓ Organigramas:

4.12.3.- Organigrama Estructural

En este organigrama se indica el esquema de cómo va a operar la nueva empresa

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL “LA MARAVILLA DE MITIERRA AMAZONICA”

FIGURA 22



Fuente: Elaboración propia

CAPITULO V

5.- ESTUDIO FINANCIERO

5.1.- Inversiones y Financiamiento

Inversiones: Para que la empresa empiece su actividad comercial es necesario contar con activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

5.2- Activos fijos

Son todos los activos necesarios para llevar a efecto el proceso productivo, son los bienes que posee la empresa en un determinado periodo de tiempo

TABLA 9

Presupuesto de Maquinaria y Equipos

DENOMINACION	U/M.	CANT.	V/UNIT. BS.	VALOR TOTAL BS.
Máquina despulpadora	Unidad	1	4.000,00	4.000,00
Balanza digital	Unidad	1	2.000,00	700,00
Máquina selladora	Unidad	1	800,00	800,00
Frízer	Unidad	2	5.000,00	10.000,00
Mesa metálica de seleccionado (zaranda)	Unidad	1	1.500,00	1.500,00
Cocina de gas	Unidad	1	900,00	800,00
TOTAL BOLIVIANOS				17.000,00

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 10*Depreciación de la Maquinaria y Equipo*

VALOR DEL ACTIVO:	17.00,00 BOLIVIANOS			
AÑOS DE VIDA ÚTIL	8			
DEPRECIACIÓN	12,5%			
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	17.00,00	2.125,00		14.875,00
1	14.875,00		1.859,37	13.015,63
2	1.3015,63			11.156,26
3	11.156,89			9.296,89
4	9.296,89			7.437,52
5	7.437,52			5.578,15
6	5.578,15			3.718,78
7	3.718,78			1.859,37
8	1.859,37			0

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 11***Presupuesto de Vehículo*

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	Valor total
Motocarro	unidad	1	15.000,00	15.000,00
TOTAL				15.000,00

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 12*Depreciación de Vehículo*

VALOR DEL ACTIVO:	15.000			
AÑOS DE VIDA ÚTIL	5			
DEPRECIACIÓN	20%			
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	15.000,00	3.000,00		12.000,00
1	12.000,00		2.400,00	9.600,00
2	9.600,00		2.400,00	7.200,00
3	7.200,00		2.400,00	4.800,00
4	4.800,00		2.400,00	2.400,00
5	2.400,00		2.400,00	0

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 13***Presupuesto de Muebles y Enseres*

Denominación	U/M.	Cant	Val. Unit	Val. Total
Escritorio	Unidad	2	800,00	1.600,00
Sillón Giratorio	Unidad	2	600,00	1.200,00
Sillas De Madera	Unidad	12	100,00	12.000,00
Teléfono Celular	Unidad	1	1.900,00	1.900,00
Estantes De Madera	Unidad	2	1.500,00	3.000,00
Mesa Reunión	Unidad	1	1.500,00	1.500,00
TOTAL				12.800,00

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 14*Depreciación de Muebles y Enseres*

VALOR DEL ACTIVO:	12.800			
AÑOS DE VIDA ÚTIL:	10			
DEPRECIACIÓN:	10%			
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIACIO N.	VAL. ACTUAL
0	2.800,00	1280,00		11.520,00
1	11.520,00		1.152,00	10.368,00
2	10.368,00		1.152,00	9.216,00
3	9.216,00		1.152,00	8.064,00
4	8064,00		1.152,00	6.912,00
5	6912,00		1.152,00	5.760,00
6	5760,00		1.152,00	4.608,00
7	4608,00		1.152,00	3.456,00
8	3456,00		1.152,00	2.304,00
9	2304,00		1.152,00	1.152,00
10	1152,00		1.152,00	0

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 15***Presupuesto de Equipo de Computación*

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	Valor total
Computadora portátil	Unidad	1	3.200,00	3.200,00
Impresora	Unidad	1	2.400,00	2.400,00
TOTAL				5.600,00

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 16*Depreciación de Equipo de Computación*

VALOR DEL ACTIVO:	5.600			
AÑOS DE VIDA ÚTIL:	4			
DEPRECIACIÓN:	25%			
AÑOS	VAL. ACTIV O	VAL. RES.	DEPRECIACIO N.	VAL. ACTUAL
0	5.600,00	1.400,00		4.200,00
1	4.200,00		1.050,00	3.150,00
2	3.150,00		1.050,00	2.100,00
3	2.100,00		1.050,00	1.050,00
4	1.050,00		1.050,00	0

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 17***Resumen de Presupuesto de los Activos Fijos*

DESCRIPCION	TOTAL
maquinaria y equipos de producción	17.000,00
Mueble y Enseres	12.800,00
Equipo de computación	5.600,00
Vehículo	15.000,00
TOTAL	50.400,00

FUENTE: Elaboración propia

5.3.- Activos Diferidos

Son los gastos realizados por la empresa, y no son recuperables o reembolsables.

TABLA 18

Inversión de los Activos Diferidos

ACTIVOS	VAL. TOTAL
Licencia de funcionamiento	700,00
Padrón municipal	200
Gastos de constitución	300,00
Registro sanitario	1500,00
SUB TOTAL	2.000,00
Imprevistos (3%)	81,00
TOTAL	2.081,00

FUENTE: Elaboración propia

5.4.- Activo Circulante o Capital De Trabajo

El activo líquido, circulante o activo corriente corresponde a un activo que se puede vender rápidamente (Menos de un año) a un precio predecible, con poco costo o modestia. Lo constituyen aquellos grupos de cuentas que representan bienes y derechos, fácil de convertirse en dinero o de consumirse en el próximo ciclo normal de operaciones de las empresas. Como ejemplo: Caja, banco, moneda extranjera, inversiones temporales en acciones, cuentas por cobrar, inventario de mercancía, existencias.

5.5.- Costos de Producción Presupuesto de Materia Prima Directa

Se toma en consideración que la materia prima corresponderá a la personalización de 1 vehículos mensuales a razón de trabajar todos los días hábiles de acuerdo al calendario contable 24 días laborables al mes.

TABLA 19*Presupuesto de Materia Prima Directa*

PRODUCTO	U/M Arroba	CANTIDAD Mensual	VAL.UNIT. BS.	VAL.TOTAL BS.
Asaí	31	744	50	37.200,00
TOTAL				37.200,00

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 20***Proyección para Materia Prima Directa*

AÑOS	VALOR TOTAL
	5%
1	37.200,00
2	39.060,00
3	41.013,00
4	43063,65
5	45.216,83

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 21***Presupuesto de Materia Prima Indirecta*

RODUCTO	U/M	CANT.DIARIA CANTIDAD Mes	VALOR UNIT. BS.	VAL.TOTAL
Agua mineral	Litros	7 galones de 168 galones 20lt. =140lt 20lt.= 3.360 lt.	10	1.680,00
Azúcar	Kilos	16 384	5	1.920.0,00
	TOTAL			3.600,00

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 22*Proyección para Materia Prima Indirecta*

AÑOS	VALOR TOTAL
	5%
1	3.600,00
2	3.780,00
3	3.969,00
4	4.167,45
5	4.375.82

FUENTE: Elaboración propia

Presupuesto para Sueldos y Salarios

TABLA 23

Presupuestos de Sueldos y Salarios

N°	DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO DE SUELDO UNITARIO	MESES	COSTO DE SUELDO	AGUINALDO	BONO INCENTIVO	APORTE PATRONAL Y SOCIALES 16.71%	TOTAL BENEFICIO	TOTAL A PAGAR EN BOLIVIANOS
1	Administrador.	1	5.000,00	12	60.000,00	5000,00	500,00	10,026	15.526,00	75.526,00
2	Obrero	2	2.250,00	12	27.000,00	4.500,00	450,00	9.023,40	13.973,40	67.973,40
3	Chofer.	1	2.250,00	12	27.000,00	2250,00	225,00	4.511,70	6.986,70	33.986,70
4	Limpieza	1	2.250,00	12	27.000,00	2.250,00	225,00	4.511,70	6.986,70	33.986,70
TOTAL			11.750,00		56.700,00					211.472,80

FUENTE: Elaboración propia

Análisis

Para iniciar el arranque de la micro empresa se trabajará con un total de 5 personal entendidos en el rubro a mencionar:

- 1 administrador que se encargara toda la parte administrativa y contable de la empresa
- 2 obreros que se encargaran del proceso operativo de la producción del asaí incluyendo la maquina selladora

- 1 chofer que se encargara de repartir el producto terminado desde el almacén a diferentes puntos donde lo adquieran o soliciten, 1 de limpieza que se encargara de toda la limpieza de la planta contando desde la maquina despulpadora hasta los trastes utilizados.

Debido a que la micro empresa es nueva y está iniciando y no cuenta con presupuesto para más personal, pasando el primer año y dependiendo del crecimiento productivo se implementara los demás personales.

Presupuesto de Servicios Básicos

TABLA 24

Presupuesto para Consumo de Energía Eléctrica

Denominación	U/M. Kw/H	Cant. Hora Trab.	Cant. Mes En Kw/H	valor Unit. Bs.	Val. Mens. Bs.	Val. Anual Bs.
Maq. Despulpadora	0.37	4	96	1.65	158,4	2.813,00
Maq. selladora	0.90	7.2	192,8	1.65	316.8	3.802,6
computadora	0.05	0.4	9,6	1.65	15.84	190,08
Balanza digital de 300 kilos	0.03	0.24	5.76	1.65	7,41	88,92
Freezer 2 puertas	0.1	0.8	19,2	1.65	31,68	380,16
TOTAL					530,13	7.274,76

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 25

Proyección para Consumo de Energía Eléctrica

AÑOS	VALOR TOTAL
	5%
1	7.274,76
2	7638,49
3	8.020,41
4	8.421,43
5	8.842,50

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 26

Presupuesto de Agua Potable

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	VAL. MENS BS.	VAL. ANUAL BS.
Agua potable	m ³	10	1	30	360,00
TOTAL					360,00

FUENTE: Elaboración

ANALISIS DE AGUA POTABLE

La micro empresa utilizará un margen de 10 cubos mensuales por que solo será para la limpieza de la planta incluidos los trastes está determinado por convenios de la empresa EPSA para el barrio las arenas.

TABLA 27

Proyección para Consumo de Agua Potable

AÑOS	VALOR TOTAL
	5%
1	360
2	378
3	396,9
4	416,74
5	437,58

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 28

Presupuesto de Material de Limpieza

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT. BS.	V. UNIT. BS.	V.TOTAL BS.
Balde plástico	Unidad	5	20	100,00
Escoba	Unidad	10	20	200,00
Recogedor de basura plástico	Unidad	3	10	30,00
Cesto de basura	Unidad	4	20	80,00
Contenedor plástico de basura 50 lts	Unidad	1	500	500,00
Trapeador	Unidad	20	3	60,00
Goma para trapear	Unidad	5	20	100,00
Desinfectante(clorito)	Litros	12	7	84,00
Detergente en polvo(ace)	Bolsas	20	10	200,00
SUBTOTAL				1.354,00
IMPREVISTO 2%				27,08
TOTAL				1.381,08

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 29*Proyección para Material de Limpieza de Aseo*

AÑOS	VALOR TOTAL
	5%
1	1.381,00
2	1.450,05
3	1.522,55
4	1.598,68
5	1.678,61

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 30***Presupuesto de Suministro de oficinas*

DESCRIPCION	U/M.	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Resma de hojas T/C	Unidad	5	25	125,00
Tinta para impresora	Juego	4	80	320,00
Carpetas folder	Unidad	20	3	60,00
Porta documentos	Unidad	1	50	50,00
Lápices	Unidad	1	18	24,00
Sellos	Unidad	2	80	160,00
Engrapadora	Unidad	1	25	25,00
Perforadora	Unidad	1	20	20,00
Grampas	Caja	1	50	50,00
Bolígrafos	Caja	1	25	25,00
SUBTOTAL				863,00
IMPREVISTOS 2%				17,26
TOTAL				880,26

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 31*Proyección para Suministro de Oficina*

AÑOS	VALOR TOTAL
	5%
1	880,26
2	924,27
3	970,48
4	1019,00
5	1.069,95

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 32***Presupuesto de Utensilios de Cocina*

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Juego de coladores (6)	Unidades	1	30,00	30,00
Juego de cucharones (6)	Unidades	1	50,00	50,00
Juego de cucharas (6)	Unidades	1	50,00	50,00
Olla grande	Unidades	1	150,00	150,00
Tachones	Unidades	2	70,00	140,00
SUBTOTAL				420,00
IMPREVISTO 2%				8,40
TOTAL				428,40

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 33*Proyección para Utensilio de Cocina*

AÑO	VALOR TOTAL
	5%
1	428,40
2	449.82
3	472,31
4	495,92
5	520,71

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 34***Presupuesto de Publicidad y Propaganda*

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Publicidad radial	200	2.400,00
SUBTOTAL		2.400,00
IMPREVISTO 2%		48,00
TOTAL		2,448,00

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 35***Presupuesto de Combustible y Lubricante*

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	Valor total
Combustible	Litros	90	3.74	336.60
Lubricantes	litros	1	30,00	30,00
TOTAL				366,60

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 36*Proyección de Combustible y Lubricante*

AÑOS	VALOR TOTAL
	5%
1	366,60
2	384,93
3	404,17
4	424,37
5	445,58

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 37***Presupuesto de Mantenimiento de Maquinaria*

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	Valor total
Despulpadora	Unidad	1	200,00	200,00
Motocarro	Unidad	1	100,00	100,00
TOTAL				300,00

FUENTE: Elaboración propia**TABLA 38***Proyección de Mantenimiento de Maquinaria*

AÑOS	VALOR TOTAL
	5%
1	300,00
2	315,00
3	330,75
4	347,28
5	364,64

FUENTE: Elaboración propia

Resumen del Capital de Trabajo

TABLA 39

Activo Circulante

N°	ACTIVOS	VALOR
1	Materia prima directa	37.200,00
2	Materia prima indirecta	8.800,00
3	Materiales indirectos(rollo de sachet)	2.404,00
4	Sueldos y salarios	11.750,00
5	Energía eléctrica	7.274,76
6	Agua potable	360,00
7	Material de limpieza	1.381,00
8	Utensilios de cocina	428,00
9	Suministros de oficina	880,00
10	Publicidad y propaganda	2.448,00
11	Combustible	366,00
12	Mantenimiento	300,00
	TOTAL	73.591,76

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 40

Cuadro de Resumen de la Inversión Total

ACTIVOS	VALOR
Activo Fijo	50.600,00
Activo Diferido	2.081,00
Activo Circulante	73.591,76
TOTAL INVERSION	126.272,00

FUENTE: Elaboración propia

5.6.- FINANCIAMIENTO

El presente proyecto de factibilidad inversión Para su aplicación se necesita un total de Bs. **126.272,00**; el cual estará financiado con el 60% de capital propio mientras que la diferencia se lo hará a través de financiamiento de socios externo.

TABLA 41

Financiamiento de la Inversión

FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE
Socios externos	50,508,8	40%
Capital propio	75763,2	60%
TOTAL:	126.272,00	100%

FUENTE: Elaboración propia

5.7.- ANÁLISIS DE COSTO

Costo de Producción.

Insumos indirectos. Su valor anual corresponde a Bs. 8.800

Mano de obra directa. Su valor anual de este elemento corresponde a Bs. 37.200.000

Sueldos y salario. El valor anual de este elemento es de Bs. 11.750

Costo de Operación Gastos Administrativos:

Energía Eléctrica. El valor anual que corresponde a este elemento es de Bs. 7274,76

Agua potable. El valor anual que corresponde a este elemento es de Bs. 360,00

Suministros de Oficina. El valor anual por este concepto asciende a Bs. 880,26

Utensilios de limpieza. El valor anual de este rubro es de Bs. 1381,08

Utensilios. El valor anual de este rubro es de Bs. 428,40

Publicidad. El valor anual por este concepto asciende a Bs. 2.448

TABLA 42 Presupuesto de Costo Totales

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	37.200,00	39.060,00	41.013,00	43.063,65	45.216,83
Materia prima indirecta	3600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Materiales Indirectos	2.404,00	2.404,00	2.404,00	2.404,00	2404,00
(+) Total Costos Primos	43.204,00	45.244,00	47.387,00	49.635,1	51.996,65
COSTO DE FABRICACION					
Dep. de Maquinaria y Equipo	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00
Combustible y Lubricantes	366,6	384,93	404,17	424,37	445,58
Dep. de Vehículo	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Mantenimiento del Vehículo	300,00	315,00	330,75	347,28	364,64
(+) Total de Costos de Fabricación	5.791,6	5.824,93	5.859,92	5.896,65	5.935,22
COSTO TOTAL DE FABRICACIÓN	22.835,6	23.600,93	24.404,52	25.248,28	25.934,22
COSTOS DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos					
Energía eléctrica	7.274,76	7.638,49	8.020,41	8.421,43	8.842,50
Agua potable	360,00	378,00	396,9	416,74	437,58
Utensilio de limpieza	1.381,00	1.450,05	1.522,55	1.598,68	1.678,61
Dep. de equipo de computación	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00
Dep. de muebles y enseres.	1.280,00	1280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00
Suministro de oficina	880,26	924,27	970,48	1.019,00	1.069,95
Utensilios de cocina	428,40	449,82	472,31	495,92	520,71
(+) Total de Costos Administrativos	12.653,76	13.170,63,	13.712,65	14.281,77	14.879,35
COSTO DE VENTA					
Sueldo y salarios	211.472,80	211.472,80	211.472,80	211.472,80	211.472,80
Publicidad	2.448,00	2448,00	2.448,00	2448,00	2448,00
Total costo de venta	213.920,8	213.920,8	213.920,8	213.920,8	213.920,8
(=) Total de Costos de Operación	232.365,36	232.916,56	233.493,37	234.099,22	234.735,37
(=) COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	275.570,16	278.160,36	280.880,37	283.734,32	286732,02

FUENTE: Elaboración propia

5.7.- Costos Fijos y Variables

El Costo

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

Costos Fijos: Son los desembolsos que no cambian con el volumen total de las ventas o la cantidad de modificaciones que se realizan en la producción con respecto a nivel de producción relevante.

Costos Variables: Gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de las ventas.

DETALLE	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		37.200,00		47.387,00		45.216,83
Materia Prima Indirecta	3.600,00		3.969,00		4.375,82	
Materiales Indirectos		2.404,00		2.404,00		2.404,00
(+) Total Costos Primo	3.600,00	39.604,00	3.969,00	49.791,00	4.375,82	47620,83
COSTO DE FABRICACION						
Dep. de Maquinaria y equipo	3.600,00		3.600,00		3.600,00	
Combustible y Lubricantes		366,6		404,17		445,58
Dep. de Vehículo	3.000,00		3.000,00		3000,00	
Mantenimiento de Vehículo		300		330,75		364,64
(+) Total de Costos de Fabricación	6.600,00	666,6	6.600,00	734,92	6.600,00	809,08
COSTOS DE OPERACIÓN						
Gastos Administrativos						
Energía eléctrica		7.274,76		8.020,41		8.842,50
Agua potable		360,00		396,9		437,58
Utensilios de limpieza		1.381,00		1.522,55		1.678,61
Dep. de muebles	1.280,00		1.280,00		1.280,00	
Dep. de equipo de computación	1.050,00		1.050,00		1.050,00	
Suministro de oficina	880,00		970,48		1.069,95	
Utensilio de cocina		428,40		472,31		520,71
(+) Total de Costos Administrativos	3.210,00	9.443,76	3.300,00	10.412,17	3.399,95	11.479,4
COSTO DE VENTA						
Sueldo y salarios	211.472,80		211.472,80		211.472,80	
Publicidad	2.448,00		2.448,00		2.448,00	
(+) Total de Costos de Venta	213.920,8		213.920,8		213.920,8	
(=) Total de Costos de Operación	227.330,80	49.714,36	227.789,8	60.938,09	228.296,57	49.239,71
(=) COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	232.530,8	24.514,36	233.522,8	26.780,51	234.616,75	29.278,55

	277.045,16		260303,31		
--	------------	--	-----------	--	--

TABLA 43 *Clasificación de Costos Fijos y Variable*

FUENTE: Elaboración propia

Costos de Unidades Producidas:

Se realiza de los costó total divididas entre las unidades producidas para llegar a determinar un costo unitario del producto dentro de la empresa

TABLA 44

Costos de Unidades Producidas

AÑOS	COSTO ORIGINAL	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO(Bs)
1	275.570,16	40.320,00	6.83
2	278.160,36	40.320,00	6.89
3	280.880,37	40.320,00	6.96
4	283.734,32	40.320,00	7.03
5	286732,02	40.320,00	7.11

FUENTE: Elaboración propia

Precio De Venta Al Público:

Para determinar el precio al público se resta el porcentaje del precio al público.

TABLA 45

Precio de Venta al Público

AÑOS	COSTO FABRICACION	UTILIDAD	PRECIO VENTA(Bs)
1	6.83	3.17%	10
2	6.89	3.11%	10
3	6.96	3.04%	10
4	7.03	3.97%	10
5	7.11	2.89%	10

FUENTE: Elaboración propia

Presupuesto de Ingresos:

Par desarrolla el presupuesto de los ingresos totales se multiplica el precio de venta por las unidades producidas llegando a determinar un ingreso total anual (ver tabla48).

TABLA 46

Presupuesto de Ingresos

AÑOS	PRECIO VENTA	UNIDADES PRODUCIDAS	INGRESOS TOTALES
1	10	40.320,00	403.200,00
2	10	40.320,00	403.200,00
3	10	40.320,00	403.200,00
4	10	40.320,00	403.200,00
5	10	40.320,00	403.200,00

FUENTE: Elaboración propia

5.8.- Estado de Resultados

Está conformado con el conjunto de presupuestos de ventas, costos de venta, gastos de venta, y gastos de administración. Se elaborara agrupando las estimaciones hechas para cada una de las actividades de la empresa con el fin de obtener la actividad bruta la cual mostrara en términos porcentuales lo que gana la empresa en cada peso de venta arriba del volumen de ventas presupuestadas, mediante la deducción de las ventas del costo de los materiales directos, de la mano de obra directa y de los gastos de producción lo cual se utilizara para cubrir todos los gastos de administración, gastos de venta y gasto de financiamiento del negocio

TABLA 47*Estado de Perdida y Ganancia*

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas (Bs,)	403.200,00	403.200,00	403.200,00	403.200,00	403.200,00
(-) Costos de Producción	255.570,00	256.560,36	258.829,37	260.099,72	262.421,44
Utilidad Bruta	147.630,00	146.639,64	144.370.63	143.101,28	140.780,56
(-) Costos de Operación	275.570,16	278.160,36	280.880,37	283.734,32	286732,02
(=) Utilidad Neta	127,940.16	131,520.72	136,509.74	140,633.04	145,951.46
16,71 Utilidad a los trabajadores	21.378,80	21.977,11	22.810.77	23.499,78	24.388,48
(=)Utilidad antes de impuestos	106.561,36	109.543,61	103.698,97	122.451,26	121.562,98
(-) 25% Impuesto a las empresas IUE	26.640,34	27.385,90	25.924,74	30.612,81	30.390,74
(=) Utilidad líquida del ejercicio	79.921,02	82.157,71	77.774,23	91.808,45	91.172,24

FUENTE: Elaboración propia

Flujo de Caja:**TABLA 48***Flujo de Caja*

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	126.272,00					
INGRESOS						
Ventas		403.200,00	403.200,00	403.200,00	403.200,00	403.200,00
Total de ingresos		403.200,00	403.200,00	403.200,00	403.200,00	403.200,00
EGRESOS						
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN		275.570,16	278.160,36	280.880,37	283.734,32	286.732,02
25%Impuesto a la Renta		68.892,54	69.540,09	70.220,09	70.933,58	71.683,00
Total de egresos		206.677,62	208.620,27	210.668,28	212.800,74	215.049,02
FLUJO DE CAJA	0,00	137.785,08	139.080,18	140.448,19	141.867,16	143366,02

Evaluación Financiera:

TABLA 49

Evaluación Financiera

V.A.N. =	Sumatoria Flujo Neto Actualizado - Inversión
V.A.N. =	702.546,63– 126.272,00
V.A.N. =	576.274,63

Análisis:

Si el VAN es mayor a 1 el proyecto se acepta Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente

Si el VAN es menor a 1 el proyecto se rechaza

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

Taza Interna de Retorno (TIR)

TABLA 50

Taza Interna de Retorno (TIR)

AÑOS	FLUJOS INGRESOS	AÑOS	FLUJOS EGRESOS	AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO NETO
1	403.200,00	1	206.677,62	1	137.785,08
2	403.200,00	2	208.620,27	2	139.080,18
3	403.200,00	3	210.668,28	3	140.448,19
4	403.200,00	4	212.800,74	4	141.867,16
5	403.200,00	5	215.049,02	5	143.366,02
Total de flujo efectivo neto					702.546.62

FUENTE: Elaboración propia

TIR= Inversión / flujo neto

$$\text{TIR} = \frac{126.272,00}{702.546,62} \times 100$$
$$\text{TIR} = 5.56\%$$

Análisis:

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero. La misma que es del 5.56%

Evaluación financiera (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)

La relación beneficio costo se utiliza para evaluar los estudios del proyecto de inversión, el cual se apoya en el método de valor presente neto.

TABLA 51

Evaluación Financiera

Valor presente neto de Ingresos		Valor presente neto de egresos	
Año	Valor	Año	Valor
1	403.200,00	1	137.785,08
2	403.200,00	2	139.080,18
3	403.200,00	3	140.448,19
4	403.200,00	4	141.867,16
5	403.200,00	5	143.366,02
TOTAL	2.016.000,00	TOTAL	702.546.62

FUENTE: Elaboración propia

$$B/C = \frac{\text{VPN ingreso}}{\text{VPN egresos}}$$

$$B/C = \frac{2.016.000,00}{702.546.62}$$

$$B/C = 2,86\%$$

Análisis:

Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente

Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su R (B/C) es mayor a uno.

TABLA 52

Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	126.272,00	
1		137.785,08
2		139.080,18
3		140.448,19
4		141.867,16
5		143.366,02
TOTAL		702.546.62

FUENTE: Elaboración propia

$$PRC = \frac{\sum FLUJO DE CAJA - INVERSION}{FLUJO AÑO QUE SUPERA INVERSION}$$

$$PRC = \frac{702.546.62 - 126.272,00}{143.366,02}$$

$$PRC = \frac{576.274.62}{143.366,02}$$

$$PRC = 4,00$$

Para sacar los meses $0,00 * 12 = 00$

Para sacar los días $0,00 * 30 = 0$

El periodo de recuperación se dará en:

4 AÑOS, 0 MES, 0 DIAS.

CAPITULO VI

6.1.- CONCLUSIONES

- En conclusión, el presente trabajo conformado con todos los lineamientos requeridos para la investigación en curso donde se encuentra la estructura organizacional, el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero.
- El producto se lo presentara en bolsitas de sachet de 1 litro acuerdo a las necesidades que se ha detectados y preferencias de los consumidores lo cual manifestaron a través de la encuesta, esto con la finalidad de que se pueda satisfacer la necesidad de una alimentación sana y nutritiva para las familias
- Con los datos obtenidos he podido establecer mi capacidad para ofrecer el servicio que es de 40.320,00 bolsitas de jugo de asaí en todo el año, ofreciendo un producto de calidad y con la atención de primera que es lo que demanda el consumidor.
- El proyecto ha sido realizado con la finalidad de satisfacer una demanda en con el debido estudio de campo he podido concluir que las personas necesitan de una empresa que brinde productos de calidad y saludables como son los jugos de asaí.
- Al realizar la evaluación financiera se determinó que el proyecto tendrá un VAN de **702.546,62** tasa interna de retorno de 5,76%, relación beneficio costo de BS 2,86% el periodo de recuperación de la inversión será de 4 AÑOS, la sensibilidad permitirá que el proyecto soporte un incremento del 5% de los costos reales y una disminución de 2,86% de los ingresos para seguir siendo rentable.

6.2.- RECOMENDACIONES.

- Luego de haber conocido las conclusiones se recomienda implementar el proyecto de estudio factibilidad para el procesamiento y comercialización de jugo de asaí porque en la localidad Sena, porque existe una demanda la cual nos permite una oportunidad de cubrir esa necesidad que hay en la población.
- También se recomienda utilizar siempre la materia prima de mejor calidad y los instrumentos necesarios para la producción y de esta manera poder satisfacer la demanda mencionada.
- Que las instituciones de educación superior intensifiquen acciones en los estudiantes que les motive a generar nuevos emprendimientos lo que contribuirá no sólo a generación de fuentes de trabajo sino también a la economía del país.

CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACION

ACTIVIDADES	GESTIÓN 2023																								DIC. ENERO	
	DICIEMBRE				FEB. Y MAR.				MARZO				MAYO				AGOSTO Y SEPTIEMBRE				OCT. Y NOV.					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Análisis del proyecto	■	■	■																							
Buscar los socios externos							■	■	■	■																
Compra de las maquinarias													■	■												
Instalación																	■	■	■							
Revisión de instalación																					■	■				
Reclutacion de personal																							■	■		
Inauguración de la empresa																									■	
funcionamiento																									■	■

FUENTE: Elaboración propia

PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

N°	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
ACTIVOS FIJOS		
1	MAQUINARIA	17.000,00
2	MUEBLES Y ENSERES	12.800,00
3	EQUIPO DE COMPUTACION	5.600,00
4	VEHICULO	15.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		50.400,00
ACTIVOS DIFERIDOS		
5	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	700,00
6	PADRON MUNICIPAL	200,00
7	GASTOS DE CONSTITUCION	300,00
8	REGISTRO SANITARIO	1.500,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		2.081,00
ACTIVOS CIRCULANTE		
8	MATERIA PRIMA DIRECTA	37.200,00
9	MATERIA PRIMA INDIRECTA	8.800,00
10	MATERIALES INDIRECTOS (ROLLO DE SACHET)	8.800,00
11	SUELDOS Y SALARIOS	11.750,00
12	ENERGIA ELECTRICA	7.274,76
13	AGUA POTABLE	360,00
14	MATERIALES DE LIMPIEZA	1.381,00
15	UTENCILIO DE COCINA	428,00
16	SUMINISTRO DE OFICINA	880,00
17	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	2.448,00
18	COMBUSTIBLE	366,00
19	MANTENIMIENTO	300,00
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTES		73.591,76
SUMA TOTAL (BS).		126.272,76

FUENTE: Elaboración propia

Bibliografía

- Garbarini, F. A. (2018). *PLAN DE NEGOCIO*. Obtenido de proyecto%20asai%20Garbarini,%20Fabián%20Andrés
- Horacio. (Abril de 2017). *ES_Documento_de_Trabajo_Asai_potencial*. Obtenido de <https://www.conservation-strategy.org/>
- libys. (2014). *Historia del zumo de frutas*. Obtenido de <https://libbys.es/blog>
- libys. (2014). <https://libbys.es/blog/habitos-saludables/historia-del-zumo-de-frutas>. Obtenido de <https://libbys.es/blog/habitos-saludables/historia-del-zumo-de-frutas>
- Iorini, H. (FEBRERO de 2017). *PLAN DE NEGOCIO PARA EL APROVECHAMIENTO DEL ASAI*. Obtenido de file:///C:/Users/Personal/Downloads/Trabajo_Plan_de_negocios
- Ucha F, .. (MARZO de 2002). *DEFINICION COMERCIAL*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/comercial.php>
- Vicente, A., & Manganaris, G. (31 de julio de 2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA* . Obtenido de file:///C:/Users/Personal/Downloads/tesis

ANEXO

EL FRUTO DE ASAI



LA PLANTA DE ASAI



PRODUCTO TERMINADO



EL JUGO DE ASAI



ENCUESTAS



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DEMANDANTES

Soy una universitaria de la unidad academia el Sena que me dirijo a su persona para hacerle el siguiente cuestionario a fin de recopilar información de mi trabajo investigativo con el nombre de: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE JUGO DE ASAI EN LA LOCALIDAD SENA”

1 ¿Consume usted jugo de asaí?

Si () No()

2 ¿Qué tipo de jugo o refresco consume más?

Cocacola

Trini

Refrescos naturales

Jugo de frutas

3 ¿Cómo considera usted la calidad de refrescos o jugos que consume?

Excelente ()

Muy bueno ()

Buena ()

Mala ()

4 ¿Cuánta paga usted por las bebidas que adquiere?

10bs. ()

15bs. ()

5bs. ()

2 bs. ()

5 ¿En qué lugar prefiere usted comprar el asaí?

Tiendas ()

Ventas vivanderas ()

6 ¿Qué tipo de promoción le gustaría?

Descuentos() 2x1del producto () cupones

7¿Cuántos litros de jugo de asaí usted consume al mes ?

1 a 2 litros diarios () 2 a 3 litros semanal()

1 a 2 mensual()

8 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bolsita de sachet jugo de asaí?

Bs 6 () Bs 8 Bs 10 ()

9 ¿Si se implementara una empresa de elaboración y comercialización de jugo de asaí usted la adquiriría?

Si ()

No ()

10 ¿En qué lugar le gustaría adquirir este producto?

Tiendas ()

Mercado ()

GRACIAS POR SU COOPERACION

