

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Proyecto de grado

**Plan de negocio para la microempresa de mermelada de asaí artesanal en la
ciudad de Cobija**

Postulantes: Gabriela Gonzales Oliveira

Gabriela Monasterio Guari

Tutor: Mgr. Solange V. Murillo Moscoso

Cobija – Pando - Bolivia

2024

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	13
1. ANTECEDENTES	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	2
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
4. JUSTIFICACIÓN	4
5. OBJETIVOS	5
5.1. Objetivo General	5
5.2. Objetivos Específicos	5
6. MARCO CONCEPTUAL	6
6.1. Asái	6
6.2. Microempresa	6
6.3. Mercado	6
6.4. Producción	6
6.5. Producto	6
6.6. Comercialización	7
6.7. Plan de negocio	7
6.8. Consumidor	7
6.9. Competencia	7
6.10. Mermelada	7
6.11. Sector de mercado	7
6.12. Artesanal	8
6.13. Ventaja competitiva	8
6.14. Precio	8
6.15. Marketing	8
6.16. Insumos	8
6.17. Costos	8
6.18. Ventas	9
6.19. Rentabilidad	9
6.20. Flujo de caja	9
6.21. Relación beneficio costo	9
6.22. Punto de equilibrio	9
6.23. Estudio técnico	9

6.24. Organización empresarial	9
6.25. Estudio legal	10
7. METODOLOGÍA	11
7.1. Tipo de investigación	11
7.1.1. Investigación exploratoria	11
7.2. Enfoque de investigación	11
7.2.1. Enfoque cuantitativo	11
7.3. Método de investigación	11
7.3.1. Método analítico	11
7.4. Población y Muestra	12
7.4.1. Población	12
7.4.2. Muestra	13
7.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
7.5.1. Encuesta	13
7.5.2. Documentación	13
8. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	14
8.1. Naturaleza de la empresa	14
8.2. Concepto del negocio	14
8.3. El producto y su generación de valor	14
8.4. Misión	15
8.5. Visión	15
8.6. Valores y claves de gestión	15
8.7. Valores	15
8.7.1. Compromiso	15
8.7.2. Respeto	15
8.7.3. Trabajo en equipo	16
8.7.4. Calidad	16
8.8. Claves de gestión	16
8.9. Estrategias competitivas	16
9. MERCADO	16
9.1. Producto mercadotécnico	16
9.1.1. Consumidor específico	17
9.1.2. Satisfacciones de necesidades y/o deseos	17

9.2.	Potencial de mercado	17
9.2.1.	La competencia	18
9.2.2.	Barreras de entrada o salida	19
9.3.	Segmentación de mercado	20
9.3.1.	Segmentación demográfica	20
9.3.2.	Potencial de ventas	20
9.3.3.	Pronóstico de ventas	21
9.3.4.	Cliente objetivo	22
9.4.	Estrategias de marketing	23
9.4.1.	Producto	23
9.4.2.	Precio	24
9.4.3.	Plaza	25
9.4.4.	Promoción	26
9.4.5.	Estrategias de acuerdo al ciclo del producto	26
10.	OPERACIÓN	26
10.1.	Diseño y desarrollo del producto	26
10.1.1.	Descripción, técnica y funcional del producto	26
10.1.2.	Característica de la calidad del producto	27
10.2.	Proceso de producción	28
10.2.1.	Tipo de proceso	28
10.2.2.	Descripción detallada de fases y tareas por puestos, personal, cargos y funciones	29
10.3.	Máquinas, equipos, vehículos y otros similares	30
10.3.1.	Muebles y enseres	32
10.3.2.	Equipo de computación	32
10.4.	Insumos	32
10.4.1.	Proveedores y subcontratista	33
10.4.2.	Servicios básicos	33
10.4.3.	Material de limpieza	33
10.4.4.	Indumentaria	34
10.5.	Planta	35
10.5.1.	Capacidad de producción	35
10.5.2.	Localización de la planta	35

10.5.3. Distribución de la planta	36
11. FINANZAS	36
11.1. Presupuesto de inversión	36
11.2. Presupuesto de operación	36
11.2.1. Costos de producción	37
11.2.2. Costo de administración	37
11.2.3. Costos legales	39
11.2.4. Otros costos y gastos	39
11.3. Punto de equilibrio	40
11.4. Financiamiento	41
11.4.1. Crédito bancario	41
11.4.2. Amortización del crédito bancario	41
11.5. Flujo de caja	42
11.6. Evaluación financiera (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)	42
11.6.1. Valor actual neto	42
11.6.2. Tasa interna de retorno	43
11.6.3. Relación beneficio costo	43
12. SUPUESTOS Y ESCENARIO	44
12.1. Primer supuesto	44
12.2. Indicadores financieros del escenario uno	44
12.3. Segundo supuesto	45
12.4. Indicadores financieros del escenario dos	45
13. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL	47
13.1. Personería jurídica	47
13.2. Registro legal	47
13.2.1. Inscripción y registro en SEPREC	48
13.2.2. Inscripción en impuestos nacional para obtener el respectivo NIT	48
13.2.3. Licencia de funcionamiento	49
13.2.4. Registro en SENASAG	49
13.3. Organización empresarial	50
13.4. Personal	51
13.5. Procedimientos técnicos-administrativos	52
14. Fuentes de Información	56

15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
15.1. Conclusiones	56
15.2. Recomendaciones	57
REFERENCIAS	58
ANEXOS	61

Índice de tablas

Tabla 1. Proyección de ventas a 3 años de producción	22
Tabla 2. Descripción de las maquinarias y equipos	30
Tabla 3. Descripción de los muebles y enseres para la microempresa (Expresado en Bolivianos)	32
Tabla 4. Equipos de computación (Expresado en Bolivianos)	32
Tabla 5. Insumos para la producción del producto (Expresado en Bolivianos)	32
Tabla 6. Proveedores de la materia prima (Expresado en Bolivianos)	33
Tabla 7. Servicios básicos (Expresado en Bolivianos)	33
Tabla 8. Material de limpieza (Expresado en Bolivianos)	33
Tabla 9. Indumentaria de trabajo (Expresado en Bolivianos)	34
Tabla 10. Resumen de la inversión inicial (Expresado en Bolivianos)	36
Tabla 11. Costo de producción anual (Expresado en Bolivianos)	37
Tabla 12. Material y equipo de producción (Expresado en Bolivianos)	37
Tabla 13. Muebles y enseres administrativos (Expresado en Bolivianos)	38
Tabla 14. Equipos de computación administrativos (Expresado en Bolivianos)	38
Tabla 15. Servicios básicos administrativos (Expresado en Bolivianos)	38
Tabla 16. Indumentaria de trabajo administrativo (Expresado en Bolivianos)	38
Tabla 17. Sueldos y salarios (expresado en bolivianos)	39
Tabla 18. Registro de constitución y organización legal de la microempresa (Expresado en Bolivianos)	39
Tabla 19. Insumos de material de limpieza (Expresado en Bolivianos)	39
Tabla 20. Financiamiento de crédito bancario y aporte propio (Expresado en Bolivianos)	41
Tabla 21. Amortización del crédito bancario (Expresado en bolivianos)	41
Tabla 22. Flujo de caja proyectado (con préstamo bancario) (Expresado en Bolivianos)	42
Tabla 23. Indicadores financieros del (VAN, TIR, RBC)	42
Tabla 24. Escenario 1 del supuesto del flujo de caja	44
Tabla 25. Indicador de rentabilidad sobre el supuestos y escenario uno	44
Tabla 26. Escenario 3 del supuesto del flujo de caja	45
Tabla 27. Indicador de rentabilidad sobre el supuestos y escenario tres	46
Tabla 28. Requisitos del administrador	52
Tabla 29. Requisitos del encargado de recepción de la materia prima	53

Tabla 30. Requisitos del encargado de producción	54
Tabla 31. Requisitos del encargado de envasado y etiquetado	54
Tabla 32. Requisitos del encargado de distribución	55
Tabla 33. Ficha de trabajo	69
Tabla 34. Ficha de trabajo	69
Tabla 35. Ficha de trabajo	69

Índice de figuras

Figura 1. Aprobación del público objetivo para la mermelada de asaí artesanal	18
Figura 2. Público objetivo que no tiene conocimiento de empresas de mermelada de asaí artesanal	19
Figura 3. Fotografía de la ciudad de Cobija	20
Figura 4. Elección del empaque	21
Figura 5. Comprobación de aceptación de la mermelada de asaí	21
Figura 6. Cliente objetivo entre hombres y mujeres	23
Figura 7. Logotipo de la microempresa	24
Figura 8. Precio de referencia del producto	25
Figura 9. Canal de distribución del producto	25
Figura 10. Envase del producto 100g	27
Figura 11. Etiqueta del producto	27
Figura 12. Proceso de producción de la mermelada	28
Figura 13. Tipo de proceso de la producción de mermelada de asaí artesanal	29
Figura 14. Plano de la microempresa	36
Figura 15. Estructura organizacional de la empresa	50
Figura 16. Diseño de la encuesta	62
Figura 17. Resultado de la encuesta realizada	62
Figura 18. Resultado de la encuesta realizada	63
Figura 19. Resultado de la encuesta realizada	63
Figura 20. Resultado de la encuesta realizada	63
Figura 21. Resultado de la encuesta realizada	64
Figura 22. Resultado de la encuesta realizada	64
Figura 23. Resultado de la encuesta realizada	64
Figura 24. Resultado de la encuesta realizada	65
Figura 25. Resultado de la encuesta realizada	65
Figura 26. Resultado de la encuesta realizada	65
Figura 27. Resultado de la encuesta realizada	66
Figura 28. Fotografía del estudio de mercado realizado	66
Figura 29. Fotografía del estudio de mercado realizado	67
Figura 30. Fotografía del estudio de mercado realizado	67

Figura 31. Fotografía del estudio de mercado realizado

68

Figura 32. Fotografía del estudio de mercado realizado

68

Resumen

El presente proyecto es un plan de negocio para la microempresa de mermelada de asaí artesanal en la Ciudad de Cobija, de la cual surge la siguiente formulación del problema ¿cuáles son los procesos técnicos, financieros y administrativos que se deberán desarrollar en el plan de negocio de la microempresa de mermelada de asaí artesanal en la ciudad de Cobija? El objetivo general de este proyecto de grado es elaborar el plan de negocio de la microempresa de mermelada de asaí artesanal, con la finalidad de estructurar y posicionar en el mercado regional el negocio. Para el desarrollo del trabajo investigativo, se utilizó el tipo de investigación exploratoria, permitiendo explorar los aspectos administrativos, legales y económicos-financieros, bajo un enfoque cuantitativo, permitiendo recolectar datos numéricos que reflejan la proyección financiera de la microempresa. Entre las conclusiones se debe señalar que la microempresa es un negocio rentable, con una inversión inicial de 141.500 Bs, con un TIR de 95,33%, con un VAN de 126.647,03, indicando una excelente oportunidad para seguir adelante con el proyecto desde una perspectiva económica.

Palabras clave: Mermelada, indicadores financieros, microempresa.

Abstract

The present degree project is a Business Plan for the Artisanal Asaí Jam Microenterprise in the City of Cobija, in which the following formulation of the problem arises: What are the technical, financial and administrative processes that must be developed in the plan? business of the artisanal açai jam microenterprise in the city of Cobija? The general objective of the research is to prepare the business plan for the artisanal açai jam microenterprise, with the purpose of structuring and positioning the business in the regional market. For the development of the investigative work, the type of exploratory research was used, it contributed to identifying the administrative, legal and economic-financial aspects, under a quantitative approach, allowing the collection of numerical data that expressed the financial projection of the microenterprise. Among the conclusions, it should be noted that the microenterprise is a profitable business, with an initial investment of 141,500 Bs., with an IRR of 95.33%, with a NPV of 126,647.03, indicating an excellent opportunity to continue with the project from an economic perspective.

Keywords: Jam, financial indicators, microenterprise.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de grado se desarrolló un plan de negocio para la microempresa de mermelada de asaí en la Ciudad de Cobija que se dedicara a la producción y comercialización a nivel local tiene un potencial grande y novedoso y la calidad de contar con 100% de asaí natural.

La mermelada de asaí será un producto beneficioso para la salud debido a su alto contenido de antioxidantes, fibras y multivitaminas que generara una propuesta de valor para las personas que buscan opciones de alimentos saludables, naturales y que prefieren productos libres de adictivos artificiales como ser los colorantes y conservantes, que puedan incorporar en sus desayunos, meriendas y así el consumidor obtenga un producto de calidad.

En la estructura de mercado realizada para la microempresa de mermelada de asaí artesanal en la Ciudad de Cobija, se evidencio que la única competencia para la microempresa es la asociación de mujeres emprendedoras de Pando S.O.S que se identificó a través de una de las herramientas de Porter (las cinco fuerzas de Porter). Segmentación de mercado, se encuentra en la Ciudad de Cobija en aquellas personas de 19 a 44 años de edad y obtuvo una proyección de venta a tres años de, 69.120 unidades producidas anualmente.

La estrategia de marketing que se realizó para la microempresa, son las 4P del marketing que son, producto, precio, promoción y plaza que se necesitara para promover el producto de manera eficiente.

La capacidad de producción que se determinó para la microempresa, primeramente, fue por lotes en donde se demostró que trabajando una semana de lunes a viernes se obtendrá 480 unidades producidas y mensualmente se producen 1920 unidades.

El proceso de producción inicia obteniendo toda la materia prima e insumos que se necesitará para la producción de la mermelada, luego se procederá a la elaboración, iniciando con la recepción de las frutas, para luego ser picadas y lavadas, posteriormente se la lleva al proceso de cocción a fuego lento durante 1 hora aproximadamente hasta obtener una mezcla homogénea y finalmente pasarla al área de envasado y etiquetado para su distribución.

La localización de la planta para el proyecto estará ubicada en la intersección de la Avenida Pando y Avenida Tajibos, B/Santa Clara esta ubicación ha sido seleccionada por su

accesibilidad y proximidad a las principales vías de la Ciudad de Cobija lo que nos facilita de manera eficiente para una distribución del producto terminado.

Se procedió a realizar un análisis económico financiero con una inversión inicial de bs 141.500, de los cuales se obtendrá un préstamo bancario de bs 91.500 y el restante del bs 50.000 son aportes propios que se necesitaran para iniciar las actividades de la microempresa y los indicadores financieros reflejaron los siguientes costos de operación de las actividades de la microempresa un total bs 127.087 y de igual forma los indicadores financieros nos refleja que el VAN es positivo de 126.647,03 lo que indica que el proyecto es rentable y crea valor para la microempresa, el TIR presenta un tasa de retorno de 95,33% y una relación beneficio costo de 2,68 lo que significa que se obtendrá un beneficio invertido por cada boliviano para la microempresa.

CAPÍTULO 1

1. ANTECEDENTES

Según lo señala Caddy (2024) “Es difícil precisar los orígenes de la mermelada, ya que existen alimentos similares desde hace siglos. La conservación con miel o azúcar era un método habitual en la antigüedad” parr.4. La mermelada ha sido consumida por diferentes culturas de la antigüedad, se cree que esta tiene sus orígenes en la antigua roma, ya que los romanos utilizaban la conservación de frutas frescas cocinándola con miel, en ese entonces no se conocía el azúcar. En la edad media la mermelada comenzó a ganar popularidad por toda Europa realizando más mermelada de diferentes frutos.

“Sin embargo, Boermans afirma que la primera receta conocida de mermelada se encuentra en el libro *De Re Coquinaria* [El arte de cocinar] de Apicio, escrito en el siglo IV de nuestra era, en pleno apogeo del Imperio romano” (Caddy, 2024, parr. 5)

El siglo XIX siempre estará marcado para la humanidad debido a la aparición de nuevos métodos de conservación de los alimentos. La producción de la mermelada hoy en día se puede realizar de una infinidad de frutas.

Realizar esta receta es muy fácil solo necesitas frutas frescas (no se puede utilizar frutas en mal estado o verdes) para que tenga un sabor más concentrado, azúcar para que aporte ese dulzor particular que tiene la mermelada y limón (opcional) para aportar más sabor a nuestra preparación.

El açai es un fruto del tamaño de un arándano de la palmera *Euterpe oleracea*, que crece en las llanuras alimentarias de la cuenca del Amazonas. Sus ramas dan racimos de entre 500 y 900 frutos, que cuelgan hasta 24 metros del suelo, por lo que es arriesgado para los recolectores de açai trepar al árbol y acceder al fruto. (Dias, 2023, parr. 8)

El fruto que utilizaremos para realizar la mermelada será el asaí, es una fruta proveniente de la palmera conocida como *Euterpe oleracea*, que se encuentra en la región amazónica de Bolivia. Esta fruta ha sido consumida tradicionalmente por las comunidades indígenas de la Amazonía boliviana durante siglos, debido a su alto valor nutricional y beneficios para la salud, las poblaciones indígenas de la región amazónica han consumido el asaí como parte de su dieta tradicional.

En la década de 1990, el açai o asaí comenzó a ganar popularidad en Brasil y posteriormente, en otros países del mundo, debido a su potencial nutricional y beneficios para la salud. Se popularizó como un superalimento rico en antioxidantes, vitaminas, minerales entre otros y se empezó a utilizar en la preparación de helados, batidos energéticos y otros productos. El Asaí ha sido parte de la dieta de los pueblos indígenas de la región amazónica desde tiempos ancestrales.

De igual forma hoy en día, el asaí se ha convertido en un importante producto de exportación para países como Brasil, donde se cultiva y se cosecha para satisfacer la demanda nacional e internacional. Además, se ha realizado una amplia investigación científica para estudiar sus propiedades nutricionales y beneficios para la salud, lo que ha contribuido a su popularidad y reconocimiento como un alimento saludable y versátil.

En Bolivia, el cultivo y la comercialización del Asaí se ha convertido en una importante fuente de ingresos para muchas comunidades indígenas de la Amazonía, que han visto en esta fruta una oportunidad de desarrollo económico sostenible.

En la actualidad, el Asaí se ha vuelto muy popular en la ciudad de Cobija del departamento Pando, de acuerdo a las estimaciones del año 2017 la productividad del asaí por municipio amazónico, la ciudad de cobija cuenta con 605.346 árboles de asaí, donde refleja una producción de 2.270.046 kilogramos de pulpa de asaí, con un potencial económico de 4.767.096 bs. que debido a sus propiedades actualmente aporta un fortalecimiento en el mercado local. (Lorini, 2017)

Pando es una de los departamentos de Bolivia que se dedica a la recolección del Asaí con una alta demanda dentro del mercado, siendo este uno de los departamentos que más exporta la pulpa de este fruto a otros departamentos.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El objeto de estudio que presenta el Plan de negocio es sobre la elaboración de una microempresa que produzca y comercialice la mermelada asaí artesanal en la Ciudad de Cobija.

El origen de la problemática radica en la ausencia de un negocio o emprendimiento que se dedique a la producción y comercialización de mermelada de asaí artesanal, como una alternativa innovadora y diferente ofreciendo una experiencia de consumo única y placentera, de igual forma genere oportunidades de empleo para la población cobijeña.

Unas de las causas es la falta de diversidad en opciones de productos artesanales amazónicos y nutritivos disponibles en el mercado local de Cobija, limitando las opciones de los consumidores que buscan producto diferente como la mermelada de asaí artesanal para que puedan disfrutarlo en un desayuno, meriendas o simplemente en una reunión familiar, ya que es un fruto energético, multivitamínico, antioxidante y es beneficioso para la salud. Otras de las causas es la escasa disponibilidad de productos artesanales y naturales específicamente en el mercado local, causando un efecto de poder representar una oportunidad para realizar la introducción de la mermelada de asaí artesanal y elaborada con ingredientes naturales sin conservantes y colorantes. Y por último la demanda creciente que existe actualmente en la ciudad de Cobija referente al asaí, por ende, el efecto que causa es una demanda alta en los consumidores a nivel local ya que este fruto amazónico aporta propiedades de antioxidante, fibras y es beneficioso para la salud de la población cobijeña lo que con lleva a que la mermelada de asaí artesanal será un producto bastante demandado a nivel local y que produzca una explosión de sabor, color y valor nutricional único.

El contexto en el que se enmarca este plan de negocio, siendo una microempresa nueva se pueda lograr introducir el producto a los consumidores a nivel local, ofreciéndole calidad a un precio accesible, de esta manera también poder generar ingresos y fuentes de empleo para la población cobijeña, además de estar elaborado con ingredientes naturales de un fruto amazónico, exótico y multivitamínico, ofreciendo este producto como una alternativa nueva sobre la mermelada de asaí artesanal con sabores tradicionales que caracteriza actualmente al mercado local de Cobija.

Realizando un análisis se pudo evidenciar que dentro del departamento Pando en la ciudad de Cobija y a nivel nacional no se encuentra muchas variedades de mermeladas de la industria boliviana dentro de la capital pandina, las marcas que se pudo observar son: gloria (marca peruana), gigante, reina y dulce hora que a diferencia de las otras marcas el envasado de esta es muy peculiar ya que tiene envases en jarra, táper y hasta en baldes de tamaño mediano. En variedad de sabores lo que más se observó fueron de fresa, naranja y durazno. Ninguna de estas

marcas reconocidas a nivel nacional e internacional realizan la producción y comercialización de la mermelada de asaí artesanal.

Es considerado un problema por la inexistencia de una microempresa, negocio, emprendimiento o empresa establecidos legalmente que se dediquen a la producción y comercialización de mermelada de asaí artesanal dentro de la Ciudad de Cobija, que al ser nuevo, estos procesos técnicos, financieros y administrativos permitirá a la microempresa realizar sus actividades legalmente ofreciendo un producto innovador, de igual forma generará una oportunidad para hacer conocer al consumidor ofertando un producto con frutos de la amazonia como ser la pulpa de asaí y frutas naturales, elaborados sin conservantes y colorantes, de igual forma contribuirá al desarrollo económico y social de la población cobijeña.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los procesos técnicos, financieros y administrativos que se deberán desarrollar en el plan de negocio de la microempresa de mermelada de asaí artesanal en la ciudad de Cobija?

4. JUSTIFICACIÓN

Lo que motiva a realizar esta investigación es porque actualmente no existe ningún negocio o microempresa dedicada a la producción y comercialización de la mermelada de asaí artesanal a nivel local, además es de conocimiento que los productos naturales y saludables están creciendo dentro de sector alimentario. La mermelada de asaí artesanal, gracias a sus propiedades antioxidantes y beneficios para la salud, será convertida en una posible opción popular entre los consumidores, así como la oportunidad de ofrecer este producto de alternativa como un alimento dulce y delicioso. Además, el asaí es un fruto amazónico, lo que le otorga un valor diferenciador en el mercado de las mermeladas. Se decide realizar la microempresa para la producción y comercialización de este producto por el crecimiento que está teniendo en los últimos años en el mercado local este fruto amazónico. Al tratarse de una microempresa, la producción de mermelada de asaí permite un modelo de negocio ágil y flexible, con baja inversión inicial y la posibilidad de adaptarse rápidamente en el mercado local.

Los frutos amazónicos como lo es el asaí, hoy en día son de mucho valor para la sociedad contribuyendo a diferentes aportes científicos como ser la realización de nuevos productos de

la Pulpa de asaí, investigación sobre las propiedades nutricionales y beneficios que tiene la mermelada de asaí artesanal, investigación sobre el cultivo del asaí, incluyendo métodos de producción orgánica que no dañen al medio ambiente. Además, la creación de la microempresa contribuirá al avance científico en áreas como la nutrición, la agricultura sostenible y la gestión empresarial. La creación de esta microempresa contribuiría al desarrollo económico local, a fomentar la producción y comercialización de productos amazónicos, y a promover la conservación de los recursos naturales.

La creación de una microempresa productora y comercializadora de mermelada de asaí artesanal beneficiaría a diferentes grupos, como ser: La planta piloto de frutos amazónicos, ya que tendrá un cliente al cual distribuir la Pulpa del asaí, a los recolectores del asaí, porque se beneficiarían al tener una demanda más alta de este fruto, lo que les generaría ingresos extras a la población de Cobija, ya que generará empleo y oportunidades de trabajo para la comunidad local, lo que contribuiría al desarrollo económico y social de la región. Beneficiará también a los consumidores que tendrían acceso a un producto alimenticio dulce, como la mermelada de asaí artesanal, que les permitiría disfrutar de sus beneficios nutricionales y de su exquisito sabor.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Elaborar el plan de negocio de la microempresa de mermelada de asaí artesanal en la ciudad de Cobija, con la finalidad de estructurar y posicionar en el mercado regional el negocio.

5.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para conocer la demanda y oferta del producto.
- Identificar la capacidad de producción de la mermelada de asaí artesanal.
- Determinar la organización administrativa y legal de la microempresa.
- Realizar un análisis económico-financiero que incluya la estimación de los costos de inversión y operación, inversión inicial y una evaluación de rentabilidad para poner en marcha la microempresa.

6. MARCO CONCEPTUAL

6.1. Asaí

“El Asaí o açai es una pequeña baya originario del Amazonas que empieza a volverse muy popular debido a la gran cantidad de beneficios que se ha demostrado que aporta a la salud” (Gómez, 2024, p. 1).

6.2. Microempresa

Según Rivero, et al. (2001), citado por Polanco, et al. (2013) “define a la microempresa como una pequeña unidad socioeconómica de producción, comercio o prestación de servicios, cuya creación no requiere de mucho capital y debido a su tamaño existe un uso productivo y eficiente de los recursos” p. 3

6.3. Mercado

“Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que puede ser satisfecho a través de relaciones de intercambio” (Kotler, 2013, p.8).

6.4. Producción

“El concepto de producción sostiene que los consumidores favorecerán a los productos que están disponibles y que son muy asequibles. Por lo tanto, la dirección debería enfocarse en mejorar la eficiencia de producción y distribución” (Kotler, et al., 2013, p. 10).

6.5. Producto

“El concepto de producto sostiene que los consumidores favorecerán a los productos que ofrezcan la mayor calidad, el mejor desempeño y las características más innovadoras. Bajo este concepto, la estrategia de marketing se enfoca en realizar mejoras continuas al producto” (Kotler, et al., 2013, p. 10).

6.6. Comercialización

Según la oficina nacional del trabajo (2016) “La comercialización es identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia” p. 3

6.7. Plan de negocio

Según Dickson (2008) “Un plan de negocios se utiliza para comunicar la forma en que su estrategia aumentará su probabilidad de éxito en una nueva empresa o mejorará el rendimiento de un negocio existente” p. 6

6.8. Consumidor

Según Solomon (2008) define que el consumidor es una “Persona que identifica una necesidad o deseo, realiza una compra y luego desecha el producto durante las tres etapas del proceso de consumo.” p. 8.

6.9. Competencia

“En economía, la definición de competencia se refiere a cuando varias empresas privadas concurren a un mercado para ofrecer sus productos o servicios ante un conjunto de consumidores que actúan de forma independiente y que integran la demanda.” (Garcia, 2024, parr. 1).

6.10. Mermelada

“La mermelada es definida como una preparación de frutas enteras, en trozos o en puré cocidas en azúcar y su textura es espesa y se solidifica una vez fría” (Vázquez, 2020, parr. 2).

6.11. Sector de mercado

“Consiste en dividir un mercado en segmentos más pequeños de compradores con diferentes necesidades, características o comportamientos que pueden requerir estrategias o mezclas de marketing diferenciadas” (Kotler, et al., 2013, p. 164).

6.12. Artesanal

“Los productos artesanales tienen un valor único, pues son la expresión de los valores simbólicos o ideológicos de una cultura, y son realizados con particular calidad a partir de técnicas muy antiguas, que varían de región a región, de cultura a cultura, en función de los recursos o la historia de un lugar”. (Artesanía, 2024, parr. 4).

6.13. Ventaja competitiva

“La ventaja competitiva representa características que diferencian un producto o servicio de una empresa, frente al producto o servicio de otras organizaciones” (Romero, et al., 2020, p. 468).

6.14. Precio

“El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria” (Sevilla & Moreno, 2024, p. 1).

6.15. Marketing

“El marketing es un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás.” (Armstrong & Kotler , 2013, p. 5).

6.16. Insumos

“Llamamos insumo a cualquier elemento que interviene en el proceso productivo y se consume en el proceso, o sea, que contribuye en la transformación de las materias primas en bienes de consumo, pero que son distintos de estas últimas” (Etecé, 2021, parr. 1).

6.17. Costos

“El costo 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” (Pérez & Gardey, 2024, parr. 1).

6.18. Ventas

“Las ventas son la entrega de un determinado bien o servicio, a un precio estipulado, y a cambio de una contraprestación económica en forma de dinero” (Westreicher, 2024, parr. 1)

6.19. Rentabilidad

Para Suarez et al. (2008) “La rentabilidad es uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado periodo de tiempo” p. 89.

6.20. Flujo de caja

Según Urzúa 2022. "El Flujo de Caja es un reporte financiero que sirve para diferenciar los egresos de los ingresos de dinero en un período determinado" parr.4

6.21. Relación beneficio costo

Para Diaz (2017) "Razón beneficio/costo (B/C): este índice se define como la relación entre los beneficios y los costos o egresos de un proyecto" p.333

6.22. Punto de equilibrio

Aguirre (2021) nos dice "El punto de equilibrio es el nivel de ventas donde los ingresos son iguales a los gastos y la utilidad neta es cero" p. 51

6.23. Estudio técnico

Para Sepag et al. (2014) "estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente" p. 32

6.24. Organización empresarial

Para Morón (2014) define que “la organización empresarial nace para poder darles a estos directivos un manual en el que apoyarse para llevar a cabo la organización en sus empresas” p.12

6.25. Estudio legal

Según Reyes et al. (2021) "Realizar el estudio legal es indispensable, pues siempre se debe actuar dentro del marco normativo en el que se encuentra el proyecto u organización (beneficios y obligaciones que se adquieren)" p. 78

7. METODOLOGÍA

7.1. Tipo de investigación

7.1.1. Investigación exploratoria

El tipo de estudio de este plan de negocio es exploratorio, el cual permitió realizar la exploración de todos los aspectos de una microempresa de mermelada de asaí artesanal, debido a carencia de información sobre las tendencias actuales que surgen dentro del departamento Pando. Este tipo de estudio ayudará a conocer las tendencias actuales del mercado local en la Ciudad de Cobija, para la creación de una microempresa de mermelada de asaí artesanal. Esto ayuda a entender mejor el mercado objetivo y a tomar decisiones informadas para mejorar el producto y estrategias de comercialización.

7.2. Enfoque de investigación

7.2.1. Enfoque cuantitativo

El enfoque del presente plan de negocio es el enfoque cuantitativo porque permitió recolectar datos numéricos y estadísticos concretos sobre la aceptación del producto, que refleja la proyección financiera de la microempresa como también las preferencias de los consumidores y sus hábitos de consumo que se pretende crear con la producción y comercialización de mermelada de asaí artesanal.

7.3. Método de investigación

7.3.1. Método analítico

El método analítico permitió analizar la información y datos observados en el desarrollo de la investigación de acuerdo al objeto de estudio para determinar la situación actual del producto.

7.4. Población y Muestra

7.4.1. Población

La población de la ciudad de Cobija, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), que fue emitido por el censo del año 2012, aproximadamente tiene 23.621 habitantes entre mujeres y hombres de edades de 19 a 44 años. El plan de negocio sobre la microempresa de mermelada de asaí artesanal pretende introducirse al mercado local de Cobija, ofreciendo este producto nuevo e innovador, que tiene como mercado objetivo la población cobijeña.

A través de la muestra se obtendrá datos que beneficien en el estudio de mercado para el plan de negocio que se proyectó realizando una muestra probabilística que, de acuerdo a la población estimada anteriormente, se basa en la siguiente fórmula:

N= Tamaño de la población	N= 23621
P= Si ocurrencia	P= 50% - 0.50
Q= No ocurrencia	Q= 50% - 0.50
Z= Margen de confianza	Z= 95% - 1.96
E= Margen de error	E= 8% - 0.08

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

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 23621}{0.0064 * 23620 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{22685.6084}{151.168 + 0.9604}$$

$$n = \frac{22685.6084}{152.1284}$$

$$n = 149$$

7.4.2. Muestra

La muestra determinada para la elaboración de este plan de negocio es de 149 encuestas de clientes potenciales que se deben realizar para determinar si existe demanda en el mercado local de la población cobijeña.

7.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que se utilizó en el plan de negocio son:

7.5.1. Encuesta

Es un conjunto de preguntas cerradas que permitió recopilar la información de un gran número de personas que puedan responder a una muestra y población en el cual se realizó de 149 encuestados entre hombres y mujeres de 19 a 44 años de edad.

El instrumento utilizado fue el cuestionario, a través de las herramientas de un medio electrónico en formato digital (Google Forms). Y se aplicó a todas aquellas personas entre hombres y mujeres de 19 a 44 años de edad de la Ciudad de Cobija, los datos recopilados fueron datos estadísticos que permitió conocer sobre el consumo y preferencia sobre el producto.

7.5.2. Documentación

De igual forma se utilizó la técnica de la documentación para la recolección de datos que permitió analizar la información importante y extraer de diferentes documentos con mayor relevancia y así obtener resultados que miden la información de diversas fuentes relacionado con el tema de investigación.

CAPÍTULO 2

8. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

8.1. Naturaleza de la empresa

Este plan de negocio se enfocará en una microempresa que se dedicara a la producción y comercialización de mermelada de asaí artesanal , se encuentra ubicada en la ciudad de Cobija del departamento de Pando, esta microempresa organizacional será de forma Unipersonal, estructurada en el sector secundario (productivo), se pretende introducir al mercado local este producto nuevo, novedoso e innovador “mermelada de asaí”, utilizando como materia prima principal la pulpa de asaí, que es considerado como un fruto amazónico, conocido por sus diferentes propiedades de antioxidantes, multivitamínicos y con múltiples beneficios nutritivos hacia la salud, a través de la transformación de este fruto amazónico (pulpa de asaí) se desea obtener una mermelada de asaí de manera artesanal y natural.

8.2. Concepto del negocio

La microempresa de mermelada de asaí artesanal se dedica a realizar un producto nuevo y novedosos dentro del mercado local, ya que éste fruto se encuentra en su mejor momento y es reconocido a nivel mundial gracias a los beneficios nutritivos que aporta a la salud, la elaboración y el proceso de producción del producto se realiza de manera artesanal para que no pierda su esencia y con esto no se dañe más al medio ambiente con máquinas industriales que sólo provoca más contaminación ambiental. La mermelada de asaí artesanal, tiene un potencial grande y novedoso de ofrecer este producto nuevo que como base tiene un precio adecuado y la calidad de contar con un 100% de Asaí natural garantizado correctamente para la adquisición de los consumidores y de igual forma generar ingresos y beneficios tanto económicos como sociales.

8.3. El producto y su generación de valor

La microempresa se compromete a utilizar ingredientes de alta calidad y frescos para elaborar la mermelada de Asaí artesanal, lo que garantizará un producto delicioso y de excelente sabor.

La mermelada de Asaí artesanal es conocida por sus beneficios para la salud debido a su alto contenido de antioxidantes, fibras, multivitaminas y nutrientes. Vamos a resaltar estos aspectos en la propuesta de valor para atraer a clientes conscientes de su alimentación.

El cliente objetivo y potencial, son las personas que buscan opciones de alimentos saludables y naturales, como la mermelada de asaí artesanal, debido a su alto contenido de antioxidantes y nutrientes y también aquellas personas que se preocupan por lo que consumen y prefieren productos naturales y libres de aditivos artificiales como colorantes y conservantes. Y también considerando que Cobija es una ciudad turística, los visitantes podrían estar interesados en probar productos locales y tradicionales como la mermelada de asaí artesanal.

8.4. Misión

Nuestra misión es elaborar y comercializar mermeladas de asaí artesanal de la más alta calidad, utilizando ingredientes naturales y frescos, para brindar a clientes un producto saludable, delicioso y nutritivo.

8.5. Visión

Llegar a ser una microempresa reconocida a nivel local y nacional ofreciendo un producto de calidad, saludable con un alto valor nutricional con el propósito de deleitar al consumidor.

8.6. Valores y claves de gestión

8.7. Valores

los valores son principios éticos que nos representa como una guía en el comportamiento empresarial sobre la toma de decisiones de la organización de la cual son los pilares fundamentales que la definen.

8.7.1. Compromiso

La microempresa tiene como compromiso la dedicación y responsabilidad de cumplir con sus objetivo y metas, con los clientes, empleados y con la población en general de ofrecer un producto 100% artesanal.

8.7.2. Respeto

La microempresa se compromete tanto con el empleador y el cliente brindar una buena atención y así generar un buen ambiente laboral justo y seguro.

8.7.3. Trabajo en equipo

Se compromete que los empleadores trabajaran de organizada, colaborativa, con responsabilidad de acuerdo a sus habilidades para alcanzar el objetivo de la microempresa apoyándose mutuamente.

8.7.4. Calidad

Se ofrecerá un producto que cumpla con las expectativas en sabores, presentación y brindando 100% artesanal que aporte beneficio a la salud

8.8. Claves de gestión

La mermelada de asaí en un producto de calidad nuevo e innovador que ofrece un alto valor en antioxidantes, multivitaminas, fibras, libres de conservantes y colorantes, 100% artesanal y natural sin procesos químicos que dañan al medio ambiente.

8.9. Estratégias competitivas

La microempresa tiene como estrategia competitiva una posición en el mercado local de Cobija para establecerse de una manera representativa y lograr un posicionamiento deseado que refleje la situación y el enfoque que se pretende lograr en el mercado:

- La microempresa brindara un producto diferenciado de las demás mermeladas que se encuentran en la industria boliviana porque será elaborado de manera artesanal y natural.
- Brindará una buena atención al cliente con colaboradores capacitados en el área.

9. MERCADO

9.1. Producto mercadotécnico

El plan de negocio para la microempresa de mermelada de asaí artesanal en la Ciudad de Cobija, ofreciendo un producto elaborado de manera artesanal, eligiendo un empaque atractivo y que refleje la calidad de la mermelada de asaí en sí misma, de la misma manera la microempresa beneficiará a diferentes sectores como ser: a los recolectores del asaí, a la planta piloto de frutos amazónicos, como a la población de Cobija que contribuirá al desarrollo económico y social de

la región, satisfaciendo sus deseos al consumir un nuevo producto dulce, que se podrá disfrutar en meriendas o desayunos y a un precio accesible para la población.

9.1.1. Consumidor específico

El consumidor específico de la microempresa de mermelada de asaí artesanal son aquellas personas entre 19 a 44 años de edad en la cual se identificó que las amas de casa que buscan opciones de productos alimenticios que sean naturales y nutritivos para los niños, jóvenes y adultos, para que puedan incorporar en su desayuno, merienda o eventos familiares y amigos, que prefieren consumir alimentos elaborados con ingredientes naturales, libres de químicos y conservantes, que aprecian la producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

A través de las 5 fuerzas de Porter se menciona el poder de la negociación con el cliente o consumidor, donde se identifica que con esta fuerza podemos obtener la fidelización del consumidor ofreciéndoles un producto natural elaborado artesanalmente para poder conservar la calidad y brindándoles un producto alimenticio dulce que les permitirá disfrutar de sus beneficios nutricionales en su alimentación de su dieta diaria, lo que esto permitirá diferenciarnos de la competencia.

9.1.2. Satisfacciones de necesidades y/o deseos

La microempresa se enfoca en la satisfacción de necesidades y deseos, por lo cual el producto que ofrece cubrirá la variedad y novedad en la introducción de una mermelada de asaí artesanal en el mercado de Cobija satisfaciendo el deseo de los consumidores de probar nuevos sabores, texturas y productos innovadores elaborados de manera artesanal con productos naturales, sin conservantes y colorantes que enriquezcan su experiencia culinaria.

9.2. Potencial de mercado

El potencial de mercado del plan de negocio para la microempresa de mermelada de asaí artesanal se centra en la población de la Ciudad de Cobija que se enfoca en satisfacer sus deseos en cuanto a sabores dulces que la población está dispuesta a consumir y probar una nueva opción innovadora y diferente del producto, para ello se representa los resultados obtenidos de las encuestas del Google Forms entre 149 encuestados.

¿Le gustaría probar mermelada de asaí como una opción innovadora y diferente?

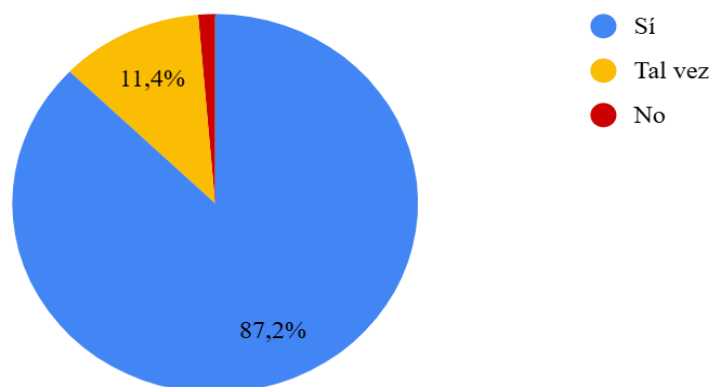


Figura 1. Aprobación del público objetivo para la mermelada de asaí artesanal

Fuente: Elaboración propia

9.2.1. La competencia

Las amenazas de nuevos competidores, es otra de las 5 fuerzas de Porter, mediante esta herramienta la microempresa de mermelada de asaí artesanal identifica que la única competencia directa que tiene la microempresa establecida legalmente son la Asociación de mujeres emprendedoras de Pando S.O.S, que se dedican a la producción de diferentes derivados como ser galletas de almendra, mermelada de copuazu y de igual forma la mermelada de asaí en la Ciudad de Cobija.

Por lo tanto, de igual forma se identificó que su competencia indirecta son aquellas mermeladas de industria boliviana, peruana y brasilera que se encuentran dentro de la Ciudad de Cobija en los mercados, supermercado y tiendas de abarrotes.

Estas empresas solo ofrecen sabores de frutilla, durazno y naranja, por otra parte, el producto que ofrece la microempresa se elabora de manera artesanal y natural, distinguiéndose de sus competencias, ofertando un producto de calidad y un precio accesible al consumidor.

De acuerdo a la encuesta realizada en el Google Forms, se identificó que en base al estudio de mercado realizado el 83,9% del público objetivo no conoce ningún negocio o microempresa que realice la mermelada de asaí artesanal, se evidencia en el grafico realizado por 149 encuestados.

¿Actualmente conoce otro negocio que ofrezca de mermelada de asaí artesanal?

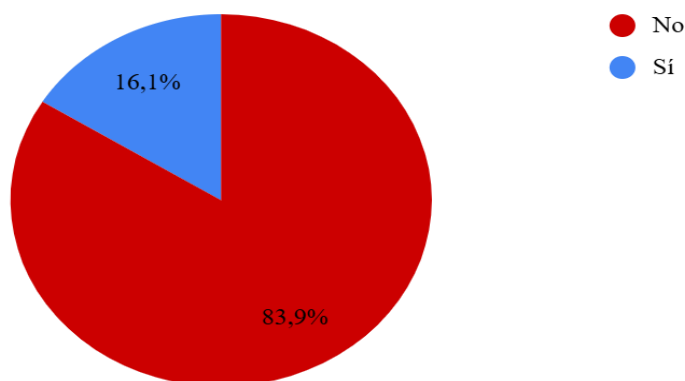


Figura 2. Público objetivo que no tiene conocimiento de empresas de mermelada de asaí artesanal

Fuente: Elaboración propia

9.2.2. Barreras de entrada o salida

Al emprender una microempresa de mermelada de asaí artesanal en la ciudad de Cobija, podremos encontrar algunas barreras de entrada en el mercado que debemos tener en cuenta para asegurar el éxito del negocio.

- **Costos iniciales:** La inversión necesaria para la puesta en marcha de la microempresa de producción de mermelada de asaí artesanal, que incluye la adquisición de materias primas, maquinaria, infraestructura y personal capacitado, podría representar una barrera de entrada significativa para otros potenciales competidores.
- **Acceso a materias primas:** El Asaí es un fruto que puede ser difícil de conseguir en algunas regiones y su costo puede ser elevado, lo que podría limitar la disponibilidad de este ingrediente clave para la producción de mermelada de asaí artesanal.
- **Regulaciones sanitarias y de calidad:** El proceso de producción de alimentos está sujeto a estrictas regulaciones sanitarias y de calidad, por lo que cumplir con todos los requisitos y normativas vigentes puede suponer una barrera de entrada para aquellos que no cuenten con los recursos o conocimientos necesarios.

9.3. Segmentación de mercado

9.3.1. Segmentación demográfica

La segmentación demográfica para la microempresa de producción y comercialización de mermelada de asaí artesanal estaría orientada a consumidores de la Ciudad de Cobija como ser niños, jóvenes y adultos de nivel socioeconómico medio-alto ya que la mermelada de asaí suele ser un producto Premium debido a sus propiedades y beneficios para la salud, enfocándose en aquellos que buscan productos libres de conservantes y conservantes.

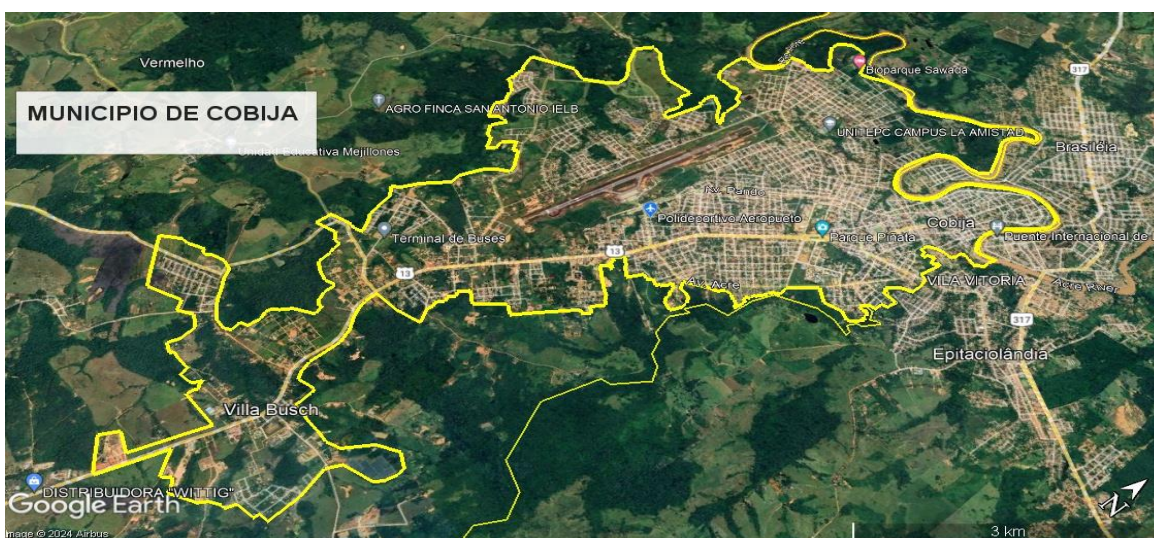


Figura 3. Fotografía de la ciudad de Cobija

Fuente: Google Maps

9.3.2. Potencial de ventas

Para identificar nuestro potencial de ventas es importante conocer primeramente en cuanto a la preferencia de consumo de los diferentes tamaños de envases del producto que prefiere el público objetivo, por ende, se refleja mediante la recopilación de los resultados de la encuesta realizada donde se puede evidenciar que el 71,1% prefiere el envase de 100g.

¿Generalmente su consumo de mermelada es en envases de?

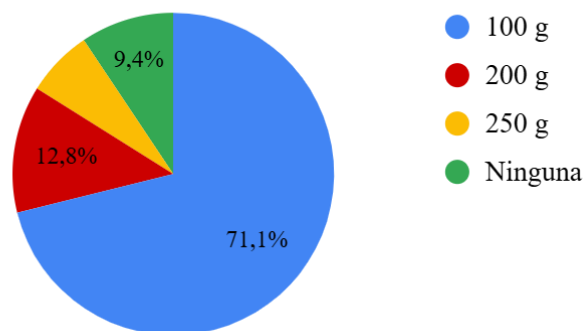


Figura 4. Elección del empaque
Fuente: Elaboración propia

9.3.3. Pronóstico de ventas

Al ser una microempresa nueva en la ciudad de Cobija que se realizó una proyección de demanda anual de acuerdo al estudio de encuestas realizadas. El estudio que se realizó entre un margen de 149 encuestados de personas de las cuales un 94,4% les gustaría probar y degustar la mermelada de asaí artesanal y nutritiva dentro de su rutina entre mujeres y hombres de las edades de 19 a 44 años.

¿Crees que la mermelada de asaí artesanal es saludable en comparación a otras mermeladas?

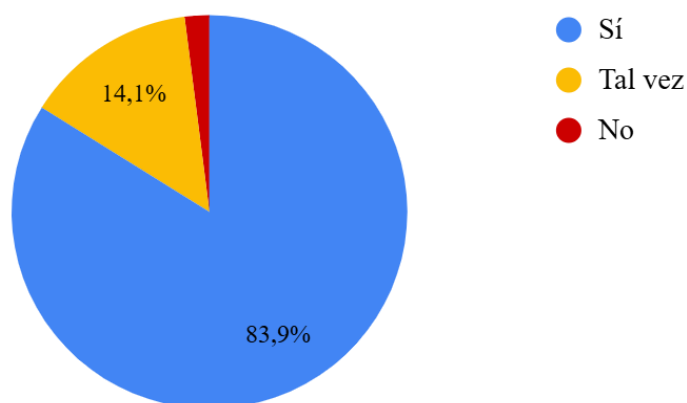


Figura 5. Comprobación de aceptación de la mermelada de asaí
Fuente: Elaboración propia

Tabla 1
Proyección de ventas a 3 años de producción

Año de producción	1	2	3
Unidades	23.040,00	46.080,00	69.120,00
Lotes	1.920,00	3.840,00	5.760,00

Fuente: Elaboración propia

Se puede evidenciar en la tabla N° 1 que las proyecciones de ventas en 3 años, las cuales se expresan por lotes. Se considera que en el primer año inicial es de 1.920 lotes, obteniendo 23.040 producida en un año para la venta, por ende, en los siguientes tres años se proyectó el incremento de 5.760 lotes que refleja la producción total 69.120 unidades.

9.3.3.1. Determinación del precio de venta

Para determinar el precio de venta del producto se debe tomar en cuenta que el costo de las materias primas por unidad de las mermeladas de asaí artesanal es de:

$$\text{Costo unitario} = \frac{63 \text{ bs}}{12 \text{ unidades}} = 5.25 \text{ bs cada unidad}$$

Esto significa que cada mermelada de asaí artesanal cuesta aproximadamente 5.25 bs solo en materias primas. Este costo es un factor crucial a tener en cuenta al determinar el precio de venta de las mermeladas de asaí artesanal.

El precio de venta de un producto se calcula teniendo en cuenta varios factores, incluyendo el costo unitario de producción y el margen de ganancia deseado. El costo unitario de producción de la mermelada de asaí artesanal es de 5.25 bolivianos. Si se desea obtener un 60% de ganancia sobre este costo, se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Precio de venta} = 5.25 \text{ bs} \times (1 + 0.6) = 8.40 \text{ bs}$$

Por lo tanto, para obtener una ganancia aproximada de 60% sobre el costo unitario, el precio de venta de las mermeladas de asaí debería ser 12 bolivianos. Este precio de venta asegura que se cubren los costos de producción y se obtiene la ganancia deseada.

9.3.4. Cliente objetivo

La microempresa de mermelada de asaí artesanal está dirigido a todas las personas, sin importar su edad ni su género, tanto hombres como mujeres que buscan satisfacer sus antojos, a través,

de este delicioso manjar que contiene un alto valor en cuanto a los componentes que lleva el asaí, lo consumirá en desayunos, meriendas o simplemente en reuniones familiares y amigos, el cliente está dispuesto a pagar un precio razonable por el producto.

La mermelada de asaí artesanal al estar hecho a base de la pulpa Premium, pueden ser considerados un alimento dulce que aporta nutrientes por sus antioxidantes y multivitaminas esenciales para el cuerpo. Por lo tanto, es una opción ideal para aquellos que buscan disfrutar de un dulce que no contiene conservante, ni colorantes y no tiene un proceso industrial, sin embargo, esta elaborado de manera natural y artesanal.

¿Cuál es su género?

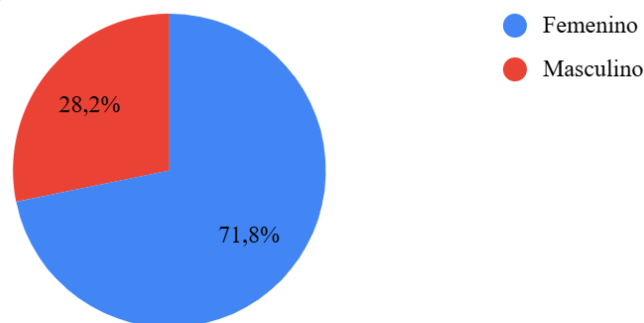


Figura 6. Cliente objetivo entre hombres y mujeres
Fuente: Elaboración propia

9.4. Estrategias de marketing

La estrategia de marketing de la microempresa que presenta el plan de negocio, pretende promover de manera eficiente la producción y comercialización de mermelada de asaí artesanal en la Ciudad de Cobija.

9.4.1. Producto

El producto que oferta la microempresa está elaborado a base de pulpa de asaí, es una fruta de color morado oscuro que proviene de una palmera que crece en la selva amazónica de Brasil, Bolivia y otros países. La mermelada de asaí artesanal es un producto derivado de la pulpa del Asaí, conocida por sus propiedades nutricionales, antioxidantes, fibras y beneficios para la salud, es una forma popular de consumir esta fruta, ya que es deliciosa y versátil. Se puede disfrutar untada en pan e incluso para dar sabor a postres. Esta mermelada de asaí artesanal

podrá contar con propiedades de antioxidantes, antiinflamatorias y energizantes, lo que la convierte en una opción saludable. Además, suele ser una opción popular entre aquellos que buscan alternativas más naturales, artesanales y nutritivas para endulzar sus comidas, es una forma deliciosa de disfrutar de los beneficios de esta fruta exótica, aportando un toque de sabor único a los alimentos.

9.4.1.1. Nombre de la microempresa

“MERMESAI 100% ARTESANAL”

9.4.1.2. Slogan

“LA ENERGÍA DE LA AMAZONIA”

9.4.1.3. Logotipo de la microempresa



Figura 7. Logotipo de la microempresa

Fuente: Elaboración propia

9.4.2. Precio

Por ser una microempresa nueva en la Ciudad de Cobija se basará en los precios según el costo de producción del plan de negocio sobre la comercialización de la mermelada de asaí artesanal, donde para ello se realizó una encuesta para determinar cuánto están dispuesto a pagar por el producto en envases de 100g a un precio de 10, 15, 20 bs de igual forma en envases de 250g con precios de 25 y 30 bs, los encuestados eligieron entre 10 a 15 bs en envases de 100g, así lo

refleja la encuesta a continuación en la siguiente figura se observa el resultado del estudio de mercado realizado.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la mermelada de asaí artesanal en envases de?

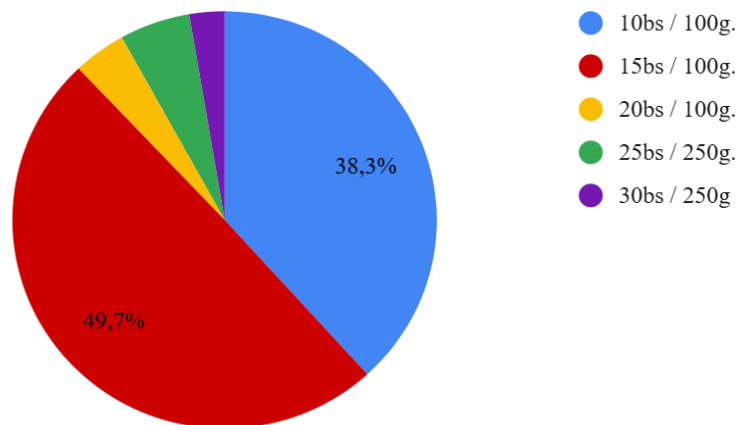


Figura 8. Precio de referencia del producto

Fuente: Elaboración propia

9.4.3. Plaza

La comercialización de la mermelada de asaí artesanal se realizará en los mercados, tiendas de abarrotes y tiendas de barrio de la Ciudad de Cobija. También se las considerara a las microempresas privadas que radican en el municipio.

Por lo tanto, para que el producto llegue a los consumidores finales, se ha seleccionado un canal de distribución indirecto, productores – intermediarios – consumidores, también será de forma directa ya que se tendrá relaciones con microempresas privadas que radican en el municipio de Cobija, de manera que se cumpla con la necesidad del cliente.



Figura 9. Canal de distribución del producto

Fuente: Elaboración propia

9.4.4. Promoción

La promoción para la microempresa se basaría en el marketing digital, realizando a través de ella diferentes tipos publicitarios y así crear un vínculo con el público, atrayendo audiencia con diferentes contenidos, de igual forma se realizará de la siguiente manera: Participación en ferias artesanales, participación en ferias de emprendimientos y redes sociales.

9.4.5. Estrategias de acuerdo al ciclo del producto

El desarrollo del ciclo de vida del producto se destaca por presentar estrategias de acuerdo a las cuatro etapas que tiene, como ser, la introducción, crecimiento, madurez y declinación.

Se realizó un análisis para la decisión sobre la evolución de las ventas de la mermelada de asaí artesanal, en un tiempo determinado que logre en la primera etapa la instrucción para posicionarse en el mercado local de la ciudad de Cobija con la siguiente estrategia.

- A través de la degustación del producto en participación de diferentes ferias de emprendimientos artesanales que se realizan en actos tradicionales.

10. OPERACIÓN

10.1. Diseño y desarrollo del producto

La microempresa a través de este plan de negocio realizara un modelo del producto que se pretende ofrecer al mercado local mostrando las características de la mermelada de asaí artesanal, también se identifica su esencia que lo define como algo nuevo y novedoso, de igual forma lo diferencia de las mermeladas industrializadas.

10.1.1. Descripción, técnica y funcional del producto

En esta parte se detallará todos aquellos aspectos físicos en que será envasado y presentado la mermelada de asaí artesanal, detallándose se la siguiente manera:

10.1.1.1. Envase

El envase utilizado para la mermelada de asaí artesanal de 100g será de vidrio. Este tipo de material ayuda en la conservación del producto.



Figura 10. Envase del producto 100g
Fuente: Elaboración propia

10.1.1.2. Etiqueta

Se presenta la siguiente etiqueta para la presentación de la mermelada de asaí artesanal que llevara el envase.



Figura 11. Etiqueta del producto
Fuente: Elaboración propia

10.1.2. Característica de la calidad del producto

“Mermesaí” la energía de la amazonia, será un producto de mermelada de asaí artesanal. Hace que las familias cobijeñas puedan deleitarse disfrutándolo en reuniones familiares y amigos, satisfaciendo sus necesidades y deseos a través de un manjar que deleita su paladar.

De igual forma este producto alimenticio requerirá la autorización y pasar por un proceso de control de calidad que instancias superiores, se necesitará contar con la certificación de senasag y demostrar que la microempresa “Mermesaí” cumple con todos los requisitos para buen funcionamiento para su producción y comercialización en el mercado local de la Ciudad de Cobija.

10.2. Proceso de producción

El proceso de la producción de la mermelada de Asaí tiene los siguientes pasos:



Figura 12. Proceso de producción de la mermelada

Fuente: Elaboración propia

10.2.1. Tipo de proceso

El tipo de proceso de producción que utilizará la microempresa para la realización del producto será el proceso artesanal, que será producido en lotes pequeños de manera artesanal con ingredientes naturales y amazónicos de la Ciudad de Cobija. Donde la materia prima debe transcurrir un proceso de transformación para un producto final directo al consumidor, detallada en la siguiente figura:



Figura 13. Tipo de proceso de la producción de mermelada de asaí artesanal
Fuente: Elaboración propia

10.2.2. Descripción detallada de fases y tareas por puestos, personal, cargos y funciones

Personal

El capital humano estará conformado por 5 trabajadores para elaboración de la mermelada de asaí de los cuales contarán con equipo necesario para brindar la higiene y seguridad para evitar cualquier daño.







Cargos








- Encargo del área de recepción.
- Encargado del área de lavado, pelado y picado de las frutas.

- Encargado del área de producción de los ingredientes.
- Encargado del área de esterilización del envase y envasado
- Encargado área de etiquetado y almacenamiento del producto final

10.3. Máquinas, equipos, vehículos y otros similares

Tabla 2
Descripción de las maquinarias y equipos

Detalle	Descripción
 <p>Balanza de cocina</p>	<p>Capacidad máxima: 5kg / 11lb-Tamaño: 21 x 17.6 x 3.1cm</p> <p>Tamaño pantalla LCD: 45 x 21mm</p> <p>Fácil de guardad, sirve para medir el volumen de agua o leche entre otros</p> <p>Indicadores de baja batería, con un precio de 345 bs</p>
 <p>Mesa de trabajo</p>	<p>MESAS DE TRABAJO – INOX de 1800*800*800*1.0mm de 2 Niveles (WT-1532), Bs.2,800.00</p> <p>Mesas de trabajo construidas totalmente en acero inoxidable - Calidad 304 INOX</p>
 <p>Caja cosechadora</p>	<p>Material: de plástico de 59.5 x 40 x 29 cm a un precio de 70bs</p>
 <p>Cuchillo</p>	<p>Material de acero inoxidable mango de madera a un precio de 15 bs.</p>
 <p>Bandejas</p>	<p>Material: bandeja de plástico a un precio de 25 bs</p>
 <p>Mesa de lavado</p>	<p>Mesa de limpieza con fregadero y patas plegables, fregadero empotrado moldeado con un precio de 1.073 bs</p>

<p>Cocina</p> 	<p>Cocina industrial con 2 hornallas dobles y 2 simples. Fabricado en acero SAE 1020 con pintura epoxi texturizada en color negro con tabulación. Cuenta con estructura desmontable y fabricación de bocas doble, simples o mixta. Hecha de forma segura para preparar tus comidas preferidas con toda comodidad a un precio de 3.735 bs.</p>
<p>Garrafa</p> 	<p>Garrafa de gas a un precio 300 bs</p>
<p>Ollas</p> 	<p>Material: de acero inoxidable redonda con un precio de 250 bs</p>
<p>Cucharas</p> 	<p>Material: de madera cuchara plana a un precio de 15 bs.</p>
<p>Moto</p> 	<p>Moto 2 ruedas boxer 150x todo terreno UG (CAJA 5TA) color negro a un precio de 14.823,00</p>
<p>Caja plástica para delivery</p> 	<p>Caja para delivery 40 x 40 cm, Código: CV-140 ROTOMOLDEADO / Cajas Plásticas Para Delivery</p> <p>Caja para delivery, Roto moldeado, con bisagras incorporadas</p> <p>Medidas 40 x 40 cm a un precio de 540</p>
<p>Freezer</p> 	<p>Freezer horizontal de 218 litros, refrigera y congela, radiadores externos con luz interior, cerradura con llave y cuenta con doble tapa normal y vidrio corrediza con un precio de 2599 bs.</p>

Fuente: Elaboración propia

10.3.1. Muebles y enseres

Tabla 3
Descripción de los muebles y enseres para la microempresa (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Precio bs
Mesa de escritorio	200,00
Sillas	1.350,00
Estante	1.000,00
Total	2.550,00

Fuete: Elaboración propia

10.3.2. Equipo de computación

Tabla 4
Equipos de computación (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Precio bs
Computadora	3.600,00
Impresora	2.592,00
Total	6.192,00

Fuente. Elaboración propia

10.4. Insumos

Los insumos que utilizaremos para la producción de la mermelada de asaí artesanal son los siguiente:

Tabla 5
Insumos para la producción del producto (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Unidades	Precio bs
Pulpa de asaí	Kilo	18,00
Azúcar morena	Kilo	10,00
Manzana	Unidad	5,00
Limón	Unidad	1,00
Envases	Docena	29,00
Total		63,00

Fuente: Elaboración propia

10.4.1. Proveedores y subcontratista

Tabla 6
Proveedores de la materia prima (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Proveedor	Cantidad	Precio bs
Pulpa de asaí	Plata piloto de frutos Amazônicos (comunidad luz de américa)	1 kilo	18,00
Azúcar morena	Mercado abasto	1 kilo	10,00
Manzana	Mercado abasto	2 unidades	5,00
Limón	Mercado abasto	3 unidades	3,00
Envases	Crisil S.R.L	12 unidades	29,00

Fuente: Elaboración propia

10.4.2. Servicios básicos

Tabla 7
Servicios básicos (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Precio bs
Energía eléctrica	300,00
Agua	180,00
Gas	22,50
Internet	149,00
Total	651,50

Fuente: Elaboración propia

10.4.3. Material de limpieza

Tabla 8
Material de limpieza (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad	Precio bs
Escoba	3 unidades	54,00
Goma de trapear	3 unidades	60,00
Recoge basura	2 unidades	20,00
Trapeador	3 unidades	24,00
Ace	1 unidad	35,00
Jabón líquido	1 unidad	14,00
Papel	1 paquete	22,00






Basurero	7 unidades	245,00
Lavandina	1 unidad	12,00
Bolsa	1 paquete	8,00
Total		494,00

Fuente: Elaboración propia

10.4.4. Indumentaria

Para el equipo de trabajo de la microempresa se utilizará la siguiente indumentaria:

Tabla 9
Indumentaria de trabajo (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad	Precio bs
Overol 	5 unidades	750,00
Gorros desechables 	1 caja	25,00
Guantes desechables 	1 caja	30,00
Botas de goma pvc 	5 pares	400,00
Barbijo 	1 caja	25,00
Total		1230,00

Fuente: Elaboración propia

10.5. Planta

10.5.1. Capacidad de producción

Para calcular la capacidad de producción de la microempresa, primero necesitamos determinar cuántos lotes puede producir en una hora. Según los datos obtenidos por observación y medición, se puede producir 1 lote en 1 hora, y cada lote contiene 12 unidades de mermelada de asaí artesanal.

Si un equipo trabaja 8 horas al día, entonces en un día puede producir:

$$1 \text{ lote/hora} \times 8 \text{ horas/día} = 8 \text{ lotes/día}$$

Cada lote contiene 12 unidades de mermelada, por lo que, en un día, un equipo puede producir:

$$8 \text{ lotes/día} \times 12 \text{ unidades/lote} = 96 \text{ unidades/día}$$

Si el equipo trabaja de lunes a viernes, entonces trabaja 5 días a la semana. Por lo tanto, en una semana puede producir:

$$96 \text{ unidades/día} \times 5 \text{ días/semana} = 480 \text{ unidades/semana}$$

Finalmente, si consideramos un mes de 4 semanas, la capacidad de producción mensual de un equipo sería:

$$480 \text{ unidades/semana} \times 4 \text{ semanas/mes} = 1920 \text{ unidades/mes}$$

Por lo tanto, la capacidad de producción de la microempresa, con un equipo trabajando 8 horas al día de lunes a viernes, sería de 1920 unidades de mermelada de asaí artesanal al mes. Es importante tener en cuenta que esta es una estimación y la capacidad de producción real puede variar debido a factores como la eficiencia del equipo, la disponibilidad de ingredientes y la demanda del mercado.

10.5.2. Localización de la planta

El proyecto de producción y distribución de mermelada de asaí artesanal está estratégicamente ubicado en la intersección de la Av. Pando y la Av. Tajibos, cerca del monumento a Pando, en

la ciudad de Cobija. Esta ubicación ha sido seleccionada por su accesibilidad y proximidad a las principales vías de la ciudad, lo que facilita tanto la recepción de materias primas como la distribución de los productos terminados.

Además de la ubicación física de la planta de producción, la empresa ha implementado una solución logística eficiente que incluye transporte propio. Esto permite a la empresa distribuir sus productos a lo largo y ancho de Cobija, garantizando que las mermeladas lleguen frescos y en perfecto estado a cada rincón de la ciudad.

Esta combinación de una ubicación estratégica y una logística eficiente coloca a la microempresa en una posición ventajosa para satisfacer rápidamente la demanda local y, con el tiempo, expandirse a mercados vecinos. Con estos elementos en su lugar, la microempresa está bien posicionada para alcanzar sus objetivos comerciales y establecerse como líder en el mercado local.

10.5.3. Distribución de la planta

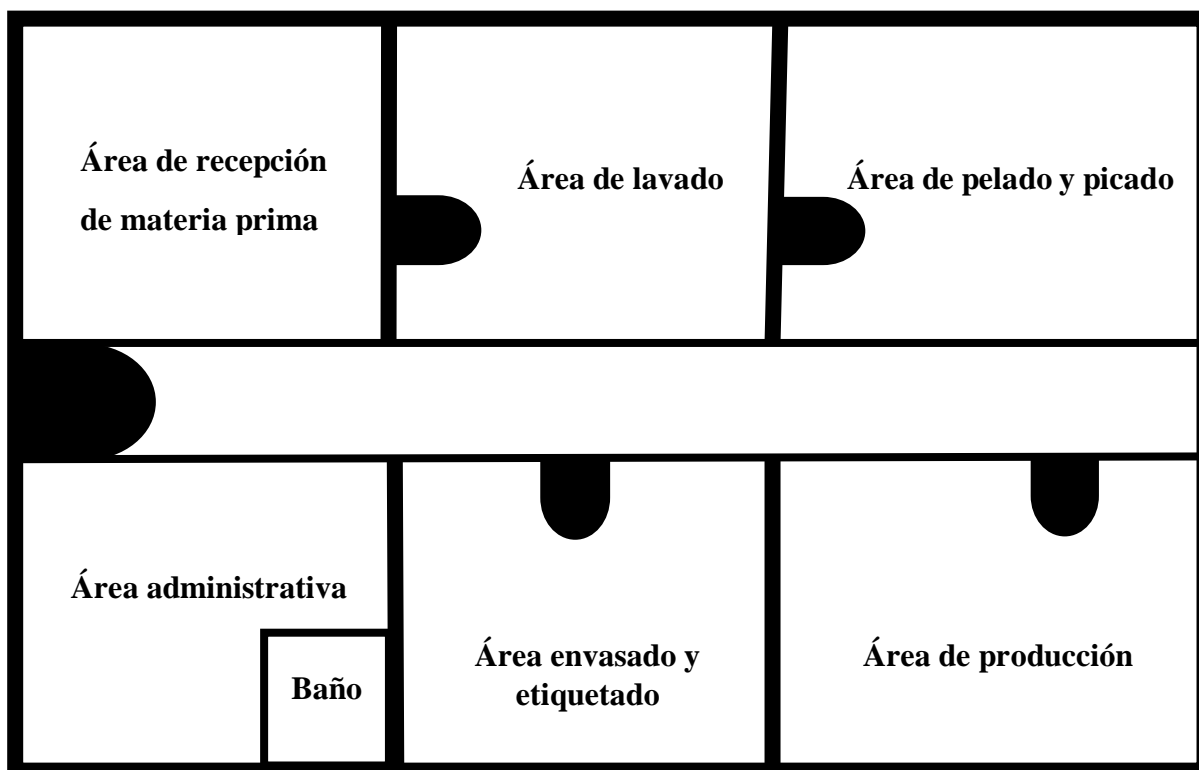


Figura 14. Plano de la microempresa

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 3

11. FINANZAS

11.1. Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión es una herramienta fundamental para la planificación financiera de una empresa o negocio, gestionando de manera eficiente sus recursos financieros, lo cual este está conformado con la inversión fija, inversión diferida y el capital de trabajo.

Tabla 10

Resumen de la inversión inicial (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Monto
Inversión circulante	50.000,00
Capital	50.000,00
Inversión fija	75.119,00
Terreno	25.000,00
Vehículo	14.823,00
Equipo de computación	6.192,00
Muebles y enseres	2.099,00
Maquinaria y equipo	27.005,00
Inversión diferida	2.672,00
Estudio de investigación	480,00
Organización y constitución	2.192,00
Total	127.791,00
Inversión corriente	13.709,00
Sueldos y salarios	12.500,00
Servicios básicos	652,00
Materia prima	63,00
Material de limpieza	494,00
Total de inversiones	141.500,00

Fuente: Elaboración propia

11.2. Presupuesto de operación

El presupuesto de operación se enfoca en las actividades de la microempresa, esta herramienta nos permite prever aquellos gastos necesarios para llevar a cabo las operaciones como la producción, los costos de materiales y gastos administrativos.

11.2.1. Costos de producción

Tabla 11

Costo de producción anual (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Pulpa de asaí	160 kl	18,00	2.880,00	34.560,00
Azúcar morena	160 kl	10,00	1.600,00	19.200,00
Manzana	60 unid	5,00	300,00	3.600,00
Limón	20 unid	1,00	20,00	240,00
Envases	240 unid	2,42	580,80	6.969,60
Total			5.380,80	64.569,60

Fuente: Elaboración propia

11.2.2. Costo de administración

11.2.2.1. Material y equipo de producción

Tabla 12

Material y equipo de producción (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad	Unidad	Precio bs	Total
Balanza de cocina	1	Unidad	345,00	345,00
Mesa de trabajo	1	Unidad	2.800,00	2.800,00
Caja cosechadora	1	Juego	70,00	70,00
Cuchillo	1	Paquete	15,00	15,00
Bandejas	1	Juego	25,00	25,00
Mesa de lavado	1	Unidad	1.073,00	1.073,00
Cocina	1	Unidad	3.735,00	3.735,00
Garrafa	1	Unidad	300,00	300,00
Ollas	1	Juego	250,00	250,00
Cucharas	1	Paquete	15,00	15,00
Moto	1	Unidad	15.238,00	15.238,00
Caja plástica para delivery	1	Unidad	540,00	540,00
Freezer	1	Unidad	2.599,00	2.599,00
Total general				27.005,00

Fuente: Elaboración propia

11.2.2.2. Muebles y enseres administrativos

Tabla 13

Muebles y enseres administrativos (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad	Unidad	Precio bs	Total
Mesa de escritorio	1	Unidad	200,00	200,00
Sillas	1	Juego	1.350,00	1.350,00
Estante	1	Unidad	1.000,00	1.000,00
Total general				2.550,00

Fuente: Elaboración propia

11.2.2.3. Equipos de computación administrativos

Tabla 14

Equipos de computación administrativos (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad	Unidad	Precio bs	Total
Computadora	1	Unidad	3.600,00	3.600,00
Impresora	1	Unidad	2.592,00	2.592,00
Total				6.192,00

Fuente: Elaboración propia

11.2.2.4. Servicios básicos administrativos

Tabla 15

Servicios básicos administrativos (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad/mes	Unidad	Precio bs	Total
Energía eléctrica	12	Kwh	300,00	3.600,00
Agua	12	Litros	180,00	2.160,00
Gas	12	Unidad	22.50,00	270,00
Internet	12	Plan	149,00	1.788,00
Total				7.818,00

Fuente: Elaboración propia

11.2.2.5. Indumentaria de trabajo administrativo

Tabla 16

Indumentaria de trabajo administrativo (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad	Unidad	Precio bs	Total
Overol	5	Unidades	750,00	3.750,00
Gorros desechables	1	Caja	25,00	25,00
Guantes desechables	1	Caja	30,00	30,00

Botas de goma pvc	5	Pares	80,00	400,00
Barbijo	1	Caja	25,00	25,00
Total general				4.230,00

Fuente: Elaboración propia

11.2.2.6. Sueldos y salarios administrativos

Tabla 17

Sueldos y salarios (expresado en bolivianos)

Cargos	Cantidad	Haber básico mensual	Aportes Patronales 12,71%	Total aporte mes	Total año bs
Administrador	1	2.500,00	317,75	2.817,75	33.813,00
Encargado de producción	1	2.500,00	317,75	2.817,75	33.813,00
Encargado de operación	1	2.500,00	317,75	2.817,75	33.813,00
Encargado de distribución	1	2.500,00	317,75	2.817,75	33.813,00
Ayudante	1	2.500,00	317,75	2.817,75	33.813,00
Total general					169.065,00

Fuente: Elaboración propia

11.2.3. Costos legales

Tabla 18

Registro de constitución y organización legal de la microempresa (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad	Total
Registro legal	1	2.192,00

Fuente: Elaboración propia

11.2.4. Otros costos y gastos

Tabla 19

Insumos de material de limpieza (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Cantidad	Unidad	Precio bs	Total
Escoba	3	Unidades	18,00	36,00
Goma de trapear	3	Unidades	20,00	40,00
Recoge basura	2	Unidades	10,00	20,00
Trapeador	3	Unidades	8,00	24,00
Ace	1	Kilo	29,00	29,00
Jabón liquido	1	Unidad	10,00	10,00
Papel	1	Paquete	20,00	20,00

Basurero	7	Unidades	25,00	175,00
Lavandina	5	Unidad	12,00	60,00
Bolsa	10	Paquete	8,00	80,00
Total general				494,00

Fuente: Elaboración propia

11.3. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el que los ingresos totales de una empresa son iguales a sus costos totales. En otras palabras, es la cantidad de unidades que la empresa necesita vender para cubrir todos sus costos. Si se vende más que esta cantidad, la empresa obtendrá una ganancia; si se vende menos, la empresa tendrá una pérdida.

Para calcular el punto de equilibrio, necesitamos conocer tres cosas: el costo unitario de producción, el precio de venta por unidad y los costos fijos totales.

En este caso, el costo unitario de producción de mermelada de asaí artesanal es de 5.25 bs, el precio de venta es de 12 bs y los costos fijos totales al mes son de 13.152 bolivianos.

La fórmula para calcular el punto de equilibrio en unidades es:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta por unidad} - \text{Costo unitario de producción}}$$

Sustituyendo los valores conocidos en la fórmula, obtenemos:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{13.152 \text{ bs}}{12 \text{ bs} - 5.25 \text{ bs}} = 1.948 \text{ unidades}$$

Por lo tanto, la microempresa necesita vender 1.948 unidades de mermelada de asaí artesanal al mes para cubrir todos sus costos. Si vende más de esta cantidad, la microempresa obtendrá una ganancia. Si vende menos, la microempresa tendrá una pérdida. Es importante tener en cuenta que este cálculo es una estimación y puede variar dependiendo de otros factores, como cambios en los costos o precio de venta.

11.4. Financiamiento

11.4.1. Crédito bancario

Tabla 20

Financiamiento de crédito bancario y aporte propio (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Inversiones	Inversiones %
Crédito bancario	91.500,00	
Aporte propio	50.000,00	
Total	141.500,00	

Fuente: Elaboración propia

11.4.2. Amortización del crédito bancario

Tabla 21

Amortización del crédito bancario (Expresado en bolivianos)

No.	Saldo K	Capital	Interés	Cuota	Cuota final	Total	Máxima carga
							17.62%
							amortizaciones
1	66.656,86	2.384,57	611,02	2.995,59	3.050,84	3.050,84	17,14
2	36.554,34	2.660,51	422,49	3.083,00	3.120,18	3.120,18	17,53
3	2.968,38	2.968,38	144,61	3.083,00	3.100,03	3.100,03	17.42
total	0	91.500,00	18.439,03	109.939,03	114.668,64	111.557,64	

Fuente: elaboración propia

11.5. Flujo de caja

Tabla 22

Flujo de caja proyectado (con préstamo bancario) (Expresado en Bolivianos)

Flujo de caja del proyecto (préstamo)					
Año	0	1	2	3	
1. Ingresos		276.480	276.480	316.480	
1.1 ventas		276.480	276.480	276.480	
1.2 otros ingresos				40.000	
2. Costos		168.459	163.274	158.089	
2.1 costos de operación		127.087	127.087	127.087	
2.2 depreciación		25.817	25.817	25.817	
2.3 costos financieros		15555	10370	5185	
3. Utilidad gravable (1-2)		108.021	113.206	158.391	
4. Iue (25% de 3)		27.005	28.302	39.598	
Utilidad neta (3-4)		81.016	84.905	118.794	
Depreciaciones (+)		25.817	25.817	25.817	
Valor residual de libro (+)					
Inv. Activos (-)	-	50.000			
Capital de trabajo (-)	-	25.417			
Rec. De capital de trabajo					
Amortización (-)		-	30.500	-	30.500
Flujo neto	-	75.417	76.333	80.221	114.110

Fuente: Elaboración propia

11.6. Evaluación financiera (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)

Tabla 23

Indicadores financieros del (VAN, TIR, RBC)

VAN	126.647,03
TIR	95,33%
RBC	2,68

Fuente: Elaboración propia

11.6.1. Valor actual neto

El valor actual neto (VAN) es la diferencia entre el valor actual de los flujos de efectivo futuros de un proyecto y el valor actual de la inversión inicial, donde si el VAN es positivo indica que

el proyecto es rentable y crea valor para la empresa. Para la microempresa de mermelada de asaí artesanal se obtuvo el siguiente resultado positivo, lo que indica que el proyecto es viable de 126.647,03 y crea un valor para la microempresa, porque cuanto mayor sea el VAN, mayor será el valor creado.

11.6.2. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento que iguala el valor actual de los flujos de efectivos futuros de un proyecto con la inversión inicial, representando la rentabilidad efectiva del proyecto, el TIR si es mayor al costo de oportunidad del capital indica que el proyecto es rentable. El resultado obtenido indica que el proyecto tiene un potencial alto de crecimiento con un TIR de 95,33%, por cada boliviano invertido en el proyecto generara un retorno de bolivianos 0.9533.

11.6.3. Relación beneficio costo

La relación benéfico costo (RBC) es una medida que compara los beneficios esperados de un proyecto de un proyecto con los costos asociados indicando la eficiencia y rentabilidad de la inversión, esta medida indica que RCB es mayor a 1 el proyecto es rentable, ya que los beneficios superan los costos. Para la microempresa su RBC indica que por cada boliviano invertido se espera obtener un beneficio de retorno bs 2,68; el proyecto es rentable y eficiente con una relación beneficio costo favorable.

12. SUPUESTOS Y ESCENARIO

12.1. Primer supuesto

Se realizó el primer supuesto de escenario para la microempresa de mermelada de asaf artesanal, en donde se plantea aumentar la capacidad de producción de venta en un 5% de forma anual.

Tabla 24

Escenario 1 del supuesto del flujo de caja

Año	Flujo de caja del proyecto (préstamo)			
	0	1	2	3
1. Ingresos		290.304	290.304	330.304
1.1 ventas		290.304	290.304	290.304
1.2 otros ingresos				40.000
2. Costos		168.459	163.274	158.089
2.1 costos de operación		127.087	127.087	127.087
2.2 depreciación		25.817	25.817	25.817
2.3 costos financieros		15555	10370	5185
3. Utilidad gravable (1-2)		121.845	127.030	172.215
4. Iue (25% de 3)		30.461	31.758	43.054
Utilidad neta (3-4)		91.384	95.273	129.162
Depreciaciones (+)		25.817	25.817	25.817
Valor residual de libro (+)				
Inv. Activos (-)	-	50.000		
Capital de trabajo (-)	-	25.417		
Rec. De capital de trabajo				
Amortización (-)		-	30.500	-
Flujo neto	-	75.417	86.701	90.589
				124.478

Fuente: Elaboración propia

12.2. Indicadores financieros del escenario uno

El siguiente análisis realizado nos refleja en la tabla N° 25, que con el incremento de un 5% sobre la producción anual de 23.040 unidades vendidas en la inversión inicial de la capacidad de producción en el flujo original.

Tabla 25

Indicador de rentabilidad sobre el supuesto y escenario uno

VAN	150.319,51
TIR	109,75%
RBC	2,99

Fuente: Elaboración propia

Significa que el proyecto con un incremento del 5% genera una ganancia de 109,75% sobre la inversión inicial proyectada. Es decir, por cada boliviano invertido, el proyecto generará bolivianos 109,75 del retorno original.

12.3. Segundo supuesto

Se realizó el segundo supuesto de escenario para la microempresa de mermelada de asaí artesanal, en donde se plantea una disminución en la capacidad de producción en un 50% menos.

Tabla 26

Escenario 3 del supuesto del flujo de caja

Flujo de caja del proyecto (préstamo)				
Año	0	1	2	3
1. Ingresos		138.240	138.240	178.240
1.1 ventas		138.240	138.240	138.240
1.2 otros ingresos				40.000
2. Costos		168.459	163.274	158.089
2.1 costos de operación		127.087	127.087	127.087
2.2 depreciación		25.817	25.817	25.817
2.3 costos financieros		15555	10370	5185
3. Utilidad gravable (1-2)	-	30.219	-	20.151
4. Iue (25% de 3)	-	-	-	5.038
		7.555		
Utilidad neta (3-4)	-	22.664	-	15.114
Depreciaciones (+)		25.817	25.817	25.817
Valor residual de libro (+)				
Inv. Activos (-)	-	50.000		
Capital de trabajo (-)	-	25.417		
Rec. De capital de trabajo				
Amortización (-)	-	30.500	-	30.500
Flujo neto	-	75.417	-	10.430

Fuente: Elaboración propia

12.4. Indicadores financieros del escenario dos

De acuerdo al análisis realizado de este segundo supuesto que refleja la tabla N° 27, que se disminuyó un 50% a la capacidad de producción inicial de 23.040 unidades proyectadas anualmente y se demuestra un resultado negativo que indica que no es favorable para la microempresa de mermelada de asaí artesanal en el siguiente indicador de rentabilidad presentado a continuación.

Tabla 27

Indicador de rentabilidad sobre el supuestos y escenario tres

VAN	-	110.077,75
TIR	•	71,89%
RBC	-	0,46

Fuente: Elaboración propia

Se observa, que el proyecto generará una pérdida de -71,89% negativo y extremadamente baja, lo que significa que por cada boliviano invertido no se obtendrá un retorno de la inversión inicial del proyecto generando pérdidas significativas y no es viable financieramente.

CAPÍTULO 4

13. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

13.1. Personería jurídica

Para el funcionamiento de la microempresa Mermesaí la energía de la amazonia es necesario y preciso contar con algunos requisitos y normas legales importantes para estar constituidos de forma legal para así ser reconocidos y vistos de manera regional y nacional, al mismo tiempo nos evitamos futuros problemas que hayan de surgir con el paso del tiempo, para ello se muestra lo siguiente:

Datos de la microempresa que lleva a cabo los lineamientos y procedimientos correctos de una microempresa en Bolivia.

- Nombre de la empresa: Mermesaí energía en la amazonia
- Número de socios: Uno
- Tamaño de la empresa: Microempresa
- Tipo de organización: Unipersonal
- Sector: Secundario (productivo)
- Rubro: Alimenticio
- Domicilio legal: Barrio Santa Clara, Calle S/N

13.2. Registro legal

Las actividades estarán reguladas por el conjunto de normativas nacionales, departamentales y municipales:

La microempresa Mermesaí dedicada a la producción y comercialización de mermelada de asaí artesanal, para su respectiva constitución como una empresa unipersonal cumple con los requisitos necesarios, que son:

- Inscripción y registro en SEPREC
- Balance de apertura
- Inscripción en impuestos nacional para obtener el respectivo NIT
- Licencia de Funcionamiento
- Registro en SENASAG

13.2.1. Inscripción y registro en SEPREC

La microempresa necesita cumplir con requisitos ante el registro de comercio de Bolivia (SEPREC), cuyo trámite tiene los siguientes pasos:

- Contar con su ciudadanía digital
- Formulario virtual de inscripción con carácter de declaración jurada, con aprobación vía ciudadanía digital.
- Realizar el pago correspondiente a través de la plataforma de pago habilitada al efecto.
- Solo en caso de ser comerciante individual o empresa unipersonal regulada por ley, al momento de llenar el formulario virtual de inscripción cargar en formato pdf la autorización emitida por el ente regulador .
- Formulario N° 0020 de solicitud de matrícula de comercio con carácter de declaración Jurada. Debidamente llenado y firmado por el comerciante individual (propietario) o Representante legal de la empresa.
- Cedula de identidad l original del comerciante individual o propietario (únicamente para Verificación) y fotocopia simple de la misma firmada por el titular.
- Pago por inscripción Bs. 130

13.2.2. Inscripción en impuestos nacional para obtener el respectivo NIT

Responde los siguientes requisitos:

- Documentos de identificación vigente de titular
- Croquis domicilio fiscal y habitual
- Factura o aviso de cobranza de consumo de energía eléctrica, que acredite el domicilio fiscal y habitual (fecha de emisión no mayor a 60 días calendario a la fecha de Inscripción).
- Balanza de apertura
- Matrícula de comercio o certificado de actualización de comercio vigente.

13.2.3. Licencia de funcionamiento

Para obtener la licencia de funcionamiento, emitido por el gobierno Municipal cumple con los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida al director de ingreso municipal
- Fotocopia de carnet de identidad
- Caratula municipal en secretaria Bs 10.
- Fotocopias de impuestos inmuebles año 2022
- Fotocopia de factura de luz
- Croquis de ubicación de la actividad
- Folder rojo
- Letrero de identificación
- Extinguidor
- Baño y Basurero (contenedor de 50 litros)

13.2.4. Registro en SENASAG

Requisitos para la obtención del registro sanitario:

- Registro sanitario de empresas procesadoras de alimentos, cámaras frigoríficas, cámaras de maduración de productos vegetales y empresas fraccionadores de alimentos y bebida, (evaluación documental, registro en sistema y emisión del certificado del registro)
C. Categoría artesanal 199 bs
- Habilitación, inspección y fiscalización de línea (grupo) de productos con nivel riesgo bajo den larga de duración C1, C2, C3, B2, B3. Correspondiente al registro sanitario de procesadoras de alimentos, cámaras frigoríficas, cámaras de maduración de productos vegetales y empresas fraccionadoras (cereales secos, harinas, almidones, miel, bebidas alcohólicas, edulcorantes, mermeladas, golosinas, confitados y otros
C. Categoría artesanal 713 bs

Requisitos documentales para procesadoras industriales, semi industriales o artesanales

- Carta de solicitud

- Fotocopia del NIT
- Formulario de solicitud y formulario de relación de ingredientes y aditivos a utilizar debidamente llenado.
- Carta o certificado o aprobación de etiquetas según el formato vigente, si aplicase, por única vez la carta de revisión de etiquetas junto con el formulario de uso de stock sobre las etiquetas observadas de los productos.
- Flujograma de proceso por grupo de productos.
- Croquis de distribución de ambientes de la planta, de acuerdo al formato establecido.
- Croquis de ubicación de la planta, de acuerdo al formato establecido.

13.3. Organización empresarial

Una organización se basa en un grupo de personas que trabajan de forma establecida con funciones y tareas asignadas, quienes interactúan con el mercado según su estructura para el cumplimiento de sus objetivos.

La estructura organizacional tiene una característica estructural vertical simple donde se nota los diferentes niveles jerárquicos estratégico, táctico, operativo de acuerdo a sus dependencias y el grado de responsabilidad.

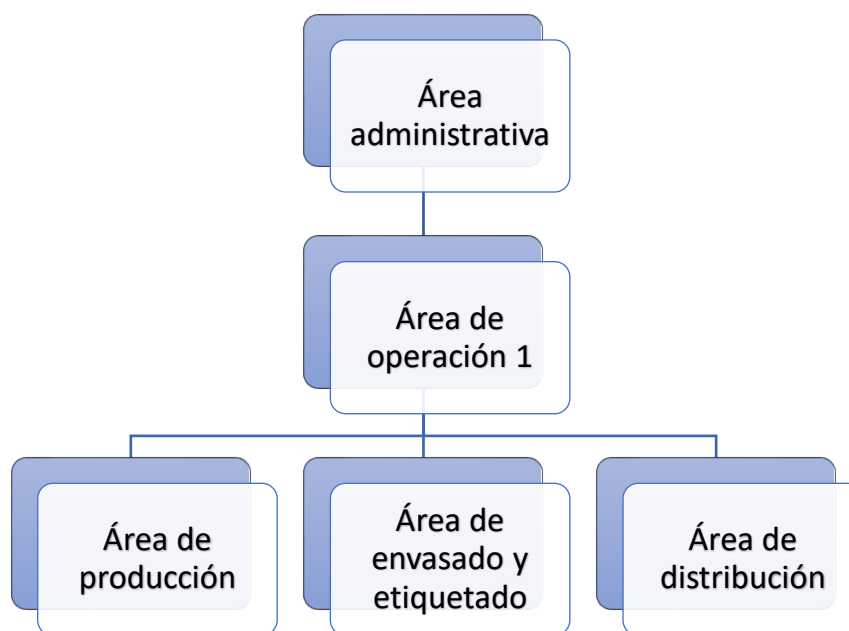


Figura 15. Estructura organizacional de la empresa
Fuente: Elaboración propia

El diseño organizacional presenta un tipo de estructura vertical, porque su funcionamiento es de arriba hacia abajo, contará con cuatro funcionarios.

13.4. Personal

Funciones del administrador

Función general:

La función general de un administrador es planificar, organizar, dirigir y controlar recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos de una organización con el fin de alcanzar los objetivos establecidos.

Función específica:

La función específica de un administrador puede ser la de gestionar el personal, incluyendo la contratación, capacitación, evaluación del desempeño y resolución de conflictos laborales. También puede encargarse de la gestión financiera, como la elaboración y seguimiento de presupuestos, control de costos y análisis de rentabilidad. Otra función específica podría ser la de coordinar las operaciones diarias de la organización, asegurando que se cumplan los procedimientos y normativas establecidas.

Funciones del encargado de recepción de la materia prima

Función general:

El encargado de la recepción de la materia prima tiene como función principal, de realizar la inspección de todos los insumos para la elaboración de la mermelada de asaí artesanal, de igual forma realizara el procedimiento de pelar y lavar las frutas correspondientes.

Funciones específicas:

- ✓ Almacenar y controlar las materias primas
- ✓ Lavado de las frutas
- ✓ Y pelado de las frutas

Funciones del Operario de Producción.

Función general:

Producir la mermelada de asaí: Esta función implica elaborar la mermelada de asaí artesanal siguiendo la receta y los estándares de calidad establecidos.

Función específica:

- ✓ Elaboración de la mermelada de asaí
- ✓ Cuidar y limpiar la zona de producción y los equipos correspondientes
- ✓ Almacenar y controlar el almacén de productos terminados

Funciones del encargado del área de etiquetado y envasado

Función general:

La función que desempeña el encargado de esta área, una vez el producto terminado se procederá a envasarlo y colocar su correspondiente etiqueta.

Funciones específicas:

- ✓ Esterilizar los envases
- ✓ Envasar el producto terminado
- ✓ Etiquetar los envases

Funciones del encargado del área de distribución

Función general:

La función general del encargado de esta área será transportará la mermelada de asaí artesanal y garantizar que el producto llegue en buen estado y en tiempo al lugar de destino. Esto implica conducir de forma segura y responsable, planificar la ruta más eficiente, y asegurarse de mantener la integridad del producto durante el traslado.

Función específica:

Una función específica en este caso podría ser la de mantener una temperatura controlada en el vehículo para asegurar que la mermelada de asaí no se dañe. Además, deberá asegurarse de que la mermelada de asaí esté debidamente etiquetada y documentada para su entrega.

13.5. Procedimientos técnicos-administrativos

Tabla 28

Requisitos del administrador

Denominación	Administrador general
--------------	-----------------------

	Formación y/o educación) Formación esencial:
Perfil mínimo exigible	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento para el correcto desempeño del puesto ➤ Tener un título universitario en Administración de Empresas, Finanzas, Contabilidad u otra disciplina relacionada. ➤ Experiencia laboral en puestos de liderazgo o administrativos. ➤ Capacidad para tomar decisiones de forma rápida y eficiente. ➤ Conocimientos en gestión financiera, recursos humanos, marketing, operaciones y otros aspectos clave de la administración. ➤ Capacidad para trabajar bajo presión y gestionar múltiples tareas simultáneamente. ➤ Habilidad para solucionar problemas de forma creativa y estratégica. ➤ Ser proactivo y tener una actitud positiva. ➤ Capacidad para trabajar en equipo y motivar a otros. ➤ Conocimiento de las leyes y regulaciones relevantes para la microempresa y la industria en la que opera.
	Hoja de vida de todos los datos:
Requisitos del puesto de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Profesional con título de Provisión Nacional ➤ Certificados avalados ➤ Cursos de capacitación

Fuente: elaboración propia

Tabla 29

Requisitos del encargado de recepción de la materia prima

Denominación	Encargado de recopilación de la materia prima
Perfil mínimo exigible	Formación y/o educación) Formación esencial: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener un título en ingeniería comercial o industrial ➤ Experiencia en el área industrial ➤ Habilidades de liderazgo y capacidad para dirigir un equipo. ➤ Capacidad para establecer objetivos y desarrollar estrategias en conjuntos con su equipo de trabajo ➤ Excelentes habilidades de comunicación, tanto escritas como verbales

Requisitos del puesto de trabajo	Hoja de vida de todos los datos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Profesional con título de Provisión Nacional ➤ Certificación avalados ➤ Cursos de capacitación en el área sobre productos alimenticios
----------------------------------	---

Fuente: elaboración propia

Tabla 30

Requisitos del encargado de producción

Denominación	Operario de Producción
Perfil mínimo exigible	Formación y/o educación) Formación esencial: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia previa en trabajos de producción ➤ Capacidad para seguir instrucciones y trabajar en equipo ➤ Destreza manual y capacidad física para realizar tareas repetitivas ➤ Conocimientos básicos de seguridad laboral y normas de higiene ➤ Certificación de manejo de maquinaria o equipos específicos, si es requerido ➤ Educación secundaria completa, preferiblemente con formación técnica relacionada con la producción industrial.
Requisitos del puesto de trabajo	Hoja de vida de todos los datos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Profesional con título de Provisión Nacional ➤ Certificados avalados ➤ Cursos de capacitación ➤ Certificados de técnico medio si no tiene título profesional

Fuente: elaboración propia

Tabla 31

Requisitos del encargado de envasado y etiquetado

Denominación	Encargado de envasado y etiquetado
Perfil mínimo exigible	Formación y/o educación) Formación esencial <ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia previa en trabajos de producción ➤ Conocimiento sobre las normas y reglas de etiquetado ➤ Capacidad para seguir instrucciones y trabajar en equipo

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Destreza manual para realizar tareas repetitivas de manera eficiente ➤ Conocimiento sobre el cuidado de producto ➤ Conocimientos básicos de seguridad laboral y normas de higiene
Requisitos del puesto de trabajo	Hoja de vida de todos los datos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Profesional con título de Provisión Nacional ➤ Cursos de capacitación ➤ Certificados de técnico medio si no tiene título profesional

Fuente: elaboración propia

Tabla 32

Requisitos del encargado de distribución

Denominación	Encargado de distribución
Perfil mínimo exigible	Formación y/o educación) Formación esencial <ul style="list-style-type: none"> ➤ Licencia de conducir vigente y categoría adecuada para el tipo de vehículo que va a conducir. ➤ Experiencia previa como chofer de distribución o logística en empresas similares. ➤ Conocimiento de las normas de tránsito y seguridad vial. ➤ Buena capacidad de orientación y organización para planificar las rutas de entrega. ➤ Buena condición física para cargar y descargar el producto si es necesario. ➤ Buena presentación personal y habilidades de comunicación con clientes. ➤ Capacidad para trabajar bajo presión y cumplir con los plazos de entrega establecidos. ➤ Conocimiento básico de mantenimiento y cuidado de vehículos.
Requisitos del puesto de trabajo	Hoja de vida de todos los datos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Referencias laborales y antecedentes penales limpios.

Fuente: elaboración propia

14. Fuentes de Información

En el presente proyecto se utilizó y consulto diversas fuentes de información para el desarrollo de investigación del plan de negocio para la microempresa de mermelada de asaí artesanal en la Ciudad de Cobija, se tomaron en cuenta diferentes proyectos relacionados con la producción de diferentes derivados del asaí, uno de ellos fue: “Plan de Negocios para el aprovechamiento de asaí para la asociación de recolectores y productores de frutas amazónicas de Petronila (ARPFAP)” donde el autor menciona sobre la potencialidad que tiene este fruto amazónico actualmente en la población cobijeña.

Otras de las fuentes de información fue las herramientas de las 5 fuerzas de Porter, donde esta herramienta nos permite identificar las amenazas de entrada de nuevos competidores, la rivalidad entre competidores, las amenazas de productos sustitutos, el poder de negociación del proveedor y el poder de negociación con el cliente, esto permitió realizar un estudio de mercado con el objetivo de conocer a nuestros clientes, la competencia y las barreras de entradas para llevar a cabo el proyecto.

CAPÍTULO 5

15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

15.1. Conclusiones

En conclusión, sobre la idea negocio sobre la microempresa de mermelada de asaí artesanal en la Ciudad de Cobija concluye con los distintos objetivos específicos que se argumentan al principio del proyecto, respondiendo a cada una de ellas que se desarrolló para la microempresa.

Se realizó un estudio de mercado en base a las cinco fuerzas de Porter, de acuerdo a estas cinco fuerzas se logró identificar a nuestros competidores, a nuestro público objetivo y las barreras de entradas que se necesita para evaluar el mercado de la microempresa de mermelada de asaí artesanal. De acuerdo, a estas fuerzas se evidencio que existe una competencia que produce la mermelada de asaí (la asociación de mujeres emprendedoras de Pando S.O.S), de igual forma identificamos nuestros consumidores específicos son aquellas personas entre 19 y 44 años de edad que buscan satisfacer sus necesidades y deseos con un producto alimenticio natural y nutritivo, de esta manera se determinó las barreras de entras como el costo inicial, el acceso a las materias primas y regulaciones sanitaria de calidad que se necesita poner en marcha el producto.

Se logro identificar la capacidad de producción para la microempresa de mermelada de asaí artesanal, que está producida en lotes con un equipo trabajando ocho horas al día de lunes a viernes donde se obtuvo una capacidad producida de 1.920 unidades de mermelada de asaí artesanal mensualmente.

La microempresa de mermelada de asaí artesanal, se estableció como una microempresa unipersonal y tiene una organización administrativa de personal pequeña que esta medida en base a la demanda del proyecto que lleva a cabo los lineamientos y procedimientos correctos para iniciar sus actividades de manera legal de acuerdo a las normativas nacionales, departamentales y municipales vigentes.

Se concluyó con el análisis económico financiero mostro una inversión inicial de bs 141.500, para nuestros costos de operación de las actividades de la microempresa un total bs 127.087 y de igual forma los indicadores financieros nos refleja el VAN es positivo de 126.647,03 lo que indica que el proyecto es rentable y crea valor para la microempresa, el TIR presenta un tasa de

retorno de 95,33% y una relación beneficio costo de 2,68 lo que significa que se obtendrá un beneficio invertido por cada boliviano para la microempresa.

15.2. Recomendaciones

Para el proyecto de plan de negocio sobre la microempresa de mermelada de Asaí artesanal en la ciudad de Cobija, proponemos considerar los siguientes puntos:

- Ampliar la capacidad de producción para satisfacer la demanda creciente y así aumentar las ventas de la microempresa.
- Explorar nuevos canales de distribución, que permitan desarrollar una estrategia de marketing digital amplio para poder expandirnos a nivel nacional.
- Seleccionar una ubicación estratégica para la planta de producción que cuente con los servicios necesarios y espacio suficiente para operar eficientemente y con los equipamientos adecuados para el proceso de producción de una demanda creciente.
- Realizar un análisis financiero detallado que monitoree constantemente los costos de producción, precios de venta, márgenes de beneficios, proyecciones de ingresos y así asegurarnos de mantener un control riguroso de los costos para garantizar la rentabilidad de la microempresa.

REFERENCIAS

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Dickson, G. B (2008). *Como preparar un plan de negocio exitoso*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Caddy, B. (29 de abril de 2024). *National Geographic*. Recuperado de National Geographic: <https://www.nationalgeographic.es/historia/2024/04/breve-y-dulce-historia-de-la-mermelada-en-el-mundo>
- De la Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De la Hoz Suárez, A. (2008). *Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo*. *Revista de Ciencias Sociales*, 88-109.
- Días Carneiro, J. (15 de diciembre de 2023). *National Geographic*. Recuperado de National Geographic: <https://www.nationalgeographic.es/ciencia/2023/12/acai-baya-moda-nutritiva-lado-oscuro-cultivo>
- Díaz, A. A. (2017). *El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas*. *Cofin Habana*, 322-343. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200022
- Equipo editorial Etecé, R. (5 de agosto de 2021). *concepto. de. insumo*. Recuperado de concepto. de: <https://concepto.de/insumo/>.
- García, I. (9 de enero de 2024). *Definición de Competencia*. Recuperado de heconomiasimple.net: <https://economiasimple.net/glosario/competencia>
- Gómez, A. (21 de enero de 2024). *Infobae*. Recuperado de Infobae: <https://www.infobae.com/mexico/2023/11/16/que-es-el-asai-cuales-son-sus-beneficios-y-como-debe-consumirse/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *MARKETING version para Latinoamérica* (décimo primera ed.). Mexico: PEARSON Educacion.

- Lorini, H. (febrero de 2017). *conservation-strategy.org*. Recuperado de conservation-strategy.org: https://www.conservation-strategy.org/sites/default/files/field-file/ES_Documento_de_Trabajo_Plan_de_negocios_Petronila_Feb_2017.pdf
- Molina, G. M. (2014). *La Organización como clave del éxito empresarial*. Zaragoza: uniR.
- O, J. R. (2021). *Importancia de la determinación del punto de equilibrio en proyectos de empresas constructoras*. *Ciencia Administrativa*, 50-58.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2 de agosto de 2024). *Definicion.de.costo*. Recuperado de Definicion.de: <https://definicion.de/costo/>
- Polanco Mis, D., Pereyra Chan, A., & Madero Llanes, J. (2;3;4 de octubre de 2013). *Situación actual de las microempresas familiares rurales de las comisarías de la zona metropolitana noreste de mérida yucatán*. Recuperado de investigacion.fca.unam.mx: <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2013/1.31.pdf>
- Reyes Gutiérrez, A., Navarro Moreno, D. D., & García Vega, F. (2021). *Plan de Negocios Enfocado a Proyectos de Investigación y Desarrollo*. México: Cemie-Oceano.
- Romero, D., Sánchez, S., Rincón, Y., & Romero, M. (2020). *Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas*. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 465-475.
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag P, J. M. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill Interamericana editores S.A.
- Sevilla Arias, A., & Moreno, A. (31 de enero de 2024). *Definicion.de.precio.Economipedia.com*. Recuperado de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Urzúa, F. (30 de marzo de 2022). *¿Qué es el flujo de caja y cuál es su importancia?* Recuperado de CHIPAX: <https://www.chipax.com/blog/que-es-el-flujo-de-caja-y-cual-es-su-importancia/>

Vázquez, G. (18 de noviembre de 2020). *La mermelada, jalea y compota no son iguales*. Recuperado de LarroisseCocina: <https://laroussecocina.mx/blog/la-mermelada-jalea-y-compota-no-son-iguales/>

Westreicher, G. (19 de marzo de 2024). *Economipedia.com.definicion de ventas*. Recuperado de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/ventas.html>

ANEXOS

Evidencias del estudio de mercado realizado

ENCUESTA DE MERMELADA DE ASAÍ

Agradezco el interés respondiendo a nuestras preguntas sobre nuestro producto, para nuestro proyecto de grado y de antemano, gracias por su colaboración.

Nombre Completo *

¿Cuál es su género? *

¿Cuál es su edad? *

¿Consumes usted mermelada en su rutina diaria? *

¿Cuánto consume mermelada? *

¿Generalmente su consumo de mermelada es en empaques de? *

¿Consideras que la mermelada de asai se adapte a las tendencias actuales de alimentación saludable? *

¿Crees que la mermelada de asai tiene potencial para convertirse en un producto popular en el mercado local de Cóbija? *

¿Te gustaría ver variedades de mermelada de asai con combinaciones de sabores únicos con diferentes frutas tropicales? *

¿Cuál es el medio de comunicación por el cual le gustaría conocer acerca de nuestro producto? *

¿Qué opinas sobre la idea de crear una microempresa de mermelada de asai artesanal en la ciudad de Cóbija? *

¿Le gustaría probar mermelada de asai como una opción innovadora y diferente? *

¿Cuál es su preferencia en cuanto a dulzura? *

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la mermelada de asai artesanal en empaques de? *

¿Actualmente conoce otro negocio que ofrezca de mermelada de asai artesanal? *

¿Le interesa consumir productos artesanales y naturales? *

¿Qué aspectos considera muy importante al elegir una mermelada? *

¿Dónde suele comprar sus mermeladas? *

¿Crees que la mermelada de asai artesanal es saludable en comparación a otras mermeladas? *

Figura 16. Diseño de la encuesta

Fuente: Elaboración propia

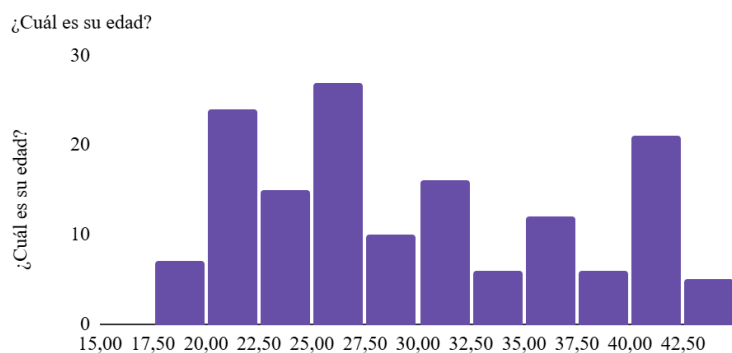


Figura 17. Resultado de la encuesta realizada

Fuente: Elaboración propia

¿Consumen usted mermelada en su rutina diaria?

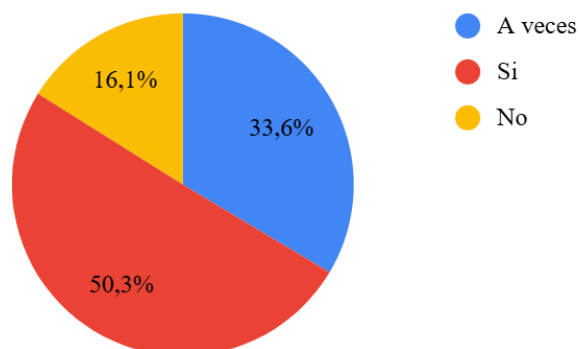


Figura 18. Resultado de la encuesta realizada
Fuente: Elaboración propia

¿Cada cuanto consume mermelada?

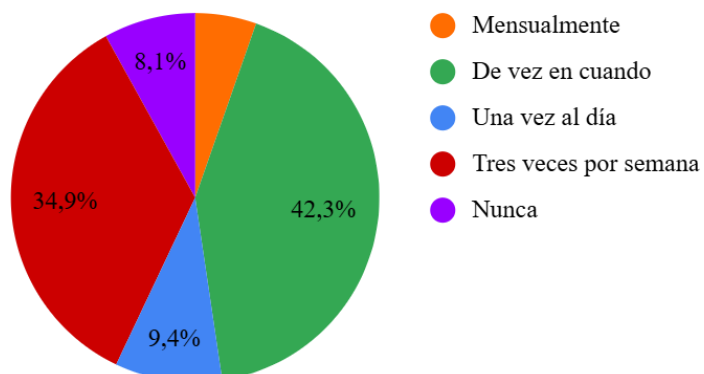


Figura 19. Resultado de la encuesta realizada
Fuente: Elaboración propia

¿Cuál es su preferencia en cuanto a dulzura?

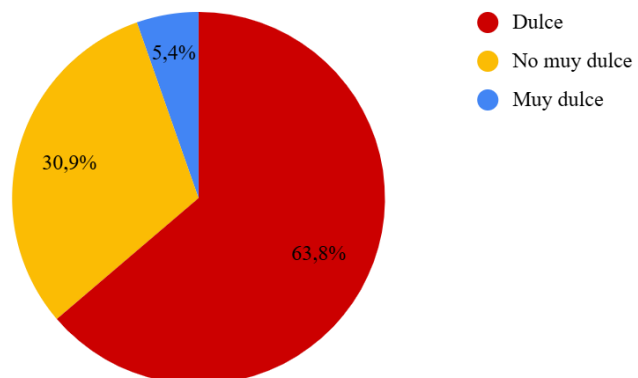


Figura 20. Resultado de la encuesta realizada
Fuente: elaboración propia

¿Le interesa consumir productos artesanales y naturales?

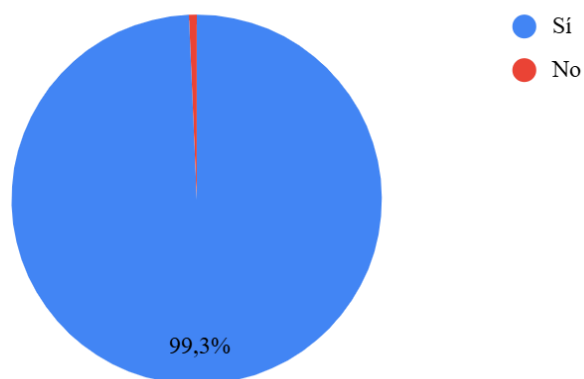


Figura 21. Resultado de la encuesta realizada

Fuente: Elaboración propia

¿Qué aspectos considera muy importante al elegir una mermelada?

149 respuestas

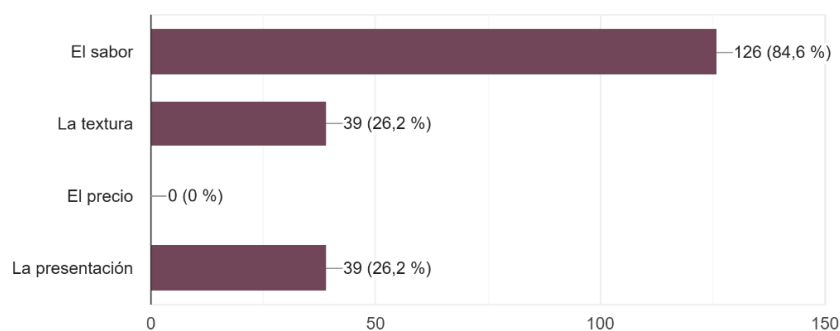


Figura 22. Resultado de la encuesta realizada

Fuente: Elaboración propia

¿Consideras que la mermelada de asaí se adapte a las tendencias actuales de alimentación saludable?

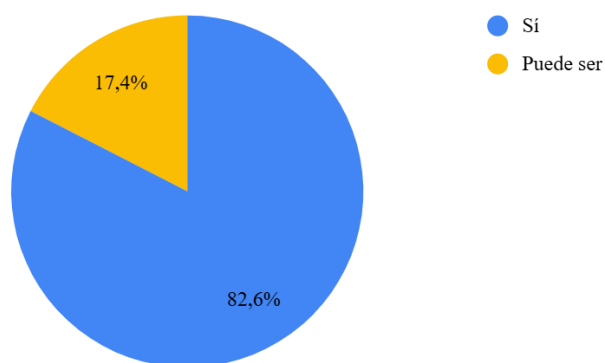


Figura 23. Resultado de la encuesta realizada

Fuente: Elaboración propia

¿Crees que la mermelada de asai tiene potencial para convertirse en un producto popular en el mercado local de Cobija?

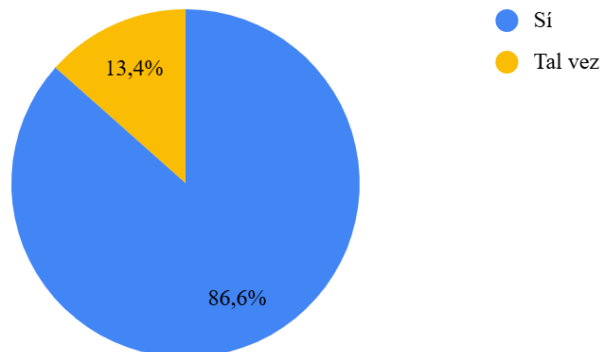


Figura 24. Resultado de la encuesta realizada

Fuente: Elaboración propia

¿Te gustaría ver variedades de mermelada de asaí con combinaciones de sabores únicos con diferentes frutas tropicales?

149 respuestas



Figura 25. Resultado de la encuesta realizada

Fuente: Elaboración propia

¿Cuál es el medio de comunicación por el cual le gustaría conocer acerca de nuestro producto?

149 respuestas

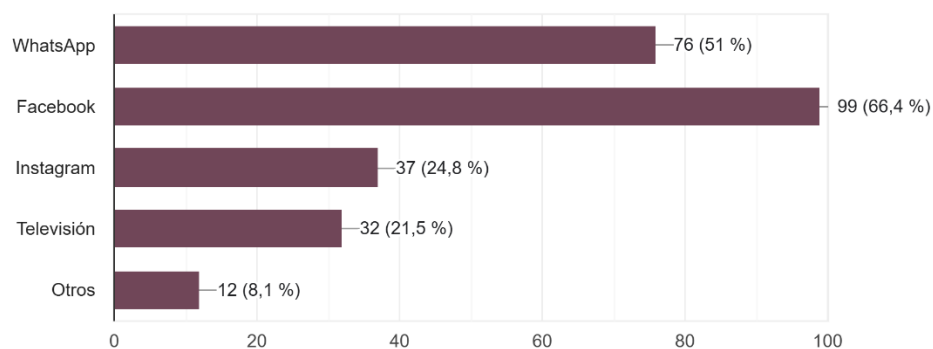


Figura 26. Resultado de la encuesta realizada

Fuente: Elaboración propia

¿Qué opina sobre la idea de crear una microempresa de mermelada de asái artesanal en la ciudad de Cobija?



Figura 27. Resultado de la encuesta realizada
Fuente: Elaboración propia



Figura 28. Fotografía del estudio de mercado realizado
Fuente: Elaboración propia



Figura 29. Fotografía del estudio de mercado realizado
Fuente: Elaboración propia



Figura 30. Fotografía del estudio de mercado realizado
Fuente: Elaboración propia



Figura 31. Fotografía del estudio de mercado realizado
Fuente: Elaboración propia



Figura 32. Fotografía del estudio de mercado realizado
Fuente: Elaboración propia

Tabla 33
Ficha de trabajo

MERMELADA
Vásquez. (2020). <i>“La mermelada, jalea y compota no son iguales”</i> parr.2
“La mermelada es definida como una preparación de frutas enteras, en trozos o en puré cocidas en azúcar y su textura es espesa y se solidifica una vez fría”

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34
Ficha de trabajo

PLAN DE NEGOCIO
Segú Dickson. (2008) <i>“Como preparar un plan de negocio exitoso”</i> p. 6
“Un plan de negocios se utiliza para comunicar la forma en que su estrategia aumentará su probabilidad de éxito en una nueva empresa o mejorará el rendimiento de un negocio existente”

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35
Ficha de trabajo

RENTABILIDAD
Suarez et al. (2008) <i>“Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. Revista de Ciencias Sociales”</i> p. 89
“La rentabilidad es uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado periodo de tiempo”

Fuente: Elaboración propia