

INSTITUTO TÉCNICO INCOS PANDO

CARRERA CONTADURIA GENERAL



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

“PRODUCCIÓN ARTESANAL DE MERMELADA PARA
DIABETICOS A BASE DE COPUAZU Y MARACUYA”

PARA OPTAR AL TITULO TECNICO SUPERIOR EN
CONTADURIA GENERAL

POSTULANTES: NAYELY MAMANI CHAMBI
LISSY SOE PURO

TUTOR: LIC. MELISSA GARCIA OROZCO

COBIJA – PANDO – BOLIVIA

2023

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a quienes fueron de gran apoyo durante el tiempo en el que se desarrollaba este proyecto.

A mis padres, hermanos, familiares y amigos que me apoyaron en todo el tiempo y estuvieron en buenos y malos momentos de mi vida, también quiero agradecer a Dios por haberme permitido llegar a este punto y haberme dado salud para lograr mis metas y objetivo.

Nayely Mamani Chambi

Este proyecto está dedicado de manera especial a mi hija y esposo pues él fue el principal cimiento para la construcción en mi vida profesional y sentó en mis los deseos de superación, a Dios todo poderoso por ser mi fortaleza y fuente de apoyo a mis padres porque ellos son la motivación de mi vida, mi orgullo de ser.

Lo que seré, a mis hermanos en especial a mi hermano Elmer Q.E.P.D y a mis amigos

Lissy Soe Puro

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mis padres, familiares y amigos, porque son lo más sagrado que tengo en mi vida, por ser siempre mis principales motivadores y los formadores de lo que ahora soy como persona, sin ustedes y sus consejos, su amor y su cariño, yo no habría llegado hasta donde estoy.

Y agradecer a Dios por darme fuerzas para poder lograr mi objetivo.

Nayely Mamani Chambi

El agradecimiento de este proyecto va dirigido primero a Dios por darme inteligencia y sabiduría, a mi familia por su apoyo, a mis docentes por sus enseñanzas ya mis amigos por estar apoyándome e impulsándome para que siga adelante.

Lissy Soe Puro

ÍNDICE GENERAL

1.	AUTOEVALUACIÓN COMO EMPRENDEDOR.....	1
2.	EVALUACIÓN DEL CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO.....	2
3.	OBJETIVO GENERAL DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO.....	2
4.	IDEA DEL NEGOCIO PROPIO O INDIVIDUAL, FAMILIAR O COMUNITARIA.....	3
4.1.	Macro filtro.....	3
4.2.	Micro filtro.....	4
4.3.	Análisis de la idea del emprendimiento foda.....	6
4.4.	Sondeo del mercado.....	7
4.4.1.	La observación.....	8
4.4.2.	La encuesta.....	8
4.5.	Población y muestra.....	8
4.5.1.	Población.....	8
4.5.2.	Muestra.....	9
4.6.	Análisis de resultado.....	10
4.7.	Conclusión preliminares	15
4.8.	Descripción del negocio.....	16
4.9.	Datos del negocio.....	16
4.10.	Misión, visión y principios.....	16
4.10.1.	Misión.....	16
4.10.2.	Visión.....	17
4.10.3.	Principio.....	17
4.11.	Localización.....	17
4.11.1.	Macro localización.....	17
4.11.2.	Micro localización.....	18
5.	IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO Y DESARROLLO DEL PLAN DEL MERCADO..	19
5.1.	Análisis del mercado potencial.....	19
5.2.	Segmentación del mercado.....	19
5.3.	Ventaja competitiva de la empresa.....	20
5.4.	Plan de mercadeo.....	20
5.4.1.	Estrategia de la plaza.....	20
5.4.2.	Estrategia de la promoción.....	20

5.5.	Campaña publicitaria.....	21
6.	ORGANIZACIÓN.....	24
6.1.	Estructura Organizativa.....	24
6.2.	Funciones del Personal.....	25
6.3.	Diseño de Producto y/o Servicio.....	26
7.	ANALISIS DE COSTOS E INGRESOS.....	28
7.1.	Proyección de ventas.....	28
7.2.	Costos fijos.....	29
7.3.	Costos variables.....	30
7.4.	Costo unitario.....	31
7.5.	Costo total.....	31
7.6.	Determinación del precio de venta.....	31
7.7.	Punto de equilibrio.....	32
8.	DETERMINACION DEL CAPITAL.....	33
8.1.	Activos fijos.....	33
8.2.	Capital de trabajo.....	34
8.3.	Inversión pre operativos.....	34
9.	PLAN FINANCIERO.....	35
9.1.	Definición de la estructura financiera.....	35
9.2.	Tiempo de vida del proyecto.....	35
9.3.	Estados financieros.....	35
9.4.	Balance inicial.....	35
9.5.	Estado de pérdidas y ganancias.....	36
9.6.	Indicadores financieros.....	36
9.6.1.	Beneficio costo.....	36
9.6.2.	Tiempo de recuperación del capital.....	37
10.	RESPONSABILIDAD Y FORMALIDAD DEL NEGOCIO.....	37
11.	EVALUACION DE LA INFORMACION Y PLAN DE ACCION.....	38
12.	CONCLUSIONES.....	40
13.	RECOMENDACIONES.....	40
	BIBLIOGRAFIAS.....	41
	ANEXOS.....	42

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1	Resultado de la Autoevaluación de Nayely Mamani Chambi.....	1
Tabla 2	Resultado de la Autoevaluación de Lissy Soe Puro.....	2
Tabla 3	Idea de Negocio.....	3
Tabla 4	Macro Filtro.....	4
Tabla 5	Micro Filtro.....	5
Tabla 6	Resultado de Micro Filtro.....	6
Tabla 7	Matriz Foda.....	7
Tabla 8	Población.....	8
Tabla 9	Análisis del mercado potencial.....	19
Tabla 10	Medios de comunicación	21
Tabla 11	Presupuesto Publicitaria.....	22
Tabla 12	Cronograma Publicitaria.....	23
Tabla 13	Descripción del Gerente.....	25
Tabla 14	Descripción del Apoyo al administrativo contable.....	25
Tabla 15	Descripción del cargo operario.....	26
Tabla 16	Matriz procedimiento de formulación del negocio.....	37
Tabla 17	Evaluación de la información de plan de acción	38
Tabla 18	Plan de acción.....	39

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1	Edad.....	10
Grafico 2	Genero.....	11
Grafico 3	Consumo de mermelada.....	11
Grafico 4	Lugar de compra de mermelada.....	12
Gráfico 5	Marca los criterios por el cual usted compra el producto.....	12
Grafico 6	Usted sufre y/o conoce a alguien que padezca de diabetes.....	13
Grafico 7	Consumiría una mermelada cacera, pero endulzado con estevia.....	13
Grafico 8	Frecuencia de consumo de mermelada.....	14
Grafico 9	Precio de la mermelada.....	14
Grafico 10	Envase del producto.....	15
Grafico 11	Logotipo.....	16
Grafico 12	Macro Localización.....	18
Grafico 13	Micro Localización.....	18
Grafico 14	Perfil de WhatsApp.....	22
Grafico 15	Organigrama e emprendimiento.....	24
Grafico 16	Preparación de mermelada para diabéticos.....	28
Grafico 17	Proyección de ventas.....	28
Grafico 18	Planilla de previsión y provisión.....	29
Grafico 19	Sueldos y salarios.....	29
Grafico 20	Costo fijo total.....	29
Grafico 21	Costo variable por unidad.....	30
Grafico 22	Costo variable por año.....	30
Grafico 23	Proyección por el tiempo de vida del proyecto.....	30
Grafico 24	Costo unitario.....	31
Grafico 25	Costo total.....	31
Grafico 26	Precio venta.....	31
Grafico 27	Cálculo del punto de equilibrio.....	32
Grafico 28	Determinación del punto de equilibrio en unidades monetarias...	32
Grafico 29	Proyección de ventas en bolivianos.....	33
Grafico 30	Determinación del capital	33
Grafico 31	Capital de trabajo	34
Grafico 32	Inversión pre operativa.....	34
Grafico 33	Inversiones del proyecto.....	25
Grafico 34	Balance inicial.....	25
Grafico 35	Estado de resultado	36
Grafico 36	Beneficio de costo.....	36
Grafico 37	Periodo de recuperación	37

1. AUTOEVALUACION COMO EMPREENDEDOR

Para llevar a cabo nuestro emprendimiento productivo vimos las necesidades de la población, al ver la realidad por la que pasan tanto económico, social y de salud nos dimos cuenta que con nuestra idea de la producción de mermeladas (pequeña micro empresa) podremos ayudar de alguna manera a mejorar su diario vivir , ya que tenemos la capacidad, las cualidades, habilidades y estudios necesarios, para encaminar hacia el logro de nuestra meta; lo que conlleva el asumir riesgos y superar obstáculos, a fin de afrontar y adaptarse a las situaciones cambiantes.

Tabla 1

Resultados de la autoevaluación

(Nayely Mamani Chambi)

N°	COMPETENCIA EMPRENDEDORA	PUNTUACIÓN	VALORACIÓN
1	Confianza en sí misma.	88	Muy Alto
2	Capacidad de trabajo.	90	Muy Alto
3	Liderazgo de trabajo en equipo.	100	Muy Alto
4	Adaptación a los cambios.	50	Medio
5	Creatividad.	75	Alto
6	Asunción de riesgos.	80	Muy Alto
7	Capacidad de negociación.	100	Muy Alto
CAPACIDAD EMPRENDEDORA		83	MUY ALTO

Fuente: Elaboración propia,2023

El componente tuvo una calificación MUY ALTA en cuanto a la capacidad de emprendedora

Tabla 2

Resultados de la autoevaluación

(Lissy Soe Puro)

N°	COMPETENCIA EMPRENDEDORA	PUNTUACIÓN	VALORACIÓN
1	Confianza en sí misma.	90	Muy Alto
2	Capacidad de trabajo.	90	Muy Alto
3	Liderazgo de trabajo en equipo.	99	Muy Alto
4	Adaptación a los cambios.	50	Medio
5	Creatividad.	75	Alto
6	Asunción de riesgos.	80	Muy Alto
7	Capacidad de negociación.	99	Muy Alto
CAPACIDAD EMPRENDEDORA		83	MUY ALTO

Fuente: Elaboración propia,2023

El componente tuvo una calificación MUY ALTA en cuanto a la capacidad emprendedora

2. EVALUACION DEL CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

El presente proyecto estará realizado en el departamento de pando más específicamente en la ciudad de cobija ya que en este lugar se cuenta con nuestra materia prima con la cual realizaremos el producto y también se tiene un mercado amplio para el presente emprendimiento ya que en la ciudad se cuenta con un porcentaje alto de personas que sufren de diabetes y nuestro producto es objetivamente para ellos.

3. OBJETIVO GENERAL DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

Producir y comercializar mermeladas artesanales a base de frutos de la región (copuazú y maracuyá) para personas que padecen de diabetes.

4. IDEA DE NEGOCIO PROPIO O INDIVIDUAL, FAMILIAR O COMUNITARIO

La idea surge a través de ver la abundancia de estos frutos y no darle un valor agregado, es decir el aprovechamiento correcto siendo que estos benefician a la salud, entonces la microempresa de mermeladas surge como una alternativa para emprender en algo diferente, más sano y de mejor calidad a lo que ya se conoce; sin contar que en el mercado no existen mermeladas, jaleas o dulces de estos a la venta.

Tabla 3

Idea de negocio

N°	IDEAS DE NEGOCIO
1	Elaboración de mermeladas de guineo y sinini.
2	Producción de mermeladas caseras de frutos amazónicos de asai y carambola.
3	Producción de mermeladas típicas de la amazonia.
4	Producción de mermeladas para diabéticos.
5	Producción artesanal de mermeladas a base de frutos de la región (copuazu y maracuyá).

Fuente: elaboración propia, 2023

4.1. Macro filtro

Herramienta que sirve para seleccionar ideas de negocios o emprendimiento de manera rápida guiándonos por algunas preguntas ejes para de ahí escoger y descartar las ideas que tengan respuesta negativa.

Consiste en trabajar el siguiente cuadro contestando con una X a cada una de las ideas identificadas con un SI o un NO a las preguntas orientadoras que se detallaran, las ideas que tengan mayor número de respuestas positivas (SI) constituyen la primera selección; dando luces de que si las ideas propuestas pueden ser o no exitosas.

Tabla 4*Macro filtro*

IDEAS / PREGUNTAS GUIA	IDEA 1		IDEA 2		IDEA 3		IDEA 4		IDEA 5	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Existe una necesidad que satisfacer en tu comunidad?	X		X			X	X		X	
¿Existe un mercado para este producto o servicio?	X		X			X	X		X	
¿Hay una demanda insatisfecha?		X		X	X		X		X	
¿Queremos realizar este proyecto?		X		X	X		X		X	
¿Es posible producir dentro de la región?	X		X			X	X		X	
¿Este emprendimiento te permite obtener ganancias?		X	X			X		X	X	
TOTAL	3	3	4	2	2	4	5	1	6	0

4.2. Micro filtro

Es un vínculo del macro filtro siendo el nexo vital que permite seleccionar entre una o tres ideas de proyectos que se crean factibles y rentables, aplicando parámetros. Aporta calidad al proceso de selección de cada idea planteada. Consiste en trabajar el siguiente cuadro dándole un puntaje o valor de la siguiente manera: 1= Bajo/ Poco/, 2 = Medio/ Regular y 3 = Alto /Mucho a cada pregunta, dando prioridad a la idea que tenga mayor puntaje

Tabla 5*Macro filtro*

IDEAS / PREGUNTAS GUIA	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3	IDEA 4	IDEA 5
Disponibilidad local de materias primas.	1	2	3	2	3
Disponibilidad de mano de obra calificada.	2	1	2	2	3
Se cuenta con la capacidad de calcular los costos y fijar los precios.	2	2	2	1	2
Tengo las habilidades para iniciar el negocio.	2	2	2	1	3
Se cuenta con las herramientas o equipos necesarios.	2	1	2	1	3
Se cuenta con una red de contactos que potencien la iniciativa emprendedora.	2	2	2	2	3
Se cuenta con los recursos económicos para llevarlos a cabo.	2	1	1	2	2
Existe disponibilidad de mano de obra calificada para la iniciativa emprendedora.	1	1	1	2	2
Existencia de demanda insatisfecha.	2	1	2	3	3
Realmente se desea invertir en la idea.	1	1	2	3	3
TOTAL	17	14	19	19	27

Fuente: elaboración propia, 2023

De acuerdo al resultado del micro filtro aplicado a las ideas de emprendimiento, se puede concluir que de las 5 ideas planteadas el 3, 4 y 5 son las mejores que corresponde a:

Tabla 6

Resultado del micro filtro

N°	IDEAS DE EMPRENDIMIENTO	PUNTAJE
3	Producción de mermeladas típicas de la amazonia.	19
4	Producción de mermeladas para diabéticos.	19
5	Producción artesanal de mermeladas para diabéticos a base de (copoazú y maracuyá).	27

Fuente: elaboración propia, 2023

De las 3 ideas de emprendimiento con mayor puntaje, se realizará el número 5 por haber obtenido el puntaje más relevante.

4.3. Análisis de la idea del emprendimiento FODA

Como ya definimos la idea del emprendimiento que realizaremos a través del Micro filtro, ahora es necesario conocer con que contamos para dar inicio a la actividad; para ello utilizaremos el Análisis FODA como una herramienta estratégica la cual nos ayudara a detectar nuestras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas con las que cuenta nuestro emprendimiento.

Tabla 7*Matriz foda*

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
Exclusividad y diferenciación en los productos fabricados en forma tradicional.	Demanda de productos naturales tradicionales .
Producto elaborado con las exigencias de las normas de control y calidad.	Ofrecer un producto nuevo e innovador en la Ciudad de Cobija
Personal capacitado para el proceso de producción.	Buena zona comercial
Conocimiento en el área de finanzas.	Baja competencia en el mercado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Poca información y conocimiento del producto por parte del consumidor.	El alto costo de los insumos afecte la producción de las mermeladas, por lo cual se tenga que elevar los precios de los productos.
Al ser una empresa nueva su participación en el mercado es baja.	Introducción de nuevos productos sustitutos al mercado
No apta para todo consumo es especialmente para personas con diabetes.	Carencia del interés por parte de los consumidores.

Fuente: elaboración propia, 2023

4.4. Sondeo de Mercado

Herramienta que permite investigar a profundidad, el comportamiento, gustos, preferencias, costumbres, etc. de los consumidores o posibles clientes. Siendo el proceso de identificación, recopilación y análisis de la información sobre las características y necesidades del mercado con el propósito de obtener mayores elementos de juicio para la toma de decisiones.

Para recabar esta información utilizamos los siguientes métodos de información:

4.4.1. La Observación

Consiste en recopilar datos a través a partir de la observación del comportamiento de la gente en determinadas situaciones y del accionar de la posible competencia.

4.4.2. La Encuesta

Es el método más conocido y adecuado para obtener información descriptiva, preguntando de forma directa a los consumidores y posibles clientes, hallando datos relativos a sus preferencias, opiniones, satisfacción, comportamientos, etc.

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población

La población corresponde a todos los habitantes de la ciudad de Cobija, que según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), son 90.277 personas distribuidas por todos los distritos de la ciudad.

El segmento específico al cual se dirige el producto son personas que se encuentran entre un rango de 18 años de edad a 60 años que padezcan de diabetes, de estrato económico medio, medio-alto y alto de la ciudad de Cobija, según el dato del SEDES PANDO las personas con diabetes de la ciudad de Cobija son aproximadamente 4.865 personas entre el rango de edad mencionado, además se debe sumar a ello los lugares donde venden mermeladas, de esta manera la población de estudio es la siguiente:

Tabla 8

Población

Población de estudio	Numero
Público objetivo	4.865
	4.865

Fuente: elaboración propia, 2023

4.5.2. Muestra

Al observar que el tamaño de la población involucrada es demasiado grande, a raíz de esto se ha optado por realizar el estudio en base a una muestra representativa para poder realizar la investigación de mercados.

Nuestro sondeo de mercado contempla dos dimensiones de la competencia y la de los clientes:

En la primera dimensión se tienen una población compuesta por todos los lugares donde venden mermeladas de la ciudad de Cobija, el número de los mismos es indeterminado y pese a que la ciudad no es grande no se tiene un dato fidedigno de esta población, por tanto, se ha optado por realizar en el sondeo a una muestra representativa de 10 lugares de estos en la ciudad.

La segunda dimensión se refiere a los potenciales clientes de nuestros servicios, en este sentido la población sería todos los habitantes de la ciudad de Cobija y la muestra representativa se obtiene de la siguiente manera:

Formula:

$$n = \frac{k^2 qpN}{e^2(N - 1) + k^2 pq}$$

Donde:

N= Población o Universo.

e= Margen de error.

k= Nivel de confianza

(Nivel de confianza 90% entonces k= 1,65)

(Nivel de confianza 95% entonces k= 1,96)

(Nivel de confianza 99% entonces k= 2,58)p=

Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

Reemplazando los datos tenemos que:

N= 85.809 habitantes de Cobija según dato del INE - Proyección 2021e= 5%

k= 1,65 (que corresponde a un nivel de confianza del 90%)p=

50%

q= 50%

Reemplazando:

$$N = \frac{1,65^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 85.809}{0,05^2 (85.809 - 1) + 1,65^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

Entonces:

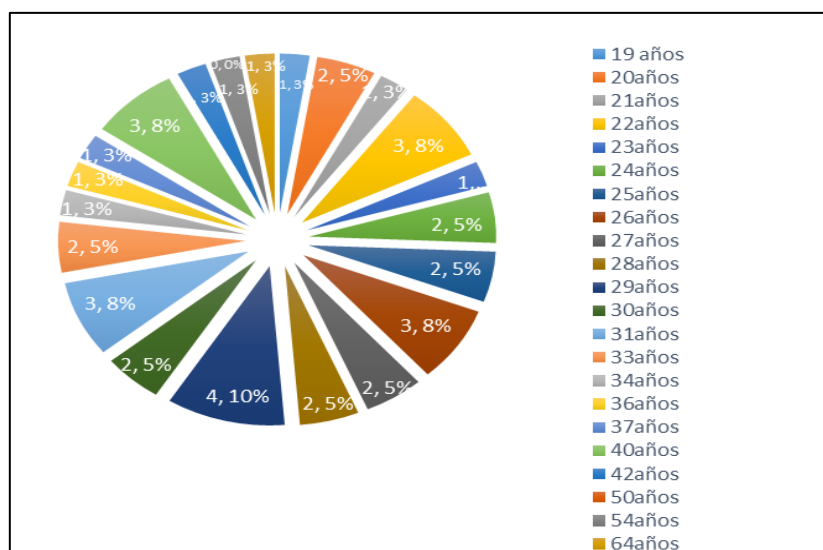
$$N = 271,39 = 2$$

4.6. Análisis de resultados

Los resultados indicaron un interés positivo en la producción artesanal de mermelada a base de copoazú y maracuyá, especialmente en aquellas personas que padecen de diabéticos. A continuación, se exponen los resultados del cuestionario que le hicimos a la población:

Grafico 1

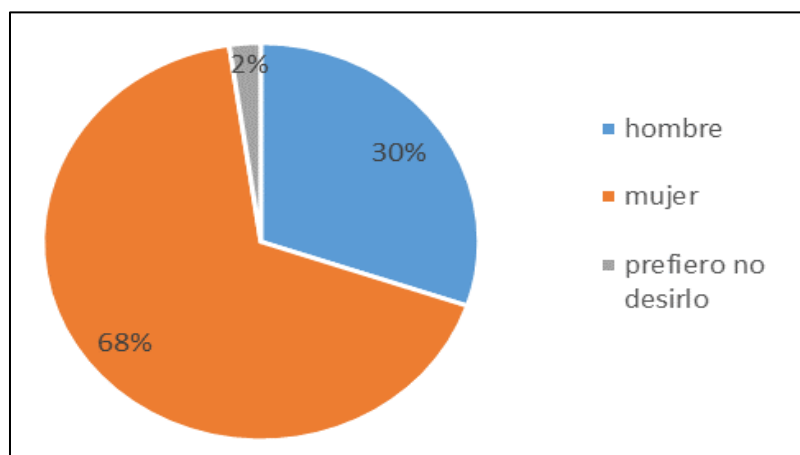
Edad



Fuente: elaboración propia, 2023

Grafico 2

Género

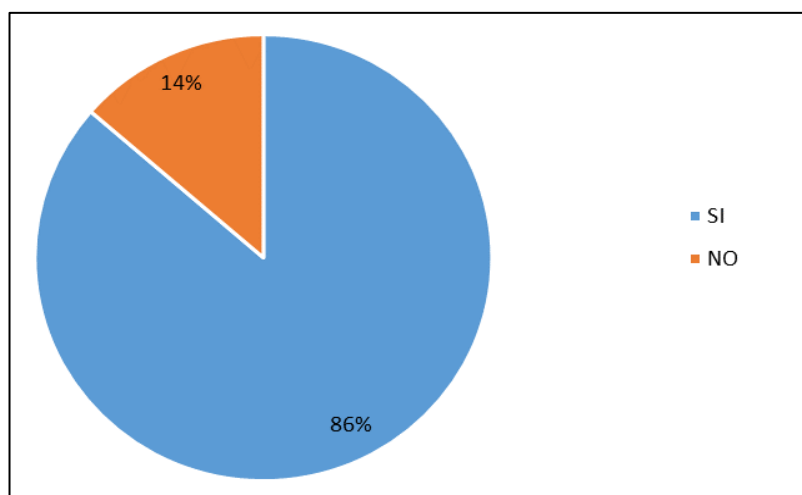


Fuente: elaboración propia, 2023

De las 46 personas encuestadas, el 68% respondió que son mayormente mujeres, solo el 30 % son hombres y el 2% prefiere no decir su género.

Grafico 3

Consumo de mermelada

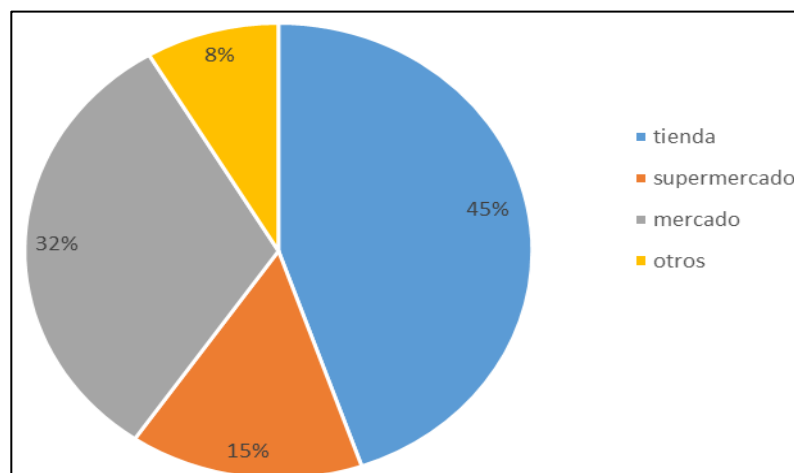


Fuente: elaboración propia, 2023

De las personas que respondieron el 45% fue en tiendas, el 32% fue en mercado, el 15% en supermercado y el 8% en otros lugares.

Grafico 4

Lugar de compra e mermelada

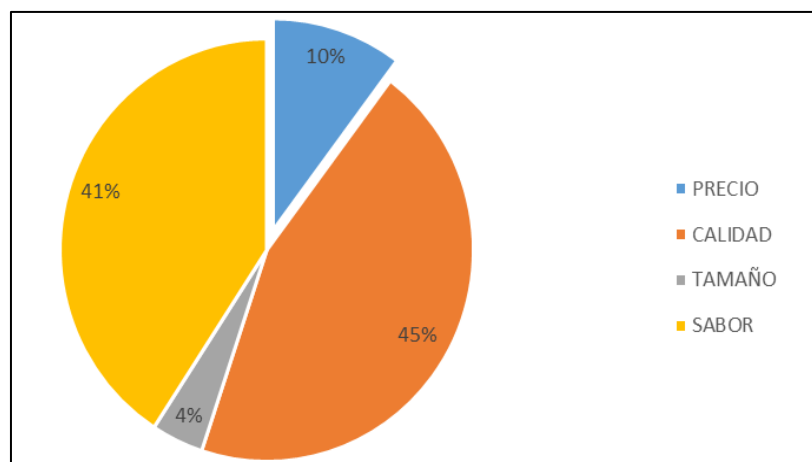


Fuente: elaboración propia, 2023

De las personas que respondieron la mayoría consume mermelada del 86%, y el 14% no consume mermelada.

Grafico 5

Marca los criterios por la cual usted compra el producto

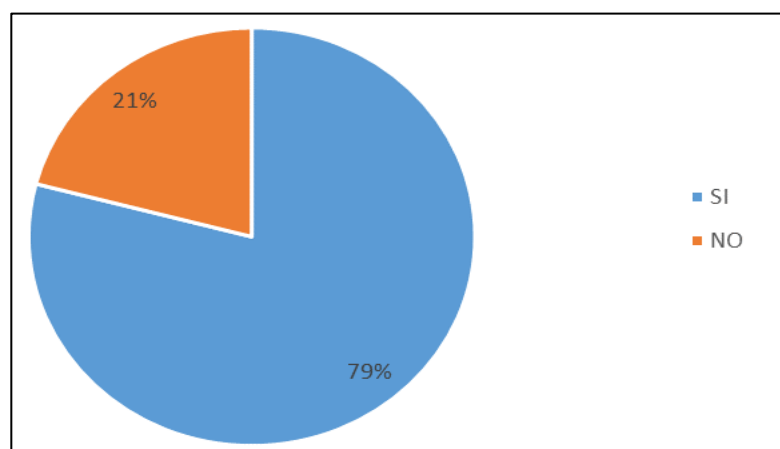


Fuente: elaboración propia, 2023

Las personas que respondieron el 45% se fijaron de la calidad, el 41% prefieren el sabor, el 10% del precio y el 4% del tamaño.

Grafico 6

¿Usted sufre y/o conoce a alguien que padezca de diabetes?

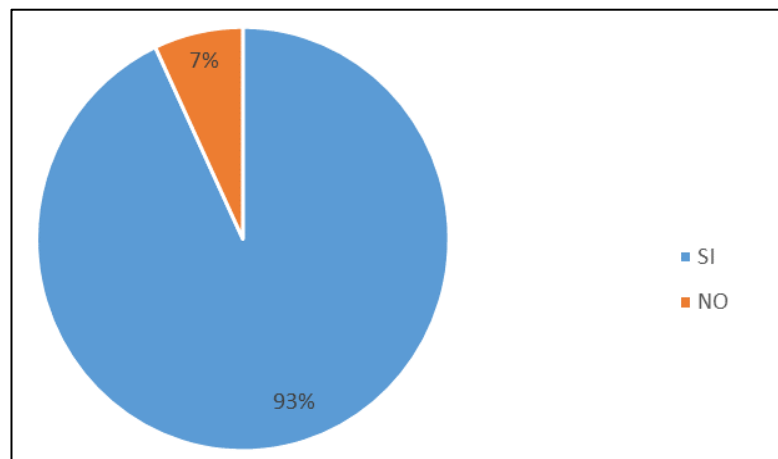


Fuente: elaboración propia, 2023

Las personas que sufren o padecen de diabetes son el 79% y el 21% no padecen de diabetes.

Grafico 7

¿Consumiría una mermelada casera, pero endulzada con estevia?

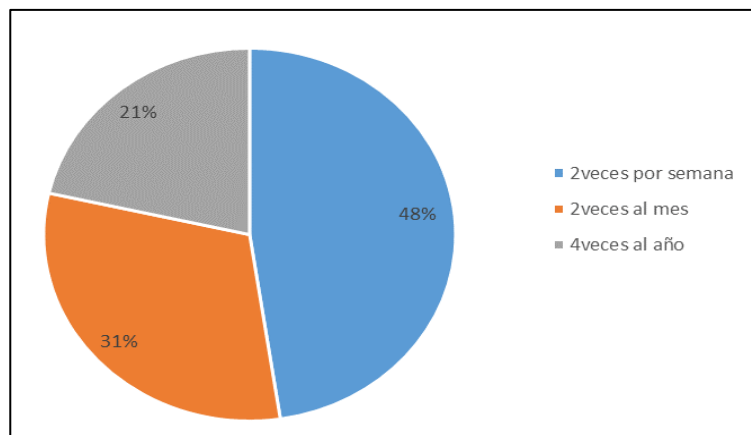


Fuente: elaboración propia, 2023

Las personas que consumen mermeladas caseras son el 93% y la otra parte del 7% consumen mermeladas de las tiendas.

Grafico 8

Frecuencia de consumo de mermelada

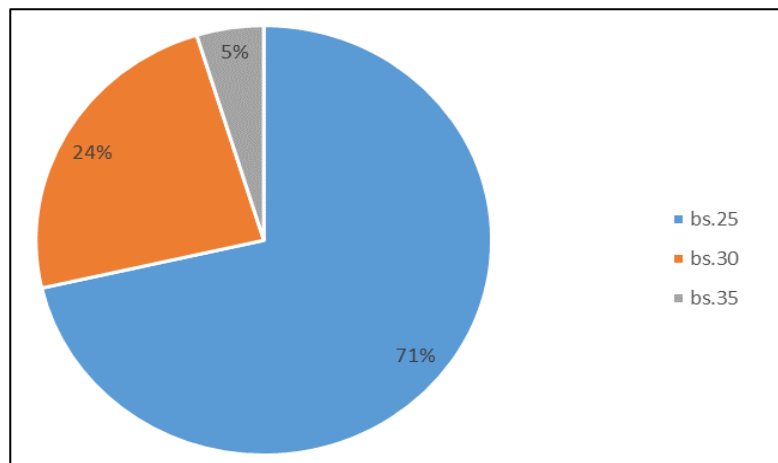


Fuente: elaboración propia, 2023

Las personas 48% consumen dos veces por semana, el 31% dos veces al mes y el 21% 4 veces al año consumen mermelada.

Grafico 9

Precio de la mermelada

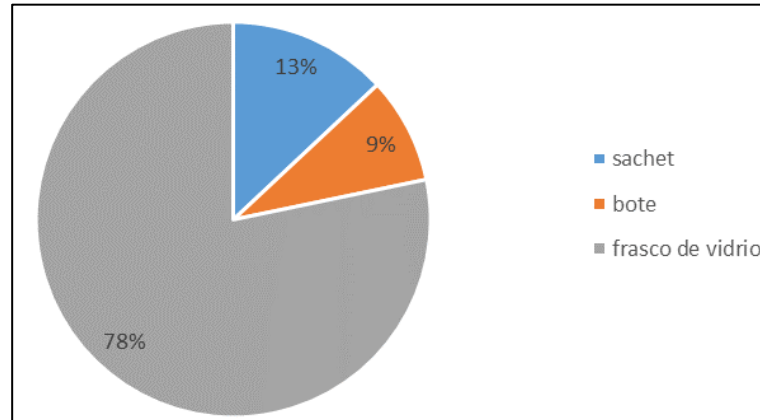


Fuente: elaboración propia, 2023

Las personas están dispuestas a pagar 71% de 25bs., el 24% de 30bs. y el 5% de 35bs. eso están dispuestas a pagar las personas por una mermelada para diabéticos.

Grafico 10

Envase del producto



Fuente: elaboración propia, 2023

Las personas el 78% les gustaría encontrar nuestro producto en un frasco de vidrio, el 13% en sachet y el 9% en bote.

4.7. Conclusiones Preliminares

El sondeo sobre el mercado potencial presenta las siguientes conclusiones preliminares:

- Los rangos de edad que serán considerados como meta del emprendimiento son: 18 años en adelante, ya que corresponde a la mayor cantidad de personas que son entrevistadas en el estudio.
- Se tiene muchas posibilidades de penetrar en el mercado pues aún las personas no consideran el gran beneficio de consumir productos que no contienen demasiada azúcar.
- Sin embargo, el desconocimiento de estos productos artesanales en las que se basa el emprendimiento da pautas de que con una buena estrategia de promoción el emprendimiento tendrá éxito.

Las opciones que se refieren al precio por el producto deben situarse entre los Bs.20 a 30

4.8. Descripción del negocio

este emprendimiento se dedicará a la producción de mermeladas dirigido especialmente para las personas con diabetes que se encuentran en la ciudad de cobija, esta idea surgió al ver la necesidad que tienen las personas que padecen esta enfermedad y no pueden degustar de estos ricos, pero muy dañinos alimentos para ellos.

4.9. Datos del negocio

Nombre del negocio: Mernayliss

Tipo de empresa: S.R.L

Producto: Mermeladas para diabéticos

Propietarios: Nayely Mamani Chambi, Lissy Soe Puro

Grafico 11

Logotipo



Fuente: elaboración propia, 2023

4.10. Misión, visión y principios

4.10.1. Misión

La misión es ser una empresa líder en la elaboración y comercialización de mermeladas apta para el consumo de personas diabéticas y sin adictivos ni

conservadores. Nuestra empresa busca posicionarse primero a nivel regional y luego nacional en el mercado.

4.10.2. Visión

ser una empresa líder en ventas y comercialización de nuestro producto de apto consumo para personas que padezcan diabetes, que satisfagan a nuestros clientes y ser un producto de calidad, que ofrezca un producto inocuo e innovador.

4.10.3. Principios

Compromiso con el cliente: la satisfacción con el cliente como prioridad de la empresa y garantizando siempre los productos comercializados.

Puntualidad: atender los pedidos de los consumidores de la mermelada con eficiencia y eficacia.

Calidad: cumplir con los estándares de calidad de todo el proceso productivo de la mermelada.

Limpieza: limpieza e higiene en todas las instalaciones de la empresa y materiales necesarios para elaboración, entre otros.

4.11. Localización

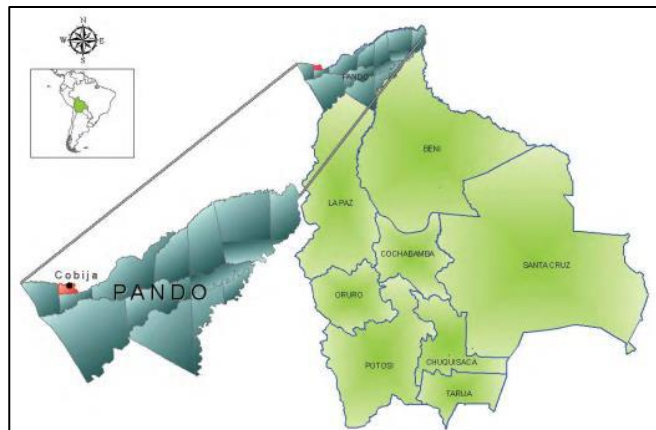
4.11.1. Macro localización

El emprendimiento "MERNAYLIS, estará localizado en la ciudad de cobija, capital del departamento pando.

La ciudad de cobija que tiene un área aproximada de 440km², el área del municipio corresponde a 0.8% del territorio del departamento pando, mientras que la ciudad se extiende aproximadamente a 2% del territorio del municipio (programa de las naciones unidas para el medio ambiente).

Grafico 12

Macro localización



Fuente: elaboración propia, 2023

4.11.2. Micro localización

Nuestro negocio estará ubicado en la ruta nacional a unos pasos del banco unión casi al frente de las oficinas de Tigo, lo cual hemos optado por este lugar debido a que el ambiente es amplio y cuenta con servicios básicos también porque es un punto estratégico.

Grafico 13

Micro localización



Fuente: elaboración propia, 2023

5. IDENTIFICACION DEL MERCADO Y DESARROLLO DEL PLAN DE MERCADO

5.1. Análisis del mercado potencial

Nuestro mercado potencial de MERNAYLISS son todas las personas que tengan diabetes de aproximadamente 18 años a 60 años que tengan ciertas características como la de consumir o preferir productos con menos azúcar.

Tabla 9

Análisis de mercado potencial

Personas con diabetes	X	Cantidad de veces que consumen mermelada por año	Mercado potencial
4.865	X	20	97.300

Fuente: elaboración propia, 2023

5.2. Segmentación del mercado

Segmentación geográfica: personas que tenga diabetes que se encuentren en la ciudad de cobija.

Segmentación demográfica:

Sexo: hombres y mujeres

Edad: 18 años en adelante

Ingreso: un sueldo mínimo

Actividad: personas que tengan negocio propio o trabajen

Estatus socioeconómico: medio o alto

Segmentación pictográfica

:

Actitud: personas que valoran la salud y el bienestar

Estilo de vida: que le den mucha importancia a su salud mediante buena alimentación.

Intereses: producto apto para ellos.

5.3. Ventaja competitiva de la empresa

La empresa MERNAYLISS está dedicada a la producción de mermeladas para diabéticos la cual aquí en el departamento pando más específico la ciudad de cobija no hay otra empresa que se dedique a lo mismo, además de que nuestra empresa brindara un producto sano y de calidad haciendo esto diferente a las de más mermeladas que contienen muchos conservantes y un exceso de azúcar. Teniendo así la empresa una ventaja ante la competencia mediante precios más económicos y con mayor valor nutricional.

5.4. Plan de mercadeo

- Estrategia de producto y/o servicio:
- Estrategia del precio:

La estrategia que usara MERNAYLISS será de iniciar con precios bajos para atraer clientela y hacer promociones para que el público conozca nuestra marca.

5.4.1. Estrategia de la plaza

La estrategia que usará la empresa para la distribución del producto será la venta directa del vendedor hacia el comprador, la cual la realizaremos mediante nuestro propio establecimiento.

5.4.2. Estrategia de la promoción

La estrategia de promoción que usará MERNAYLISS será la de promocionar los productos mediante las redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram) también durante el tiempo de apertura repartiremos folletos en diferentes puntos de la **ciudad de cobija**.

5.5. Campaña publicitaria

Objetivo de la publicidad: Hacer conocer nuestros productos en el mercado de la ciudad de cobija por la calidad y los grandes beneficios que posee.

Público objetivo: Personas con diabetes que se encuentran en la ciudad de cobija, que consuman productos con baja azúcar y cuenten con la disponibilidad de comprarlos.

Diseño del mensaje: “SI A TU PALADAR QUIERES ALEGRAR MERMELADA MERNAYLISS DEBES PROBAR “

Plan de medios: Los medios de comunicación que se emplearan en el presente proyecto son:

Tabla 10

Medios de comunicación

Medios de comunicación	Justificación
Facebook	Económico e influyente
WhatsApp	Económico e influyente
Instagram	Económico e influyente
folletos	Es económico y muy fácil acceso

Fuente: elaboración propia, 2023

Folleto: Este estará diseñado en media hoja carta, en ello se mostrará el producto (MERMELADAS PARA DIABETICOS), y los beneficios que contiene, además de mostrar también su precio como también los datos del negocio.

Así mismo también para reforzar la publicidad en la relación de la introducción de nuestro producto al mercado se utilizarán los folletos, durante un corto plazo.

Facebook y Instagram: Estas redes sociales las usaremos en forma de

comunicación de los cuales primeramente se creará un perfil con el nombre del negocio y posteriormente se hará las publicaciones de nuestros productos en los cuales la audiencia estará al tanto de nuestros descuentos y promociones que se realizaran.

WhatsApp: Este medio estará disponible para la atención directa con los clientes y los proveedores.

Grafico 14

Perfil de WhatsApp



Fuente: elaboración propia, 2023

Tabla 11

Presupuesto publicitario

Medio de comunicación	de	cantidad	Precio mensual	Precio total año
Facebook y Instagram	y	3 veces por día	90	1080
WhatsApp		10 tarjetas	100	1200
folletos		350	350	700
total				2980

Fuente: elaboración propia, 2023

Se realizarán folletos que serán diversificados durante los primeros 2 meses a partir de la inauguración del negocio, en la ciudad de Cobija mayormente en donde existe una concentración masiva de personas. Por decir en los diferentes semáforos, parque piñata, mercados, tiendas, etc.

Los carteles se mandarán hacer con un costo único durante una sola vez, sin embargo, se utiliza durante toda la gestión.

Estas redes sociales (Facebook y Instagram) como medio de comunicación se utilizan durante toda la gestión, la cual se pagará un canon mensual de internet (WIFI).

Se tendrá habilitada una línea de WhatsApp mediante un número respectivo la cual mediante este medio se podrán comunicar nuestros clientes y proveedores.

Por tal motivo se utilizará tanto dentro como fuera del negocio es por esto que tendremos un costo adicional (Tarjetas de recarga).

Tabla 12

Cronograma publicitario

Actividades	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Folletos	X	X										
Carteles	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: elaboración propia, 2023

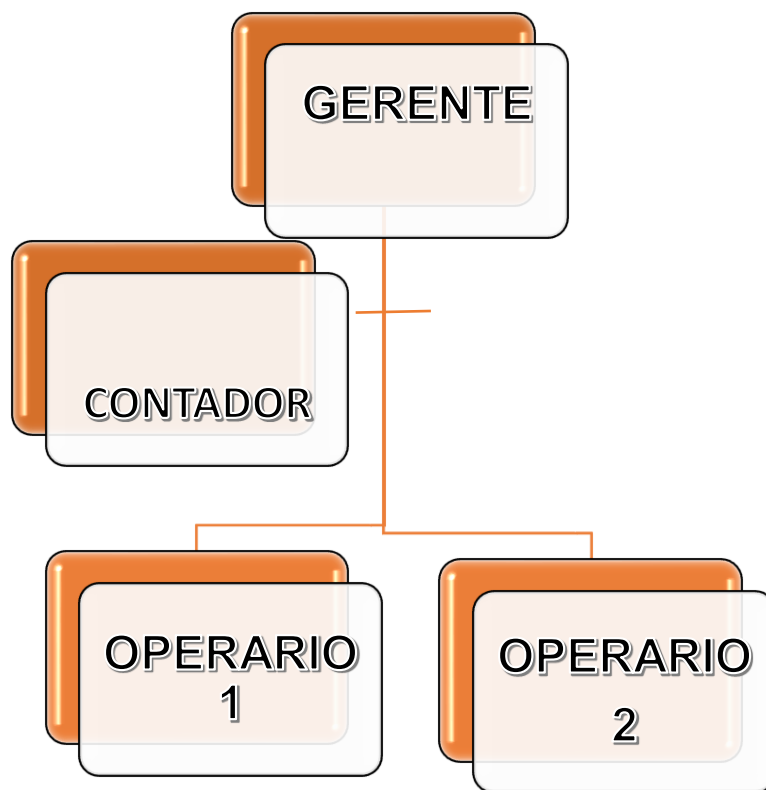
6. ORGANIZACIÓN

6.1. Estructura Organizativa

La estructura organizativa que presenta MERNAYLISS es la siguiente:

Gráfico 15

Organigrama e emprendimiento



Fuente: elaboración propia, 2023

Propietario y fundador: Nayeli Mamani Chambi y Lissy Soe Puro

Contador: Miguel Angel Cachaca Quispe

6.2. Funciones del Personal

Tabla 13

Descripción del Gerente

DENOMINACIÓN DEL CARGO	Gerente
JERARQUÍA	Ejecutiva
DEPENDENCIA:	No tiene
CARGOS QUE LE REPORTAN	Apoyo administrativo – operarios
DESCRIPCION DEL CARGO:	
Ejecución de labores de planificación, dirección, administración y control de la empresa, gestionar el relacionamiento institucional y las labores de mercadeo.	
LABORES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none">• Control de personal• Contratación de personal• Compra de insumos• Control de ventas.	

Fuente: elaboración propia, 2023

Tabla 14

Descripción del apoyo administrativo contable

DENOMINACIÓN DEL CARGO	Contador
JERARQUÍA	Administrativo
DEPENDENCIA:	Gerente
CARGOS QUE LE REPORTAN	Ninguno
CARGOS CON LA MISMA	1
DENOMINACIÓN	
DESCRIPCION DEL CARGO:	
Desarrollo de labores administrativos dentro la empresa.	
LABORES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none">• Labores administrativas dentro del negocio (MERNAYLISS).	

Fuente: elaboración propia, 2023

Tabla 15

Descripción del cargo de operario

DENOMINACIÓN DEL CARGO	Operario
JERARQUÍA	Operativo
DEPENDENCIA:	Gerente
CARGOS QUE LE REPORTAN	Ninguno
CARGOS CON LA MISMA	1
DENOMINACIÓN	
DESCRIPCION DEL CARGO:	
	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo de labores operativas dentro la empresa.
LABORES DEL CARGO:	
	<ul style="list-style-type: none">• Labores operativas dentro del negocio (MERNAYLISS).

Fuente: elaboración propia, 2023

6.3. Diseño de Producto y/o Servicio

Producto: Nuestro producto de mermeladas artesanales se caracteriza por sus grandes beneficios dentro de la cadena alimenticia, apto para todo tipo de persona y de fácil consumo. Nuestro producto que ofreceremos al cliente será una mermelada elaborada a base de frutos de la región (copuazu y maracuyá).

A continuación, se muestra la receta y preparación del producto a ofrecer:

Producto1

Ingredientes:

- Maracuyá
- Mango
- Guineo
- Agua
- Limón

Producto2

Ingredientes:

- Copuazú
- Durazno
- Mango
- Limón
- Agua

Preparación del producto 1

1° paso: sacar la pulpa del maracuyá, luego se lo licua y se pasa la mezcla por un colador.

2° paso: luego ponemos los ingredientes junto con la mezcla anterior todo junto en una olla.

3°paso: por último, batimos toda la mezcla durante 40min. Aproximadamente hasta obtener una mezcla homogénea, al obtener esa mezcla la dejamos enfriar para luego envasarla.

Preparación del producto 2

1° paso: sacar la pulpa del copuazú, luego se lo licua con un poco de agua.

2° paso: luego ponemos los ingredientes junto con la mezcla anterior todo junto en una olla.

3°paso: por último, batimos toda la mezcla durante 40min. Aproximadamente hasta obtener una mezcla homogénea, al obtener esa mezcla la dejamos enfriar para luego envasarla.

Grafico 16

Preparación de mermelada para diabéticos



Fuente: elaboración propia, 2023

7. ANALISIS DE COSTOS E INGRESOS

7.1. Proyección de ventas

Grafico 17

Proyección de ventas

Capacidad de producción en Unidades:		
	Producto A	Producto B
Diario	40	40
Mes	1.200	1.200
Año	14.400	14.400
Tipo de empresa	PRODUCCION DE MERMELADA PARA DIABETICOS	

Fuente: elaboración propia, 2023

	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	80%	80%	85%	90%	100%
Producto A	11.520	11.520	12.240	12.960	14.400
Producto B	11.520	11.520	12.240	12.960	14.400
	23.040	23.040	24.480	25.920	28.800

Fuente: elaboración propia, 2023

7.2. Costos fijos

Grafico 18

Planilla de previsión y provisión

N°	Nombre completo	GANADO TOTAL	AFF- Patronal 3%	PROVIVIENDA 2%	Cns 10%	RIESGO PROF. 1,71%	AGUI 8,33%	INDEM 8,33%
1	Gerente	2.000,00	60,00	40,00	200,00	34,20	166,60	166,60
2	Contador	500,00	15,00	10,00	50,00	8,55	41,65	41,65
3	Operador	2.000,00	60,00	40,00	200,00	34,20	166,60	166,60
4	Operador	2.000,00	60,00	40,00	200,00	34,20	166,60	166,60
TOTAL		6.500,00	195,00	130,00	650,00	111,15	541,45	541,45

Fuente: elaboración propia, 2023

Grafico 19

Sueldos y salarios

Nº	CARGOS	TOTAL GANADO	CANT.	UNIDAD	COSTO ANUAL
1	Gerente	2.667,40	12	Meses	32.008,80
2	Contador	666,85	12	Meses	8.002,20
3	Operador	2.667,40	12	Meses	32.008,80
4	Operador	2.667,40	12	Meses	32.008,80
Total presupuesto		8.669,05			104.028,60

Fuente: elaboración propia, 2023

Grafico 20

Costo fijo total

Nº	CONCEPTO	COSTO MENSUAL	CANT.	UNIDAD	COSTO ANUAL
1	Sueldos	8.669,05	12	meses	104.028,60
2	Alquiler mas servicio	1000,00	12	meses	12.000,00
3	Servicio telefónico c	90,00	12	meses	1.080,00
4	Gas	23	12	meses	270,00
Costo Fijo Total		9.781,55			117.378,60

Fuente: elaboración propia, 2023

7.3. Costos variables

Grafico 21

Costo variable por unidad

	Cantidad:			80	
	COSTOS Y CANTIDADES				
DETALLE	Unidad de Medida	Cantidad	Precio x Kilo o Unid		Precio Total
Maracuya	KILO	15	13		195
Guineo	kilo	6	10		60
Mango	kilo	6	20		120
Limon	Ud	5	1		5
Copuazu	KILO	10	10		100
Durasno	Kilo	5	20		100
		COSTO TOTAL			580
		COSTO UNITARIO			7.25

Fuente: elaboración propia, 2023

Costo Variable por producto	COSTO
CVU prod1	7.25
Total	7.25

Fuente: elaboración propia, 2023

Grafico 22

Costo variable por año

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Proyección de ventas	23,040	23,040	24,480	25,920	28,800
Costo variable prod	7.25	7.25	7.25	7.25	7.25
COSTO VARIABLE TOTAL	167,040.00	167,040.00	177,480.00	187,920.00	208,800.00

Fuente: elaboración propia, 2023

Grafico 23

Proyección por el tiempo de vida del proyecto

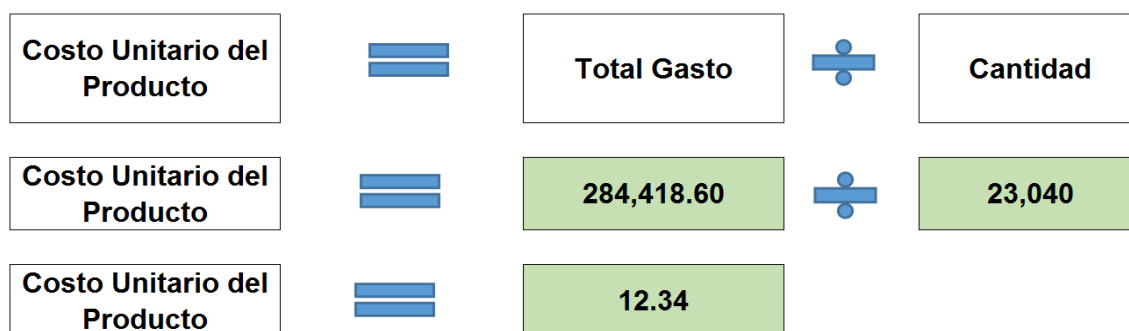
Detalle	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5 -10
Capacidad utilizada (%)	80%	80%	85%	90%	100%
Costos Variables	133,632.00	133,632.00	150,858.00	169,128.00	208,800.00
Materiales e insumos directos	133,632.00	133,632.00	150,858.00	169,128.00	208,800.00
Costos Fijos	117,378.60	117,378.60	117,378.60	117,378.60	117,378.60
Sueldos	104,028.60	104,028.60	104,028.60	104,028.60	104,028.60
Alquiler mas servicios basicos	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Servicio telefónico o internet	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00
Gas	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00
COSTOS TOTALES	251,010.60	251,010.60	268,236.60	286,506.60	326,178.60

Fuente: elaboración propia, 2023

7.4. Costo unitario

Grafico 24

Costo unitario



Fuente: elaboración propia, 2023

7.5. Costo total

Grafico 25

Costo total

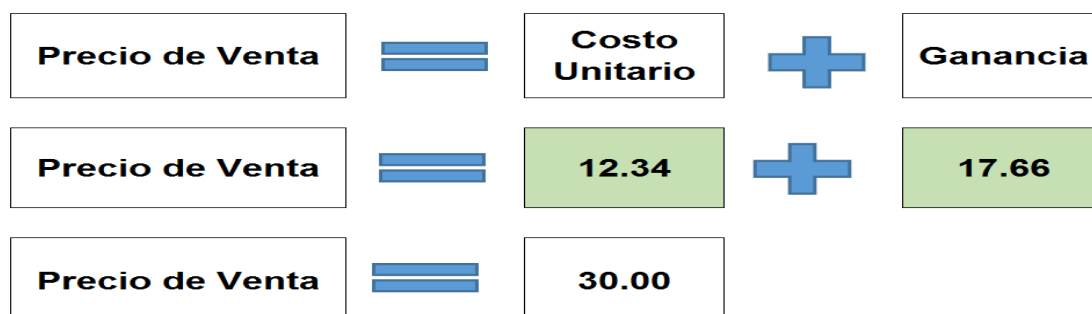
CONCEPTO	COSTO ANUAL
Costos Fijos	117,378.60
Costos variables	167,040.00
Total Costos	284,418.60

Fuente: elaboración propia, 2023

7.6. Determinación del precio de venta

Grafico 26

Precio de venta

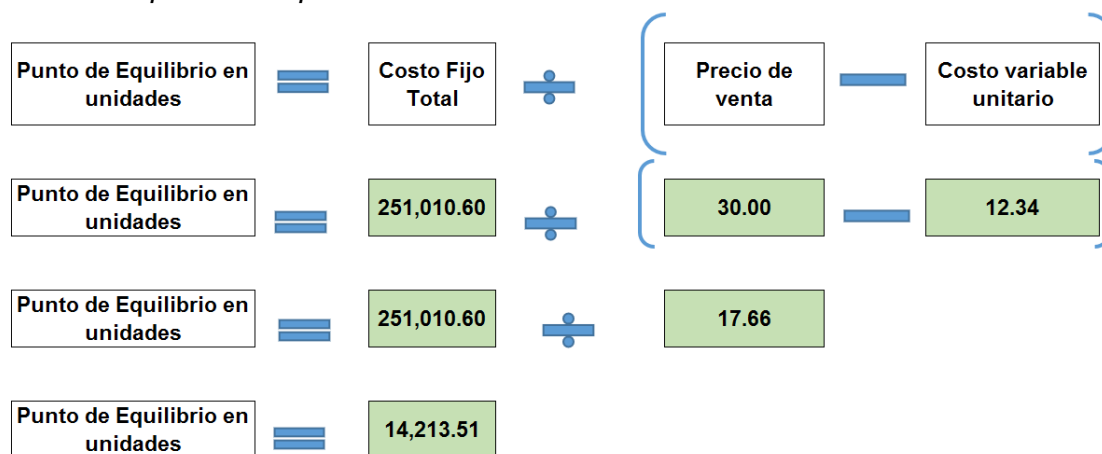


Fuente: elaboración propia, 2023

7.7. Punto de equilibrio

Gráfico 27

Cálculo del punto de equilibrio



Fuente: elaboración propia, 2023

Gráfico 28

Determinación del punto de equilibrio en unidades monetarias

CONCEPTO			IMPORTE
Ventas (PV*PE)	30.00	14,213.51	426,405.30
Costo variable(CV*PE)	7.25	14,213.51	103,047.95
INGRESOS POR VENTAS			323,357.35
Costo Fijo			117,378.60
UTILIDAD			0

Fuente: elaboración propia, 2023

Grafico 29

Proyección de ventas en bolivianos

SERVICIO O PRODUCTO	PROYECCION DE VENTAS ANUALES EN BOLIVIANOS				
	1	2	3	4	5
Cantidad vendida	23,040	23,040	24,480	25,920	28,800
Precio de Venta	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
TOTAL INGRESOS	691,200.00	691,200.00	734,400.00	777,600.00	864,000.00

Fuente: elaboración propia, 2023

8. DETERMINACION DEL CAPITAL

8.1. Activos fijos

Grafico 30

Determinación del capital

BIENES ECONOMICOS DURADEROS	CANT.	UNID.	PRECIO UNITARIO	INVERSIÓN TOTAL
Muebles y Equipos de cocina				
Cocina 4 hornallas	2	Pieza	1,500.00	3,000.00
Mesas inox 2 x 1,50	2	Pieza	2,000.00	4,000.00
Horno	0	Pieza	4,000.00	-
Frigoríficos	2	Pieza	4,000.00	8,000.00
Licuadaora	3	Pieza	650.00	1,950.00
Garrafa	2	Pieza	10.00	20.00
Ollas de 8 litros	2	Pieza	200.00	400.00
Moldes	20	Pieza	150.00	3,000.00
Ollas de 2.5 Litro	5	Pieza	100.00	500.00
Estantes	2	Pieza	90.00	180.00
TOTAL ACTIVO FIJO				21,050.00

Fuente: elaboración propia, 2023

8.2. Capital de trabajo

Grafico 31

Capital de trabajo

DETALLE	COSTO ANUAL
Costos de producción	284,418.60
año en meses	12
Capital de trabajo	23,701.55

Fuente: elaboración propia, 2023

8.3. Inversión pre operativos

Grafico 32

Inversión pre operativa

INVERSION PREOPERATIVA	
CONCEPTO	IMPORTE Bs.
Gastos de Constitución: Protocolización Documento constitucion y Poder Inscripción y afiliación del Emprendimiento: SEPREC Servicio de impuestos Gobierno Autónomo Municipal GESTORA CNS Ministerio de Trabajo Honorarios PROFESIONALES ESPECIALIZADOS	6.050,00
Publicidad	500,00
TOTAL GASTOS PREOPERATIVA	6.550,00

Fuente: elaboración propia, 2023

9. PLAN FINANCIERO

9.1. Definición de la estructura financiera

Grafico 33

Inversiones del proyecto

INVERSIONES	COSTO ANUAL
Inversión Activos fijos (Bienes duraderos)	21,050.00
Inversiones Preoperativas	2,000.00
Capital de Trabajo	23,701.55
TOTAL INVERSIONES	46,751.55

Fuente: elaboración propia, 2023

9.2. Tiempo de vida del proyecto

El proyecto tiene un tiempo de duración de 5 años

9.3. Estados financieros

9.4. Balance inicial

Grafico 34

Balance inicial

BALANCE INICIAL			
AL 2 DE MAYO DE 2023			
(expresado en bolivianos)			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO A CORTO PLAZO	23,701.55		
Activo Disponible			
Caja Moneda Nacional	23,701.55		
Total Activo Disponible	23,701.55	CAPITAL	46,751.55 46,751.55
ACTIVO A LARGO PLAZO	23,050.00	Capital social	46,751.55
Bienes de uso	21,050.00		
Total bienes de uso	21,050.00		
Activo Diferido			
Gastos de Organización (Inversión Preoperativa)	2,000.00		
Total activo Diferido	2,000.00		
TOTAL ACTIVOS	46,751.55	TOTAL PASIVO Y CAPITAL	46,751.55

Fuente: elaboración propia, 2023

9.5. Estado de pérdidas y ganancias

Grafico 35

Estado de resultado

Detalle	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5 -10
Ingresos Brutos (a)	691,200.00	691,200.00	734,400.00	777,600.00	864,000.00
IVA 13%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ingresos Netos	691,200.00	691,200.00	734,400.00	777,600.00	864,000.00
Costos Totales Anuales	-284,418.60	-284,418.60	-284,418.60	-284,418.60	-284,418.60
IT pagado (3%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Imponible (b)	406,781.40	406,781.40	449,981.40	493,181.40	579,581.40
IUE (25% de b)		-101,695.35	-101,695.35	-112,495.35	-123,295.35
Utilidades netas	406,781.40	305,086.05	348,286.05	380,686.05	456,286.05

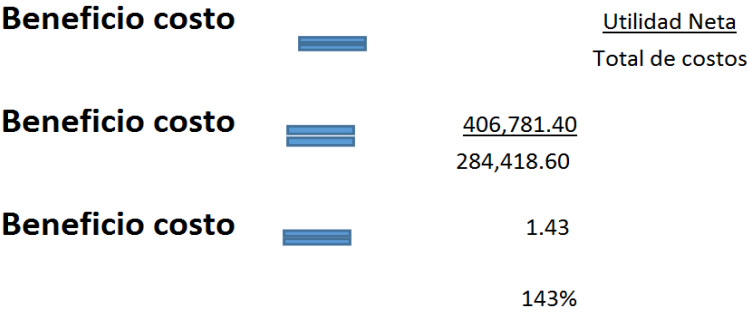
Fuente: elaboración propia, 2023

9.6. Indicadores financieros

9.6.1. Beneficio costo

Grafico 36

Beneficio de costo



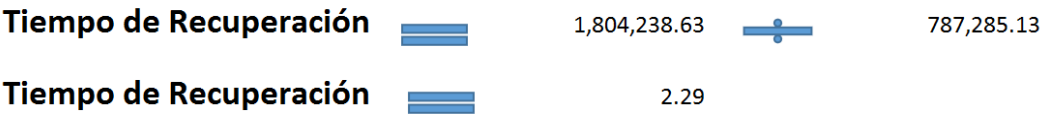
Fuente: elaboración propia, 2023

9.6.2. Tiempo de recuperación del capital

Grafico 37

Periodo de recuperación

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
0	0.00	0.00
1	406,781.40	406,781.40
2	610,172.10	1,016,953.50
3	787,285.13	1,804,238.63
4	944,689.89	2,748,928.52
5	1,111,883.47	3,860,811.99



Fuente: elaboración propia, 2023

10. RESPONSABILIDAD Y FORMALIDAD DEL NEGOCIO

TABLA N° 16

MATRIZ DE PROCEDIMIENTO DE FORMALIZACION DELNEGOCIO

FORMALIZACION DEL NEGOCIO		
INSTITUCION	AUTORIZACION	COSTOS
Servicio de impuestos Nacionales	Certificado de inscripciones	
SEPREC	Matricula de comercio	
Bs.455		
Gobierno autónomo Municipal de cobija	Licencia de funcionamiento	
GESTORA	NUA	
Ministerio de trabajo	ROE	
SENASAG	Registro sanitario	Bs.4850
OTROS	Fotocopias, taxi, tarjetas de celular, formularios, etc.	Bs. 745
	TOTAL	Bs.6050

Fuente: Elaboración propio, 2023

11. EVALUACION DE LA INFORMACION Y PLAN DE ACCION

TABLA 17

EVALUACION DE LA INFORMACION Y PLAN DE ACCION

AREA DE REQUERIMIENTO DE INFORMACION	FUENTE	RECURSO OBTENIDO	FORMA DE APLICACIÓN	RESULTADO
Conceptos teóricos	Internet	Conceptos y funciones obtenidos en varias páginas de internet	Estos conceptos guían y respaldan las afirmaciones en este documento	Además, bien sustentadas desde el punto de vista teóricos
Evaluación del emprendedor	Internet	Formulario de internet	Cada uno de los integrantes del grupo lleno formulario	Los resultados fueron positivos, pues los dos obtuvieron una calificación sobresaliente en sus aptitudes emprendedoras
Datos de la competencia	Muestra estadística	Cuestionario	Se determino una muestra estadística y se aplicó el cuestionario en la misma, en total de 47 personas de la ciudad de cobija.	Los resultados orientaron a la investigación respecto a la tecnología empleada por la compendia, segmentos de mercado y clientes que atienden
Datos del mercado	Muestra estadística	Cuestionario	Se determino una muestra estadística y se aplicó el cuestionario en la misma, en total fueron 47 personas entrevistadas	Datos sobre edad, preferencias, conocimiento de las técnicas propuestas en el emprendimiento, precio de los productos ofrecidos
Evaluación financiera del Proyecto	Internet	Formulas y conceptualizaciones	Se desarrolló un sistema de simulación de la situación económica en un archivo Excel	Los resultados obtenidos en este sistema validan como exitoso y viable el emprendimiento.

Fuente: elaboración propia, 2023

TABLA 18

Plan de acción

AREA CRITICA DEL NEGOCIO	PROGRAMA	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA											
			MES 1				MES 2				MES 3			
			S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Plan de mercadeo	Estrategia de promoción	Mercadeo En Line												
		Mercadeo Masivo												
Instalación del negocio	Instalación física del negocio	Mercadeo de segmentos												
		Acondicionamiento, del negocio, trabajos de albañilería, electricidad, etc.												
		Compra de suministros												
		Compra de insumos												
Formalización del negocio	Obtención del NIT Certificación de FUNDEMPRES A Obtención de Licencia de Funcionamiento Seguro Social Registro en la AFP Registro en el Ministerio de trabajo	Cuestionario												

Fuente: elaboración propia, 2023

Este plan se ejecuta una vez que se tenga el financiamiento explicado en el cuadro de estructura financiera.

12. CONCLUSIONES

De acuerdo a los estudios realizados hemos obtenido información que nos demuestra la factibilidad del proyecto, llegando a las siguientes conclusiones:

Contaremos con una aceptación del producto por parte de nuestro mercado objetivo siendo esto demostrado a través de nuestras encuestas que hemos realizado.

Dado que queremos lograr un posicionamiento en la mente de nuestros consumidores, es importante realizar distintas campañas publicitarias las cuales son fundamentales para dar a conocer nuestro producto, valiéndonos de los diferentes medios de comunicación.

13. RECOMENDACIONES

Debido a que nuestro producto es nuevo en el mercado es recomendable implementar un buen plan de marketing que permita que nuestros clientes objetivos conozcan todos los beneficios y bondades de la mermelada artesanal, de esta manera podremos garantizar la factibilidad del proyecto.

Generar propuestas y proyectos para fomentar el consumo y producción del maracuyá y el copuazu, tomando como materia prima estos frutos y lograr su adecuado uso y comercialización.

14. BIBLIOGRAFIAS

<https://www.paho.org/es/temas/diabetes>

<https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/bba266cd-1d03-44b5-a7ce-27b4c425afe8/content>

<https://www.lorussofood.com/mermeladas-gourmet/beneficios-de-las-mermeladas/>

ANEXOS

ANEXO 1

Cuestionario (mercado potencial)

Cuál es su edad?

R.

¿Cuál es su género?

MASCULINO

FEMENINO

PREFIERO NO DECIR

¿Dónde compra usted la mermelada?

TIENDA

SUPERMERCADO

MERCADO

OTROS

¿Usted consume la mermelada?

SI

NO

¿Marca el criterio por el cual usted compra el producto?

PRECIO

CALIDAD

TAMAÑO

SABOR

¿Usted sufrió y/o conoce que padece de diabetes?

SI

NO

¿Consumiría una mermelada casera, pero endulzada con estevia siendo mucho más natural y saludable, para todo el público especialmente los diabéticos?

SI

NO

¿Con que frecuencia consume mermelada?

2 VECES POR SEMANA

2 VECES AL MES

4 VECES AL AÑO

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una mermelada para diabéticos?

Bs. 25

Bs. 30

Bs. 35

¿En qué envase le gustaría encontrar el producto?

SACHET

BOTE

FRASCO DE VIDRIO

ANEXO 2

SERIE "E"

Nº 0024887

T - TM



Estado Plurinacional de Bolivia
Ministerio de Educación
Moromboeguasu Jeroata
Yachay Kamachina
Yaticha Kamana



El Ministro de Educación:

Adrián Rubén Quelca Tarqui

En cumplimiento del Artículo 78, parágrafo IV de la Constitución Política del Estado Plurinacional, la ley 070 de la Educación "Avelino Siñani - Elizardo Pérez" y de la R.M. Nº 1263/2018 del Bachillerato Técnico Humanístico, se confiere el presente:

Título de Técnico Medio

Gastronomía

De:

Nayely Mamani Chambi

A:

Nacido (a) en fecha 5 de Diciembre de 2002 en La Paz - Bolivia

Estudios Realizados en la Unidad Educativa:

Bruno Racua - Pando

Por lo tanto, queda habilitado (a) para el ejercicio profesional y continuidad de estudios superiores en todo el territorio del Estado Plurinacional de Bolivia con todos los derechos y las obligaciones que la Ley señala.

Es conferido en la ciudad de La Paz - Bolivia, a los veintiún días del mes de diciembre del año dos mil veinte

Bartolomé Puma Velásquez
Viceministro de Educación Regular

Adrián Rubén Quelca Tarqui
Ministro de Educación

ANEXO 3



Fuente: elaboración propia, 2023

ANEXO 4



Fuente: elaboración propia, 2023

ANEXO 5



Fuente: elaboración propia, 2023

ANEXO 6



Fuente: elaboración propia, 2023