

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI
“JOSE BALLIVIAN”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“PRODUCCIÓN DE HELADO DE QUESO ARTESANAL,
MUNICIPIO GUAYARAMERIN 2023**

PROYECTO DE INVERSION

Rocio Villa Terán
Universitaria

M. Sc. Lic. Ramiro Irineo Álvarez Mamani
DOCENTE

GUAYARAMERIN – BENI – BOLIVIA - 2023

HOJA DE APROBACIÓN

Guayaramerín, 08 de diciembre del 2023

.....

M. Sc. Lic. Ramiro Irineo Álvarez Mamani

DOCENTE ASIG. PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS



.....

Univ. Rocio Villa Teran

AUTORA 1

.....

Univ. Silvana Duran Guallani

AUTORA 2

.....
Univ. Carla Daniela Castro Arteaga
AUTORA 3

.....
Univ. Franz Tipuni Durán
AUTOR 5

.....
Univ. Luis Fernando Durán Ojopi
AUTOR 5

DEDICATORIA

A Dios

Primeramente, a nuestro padre celestial, quien siempre nos ha demostrado su grande amor y misericordia, y que no nos abandonó en los momentos difíciles de la vida.

A nuestros padres

El esfuerzo y las metas alcanzadas, refleja la dedicación, el amor que invierten a sus hijos. Gracias a nuestros padres somos quien somos y gracias a ellos hemos concluido una meta más en nuestras vidas.

Al M. Sc. Lic. Ramiro Irineo Álvarez Mamani

Más que un licenciado, un gran amigo, quien, con sus conocimientos, enseñanzas y su gran trayectoria ha sabido guiarnos, para que cada uno haya podido lograr sus proyectos con éxito.

Al equipo

Que juntas hemos logrado, formamos y desarrollado el presente proyecto, habiéndolo culminado.

¡DEDICADO A TODOS USTEDES!

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a DIOS, primeramente, por darnos vida y salud la fortaleza necesaria para salir adelante, y perseverar y poder lograr nuestro objetivo.

A nuestros padres con mucho cariño, por el esfuerzo económico, emocional, físico y sobre todo su amor y comprensión, estando siempre a nuestro lado incondicionalmente.

A nuestros familiares y amigos que han estado con nosotros de una u otra manera acompañándonos en este proceso, que nos colaboraron, gracias por su tiempo y dedicación para con nosotros.

Le agradecemos infinitamente a nuestro docente al M. Sc. Lic. Ramiro Irineo Álvarez por sus enseñanzas, su paciencia, y sobre todo por orientarnos y brindarnos su apoyo constante en la realización del presente proyecto.

Al equipo de trabajo por todas esas arduas noches de desvelos, la paciencia y dedicación al trabajo realizado.

A la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” de la carrera de “Administración de empresas” Guayaramerín, por habernos brindado tantas oportunidades y enriquecernos en conocimiento, quienes están constantemente contribuyendo en nuestra formación profesional, científica y humanística

¡MIL GRACIAS A TODOS

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES	14
1.1 INTRODUCCIÓN	14
1.2 ANTECEDENTES	15
1.2.1 <i>Antecedentes Nivel internacional:</i>	<i>15</i>
1.2.2 <i>Antecedentes Nivel nacional:</i>	<i>15</i>
1.3 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	16
1.4 SITUACION PROBLEMÁTICA	16
1.5 OBJETIVOS	17
1.5.1 <i>Objetivo general</i>	<i>17</i>
1.5.2 <i>Objetivos específicos.</i>	<i>18</i>
CAPITULO II	20
2 ESTUDIO DE MERCADO	20
2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	20
2.2 ÁREA GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO DE MERCADO	20
2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	20
2.4 POBLACIÓN PROYECTADA	20
2.5 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	21
2.5.1 <i>Características de los demandantes</i>	<i>21</i>
2.5.2 <i>Datos generales y resultado de las encuestas</i>	<i>22</i>
2.5.3 <i>Población proyectada de los consumidores</i>	<i>28</i>
2.6 DETERMINACIÓN DEL CONSUMO DEL PRODUCTO	29
2.6.1 <i>Demanda potencial en la actualidad de helado de queso en el Municipio de Guayaramerín 2022.</i> 30	
<i>Demanda potencial en la actualidad de helado de queso en el Municipio de Guayaramerín 2022</i>	<i>30</i>
2.7 BALANCE DE LA DEMANDA Y OFERTA PROYECTADA	30
2.8 RESULTADOS:	31
2.9 LA DEMANDA	31
2.10 LA OFERTA	31
2.11 LA DEMANDA INSATISFECHA	31
2.12 ANÁLISIS DEL PRECIO	31
2.12.1 <i>Precio propuesto por el proyecto</i>	<i>31</i>
2.12.2 <i>Commercializacion</i>	<i>31</i>
2.12.3 <i>Canal de comercialización</i>	<i>32</i>
2.13 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	33
2.13.1 <i>Precio</i>	<i>33</i>
2.13.2 <i>Plaza</i>	<i>33</i>
2.13.3 <i>Producto</i>	<i>33</i>
2.13.4 <i>Promoción</i>	<i>35</i>
2.13.5 <i>Publicidad</i>	<i>35</i>
2.13.6 <i>Posicionamientos</i>	<i>35</i>
3 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	37

3.1	TAMAÑO	37
3.2	MERCADO (DEMANDA)	37
3.3	MATERIAL PRIMA	37
3.4	DISPONIBILIDAD DE FINANCIAMIENTO	37
3.5	TECNOLOGÍA	37
3.6	PROGRAMAS DE PRODUCCIÓN PROPUESTAS	38
3.7	COBERTURA DEL PROYECTO	38
3.8	LOCALIZACIÓN	38
3.8.1	<i>Macro Localización</i>	38
3.8.2	<i>Macro localización</i>	39
3.8.3	<i>Micro localización del proyecto</i>	40
3.9	FACTORES QUE DETERMINAN LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	41
3.9.1	<i>Disponibilidad de Materia Prima</i>	41
3.9.2	<i>Recursos Humanos</i>	41
3.10	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS PARA LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.	41
3.10.1	<i>Selección de alternativa de localización más viable</i>	42
3.11	FACTORES QUE DETERMINAN LA LOCALIZACIÓN	42
3.11.1	<i>Alquiler</i>	42
3.11.2	<i>Disponibilidad de Tecnología</i>	42
3.11.3	<i>Accesibilidad de Servicios Básicos</i>	42
3.11.4	<i>Cercanía a hoteles, centros educativos, instituciones</i>	42
4	INGENIERIA DE PROYECTO	44
4.1	ASPECTOS GENERALES	44
4.2	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.	44
	DIAGRAMA DE OPERACIONES DEL PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DE HELADO DE QUESO	46
4.3	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	47
4.4	REQUERIMIENTO DE ACTIVOS PARA EL PROYECTO	49
4.4.1	<i>Requerimientos de equipamientos y maquinaria (Expresado en bolivianos)</i>	49
4.4.2	<i>Requerimiento de infraestructura</i>	49
4.4.3	<i>Requerimiento de equipo de computación (oficina)</i>	50
4.4.4	<i>Requerimiento de equipo de enseres</i>	50
4.4.5	<i>Requerimiento de muebles</i>	50
4.4.6	<i>Requerimiento de vehículos</i>	50
4.4.7	<i>Gastos de organización</i>	51
4.4.8	<i>Ropa de trabajo</i>	51
4.4.9	<i>Material de Escritorio</i>	51
4.4.10	<i>Material De Limpieza</i>	51
4.4.11	<i>Materia prima</i>	52
4.4.12	<i>Envases y etiquetas</i>	52
4.4.13	<i>Gasto de capacitación de personal</i>	52
4.4.14	<i>Servicios básicos</i>	52
4.4.15	<i>Sueldos y salarios</i>	52
	ASPECTOS LEGALES	53
Y	53
	ORGANIZACIÓN	53
5	ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZACIÓN	54

5.1	MISIÓN	54
5.2	VISIÓN	54
5.3	REQUISITOS PARA LA APERTURA DE LA EMPRESA	54
	PARA DAR INICIO A LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA DE FORMA LEGAL Y OFICIALMENTE SE DEBERÁ SEGUIR.....	54
	EL SIGUIENTE PROCEDIMIENTO:	54
5.4	MARCO LEGAL	55
5.5	TRÁMITE PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA	55
5.5.1	<i>Matricularse en FUNDEMPRESA</i>	56
5.5.2	<i>Servicios de Impuestos nacionales</i>	56
5.5.3	<i>Licencia de funcionamiento municipal</i>	57
5.6	INSCRIPCIÓN AL SEGURO SOCIAL (CNS)	57
5.6.1	<i>AFPS Administradoras de fondos de pensiones</i>	58
5.6.2	<i>Registro Obligatorio del Empleador (ROE)</i>	58
5.6.3	<i>Senasag</i>	59
5.6.4	<i>Sistemas participativos de garantía</i>	59
5.7	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	60
5.8	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	60
5.9	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	60
5.10	OBJETIVO DEL MANUAL	61
5.11	ATRIBUCIONES	61
	INVERSIONES Y	65
	FINANCIAMIENTO	65
6	INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	66
6.1	PLAN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO	66
	<i>PLAN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO (EXPRESADO EN Bs.)</i>	66
6.2	DETALLES DE LAS INVERSIONES FIJAS	67
6.3	DETALLE DE LA INVERSIÓN DE TRABAJO	67
6.4	DETALLE DE INVERSIONES CORRIENTES	68
6.5	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	68
6.5.1	<i>Estructura de Financiamiento (Expresado en Bs.)</i>	69
6.6	CONDICIONES DE CRÉDITO	70
6.7	ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO	70
	<i>ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO (EXPRESADO EN Bs.)</i>	70
6.8	RIESGO DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	71
	INGRESOS Y COSTOS	72
	CAPITULO VII	1
7	INGRESOS Y COSTOS	1
7.1	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	1
7.2	COSTO DE MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS	1
7.3	PROYECCIÓN DE COSTOS.....	1
7.4	PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL PROYECTO.....	1
7.5	ESTADO DE RESULTADO	4
7.5.1	<i>Estado de resultado con financiamiento</i>	4
7.5.1	<i>Estado de resultado sin financiamiento</i>	5
	EVALUACION DEL PROYECTO	1

8	EVALUACIÓN FINANCIERA	1
8.1	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	1
	EVALUACIÓN DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO	1
	FLUJOS DE BENEFICIOS	1
	INDICADORES DE EVALUACIÓN VAN CON FINANCIAMIENTO EN BS.	1
	INDICADORES DE EVALUACIÓN VAN SIN FINANCIAMIENTO EN BS.....	1
	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	1
8.2	EVALUACIÓN AMBIENTAL	2
8.3	MATRIZ DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS AMBIENTALES.....	1
	MATRIZ DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS AMBIENTALES	1
	VI LINEA DE BASE AMBIENTAL	1
	<i>GEOLOGÍA</i>	2
	FACTOR AMBIENTAL	5
E)	AFFECTING LAS VIVIENDA'S	5
	LOS DESLIZAMIENTOS/DERRUMBES AFECTAN:	6
	FACTOR AMBIENTAL	7
	RESPECTO A LOS ÁRBOLES	8
	¿QUÉ GANADO ES MÁS FRECUENTE?.....	9
	FACTOR AMBIENTAL	9
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2
9	CONCLUSION	3
9.1	CONCLUSIONES.....	3
9.2	RECOMENDACIONES	3
	ANEXOS	4
10	ANEXO	5
10.1	PLANILLAS DE SUELDOS Y SALARIOS CORRESPONDIENTES GESTIÓN ENERO 2023 – 2025(EXPRESADO EN BOLIVIANOS)	5
10.2	VAN SIN FINANCIAMIENTO (EXPRESADO EN BOLIVIANOS)	5
10.3	REFERENCIAS.....	6

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿en qué otb vives?	22
Tabla 2 ¿cuántos miembros integran en tú familia?	23
Tabla 3 ¿alguna vez has consumido "helado de queso" o algún tipo de helado similar?	23
Tabla 4. Qué precio gustaría pagar por el producto	24
Tabla 5. ¿qué atributo valora más al momento de adquirir el helado?	24
Tabla 6 ¿con que frecuencia compraría el helado de queso?.....	25
Tabla 7 ¿cuál de los siguientes logotipos le agrada?	26
Tabla 8. ¿conoce usted el valor nutritivo del helado de queso?	27
Tabla 9 ¿con que medio de comunicación se informa?.....	27
Tabla 10 ¿en qué lugar le gustaría comprar el producto?.....	28
Tabla 11 población proyectada para el municipio de Guayaramerín 2022-2031.....	28
Tabla 12 demanda insatisfecha del helado de queso en la ciudad de Guayaramerín	30

FICHA TÉCNICA

Nombre	Producción de helado de queso artesanal, Municipio de Guayaramerín. 2022
Ubicación política:	Municipio de Guayaramerín; Provincia Vaca Diez del Departamento de Beni.
Ubicación geográfica:	Se encuentra en el centro de la ciudad de Guayaramerín.
Grupos meta:	Hogares de Guayaramerín.
Objetivos Superior:	Promover la economía y mejorar los ingresos económicos De los habitantes de la ciudad de Guayaramerín donde se llevará a cabo el Proyecto. De tal manera así mismo incrementar la actividad Económica en el municipio de Guayaramerín.
Objetivo del proyecto:	Implantar una planta de heladería en la Ciudad de Guayaramerín bajo un

	sistema de producción sostenible para su comercialización.
Modalidad de ejecución	Contratación de personal especializado en cada área del proyecto, ejecución de la construcción de la procesadora para su operación.
Marco institucional	Municipio de Guayaramerín.
Tiempo de implantación	Un semestre
Costo de la inversión	426862,42
Evaluación económica con financiamiento	VAN 32.249,06 TIR 50% RBC 0,07 PRI 3 años 8 meses 3 días
Evaluación económica sin financiamiento	VAN 184.591,82 TIR 48% RBC 0,00 PRI 3 años 9 meses 3 días



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
BENI JOSÉ BALLIVIÁN**



CAPITULO I

**INTRODUCCIÓN
Y
ANTECEDENTES**



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

1.1 INTRODUCCIÓN.

La producción de helados de queso artesanal con ingredientes naturales en la ciudad de Guayaramerín en 2023 representa una innovación clave en nuestra época. El aprovechamiento de ingredientes nutritivos es fundamental para obtener una amplia variedad de productos. El principal objetivo de este proyecto es aprovechar la materia prima (queso) para beneficiar a jóvenes, niños y adultos en la ciudad de Guayaramerín, provincia Vaca Diez del departamento del Beni.

Para alcanzar este propósito, se realizó un análisis exhaustivo de la ciudad de Guayaramerín y las ventajas que ofrece para la incorporación de un nuevo negocio. Se tomaron en cuenta diversos factores que influyen en el funcionamiento diario del lugar, siendo el turismo el factor predominante debido a la amplia variedad de lugares atractivos que ofrece, incluyendo su gastronomía.

En este sentido, se llevaron a cabo encuestas a personas de diferentes edades y géneros, lo que permitió trabajar directamente con los futuros consumidores y obtener una idea más clara de las necesidades que nuestro proyecto debe cubrir. Además, se realizó un estudio de aceptabilidad con 353 personas en relación con la idea de crear una heladería en el lugar, donde el 95% manifestó su agrado hacia los helados y la ejecución del proyecto.

El proyecto se enfocará en la producción de helados de queso artesanal en presentaciones individuales de 150g con un toque artesanal característico de la región. Asimismo, se implementarán maquinarias industriales para la elaboración de los helados.

1.2 ANTECEDENTES

1.2.1 Antecedentes Nivel internacional:

Cutupa, (2012) realizo un proyecto realizado **PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA HELADERÍA ARTESANAL** empresa para la importación y comercialización de productos alimenticios a base de queso. Presentado el año 2012 en la escuela de ingeniería de Antioquia en las carreras de ingeniería industrial e ingeniería administrativa. Analizando la problemática los Helados Artesanales ponen en práctica recetas caseras de postres puede terminar en un negocio muy provechoso.

Ya hay varias experiencias exitosas en el mercado: Maritza, 4D, Bugatti y Anhelare, entre otras.

El Perú se ha convertido en un próspero productor frente a Argentina y a Bolivia, que buscan desplazar a Italia como la cuna del helado artesanal. Su objetivo es elaborar un Plan de Negocio para la apertura de una Heladería Artesanal la cual satisfaga la demanda del mercado de personas que gusten comer de un delicioso helado artesanal. En este proyecto se utilizó la metodología exploratoria la información buscada en esta investigación se hizo por medio de encuestas a consumidores de helados, en los diferentes puntos de ventas de la ciudad de Perú, con esta encuesta se buscan las diferentes actitudes, motivaciones, creencias, sentimientos con respecto a la compra de helados por parte de los consumidores. Concluyendo con el estudio económico se analizaron 3 escenarios: pesimista, conservador, optimista, con el objetivo analizar las variaciones de la TIR con respecto a las variaciones en el precio ya que un leve aumento o disminución de este, causa una variación fuerte en este indicador. Una conclusión a la que se puede llegar es que a medida que las cantidades de producto aumentan, las ventas aumentan y el costo CIF por Kg disminuyen, los costos CIF representan el 74% de los ingresos totales lo cual es una cifra elevada y por esto se le debe dar gran importancia a estos costos con el objetivo de maximizar los ingresos.

1.2.2 Antecedentes Nivel nacional:

FRUTTYCREAM realizaron un proyecto realizado plan de negocio presentado en el año 2016 con el objetivo de elaborar un plan de negocios para una empresa productora de helados personalizados, que se constituya en una alternativa diferente y de consumo saludable, con materia prima de calidad, sin exceso de conservantes aditivos y así con ello satisfacer las necesidades de las personas de la ciudad de Tarija.

Se llevó a cabo una investigación exploratoria que nos permitió realizar un diagnóstico general de los factores que más influyen en el sector de las heladerías a través de la información secundaria de las empresas y entidades públicas. Considerando que el resultado del VAN es

mayor a cero, este indicador nos muestra que el negocio es rentable, es decir de que se podrán cubrir los costos de operación obtener utilidades, la empresa obtendrá un monto adicional de Bs. 242545.74. (TIR) señala la rentabilidad promedio anual que genera el capital invertido en el negocio. $TIR = 0.189 = 18.9\%$

TIR 18.9% VAN 242545.74.Bs.

1.3 Descripción de la situación problemática.

Debido a que el mercado de los helados ha crecido de una forma muy abrumante, y en la actualidad es un producto de consumo masivo, las personas le agrada disfrutar de unos ricos helados; existiendo una necesidad de satisfacer los diversos gustos, preferencias y salir de lo común en lo que a líneas de sabores se refiere hemos visto la oportunidad de realizar una investigación objetiva en la rama de los helados; para poder determinar en una forma clara las mejores formas, métodos ,técnicas que utilizaremos y pondremos en prácticas para el incremento de las ventas de los helados.

El problema planteado inicia porque no existe un lugar idóneo que ofrezca helados de queso con las características que satisfaga las necesidades de los habitantes de la ciudad de Guayaramerín, además el clima de esta región cuya temperatura promedio es de 34/24 °C hace del helado uno de las mejores opciones para disfrutar.

1.4 Situacion problemática

Variable: Oferta actual

Contexto: En Guayaramerín, la falta de opciones para disfrutar de helados de queso que satisfagan las preferencias locales impulsa la creación de este proyecto. La demanda latente de un producto innovador y diferenciado representa una oportunidad clave en el mercado de helados de la región. Este proyecto busca abordar esta necesidad específica al proporcionar una oferta atractiva y única que llene el vacío existente. Su propósito es posicionar la marca y convertir el helado en un hábito alimenticio arraigado en las familias, ofreciendo un lugar donde disfrutar en compañía de amigos y familiares.

Causas:

1. Escasez de Oferta: La falta de establecimientos que ofrezcan helados de queso con las características deseadas por los consumidores locales contribuye a la insatisfacción de la demanda existente.

2. Falta de Diversidad: La limitada variedad de sabores y opciones de helados disponibles en la región no logra satisfacer plenamente las preferencias y gustos del público, lo que genera una oportunidad para la introducción de un producto innovador como el helado de queso.

3. Necesidades del Clima: El clima cálido predominante en la región, con temperaturas promedio de 34/24 °C, crea una demanda constante de opciones refrescantes, como los helados, que no está siendo plenamente atendida por la oferta actual.

Efectos:

1. Insatisfacción del Consumidor: La falta de opciones satisfactorias de helados de queso contribuye a la insatisfacción del consumidor, lo que limita la experiencia gastronómica y la posibilidad de disfrutar de un producto que se ajuste a sus preferencias.

2. Pérdida de Oportunidades Comerciales: La ausencia de una oferta adecuada resulta en la pérdida de oportunidades comerciales para los empresarios locales, que podrían beneficiarse al atender una demanda no satisfecha.

3. Estancamiento del Mercado: La falta de innovación y diversificación en el mercado de helados contribuye al estancamiento y la falta de crecimiento en este segmento, lo que afecta negativamente tanto a los consumidores como a los productores locales.

1.5 Objetivos**1.5.1 Objetivo general**

Producir y comercializar el helado de queso en la provincia Vaca Diez en el municipio de Guayaramerín ofreciendo así, al mercado un nuevo helado natural que por sus nutrientes ayuda

a cuidar la salud y proporciona al consumidor un producto novedoso con una agradable degustación al paladar de las personas que la consuman.

1.5.2 Objetivos específicos.

- ❖ Realizar un estudio de mercado sobre el consumo de helado de queso en la ciudad de Guayaramerín.
- ❖ Determinar la localización y el tamaño más óptimo del proyecto.
- ❖ Diseñar un estudio de la ingeniería del proyecto
- ❖ Cuantificar la inversión de recursos que necesitará el proyecto para ponerse en marcha.
- ❖ Determinar los costos y los ingresos.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI JOSÉ BALLIVIÁN



CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO



CAPITULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Objetivo Del estudio de Mercado

El objetivo del estudio sobre el helado de queso es analizar las preferencias de los consumidores en relación con este producto específico. Se busca comprender aspectos como el sabor, la textura, la presentación, el nivel de dulzura y la aceptación general del helado de queso. Estos datos proporcionarán información valiosa para el desarrollo y la comercialización de este tipo de helado, así como para comprender las tendencias del mercado.

2.2 Área geográfica Del estudio de Mercado

El mercado meta para la comercialización de helado de queso en la ciudad de Guayaramerín, que está conformada con 31 OTB y divididas en 4 distritos urbanos, también 38 comunidades campesinas ubicadas en el área rural de la ciudad.

2.3 Análisis de la demanda

El objetivo de realizar el estudio de la demanda del producto que es el helado de queso en los hogares de Guayaramerín es de conocer el nivel de aceptación del producto, para así mismo determinar las estrategias que se utilizaran en el mercado.

Se realizó la proyección de la población el municipio de la ciudad de Guayaramerín, se utilizaron datos del censo de la población y vivienda de la gestión 2001-2012 (INE-BOLIVIA), las cuales están distribuidas en las diferentes OTB del Guayaramerín, las cuales fueron proyectadas a la vida útil del proyecto (2022- 2031).

2.4 Población proyectada

El cálculo de la proyección efectuada en base de los siguientes datos:

- **PI**= Población inicial 2001 (hogares) – (7.180)
- **PF**= población final 2012 (hogares) – (7900)
- **n**= años de vida útil del proyecto (10 años) (2022-2031)
- **r**= Tasa de crecimiento anual (0.0086% anua

$$r = \frac{\sqrt[n]{poblacion (hogares)final}}{poblacion (hogares)inicial}$$

2.5 Determinación de la muestra

En el presente proyecto se utilizó la siguiente fórmula para obtener el tamaño de muestra de nuestro proyecto para ello se realizó una prueba piloto a 40 personas aleatoriamente y de esa manera se estimó una muestra de 239 hogares, cuyos resultados fueron sometidos a la siguiente fórmula:

Formula:

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

Donde:

Población	N	=	8677
Nivel de significancia (95%)	Z	=	1,96
Margen de error	E	=	0,05
Probabilidad a favor	p	=	0,52
Probabilidad en contra	q	=	0,48
Muestra	n	=	?

Una vez determinada la fórmula se procede a reemplazar los datos:

$$n = \frac{8603 (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (8603 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{367.78}{1 + 367.78}$$

$$n = 353 \text{ encuestas}$$

La recopilación de datos fue realizada a través de las encuestas dirigidas a 353 hogares (muestra) las cuales están distribuidas en las diferentes juntas vecinales de la ciudad de Guayaramerín del año 2022, dicha encuesta dio los siguientes gráficos.

2.5.1 Características de los demandantes

Dicha encuesta dio los siguientes resultados plasmados en las siguientes tablas y gráficos.

2.5.2 Datos generales y resultado de las encuestas

Tabla 2.5.

Tabla 1 ¿en qué ota vives?

N°	OPCIONES	N° DE HOGARES	%
1	1 DE MAYO	20	6
2	22 DE SEPTIEMBRE	14	4
3	LA POZA	16	5
4	SAN PEDRO	10	3
5	GUAYARAGUAZÚ	8	2
6	31 DE ENERO	9	3
7	EL MANANTIAL	13	4
8	HERNANDO SILES	12	2
9	16 DE JULIO	6	10
10	8 DE DICIEMBRE	34	2
11	LOS ALMENDROS	7	3
12	SAN MARTIN DE PORRES	11	2
13	SAN MARTIN II	7	2
14	SAN MIGUEL	7	7
15	SAN ISIDRO	23	4
16	FE Y ESPERANZA	12	2
17	9 DE ABRIL	7	7
18	NICOLÁS SUÁREZ	24	4
19	MAMORÉ	12	8
20	SAN JOSÉ	28	2
21	SAN JOAQUÍN	17	4
22	ACEITUNO	8	5
23	LAS CHONTAS	12	2
	TOTAL	353	100%

¿cuántos miembros integran en tú familia?

La tabla presenta la distribución del número de hogares en diferentes rangos, junto con el porcentaje correspondiente a cada rango. Por ejemplo, el 34% del total de hogares cae en el rango de 1 a 4 hogares, lo que equivale a 120 hogares.

Tabla 2.2

¿cuántos miembros integran en tú familia?

OPCION	N.º DE HOGARES	%
1 – 4	120	34
5 – 9	85	24
10 – 12	55	16
13 – 15	50	14
16 - 18	43	12
TOTAL	353	100%

Fuente: Elaboración propia

¿alguna vez has consumido "helado de queso" o algún tipo de helado similar?

La tabla refleja que, de un total de 353 encuestados, el 3% (12 hogares) ha consumido "helado de queso" o similar, mientras que el 97% (341 hogares) no lo ha hecho. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados no han probado este tipo de helado, mientras que una pequeña minoría sí lo ha hecho.

Tabla 2.7

¿alguna vez has consumido "helado de queso" o algún tipo de helado similar?

OPCION	N DE HOGARES	%
---------------	---------------------	----------

SI	12	3
NO	341	97
TOTAL	353	100

Qué precio gustaría pagar por el producto

Los datos revelan las preferencias de precio de los consumidores para el producto. La mayoría, un 85%, prefiere adquirirlo a 4 bolivianos, seguido por un 10% dispuesto a pagar 6 bolivianos. Solo un 4% optaría por un precio de 12 bolivianos, y un escaso 1% estaría interesado en adquirir un kilogramo del producto.

Tabla 2. 3.

Qué precio gustaría pagar por el producto

BS	OPCION	N° DE HOGARES	%
4	150	300	85
6	250	34	10
12	500	15	4
24	1KG	4	1
TOTAL		353	100%

¿qué atributo valora más al momento de adquirir el helado?

Al momento de adquirir helado, el valor nutricional es el atributo más valorado por el 34% de los hogares, seguido por el sabor, con un 28%. El precio ocupa el tercer lugar, con un 15% de preferencia, mientras que la presentación y la calidad tienen menor peso, con un 13% y un 1% respectivamente.

Tabla 2. 4.

¿qué atributo valora más al momento de adquirir el helado?

OPCION	N DE HOGARES	%
Valor nutricional	121	34
Sabor	98	28
Precio	54	15
Presentación	46	13
Calidad	34	1
TOTAL	353	100

Fuente: Elaboración propia

¿con que frecuencia compraría el helado de queso?

Los datos muestran las preferencias de compra de productos a lo largo de una semana. La opción "1-feb" destaca con un 56% de preferencia, seguida por "1KG" con un 22%. Las opciones "2KG" y "3KG" tienen un 10% y 7% respectivamente. Además, la opción "3KG" en la modalidad mensual cuenta con un 5% de preferencia, brindando información valiosa sobre las elecciones de compra de los consumidores.

Tabla 2.5

¿con que frecuencia compraría el helado de queso?

VALOR	OPCION	N DE HOGARES	%
1-feb	Semana	198	56
1KG	Semana	76	22
2KG	Semana	35	10
3KG	Semana	26	7
3KG	Mensual	18	5
TOTAL		353	100%

¿cuál de los siguientes logotipos le agrada?

La preferencia por logotipos se refleja en los datos, donde el logotipo número 1 es el favorito, con un 78% de preferencia, en comparación con el logotipo número 2, que cuenta con un 22%. Estos resultados proporcionan una visión clara de la preferencia del consumidor en cuanto a logotipos.

Tabla 2.6

¿cuál de los siguientes logotipos le agrada?

N°	OPCIONES	N° DE HOGARES	%
1		277	78
2		76	22
	TOTAL	353	100%

¿conoce usted el valor nutritivo del helado de queso?

La tabla refleja que, de un total de 353 encuestados, el 3% (12 hogares) si valoran el valor nutricional del "helado de queso" o similar, mientras que el 97% (341 hogares) no lo ha hecho. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados no han valorado este tipo de helado, mientras que una pequeña minoría sí lo ha hecho.

Tabla 2. 7.

¿conoce usted el valor nutritivo del helado de queso?

OPCION	N.º DE HOGARES	%
SI	12	3
NO	341	97
TOTAL	353	100

¿con que medio de comunicación se informa?

Los datos obtenidos en la encuesta muestran que el 89% de los hogares se informa a través de las redes sociales, lo que indica una clara preferencia por este medio de comunicación. La televisión, la radio y los volantes tienen una menor preferencia, con un 6%, 4% y 1% respectivamente.

Tabla 2.8

¿con que medio de comunicación se informa?

OPCION	N DE HOGARES	%
Redes sociales	313	89

Televisión	15	6
Radio	20	4
Volantes	5	1
Total	353	100

¿en qué lugar le gustaría comprar el producto?

La preferencia por lugares de compra se refleja en los datos, donde el 54% de los hogares prefiere adquirir el producto en un micro mercado, seguido por un 41% que opta por un mercado. Las tiendas de barrio y la plaza tienen una preferencia menor, con un 3% y 2% respectivamente. Estos resultados revelan las preferencias de compra de los consumidores.

Tabla 2.14

¿en qué lugar le gustaría comprar el producto?

OPCION	N DE HOARES	%
Micro mercado	181	54
Mercado	136	41
Tiendas de barrio	12	3
Plaza	6	2
TOTAL	353	100

2.5.3 Población proyectada de los consumidores

Tabla 2.5

Población proyectada para el municipio de Guayaramerín 2022-2031

Año	Población Proyectada
2022	8603
2023	8677
2024	8751

2025	8826
2026	8901
2027	8978
2028	9054
2029	9132
2030	9210
2031	9289

FUENTE: Elaboración propia

En el siguiente cuadro refleja los 10 años de vida útil para el proyecto del municipio de Guayaramerín, Con la que se estima una población por hogares en el área urbana de 8.603 en el año 2022 periodo donde se pretende arrancar con la implementación del proyecto con la cantidad de hogares 9289 para el año 2031

La proyección de la ciudad de Guayaramerín tiende a aumentar cada año lo cual favorece el proyecto.

2.6 Determinación del consumo del producto

Para la determinación del consumo per cápita con los datos que se determinó en el comportamiento de la demanda donde fueron encuestados 353 hogares donde se determinó un consumo total de 2632,4 unidades de helado de queso, donde se aplicó la siguiente formula:

$$C.P = \frac{\text{Consumo/Unid/Años}}{\text{Numero de hogares}}$$

Consumo = 2632,4 unid de helado de queso consumidas en un año.

Población = 353 hogares encuestados

$$C.P = \frac{2632,4}{353}$$

Reemplazando:

$$C.PH = 7.45$$

CPH=7.45 Año/hogar

2.6.1 Demanda potencial en la actualidad de helado de queso en el Municipio de Guayaramerín 2022

Tabla 2.6.

Demanda potencial en la actualidad de helado de queso en el Municipio de Guayaramerín 2022

Año	Población Proyectada	Consumo per cápita	Demanda Proyectada
2022	8603	7.45	64092.35
2023	8677	7.45	64643.65
2024	8751	7.45	65194.95
2025	8826	7.45	65753.7
2026	8901	7.45	66312.45
2027	8978	7.45	66886.1
2028	9054	7.45	67452.3
2029	9132	7.45	68033.4
2030	9210	7.45	68614.5
2031	9289	7.45	69203.05

FUENTE: *Elaboración propia*

En base a la información generada en la encuesta, resultó una demanda potencial proyectada de 64092,35 para el año 2022 y para el año 2031 es de 69203.05

2.7 Balance de la demanda y oferta proyectada

Los resultados proyectados en la demanda y la oferta durante la útil del proyecto revelaran el análisis de la demanda insatisfecha del helado de queso en la ciudad de Guayaramerín.

Tabla 2.7

Demanda insatisfecha del helado de queso en la ciudad de Guayaramerín

Año	Población Proyectada	Consumo per cápita	Demanda Insatisfecha
2022	64092.35	7.45	64092.35
2023	64643.65	7.45	64643.65
2024	65194.95	7.45	65194.95
2025	65753.7	7.45	65753.7
2026	66312.45	7.45	66312.45
2027	66886.1	7.45	66886.1
2028	67452.3	7.45	67452.3

2029	68033.4	7.45	68033.4
2030	68614.5	7.45	68614.5
2031	69203.05	7.45	69203.05

2.8 Resultados:

2.9 La demanda

La demanda del helado de queso en la ciudad de Guayaramerín para el año 2022 será de 64092.35 kg, para el año 2023 será de 64643.65 y así de manera consecutiva hasta alcanzar una demanda de 69203.05 kilogramos para el año 2031. Se puede analizar que la tendencia es ligeramente creciente de un año con respecto al año anterior.

2.10 La oferta

Según la investigación de estudio de mercado se determinó que no existen posibles ofertantes en la región, ya que es un producto innovador.

2.11 La demanda insatisfecha

Según el estudio que se llevó a cabo se analizó que la demanda de helado de queso no ha sido cubierta en la ciudad de Guayaramerín porque no hay ofertantes.

Por lo tanto, existe una gran posibilidad de que la demanda puede ser cubierta en su totalidad, o al menos en parte por el proyecto.

2.12 Análisis del precio

A continuación, se presenta un análisis de los precios históricos y vigentes de la ciudad de Guayaramerín, mercado potencialmente atractivo por su población y cercanía al área donde se realizará el emplazamiento del proyecto.

2.12.1 Precio propuesto por el proyecto

El precio para el producto al consumidor propuesto por el presente proyecto, se consideran las técnicas y fluctuaciones en los últimos años y los costos de producción con un precio propuesto de 4bs al envase de 150g escogido según encuestados por la población de Guayaramerín

2.12.2 Comercialización

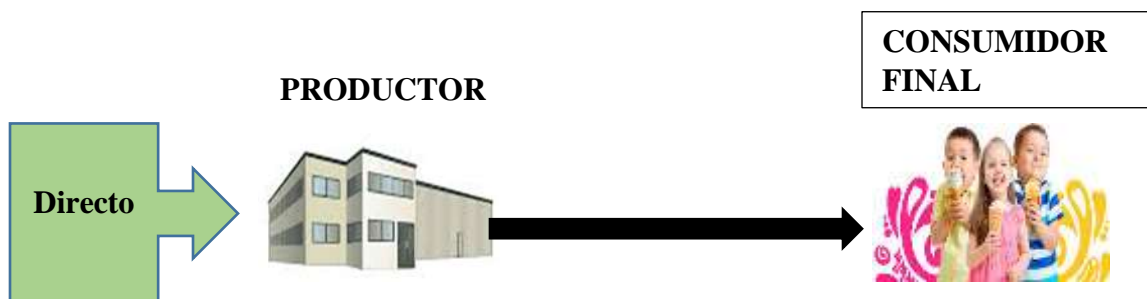
La metodología que se utilizara va a facilitar la venta del producto en el mercado, incluye la investigación de mercado, distribución, promoción y administración comercial entre otros.

2.12.3 Canal de comercialización

Para la distribución del producto se utilizarán canales de distribución directos e indirectos.

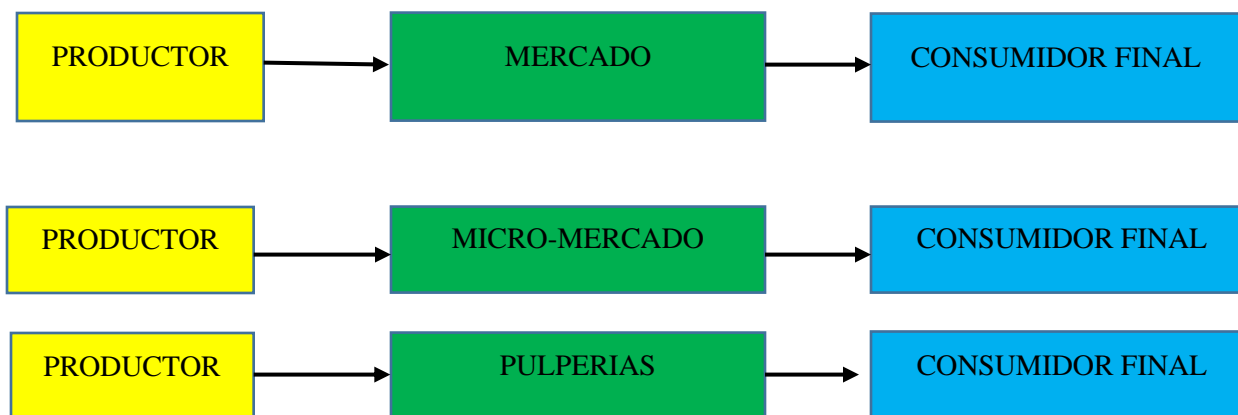
- **Canal de distribución directa**

En este sistema de comercialización, se sugiere que el producto sea comercializado de forma directa al consumidor final, del productor al consumidor, si en la intervención de intermediarios. Este sistema resulta muy conveniente ya que genera más ingresos, debido a que al utilizar intermediarios se tiene que considerar un precio menor para estos.



- **Canal de distribución indirecto**

Con este sistema de comercialización se requiriera la intervención de revendedores quienes serán los intermediarios entre el productor y el consumidor final en la venta del producto, cuya ventaja será la posibilidad de llegar más cerca del consumidor final.



2.13 Estrategias de comercialización

En el presente se analiza unas de las estrategias de comercialización del:

2.13.1 Precio

Ofrecer descuentos por temporadas, como incentivo a los consumidores para que compren durante épocas especiales, como aniversarios bodas épocas de navidad y año nuevo.

Ofrecer descuento por volumen de compra. El costo por unidad se reduce a medida que el volumen de compra del producto aumenta.

Establecer un precio especial para el producto que sea comercializado en la feria que se presenten.

2.13.2 Plaza

- ❖ Establecer contratos estratégicos con nuestros revendedores, asegurando que el precio del producto sea el mismo en cualquier punto de venta.
- ❖ Ampliar de nuevas sucursales que dependan directamente de la empresa, donde se comercialice el producto al por mayor y menor.
- ❖ Penetrar el producto (helado de queso) en todos los puntos de ventas que sea posible como ser:
 - ✓ Mercados
 - ✓ Pulperías
 - ✓ Kioscos
 - ✓ súper mercados y otros.

2.13.3 Producto

Es el diseño del empaque del producto, se incluirán los beneficios nutricionales que brinda el queso para la salud.

Se resaltaré el logotipo del producto, para que este pueda ser reconocido por los consumidores.

Se hará notar que el producto es originario.

Producto

Figura Producto “Helado de Queso”



El producto que se ofrece es un bien de consumo del sector de los alimentos. Se busca ofrecer un producto 100% natural un producto sin químicos para que no afecten la salud de las personas.

Cualidades

El helado de queso se lo hará conocer con la misma imagen de siempre nosotros haremos una mejor imagen de este producto que se pueda obtener de manera más fácil en los mercados con calidad y propiedades nutricionales.

- Se hará notar que el producto es propio de la región.
- En el diseño de etiqueta del producto, se incluirán los beneficios más importantes que aporta el helado de queso.
- Alianzas estratégicas que permitan que el producto se haga más conocido.
- Tener las características de calidad requeridas.
- Posicionar el producto en la mente del consumidor.
- Se resaltarán el logotipo del producto, para que este pueda ser reconocido por los consumidores.
- El producto recibirá el nombre de:

Imagen 1 1



2.13.4 Promoción

Ofrecer nuestro producto gratis el día del lanzamiento por primera vez.

Exhibir el producto en lugares estratégicos, donde se pueda tener contacto con una gran cantidad de consumidores. así mismo también se deberá exhibir el producto en los lugares de venta.

Por la compra de cierta cantidad de helado de queso se entregará un cupón o tique al cliente de los productos a menor precio.

2.13.5 Publicidad

La publicidad se realizará por todos los medios de comunicación que permita llegar hasta el último rincón de la región, redes sociales, ya que el acuerdo a las encuestas son los medios de comunicación que prefieren los consumidores y así llegar a cada hogar con nuestro producto.

Visitar todos los programas de la televisión y radios con la finalidad de obtener cobertura y a través de ellos hacer conocer nuestro producto como es el helado de queso.

Colocar carteles o afiches en lugares donde puedan verlos y así conocer el producto.

2.13.6 Posicionamientos

Se hará notar que el producto es 100% propio de la región.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI JOSÉ BALLIVIÁN



CAPITULO III TAMAÑO Y LOCALIZACION

CAPÍTULO III

3 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

3.1 Tamaño

Según el análisis de mercado realizado, se ha determinado que hay una gran demanda del producto en el mercado. El objetivo es satisfacer parte de esta demanda insatisfecha, comenzando con el 10% del total en el primer año y aumentando en los años siguientes.

Análisis de factores que condicionan el tamaño del proyecto

3.2 Mercado (Demanda)

El mercado para la comercialización de helado de queso que se producirá está concentrado en el municipio de Guayaramerín gracias al estudio de mercado, realizado previamente, se determinó que existe una amplia demanda del producto, (demanda insatisfecha) que requieren del producto a ser comercializado, con la puesta en marcha del proyecto se pretende cubrir una parte de este mercado.

3.3 Material Prima

La materia prima se obtendrá en la provincia vaca diez de la ciudad de Guayaramerín y de todas las comunidades. Por lo que el proyecto no tendrá problemas de abastecimiento de materia prima.

3.4 Disponibilidad de financiamiento

El financiamiento del proyecto será por aporte de capital propio de los socios del emprendimiento.

3.5 Tecnología

Para la implementación del presente proyecto se necesitará de tecnologías complejas para iniciar y llevar a cabo el proceso de producción de helado de queso, serán indispensables el uso de maquinarias y equipos tecnológicos.

3.6 Programas de producción propuestas

La capacidad considera una producción anual. De Queso para el 1er año de implementación del proyecto con una eficiencia de capacidad instalada de la planta del 75%, para luego incrementar al 80% en 2do año y 3ro, 85% en el 4to año y 5to año y se ira incrementado para finalmente operar al 100 % en el décimo año y la misma capacidad instalada para los próximos años restantes.

3.7 Cobertura del proyecto

El proyecto alcanzará una cobertura de 75% el primer año de producción y posteriormente se irá incrementando la capacidad instalada un 5% cada dos años y mantendrá esa capacidad hasta el año 2029.

3.8 Localización

La localización del proyecto consiste en determinar el lugar preciso en donde se implementará el proyecto, pasando por la macro localización y micro localización.

Para este efecto, se debe realizar un análisis comparativo de diferentes aspectos y diferentes alternativas de localización, comparando las ventajas y desventajas de las mismas.

3.8.1 Macro Localización

El Beni es uno de los nueve departamentos de Bolivia, con una superficie de 213.564 m², Y una población (estimada para el año 2018) 99.070 habitantes, su capital política es la ciudad de Trinidad. Colinda con el departamento de Pando al noreste y este con la república de Brasil, al sureste con el departamento de Santa Cruz al sur con el departamento de Cochabamba y al oeste con el departamento de La Paz.

El proyecto estará ubicado en el municipio de Guayaramerín, provincia vaca diez del departamento del Beni, cuya localización esta al noreste de Bolivia de acuerdo a los datos proporcionados por el IGM el municipio de Guayaramerín tiene una superficie estimada de 651.530,74 ha. Sus límites son: al noreste con la provincia

Federico Román del departamento de Pando. Al este con el país de Brasil. Al sur con los municipios de Yacuma y Mamoré y al oeste con el municipio de Riberalta (limites que no han sido mediante Ley Nacional

Mapa político de Bolivia

Imagen 2



FUENTE: Mapas del Mundo – Word

El proyecto estará ubicado en el Continente Americano, específicamente en el país de Bolivia. Este país limita al norte y al oeste con la República Federativa de Brasil, al sureste con la República del Paraguay, al sur con la República de Argentina, al suroeste con la República de Chile y al oeste con la República de Perú.

3.8.2 Macro localización

Mapa político de Bolivia (provincias) Departamento del Beni



Nota: FUENTE: Mapas del Mundo – Word mapas

3.8.3 Micro localización del proyecto



FUENTE: Bolivia-mapa.png

El presente proyecto estará ubicado en la ciudad de Guayaramerín en la provincia Vaca Díez del departamento del Beni, ubicada en margen izquierdo del Río Mamoré, frente a la población brasileña de Guajará-mirín, se encuentra a una distancia de 93 km de Riberalta y a 1.115 Km de Trinidad.

3.9 Factores que determinan la Localización del proyecto

3.9.1 Disponibilidad de Materia Prima

El proyecto se encuentra localizado en la ciudad de Guayaramerín donde es posible acceder a los principales insumos y materias primas esenciales para la preparación de helado de queso, puesto que el mercado local provee de esta materia prima durante todo el año.

3.9.2 Recursos Humanos

Al ejecutar el presente proyecto, se contará con los servicios del personal adecuado y capacitado para producir con mayor eficiencia y así ofrecer un producto de calidad al mercado, el cual será seleccionado de acuerdo a los requisitos que exige el presente proyecto, por tratarse de brindar un producto de calidad

3.10 Análisis de alternativas para la localización del proyecto.

Tabla 3.10

Alternativa para la localización

HELADOS DE QUESO							
	Plaza			Plaza Hernán Roca Casanova		Escuelas	
Factores	PESO	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Alquiler	15	7	1,05	4	0,6	6	0,9
Accesibilidad de ser. Básicos	20	8	1,6	8	1,6	8	1,6
Accesibilidad a materia prima	13	9	1,17	5	0,65	8	1,04
Cercanía a hoteles	15	8	1,2	9	1,35	9	1,35
Disponibilidad de tiendas	10	4	0,4	6	0,6	4	0,4
Disponibilidad de tecnología	12	6	0,72	5	0,6	7	0,84
Mano de obra	15	8	1,2	5	0,75	7	1,05
TOTAL	100		7,34		6,15		7,18

FUENTE: Elaboración propia

3.10.1 Selección de alternativa de localización más viable

Es la alternativa tras haber realizado un análisis de las cuatro alternativas para la implementación del proyecto se obtuvo el resultado de la mejor alternativa es en el mercado central debido a que cumple con los factores más preponderantes como son: la cercanía que tenemos para llegar al mercado y porque es transitada lo que nos beneficia bastante o nos da la posibilidad de poder trabajar en el mercado de la ciudad de Guayaramerin también porque tenemos menos inversión en combustible.

3.11 Factores que determinan la Localización

3.11.1 Alquiler

Se determinó que el alquiler es un factor importante, por el precio, ubicación y disponibilidad. Los alquileres en el centro de la ciudad tienen un mayor precio y son más comerciales.

3.11.2 Disponibilidad de Tecnología

La disponibilidad de tecnología es un factor importante para nuestras instalaciones para el acceso a internet, el servicio técnico que requieren nuestras maquinas

3.11.3 Accesibilidad de Servicios Básicos

a) Electricidad: El mercado central cuenta con el servicio eléctrico las 24 horas del día brindado por la empresa ENDE corporación.

b) Agua: El abastecimiento de agua en la ciudad de Guayaramerin lo realiza la Cooperativa de Agua Potable y Alcantarillado Guayaramerin R.L. (CAPAG). Este abastecimiento es continuo en Guayaramerin.

3.11.4 Cercanía a hoteles, centros educativos, instituciones

En la zona del mercado central contamos con centros educativos, instituciones y hotelería en general. Siendo así una zona con bastante movimiento.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL



BENI JOSÉ BALLIVIÁN



CAPITULO IV

INGENIERIA DEL PROYECTO

CAPÍTULO IV

4 INGENIERIA DE PROYECTO

4.1 Aspectos Generales

En este capítulo de ingeniería de proyecto, se detallará el análisis de cada proceso de producción con el fin de garantizar la alta calidad del producto final. Se establecerá un riguroso control y verificación para cada etapa del proceso.

4.2 Descripción del producto.

Nombre del producto: Helado de Queso

El helado de queso es obtenido de la nata principalmente de la leche.

Para su obtención se requiere seguir un proceso, desde el abastecimiento de la materia prima hasta la obtención del producto para la comercialización y los requerimientos de los activos.


Definición: El helado de queso es un producto innovador, gracias al trabajo de la fabricación del producto en nuestra región y brindar un excelente beneficio para nuestros clientes.



Fuente: Google Imágenes

HELADERIA “EL QUESUDITO” producirá helados artesanales en presentación en vaso, utilizando como materia prima leche, huevo, azúcar morena, crema de queso, crema base y después algunas golosinas y chocolate.

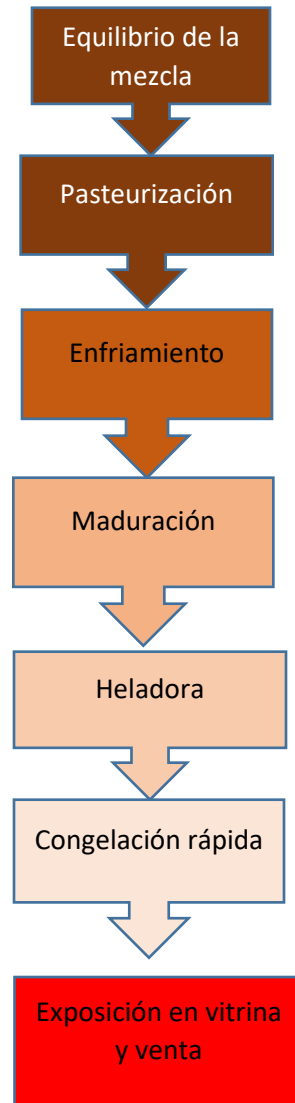
Es importante recalcar que para su elaboración se emplean únicamente productos frescos y, al contrario de los helados industriales, no se utilizan saborizantes, colorantes, ni conservantes. Tienen mucho menos aire incorporado y un aspecto muy cremoso.

		<p style="text-align: center;">“EL QUESUDITO”</p>	
VASO			
Peso	150 gramos		
Crema	Global		
Vasito de plástico	Unidad		
Cucharadita	Unidad		

La empresa “EL QUESUDITO” busca ofrecer al mercado un producto alternativo de alimentación para las personas como ser helados artesanales personalizados.

Se entiende por proceso producción a la transformación de los insumos y materias primas, que realizara el aparato productivo hasta conseguir el consumo final.

Diagrama de operaciones del proceso para la elaboración de helado de queso



Fuente: Elaboración propia

4.3 Descripción del proceso

- **Compra de la materia prima**

La compra de la materia prima será en cantidades proporcionales a la venta con unos cuantos días de anticipación por el personal encargado.



- **Recepción de la materia prima**

Consiste en recibir la materia prima de los proveedores de acuerdo a las especificaciones entregadas en la orden de compra emitida por la empresa.



Verificación de la calidad

Se realizará el control de calidad con el fin de conocer las condiciones en las que llega la materia prima, además de las observaciones físicas de las mismas para determinar el estado de la materia prima.



- **Pasteurización**

Se somete a la leche a una temperatura aproximada de 80 grados durante un corto periodo de tiempo, enfriándolo después rápidamente, con el fin de destruir los microorganismos.



- **Preparado**

Este proceso consiste en una vez hervida la leche posteriormente dejarla enfriar y poner en recipientes las cantidades necesarias que se utilizaran para hacer el helado.

- **Batido**

Se Licua la leche con los huevos y la mantequilla, agregando poco a poco el azúcar hasta formar una textura cremosa.



- **Enfriado**

Posteriormente se pone en recipiente para llevarlos al congelador durante 24 horas hasta que el helado tome cuerpo y textura.



- **Envasado**

Luego se coloca en cada recipiente de 150 g del exhibidor de helados cada uno con sus respectivos.



- **Almacenamiento del producto final**

El producto sobrante será transportado al lugar donde será almacenado el mismo que debe estar limpio, fresco y seco con suficiente ventilación para garantizar su conservación hasta el momento de su compra.



4.4 Requerimiento de activos para el proyecto

4.4.1 Requerimientos de equipamientos y maquinaria (Expresado en bolivianos)

Maquinarias

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Moledora	Pza.	1	17.425,00	17.425,00
Total				17.425,00

Maquina Moledora Marca FACTORY STORE capacidad de litros

4.4.2 Requerimiento de infraestructura

Terreno

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Terreno	Mtrs2	13x20	18.200,00	18.200,00
Total				18.200,00

4.4.3 Requerimiento de equipo de computación (oficina)

Equipo de computación

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Computadora de escritorio	Pza.	1	3000	3000
Impresora	Pza.	1	1200	1200
Total				4200

Computadora de escritorio marca SAMSUNG, Impresora marca HP

4.4.4 Requerimiento de equipo de enseres

Enseres

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Baldes metálicos	Pza.	6	60	360
Cedazos	Pza.	5	40	200
Total				830

Cedazos metálicos marca ENRICA

Baldes metálicos marca HOMEY y GARDEN (25 L)

4.4.5 Requerimiento de muebles

Muebles

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escritorio	Pza.	2	350	700
Sillas de aluminio		18	80	1480
Mesas de vidrio		4	1300	5200
Mostradores metálicos		1	2000	2000
Sillas de escritorio		2	1800	3600
Faileros		1	1500	1500
Total				14.480

Mesa de vidrio marca SERVINOX (3 x 1)

Mostrador metalico marca REA (4x 1,30)

Sillas de escritorio marca GROSFILLEX

4.4.6 Requerimiento de vehículos

vehículos

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
---------	--------	----------	----------------	-------------

motocicleta	Global	1	3.800,00	3.800,00
Automóvil	Global	1	34.850,00	34.850,00
Total				38.650,00

Motocicleta de mujer marca SERNA LINK 125

Camión pequeño marca JAC 2011 camión ¾ a diésel

4.4.7 Gastos de organización

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Funde presa	Global	1	461,00	461,00
Licencia de funcionamiento	Global	1	200	200
NIT	Global	1	200	200
Trámites jurídicos	Global	1	1500	1500
Gastos de cap. De RRHH	Global	1	2000	2000
Licencia de senada	Global	1	1000	1000
Total				5.361,00

4.4.8 Ropa de trabajo

Descripción	Unidad	Cantidad	P/ Unitario	total
Barbijo	Paquete	2	50	100,00
Mandiles	Unidad	10	25	250
Gorros	Paquete	2	50	100
Guantes	Paquete	2	50	100
Total				550

4.4.9 Material de Escritorio

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Total
papel bond	Unidad	1	30	30
Facturas	Unidad	1	60	60
Clips	Unidad	1	5	5
Tinta de impresora	Unidad	1	150	150
Carpeta archivadora	Unidad	3	10	30
Total				275,00

4.4.10 Material De Limpieza

Detalle	Unidad	Cantidad	Costos Unitario	total
Escoba	Unidad	2	30	60
Trapeador	Unidad	2	40	80
Desinfectante p/piso	Unidad	2	10	20

Papel higiénico	paquete	1	20	20
detergente	paquete	2	18	36
Total				216,00

4.4.11 Materia prima

Detalle	Unidad	Costo unitario	Total
Nata de leche	1	25	25
Huevo	9	0,8	7,2
azucar	0,45	5	2,25
Queso crema	0,3	15	4,5
Esencia de vainilla	0,25	5	1,25
envases	1	0,008	0,008
Total			40,08

4.4.12 Envases y etiquetas

Detalle	Unidad	Cantidad	Costos unitarios	Total
Etiquetas	Pqte	5	50	250,00
Envase	Pqte	3	12	36,00
Palillos	Pqte.	1	80	80,00
Total				366,00

4.4.13 Gasto de capacitación de personal

Detalle	Unidad	Cantidad	Costos unitarios	total
Capacitación de personal	Unidad	5	400	2000
Total				2000

4.4.14 Servicios básicos

Detalle	Unidad	Cantidad	Costos Unitario	Total
Energía eléctrica	Meses	1	190	190
Agua	Meses	1	180	180
Servicio de wifi	Meses	1	145	145
Total				515,00

4.4.15 Sueldos y salarios

Detalle	Unidad	Cantidad	Costos unitarios	Total
Gerente general	Cargo	1	4.000	4000
jefe de producción	Cargo	1	3.500	3500
Operario	Cargo	1	2.250	2250
Bodeguero	Cargo	1	2.500	7000
total				12.250,00



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI JOSÉ BALLIVIÁN



CAPITULO V ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZACIÓN



CAPÍTULO V

5 ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZACIÓN

Este capítulo tiene por objetivo analizar las formas de organización del proyecto tanto jurídicamente como administrativamente.

5.1 Misión

Ofrecer a nuestros clientes platillos auténticos y deliciosos, elaborados con ingredientes frescos y de la más alta calidad, que satisfagan sus necesidades culinarias y culturales. Nos comprometemos a brindar una experiencia gastronómica excepcional, impulsada por la pasión por la comida y el servicio al cliente. Aspiramos a ser un referente en la industria restaurantera, manteniendo un compromiso inquebrantable con la calidad, la innovación culinaria y la sostenibilidad, mientras contribuimos al bienestar de nuestros colaboradores y comunidades.

5.2 Visión

Convertirnos en la empresa más importante del Beni en la producción de Helados de Queso, con una reputación inigualable por la calidad y autenticidad de nuestro producto.

Continuaremos innovando en nuestros procesos, productos y prácticas sostenibles, contribuyendo al bienestar de la sociedad y el medio ambiente.

Nuestra visión es ser la elección preferida de consumidores, chefs y amantes del helado, consolidando así nuestro lugar como líderes en la industria de los helados de queso artesanal.

5.3 Requisitos para la apertura de la empresa

Para dar inicio a las actividades de la empresa de forma legal y oficialmente se deberá seguir el siguiente procedimiento:

Tabla 5.3

Requisitos para la apertura de la empresa

INSTITUCIÓN	PROCEDIMIENTO
FUNDEMPRESA	Registro comercial
SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS	Número de identificación tributaria (NIT)
GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE GUAYARAMERIN	Padrón municipal y licencia de funcionamiento
CAJA NACIONAL DE SALUD	Afiliación de la empresa y afiliación de cada trabajador en la CNS
ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES	Afiliación de la empresa y afiliación de cada trabajador en la A.F.P.
MINISTERIO DE TRABAJO	Registro del empleador.
SENASAG	Registro sanitario.

En dicho cuadro se describen cada uno de los requisitos o pasos para la apertura de la empresa y los diferentes documentos de adquisición y registro a los cuales recurrimos para la apertura de la nueva empresa.

5.4 Marco legal

Las sociedades comerciales se encuentran reguladas en el código de comercio:

Sociedad colectiva Art. 173 al 183, Sociedad en Comandita Simple Art. 184 al 194 y sociedad de responsabilidad limitada Art. 195 a 216.

5.5 Trámite para la constitución de una empresa

Para constituir una empresa dentro del territorio boliviano, se deben cumplir con todas las normativas legales vigentes, para poder desarrollar nuestras actividades empresariales legalmente debemos cumplir con el marco normativo, marco institucional que regula la actividad empresarial en nuestro país. Para ello acudiremos a las siguientes solicitudes:

5.5.1 Matricularse en FUNDEMPRESA

Requisitos:

1. Formulario virtual de solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante legal. Ingresando a www.miempresa.gob.bo.
2. Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
3. Publicación del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio.
4. Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asambleas.

5.5.2 Servicios de Impuestos nacionales

Para obtener el NIT de nuestra empresa, primeramente, ingresamos a la página de Impuestos Nacionales para inscribirse al PADRÓN BIOMÉTRICO y obtener el Número de Trámite. Al cual se adjuntan los siguientes documentos:

Testimonio de Constitución de empresa.

- ✓ La Personería Jurídica.
- ✓ El Acta de la Asamblea, debidamente notariada.
- ✓ Documento de identidad del representante legal.
- ✓ Poder Notariado con las facultades del representante legal.
- ✓ Factura del consumo de energía eléctrica del domicilio.
- ✓ Croquis del domicilio fiscal y del domicilio habitual del representante legal.

- ✓ Con esta documentación nos apersonamos a la oficina Distrital de Impuestos.
- ✓ Nacionales para que tomen las huellas digitales y una fotografía. Una vez cumplido.
- ✓ El paso anterior y ese mismo momento, nos entregaron el NIT con lo que
- ✓ Concluimos el trámite.

5.5.3 Licencia de funcionamiento municipal

Autoriza la apertura de una actividad económica para obtener la Licencia de F- 401 y lograr el funcionamiento municipal, de conformidad a la declaración jurada.

Nos dirigimos a la Alcaldía Municipal de Guayaramerín con una solicitud escrita adjuntando los siguientes documentos:

- ✓ Cédula de identidad del apoderado legal y los socios (2 fotocopias).
- ✓ Constitución de la empresa (2 fotocopias).
- ✓ Poder del representante legal (2 fotocopias).
- ✓ Balance de apertura con solvencia profesional (2 fotocopias).
- ✓ NIT (certificado de inscripción, 2 fotocopias).
- ✓ Aviso de cobranza de luz y agua último mes (2 fotocopias).
- ✓ Plano de ubicación o croquis de la empresa (2 fotocopias).
- ✓ Fólder 2 unidades, carátula y timbre en valor de Bs. 100.-
- ✓ Declaración jurada lleno (formulario 101 y 100 B).

5.6 Inscripción al Seguro Social (CNS)

Los empleadores y trabajadores de las empresas de Bolivia deben afiliarse a un seguro social, para acceder a los servicios de salud en caso de enfermedades y accidentes comunes que no necesariamente tienen relación con la actividad laboral ni las condiciones de trabajo.

La Caja Nacional de Salud (CNS), es una institución descentralizada de derecho público sin fines de lucro, con personalidad jurídica, autonomía de gestión y patrimonio independiente,

encargada de la gestión, aplicación y ejecución del régimen de seguridad social a corto plazo (enfermedad, maternidad y riesgos profesionales).

5.6.1 AFPS Administradoras de fondos de pensiones

Las Administradoras de Fondos de Pensiones registran a las empresas en el Seguro Social Obligatorio de largo plazo – SSO para administrar los recursos de los trabajadores cuando los mismos lleguen a una edad avanzada. Sirve para el bienestar de sus empleados con pensiones justas y dignas.

Requisitos:

- ✓ Fotocopia simple del NIT (Número de Identificación Tributaria).
- ✓ Fotocopia simple del Carnet de Identidad del Representante Legal.
- ✓ Fotocopia del Testimonio de Poder del Representante Legal.

5.6.2 Registro Obligatorio del Empleador (ROE).

Todas las empresas de Bolivia, que cuenten con uno o más trabajadoras y/o trabajadores, deben inscribirse en el Registro Obligatorio de Empleadores a cargo del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social. Sirve para que esté autorizado y pueda hacer uso del libro de asistencia y/o sistema alternativo de control de personal, así como la apertura del libro de accidentes.

Los requisitos exigidos para cumplir con esta obligación son los siguientes:

- ✓ Folder amarillo.
- ✓ Boleta (original) de depósito bancario de Bs 80.- en la cuenta N° 501-5034475-3- 17 del Banco de Crédito a nombre del Ministerio de Trabajo.
- ✓ Llenado de Declaración Jurada.
- ✓ Formulario obligatorio de registro de empleador (tres ejemplares).
- ✓ Declaración jurada debidamente llenada y firmada por el propietario o representante legal, sin manchas ni borrones.
- ✓ Todos los datos deben estar consignados en el formulario ROE, el cual se registra online ingresando al sitio web www.mintrabajo.gov.bo.

5.6.3 Senasag

Requisitos para el registro de certificadoras de la producción ecológica (sistemas Participativos de garantía y sistemas alternativos de garantía) para el mercado nacional y local.

(Según el Reglamento del Sistema Nacional de Control de la Producción Ecológica (R.A.2172016)

Requisitos Generales:

5.6.4 Sistemas participativos de garantía

1. Una carta de solicitud de registro en el Sistema Nacional de Control de la Producción Ecológica del SENASAG.
2. Formulario de solicitud de registro de Sistemas Participativos de Garantía, debidamente llenado.
3. Una carta de compromiso de aplicación y cumplimiento de la Norma Técnica Nacional para SPG.
4. Un reglamento interno de su estructura y funcionamiento.
5. Acta de elección y posesión de la estructura del SPG.
6. Fotocopia de Cédula de Identidad del representante del SPG.
Un modelo de compromiso según rubro (producción, recolección transformación y comercialización).
8. Croquis de ubicación de domicilio del SPG.
9. Plan de mejoramiento de la producción o plan de manejo de áreas de recolección.
10. Ficha de evaluación ecológica de unidades de producción y procesamiento.
11. Un manual de observaciones y correcciones para la producción ecológica.
12. Lista de productores, recolectores, transformadores y comercializadores (según planilla de productores certificados por el SPG).
13. Lista de evaluadores certificados de acuerdo al área (producción o procesamiento).
14. Depósito bancario a la cuenta del SENASAG de acuerdo a las tasas aplicables.

5.7 Organización Administrativa

La organización administrativa de la empresa delimitará la estructura organizacional a utilizar, asignación de funciones, establecimiento de líneas de autoridad y responsabilidades, así también se puntualizan los planes, objetivos y metas del proyecto.

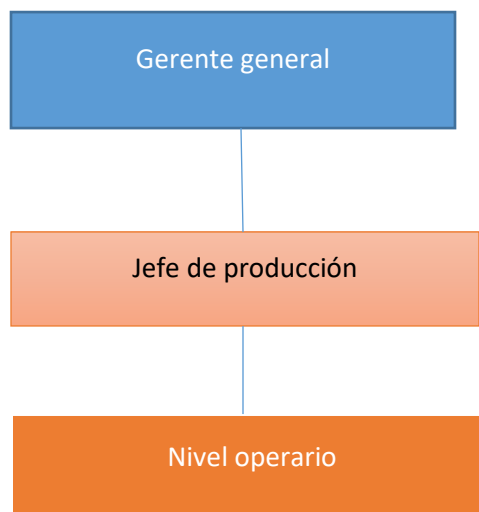
5.8 Estructura Organizacional

El organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica adoptada formalmente por la empresa.

Como instrumento comunicacional el organigrama sirve para:

- Mostrar la posición relativa en que se ubican los diferentes puestos de trabajo.
- En la parte superior están representadas las autoridades con mayor rango o autoridad.
- Mostrar en forma resumida la organización formal de la empresa

Estructura Organizacional (organigrama)



5.9 Manual de organización y funciones

En el manual que se presentará a continuación, se detallan de manera clara y concisa los pasos que debemos seguir y tener en cuenta al momento de realizar nuestro “manual de organización y funciones” tiene el propósito de dar a conocer las responsabilidades de cada una de las áreas que lo conforman.

5.10 Objetivo del manual

El objetivo del siguiente manual de organización y sus funciones, servirá como un instrumento de apoyo que defina y establezca la estructura orgánica y funcional formal, así como los tramos de control y responsabilidad de cada puesto que permitan una adecuada funcionalidad administrativa de la planta de producción y comercialización de la heladería.

5.11 Atribuciones

A los perfiles de puesto plasmados en el diseño administrativo, le permitirá ajustar la cantidad de mano de obra disponible a la necesidad de cada área funcional de la planta, realizará los contratos con cada una de las personas que operan cada puesto con la finalidad de dar a conocer todos los compromisos que esto con lleva, sus derechos y obligaciones respectivamente

NOMBRE DEL CARGO: Gerencia General
NIVEL JERÁRQUICO: 1
DEPENDE DE: Ninguno
OBJETIVOS DEL PUESTO
Es el encargado de la dirección de la empresa, responsable de cada uno de los niveles jerárquicos, y del control de las actividades a desarrollarse en el centro, además de la toma decisiones que garanticen el buen funcionamiento de la empresa.
RESPONSABILIDAD
Es el responsable de cumplir con la planificación, organización, implementación y control de la empresa además de diseñar y elaborar el presupuesto, las acciones y labores del establecimiento. Lo que incluye: <ul style="list-style-type: none">● Control de los ingresos y egresos de la empresa.● Desarrollar estrategias que permitan obtener productos de calidad a través de una cotización adecuada que permitan realizar una buena inversión en productos de calidad.● Elaborar planes para desarrollar actividades y dirección a cada uno de los involucrados de la empresa.● Establecer estrategia, planes, objetivos y metas para la empresa.● Lograr la completa armonía entre sus colaboradores a través de un trabajo

coordinado inculcando las buenas relaciones entre los empleados, clientes, proveedores, bancos, comunidad y gobierno.

- Controla las actividades contables y financieras.
- Conocer técnicamente las operaciones de la empresa.

REQUERIMIENTO

- Estudios superiores: Universitario y/o técnico en Administración de Empresas.
- Estudios complementarios: Computación, administración, comercialización y ventas.
- Experiencia: 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

COMPETENCIAS

Creatividad, liderazgo, pensamiento analítico, estratégico, visión de negocios, capacidad de negociación, comunicación efectiva, dirección de personal, inteligencia emocional.

NOMBRE DEL CARGO: jefe de Producción
NIVEL JERÁRQUICO: 2
DEPENDENCIA DE: Gerente General
OBJETIVOS DEL PUESTO
Conocer e implementar el proceso de producción, manejo de personal e implementación de procesos de calidad.
RESPONSABILIDAD
<ul style="list-style-type: none"> ● Analizar los productos o servicios. ● Medir los tiempos de ejecución. ● Seguridad e Higiene. ● Formas de ejecutar los trabajos. ● Control de calidad. ● Control de inventarios.
REQUERIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ● Prever la disposición en el tiempo, de las cantidades y calidades solicitadas, correspondientes a todos los elementos necesarios para la producción: máquinas, herramientas y materiales (MP). ● Buscar mejoras constantes en los procesos de producción. ● Controlar los niveles de producción y stock, y ofrecer calendarios detallados para el trabajo en la planta de producción, en conjunto con el Centro de Distribución. ● Más de 2 años de experiencia trabajando en almacén. ● Diploma de bachiller nivel de secundaria.
COMPETENCIAS
Liderazgo, ser una persona flexible y con capacidades de adaptación, tener excelentes habilidades comunicativas, contar con habilidades prácticas, un alto sentido con la puntualidad.

NOMBRE DEL CARGO: Bodeguero
NIVEL JERÁRQUICO: 5
DEPENDENCIA DE: Dpto. De producción
OBJETIVOS DEL PUESTO
Controlar la entrada y salida del material necesario para producción, tomando en cuenta la cantidad utilizada diariamente.
RESPONSABILIDAD
<ul style="list-style-type: none"> ● Revisar órdenes de producción. ● Pedir materiales e insumos. ● Verificar y preparar insumos para orden de producción. ● Mantener limpia y ordenada la bodega.
REQUERIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ● Nivel educativo: Bachiller. ● Habilidad laboral: 2 años mínimos en cargos similares, curso de técnicas para control de inventario.
COMPETENCIAS
Custodiar, controlar y participar activamente en la distribución de suministro y gestión de inventarios en bodega, deprecionar los materiales que se ocupan, entregar mercadería a salones de eventos.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI JOSÉ BALLIVIÁN



CAPITULO VI INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

CAPÍTULO VI

6 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

En este capítulo, se describen los valores monetarios requeridos para las inversiones que se prevén realizar en el proyecto, estructuradas en activos fijos, activos diferidos y activos corrientes.

6.1 Plan de inversión del proyecto

Tabla 6.1

Plan de inversión del proyecto (Expresado en Bs.)

DETALLE	TOTAL	%
ACTIVOS FIJOS	346.775	81,24
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	62.863	14,73
terreno	200.000	46,85
Equipo de computación	9400	2,20
enseres	830	0,19
Muebles	29.880	7,00
Vehículos	43.802	10,26
ACTIVOS CORRIENTES	73226,422	17,15
Material de escritorio	319	0,07
Material De Limpieza	644	0,15
Envases y Etiquetas	18263,422	4,28
Sueldos y Salarios	49950	11,70
Servicios Básicos	4050	0,95
ACTIVOS DIFERIDOS	6.861,00	1,61
FUNDEMPRESA	461	0,11
Licencia de funcionamiento	200	0,05
NIT	200	0,047
Trámites jurídicos	3.000,00	0,70
Gastos de cap. De RRHH	2.000,00	0,47
Licencia de SENASAG	1.000,00	0,23
TOTAL	426.862,42	100

En el cuadro nos muestra que el total requerido para la puesta en marcha del proyecto es de Bs. 426.862,42 Las inversiones fijas representan el 81,24% del total de la inversión, las inversiones corrientes representan el 17,15% y las inversiones diferidas representan el 1,61% respecto a la inversión total.

6.2 Detalles de las inversiones fijas

Tabla 6.2

Detalles de inversiones en activos fijos

(Expresado en BS.)

Detalle	Detalle total	%
Activos fijos	346,775	81,24
Maquinaria y equipos	62.863	14,73
terreno	200.000	46,85
Equipo de computación	9400	2,20
enseres	830	0,19
Muebles	29.880	7,00
Vehículos	43.802	10,26

En el cuadro se detalla las inversiones requeridas para la adquisición de activos fijos a utilizar en el proyecto para la elaboración de Helado de Queso, que asciende a Bs. 346.775 que representa el 81,24% del total de la inversión.

6.3 Detalle de la inversión de trabajo

Tabla 6.3

Detalle de inversiones corrientes

(Expresado en Bs.)

Detalle	Total	%
Activos corrientes	73226,422	17,15
Material de escritorio	319	0,07
Material De Limpieza	644	0,15
Envases y Etiquetas	18263,422	4,28
Sueldos y Salarios	49950	11,70
Servicios Básicos	4050	0,75

En el cuadro detallamos el requerimiento total del capital de operaciones, recursos necesarios para poner en marcha el proyecto, contemplado para el primer año de funcionamiento del proyecto por un total de Bs.73226,422 representando el 17,15% del total de la inversión.

6.4 Detalle de inversiones corrientes

Tabla 6.4

Detalle de actividades diferidas

(Expresado en Bs.)

Detalle	Total	%
Activos diferidos	4.861	1,14
Licencias	4.861	1,14

En el cuadro se detallan los gastos de organización del proyecto, los cuales serán registrados en FUNDEMPRESA, Servicios de Impuestos Nacionales (SIN), Licencias de Funcionamiento, entre otros, dando un total de Bs. 4861 lo que representa el 1.14% del total de la inversión.

6.5 estructura de financiamiento

En este apartado se determinará un estudio de las fuentes de financiamiento interna y externa necesarias para poner en funcionamiento el proyecto, inversión que asciende a Bs. De los cuales el % será financiado con capital propio mientras que el % será financiado por fuentes externas se ha incurrido a una entidad bancaria (Banco Unión) para obtener el crédito necesario para poner en funcionamiento el proyecto de la planta de Helado de Queso.

6.5.1 Estructura de Financiamiento (Expresado en Bs.)

Tabla 6.5

Financiamiento del proyecto (Bs.)

DETALLES	BANCO UNIÓN	APORTE PROPIO	MONTO	%
ACTIVOS FIJOS	106.665	240110,0	346.775	81,24
Maquinaria y equipo	62.863		62.863	14,73
Terreno		200000,0	200.000	46,85
Equipos de computación		9400	9.400	2,20
Muebles y enseres		30.710	30.710	7,19
Vehículos	43.802		43.802	10,26
ACTIVOS DIFERIDOS		6861	6.861,00	1,61
FUNDEMPRESA		461	461	0,11
Licencia de funcionamiento		200	200	0,05
NIT		200	200	0,05
Trámites jurídicos		3.000,00	3.000,00	0,70
Gastos de cap. de RRHH		2.000,00	2.000,00	0,47
Licencia de SENASAG		1000,00	1000,00	0,23
ACTIVOS CORRIENTES		73226,42	73226,42	17,15
Material de escritorio		319,00	319,00	0,07
Material de limpieza		644,00	644	0,15
Envases y Etiquetas		18263,42	18263,42	4,28
Sueldos y salarios		49950,00	49950,00	11,70
Servicios básicos		4050,00	4050,00	0,95
TOTAL	106.665	320197,42	426862,42	100,00

En el siguiente cuadro se determina las fuentes de financiamiento interna y externa, teniendo en cuenta los siguientes resultados:

Aporte propio: financiará un total de Bs. **320197,42**.

Préstamo Banco “UNIÓN”: financiará un total de Bs. **106.665**.

6.6 Condiciones de crédito

Tabla 6.6

(Expresado en Bs.)

DETALLE	BANCO UNION
Monto Bs.	106.665,00
interés	9%
plazo	5
Periodo de gracia	0
Tipo de amortización	Fijo

En el siguiente cuadro se detalla las condiciones del crédito ofrecido por la entidad bancaria, el banco financiara el total de capital de trabajo que asciende a un total de Bs. 106.665,00.- con una tasa de interés del 9% anual a 5 años plazo, tipo de amortización fijo.

Análisis Financiero

El préstamo de la entidad financiera se detalla a continuación para conocer los pormenores de créditos, tales como el monto de interés que se deberá pagar en ambas situaciones de endeudamiento, de acuerdo a las condiciones establecidas por el respectivo banco, en la modalidad de amortización variable y amortización constante del plan de pago y método de amortización.

6.7 Análisis financiero del proyecto

Tabla 6.7

Análisis financiero del proyecto (Expresado en Bs.)

AÑO	MONTO	INTERES 9 %	AMORTIZACIO N	CUOTA TOTAL	SALDO
0					
1	106.665	9599,85	21333	30932,85	85.332
2	85.332	7679,88	21333	29012,88	63.999
3	63.999	5759,91	21333	27092,91	42.666
4	42.666	3839,94	21333	25172,94	21.333
5	21.333	1919,97	21333	23252,97	0
TOTAL		28799,55	106665	135464,55	

6.8 Riesgo de financiamiento del proyecto

Tabla 6.8
(Expresado en Bs.)

DETALLE	BANCO UNIÓN	A. PROPIO
Capital interés	106.665	320197,4
Tiempo	9%	0,00
Tiempo	5 años	0 años

En el cuadro realizamos una comparación de las dos fuentes de financiamiento del proyecto: Banco Unión y el aporte propio en el aspecto de tasa de interés y tiempo del préstamo.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI JOSÉ BALLIVIÁN



CAPITULO VII INGRESOS Y COSTOS



CAPITULO VII

7 INGRESOS Y COSTOS

En el presente capítulo se presenta el detalle y todos los costos en los cuales se incurrirá con la puesta en marcha del proyecto así también se mostrará todos los ingresos que obtendrá el proyecto desde su funcionamiento hasta el último año contemplado. Se realiza un análisis de la depreciación de los activos fijos, costos financieros sueldos y salarios.

7.1 Depreciación de activos fijos

La depreciación, es la distribución del costo u otro valor básico tangible, menos el valor de salvamento (si los hubiere), durante la vida útil de la unidad.

Tabla 7.1

Descripción Activos Fijos - Amortización de Activos Diferidos

Detalle	Monto (Bs)	Vida Útil	Dif. %	Dep anual	Dep. Acom.	Valor Resid.
Activo Fijo	93475,00	21,00	96,67	15872,50	158725,00	37400,00
Terreno	18200,00	0,00	-	-	-	18200,00
Maquinarias	17425,00	10,00	10,00	1742,50	17425,00	0,00
Vehículo	38650,00	5,00	20,00	7730,00	77300,00	0,00
Equipo de computación	4200,00	3,00	33,33	1400,00	14000,00	4200,00
Muebles y Enseres	15000,00	3,00	33,33	5000,00	50000,00	15000,00
Activo Diferidos	5361,00	6,00	600,00	5361,00	5361,00	0,00
Fundempresa	461,00	1,00	100,00	461,00	461,00	-
Licencia de funcionamiento	200,00	1,00	100,00	200,00	200,00	-
Nit	200,00	1,00	100,00	200,00	200,00	-
Tramites Juridicos	1500,00	1,00	100,00	1500,00	1500,00	-
Gastos de capacitación de RR. HH	2000,00	1,00	100,00	2000,00	2000,00	-
Licencia de Senasag	1000,00	1,00	100,00	1000,00	1000,00	-
Totales	98836,00	27,00	696,67	21233,50	164086,00	37400,00

Fuentes: Elaboración propia

Podemos apreciar que la depreciación anual de los Activos Fijos del proyecto asciende a un total de Bs.15852,50 la amortización anual de Activos Diferidos alcanza un total de Bs. 5361y el valor residual es de Bs. 37400,00

7.2 Costo de mantenimiento de activos fijos

. Tabla 7.2

Depreciación Anual de activos

Activos	Montos (Bs.)	%	Costos de Monto
Terreno	18200,00	4%	728
Maquinaria	17.425,00	5%	871,25
Vehículo	38650,00	3%	1159,5
Equipo de computación	4200,00	5%	210
Muebles y Enseres	15000,00	3%	450
TOTAL	93475	0,2	3418,75

Fuentes: Elaboración propia

El presente proyecto requiere anualmente una inversión de Bs. 3418,75para realizar el mantenimiento de los Activos Fijos

7.3 Proyección de costos

Los costos financieros se refieren a los gastos o costos asociados con el financiamiento de una empresa o individuo. Estos costos surgen cuando alguien toma dinero prestado, emite deudas o utiliza cualquier otra forma de financiamiento para cubrir sus necesidades financieras.

7.4 Proyección de ingresos del proyecto

La proyección de costos unitarios es una estimación o cálculo anticipado de cuánto costará producir una unidad de un producto o servicio

en el futuro. Este proceso implica prever los costos totales y dividirlos por la cantidad de unidades producidas para obtener el costo unitario proyectado. Las proyecciones de costos unitarios son una herramienta fundamental en la planificación y el análisis financiero de una empresa, ya que permiten tomar decisiones informadas sobre precios de venta, márgenes de beneficio, presupuesto y rentabilidad.

Tabla 7.4

Proyección de costos financiero con financiamiento

detalle	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	100%
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costos Fijos	50779,46	46139,28	46661,44	46967,07	47036,69	46849,04	49777,10	52705,17	55633,23	58561,30
Depreciación AF.	15872,50	17315,45	18758,41	20201,36	21644,32	23087,27	24530,23	25973,18	27416,14	28859,09
Amortización AD	5361,00									
Costo Mto. AF	3418,75	3729,55	4040,34	4351,14	4661,93	4972,73	5283,52	5594,32	5905,11	6215,91
Costos financieros	13209,75	11002,50	8596,60	5974,17	3115,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
sueldos	12831,63	13998,14	15164,65	16331,17	17497,68	18664,19	19830,70	20997,21	22163,72	23330,24
servicios básicos	85,83	93,64	101,44	109,24	117,05	124,85	132,65	140,45	148,26	156,06
costos variables	24981,80	27252,87	29523,95	31795,02	34066,09	36337,16	38608,24	40879,31	43150,38	45421,45
material de escritorio	275,00	300,00	325,00	350,00	375,00	400,00	425,00	450,00	475,00	500,00
material de limpieza	216,00	235,64	255,27	274,91	294,55	314,18	333,82	353,45	373,09	392,73
Materia Prima e insumos	24124,80	26317,96	28511,13	30704,29	32897,45	35090,62	37283,78	39476,95	41670,11	43863,27

envases y etiquetas	366,00	399,27	432,55	465,82	499,09	532,36	565,64	598,91	632,18	665,45
TOTAL	75761,2	73392,1	76185,3	78762,0	81102,7	83186,2	88385,3	93584,4	98783,6	103982,7
	6	5	9	9	8	0	4	8	1	5

(Expresado en Bs.)

En esta tabla podemos observar los costos financieros del proyecto durante los próximos 10 años de funcionamiento del proyecto funcionando al 70% de capacidad el primer año, y concluyendo el año 10 con el 100% da capacidad

Proyección de costos económicos sin financiamiento

(Expresado en bolivianos)

detalle	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	100%
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 10
Costos Fijos	35895,16	31708,48	32882,79	34057,11	35231,42	36405,74	37580,05	38754,37	41103,00
Depreciación AF.	14825,90	14825,90	14825,90	14825,90	14825,90	14825,90	14825,90	14825,90	14825,90
Amortización AD	5361,00								
Costo Mto. AF	2790,80	2790,80	2790,80	2790,80	2790,80	2790,80	2790,80	2790,80	2790,80
sueldos	12831,63	13998,14	15164,65	16331,17	17497,68	18664,19	19830,70	20997,21	23330,24
servicios básicos	85,83	93,64	101,44	109,24	117,05	124,85	132,65	140,45	156,06
costos variables	24981,80	27252,87	29523,95	31795,02	34066,09	36337,16	38608,24	39817,93	42237,32
material de escritorio	275,00	300,00	325,00	350,00	375,00	400,00	425,00	450,00	500,00
material de limpieza	216,00	235,64	255,27	274,91	294,55	314,18	333,82	353,45	392,73
materia prima e insumos	24124,80	26317,96	28511,13	30704,29	32897,45	35090,62	37283,78	38448,84	40778,95
envases y etiquetas	366,00	399,27	432,55	465,82	499,09	532,36	565,64	565,64	565,64

TOTAL	60876,96	58961,35	62406,74	65852,13	69297,51	72742,90	76188,29	78572,30	83340,31
--------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

7.5 Estado de resultado

El Estado de Resultados, también conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Ganancias y Pérdidas, es uno de los estados financieros fundamentales de una empresa. Proporciona un resumen de los ingresos y gastos de la empresa durante un período de tiempo específico, generalmente un año fiscal o un trimestre. El objetivo principal del Estado de Resultados es mostrar si la empresa ha obtenido beneficios o sufrido pérdidas durante ese período y proporcionar una visión general de su rendimiento financiero.

7.5.1 Estado de resultado con financiamiento

El "Estado de Resultados con Financiamiento" proporciona una visión más completa de cómo la estructura de financiamiento de la empresa afecta sus resultados financieros. Permite evaluar cómo los costos e ingresos relacionados con la deuda y el capital influyen en la rentabilidad y la salud financiera de la empresa.

Los ingresos proyectados se refieren a una estimación anticipada de los ingresos que una empresa espera generar en un período futuro

Tabla 7.5.

Proyecciones de ingresos

INGRESO PROYECTADO										
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
producción	30000	32727,272 73	35454,545 45	38181,81 818	40909,0909	43636,36364	46363,63636	49090,90909	51818,18182	54545,45455
PRECIO 1 Bs.-4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
PRECIO 2 Bs.- 6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

TOTAL, P1	120000	130909,09	141818,18	152727,27	163636,364	174545,4545	185454,5455	196363,6364	207272,7273	218181,8182
TOTAL, P2	180000	196363,6364	212727,2727	229090,9091	245454,5455	261818,1818	278181,8182	294545,4545	310909,0909	327272,7273

Fuentes: Elaboración propia

7.5.1 Estado de resultado sin financiamiento.

Este nos proporciona una perspectiva distinta debido a que no se cuenta con un financiamiento ni ayuda externa para la iniciación de este proyecto, dando a entender que los recursos que se utilizaran son recursos propios.

Tabla 7.5.1

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS SIN FINANCIAMIENTO

DETALLE	año1	año2	año3	año4	año5	año6	año7	año8	año9	año10
ingreso proyectado	1428624,00	1558498,91	1688373,82	1818248,73	1948123,64	2077998,55	2207873,45	2337748,36	2467623,27	2597498,18
COSTO	1481935,12	1487185,70	1492436,29	1497686,87	1502937,45	1508188,04	1513438,62	1518689,21	1523939,79	1529190,37
utilidad bruta	-53311,12	71313,21	195937,53	320561,86	445186,18	569810,51	694434,83	819059,16	943683,48	1068307,81
IVA 13%	-6930,45	9270,72	25471,88	41673,04	57874,20	74075,37	90276,53	106477,69	122678,85	138880,02
IT 3%	-1599,33	2139,40	5878,13	9616,86	13355,59	17094,32	20833,04	24571,77	28310,50	32049,23
utilidad anticipada impuesto IUE 12.5%	-44781,34	59903,09	164587,53	269271,96	373956,39	478640,83	583325,26	688009,69	792694,13	897378,56
Utilidad neta	-44781,34	52415,21	144014,09	235612,96	327211,84	418810,72	510409,60	602008,48	693607,36	785206,24



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
BENI JOSÉ BALLIVIÁN**



**CAPITULO VIII
EVALUACION DEL PROYECTO**



CAPITULO VIII

8 EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1 Evaluación del proyecto

En el presente capítulo se realizará la evaluación del proyecto utilizando diferentes indicadores financieros que son. Valor Actual Neto (VAN) Tasa Interna de Rendimiento (TIR), Relación Beneficios Costos (RBC) Y el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).

consideramos en dos escenarios.

Evaluación del proyecto con financiamiento externo

Analizamos el rendimiento y la rentabilidad de la inversión, considerando las fuentes de financiamientos ya que tenemos la interna, considerada como el aporte propio. Y la externa considerada con el Banco Union.

Flujos de beneficios

Calculamos la liquidez con financiamiento externo y sin financiamiento correspondiente al flujo de cada correspondiente a los 10 años de vida útil del proyecto.

Tabla 8.1

FLUJO CON FINANCIAMIENTO

Descripción	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FUENTES	307078,83	-34644,03	72745,07	166112,29	259638,65	353338,49	447227,42	538826,30	630425,18	722024,06	851022,94
Aporte Propio	231803,83										
Prestamo	75275,00										
Utilidad Neta		-55877,53	44328,37	137695,59	231221,95	324921,79	418810,72	510409,60	602008,48	693607,36	785206,24
Depreciación A. F.		15872,50	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70
Amortización A. D.		5361,00									
Valor residual A.F.											37400,00
Recuperación del CT											0,00
USOS	305578,83	13209,75	11002,50	8596,60	5974,17	3115,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión de A.F.	93475,00										
Inversión de A.D.	5361,00										
Capital de trabajo	206742,83										
Amortización Banco U. SA.		13209,75	11002,50	8596,60	5974,17	3115,71	-	-	-	-	-
FLUJOS NETOS	-	-21434,28	83747,57	174708,88	265612,82	356454,21	447227,42	538826,30	630425,18	722024,06	851022,94
FLUJOS ACTUALIZADOS	-	-19137,75	66763,05	124354,33	168801,75	202261,69	226579,33	243737,65	254618,16	260369,11	274006,61
FLUJO NETO ACUMULADO	-	-	-	-	35202,55	237464,24	464043,57	707781,22	962399,38	1222768,49	1496775,10

Tabla 8.1.1

flujo de fondos sin financiamiento (Bs)

Descripción	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FUENTES	307078,83	-39183,67	80831,91	172430,79	264029,66	355628,54	447227,42	538826,30	630425,18	722024,06	813622,94
Aporte Propio	307078,83										
Utilidad Neta		-39183,67	52415,21	144014,09	235612,96	327211,84	418810,72	510409,60	602008,48	693607,36	785206,24
Depreciación A. F.		0,00	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70	28416,70
Amortización A. D.		0,00									
Valor residual A.F.											0,00
Recuperación del CT											0,00
USOS	305578,83	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión de A.F.	93475,00										
Inversión de A.D.	5361,00										
Capital de trabajo	206742,83										
FLUJOS NETOS	305578,83	-39183,67	80831,91	172430,79	264029,66	355628,54	447227,42	538826,30	630425,18	722024,06	813622,94
FLUJOS ACTUALIZADOS	305578,83	-34985,42	64438,70	122732,83	167795,62	201793,19	226579,33	243737,65	254618,16	260369,11	261964,81
FLUJO NETO ACUMULADO	305578,83	340564,26	276125,56	153392,73	14402,90	216196,08	442775,41	686513,07	941131,23	1201500,34	1463465,15

Indicadores de evaluación VAN con financiamiento en Bs.

VAN	Bs32.249,06
TIR	50%
RCB	0,07
PRI	3,83

Luego de realizar la evaluación financiera se obtiene como resultado que este proyecto es factible financieramente por qué permite obtener un valor presente neto positivo luego de descontar la inversión en el año 0, a su vez la relación beneficio costo es 3,83.

Indicadores de evaluación VAN sin financiamiento en Bs.

VAN	Bs184.591,82
TIR	48%
RBC	0,00
PRI	3,93

Conclusiones del Estudio Financiero

Bajo las condiciones presentadas se puede concluir que este proyecto es factible financieramente por qué permite obtener una rentabilidad mayor a la rentabilidad esperada por el inversionista, adicionalmente permite recuperar la inversión en un periodo menor a seis años Además de los indicadores financieros este proyecto es factible por qué permite generaron impacto económico y social mediante la generación de oportunidades de empleos y mejoramiento de calidad de vida de la población.

8.2 Evaluación Ambiental

AGENTE	IMPACTO	
	POSITIVO	NEGATIVO
FLORA		El impacto de la flora en el helado de queso artesanal, influye en la calidad de la leche utilizada para hacer el queso, ya que las vacas se alimentan de pasto y hierbas que pueden afectar el sabor y la textura del producto final.
FAUNA		La fauna también juega un papel importante, ya que las bacterias presentes en el ambiente pueden influir en el proceso de fermentación y maduración del queso, lo que a su vez afecta su sabor y aroma.
AIRE	El aire es un factor importante en el proceso de elaboración del helado de queso, ya que puede influir en su textura y calidad final.	Existe una leve oxidación del aire que puede afectar su sabor y textura.
AGUA	El agua es un componente esencial para la elaboración del helado, ya que contribuye a la formación de la base líquida necesaria para mezclar los ingredientes.	El agua es un ingrediente crucial en el proyecto de helado de queso, pero su cantidad y calidad deben ser cuidadosamente controladas para garantizar un producto final de alta calidad.
SUELO	Un suelo saludable puede proporcionar pasto de alta calidad para el ganado, lo que a su vez se traduce en una leche de mejor sabor y calidad para la producción de queso.	Podría afectar la calidad de los pastos y cultivos utilizados para alimentar al ganado, así como la calidad de la leche producida. Esto a su vez influiría en el sabor y la calidad del queso utilizado en el helado.
SOCIAL	Este tipo de productos puede fomentar la preservación de tradiciones culinarias y métodos artesanales de producción, lo que contribuye a la diversidad cultural y al patrimonio gastronómico de una región.	Afectación en el acceso limitado a este producto para ciertos grupos de la población debido a su costo o disponibilidad.

8.3 MATRIZ DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS AMBIENTALES

PROYECTO HELADO DE QUESO

MATRIZ DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS AMBIENTALES

UNIV.: ROCIO VILLA TERAN

UNIV.SILVANA DURAN GUALLANI

UNIV.LUIS FERNANDO DURAN OJOPI

UNIV.CARLA DANIELA CASTRO ARTEAGA

UNIV. FRANZ TIPUNI

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE HELADO DE QUESO ARTESANAL EN EL MUNICIPIO DE GUAYARAMERÍ

FASE DEL PROYECTO: EJECUSION

COMPONENTE																																																						
FACTORES		AIRE								AGUA										SUELO						ECOLOGIA						RUIDO			SOCIOECONOMICO																			
ATRIBUTOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47						
ACTIVIDADES		FACTORES DE DISPERSION	PARTICULAS SUSPENDIDAS	OXIDOS DE AZUFRE	OXIDOS DE NITROGENO	MONOXIDO DE CARBONO	OXIDANTES FOTOQUIMICOS	TOXICOS PELIGROSOS	OLOR	PRODUCCION DE ACUIFEROS	VARIACIONES DE CAUDAL	ACEITES Y GRASAS	SOLIDOS SUSPENDIDOS	TEMPERATURA	ACIDEZ O ALCALINIDAD	DBO5	OXIGENO DISUELTO	SOLIDOS DISUELTOS	NUTRIENTES	COMPUESTOS TOXICOS	COLIFORMES FECALES	SALINIDAD Y ALCALINIDAD	COMPACTACION	NUTRIENTES	EROSION	RIESGOS	USOS DE SUELOS	FAUNA TERRESTRE	AVES	FAUNA ACUATICA	VEGETACION Y FLORA TERRESTRE	AREAS VERDES URBANAS	VEGETACION Y FLORA ACUATICA	COSECHA AGRICOLA	VECTORES	PAISAJISMO	EFFECTOS FISIOLOGICOS	COMUNICACION	RENDIMIENTO LABORAL	COMPORTEMENTO SOCIAL	ESTILO DE VIDA	SISTEMAS FISIOLOGICOS	NECESIDADES DE LA COMUNIDAD	EMPLEO	INGRESOS DEL SECTOR PUBLICO	CONSUMO PER CAPITA	PROPIEDAD PUBLICA	PROPIEDAD PRIVADA						
Etapa 1: Optimización Integral de la Construcción de Infraestructura"																																																						
M01 - MODULO # 1 Evaluación de Factores de Localización Óptima de Terrenos de la Planta																																																						
1	Identificar localización Potenciales Basadas en Mejorar la Eficiencia y Rentabilidad del proyecto	-1	-1	-1	0			0													0	0	8	0	-1	-1	0	0	0											-1	1	1	-1	1	-1	1	3	1	1	-1	-1			
2	Estudio Detallado de Costos y Evaluación de Viabilidad"	0	-1					1				2						3																				1				1	1	1			1			1				
M02 - MODULO # 2 Optimización Arquitectónica e Ingenieril para la Planta de eludo																																																						
4	Solicitud contratación de Propuestas Servicios de Arquitectura e Ingeniería							-1				3																																			2	2				1	-1	
5	"Desarrollo de Esquemas de Distribución para Instalaciones de		-1	-1	-2			-2	-1	-1																-1			1	1	-1												-1	-2	-1	-2	1	1	2	2			1	-1
6																																																						
SUMATORIA																																																						
NORMALIZADO COORDENADAS X, Y																																																						
CATEGORIA																																																						

VI LINEA DE BASE AMBIENTAL

LINEA DE BASE AMBIENTAL

DEPARTAMENTO: Beni MUNICIPIO. Guayaramerin PROVINCIA: Vaca Diez

PROYECTO: Producción de Helado de Queso Artesanal

ZONA DE VIDA: TROPICAL

ALTITUD: 128 m.s.n.m

CUESTIONARIO DE LINEA DE BASE AMBIENTAL

LLENADO POR:		Reg.	
FACTOR AMBIENTAL	SI	NO	Observaciones
1 GEOGRAFÍA 2 RELIEVE El área de la comunidad es: a) plana b) Con pendiente suave c) Con fuertes pendientes d) es muy accidentado y variado	X	 X X X	
1 MORFOLOGÍA El área es: a) Valles muy estrechos y con laderas empinadas, al río es de agua con espuma y se escucha a distancia. b) valles medios con laderas modernas, él no se calma por partes y su sonido es suave c) Valles amplios, los cerros están lejos del río. d) El terreno es plano y el arroyo forma curva no muy amplias e) El terreno es plano y el no corre casi recto f) El terreno es plano y no hay río		 X X X X X	

<p>GEOLOGÍA En el área:</p> <p>a) Se pueden encontrar rocas muy grandes en casi todos los valles de los cerros son del mismo color que esas rocas.</p> <p>b) El suelo está formado por capas ríe material fino grueso que se alternan.</p> <p>c) Hay derrumbes continuos y el cuenco está en formación.</p> <p>d) Esta dentro de una región da formación ya definida y estable.</p>	<p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	
<p>3,- CLIMA</p> <p>LLUVIA En el área:</p> <p>a) No llueve</p> <p>b) llueve desde el mes de diciembre a marzo</p> <p>c) Llueve todo el año</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Cuando llueve se produce:</p> <p>a) Nada significa en el suelo</p> <p>b) formación de barro</p> <p>c) Charcos de agua.</p> <p>d) El agua corre por las calles</p> <p>e) El río sale de su cause</p> <p>f) Se inundan algunos terrenos</p> <p>Precipitación Máxima (mm): 3.220 Mes Febrero</p> <p>Precipitación Mínima (mm): 80 Mes Octubre</p>	<p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	
<p>La lluvia se usa para:</p> <p>a) Regular plantaciones</p> <p>b) Regar árboles frutales</p> <p>c) Regular bloques</p>	<p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p>	

FACTOR AMBIENTAL	SI	N O	Observaciones
d) Regar los pastizales e) Almacenar agua para la estación de sequía f) Consumo de animales Otras: a) La nieve cae en los meses de b) El granizo cae en los meses de		X X X X X	
3,2- VIENTO Fuerza de Viento a) No aprecia ningún efecto b) Mueve árboles y afecta cultivos c) Levanta polvareda d) Mueve calaminas de las casas e) Tumba árboles.		X X X X X	
3,3, TEMPERATURA La temperatura es; a) Fría en época de lluvia b) Caliente en épocas de lluvias c) No se siente diferencia durante el año d) Es fresca durante todo el año e) Hay épocas de heladas Temperatura Máxima 33,4 °C Temperatura Mínima 15,1°C Temperatura Media 24,3 °C	X X X X	X X X X	
4,- HIDROLÓGICA 4,1- LAS QUEBRADAS Curso de agua:			

FACTOR AMBIENTAL	SI	N O	Observaciones
5,- FENÓMENOS METEREOLÓGICOS Las sequías ocurren: a) Todos los años b) De vez en cuando c) Cada vez con más frecuencias d) Afectan la agricultura y piscicultura e) Afecting las Vivienda's		X X X	
I Las heladas ocurren: a) Todos los años b) Cada cierto tiempo c) Afectando la agricultura d) Afectando la salud de la población. Las granizadas ocurren: a) Todos los años b) Cada cierto tiempo c) Afectan la agricultura. d) Afectan los animales e) Afectan las viviendas		X X X X X X X X X	
6,- DESASTRES NATURALES Los deslizamientos/ derrumbes ocurren: a) Todos los años b) Algunos años y no muy frecuentes c) Siempre en el mismo sitio d) Ocasionan pérdidas de materiales en la agricultura y viviendas f) No ocasionan daños significativos.		X X X X X	

Los deslizamientos/derrumbes afectan:		X	
a) área cercana al proyecto		X	
b) En el mismo sitio del proyecto	x		
c) Lejos del área del proyecto.			
Las Inundaciones:		X	
a) Ocurren todos los años	X		
b) Ocurren algunos años y no muy frecuentes		X	
c) Han ocasionado perdida de materiales en la agricultura y vivienda		X	
d) no han ocasionado daños significativos			
Suelos			
7,1, capacidad de uso mayor Relieve:			
a) Planos	X		
b) Con poca pendiente medía		X	
c) Con Pendiente Fuerte		X	
Profundidad:			
a) Mas de 2 metros		X	
b) Entre 2 metros y 50 cm.	X		
c) Menos de 50 cm.	X		
Drenaje:			
a) El drenaje es bueno	X		
b) Se demora en drenar		X	
c) Se empoza y no entra		X	
Textura:			
a) El suelo es arenoso, no forma terrones		X	
b) el suelo es arcilloso, se raja cuando seca		X	
c) El suelo es franco, forma terrones y se raja poco cuando seca		X	
Otros: es			

a) Pedregoso		X	
b) Hay salitre		X	
c) Se lava rápido y hay que abonarlo seguido.		X	

FACTOR AMBIENTAL	SI	N O	Observaciones
8. COBERTURA VEGETAL			
El proyecto se ubica en o atraviesa			
a) Bosques primarios		X	
b) Bosques naturales secundarios		X	
c) Bosque planificados		X	
d) Pastos naturales		X	
e) Pastos artificiales		X	
f) Cultivos consolidados		X	

<p>Respecto a los árboles</p> <p>a) Hay muchos bosques en el lugar 1</p> <p>b) Hay pocos bosques en el lugar</p> <p>c) Hay cortinas rompimientos</p> <p>d) No hay bosques</p> <p>e) Hay plantaciones nuevas</p> <p>f) Las comunidades tienen un vivero y van iniciar a reforestar</p>	<p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	
<p>9. ANIMALES SILVESTRES</p> <p>Menciones ¿os animales típicos del área: Loros, perdices, serpientes, jochi, guaso, changos.</p> <p>Estos animales:</p> <p>a) Se encuentran todo el año</p> <p>b) Aparecen algunos meses del año</p> <p>c) Son cazados para la alimentación o por su piel</p> <p>d) Cada vez son más escasos</p> <p>e) Han existido anteriormente.</p>		<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	
<p>10. AGRÍCOLA</p> <p>¿Cuáles son los cultivos importantes del área? Coca, Arroz, Maíz, Yuca, Plátano y Agroforestales</p> <p>Los cultivos son de tipo</p> <p>a) Anual</p> <p>b) Permanente</p> <p>c) Varias cosechas al año.</p>	<p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p>	
<p>Los cultivos están afectados por</p> <p>a) Plagas y enfermedades</p> <p>b) Falta de agua</p> <p>c) Sequía</p>		<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	

Los cultivos son manejados e/: forma			
a) Tradicional		X	
a) Semi – tecnificado		X	
c) tecnificado		X	
d) Muy tecnificado		X	
11. PECUARIA		X	
¿Qué ganado es más frecuente?			
a) Vaca, bueyes		X	
b) Camero, ovejas.		X	
c) Cabras		X	
d) Caballos		X	
e) Cerdos		X	
El ganado es criado:			
a) En corrales		X	
b) Libre en el campo		X	
c) En corrales y en forma libre en el campo		X	

FACTOR AMBIENTAL	SI	N O	Observaciones
El ganado:			
a) No tiene problemas sanitarios 1		X	
b) Tiene problemas sanitarios		X	
Los establos se encuentran situados:			
a) Al costado de alguna fuente de agua		X	
b) Alejado de alguna fuente de agua		X	
c) En plena área poblada		X	

12. CONTAMINACIÓN AMBIENTAL		
Se tiene humaredas por		
a) Empleo de leña como combustible		X
b) Quema de matorrales para el uso de la agricultura		X
c) Quema de basura		X
d) Chimeneas industriales.		X
Las aguas residuales (servidas e industrial)		
a) Emiten sus descargas directamente al río		X
b) Son tratados primero antes de ser tirados al río, lago, aguas. subterráneas		X
Se encuentran en la zona, suelos ya degradado que no pueden ser usados por:		
a) Erosión		X
b) Salinización		X
c) Ácidos		X
d) Pérdida de productividad.		X
ASPECTO SOCIAL Y ECONÓMICO		
13. MINERALES		
¿Qué recursos minerales poseen en el área?		
Estos recursos:		
a) No son explotados		X
b) Solo se saca el mineral y se envía sin procesar a una refinería		X
c) Son explotados y el mineral os refinado en la misma mina		X
El área del yacimiento se encuentra:		
a) Alejados del área poblada		X
b) Ocupan un área pequeña (menos de 1 Ha.)	X	
c) Ocupan un área grande (mayor de 1 Ha.)		X

14. ACTIVIDAD INDUSTRIAL		
Qué tipo de industria se encuentre en la zona: Estas industrias se encuentran localizadas: a) Extractiva, forestal, minero, etc. X b) Transformación X c) Industria casera alimenticia (quesos, dulces etc.) X d) Artesanía X Estas industrias se encuentran localizadas a) Cerca de zonas pobladas X b) En zonas rurales X c) Cerca de fuentes de agua, río, agua subterránea, ojo de agua, manantial) x		
14.1. MATERIA PRIMA Y RECURSOS QUE EMPLEA		
Que recursos naturales son empleados en la industria instalada: a) Vegetación arbustiva y herbácea X b) Ganado X		
Que cambios se han sentido luego de instalada Industria:		
a) En el paisaje X b) Disminución de los recursos naturales X c) Se ha valorizado el costo del terreno. X		

FACTOR AMBIENTAL	SI	N O	Observaciones
Que fuente de energía emplea			
a) Leña		X	
b) Carbón		X	
c) Energía eléctrica	X		
d) gas		X	

¿De qué fuente se abastece de agua?			
a) Río		X	
b) Lago		X	
c) Agua subterránea	X		
15. SANEAMIENTO			
16.1. MANEJO DE DESECHOS SOLIDOS			
¿Qué tipo de desecho sólidos se presenta en el área?			
a) Domestico	X		
b) Industrial		X	
c) Aserradero		X	
d) Pecuario		X	
De que está constituida principalmente la basura:			
a) Plástico	X		
b) Papel o cartón		X	
c)Material orgánico		X	
d) Botellas de vidrio.		X	
¿Como el desecho sólido es eliminado?			
a) Incineración		X	
b) Enterrado	X		
c) Ubicado en un lugar al descubierto.		X	
c) Tirado a campo abierto discrecionalmente.		X	

El lugar de disposición del desecho			
a) Está próximo a una fuente de agua		X	
b) Se encuentra a más de 30 minutos en carro		X	
c) Se encuentra próximo al centro poblado		X	
16. SISTEMA DE ABASTECIMIENTO DE AGUA Y DESAGÜE			
¿De qué fuente se abastecen de agua?			
a) Río		X	
b) Pozo		X	
c) Agua subterránea		X	
d) Arroyos		X	
e) Norias	X		
f) Agua purificada			
¿Qué meses le falta agua?			
a) Septiembre – Octubre		X	
b) Ninguno	X		
De qué color sale el agua de los caños:			
a) Clara		X	
b) De vez en cuando un poco turbia		X	
c) Generalmente turbia		X	

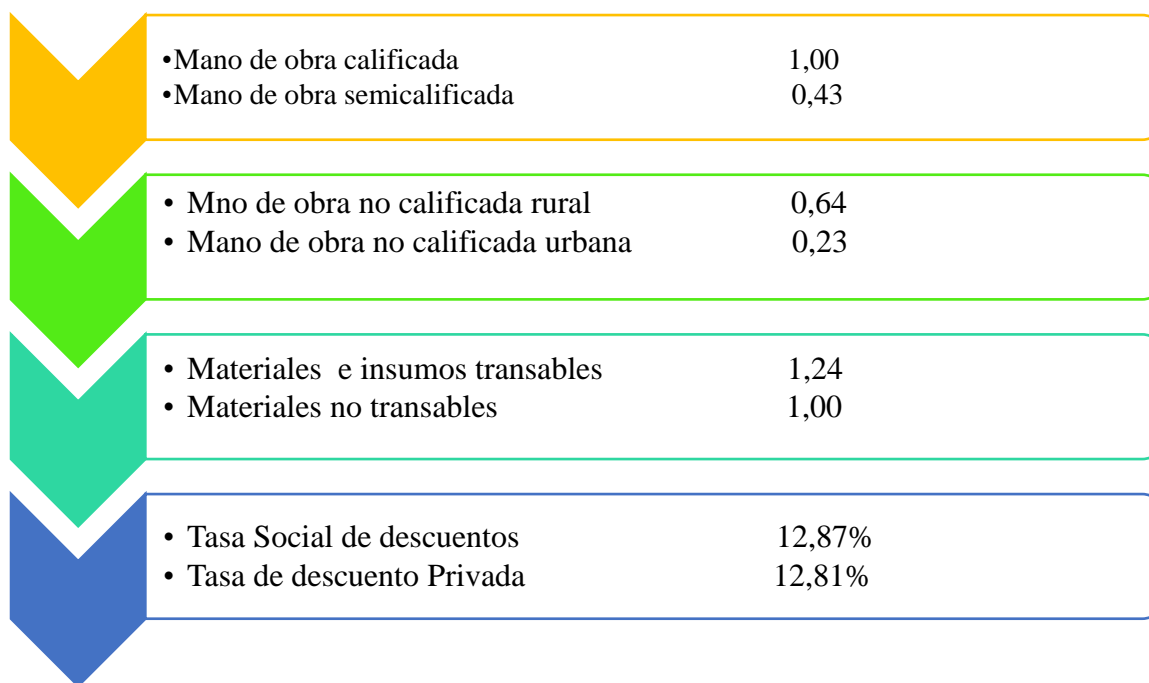
FACTOR AMBIENTAL	SI	N O	Observaciones
------------------	----	--------	---------------

<p>Tiene la población ¿Confianza consumirla directamente del caño?</p> <p>a) Totalmente seguro</p> <p>b) Un poco de desconfianza en consumirla</p> <p>c) Totalmente desconfiados en consumirla directamente</p> <p>¿Qué tipo de sistema de desagüe utilizan?</p> <p>a) Pozos sépticos</p> <p>b) Red de sistema de alcantarillado</p> <p>c) No cuenta con ningún sistema</p>		<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	
<p>17. ASPECTOS DEL TURISMO</p> <p>El área cuenta con paisajes naturales.:</p> <p>a) Importante que pueden aprovechar/so</p> <p>b) Tienen zonas que merecen darle mantenimiento</p> <p>c) No posee.</p> <p>La población para recrearse</p> <p>a) Sale fuera del área</p> <p>b) se queda en el área.</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>i</p>
<p>¿Cuál es el área empleado por la población para recrearse los fines de semana?</p> <p>a) Alrededor del río, lago u ojo de agua</p> <p>b) En un parque de recreaciones</p> <p>c) En un bosque</p>	<p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p>	
<p>18. ÁREAS ARQUEOLÓGICAS, HISTÓRICOS O DE INTERÉS DE LA COMUNIDAD</p> <p>¿El área cuenta con zonas arqueológicas?</p> <p>a) Si posee</p> <p>b) No posee</p> <p>c) Cuenta con ciertas ZONAS potenciales.</p>	<p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p>	

<p>Las zonas de importancia arqueológica se encuentran ubicadas:</p> <p>a) Cerca del centro poblado a menos de 30 minutos de caminata</p> <p>b) Lejos del centro poblado</p> <p>c) Monumentos históricos</p> <p>d) Sitios culturales de interés.</p>		<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	
<p>19. ASENTAMIENTOS HUMANOS En el área se encuentran?</p> <p>a) Nuevos asentamientos</p> <p>b) Antiguos</p> <p>c) En proceso de aceptación.</p>		<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	
<p>En el área se encuentran;</p> <p>a) Pueblos indios originarios</p> <p>b) Ningún nombre.</p>		<p>X</p> <p>X</p>	
<p>El área se encuentra dentro del área de:</p> <p>a) Colonización dirigida</p> <p>b) Colonización espontánea</p>		<p>X</p> <p>X</p>	

8.3. Evaluación Económica y social

Una vez determinado el comportamiento adecuado del proyecto desde el punto de vista financiero, se hace necesario examinar el comportamiento socioeconómico del mismo, para así poder emitir un juicio de valor acerca de que si el proyecto enriquece a la nación o la empobrece. Con este propósito se ha realizado la transformación de los costos de inversión y de operación y mantenimiento presentados en el análisis financiero anterior, a precios de eficiencia económica, con el uso de los coeficientes de conversión propuestos por el VIPFE y que son los siguientes:



• Mano de obra calificada	1,00
• Mano de obra semicalificada	0,43
• Mno de obra no calificada rural	0,64
• Mano de obra no calificada urbana	0,23
• Materiales e insumos transables	1,24
• Materiales no transables	1,00
• Tasa Social de descuentos	12,87%
• Tasa de descuento Privada	12,81%

Tabla 8.3

Evaluación socioeconómica

DETALLE	FACT. CONVERS.	AÑOS										
		0	2,015	2,016	2,017	2,018	2,019	2,02	2,021	2,022	2,023	2,024
PRODUCCION (Kg).		30000,0	32727,3	35454,5	38181,8	40909,1	43636,4	46363,6	49090,9	51818,2	54545,5	
PRECIO (Bs./Kg.)		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
1. ENTRADAS		180000,0	196363,6	212727,3	229090,9	245454,5	261818,2	278181,8	294545,5	310909,1	327272,7	
1.1 Ventas	1,00	180000,0	196363,6	212727,3	229090,9	245454,5	261818,2	278181,8	294545,5	310909,1	327272,7	
1.2 Valor Residual de Activos	1,00											37400,0
1.3 Capital de Trabajo	1,00											0,00
2. SALIDAS		123.369,5	85.828,8	83.459,7	86.730,9	89.307,6	91.648,3	95.820,5	101.019,6	106.218,8	112.747,2	117.946,3
2.1 TOTAL INVERSION		123.369,5										
2.1.1 Material Local	1,00	38.561,0										
2.1.2 Material Importado	1,24	74.741,0										
2.1.3 Mano de Obra calificada	1,00	7.500,0										
2.1.4 Mano de Obra Semicalificada	0,43	967,5										
2.15 Mano de obra No calificada Rural	0,64	1.600,0										
3. COSTOS DE OPERACIÓN		23.677,0	85.828,8	83.459,7	86.730,9	89.307,6	91.648,3	95.820,5	101.019,6	106.218,8	112.747,2	117.946,3
Materiales Locales	1,00	12.752,5	75.761,3	73.392,2	76.185,4	78.762,1	81.102,8	83.186,2	88.385,3	93.584,5	98.783,6	103.982,8
Materiales Importados	1,24	857,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mano de obra calificada	1,00	7.500,0	7.500,0	7.500,0	7.856,1	7.856,1	7.856,1	9.216,9	9.216,9	9.216,9	10.082,8	10.082,8
Mano de obra semicalificada	0,43	967,5	967,5	967,5	1.013,4	1.013,4	1.013,4	1.306,0	1.306,0	1.306,0	1.492,2	1.492,2
Mano de Obra No calificada Rural	0,64	1.600,0	1.600,0	1.600,0	1.676,0	1.676,0	1.676,0	2.111,4	2.111,4	2.111,4	2.388,5	2.388,5
SUPERAVIT (DEFICIT)		-147.046,5	94.171,2	112.904,0	125.996,4	139.783,3	153.806,3	165.997,7	177.162,2	188.326,7	198.161,9	209.326,4

VAN SOCIAL AL 12,81% = Bs. 639.813
VAN PRIVADO AL 12,81% = Bs. 641.632

TIR SOCIAL = 77%
TIR PRIVADO = 77%

El Valor Actual Neto Social asciende a Bs 639.81 de la base contable para una tasa de corte de 77%, lo que muestra que el proyecto es atractivo.

El Valor Actual Neto Privado asciende a a Bs.641.63 de la base contable para una tasa de corte de 77%, lo que muestra que el proyecto es también atractivo desde el punto de vista privado.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
BENI JOSÉ BALLIVIÁN**



**CAPITULO IX
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**



9 CONCLUSION

9.1 Conclusiones

- Los factores más determinantes para los usuarios a la hora de comprar nuestros productos
- Mediante el estudio de mercado se pudo determinar que la demanda del producto de lavado en el mercado local es de 2379284 docenas para el último año (2031)
- El lugar más óptimo para la ubicación de la Heladería es el mercado central porque está cerca de nuestro público objetivo
- Se utilizará maquinarias industriales e, insumos para el servicio del presente proyecto, porque es la que mejor se adapta a las condiciones del financiamiento local.

Respecto al monto de recursos económicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto se determinó que será necesario un total de Bs. 426.862,42 (Cuatrocientos veinte y seis mil, ochocientos sesenta y dos).

- Lo que se concluye que el proyecto es rentable, el total de los beneficios generados (VAN) es positivo y se recomienda su pronta ejecución

9.2 Recomendaciones

- Realizar la inversión para la creación de una Heladería Artesanal de Helados de queso en la ciudad de Guayaramerin
- Ampliar las presentaciones e innovar el producto, para una mejor experiencia y satisfacción del cliente



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI JOSÉ BALLIVIÁN



CAPITULO IX ANEXOS



10 ANEXO

10.1 PLANILLAS DE SUELDOS Y SALARIOS CORRESPONDIENTES GESTIÓN
ENERO 2023 – 2025(EXPRESADO EN BOLIVIANOS)

Tabla 10.1

PLANILLAS DE SUELDOS Y SALARIOS

Cargo	Años	Haber Básico	Días Trabajados	Salario Ganado	Bono de Antigüedad	Bono Frontera	Total, Ganado
Gerente	0	4000,00	30	4000	0	800	4800
Jefe De Producción	0	3500	30	3500	0	700	4200
Bodeguero	0	2500	30	2500	0	500	3000
Operario	0	2250	30	2250	0	450	2700
Total		12250		12250			14700

Demostramos la planilla de sueldos y salarios en función de un mes pagado de nuestro personal expresado en Bs. Dando un total de Bs. 20580.

10.2 VAN SIN FINANCIAMIENTO (Expresado en bolivianos)

VAN	Bs184.591,82
TIR	48%
RBC	0,00
PRI	3,93

10.3 REFERENCIAS

1. "FRUTTYCREAM" (2020, septiembre 30). Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.
2. Antoni Montero, K., (2022). Creación de la imagen corporativa para la apertura de la heladería de copoazú, en la ciudad de La Paz, Bolivia [Tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés]
3. Hugo, R. (2015). Plan de negocio de una cadena de heladerías con la franquicia Cold Stone en el Perú [Tesis de maestría, Universidad del Pacífico]
4. Córdova, J. (2012). Plan de negocio para la creación de una empresa de producción y comercialización de helados [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]
5. Goyzueta Contreras, R. V. (2019). Estudio de factibilidad para una planta industrial de helados "Helifrut S.R.L." [Tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés]
6. Vargas, J. (2018). Plan de negocio para la creación de una heladería artesanal en la ciudad de Cochabamba [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Simón]
7. Escrito sin título ni autor conocido (2023). Estudio de Mercado para la apertura de una heladería artesanal de queso helado
8. Universitaria Mayor de San Andrés (2023). Título de tesis desconocido
9. Universidad del Pacífico (2015). Plan de negocio de una cadena de heladerías con la franquicia Cold Stone en el Perú
10. Universidad Central del Ecuador (2023). Descripción parcial de una tesis relacionada con Helados Bogar

