



# EMPRENDIMIENTO (PLAN DE NEGOCIOS)



II-2025

# EXPO

## CIENCIA FACULTATIVA XV

NOMBRE DEL TEMA: EL RINCON DE LOS 6 SABORES

NUMERO DE GRUPO: 7 TURNO DE PRESENTACION: Turno mañana

DOCENTE GUIA: MENDOZA IRIARTE FAUSTO

INTEGRANTES: Choque Flores Arcely 222086051

Condori Coro María Jose 217165346

Barahona Dilmar Andres 220158851

Cruz Quispe Aldo 218015550

Ramirez Villca Erica Senovia 221013539

Leticia Guzmán alcibia 222001747

NUMERO INTERNO

DE GRUPO:

6

APOYAN:



Ph.D. Luis Alberto Méndez  
DECANO

M.Sc. Miguel Sorich  
VICE-DECANO

M.Sc. Gabriela Montenegro  
DIR. DE INF. CONTROL DE GEST.

Ph.D. Píter Fernández  
DIR. DE CONTADURÍA PÚBLICA

## INDICE

➤ INTRODUCCION

➤ CAPITULO I ANALISIS EXTERNOS

➤ CAPITULO II ANALISIS INTERNO

➤ CAPITULO III PLAN DE PRODUCCION

➤ CAPITULO IV PLAN DE MARKETING

➤ CAPITULO V PLAN DE RECURSOS HUMANOS

➤ CAPITULO VI PLAN DE FINANZAS

➤ CAPITULO VII ESTUDIO JURIDICO FISCAL

➤ CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

➤ BIBLIOGRAFIA

➤ ANEXOS



## INTRODUCCION

Mientras más pasan los años, la población cruceña va en aumento con respecto al número de sus habitantes, así también como las diferentes actividades que realizan e industrias que ofrecen sus servicios. Poco a poco se ve cómo crece la demanda de alimentos tanto en el sector de comida rápida como en la cadena de restaurantes, esto debido a la influyente imagen que impone la industria alimenticia, motivando al cliente a consumir más alimentos en comida rápida, además que en la familia cruceña se está consolidando la costumbre de almuerzos familiares en este tipo de lugares, ya sea los fines de semanas o durante esta, para festejar cumpleaños, fechas especiales, y otros.

Nuestro emprendimiento de silpancho tradicional “EL RINCON DE LOS 6 SABORES” consolidada este año, se propone para la gestión 2025, realizar un análisis exhaustivo en el ámbito de la administración de la producción y comercialización del silpancho tradicional, observando las diferentes áreas y puntos que se debe tomar en cuenta para aprovechar el desarrollo de la demanda de comida rápida, y así poder consolidarse en el mercado.

Actualmente, en nuestra sociedad, la comida rápida se ha convertido en una de las opciones de alimentación más utilizadas, principalmente en el sector juvenil. Esto ha motivado a muchos comerciantes a incursionar en el mercado de la alimentación, buscando aprovechar la creciente demanda de estos productos y los márgenes de ganancia con que se pueden beneficiar por su comercialización.

Hoy en día se puede apreciar la creciente demanda por la comida rápida debido al crecimiento poblacional en especial las personas que trabajan y no tienen tiempo para preparar sus alimentos. Es así que, mediante el presente emprendimiento, intentamos desarrollar un proceso de creación de una empresa mediana, que a largo plazo nos permita, nuestro sustento y así mismo ayudar a bajar la tasa de desempleo.



## OBJETIVOS

Debe reflejar la finalidad principal del negocio: ofrecer un producto gastronómico de calidad, satisfacer al cliente y lograr una sostenibilidad económica.

### OBJETIVO GENERAL

Ser una empresa rentable que genere valor a través del tiempo y logre expandirse a nivel nacional, posicionando la marca en la mente del consumidor boliviano y satisfaciendo sus necesidades.

### OBJETIVO ESPECIFICO

- Crecer y expandir nuestro negocio primero en el departamento de Santa Cruz y el país.
- Brindar atención de buena calidad y profesional al cliente.
- Contar con buenos productos para que los consumidores estén satisfechos.
- Alcanzar la preferencia del público en general, de los productos que ofrecemos.



## 1.- ANALISIS EXTERNO

### MICRO ENTORNO

Al analizar el mercado en el que compite nuestro producto, el silpancho es un plato tradicional boliviano muy apreciado y reconocido, identificamos una demanda potencial y fuerte en Santa Cruz. Esta demanda es especialmente significativa si se ofrece en un formato de comida rápida (casera) con mayor velocidad de servicio.

Proponemos una posible variación en la presentación y en la preparación de la carne que cumpla con la exigencia de nuestros clientes.

### CONSUMIDORES CLAVES

- Estudiantes: dada la cercanía a la U.A.G.R.M., este es un sector clave y de alto flujo que busca rapidez, buen sabor y precios accesibles.
- Trabajadores y profesionales personal de oficinas y negocios cercanos que requieran una opción de almuerzo rápido con un sabor auténtico.
- Familias y personas que viven en la zona y buscan una alternativa de comida sabrosa para llevar o consumir en el hogar.

Enfrentamos una **competencia directa** ya que existe una alta concentración de restaurantes y locales de comida tradicional en la Av. Busch, especialmente cerca del segundo y tercer anillo, frente a la UAGRM. Estos incluyen tanto grandes cadenas como emprendimiento que ofrece el mismo plato.

Nuestra ventaja competitiva reside en:

- La velocidad y formato de comida rápida (casera)
- Nuestro sabor local único del silpancho (collita)
- La calidad e higiene con la que preparamos nuestro plato.

### MACRO ENTORNO

Los factores macroeconómicos y políticos que pueden afectar a nuestro emprendimiento se centran en la fluctuación de costo de los insumos como principal problema a futuro.

## Principales Riesgos Identificados

- El aumento súbito de los costos de insumos (carne, arroz, aceite) debido a especulaciones o bloqueos.
- La inflación y la consecuente pérdida del poder adquisitivo de nuestro sector clave de clientes.

## Estrategia de Mitigación (Previsiones) para el futuro, tomaremos las siguientes previsiones:

1. Establecer relaciones con múltiples proveedores (mayoristas y mercados minorista)
2. Reserva Estratégica: mantener una reserva de insumos no perecederos (arroz, aceite) para un período de 3 a 4 semanas.
3. Diferencia de Producto y Precio:
  - Crear un silpancho económico con un margen ajustado, dirigido a satisfacer al cliente sensible al precio.
  - Ofrecer un Silpancho Premium con un margen mayor.

Esta estrategia busca asegurar la operación y mantener la rentabilidad sin perder la base de clientes y a la vez, proteger el volumen de ventas.

### Analizar y Definir el Producto

El producto central es el silpancho, un plato tradicional boliviano adaptado a un modelo de comida rápida para garantizar la velocidad de servicio sin sacrificar el sabor y la porción. Va dirigido a estudiantes, familias y trabajadores.



➤ **Producto principal**

Aspecto	Descripción de “El Rincón de los 6 Sabores”
Producto base	Silpancho Clásico: Un plato contundente que consta de arroz blanco, papas fritas en rodajas, una lonja grande y delgado de carne de res aplanadas y fritas, y uno o dos huevos fritos, coronado con ensalada de cebolla, tomate y remolacha (opcional)
propuesta de Valor Única (PVU)	Sabor Auténtico, Servido Rápido: ofrece la calidad de un silpancho tradicional cochabambino con una promesa de servicio y entrega en menos de 5 minutos (ideal para almuerzo rápido)
Diferenciación	Los “5 Sabores” variantes de salsas, aderezos o versiones del plato que ofrecen diversidad, como opciones picantes, con carne de pollo, o el famoso Franca pecho (silpancho en formato Sandwich)

El método de entrega se adapta al canal de ventas:

**Ventas en local (Av. Busch – Servicio en Mostrador):**

1. El cliente pide y recibe su plato en el mostrador para consumir en el área de mesas o llevárselos.
2. Se prioriza la rapidez y la limpieza del local, esencial para atraer a trabajadores y estudiantes.
3. Empaques: Uso de envases con separadores o compartimientos para evitar que la humedad de la ensalada o el arroz ablande la carne o la papa durante el transporte.
4. Logística: se asegura que el plato este sellado y etiquetado para mantener la temperatura (producto caliente) y la entidad de la marca.



## 2.- ANALISIS INTERNO

### Análisis de FODA

#### FORTALEZA

- Sabor casero y autentico  
(Se mantiene la receta tradicional con sabor echo en casa)
- Precio accesible  
(Pensamos en el bolsillo de las personas)
- Preparación sencilla y con ingredientes locales  
(no dependemos de insumos importados)
- Autenticidad  
(Es un plato muy conocido)
- Servicio rapido  
(Tenemos una atención rápida)

#### OPORTUNIDADES

- Consumidores que prefieren comida casera y natural  
(Oportunidad de diferenciarnos por la calidad)
- usos de redes sociales  
(Podamos crecer a través de redes sociales como tik tok)
- Posibilidad de franquiciar o expandir  
(Si el emprendimiento funciona podemos abrir más sucursales)

#### DEBILIDADES

- Poco capital inicial  
(Puede limitarnos la capacidad para publicidad o más equipamiento)
- Espacio reducido  
(Por que aún estamos comenzando y es un pequeño puesto)
- Falta de marca conocida  
(Al inicio tenemos que trabajar en ganar la confianza del público)

#### AMENAZAS

- Competencia fuerte  
(Otras comidas rápidas, pollo pizza y hamburguesa)
- Aumento de precio de ingredientes  
(A veces que suben y bajan los precios huevo carne arroz y aceite)
- Factores internos como el clima  
(eso puede reducir las ventas diarias)



## MISION

Brindar a nuestro cliente una experiencia gastronómica auténtica y deliciosa, ofreciendo el tradicional silpancho cochabambino preparado con ingredientes frescos, de calidad y con el sabor casero que nos caracteriza. En el rincón de los 6 sabores buscamos satisfacer los gustos de cada persona con atención cálida, rapidez y un ambiente acogedor que refleje nuestras raíces bolivianas.

## VISION

Ser reconocido como el referente de la comida rápida tradicional boliviana, expandiendo nuestro emprendimiento a nuevas zonas, manteniendo siempre la calidad, el sabor y la esencia que nos distingue. Aspiramos a crecer como restaurante que promueve la cultura y el sabor de Bolivia en cada plato.

### 3.- PLAN OPERATIVO

Actividades principales

- Compra de insumos
- Preparación y cocción de alimentos
- Atención al cliente
- Limpieza del área de trabajo
- Registro de ventas y control de gastos

#### ➤ **RESPONSABLE**

Somos 6 socios conformados un cocinero mesero y cajero turno rotativo para los 6 socios

#### ➤ **RECURSOS**

Utensilios de cocina, ingredientes, mesas y capital para insumos.

#### ➤ **FRECUENCIA**

Actividades diarias, compra 2 veces por semanas.

#### ➤ **CONTROL**

Registro de ventas, y revisión de limpieza y satisfacción del cliente.



#### **4.-PLAN DE MARKETING**

##### **Mercado objetivo o target**

###### ➤ **Nivel de ingresos**

**Emprendimiento pequeño.** - El silpancho es un plato tradicional y económico en Bolivia, lo que le hace muy popular entre persona con presupuestos ajustados.

**Precios accesibles.** - En nuestro emprendimiento “El rincón de los 6 sabores” será reconocido por la oferta de los precios económicos y bien servido, atrayendo a una clientela que busca buena comida a un costo accesible.

###### ➤ **Edad**

Jóvenes y adultos jóvenes (20) - Este publico suele buscar comidas rápidas, sabrosas y económicas y el silpancho encaja perfectamente en esta descripción.

###### ➤ **Gastos y hábitos de consumo**

Clientes de comidas “al paso”. - El silpancho es una opción muy popular para lo que comen en las calles o buscan una comida rápida sin necesidad de un restaurante formal.

Amantes de la comida tradicional. - El silpancho atrae a quienes aprecian los sabores clásicos de la comida boliviana, especialmente de Cochabamba.

Antojos nocturnos. - En nuestro emprendimiento estará abierto desde las 12:00 p.m. hasta las 22:00 p.m.

###### ➤ **Ubicación**

Av. Bush diagonal Av. 3er Anillo Interno.

**Público Objetivo:** Trabajadores, estudiantes y personas con poco tiempo.

**Propuesta de Valor:** Rapidez, conveniencia y precio bajo.

**Características:** Buscan silpancho servido de forma ágil, quizás en formato “para llevar” o en puestos con pocas mesas.

**Nivel Socioeconómico:** Principalmente C, D y E (personas que priorizan el ahorro de tiempo y dinero).

**Horarios:** El silpancho es popular al medio día para el almuerzo y también en la noche para la cena, desde las 12:00 p.m. del medio día hasta las 22.00 p.m. de la noche.



**Precio:** Es un factor crucial; el mercado boliviano es sensible al precio, pero la gente pagara más por mejor calidad, higiene y ambiente. En nuestro emprendimiento “El rincón de los 6 sabores” la comida costara a bs.15, precio accesible al alcance del bolsillo de los clientes.

En resumen, el target más amplio y seguro para un emprendimiento de silpancho es la población de nivel socioeconómico medio y popular que busca un almuerzo o cena abundante y tradicional.

### ANALISIS DEL PRODUCTO

Nuestro producto principal es comida cacera preparada al momento, elaborada con ingredientes frescos y de buena calidad.

Se ofrece al público platos económicos, sabroso y bien servidos, ideales para trabajadores y familias que buscan una comida rápida.

El producto se diferencia por su buen sabor. Higiene y atención personalizada. Además se procura mantener precios accesibles para atraer y fidelizar a los clientes.

### ANALISIS DE PRECIO

<u>CONCEPTO</u>	<u>DETALLE</u>	<u>COSTOS(BS)</u>
Ingredientes Principales	Carne, arroz, papa, huevo, ensalada, condimentos llajua	10.00
Ventas	Por Plato	15.00
Ganancias netas + refresco	Precio de venta - costo	6.50
Precio competitivo	Comparado con otros restaurantes (20 y 25 bs)	0.00
Extra refresco	por vaso tamaño grande	3.00

- Cada plato bs.10 en insumos
- Se vende a bs.15 obteniendo una ganancia de bs.5
- Precio accesible y competitivo
- Refresco insumo bs.1.50 por vaso
- Ganancia neta por cada vaso de refresco bs.1.50

## ANÁLISIS DE PROMOCIÓN

Aquí analizamos y creamos un mensaje atractivo y coherente de nuestro producto, y establecemos las promociones y descuentos.

**Promoción de Captación (Foco Estudiantil):** Esta estrategia busca aprovechar el alto flujo de la zona UAGRM y la susceptibilidad al precio del sector estudiantil durante los días de menor afluencia.

- Nombre de la Promoción: SILPANCHO POWER LUNCH
- Sector: Estudiantes de la UAGRM y otros institutos cercanos.
- Vigencia: Lunes y Martes, en horario de almuerzo.
- Mecánica: 20% de descuento en el Silpancho Clásico.
- Requisito: Mostrar el carnet universitario o del instituto.
- Mensaje Clave: "Un almuerzo contundente para empezar la semana con energía."

**Oferta Principal:** Esta promoción está diseñada para fomentar la compra de dos unidades, aumentando el volumen de ventas sin sacrificar demasiado el margen, al sustituir el costoso 2x1 por un 50% de descuento en el segundo plato.

- Nombre de la Promoción: DOBLE SABOR A MITAD DE PRECIO
- Estructura: Combo de alto valor percibido.
  - Al comprar un Silpancho Clásico a precio normal, el segundo Silpancho recibe un 50% de descuento.
- Valor Añadido ("El Toque 6 Sabores"): Ambos platos reciben una porción extra de nuestra Llapya Salsa Criolla gratis.
- Ejemplo de Precio y Valor:
  - Precio de Referencia del Silpancho: Bs. 15.
  - Cálculo del Combo: Bs. 15 (100%) + Bs. 7.50 (50% de Bs. 15) = Bs.22.50 por dos Silpanchos.
  - Beneficio para el Cliente: Obtiene dos platos por solo Bs. 7.50 adicionales al precio de uno, más el regalo del sabor extra.
- Objetivo: Fusionar la necesidad de compartir con la percepción de un gran ahorro, manteniendo la rentabilidad.

## ANÁLISIS DE LA PLAZA

La Plaza se refiere a donde y como el cliente puede acceder al producto.

- En nuestro emprendimiento "El Rincón de los 6 sabores" utilizara canales directos, como ser: ventas online mediante live en Tik Tok o en puntos propios.
- La distribución del silpancho se enfoca principalmente en 2 grandes canales: el Canal Físico (Punto de Venta) y el Canal Digital (Delivery/Online)

## 1. Canal Físico: Puntos de Venta Tradicionales (Offline)

Este es el canal histórico y más fuerte para la comida tradicional boliviana:

TIPO DE PLAZA	DESCRIPCION Y RELEVANCIA
Puestos de Comida/Kioscos	Puntos de venta más pequeños, a menudo improvisados o semis-fijos, especialmente activos en horarios nocturnos o cerca de mercados y universidades.
Restaurante Propio	Un local establecido con mesas, ambiente y servicio. Ideal para el segmento familiar de mejor nivel socioeconómico.
Fondas/Pensiones de Barrio	Locales de comida casera tradicional. El silpancho puede ser el plato estrella y parte del menú del día.

### ➤ Canal Digital: Delivery y Venta Online

El canal digital ha triplicado su importancia en la gastronomía boliviana y es crucial para el crecimiento y la cobertura de mercado.

-Canales Propios de Venta Directa

Implementar tu propia solución de pedido y entrega.

Ejemplos:

- ✓ Pedidos por WhatsApp/Llamadas. El canal más sencillo y popular.
- ✓ Página Web o App. Propia: Para pedidos recurrentes y construir marca.
- ✓ Recojo en tienda (Pick-Up): El cliente pide online y recoge en el restaurante.

- **Ventajas:** Cero comisiones (mayor margen), control total de la base de datos del cliente, fortalecimiento de la marca.

### Estrategia de “Plaza” recomendada (Modelo Híbrido)

Para maximizar el éxito de un emprendimiento de silpancho en Bolivia, la mejor estrategia es adoptar un **modelo híbrido** que combine lo mejor de ambos canales:

1. **Foco Físico:** Abrir un **local fijo** (Restaurante o Puesto estratégico) para construir una base de clientes leales, asegurar la calidad del producto y servir como **centro de producción**.

2. **Expansión Digital:** Integrar las plataformas de delivery (Pedidos Ya, Yango, etc.) para alcanzar zonas geográficas más amplias y capturar la demanda de comida a domicilio, que está en constante crecimiento.
3. **Refuerzo Directo:** Promocionar activamente los **pedidos directos por WhatsApp** para reducir la dependencia de comisiones y fidelizar al cliente.

## 5.-PLAN DE RECURSOS HUMANOS

El Plan de Recursos Humanos del restaurante El Rincón de los Seis Sabores busca organizar y gestionar al personal necesario para el funcionamiento eficiente del negocio, garantizando un servicio de calidad y un ambiente laboral adecuado también garantiza una organización eficiente del personal, mejora el clima laboral y contribuye al crecimiento humano y empresarial del establecimiento.

### Estructura organizativa

La estructura organizativa está dividida en tres niveles:

- **Dirección:** Encargada de planificar, organizar y supervisar todas las operaciones del restaurante, además de tomar decisiones estratégicas.
- **Administrativo o de ejecución:** Responsable de coordinar los procesos internos, controlar inventarios, supervisar al personal y garantizar el cumplimiento de normas de higiene y calidad.
- **Operativo:** Compuesto por cocineros, ayudantes, meseros y personal de limpieza, quienes ejecutan las tareas productivas y de atención al cliente.

### Desarrollo y bienestar laboral

Se aplican medidas de seguridad e higiene, evaluación del desempeño y políticas de incentivos que reconocen el esfuerzo y promueven la satisfacción laboral.



## 6.-PLAN DE FINANZAS

### PLAN FINANCIERO

#### Emprendimiento “El rincón de los 6 Sabores”

##### 1. Estado de Resultados Detallado

Se muestra el cálculo paso a paso del estado de resultados correspondiente a un día de exposición del emprendimiento “Los 5 Sabores”.

Concepto	Cálculo	Monto (Bs)
Ingresos por silpancho	$20 \times 15$	300
Ingresos por refresco	$15 \times 3$	45
Total ingresos	$300 + 45$	345
Costo variable silpancho	$20 \times 10$	200
Costo variable refresco	$15 \times 1.5$	22.5
Costos variables totales	$200 + 22.5$	222.5
Costos fijos		50
Utilidad neta	$345 - 222.5 - 50$	72.5
Ganancia por socio	$72.5 \div 5$	14.5

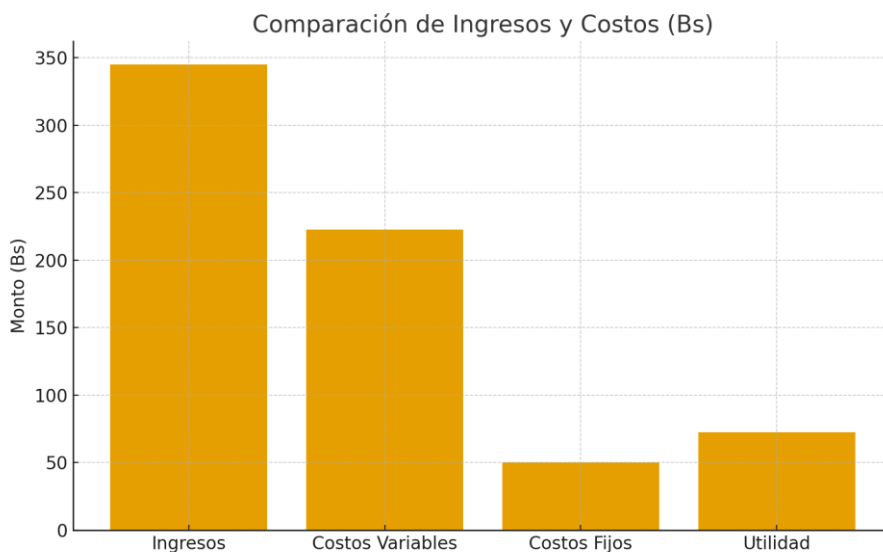


Gráfico 1. Comparación de ingresos y costos totales del día de exposición.

## 2. Punto de Equilibrio (Desarrollo Paso a Paso)

El punto de equilibrio indica el nivel de ventas necesario para cubrir los costos totales sin obtener pérdidas ni ganancias.

**\*\*Fórmula general: \*\***

Punto de Equilibrio (PE) = Costos Fijos Totales / (Precio de Venta - Costo Variable Unitario)

**\*\*Sustituyendo valores: \*\***

$$PE = 50 \div (15 - 10)$$

**\*\*Cálculo: \*\***

$$PE = 50 \div 5 = 10 \text{ platos}$$

**\*\*Interpretación: \*\*** Se Deben vender al menos 10 platos de silpancho para no tener pérdidas.

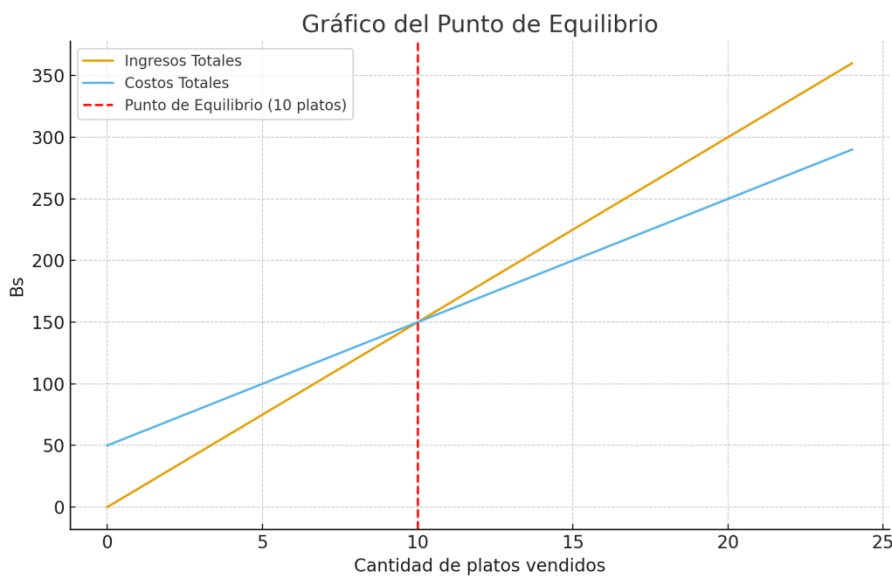


Gráfico 2. Representación visual del punto de equilibrio.

## 3. Periodo de Recuperación

Mide el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial.

Inversión inicial	350 Bs
Utilidad neta diaria	72.5 Bs
Periodo de recuperación ( $350 \div 72.5$ )	$\approx 4.83$ días

#### 4. VAN y TIR (Desarrollo Detallado)

Para determinar la rentabilidad del proyecto se aplican los indicadores financieros del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Se considera una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 12%.

**\*\*Fórmula del VAN: \*\***

$$\text{VAN} = (\text{Flujo Neto} / (1 + \text{TMAR})^n) - \text{Inversión Inicial}$$

**\*\*Sustituyendo valores: \*\***

$$\text{VAN} = (72.5 / (1 + 0.12)^1) - 350$$

**\*\*Cálculo: \*\***

$$\text{VAN} = (72.5 / 1.12) - 350 = 64.75 - 350 = -285.27 \text{ Bs}$$

**\*\*Interpretación: \*\*** El VAN negativo (-285.27 Bs) indica que, si el proyecto durara un solo día, no se recuperaría completamente la inversión inicial. Sin embargo, al extender la operación por más días, el VAN se volvería positivo.

**\*\*Fórmula de la TIR: \*\***

$$\text{TIR} = (\text{Flujo Neto} / \text{Inversión Inicial}) \times 100$$

**\*\*Sustituyendo valores: \*\***

$$\text{TIR} = (72.5 / 350) \times 100 = 20.7\%$$

**\*\*Interpretación: \*\*** La TIR (20.7%) es superior a la TMAR (12%), indicando que el proyecto es rentable a corto plazo si continúa operando más de un día.

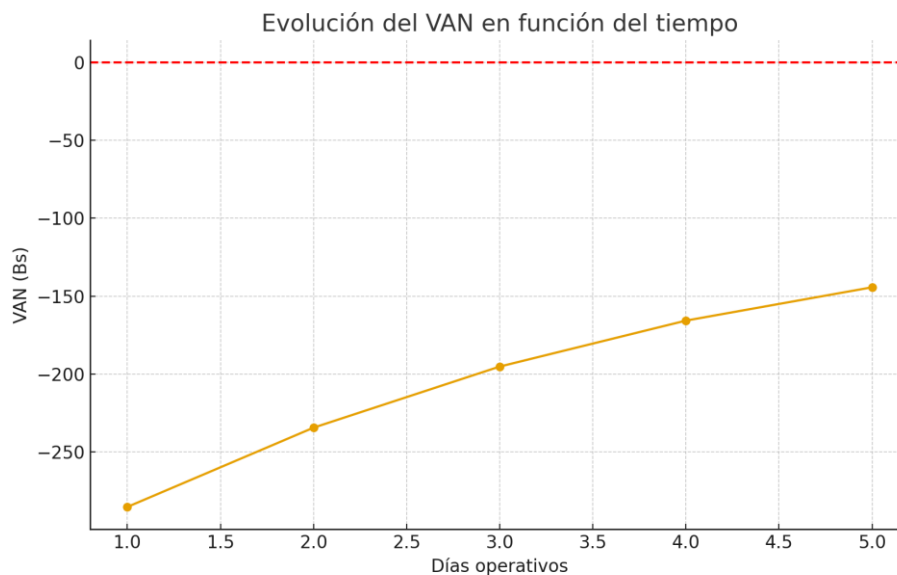


Gráfico 3. Evolución del VAN según los días de operación.

### ➤ **Riesgos Financieros**

- Baja demanda por factores externos (clima, competencia, ubicación del puesto).
- Incremento del costo de insumos como carne o aceite.
- Pérdida parcial del producto por falta de refrigeración o transporte inadecuado.
- Limitado acceso a financiamiento para ampliación del negocio.

### ➤ **Conclusión General**

El análisis financiero demuestra que el emprendimiento “El rincón de los 6 Sabores” es rentable incluso a pequeña escala. Con una inversión inicial de bs.30, la utilidad neta diaria estimada es de bs.72.5, permitiendo recuperar la inversión en menos de cinco días. Además, el punto de equilibrio de 10 platos asegura que el negocio puede cubrir sus costos con un nivel bajo de ventas. La TIR del 30.7% indica que el proyecto genera una rentabilidad superior a la TMAR del 12%, lo que lo hace viable financieramente.

## **7.- ANALISIS JURIDICO TRIBUTARIO**

### **PLAN JURIDICO TRIBUTARIO**

Se debe incluir los aspectos legales necesarios para el negocio funcione de forma legal y segura.

#### ➤ **TIPOS DE EMPRESA.**

Elegir si será un negocio unipersonal, Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L. Sociedad Anónima S.A. Empresa unipersonal de comida rápida” si pancho”

#### ➤ **REGISTRO LEGAL**

- inscripción en funde empresa

Registro del nombre comercial y obtención de matrícula de comercio

- registro en el servicio de impuesto

Nacionales (SIN) para obtener el NIT (número de identificación tributaria)

- Registro municipal

Licencia de funcionamiento otorgada por la alcaldía correspondiente

#### ➤ **NORMAS SANITARIAS Y DE ALIMENTOS**

- cumplir con las normas (SENASAG)

- obtener el certificado sanitario para manipulación de alimentos



## ➤ PROPIEDAD INTELECTUAL

- registrar el nombre comercial y logotipo ante el SENAPI

Servicio nacional de propiedad intelectual

## ➤ OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

- declaraciones mensuales de IVA e IT ante el SIN

- emisión de facturas electrónicas.

## ➤ SEGUROS Y PERMISOS ADICIONALES

- Seguro contra incendios o accidentes (opcional pero recomendable).

- Permiso para uso del espacio público si se instala en ferias

- Puestos ambulantes.

## CONCLUSIONES

El Rincón de los 6 Sabores busca mantener viva la tradición del silpancho boliviano, ofreciendo calidad, sabor y calidez en cada plato. A través de su misión y visión, el emprendimiento proyecta un futuro de crecimiento y reconocimiento, promoviendo la cultura gastronómica de Bolivia y demostrando que con esfuerzo, dedicación y pasión, los sueños pueden convertirse en un negocio exitoso.

## **BIBLIOGRAFIA:**

**-ELEMENTOS DE ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS**

**Autor:** (Ramiro Paredez Zarate) LA PAZ – BOLIVIA

**PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS (Sexta Edición)**

**-Autor:** (Nassir Sapag Chain, Renaldo Sapag Chain, José Manuel Sapag P.)

## **ANEXOS**

Cuando una persona quiere iniciar su emprendimiento lo primero que tiene que hacer es inscribirse en los registros públicos.

- Escritura Pública de Constitución Social (Minuta).
- Seprec
- Alcaldía (registro de comercio) .



## 1.-NIT

Tabla N°1 costo de obtener el NIT

Detalle	Ref.	Importe
Testimonio	1.1	450
Minuta de escritura de constitución	1.2	150
Publicación de prensa	1.2	300
Poder del representante legal o apoderado, original o fotocopia legalizada.	1.3	80
Documento de identidad del representante legal o apoderado: original y fotocopia	-	0.20
Formulario empadronamiento 4591-1 debidamente llenado	-	0
Factura de luz que acredite el domicilio donde se realizara la actividad y la residencia habitual del representante legal o apoderado original y fotocopia	-	0.20
<b>TOTAL</b>		<b>980.40</b>



Nuestro emprendimiento entrara en el régimen simplificado ya que nuestro capital es de 60,000.00 solo se pagará una cuota bimestral a impuestos nacionales de 350 que se hace en un año 2,100.00 Bs.

## 2. SEPREC



Costo para obtener la inscripción a SEPREC

Inscripción de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) Sociedad

Requisitos anexo N° 2

Tabla N°2. Costo para obtener la inscripción a FUNDEMPRE

Detalle	Ref.	Importe
Formulario N° 0010/03		136.50
Arancel para la inscripción de la empresa	2.1	455.00
Formulario de Declaración Jurada N° 0020		0
Balance de Apertura acompañando la solvencia profesional original otorgada por el Colegio de contadores o Auditores.	2.1	200
Testimonio de escritura pública de constitución social, fotocopia legalizada legible.	2.2	60
Testimonio de poder del representante legal fotocopia legalizada	2.4	60
<b>TOTAL</b>		<b>911.50</b>

- Empresa Unipersonal: Bs. 260.- (Doscientos Sesenta 00/100 bolivianos)
- S.R.L./Soc. Colectiva y en Comandita Simple: Bs. 455. (Cuatrocientos Cincuenta y Cinco 00/100 bolivianos)
- S.A./S.A.M. y en Comandita por Acciones: Bs. 584,50.- (Quinientos Ochenta y Cuatro 50/100 bolivianos)

**3.- REGISTRO DE COMERCIO**

**GOBIERNO MUNICIPAL AUTONOMO DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA**



**FICHA TECNICA AMBIENTAL**

1	1	1	1	3	Numero de registro:						
---	---	---	---	---	---------------------	--	--	--	--	--	--

Fecha de llenado:

**1.DATOS GENERALES**

1.1. Nombre de la actividad, obra o proyecto

PRODUCCION DE COMIDA RAPIDAS "EL RINCÓN DE LOS 6 SABORES"

1.1.1 . Situación de la AOP: PROYECTO  Operación.

Aplicación

1.2 . Razon social: "EL RINCÓN DE LOS 6 SABORES" " "

1.2. 1 . Licencia de funcionamiento.

10/12/2023

474954011

Año emisión:

1.2.2. Domicilio legal a objeto de notificación: Av. Centenario C. Terbinto #2160

1.2.3.

Teléfono/FAX.

1.3. Nombre representante legal.

3357434

Arcely Choque Flores

Numero de documento de  
identidad.

14411170

1.4. Actividad desarrollada:

PRODUCCION DE COMIDA RAPIDA "EL RINCON DE LOS 6 SABORES"

1.5. Dirección de la actividad, obra o proyecto:

AV. BUSC N° 980

1.6. Uso de suelo

Vivienda:

Mixto:

EP:

PI1.7.

2300M2

1.7. Superficie ocupada por la AOP. Superficie total del predio

