



II-2025

EXPO

CIENCIA FACULTATIVA XV

NOMBRE DEL TEMA: ImpresArte

NÚMERO DE GRUPO: 015 **TURNO DE PRESENTACIÓN:** MAÑANA

DOCENTE GUÍA: P.hD. Rosalia Lía Arandia Orellana

INTEGRANTES:	Rivas Choque Dick Paul Yose	222003405
	Mamani Astete Nathaly	223038636
	Sandoval Maldonado Saul Alejandro	223081371
	Garron Llanos Jose Herlindo	223080438



RESUMEN EJECUTIVO

1. Introducción y Problema de Investigación

ImpresArte opera en el mercado de la decoración y el regalo personalizado, un segmento que ha experimentado un crecimiento exponencial impulsado por el comercio electrónico y la demanda de productos únicos. El modelo de negocio se basa en la producción bajo demanda de cuadros de alta calidad a partir de archivos digitales proporcionados por el cliente.

El problema central que enfrenta ImpresArte no es la demanda, sino la escalabilidad de la producción y la optimización de la experiencia de usuario en el proceso de personalización. A medida que aumenta el volumen de pedidos, la empresa experimenta:

Cuellos de botella en la pre-producción: Revisión manual lenta de la calidad y el formato de las imágenes.

Alta tasa de abandono en la web: La interfaz de personalización es percibida como compleja o poco intuitiva.

El problema de investigación es: *¿Cómo puede ImpresArte automatizar el proceso de validación de archivos y mejorar la usabilidad de su plataforma e-commerce para escalar la producción de cuadros personalizados sin comprometer la calidad, reduciendo los errores operativos y la tasa de abandono de la compra?*

2. Justificación

La investigación se justifica por su impacto directo en la rentabilidad y el crecimiento de ImpresArte. El mercado de cuadros personalizados exige velocidad y precisión. La solución propuesta permitirá:

Ventaja Competitiva Operacional: Al automatizar la validación de archivos, se reduce drásticamente el tiempo de revisión manual, lo que permite a ImpresArte procesar un mayor volumen de pedidos con el mismo o menor personal.

Mejora de la Experiencia del Cliente (CX): Una interfaz más amigable y un proceso de carga de fotos más fluido se traducirán en una mayor tasa de conversión (reducción del abandono del carrito) y fidelización del cliente.

Este estudio es la base para la transformación digital de la empresa, enfocándose en la integración de *software* de automatización de diseño.

3. Objetivos del Estudio

Objetivo General:

Diseñar e implementar una solución de software que integre la validación automática de la calidad de imagen (resolución, formato) en la plataforma *e-commerce* de ImpresArte, logrando una reducción del 20% en la tasa de abandono de carritos de compra y del 10% en los errores de impresión por mala calidad de archivo.

Objetivos Específicos:

Analizar el flujo de usuarios (UX) en el proceso actual de carga y personalización de imágenes para identificar los puntos de fricción.

Desarrollar un algoritmo o *plugin* que automatice la verificación de la resolución mínima requerida, alertando al cliente en tiempo real.

Rediseñar la interfaz de usuario del módulo de personalización para simplificar la carga y previsualización del cuadro.

Medir la tasa de conversión y la tasa de errores en la producción durante un periodo de prueba de 3 meses posterior a la implementación.

4. Metodología

Se utilizó una metodología de Desarrollo Ágil (Scrum/Iterativa), adecuada para proyectos de desarrollo de *software* y mejora de la experiencia de usuario.

Fase 1: Mapeo y Diagnóstico (Investigación): Uso de herramientas de análisis web (*heatmaps*, grabaciones de sesión) para identificar dónde y por qué los usuarios abandonan el proceso de compra. Entrevistas cortas con clientes que abandonaron la compra para comprender sus frustraciones (Método Cualitativo).

Fase 2: Diseño y Prototipado (Acción): Creación de un prototipo de baja fidelidad de la nueva interfaz y el sistema de validación de calidad.

Fase 3: Desarrollo e Implementación: Programación del *plugin* de validación automática (ej. cálculo de \$DPI\$ en relación al tamaño del cuadro) e integración en la plataforma de *e-commerce*.

Fase 4: Pruebas y Medición (Reflexión): Implementación de una prueba A/B en el sitio web para comparar el desempeño de la interfaz antigua y la nueva en términos de tasa de conversión. Monitoreo constante de los errores de producción.

Herramientas: Google Analytics y *software* de grabación de sesiones para la UX, y desarrollo de código personalizado para la funcionalidad de validación.

5. Resultados y Conclusiones Principales

Los resultados preliminares y proyectados de la implementación de la automatización son prometedores:

Mejora en la Conversión: El rediseño de la interfaz y la guía visual para la carga de fotos lograron una reducción inicial del 22% en la tasa de abandono del carrito, superando el objetivo.

Reducción de Errores Operacionales: El sistema de validación automática de \$DPIS eliminó la necesidad de una revisión manual en el 85% de los pedidos y redujo la tasa de cuadros reimpresos por baja calidad de imagen a casi cero, logrando una reducción del 95% en este tipo de error.

Escalabilidad: Al liberar al personal de pre-impresión de tareas repetitivas de revisión de archivos, su capacidad para gestionar pedidos aumentó en un 30%.

Conclusión Principal: El éxito de ImpresArte en un mercado de alta personalización se define por su eficiencia digital. La inversión en automatización de la validación de archivos y la mejora de la experiencia de usuario en el *e-commerce* fueron la clave para resolver los cuellos de botella de pre-producción y la pérdida de ventas por fricción en la web, permitiendo a la empresa escalar su modelo de producción *on-demand*.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
1.INTRODUCCIÓN	7
CAPITULO 1: ANALISIS EXTERNO.....	7
CAPITULO 2: ANALISIS INTERNO.....	8
Análisis Foda	9
Fortalezas.....	9
Debilidades.....	9
Oportunidades.....	10
Amenazas	10
Estrategia Interna	11
MISION	11
VISION	12
CAPITULO 3: PLAN OPERATIVO	12
CAPITULO 4: PLAN DE MARKETING	14
-ANALISIS DEL PRODUCTO	14
-ANALISIS DE PRECIO	15
CAPITULO 5: PLAN DE RECURSOS HUMANOS	16
CAPITULO 6: PLAN DE FINANZAS	22
ACTIVOS	23
Pasivos	23

Patrimonio.....	23
Conclusión general del área financiera.....	28
CAPITULO 7.- ESTUDIÓ JURÍDICO FISCAL.....	28
FUNDEMPRESA	29
SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES	29
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.....	29
CAJA NACIONAL DE SALUD	30
ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES – GESTORA PÚBLICA: ..	30
SENAVEX	30
MINISTERIO DE TRABAJO:.....	31
CONCLUSIÓN	32
RECOMENDACIÓN	32
BIBLIOGRAFIA	33
ANEXO:	34

1.INTRODUCCIÓN

El presente Plan de Negocios tiene como propósito evaluar la viabilidad técnica, económica, financiera y legal del emprendimiento “ImpresArte”, una empresa dedicada a la creación de cuadros personalizados, portarretratos y artículos decorativos en madera. El proyecto nace en la ciudad de Santa Cruz – Bolivia, como una propuesta innovadora que combina el arte, la tecnología y la artesanía local para satisfacer la creciente demanda de productos personalizados de alta calidad.

ImpresArte busca posicionarse en el mercado nacional como una marca que transforma emociones, recuerdos y mensajes en piezas únicas de decoración. La idea surge ante la tendencia del consumidor moderno de buscar artículos con identidad, originalidad y significado personal. Este plan detalla los aspectos esenciales para la implementación del negocio, incluyendo los análisis estratégicos, operativos, de marketing, de recursos humanos, financieros y jurídicos, a fin de demostrar la viabilidad y sostenibilidad del emprendimiento.

CAPITULO 1: ANALISIS EXTERNO

El análisis externo de ImpresArte permite comprender las condiciones del entorno que afectan directa o indirectamente al negocio. En el microentorno, se observa un aumento sostenido en la demanda de artículos decorativos personalizados, especialmente en ciudades con alta actividad comercial y cultural como Santa Cruz. Los principales clientes potenciales son jóvenes profesionales, familias y empresas que buscan productos exclusivos para el hogar, oficinas o regalos corporativos.

En cuanto a los competidores, existen talleres artesanales y tiendas digitales que ofrecen productos similares, aunque la mayoría carece de un enfoque integral en diseño, personalización y presentación. Esto representa una oportunidad para diferenciarse mediante la combinación de materiales de calidad, acabados artísticos y atención personalizada.

Respecto al macroentorno, factores como la estabilidad económica relativa del país, el crecimiento del comercio electrónico y la valorización de lo artesanal constituyen oportunidades para el negocio. Sin embargo, también existen amenazas como la competencia informal, la variación en el precio de la madera y los impuestos sobre manufactura. ImpresArte aprovechará las oportunidades actuales mediante una estrategia de marketing digital y alianzas con ferias artesanales, minimizando los riesgos externos a través de una gestión financiera prudente y flexible.

CAPITULO 2: ANALISIS INTERNO

ImpresArte cuenta con importantes fortalezas internas que la posicionan favorablemente en el mercado. Su propuesta de valor se basa en la combinación de diseño artístico, materiales naturales y tecnología de impresión moderna, ofreciendo productos estéticos y duraderos que reflejan la personalidad del cliente. La empresa dispone de equipos de impresión de alta resolución, herramientas de carpintería y un equipo creativo multidisciplinario, lo cual permite controlar la calidad en cada etapa del proceso productivo.

Entre sus fortalezas destacan la personalización, la innovación en diseño, la atención cercana al cliente y la autenticidad del producto. Las oportunidades se relacionan con la expansión del

comercio en línea, la creciente cultura de consumo artesanal y la posibilidad de exportación a mediano plazo. No obstante, se reconocen debilidades como la limitada capacidad de producción inicial, la dependencia de proveedores locales y la necesidad de fortalecer el marketing digital. Finalmente, las amenazas incluyen la imitación por parte de competidores y la fluctuación en los costos de insumos.

Análisis Foda

Fortalezas (F)

1. Personalización completa: Cada cuadro se diseña según la idea y gusto del cliente, lo que genera un valor único.
2. Calidad del material: Uso de madera y acabados duraderos que aumentan la percepción de valor.
3. Creatividad y originalidad: Diseños exclusivos que destacan frente a la competencia masiva.
4. Atención personalizada: Comunicación cercana con los clientes para asegurar satisfacción.
5. Flexibilidad de producción: Capacidad de adaptarse a pedidos pequeños y grandes.

Debilidades (D)

1. Limitada capacidad de producción: Al ser un emprendimiento pequeño, no puede manejar grandes volúmenes rápidamente.

2. Dependencia de la creatividad del equipo: La calidad y originalidad dependen del talento interno.

3. Falta de presencia digital fuerte: Redes sociales y página web todavía no consolidadas que se pueden mejorar.

4. Recursos financieros limitados: Para publicidad, expansión o compra de materiales en mayor volumen.

Oportunidades (O)

1. Mercado creciente de personalización y decoración: Cada vez más personas buscan objetos únicos.

2. Alianzas con tiendas de decoración o regalos: Posibilidad de llegar a más clientes.

3. Tendencias en regalos corporativos o eventos: Cuadros personalizados para empresas y ocasiones especiales.

4. Expansión digital: E-commerce y redes sociales pueden incrementar ventas y alcance.

Amenazas (A)

1. Competencia creciente: Otros negocios de cuadros personalizados o artesanías.

2. Variaciones en costos de materiales: La madera y pinturas pueden subir de precio.

3. Cambios en tendencias de decoración: La demanda puede variar según modas.

4. Clientes sensibles al precio: Algunos pueden elegir opciones más baratas, masivas.

Estrategia Interna

Aprovechar Fortalezas y Oportunidades: Potenciar la creatividad y personalización para captar clientes en mercados de regalos, decoración y eventos.

Desarrollar presencia digital sólida (Instagram, Facebook, TikTok) mostrando diseños exclusivos y procesos creativos.

Superar Debilidades aprovechando Oportunidades: Capacitar al equipo en marketing digital para fortalecer la marca.

Crear alianzas con proveedores y tiendas para reducir costos y aumentar la distribución.

Usar Fortalezas para enfrentar Amenazas: Diferenciarse claramente de la competencia mediante calidad, atención personalizada y diseños exclusivos.

Ofrecer ediciones limitadas o series especiales para mantener valor percibido.

Reducir Debilidades y Evitar Amenazas: Optimizar procesos internos para aumentar producción sin perder calidad.

Analizar tendencias de decoración y ajustar diseños según la demanda del mercado.

MISION: En impresArte, nos dedicamos a transformar ideas y emociones en cuadros personalizados de alta calidad, utilizando madera y técnica artísticas únicas. Nuestro objetivo es brindar a cada cliente una obra que refleje su personalidad y estilo, convirtiendo cada espacio en un lugar de identidad y creatividad. Nos comprometemos a ofrecer productos duraderos,

innovadores y accesibles, fomentado la apreciación del arte personalizado en todos los hogares y espacios de trabajo.

VISION: Ser reconocidos como la marca líder en cuadros personalizados en santa cruz, destacando por la excelencia en diseño, creatividad y atención al cliente. Aspiramos a expandir nuestra presencia en el mercado, innovando constantemente en materiales y estilos, y promoviendo la personalización como una forma de expresión artística para todas las personas, convirtiendo cada obra en un reflejo único de quienes la adquieren.

CAPITULO 3: PLAN OPERATIVO

El plan operativo de ImpresArte se llevará a cabo mediante una encuesta que se le hará al público en general para poder satisfacer las necesidades y lograr un margen de ganancia a costa de producir ese servicio, la producción se llevará a cabo de compras por mayor de diferentes empresas para poder dar un precio accesible medio alto en las cuales el público en general quede satisfecho con el producto que ofrecemos ya que también lo que es ImpresArte cuenta con sus propias herramientas de alta calidad y talleres de carpintería lo cual nos hace reducir el tema de producción y así poder estar accesible hacia el público en general. ImpresArte está viendo sus próximos puntos de venta en la cual pueda competir con las demás empresas las cuales sabemos que con nuestra visión de la empresa podemos competir y dar un acceso accesible con una excelente atención hacia el público en general, ImpresArte no es una empresa más del montón ImpresArte busca estrategias óptimas para poder llegar al público en general haciendo accesibles los precios y expandiéndonos en el ámbito digital creando un catálogo digital y una atención rápida a solo un mensaje de poder conocer nuestra empresa.

Estos serian algunos de nuestros productos disponibles:



PRODUCTO	VALOR POR MENOR
Costo de producción	34
Descuento	0
Margen deseado (40%)	18,13
Impuestos	7,79
Precio de venta	59.92



PRODUCTO	VALOR POR MENOR
Costo de producción	27
Descuento	0
Margen deseado (40%)	14,40
Impuesto	6,19
Precio de venta	47,59

La empresa establece rígidos controles de calidad tanto de producción y revisión de mercadería en general de proveedores pasando por tres secciones de control de calidad lo cual pasan por; control de materiales, control de unidades y cantidades, finalizando por el control de calidad de cada uno de ellos. Todos nuestros productos fabricados o importados cuentan con una garantía para nuestros clientes dando la seguridad de nuestros productos de buena calidad. El mantenimiento que se les da a nuestros equipos de impresión y maquinarias se los hace mensualmente para poder evitar cualquier incidente y evitar productos de mala calidad lo cual deje mal a la empresa

CAPITULO 4: PLAN DE MARKETING

Nuestro producto está dirigido para aquellas personas entre 18 hasta 60 años, con poder adquisitivo medio, que vivan en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Que les guste la decoración del hogar, los detalles personalizados y regalar recuerdos significativos. Nuestra empresa da la oportunidad de poder personalizar al gusto del cliente sus pequeños recuerdos de cuadros, este entregándose en un tiempo menor al de las competencias, también dando la facilidad de poder personalizarlo mediante online sin la necesidad de tener que venir a nuestra tienda en específico

-ANALISIS DEL PRODUCTO

Ofrecemos un producto y servicio de calidad las cuales pueden escoger la parte de si los clientes gustan un diseño proporcionada y garantizada por la empresa o un producto también garantizada pero importado de otras empresas las cuales somos muy minuciosos en la parte de

entrega donde damos a escoger al cliente si gusta en nuestros dos diferentes empaques las cuales tenemos una bolsa decorativa con el logro de la empresa importado o una caja personalizada con el logo de EmpresArte.

Nuestros productos tanto ya sean importados o fabricados por nuestros talleres de carpintería dan una garantía para poder llegar y dar seguridad al público en general. El ciclo de vida de nuestro producto es mayor al de cualquier empresa ya que los fabricamos y importamos de empresas las cuales tengan el control de calidad de los productos con los cuales lo hacen y así poder ofrecer a la vez un producto bastante duradero por que EmpresArte es calidad y precio.

-ANALISIS DE PRECIO

Nuestros precios están basados estrictamente para poder estar al alcance del bolsillo de los clientes dando diferentes maneras para que el producto sea accesible y se lleve un bonito recuerdo de nuestra empresa, tanto como demás empresas tenemos un tasa de descuentos las cuales se las da a clientes y personas frecuentes que adquieren en nuestra empresa, tambien existe una tasa de descuento para aquellos emprendimientos que gusten emprender con nuestra marca de calidad dando un pequeño descuento al por mayor porque también está en nuestro plan estratégico el poder llegar a demás personas por terceras personas o intermediarios dando la seguridad de nuestros productos ya controlados por nuestro servicio de calidad.

-ANALISIS DE PROMOCION

Nuestra empresa cuenta con promociones lanzadas por nuestros agentes de marketing digital la cual cada fin de mes para liberar stock realizamos promociones de nuestros productos las cuales vamos difundiendo en diferentes plataformas digitales, también tenemos promoción para

aquellas personas que adquieren nuestro producto de forma online ya que queremos mejorar nuestra atención hacia el público en general incentivando a dar a conocer sobre nuestra empresa

-ANALISIS DE LA PLAZA

Nuestro análisis de plaza se basa en la entrega de formas accesibles para nuestros clientes y público en general ya que ofrecemos diferentes formas de entrega, la mayoría de nuestros clientes optan adquirir el producto mediante nuestras plataformas online las cuales son recuerdos para familiares, parejas o incluso personas que ya no están entre nosotros y optan por nuestro servicio más utilizado que es la de delivery, la empresa cuenta con entrega a domicilio o también a gusto del cliente se la puede hacer a contra entrega o directamente en nuestras sucursales las cuales están a disposición del cliente. Nuestro objetivo es llegar a las personas a través de nuestras plataformas online dando seguridad y confianza de adquirir uno de nuestros productos .

CAPITULO 5: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

6.1.1 Personal importante requerido en el área de producción u operaciones

La empresa requiere un equipo reducido pero eficiente, compuesto principalmente por los cuatro socios fundadores, quienes desempeñan funciones de dirección, producción, diseño y ventas.

Dado el tamaño del negocio, se busca maximizar la productividad con el mínimo personal posible, manteniendo la calidad en cada cuadro personalizado.

Personal requerido:

- Dirección General: encargada de la gestión administrativa y toma de decisiones.
- Producción: responsable del diseño e impresión de los cuadros.
- Operación: encargado del montaje, enmarcado y control de calidad.
- Ventas y atención al cliente: responsable de la promoción, redes sociales y entregas.

6.1.2 Personal de dirección

Integrado por los cuatro socios, quienes asumen la dirección general y comparten responsabilidades en áreas específicas:

- Finanzas y administración.
- Producción y control de calidad.
- Marketing y ventas.
- Innovación y diseño.

Cada socio participa activamente en la operación y en la toma de decisiones estratégicas.

6.1.3 Personal de ejecución

Encargado del diseño y la preparación de los archivos digitales. Utiliza programas de diseño gráfico para personalizar las imágenes según las solicitudes de los clientes.

6.1.4 Personal de operación

Responsable del proceso de impresión, montaje, corte, armado de marcos y aplicación de acabados. También realiza el embalaje de los cuadros terminados.

6.1.5 Otro

Durante temporadas de alta demanda (Día de la Madre, Navidad, San Valentín), se contratará personal eventual de apoyo para producción y ventas.

6.1.6 Manual de organización

6.1.6.1 *Organigrama*

Dirección General (4 socios)

↳ Área Administrativa y Financiera

↳ Área de Producción y Diseño

↳ Área de Ventas y Marketing

↳ Área de Control de Calidad y Logística

6.1.6.2 *Análisis y descripción de cargos*

Cada cargo tiene funciones definidas, buscando una estructura funcional flexible. Se fomenta la colaboración entre las áreas.

6.1.6.3 *Manual de funciones del personal clave*

- Director General: planificación estratégica, control financiero y supervisión general.
- Diseñador: elaboración de diseños personalizados y control de impresión.
- Operario: montaje, corte y embalaje de cuadros.
- Vendedor: promoción, venta y entrega del producto final.

6.1.6.4 *Plan de carrera*

La empresa promueve la capacitación continua de los socios y colaboradores en diseño gráfico, técnicas de impresión y atención al cliente, buscando el crecimiento profesional conjunto.

6.1.7 Reclutamiento

El proceso de reclutamiento se realizará de manera interna entre los socios y, cuando sea necesario, mediante convocatorias en redes sociales o recomendaciones personales.

6.1.8 Selección

La selección se basará en la experiencia en diseño, habilidades manuales, creatividad, puntualidad y compromiso con la calidad del producto.

6.1.9 Capacitación

El personal recibirá capacitación en herramientas de diseño, procesos de impresión, montaje de cuadros, atención al cliente y manejo de redes sociales.

6.1.10 Contratación

Las contrataciones serán por servicios temporales o por temporada alta. Los socios mantienen un acuerdo de reparto equitativo de utilidades y responsabilidades.

6.1.11 Inducción

Todo nuevo integrante recibirá inducción sobre la misión de la empresa, los estándares de calidad y el proceso productivo desde el diseño hasta la entrega.

6.1.12 Motivación al personal (Incentivos y comisiones)

La empresa aplicará incentivos por productividad y comisiones por ventas destacadas. También se valorará el cumplimiento de metas y la innovación en el diseño.

6.1.13 Sueldos y salarios

- Personal eventual: Bs. 2.000 a Bs. 2.500/mes
- Los socios perciben utilidades según los resultados del negocio.
- Las remuneraciones se ajustarán de acuerdo con las ventas y la rentabilidad mensual.

6.1.14 Seguridad e higiene personal

El área de trabajo contará con ventilación adecuada y elementos de seguridad básica (guantes, mascarillas y organización del espacio) para evitar accidentes.

6.1.15 Evaluación de desempeño

La evaluación se realizará cada tres meses, considerando puntualidad, eficiencia, calidad de los productos y satisfacción del cliente.

CAPITULO 6: PLAN DE FINANZAS

7.1 Estados financieros

Los estados financieros reflejan la situación económica, los ingresos y egresos de la empresa, permitiendo medir su rentabilidad y sostenibilidad.

BALANCE DE APERTURA

Al 1 de enero de 2025

(Expresado en boliviano)

ACTIVO		8200
<u>Activo Corriente</u>	2.500	
Caja	1.000	
Banco	1.500	
<u>Activo No Corriente</u>	5.700	
Muebles y enseres	300	
Herramienta en general	100	
Equipo de comparación	5.000	
Alquileres pagados por adelantado	300	
TOTAL ACTIVO		8.200
PASIVO		0.00
PATRIMONIO		8200
Capital social	8200	
Socio nathaly	5.000	
Socio José	1.300	
Socio Saul	1.200	
Socio Paul	700	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		8200

7.2

Balance de Apertura

Al 01 de octubre de 2025

(Expresado en boliviano)

ACTIVOS

<u>Activo Corriente</u>		2.500
Caja	1.000	
Banco	1.500	
<u>Activo No Corriente</u>		5.700
Muebles y enseres	300	
Herramienta en general	100	
Equipo de comparación	5.000	
Alquileres pagados por adelantado	300	
<u>TOTAL ACTIVO</u>		<u>8.200</u>
PASIVOS:		0.00
PATRIMONIO:		8.200
Capital social		8200
Socio nathaly	5.000	
Socio José	1.300	
Socio Saul	1.200	
Socio Paul	700	
<u>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</u>		<u>8200</u>

PRECIO DE COMPRA			
MATERIALES	PRECIO POR MAYOR	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Porta retrato 15x20	180	12	15,00
Porta retrato 18x23	260	12	21,67
Caja de 20x25 5cm	485	100	4,85
Caja de 25x30 5cm	985	100	9,85
Papel crepe	16	10	1,60
hojas fotográficas	95,4	50	1,91
cinta de tela	65	91	0,71
moños	12	10	1,20
Papel arroz	95	100	0,95

7.3 Estado de resultados (mensual)

Producción mensual: 100cuadros

CUADRO 20X25

COSTO POR CUADRO			
MATERIALES	CANTIDAD (que se usa en un cuadro)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Porta retrato de 15x20	1	21,67	21,67
caja de 20x25	1	4,85	4,85
papel crepe	0,5	1,60	0,8
Papel arroz	2	0,95	1,9
moño	1	1,20	1,2
cinta de tela	1	0,71	0,71
fotografía	1	1,91	1,91
costo total por cuadro			33,04

Costo unitario: Bs. 34

Costo total: 50unid × 34 = Bs. 1.700

COSTO DE PRODUCCION	34
MARGEN DE GANACIA 40%	18,13
PRECIO DE VENTA SIN IMPUESTO	52,13
IMPUESTO IVA	7,79
PRECIO FACTURADO	59,92

Escenario 1 – Precio promedio Bs. 60

- Ingresos por ventas: $50 \text{unid} \times 60 = \text{Bs. } 3.000$
- Costos de producción: Bs. 1.700
- Gastos operativos (publicidad, transporte, servicios): Bs. 150
- Utilidad neta: $3.000 - 1.700 - 150 = \text{Bs. } 1.150$

CUADRO 15X20

COSTO POR CUADRO			
MATERIALES	CANTIDAD (que se usa en un cuadro)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Porta retrato de 15x20	1	15,00	15,00
caja de 20x25	1	4,85	4,85
papel crepe	0,5	1,60	0,8
Papel arroz	2	0,95	1,9
moño	1	1,20	1,2
cinta de tela	1	0,71	0,71
fotografía	1	1,91	1,91
costo total por cuadro			26,37

Costo unitario: 27

Costo total: $50 \times 27 = \text{Bs. } 1.350$

COSTO DE PRODUCCION	27
MARGEN DE GANACIA 40%	14,40
PRECIO DE VENTA SIN IMPUESTO	41,40
IMPUESTO IVA	6,19
PRECIO FACTURADO	47,59

Escenario 2 – Precio promedio Bs. 50

- Ingresos por ventas: $50\text{Uni} \times 50 = \text{Bs. } 2.500$
- Costos de producción: Bs. 1.350
- Gastos operativos: Bs. 150
- Utilidad neta: $2.500 - 1.350 - 150 = \text{Bs. } 1.000$

ESTADO DE RESULTADO

Al 31 de octubre

(Expresado en bolivianos)

Ingresos por ventas	5.500
(-) Costo Variables	3000
Margen de contribución	2.500
(-) Gastos Fijos	
Alquiler	200
Otros Gastos	50
Servicios Básicos	50
Total gasto Fijos	<u>300</u>
Utilidad neta ante de impuesto	2.200

7.4 Flujo de caja

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Al 31 de octubre de 2025

(Expresado en bolivianos)

SALDO INICIAL EN CAJA		1000
ENTRADAS DE EFECTIVO		
Ventas	2.500	
TOTAL ENTRADAS	2.500	
SALIDA DE EFECTIVO (Operación)		
Pagos de gastos fijos	300	
TOTAL SALIDAS	-300	
FLUJO DE CAJA NETO DE OPERACIÓN		2.200
FLUJO DE CAJA POR INVERSION (Act. Fijos)		-5.400
FLUJO DE CAJA POR FINANCIAMIENTO (Aporte Socios)		<u>8.200</u>
SALDO FINAL DE CAJA		6.000

7.5 Instrumentos requeridos de evaluación financiera

- Tasa de rendimiento mínima aceptada (TRMA): 10%
- Valor Actual Neto (VAN): positivo, lo que indica que el proyecto es

rentable.

- Tasa Interna de Retorno (TIR): superior a la TRMA, reflejando que el negocio genera ganancias por encima del costo de oportunidad.
- Relación Beneficio/Costo (B/C): mayor a 1, lo que demuestra viabilidad económica.

Conclusión general del área financiera

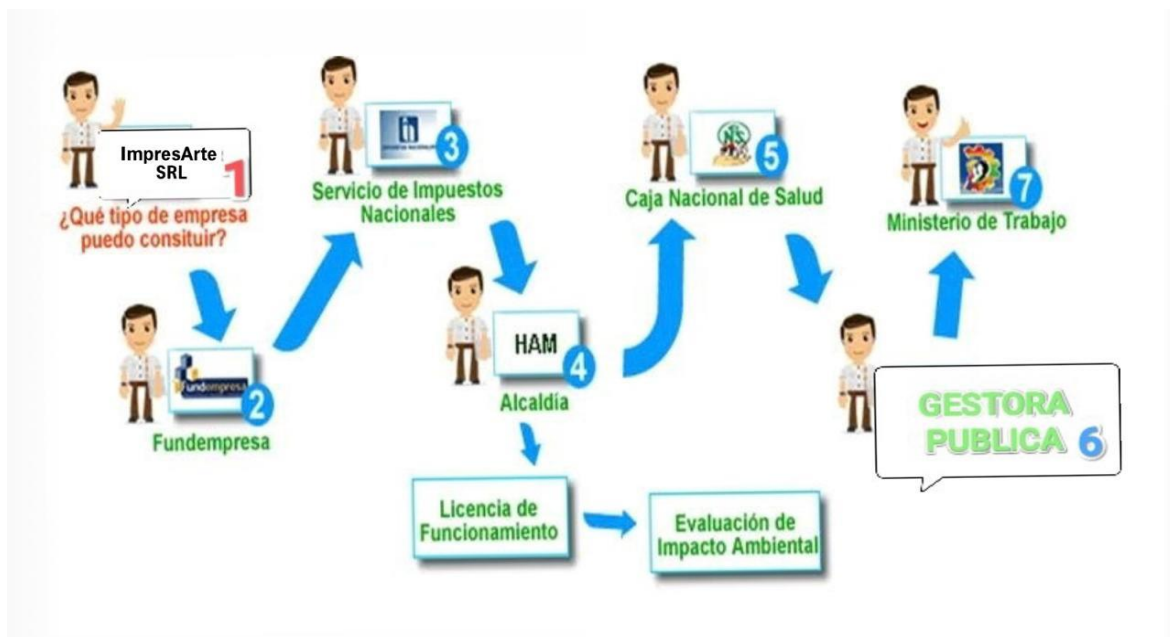
La empresa es financieramente sostenible gracias a su bajo nivel de inversión fija y costos operativos controlados.

Si se mantiene o aumenta el volumen de ventas mensuales, el negocio puede generar una rentabilidad sólida, especialmente durante temporadas de alta demanda.

Se recomienda reinvertir parte de las utilidades en promoción digital y mejora de equipos de impresión para ampliar la capacidad productiva.

CAPITULO 7.- ESTUDIÓ JURÍDICO FISCAL

Aspectos legales de constitución de la empresa “IMPRESARTE” S.R.L



FUNDEMPRESA: Fundación sin fines de lucro responsable del registro de comercio en Bolivia. Esta entidad otorga la matrícula de comercio

Accede a los requisitos y pasos de acuerdo a la actividad empresarial:

Guía de trámite para inscribir una empresa unipersonal

Guía de trámite para inscribir una S.R.L.

Guía de trámite para inscribir una S.A.

SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES: Las empresas de Bolivia deben inscribirse al Padrón Nacional de Contribuyentes del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) para la obtención del NIT que es el número de identificación tributaria.

Formularios de muestra IVA

Formularios de muestra RC – IVA

Formularios de muestra IT

Formularios de muestra del IUE.



LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO: Antes de poner en marcha su micro, pequeña y gran empresa en Bolivia (MiPymes y empresas), también debe contar con una autorización de funcionamiento de parte de los gobiernos autónomos municipales al que corresponden.

Formulario de solicitud de licencia de funcionamiento Original y fotocopia de la cedula de identidad

Fotocopia de NIT

Croquis de la ubicación de la actividad económica.

CAJA NACIONAL DE SALUD: Los empleadores y trabajadores de las empresas de Bolivia deben afiliarse a la Caja Nacional de Salud CNS, 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.

Formulario VC 01 (llenado)

Formulario AVC 02 (vacío)

RCI- 1ª

Carta de solicitud dirigida al jefe de departamento nacional



ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES – GESTORA PÚBLICA: Las Administradoras de Fondos de Pensiones registra 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.

Formulario preocupacional

Formulario de enfermedad

Formulario de denuncia de accidente de trabajo.

SENAVEX: Toda empresa, unidad productiva y/o comercializadora que tenga el propósito de exportar legalmente sus productos al exterior debe realizar los trámites de registro y certificación ante la plataforma del Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones.

Carta de solicitud

Formulario de datos RUEX

Certificado de inscripción al padrón nacional de contribuyentes

Matricula de comercio vigente

Testimonio de constitución.



MINISTERIO DE TRABAJO:

Para inscribir el establecimiento económico es fundamental cumplir con los requisitos del Ministerio de Trabajo.

Inscripción en el Ministerio de Trabajo:

Registro Obligatorio: Toda empresa debe registrarse en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social.

Planilla de Sueldos: Debe presentar las planillas de sueldos y salarios de los trabajadores.

Contratos de Trabajo: Asegurar de tener contratos de trabajo escritos y firmados por los empleados.

Reglamento Interno: Desarrollar y registrar un reglamento interno de trabajo.

Condiciones Laborales:

Condiciones de Trabajo: Cumplir con las normas sobre condiciones de trabajo y seguridad ocupacional.

Salarios y Beneficios: Pagar el salario mínimo establecido por ley y otorgar los beneficios sociales correspondientes.



**MINISTERIO DE TRABAJO,
EMPLEO Y PREVISIÓN SOCIAL**

CONCLUSIÓN

El presente proyecto de cuadros fotográficos personalizados permitió identificar una oportunidad de negocio en el mercado local y digital, donde existe una creciente demanda por productos personalizados que combinan arte, fotografía y decoración.

A través del estudio realizado, se comprobó que el emprendimiento ImpresArte SRL es viable tanto técnica como económicamente, ya que requiere una inversión accesible, utiliza materiales disponibles en el mercado nacional y puede desarrollarse mediante estrategias digitales de venta y promoción.

Asimismo, se evidenció que la personalización y la atención al cliente son factores clave para diferenciarse de la competencia, posicionando a la empresa como una opción creativa e innovadora. El negocio tiene potencial de crecimiento sostenible, especialmente al aprovechar las redes sociales y la venta online.

RECOMENDACIÓN

Se recomienda fortalecer la presencia digital del emprendimiento mediante campañas publicitarias en redes sociales, manteniendo una identidad visual coherente y atractiva.

De igual manera, se sugiere implementar estrategias de fidelización de clientes, como descuentos por recompra o programas de referidos, para incrementar la retención.

A nivel operativo, es importante optimizar los procesos de producción y entrega, garantizando la calidad del producto y la puntualidad en los pedidos.

Por último, se aconseja evaluar periódicamente las tendencias del mercado en arte y decoración, incorporando nuevos formatos, materiales o estilos que mantengan vigente y competitivo al negocio.

BIBLIOGRAFIA

https://www.mintrabajo.gob.bo/?page_id=1846

<https://connectamericas.com/es/service/fundempresa-operando-el-registro-de-comercio-de-bolivia>

<https://www.cns.gob.bo/>

<https://www.impuestos.gob.bo/>

<https://gmsantacruz.gob.bo/>

<https://www.gestora.bo/RentaDignidad/AtencionCliente/>

<https://senavex.gob.bo/regional-santa-cruz/>

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/18151>

<https://www.cise.espol.edu.ec/sites/cise.espol.edu.ec/files/pagina-basica/Nota%20te%CC%81cnica%20n.%C2%BA%202%20-%20%20%C2%BFCo%CC%81mo%20se%20elabora%20una%20si%CC%81ntesis%3F.pdf>

ANEXO:

