



**Diseño de Plan de Empresa de
Productos Alimenticios
(propuesta de productos alimenticios artesanales)**

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Autor: Claudia Arias González
Tutor: José Luis Ortuño Cámara
Máster Universitario en: Gestión y Comunicación de Entidades Sociales y Solidarias
Año: 2023

DECLARACIÓN

El que suscribe declara que el material de este documento, que ahora presento, es fruto de mi propio trabajo. Cualquier ayuda recibida de otros ha sido citada y reconocida dentro de este documento. Hago esta declaración en el conocimiento de que un incumplimiento de las normas relativas a la presentación de trabajos puede llevar a graves consecuencias. Soy consciente de que el documento no será aceptado a menos que esta declaración haya sido entregada junto al mismo.

Firma: 
Claudia Arias González

En las adversidades sale a la luz la virtud

ARISTÓTELES

Índice

Introducción y justificación	8
1. Características del proyecto.....	10
1.1. Ámbito y línea de investigación	10
1.2. Objetivos.....	10
1.3. Metodología.....	10
1.4. Muestra.....	12
1.5. Técnica.....	12
2. Marco Teórico.....	14
3. Plan de Empresa.....	24
3.1. Nombre de la empresa.....	24
3.2. Slogan	24
3.3. Misión	24
3.4. Visión.....	24
3.5. Objetivos de la empresa	24
3.6. Valores	25
3.7. Estructura organizacional.....	27
3.8. Descripción de producto.....	29
3.9. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y programas sociales.....	30
4. Marco legal	32
5. Ámbito financiero.....	34
5.1. Inversiones	36
5.2. Previsión de ingresos y gastos	37
5.3. Viabilidad de los programas sociales de la empresa	38
Conclusiones	39
Bibliografía.....	42
Anexos.....	44

Resumen

El objetivo principal de este proyecto se centra en el diseño de un plan de empresa de productos artesanales que incluye barras energéticas, galletas y otros. Estos son naturales con presentación ecológica y materia prima de proveedores locales con la intención de ayudar y fortalecer su economía y existencia en el mercado de producción agrícola de manera sostenible. Las economías globales se están viendo afectadas y Panamá no es la excepción. Por eso, es importante apoyar a las regiones productivas de alimentación. Los productos que se ofrecen en esta empresa promueven beneficios económicos y sociales para las comunidades. La estrategia de mercado estará enfocada en trabajar en conjunto con otras entidades destacando la cooperación como valor y brindando programas educativos, de nutrición y alimentación.

Palabras claves

Hecho a mano (artesanal) – Alimentación – Nutrición – Sostenible

Resum

L'objectiu principal d'aquest projecte se centra en el disseny d'un pla d'empresa de productes artesanals que inclou barres energètiques, galetes i altres. Aquests són naturals amb presentació ecològica i matèria primera de proveïdors locals amb la intenció d'ajudar i enfortir la seva economia i existència al mercat de producció agrícola de manera sostenible. Les economies globals s'estan veient afectades i Panamá no n'és l'excepció. Per això, és important donar suport a les regions productores d'aliments. Els productes que ofereix aquesta empresa promouen beneficis econòmics i socials per a les comunitats. L'estratègia de mercat estarà enfocada a treballar en conjunt amb altres entitats, destacant la cooperació com a valor i brindant programes educatius, de nutrició i alimentació.

Paraules clau

Fet a mà (artesanal) – Alimentació – Nutrició – Sostenible

Abstract

This project core target is focused on the design of a handmade products enterprise plan that includes energy bars, cookies and others. These are natural with an ecologic presentation and raw material from local suppliers with the intention of helping and strengthening its economy and existence at the agriculture production market in a sustainable way. Global economies are being affected and Panama is not the exception. For that reason, it is important to support food producing regions. The products offered by this company promote economic and social benefits for the communities. The market strategy will be focus on working together with other entities standings out cooperation as value and providing educational, nutrition and feeding programs.

Keywords

Handmade (craft) – Feeding – Nutrition – Sustainable

Introducción y Justificación

El presente trabajo se ha realizado con el fin de cumplir con uno de los requisitos para completar el Máster Oficial en Gestión y Comunicación de Entidades Sociales y Solidarias en la Universidad Abat Oliba CEU y aplicar los conocimientos adquiridos durante el estudio para poner en marcha una idea previa de un proyecto de emprendimiento que comprende los cuatro módulos cursados: Instrumentos Jurídicos, Gestión Económica Financiera, Gestión de Comunicaciones y Sostenibilidad de las Entidades Sociales y Solidarias.

Se ha desarrollado un plan de empresa de productos alimenticios artesanales, de materia prima natural y de proveedores locales que complementan la nutrición de una dieta tradicional, para lo cual se ha tomado como sede motora de la empresa a la Ciudad de Panamá de la Republica de Panamá, Centroamérica. Sin embargo, es un modelo que se podría adaptar o inclusive expandirse a otros países. Llamada aquí La Abeja Reina, la empresa se describe en este trabajo con sus características, misión, visión, objetivos e impacto positivo en las comunidades.

Siendo un trabajo de desarrollo propio en su mayor parte, también se considera un trabajo de investigación de campo, por sus aportes en la parte metodológica. Su estructura abarca el ámbito de investigación, objetivos y metodología del proyecto, marco teórico, desarrollo del plan de empresa, el cual incluye un análisis de viabilidad de programas sociales, como segundo objetivo del presente trabajo, engloba además de forma general el marco legal sustentando con sus anexos la ley de productos artesanales vigente, el análisis financiero y las conclusiones.

A través del presente proyecto escrito, se quiere demostrar la viabilidad de un plan de empresa de productos alimenticios artesanales y de sus programas sociales que tienen la intención de impactar positivamente a las comunidades, aportando beneficios a la población y a la economía del país. A su vez a través de sus diversos programas internos y externos se pretende proveer conocimiento y herramientas con la implementación de acciones y actividades dirigidas al bien común y favor del bienestar común.

Cabe destacar que la sostenibilidad es uno de los aspectos más relevantes del proyecto, dado que es de suma importancia no solo respetar a la naturaleza y que los proceso y empaques cumplan con las líneas ecológicas y éticamente

responsables con el ambiente, sino también realizar acciones que aporten como actividades de siembra de árboles, limpieza del agua como elemento vital indispensable para la vida y estando Panamá entre dos océanos e implementación de buenas prácticas de reciclaje y gestión correcta de residuos en la población.

La justificación del diseño de un plan de empresa es materializar una idea que puede proveer beneficios a otros, y se lleva a cabo específicamente del sector alimentario, debido al pensamiento de que toda actividad que se emprende, debe tener un impacto positivo, colocando los dones y talentos que se tienen, al servicio de otros, sustentado en la trayectoria y desempeño en el rubro de la hostelería y en la gestión y operación de empresas entre ello, en el campo de alimentos y bebidas del mismo sector.

Este proyecto es una ventana para fomentar valores en la sociedad y a través de los canales de comunicaciones se pueden proveer oportunidades y herramientas, generar empleos, incentivar a los agricultores, activar las economías, apoyar a las comunidades rurales, entre otras acciones beneficiosas, lo cual se traduce en un motivo más, el proceso de transformación personal y de recorrido de un camino de aprendizaje en la experiencia terrenal aportando valor a la vida de otras personas y del entorno en general.

1. Características del proyecto:

1.1. Ámbito y línea de investigación:

El presente proyecto consiste en un emprendimiento que comprende el desarrollo propio de una idea personal y adicionalmente es complementada con una línea de investigación de campo enfocada en temas sobre alimentación y nutrición. Así mismo ha resultado de interés la conexión existente entre la alimentación como un derecho universal y los programas sociales relacionados de la entidad con la intención de apoyar y fomentar la seguridad alimentaria, la existencia de los agricultores y la provisión de alimentación para sectores vulnerables, considerando como factor importante la sostenibilidad.

1.2. Objetivos:

- Diseñar un plan de empresa de productos alimenticios artesanales.
- Analizar la viabilidad de los programas sociales de la empresa.

1.3. Metodología:

La metodología utilizada en el desarrollo del proyecto es la investigación de campo a través de la recopilación de datos de diversas fuentes e interacción con el entorno relacionado, para llegar a un resultado a través del análisis de la información y en función de los objetivos planteados en el proyecto para sintetizarlo en las conclusiones del mismo.

En el análisis contempla lo interno y lo externo, que incluye a las personas involucradas y la interacción con ellas, sus características, perfil e intereses, entidades y organizaciones. Así también el estudio de mercado que se ha realizado con investigaciones de internet, entrevistas personales, consultas de profesionales, encuestas, y la síntesis de las debilidades y fortalezas de la empresa, en conjunto con las amenazas y oportunidades.

En el aspecto cualitativo se ha hecho uso de la observación y toma de datos de las reuniones realizadas, mientras que en el aspecto cuantitativo se reflejan resultados

estadísticos o de porcentajes de encuestas y demás investigaciones complementarias relacionadas al público objetivo, los intereses, perfiles y a la orientación sobre el tema de los programas sociales.

Para la concepción del trabajo se ha tomado en cuenta la opinión, asesoría y consultas de profesionales idóneos en áreas específicas y de forma interdisciplinaria que han resultado de aporte para definir los pasos y plantear el proceso de desarrollo del proyecto y del emprendimiento, así mismo se ha considerado la experiencia propia previa sobre los productos, los procesos, requerimientos, posibles canales comerciales y de distribución y la interacción con los entes relacionados.

En los aportes recibidos, se menciona aquí a:

Franz Wald Bacharel, como ingeniero y gerente general especialista en ingeniería de los alimentos y consultorías, ha dado los primeros consejos para la evaluación y selección del producto, procesos de elaboración, puntos importantes a considerar para la conservación, almacenamiento y empaquetado.

Ramón Arias Balza como ingeniero industrial con años de experiencia en dirección de empresas, ha proporcionado la idea de una estructura del emprendimiento, colocando énfasis en los procesos de manufactura, procedimientos operativos, tecnológicos, y normativas en el ámbito de higiene, seguridad y ambiente.

Erick Morales como abogado panameño que se desempeña como especialista en constitución y gestión de fundaciones, ha facilitado información sobre los procesos legales de registro, requisitos, tarifas, pasos legales de inicio y algunos datos y particularidades relacionados de interés.

Montserrat Pedrón Casellas como contable y del área de finanzas, ha proporcionado desde su experiencia como directora financiera en empresas, su punto de vista en relación al ámbito financiero del proyecto, la inversión inicial, gastos y cálculo de factibilidad económica.

1.4. Muestra:

Para identificar características y tendencias o líneas de pensamiento del público objetivo de la empresa, su perfil e intereses, y, por otra parte, reconocer algunos temas sociales de las comunidades, se ha tomado una muestra de veinte personas de cualquier sexo entre treinta y cinco y cuarenta y cinco años +, nivel de estudio, profesional, financiero y cultural medio.

1.5. Técnica:

En relación a la técnica para obtener datos de las personas representadas en la muestra, se utiliza la aplicación de encuesta con preguntas cerradas, es decir, con respuestas de si o no, para reflejar resultados de porcentaje de forma cuantitativa y junto a la observación, investigación y demás datos complementarios, ha servido de soporte al proyecto para sustentar y plasmar las conclusiones

Analizando las encuestas aplicadas a veinte personas como población muestra, se han encontrado los siguientes resultados: A la primera pregunta: ¿Considera usted que se debe enseñar más sobre la alimentación y nutrición?, han respondido las veinte personas afirmativamente lo cual representa un cien por ciento de respuestas positivas, reflejando que están de acuerdo con que se debe enseñar más sobre alimentación y nutrición.

A la segunda pregunta: ¿Preferiría usted comprar alimentos artesanales, elaborados de ingredientes naturales y de productores locales antes que productos muy industrializados? ha reflejado cien por ciento de respuestas positivas también, es decir veinte personas que representan el total de la muestra tomada, indicando que las personas prefieren comprar productos artesanales, elaborados con ingredientes naturales y de productores locales.

En la tercera pregunta ¿Consideraría usted incluir en su dieta, productos artesanales, nutritivos que complementen su alimentación y que aportan un porcentaje a apoyar causas sociales?, el cien por ciento de las personas encuestadas han expresado que si incluirían productos artesanales en su dieta.

En la cuarta pregunta, ¿Considera usted que es importante apoyar a los agricultores y el trabajo de cosecha del campo?, quince personas que representan un setenta y cinco por ciento de la población tomada como muestra, han respondido

afirmativamente con si, mientras que cinco que representan un veinte y cinco por ciento han respondido negativamente. Es decir, la mayoría considera importante apoyar a los agricultores y el trabajo de cosecha del campo, mientras un menor porcentaje considera que no es importante.

En la quinta pregunta: La alimentación es un derecho universal, pero no se garantiza actualmente para todos porque hay hambre, pobreza y desnutrición. ¿Piensa que se podría contrarrestar?, el cincuenta por ciento de los encuestados equivalentes a diez personas, han respondido que si se puede contrarrestar y la otra mitad ha respondido que no piensa que se pueda contrarrestar, lo cual indica que la mitad de las personas a pesar de los esfuerzos que se puedan hacer para contrarrestar, no son tan optimistas en que suceda, en los comentarios expresan que por las circunstancias globales actuales y las proyecciones futuras.

Para la sexta pregunta, ¿Piensa usted que se debería tener más conciencia y tomar más importancia en la ecología y la sostenibilidad para elaboración de productos y servicios?, todas las personas encuestadas, es decir, el cien por ciento, han expresado afirmativamente que si se debería tener más conciencia y tomar más importancia en la ecología y la sostenibilidad para la elaboración de productos y servicios.

En la séptima pregunta, ¿Considera que se puede proporcionar a sectores vulnerables alimentos, donaciones, programas de desarrollo y enseñanza es de gran ayuda?, la totalidad de las personas que representan un cien por ciento de la población encuestada, han respondido afirmativamente que si consideran de ayuda que se donen alimentos y se proporcionen programas de desarrollo y enseñanza a sectores vulnerables.

Se ha complementado la investigación con búsqueda de información sobre el mercado, la población, la diversidad de los productos artesanales, entre otros aspectos. Cabe destacar que los productos del presente emprendimiento además de ofertarse en el local y distribuirse al comprador cuando corresponda como clientes directos, se ofrecerán también en diversos puntos de ventas como mercados orgánicos, tiendas y súper mercados pequeños y medianos que se encuentran alineados con los mismos valores y líneas de sostenibilidad.

2. Marco Teórico:

Se ha realizado un trabajo de investigación basada principalmente sobre los temas de alimentación, nutrición. Aunque se obtuvieron otras investigaciones de gran interés, no se incluyen en este trabajo, debido a la limitación del porcentaje de aportes de investigación permitido en el mismo, sin embargo, cabe mencionar que han sido enriquecedoras para el estudio y para el desarrollo y la implementación del proyecto a futuro. Se comparten a continuación los extractos de una parte de las investigaciones realizadas:

Sobre Alimentación y Nutrición

Del texto de Romano Juan Martin, denominado: Comer Despierto. La Alimentación basada en el Mindfulness, expresa lo siguiente:

¿Qué es comer despierto? Es la práctica ¹mindfulness en la alimentación que, enseñada en forma de entrenamiento, nos permite observar nuestra relación con todo lo que interviene en el acto de comer y, desde esa observación, empezar a hacer cambios. A partir de la práctica regular, estaremos más atentos a nuestro cuerpo, sus mensajes, niveles de hambre y saciedad y lo que nuestra mente interpreta al respecto. Es decir, las creencias, mitos y sentimientos que nos hemos armado ante determinados alimentos o porciones de los mismos, con los beneficios o perjuicios que pueden ocasionarnos.

La práctica mindfulness nos permite reconocer la energía de nuestras emociones, recibirlas y aprender a transitarlas de manera saludable. Nos estamos dando cuenta de que evitar y reprimir las emociones con comida tiene un elevado costo para nuestra salud. En estos tiempos que corren la importancia de sanar la relación con la comida y el cuerpo necesita ser mucho más fuerte que la mágica idea de que perder esos kilos de más es garantía de felicidad.

Comer despierto es la práctica mindfulness en la alimentación, la cual se aleja de la cultura de las dietas restrictivas y planes intensivos de descenso de peso. En su lugar, promueve aprender a cambiar hábitos para toda la vida mediante el desarrollo de un estado de conciencia a través de la autoobservación y el conocimiento de

¹ Traducida al español 'mindfulness' quiere decir «atención plena», «estado de presencia» o «estar consciente». Se trata de un concepto que tiene origen en la filosofía budista y que en las últimas décadas la ciencia viene recomendando como un modo de entrenar la mente para refinar la capacidad de estar plenamente conectados con la experiencia del momento presente.

nosotros mismos. Nuestro cuerpo sabe perfectamente qué tipo de comida y qué cantidad le viene bien en cada momento, si aprendemos a resintonizarnos con él y a escucharlo, a distinguir el hambre verdadero y a nutrir el hambre emocional con opciones que no sean comida.

Se trata de una conducta multifacética donde se entrelaza lo biológico con lo cultural, lo social y lo psicológico, ya que, si bien comemos para satisfacer necesidades vitales, energéticas y nutricionales, también lo hacemos participando de actividades humanas ineludibles cargadas de tradiciones, costumbres y condicionamientos. La comida nos reúne, junta a la familia y es la principal atracción en celebraciones y festejos, aunque también la utilizamos para sobrellevar momentos de aburrimiento, tristeza y ansiedad. Los alimentos, además de nutrirnos, nos distraen y nos generan placer.

¿Cómo se hace para tener una relación armónica y saludable con los alimentos sin sentir culpa ni arrepentimiento? ¿En qué momento la comida deja de ser una cuestión nutricional y pasa a ser una cuestión psicológica o una obsesión? ¿Cuándo comemos por necesidad y cuándo para calmar nuestra ansiedad o para tapar agujeros emocionales? ¿Comemos guiados por las sensaciones de hambre o porque nos hemos tentado con algún alimento irresistible para nuestros sentidos? ¿Cómo hacer para que la comida vuelva a ocupar el lugar saludable e insustituible que siempre ha tenido, en su justa medida? desde esta práctica es posible comenzar a cambiar el comportamiento con la comida.

El acto de comer es tan vasto que representa un aspecto fundamental de nuestra vida. Es una actividad compleja dado que en ella convergen sabores, texturas, gustos y también hábitos, recuerdos, creencias, sentimientos y emociones. El acto de alimentarnos incluye muchos pasos importantes que no deberíamos descuidar. En él se invierte tiempo, dinero y esfuerzo para la compra de los alimentos, su higiene, su conservación, su preparación y su ingesta, así como en estar al tanto de los ambientes físicos y sociales en que comemos.

Todas estas actividades comprenden conductas y opciones a las que podemos prestar atención como tener más conciencia de la calidad de lo que comemos, su origen, su ²valor nutricional, el tamaño de las porciones servidas, la cantidad de alimentos que ingerimos, la velocidad y frecuencia, cuándo lo hacemos y la forma en

² Valor nutricional hace referencia a la contribución de un alimento al aporte total de nutrientes de la dieta en términos de energía.

que nos sentimos después de comer. También podemos reconocer los deseos o aversiones que sentimos hacia ciertos alimentos, así como las costumbres y tradiciones típicas que tiene nuestra familia hacia la comida. Podemos también darnos cuenta de lo diferentes que nos sentimos si comemos rápido o despacio, en un ambiente tranquilo, sin la televisión encendida ni otra tecnología que nos distraiga. Todos estos detalles salen a flote cuando dirigimos nuestra plena conciencia a todos los aspectos implicados en nuestra forma de comer.

El ciclo de la alimentación consciente:

La palabra ³«consciente», traducida del latín *consciens*, quiere decir «saber perfectamente». Cuando decidimos alimentarnos en un estado de «conciencia», empleamos nuestra sabiduría para elegir qué es lo que más nos conviene. Si contamos con el conocimiento necesario, podremos darnos cuenta de la forma en que nos estamos relacionando con la comida y las modificaciones que podríamos hacer para poder llevar adelante los cambios que queramos. Una buena manera de empezar a indagar en nuestra forma de alimentarnos es abriendo algunos interrogantes que acompañan lo que denomino el «ciclo de la alimentación consciente» y cuyas respuestas aparecerán en cada momento para darnos pistas sobre el modo en que podemos actuar para cambiar.

Los humanos vivimos expuestos a una enorme cantidad de estímulos externos e internos y la mayoría de ellos nos lleva a comer sin hambre y sin que seamos del todo conscientes de ello. Llamo a estos estímulos «desencadenantes» y, a grandes rasgos, se pueden clasificar en diferentes grupos: ambientales, corporales y mentales.

La propuesta de alimentarnos con conciencia se basa en aprender a discernir algo que es básico, pero nada fácil: salir de la confusión de no saber cuándo comemos por hambre y cuándo por otro sinfín de causas que no tienen que ver con la necesidad de incorporar nutrientes o energía.

Estamos tan acostumbrados a manejarnos de esta manera casi automática que ya nos resulta desconocido lo que nos pasa a la hora de comer. Este proceso de reconocimiento es el que nos permitirá empezar a cambiar nuestra relación con la

³ El diccionario de la Real Academia Española define 'conciente' como un adjetivo dicho de una persona que tiene conocimiento de algo o se da cuenta de ello, especialmente de los propios actos y sus consecuencias.

comida. Para avanzar en este sentido, en el próximo capítulo veremos cuáles son las siguientes etapas del ciclo de alimentación consciente. Es decir, qué, cómo y cuánto comemos y el modo en que estos comportamientos pueden mejorar o empeorar nuestra salud.

En el budismo se destina un espacio protagónico al agradecimiento. El monje budista Thich Nhat Hanh considera en su libro *Saborear* las siguientes pautas para comer con atención: 1. Honrar los alimentos. 2. Conectar con los seis sentidos (el sexto sentido es lo que pensamos). 3. Servirse porciones moderadas. 4. Tomar bocados pequeños. 5. Masticar y comer despacio. 6. No saltarnos comidas. 7. Seguir una dieta abundante en vegetales.

Sobre la Seguridad Alimentaria y la Nutrición

Según la FAO, muchas cosas han cambiado desde 1974, cuando esta comenzó a realizar informes sobre el alcance del hambre en el mundo. La población mundial ha aumentado constantemente y en la actualidad la mayoría vive en zonas urbanas. La tecnología ha evolucionado a un ritmo vertiginoso, en tanto que la economía ha pasado a estar cada vez más interconectada y globalizada. Todo ello ha conducido a cambios importantes en la forma de producir, distribuir y consumir los alimentos en todo el mundo. Pero estas transformaciones también han traído una evolución preocupante de la malnutrición. Si bien la prevalencia del retraso del crecimiento ha disminuido significativamente en los últimos 20 años, el sobrepeso y la obesidad, así como las enfermedades no transmisibles relacionadas con la dieta están aumentando rápidamente.

Este mundo tan diferente exige nuevas formas de pensar sobre el hambre y la inseguridad alimentaria y sus consecuencias para la nutrición. Es imperativo que nadie padezca hambre. Pero también hemos de reconocer que hay muchas personas que, si bien no están “hambrientas”, en el sentido de que padezcan un malestar físico ocasionado por una carencia grave de energía alimentaria, pueden, no obstante, encontrarse en situación de no tener ⁴seguridad alimentaria. Tienen acceso a los alimentos que satisfacen sus necesidades energéticas, pero no la seguridad de que el acceso sea duradero, y pueden verse obligados a reducir la calidad o la cantidad de los alimentos que consumen para sobrevivir. Este nivel

⁴ Según la RAE, seguridad alimentaria es la situación que existe cuando todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos que satisfacen sus necesidades energéticas diarias y preferencias alimentarias para llevar una vida activa y sana.

moderado en la gravedad de la inseguridad alimentaria puede contribuir a diversas formas de malnutrición y tiene consecuencias graves para la salud y el bienestar. Los Estados miembros de las Naciones Unidas reconocieron la importancia que tiene ir más allá del hambre cuando establecieron metas universales y ambiciosas en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. La meta del hambre cero se propone no solo “poner fin al hambre”, sino también asegurar el acceso de todas las personas a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año (Meta 2.1 de los ODS) y “erradicar todas las formas de malnutrición” (Meta 2.2 de los ODS). Por este motivo el título de este informe se modificó en 2017 a El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo. Desde entonces en él se han comunicado los indicadores de la nutrición, además de los de la seguridad alimentaria.

Las tendencias recientes del hambre y la seguridad alimentaria:

Tras decenios de descenso constante, la tendencia del hambre en el mundo cuantificada mediante la prevalencia de la subalimentación se revirtió en 2015, permaneciendo prácticamente sin cambios en los últimos tres años; situándose a un nivel ligeramente por debajo del 11%. Mientras tanto, el número de personas que padecen ⁵hambre se ha incrementado lentamente. Como resultado de ello, más de 820 millones de personas en el mundo siguen padeciendo hambre en la actualidad, lo cual destaca el inmenso desafío que supone lograr el objetivo del hambre cero para 2030.

Esta tendencia reciente la confirman las estimaciones de la inseguridad alimentaria grave en el mundo basadas en la FIES, que es otra forma de realizar un seguimiento del hambre. El hambre está aumentando en casi todas las subregiones de África, la región con la prevalencia de la subalimentación más elevada, situada en casi el 20%. También está aumentando lentamente en América Latina y el Caribe, aunque la prevalencia en la región todavía se sitúa por debajo del 7%. En Asia, donde la subalimentación afecta al 11% de la población, Asia meridional ha experimentado grandes avances en los últimos cinco años, pero todavía es la subregión con la prevalencia de la subalimentación más elevada, situada en casi el 15%, seguida de Asia occidental, con una tasa superior al 12%, donde la situación está empeorando.

⁵ Estado general de carencia o escasez de alimentos e inseguridad alimentaria que afecta a la población. La desnutrición es el resultado fisiológico del hambre manifestado en un déficit de nutrientes.

Las estimaciones del Indicador 2.1.2 de los ⁶Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que sigue los progresos relativos a la meta de asegurar el acceso de todas las personas a la alimentación, revelan que un total de unos 2 000 millones de personas en el mundo experimenta algún nivel de inseguridad alimentaria, en particular moderada. Es posible que las personas que padecen inseguridad alimentaria moderada no sufran hambre necesariamente, pero carecen de un acceso regular a alimentos nutritivos y suficientes, por lo cual presentan mayor riesgo de diversas formas de malnutrición y mala salud.

Este nuevo indicador también revela que incluso en los países de ingresos altos existen partes considerables de la población que carecen de un acceso regular a alimentos nutritivos y suficientes; se estima que el 8% de la población de América septentrional y Europa padece inseguridad alimentaria, principalmente a niveles moderados. En todos los continentes, la prevalencia de la inseguridad alimentaria es ligeramente más elevada en las mujeres que en los hombres, encontrándose las diferencias más acusadas en América Latina.

El marco de los ODS respaldado por los Estados miembros de la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas en marzo de 2017 y aprobado por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 6 de julio de 2017¹ incluye dos indicadores para el seguimiento de la Meta 2.1 de los ODS: la prevalencia de la subalimentación (Indicador 2.1.1 de los ODS) y la prevalencia de la inseguridad alimentaria moderada o grave basada en la FIES (Indicador 2.1.2 de los ODS). El Indicador 2.1.1 de los ODS, es decir, la prevalencia de la subalimentación es el indicador tradicional de la FAO que se utiliza para hacer un seguimiento del hambre a nivel mundial y regional. Se calcula a partir de datos nacionales agregados sobre alimentos disponibles para el consumo humano (recopilados anualmente para la mayoría de los países del mundo en hojas de balance de alimentos de la FAO) y datos obtenidos con menos frecuencia sobre consumo de alimentos procedentes de encuestas, disponibles para un número de países cada vez mayor (aunque todavía parcial).

Para cada país, la distribución del consumo medio diario de energía alimentaria en la población se compara con la distribución de las necesidades de energía alimentaria

⁶ ODS es una alternativa a la expresión inglesa *Sustainable Development Goals (SDG)*, que, a principios del siglo XXI, los países miembros de las Naciones Unidas fijaron y que inicialmente se denominaron *Millenium Development Goals (MDG)*, expresión que en español se tradujo por *Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)* y en la actualidad han pasado a sustituirse por los llamados *Sustainable Development Goals (SDG)*, y que en español se traducen en *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*.

(derivadas de la composición de la población por edad, género y niveles de actividad física) a fin de producir una estimación de la proporción de la población que carece de energía alimentaria suficiente para llevar una vida sana y activa. El Indicador 2.1.2 de los ODS, es decir, la FI_{mod+sev} basada en la FIES, lo elaboró la ⁷FAO para complementar la información proporcionada por la prevalencia de la subalimentación y para ofrecer una perspectiva más amplia sobre la dimensión de la seguridad alimentaria relativa al acceso a los alimentos.

El enfoque se basa en datos obtenidos preguntando directamente a las personas mediante encuestas sobre la frecuencia de las condiciones y comportamientos conocidos por reflejar un acceso limitado a los alimentos. Sobre la base de sus respuestas a los ítems del módulo de encuesta de la FIES, se asigna a los individuos encuestados una probabilidad de clasificarse en una de tres categorías, definidas por dos umbrales establecidos a nivel mundial: personas en situación de seguridad alimentaria o de inseguridad alimentaria leve; personas en situación de inseguridad alimentaria moderada; y personas en situación de inseguridad alimentaria grave. La FI_{mod+sev} es la probabilidad acumulativa de estar incluido tanto en la categoría de la inseguridad alimentaria moderada como en la de la inseguridad alimentaria grave. También se calcula un indicador independiente (FI_{sev}) considerando solamente la categoría de la inseguridad alimentaria grave.

Las personas que experimentan una inseguridad alimentaria moderada afrontan incertidumbres sobre su capacidad para obtener alimentos y se han visto obligadas a reducir, en ocasiones durante el año, la calidad o la cantidad de alimentos que consumen debido a la falta de dinero u otros recursos. Esta hace referencia, por tanto, a una falta de acceso continuado a los alimentos, lo cual disminuye la calidad de la dieta, altera los hábitos alimentarios normales y puede tener consecuencias negativas para la nutrición, la salud y el bienestar.

En cambio, en el caso de las personas que afrontan una inseguridad alimentaria grave es probable que se hayan quedado sin alimentos, hayan experimentado hambre y, en las situaciones más extremas, hayan pasado varios días sin comer, lo cual pone su salud y bienestar en grave riesgo. La figura que aparece a continuación ilustra el significado de seguridad alimentaria, inseguridad alimentaria moderada e inseguridad alimentaria grave, mostrando cada categoría como proporción de la

⁷ FAO es la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

población total. La Flsev se puede considerar un indicador complementario a la prevalencia de la subalimentación a la hora de medir el alcance del hambre.

El Indicador 2.1.2 (Flmod+sev) es la proporción de la población total que representan las personas que padecen inseguridad alimentaria moderada y grave combinadas. Este indicador resulta especialmente pertinente para los países donde la privación de alimentos grave puede que ya no constituya una preocupación, pero donde todavía quedan bolsas considerables de inseguridad alimentaria. En este sentido, es un indicador coherente con los principios de universalidad de la Agenda 2030.

Como método de medición del acceso a una alimentación adecuada, el Indicador 2.1.2 aporta la perspectiva del derecho a la alimentación al marco de seguimiento de los ODS. Los países pueden usar la FIES para obtener pruebas basadas en datos acerca de la distribución y gravedad de la inseguridad alimentaria con el fin de fomentar la voluntad política y aplicar políticas con miras a la realización efectiva del derecho de las personas a una alimentación adecuada, sin dejar a nadie atrás.

El pleno potencial de la FIES para generar estadísticas que fundamenten las políticas se obtiene cuando se aplica la herramienta en grandes encuestas nacionales de población que permiten realizar análisis detallados de la situación en cuanto a inseguridad alimentaria por nivel de ingresos, sexo, edad, raza, origen étnico, estado migratorio, discapacidad y ubicación geográfica u otras características pertinentes para las políticas. Este ya es el caso en un número creciente de países.

Procesos hacia la consecución de las metas mundiales de ⁸nutrición:

è Las estimaciones sobre el bajo peso al nacer, incluidas por primera vez en la edición de este año del informe tras la publicación de nuevas estimaciones mundiales, indican que uno de cada siete nacidos vivos esto es, 20,5 millones de bebés a escala mundial tenía bajo peso al nacer en 2015. Si se mantienen las tendencias actuales, no se cumplirá la meta de 2025 de la Asamblea Mundial de la Salud (WHA) de reducir un 30% la prevalencia del bajo peso al nacer. A escala mundial, la prevalencia del retraso del crecimiento en niños menores de cinco años está disminuyendo.

⁸ Lo que estudia la relación entre la alimentación y la salud y referido a los nutrientes que componen los alimentos.

El número de niños con crecimiento retardado también ha disminuido un 10% durante los últimos seis años; sin embargo, teniendo en cuenta que 149 millones de niños aún padecen retraso del crecimiento, es necesario acelerar los progresos para lograr la meta de 2030 de reducir a la mitad el número de niños con retraso del crecimiento. Un examen más atento de los indicadores de los ODS relativos a la emaciación, el retraso del crecimiento y el sobrepeso infantil revela sorprendentes diferencias entre las regiones.

En 2018, África y Asia fueron los continentes más afectados por todas las formas de malnutrición al representar más de nueve de cada diez del total de niños con retraso del crecimiento, más de nueve de cada diez del total de niños con emaciación y casi tres cuartas partes de todos los niños con ⁹sobrepeso a escala mundial. La malnutrición está interconectada en todo el ciclo de vida: la desnutrición en el feto y durante los primeros años de vida agrava los problemas de salud tanto inmediatos como a largo plazo, por ejemplo, el retraso del crecimiento físico, las cardiopatías coronarias, los accidentes cerebrovasculares, la diabetes y la obesidad abdominal, así como los costos económicos derivados de la pérdida de capital humano.

A escala mundial, la prevalencia del sobrepeso está aumentando en todas las regiones, especialmente entre los niños en edad escolar y los adultos. El incremento de la prevalencia de la obesidad entre 2000 y 2016 ha sido incluso más rápido que el del sobrepeso. Tanto el sobrepeso como la ¹⁰obesidad son importantes problemas de salud, pero la obesidad en particular se relaciona con mayores riesgos de mortalidad y morbilidad.

En todo el mundo, la mayoría de niños en edad escolar no come frutas u hortalizas suficientes, consume habitualmente comida rápida y refrescos gasificados y no practica actividades físicas diariamente. Para hacer frente a todas las formas de malnutrición serán necesarias medidas multisectoriales audaces, en las que intervengan los sectores de la salud, la alimentación, la educación, la protección social, la planificación y las políticas económicas. Han de transformarse los entornos alimentarios a fin de hacer que los alimentos nutritivos sean más accesibles y asequibles.

⁹ Exceso de peso.

¹⁰ Exceso de almacenamiento de energía en forma de grasa que se manifiesta en peso inadecuadamente elevado.

Hacia una comprensión integrada de la inseguridad alimentaria y la nutrición en favor de la salud y el ¹¹bienestar:

Los países con una mayor prevalencia de inseguridad alimentaria moderada o grave de acuerdo con la FIES tienden a tener tasas más altas de obesidad en adultos, cuando se controlan las tasas nacionales de subalimentación y pobreza. Un examen más atento de los datos a nivel familiar e individual de algunos países de todas las regiones revela que la inseguridad alimentaria desempeña una función importante como factor determinante de distintas formas de malnutrición.

En los países de ingresos medianos altos y altos, vivir en un hogar afectado por inseguridad alimentaria es un indicador de obesidad en niños en edad escolar, adolescentes y adultos. En los países de ingresos bajos y medianos bajos, la inseguridad alimentaria de los hogares tiende a estar inversamente relacionada con el sobrepeso y la obesidad, o no guarda relación alguna. Los niños que viven en hogares clasificados como en situación de inseguridad alimentaria moderada o grave de una serie de países de América Latina y África tienen mayor probabilidad de sufrir retraso del crecimiento en comparación con los que viven en hogares que gozan de seguridad alimentaria.

¹¹ Estado de una persona en la que se le hace sensible el buen funcionamiento de su actividad somática y psíquica, que le conducen a vivir bien.

3. Plan de empresa:

En este caso como modelo de empresa se trata de una fundación lucrativa con programas sociales diversos como parte de su responsabilidad social, ya que la intención es además de proveer opciones de productos artesanales nutricionales para un mercado clave, destinar esfuerzos a causas sociales, especialmente en el ámbito de la educación, la salud y el bienestar, e inclusive en la parte legal relacionada a los derechos humanos, proporcionando un apoyo en diversas áreas de manera integral.

3.1. Nombre de la empresa:

La Abeja Reina.

3.2. Slogan:

'Del polen a la miel'.

3.3. Misión:

Ser la empresa líder en productos alimenticios que provee un aporte de valor para el cliente y para la comunidad a través de programas integrales.

3.4. Visión:

Ser una empresa en expansión y constante adaptación al entorno, que desarrolla proyectos sociales y destaca valores y compartiendo conocimiento de impacto positivo.

3.5. Objetivos de la empresa:

- Ofrecer productos alimenticios artesanales implementando planes estratégicos como propuesta de valor para impactar positivamente en el bienestar individual y social.
- Trabajar en cooperación con otras entidades para las acciones relacionadas apoyar en temas sociales de las comunidades, practicando la inclusión y la generación de oportunidades.

- Impartir formaciones y compartir conocimiento que incentive los valores humanos y buenas prácticas en temas de diversa índole: alimentación, nutrición, salud, bienestar, y otros.

3.6. Valores:

Respeto:

Según el Diccionario de la Real Academia Española el respeto es 'el miramiento, la consideración, la deferencia'. En la empresa, se reflejaría el tener consideración por el entorno que incluye el medio ambiente, seres humanos y los animales, emprendiendo acciones que fomenten el respeto en un sentido amplio.

Acciones:

- Contribuir en el ahorro energético para contrarrestar el cambio climático, a través de la implementación de acciones (planta solar, ahorro de electricidad y agua, actividades de siembra, formación).
- Apoyar la sostenibilidad y el medio ambiente a través de una gestión ecológica.
- Realizar campañas de comunicación interna para sensibilización de los valores humanos.
- Implementar un plan de incentivos para propuestas ecológicas promoviendo la creatividad.
- Llevar a cabo actividades y eventos para limpieza, recolección, reducción de residuos en aguas.
- Implementar un plan de reciclaje y cumplir estándares para la obtención de certificaciones de calidad de carácter ambiental.
- Promover la práctica responsable del transporte y el uso de la bicicleta.
- Reutilizar mobiliario y materiales y/o realizar donaciones que puedan ser de utilidad y beneficio para otros.
- Crear alianzas con empresas de reciclaje que se encargan de recoger materiales y apoyar la gestión de reciclaje.
- Impartir formaciones para realizar huertos caseros para tener una alimentación más natural y saludable, reduciendo el consumo, desechos de residuos y reutilizando.

Integridad:

Según el Diccionario de la Real Academia Española se define integridad como la 'cualidad de ser íntegro'. Es decir, integridad describe a una persona que es recta en su actuar, teniendo congruencia en su línea de pensamiento con lo que hace, indiferentemente de estar o no siendo observado por otros, su actuación es intachable.

Acciones:

- Reflejar la transparencia en la información hacia todas las personas relacionadas con la empresa.
- Mantener la honestidad como pilar en las comunicaciones internas y externas.
- Priorizar la integridad como valor en todas las actividades que se realizan.
- Promover la confianza, la ética, la honradez, la rectitud en las acciones y comunicaciones a los clientes internos y externos, colaboradores, proveedores, asociados.

Cooperación:

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española, cooperación es 'obrar juntamente con otro u otros para un mismo fin'. En este sentido se propone trabajar de manera conjunta con otras personas y organizaciones para lograr los objetivos comunes, y mantener una red de colaboradores que aportan desde lo que lideran, recursos y tiempo, uniendo esfuerzos para llevar a cabo acciones para una causa social.

Acciones:

- Crear y mantener alianzas con otras organizaciones para conseguir objetivos comunes.
- Fomento del trabajo de equipo. Formación en comunicación asertiva, liderazgo, trabajo en equipo. Este punto se incluye en la comunicación interna de la empresa.
- Uso de comunicación asertiva que comprende también estandarizar y estructurar líneas de comunicación interna y externa.

- Trabajar con diversos sectores demostrando valores de inclusión y diversidad, reconociendo y celebrando los logros de otros.
- Uso adecuado de la tecnología para facilitar el trabajo en equipo y la cooperación, optimizando el tiempo y la productividad.

3.7. Estructura organizacional:

Cada área se encarga de ejecutar tareas relativas a su departamento a cargo, y aunque en la práctica se implementaran las descripciones de cargo correspondientes y detalladas, de forma general y resumida se mencionan aquí solo algunas funciones principales.

Para el inicio del proyecto se requerirán dos técnicos operativos de producción, empaquetado y un supervisor, una persona de housekeeping, gerencia general y operaciones, un asistente administrativo.

Dirección general y operaciones:

- Planificación, organización y supervisión de la empresa.
- Administración de los recursos y control administrativo.
- Relaciones comerciales.
- Conducción estratégica.
- Gestión de procesos.
- Supervisión de operaciones.
- Procedimientos de producción.
- Alimentos y Bebidas (Cocina, empaque y almacenamiento).
- Supervisión y conexión de distribución, transporte y entrega.

Finanzas:

- Facturación.
- Cobranzas.
- Pagos de servicios, proveedores, salarios.
- Seguro social.
- Libros contables y actas.
- Tributación.
- Gestión de nómina.

Gestión de Recursos Humanos:

- Entrega de descripción de cargos.
- Contratos y gestión de recursos humanos.
- Inducción & trainings.
- Políticas de la compañía.
- Programas de desarrollo.
- Coordinación de programas de formación.
- Registro de voluntarios.
- Organización de actividades sociales.
- Convocatorias.
- Procedimientos.
- Contactar oradores para charlas de temas sociales.
- Coordinar charlas e invitados a las mismas.

Ventas, Eventos, Comunicaciones Corporativas y Publicidad:

- Publicación de contenido digital.
- Manejo de redes sociales y blog digital.
- Generación de contenido.
- Gestión de pagina web.
- Adaptación de artículos para medios digitales.
- Diseño de comunicaciones y publicaciones.
- Cobertura de actividades, fotografía y video.
- Coordinación con la agencia de publicidad.
- Organización de eventos externos.
- Funciones de ventas.
- Alianzas comerciales.

Externamente, se terceriza el soporte legal, contable, fiscal, agencia de publicidad y transporte, entre otros servicios externos que se requieran. Para iniciar el emprendimiento se ha tomado un equipo de tres personas de producción o técnicos operarios, un supervisor, una persona de gerencia y operaciones, un asistente administrativo con funciones de ventas y una persona de housekeeping.

3.8. Descripción de productos:

Como antecedente se puede mencionar que la idea inicial de este proyecto de emprendimiento ha sido un producto principal que consistía en una proteína en polvo a base de garbanzo y otros ingredientes de origen vegetal, con la intención de ofrecer una alternativa de un alimento nutritivo, natural, completo y de práctico almacenamiento, que no requiere de gas, ni electricidad ni ningún tipo de energía para su preparación para ser consumido ni para su conservación, y caracterizado por ser sostenible en su presentación, ideal para tiempos de crisis.

Sin embargo, ha sido dejado de lado debido a que se requiere mayor capital para el estudio y análisis de su fórmula efectiva, ya que es un producto que requiere pruebas previas para su desarrollo en la ingeniería de alimentación y para su correcta elaboración, también y para idear un empaque ideal sostenible para la conservación del producto. Fueron analizados los procesos de producción y almacenamiento, así como aspectos de la estrategia comercial, los cuales sí fueron considerados para desarrollar a futuro como suplemento alimenticio. En este caso se ha priorizado la sostenibilidad.

Por lo tanto, se iniciará el emprendimiento de este proyecto con productos más sencillos en su elaboración y artesanales constituidos con ingredientes naturales como galletas variadas, barras de cereales energéticas y saludables, bebidas refrescantes de raspadura de panela de caña de azúcar y limón, posteriormente se tiene pensado integrar otros productos como tostadas de maíz, bebidas refrescantes de frutas.

Estos productos artesanales son elaborados con ingredientes naturales, aptos para vegetarianos, saludables, energéticos, sostenibles, que en algunos casos combina conceptos e ingredientes de la ¹²Ayurveda, conocida según Dr. Vasant Lad (médico ayurvédico), como el antiguo arte sanador procedente de la India, que enseña que la comida es un factor esencial en el cuidado de la salud y el bienestar personal, y así sus principios básicos de la cocina ayurvédica vegetariana, para equilibrar la constitución de cada persona de acuerdo a su tipo de ¹³dosha predominante: pitta, khapa y vata.

¹² Ayurveda es la medicina tradicional antigua de la India que, empleando diversas prácticas, entre ellas la alimentación ayurvédica, aporta beneficios de salud y bienestar.

¹³ Dosha se refiere en la medicina ayurvédica a aquello que es capaz de generar desequilibrio y es un término que viene del sánscrito. Son tres tipos de energías llamadas pitta, kapha y vata que determinan la constitución psicofísica y la salud del funcionamiento del organismo.

En lo que respecta a los empaques para proteger los productos, son diseñados y adecuados con materiales sostenibles y reciclables, que conservan los productos en buen estado, como cartón, papel y materiales modernos cien por ciento biodegradables, aplicando directamente el etiquetado evitando plásticos; lleva logo, código de barra y demás especificaciones de acuerdo a la normativa de etiquetado.

3.9. Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) y programas sociales:

Los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas que principalmente caracteriza y apoya la entidad 'La Abeja Reina', se identifican con los números de ODS: dos (Hambre Cero), tres (Salud y Bienestar), cuatro (Educación de Calidad), los cuales están alineados con los programas sociales para las comunidades que proporciona la empresa y que serán ampliados de acuerdo a los ingresos progresivos de la misma.

En este sentido, los planes sociales, van principalmente enfocados a proveer formaciones y herramientas para un mejor conocimiento sobre la alimentación y nutrición y sobre la gestión e higiene de los alimentos que influye de manera positiva en la salud y el bienestar, también como crear huertos caseros y hacer buen uso de los restos de alimentos. Así mismo, otro de los planes es en cooperación con otras entidades, la coordinación y aportación y/o donación de alimentos a sectores desfavorecidos y haciendo frente a la desnutrición. A su vez, a través de apoyo de personas e instituciones influyentes relacionadas, fomentar el deporte; y proveer herramientas para desarrollarse en este ámbito profesionalmente.

Por otra parte, cabe mencionar dentro de las investigaciones realizadas, que el gobierno de Panamá está alineado al cumplimiento de los ODS y así sus entes. Según el Informe de avances en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) Julio - diciembre 2018 menciona que: El Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA), como parte integral gubernamental y regente del Sector Agropecuario, está comprometido con el cumplimiento con los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en el marco del Plan Estratégico Nacional con Visión de Estado de Panamá 2030 y los Planes Estratégicos de Gobierno quinquenales (PEG), así como su vinculación con las demás iniciativas tanto locales, nacionales e internacionales, por lo cual se espera trabajar de la mano y con el apoyo de aportaciones por parte de los entes gubernamentales para llevar a cabo los objetivos de impacto social.

Los programas y proyectos desarrollados por el MIDA, están dirigidos a mejorar la calidad de vida, con énfasis en el medio rural, contribuyendo a la seguridad alimentaria y nutricional de toda la población a lo largo del territorio nacional, mediante actividades, mejorar la calidad de vida, apoyando a mayor generación de empleos y mejor uso de los recursos naturales, con equidad, con empoderamiento de la mujer contribuyendo a la salud de toda la población, protegiendo el ambiente, con medidas de adaptación y mitigación al cambio climático que apoyen al productor, garantizando disponibilidad y acceso a alimentos sanos e inocuos, preservando la salud; todo esto en aras del bienestar panameño.

Adicionalmente se fomentarán los valores en el entorno social y se apoyaran emprendimientos de pequeños agricultores junto a las entidades relacionadas que hacen presencia en 'La Ciudad del Saber' de la Ciudad de Panamá. Así mismo se buscará apoyar con becas a talentos jóvenes en su desarrollo académico, profesional o deportivo y se proveerán oportunidades también para las mujeres emprendedoras y destacadas en alguna habilidad.

Se llevarán a cabo actividades en beneficio de la protección de la naturaleza y de las abejas, de la ecología y el reciclaje correcto, así como la sostenibilidad es un aspecto relevante en el desarrollo del proyecto, se buscará elevar la conciencia de las buenas acciones verdes. Como mencionado anteriormente, la formación y la impartición de cursos traerá beneficios tanto para los beneficiarios de los programas como para los clientes de los productos y para todas las personas y organizaciones relacionadas impactando positivamente las comunidades.

Finalmente cabe agregar que la empresa mantendrá planes internos de oportunidades de prácticas y laborales inclusivas para personas con habilidades especiales y a través de formaciones y canales de comunicación se desarrollará por fase temas sociales de interés común, entre ellos, el síndrome de Down para lo cual se hará representar por una persona alineada con los valores y la imagen acorde para llevar el mensaje en las campañas.

4. Marco legal:

Antes que todo, en relación a los pasos para gestionar el proyecto, es importante resaltar que emprender un plan de empresa requiere inversión de capital, tiempo y esfuerzo. De inicio, se realiza el desarrollo de marca, el diseño del logo, el nombre, y así el registro de marca correspondiente. Así mismo se solicitan los permisos de acuerdo al producto y operación y se adapta el local según requerimientos sanitarios y de seguridad, además de estudiar comercialmente la ubicación, entre otros aspectos.

En la página web del Ministerio de Comercio e Industria Panamá (MICI) en la Dirección General de Normas se reflejan las normas legales para el etiquetado de los productos y los códigos de barra. Cabe destacar que, para presentar la marca, las clases del producto se pueden consultar en la clasificación Niza once. Así mismo cabe mencionar que en los anexos del presente trabajo, se ha compartido la ley de productos artesanales vigente en la República de Panamá.

El registro de marca se renueva cada diez años. Por otra parte, además de obtener el aviso de operaciones y la patente es requerida también la certificación de planta. Esta última comprende inspecciones del lugar del comercio, mobiliario y equipos requeridos para operar como extractor, fuente de agua, maquinarias, horno, balanza y mobiliario. En el Ministerio de Salud (Minsa), se obtienen requisitos y procedimientos para obtención de registros y certificaciones sanitarias.

Además de cumplir con las especificaciones del local, se debe cumplir como requisito con lista de utensilios, las BPM (Buenas prácticas de manufactura) y las BPA (Buenas prácticas de almacenamiento). Las pruebas de laboratorio de los ingredientes de los productos serán gestionadas por una empresa externa con sede en la Ciudad de Panamá y uno de los laboratorios más reconocidos de talla mundial.

En la Dirección General de Ingresos de Panamá (DGI) se realizan las gestiones fiscales y todo lo relacionado a pago de impuestos y exenciones. Por otra parte, se considera en este proyecto a un contable como soporte externo de inicio para legalizar, llevar libros y actas. Cabe destacar que se constituye como una fundación de interés privado y se destinará parte de los fondos para llevar a cabo los programas sociales.

En el Ministerio del Trabajo y Desarrollo Laboral (Mitradel) se gestiona la probación reglamento interno de trabajo y el cuadro de salarios en relación a los cargos, entre las demás gestiones que sean requeridas en caso de permisos laborales para trabajadores extranjeros.

Por último, vale la pena mencionar que la ampliación más detallada del marco legal la empresa debe alinearse a las normas legales de todo tipo, normativa vigente en materia de seguridad y ambiente, sanitarias, laborales, comerciales y de compra-venta, fiscales, e inclusive aduaneras y de aranceles en el caso de que llegase a aplicar en algún caso futuro de expansión.

5. **Ámbito financiero:**

El desarrollo de la parte financiera del presente proyecto se ha basado en orientaciones de profesionales con experiencia en el área financiera, se ha tomado en cuenta también como orientación documentación y requerimientos para la aprobación de un emprendimiento de 'Barcelona Activa', como ente mediador entre la idea de una propuesta y una entidad financiadora o crediticia en Cataluña, España, y se ha adaptado al lugar de desarrollo del proyecto.

En esta sección del trabajo se detallan los gastos iniciales y de inversión, los cuales son pagados con aportes de capital propio, también comprende la previsión de ingresos y gastos de acuerdo a estimaciones basadas en estudio de mercado, población y potencial de venta, precio en el mercado de productos, competencia, precios de materia prima, de los ingredientes de las recetas y considerando diversos escenarios.

La información financiera se encuentra representada en los tres primeros años de gestión de la fundación, reflejándose en cada año un aumento de producción y actividades de generación de ingresos. Se evaluará el desarrollo del emprendimiento y se ajustarán los importes en función de los cambios de las economías, el coste, el ipc, tasa de inflación y otros indicadores que deban ser considerados.

Cabe destacar que los precios de los ingredientes que componen la materia prima varían constantemente, por ello se ha tomado una referencia para los cálculos y poder llegar a los precios finales estimados de los productos. Es importante también resaltar que, para realizar una proyección precisa de los resultados financieros, se deben actualizar constantemente los números y justo antes de poner en marcha definitivamente el emprendimiento.

Esto debido a que pueden existir variaciones y circunstancias externas globales que puedan influir en toma de decisiones relacionadas a las finanzas. La primera inversión esta dada por la aportación de capital propio, adicionalmente se contempla un crédito bancario y financiamiento para otros gastos de gestión en caso de requerirse. En este último caso, se incluiría en los gastos, el pago o devolución de la financiación. Así mismo podrán considerarse propuestas de inversionistas socios.

La viabilidad se centra en los ingresos generados por la venta y distribución de productos elaborados, adicionando la venta de otros productos artesanales que se revenden y otros ingresos como cursos y venta de productos en diversos puntos de venta, en el que los niveles de producción podrán ir siendo evaluados y ajustados; los números en el presente trabajo han sido conservadores. Se podrán además recibir aportaciones y donaciones.

5.1. Inversiones:

Gastos iniciales	Monto en USD \$
Pago depósito del local	1,500
Adaptación del local	20,000
Equipos	3,000
Registros, permisos e impuestos	3,000
Materia prima y empaques de inicio	7,000
Branding y rotulaciones	4,000
Otros gastos	3,000
Total	41,500

5.2. Previsión de ingresos y gastos (USD \$):

		Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	Venta de productos propios (galletas)	18,000	22,500	27,000
	Venta de productos propios (barras de cereal)	24,000	30,000	36,000
	Venta de productos propios (bebida panela de caña)	10,800	15,000	18,000
	Otros productos de alimentación	25,000	30,000	40,000
	Reventa de productos listos de proveedor	27,000	54,000	54,000
	Venta de bebidas naturales en el local	0	24,000	24,000
	Cursos con invitados	0	19,200	28,800
	Cursos propios	30,000	38,400	38,400
	Aportaciones y donaciones	2,000	2,000	2,000
		136,800	235,100	268,200
Costos	Costo materia prima/ proveedores (galletas)	6,000	7,500	9,000
	Costo materia prima/ proveedores (barras de cereal)	9,000	11,250	13,500
	Costo materia prima/ proveedores (bebida de panela)	3,000	4,200	5,000
	Otros productos de alimentación	5,000	6,000	8,000
	Costo de reventa de productos de proveedor	13,500	27,000	27,000
	Costo por bebidas naturales en el local	0	6,000	6,000
	Costo cursos con invitados	0	9,600	14,400
	Costo cursos propios	1,000	1,500	2,000
	37,500	73,050	84,900	
Ingresos Netos	99,300	162,050	183,300	
Gastos	Alquiler local	6,000	6,000	6,000
	Servicios (electricidad, agua, Internet, telf.)	4,800	4,800	4,800
	Seguros del local	500	500	500
	Salarios	97,500	100,425	118,438
	Consultoras (Contable, fiscal, laboral)	24,000	24,000	24,000
	Transporte	2,400	2,400	2,400
	Comunicaciones corporativas y publicidad	9,600	9,600	9,600
	Otros gastos de gestión e imprevistos	10,000	10,000	10,000
	154,800	157,725	175,738	
Resultado Perdida/ Beneficio	-55,500	4,325	7,562	

5.3. Viabilidad de programas sociales de la empresa:

De acuerdo al análisis financiero realizado, será posible llevar a cabo los programas sociales de la empresa según los ingresos progresivos que se vayan generando, los mismos se realizarán por fase. También será factible recibir donaciones, ayudas y apoyo de instituciones para destinar recursos a los programas sociales.

En los estatutos de la empresa, un porcentaje de los beneficios va dirigido a los programas sociales. Cabe destacar que aquellos que requieren menor presupuesto y de igual forma tienen un gran impacto positivo, como lo son las formaciones en diversos temas, se podrán implementar desde el inicio de la operación independientemente de los ingresos.

Conclusiones

Como conclusión es importante recordar los objetivos principales del presente proyecto, el primero, diseñar un plan de empresa de productos alimenticios artesanales, el cual se ha desarrollado a lo largo de este trabajo, y en relación al cual se puede decir que, resulta viable y sostenible, basado en el análisis metodológico, cuantitativo, cualitativo y de investigación realizado y en el ámbito financiero reflejado con el cual se ha podido probar.

Así mismo, el segundo objetivo del proyecto de plan de empresa ha sido, analizar la viabilidad de los programas sociales de la empresa y de acuerdo al análisis realizado, se puede sintetizar que se desarrollarán y se implementarán los programas sociales, condicionado a la capacidad de generación de recursos y de captación de ingresos, sin embargo, algunas formaciones comprendidas en este plan si se podrán impartir con independencia de los ingresos.

Adicionalmente también cabe destacar que existe un trabajo conexo al presente proyecto que es la continuidad del presente emprendimiento a futuro, es decir, una vez establecido, se puede expandir hacia otras áreas y líneas comerciales, el mismo fue elaborado en el marco del programa de emprendimiento de la escuela de negocios internacional IESA, y el cual consiste en un plan de empresa de un centro holístico con alojamiento y centro gastronómico que brinda otros programas de salud y bienestar.

Al desarrollar ambos proyectos en conjunto, se brindarían programas integrales más amplios de formación como un hotel escuela que ofrece oportunidades a los jóvenes para desarrollarse profesionalmente en la carrera de hostelería y restauración, así como ofertas laborales inclusivas amplias, también la posibilidad de establecer una cadena operadora de centros de alojamiento con otro concepto actualizado, moderno y diferente al de las compañías de hostelería tradicionales.

Una vez en marcha el proyecto inicial presente, se concretarán otros vínculos y alianzas estratégicas y de financiamiento para inversión para la segunda fase y continuidad del desarrollo del mismo. Existen propuestas para alianzas en gestión de centros de alojamiento en propiedades que son más respetuosas, sostenibles y amigables con la naturaleza, y que aspiran a una propuesta de una operadora de hostelería con otros matices diferentes a las ya existentes.

Esta iniciativa, permitirá emprender y poner en marcha un proyecto que definitivamente será un camino de crecimiento, evolución y transformación personal, aplicando los conocimientos, habilidades y estrategias reforzadas en el estudio de Máster en Gestión y Comunicación de Entidades Sociales y Solidarias y en experiencias previas, y así brindar a la comunidad un aporte de valor, manteniendo prácticas sostenibles, sumando a la economía local, generando empleos, ofreciendo oportunidades y apoyando a las iniciativas y soluciones de los temas sociales comunes.

Bibliografía

- Barkeley, A. (2004). *Research skills for management studies*. New York, Routledge.
- Carreyó, N. *Metodología y técnicas de Investigación Jurídica*, 1ra Edición.
- Diccionario de la Real Academia Española (RAE), (2006). Ed. 1ra. Madrid: Espasa Calpe.
- Eco, U. (1992). *Cómo se hace una tesis*. Barcelona: Gedisa.
- Informe de Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Segundo Semestre julio - diciembre año 2018. Informe de avances en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA).
- Martínez Segura, M. J. y Solano Fernández, I. M. (2012). La búsqueda y gestión de la información. En M. P. García Sanz y P. Martínez Clarés (Coords.), *Guía práctica para la realización de Trabajos Fin de Grado y Trabajos Fin de Máster* (pp. 65-96). Murcia: Universidad de Murcia.
- Rigo Arnavat, A. y Genescà Dueñas, G. (2002). *Cómo presentar una tesis y trabajos de investigación*. Barcelona: Eumo-Octaedro.
- Romano, J. M. *Comer Despierto. La Alimentación basada en el Mindfulness*. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2018, EPUB.
- Salvioli F. *Colección Constitución y Derechos. Sistema Interamericano de Protección de los Derechos Humanos. Instrumentos, órganos, procedimientos y jurisprudencia*. Instituto de Estudios Constitucionales del Estado de Querétaro.
- Publicación de la serie editada por la ONU para la Alimentación y la Agricultura sobre 'El Estado del Mundo'. Cita requerida: FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF. 2019. *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2019. Protegerse frente a la desaceleración y el debilitamiento de la economía*. Roma, FAO.

Ushad Lad y Dr. Vasant Lad. (2021). Cocina Ayurveda para la Autoacusación. Principios ayurvédicos, recetas vegetarianas y guía de alimentos curativos para: vata, pitta y kapha. Nutricion y Salud.

Partington D. (2002). Essential skills for management research. Boston: Irvin.

Páginas web:

- www.alimentartosaludable.com
- www.anpanama.com - Economía | Agencia de Noticias Panamá: Mercado artesanal ha generado más de un millón de dólares a la economía en lo que va del año.
- www.conartesanos.com
- www.wipo.int
- <https://enlacegt.com/>
- www.verpanama.com
- www.laestrella.com.pa - Las artesanías de consumo
- www.propanama.gob.pa
- www.barcelonactiva.cat

Anexos

Anexo I: Diseño y gráficos de resultados de encuesta.

Encuesta sobre alimentación y temas sociales: Empresa La Abeja Reina.

Dirección de correo electrónico *

Nombre y Apellido. *

1. Considera Usted que se enseña lo suficiente sobre la alimentación y nutrición. *

- Sí
- No

2. ¿Preferiría usted comprar alimentos artesanales, elaborados de ingredientes naturales y de productores locales antes que productos muy industrializados? *

- Sí
- No

3. ¿Consideraría usted incluir en su dieta, productos artesanales, nutritivos que complementen su alimentación y que aportan un porcentaje a apoyar causas sociales? *

- Sí
- No

4. Considera que es importante apoyar a los agricultores y el trabajo de cosecha del campo. *

- Sí
- No

5. La alimentación es un derecho universal, pero no se garantiza actualmente para todos porque hay hambre, pobreza y desnutrición. ¿Piensa que se podría contrarrestar? *

- Sí
- No

6. ¿Piensa usted que se debería tener más conciencia y tomar más importancia en la ecología y la sostenibilidad para elaboración de productos y servicios?

- Sí
- No

7. ¿Considera que se puede proporcionar a sectores vulnerables alimentos, donaciones, programas de desarrollo y enseñanza es de gran ayuda?

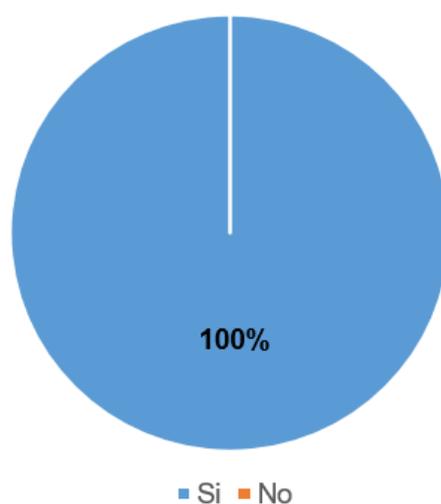
- Sí
- No

Observaciones o comentarios adicionales:

Preguntas y gráficos de encuesta:

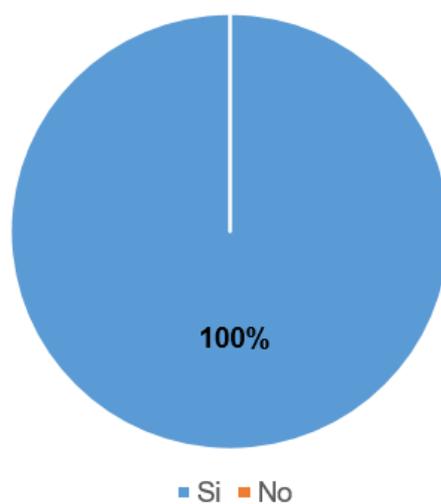
1. ¿Considera usted que se debe enseñar más sobre la alimentación y nutrición?

Respuesta: Si: 20/ No: 0.



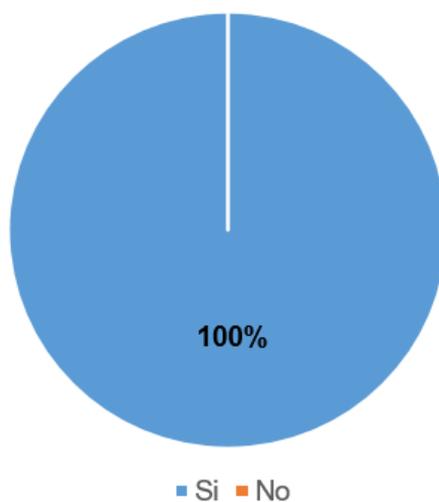
2. ¿Preferiría usted comprar alimentos artesanales, elaborados de ingredientes naturales y de productores locales antes que productos muy industrializados? *

Respuesta: Si: 20/ No: 0.



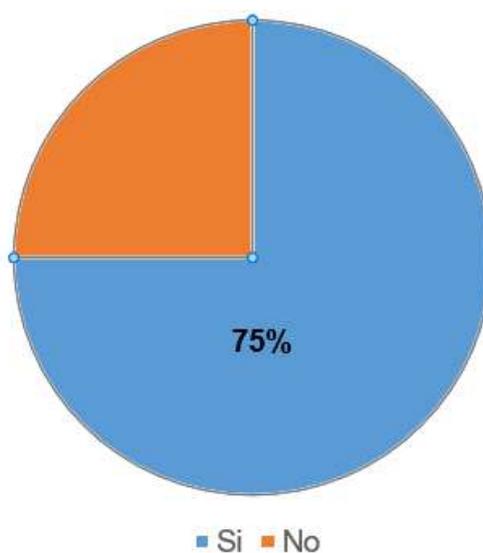
3. ¿Consideraría usted incluir en su dieta, productos artesanales, nutritivos que complementen su alimentación y que aportan un porcentaje a apoyar causas sociales? *

Respuesta: Si: 20/ No: 0.



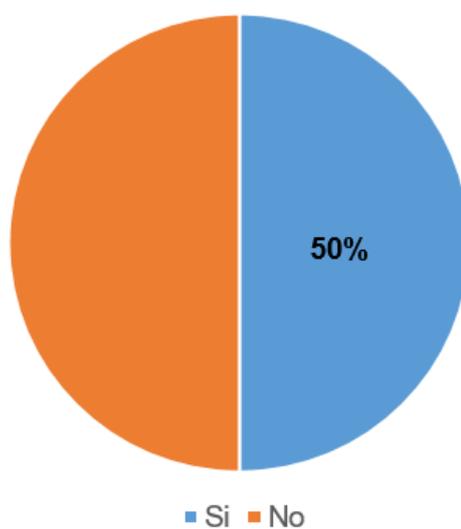
4. ¿Considera usted que es importante apoyar a los agricultores y el trabajo de cosecha del campo?

Respuesta: Si: 15/ No: 5.



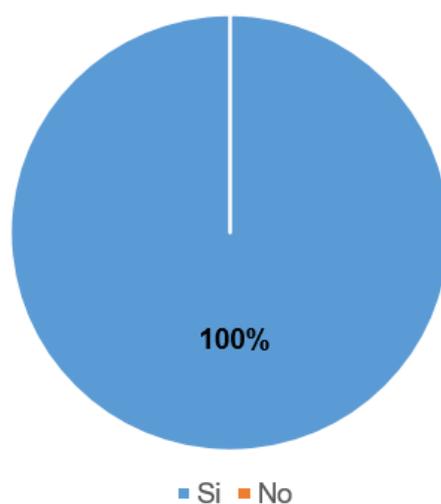
5. La alimentación es un derecho universal, pero no se garantiza actualmente para todos porque hay hambre, pobreza y desnutrición. ¿Piensa que se podría contrarrestar?

Respuesta: Si: 10/ No: 10.



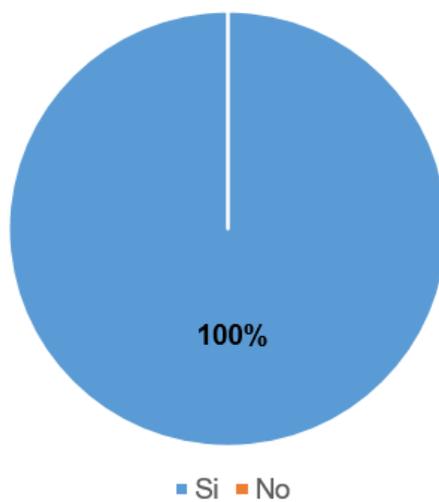
6. ¿Piensa usted que se debería tener más conciencia y tomar más importancia en la ecología y la sostenibilidad para elaboración de productos y servicios?

Respuesta: Si: 20/ No: 0.



7. ¿Considera que se puede proporcionar a sectores vulnerables alimentos, donaciones, programas de desarrollo y enseñanza es de gran ayuda?

Respuesta: Si: 20/ No: 0.



Anexo II: DAFO.

Análisis DAFO

Debilidades

- Espacio del local limitado para la expansión de otros productos y aumento de la producción.
- Altos precios de gestión de marketing.
- Transporte externo para el inicio.

Fortalezas

- Ubicación privilegiada del local.
- Experiencia en el área de alimentos y bebidas.
- Proyección de imagen alineada con valores.
- Excelente propuesta de valor.
- Liderazgo en formación.
- Buenas conexiones nacionales e internacionales.
- Apoyo externo para expansión.
- Impacto positivo en las comunidades.

Amenazas

- Crisis económica mundial actual (fluctuante).
- Eventos inesperados: pandemias, conflictos armados, cambios en las monedas y otros.
- Proveedores de empaques ecológicos externos que podría aumentar los precios.

Oportunidades

- Adaptación a las nuevas tecnologías.
- Ampliación de la cartera de clientes.
- Adquisición de nuevos aliados.
- Creación de nuevos canales comerciales.

Fuente imagen 1: elaboración propia.

Anexo III: Ley de productos artesanales.



Asamblea Nacional
Secretaría General
TRÁMITE LEGISLATIVO
2020-2021

ANTEPROYECTO DE LEY:	213
PROYECTO DE LEY:	
LEY:	
GACETA OFICIAL:	
TÍTULO:	QUE ESTABLECE EL REGISTRO SANITARIO ESPECIAL DE EMPRENDEDORES LA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y DICTA OTRAS DISPOSICIONES.
FECHA DE PRESENTACIÓN:	29 DE OCTUBRE DE 2020.
PROPONENTE:	H.D.S. AYDEE WATSON, H.H.D.D. GERARDO CONCEPCION, RAUL FERNANDEZ.
COMISIÓN:	TRABAJO, SALUD Y DESARROLLO SOCIAL.

Oficinas 0815-01603 Panamá 4, Panamá



Fecha:	29/10/2020
Hora:	12:30v
A. P.:	
A. S.:	
A. D.:	
A. E.:	
A. F.:	
A. G.:	
A. H.:	
A. I.:	
A. J.:	
A. K.:	
A. L.:	
A. M.:	
A. N.:	
A. O.:	
A. P.:	
A. Q.:	
A. R.:	
A. S.:	
A. T.:	
A. U.:	
A. V.:	
A. W.:	
A. X.:	
A. Y.:	
A. Z.:	

Honorable Diputado
MARCOS CASTILLERO B.
Presidente de la Asamblea Nacional
E.S.D.

Señor Presidente:

En ejercicio de la iniciativa legislativa que nos otorga el artículo 165 de la Constitución Nacional y los artículos 108 y 109 del Reglamento Orgánico del Régimen Interno de la Asamblea Nacional, comparezco ante el Pleno de la Asamblea Nacional, a fin de presentar el Anteproyecto de Ley "*Que establece el registro nacional de emprendedores y dicta otras disposiciones*", el cual merece la siguiente:

Exposición de Motivos

La estructura de la economía panameña refleja la importancia de los emprendedores y las micro, pequeñas y medianas empresas como principales actores de nuestras finanzas. Datos de la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME), que el 93% de las empresas constituidas formalmente, se encuentran definidas como PYMES, representando aproximadamente 559.000 unidades productivas. Según cifras de la Unión Nacional de Pequeñas y Medianas Empresas (UNPYME), el sector PYME, genera el 75% del empleo en el territorio de la República de Panamá y aportan 50% de lo que constituye el Producto Interno Bruto (PIB); lo que nos deja comprender la importancia que tiene este sector para la economía panameña.

Las PYMES de Panamá, se encuentran dentro de las diez (10) más afectadas por la pandemia de la COVID-19, junto con Costa Rica, Colombia, República Dominicana, Argentina, Perú y México. Algunos especialistas de Panamá, proyectan que el 65% de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas podrían cesar operaciones producto del declive económico provocado por el COVID-19. El impacto económico de la pandemia, crea incertidumbre en muchos hogares de emprendedores y pequeños empresarios. La quiebra de estos negocios se traducirá en aumento del desempleo y el desmejoramiento de la calidad de vida de los panameños. Representantes de la Unión Nacional de Pequeñas y Medianas Empresas (UNPYME) manifestaron que, aunado a la crisis pandémica, el sector ya se encontraba en apuros, producto de la lentitud del proceso de contrataciones con el Estado, la falta de incentivos y el poco acceso a financiamiento que los ha llevado a una recesión.

Debemos sumar a lo anterior, que, según cifras de la Contraloría General de la República, cerca del 50% de nuestra economía se dedica al sector informal, es decir, que su actividad productiva no se encuentra registrada o ha obtenido los permisos por la autoridad correspondiente para operar. Esta situación se ve mayormente agravada en la población de jóvenes y mujeres. Durante la coyuntura de la crisis mundial del COVID-19, el confinamiento ha tenido un impacto en el desempleo, que ha registrado un crecimiento inesperado en nuestro país, que según expertos podría ascender hasta el 25% de la población panameña, es decir, que al final del año podría haber 531.000 desempleados. La suspensión de los contratos, que por cifras del Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral (MITRADEL) determinamos que se acerca a los 250.000 trabajadores, y los despidos ha generado un crecimiento del sector informal. Cientos de panameños y extranjeros, han optado por crear emprendimiento casero, para poder subsistir frente a los compromisos bancarios y obligaciones familiares, cambiando así la tendencia de la fuerza laboral en miras a la automatización y digitalización del comercio.

Es por ello que, como Diputada de la República, tengo a bien presentar esta iniciativa de Ley, que busca crear un Registro Sanitario Especial para emprendedores (as), microempresarios (as) y artesanos (as), para que estos puedan obtener este documento que es tan necesario, a la hora de comercializar sus productos, en la actualidad, obtener un registro sanitario ante el Ministerio de Salud, toma aproximadamente tres (3) a cuatro (4) años y los costos de papeleos e inversión superan los tres mil balboas (B/. 3,000.00), adicional, tiempo y dinero que no tienen nuestros ciudadanos (as) por la actividad comercial, que ejercen cuyas ganancias no representan altas sumas de dinero.

Al no tener estos emprendedores una opción de un permiso sanitario que vaya acorde a sus actividades y a sus ingresos, los obliga que sigan manteniéndose en la clandestinidad, por lo que al encontrarse realizando sus actividades sin regulación legal, no contribuyen al erario público, y a su vez al no contar con un registro sanitario, aquellos que tienen actividades relacionadas con productos alimenticios, no pueden comercializar sus productos, en establecimientos comerciales. Con esto buscamos que las partes involucradas, sigan realizando sus emprendimientos, pero cumpliendo a cabalidad con la norma sanitaria.

Este Anteproyecto, tiene dos objetivos principales, el primero es crear nuevas oportunidades a nuestros emprendedores, microempresarios y artesanos, para que estos mediante una herramienta legal, accesible, puedan comercializar sus productos a mercados más grandes y poder obtener mayor ingreso. y el segundo es que estos emprendedores al encontrarse contribuyendo al Tesoro Nacional y con mejores ingresos pueden crear nuevas oportunidades laborales para otros ciudadanos que se encuentran desempleados en este momento.

En virtud de lo anterior, presentamos a esta augusta cámara el Anteproyecto de Ley "*Que establece el registro nacional de emprendedores y dicta otras disposiciones*" para que sea debatido y cumpla su finalidad de beneficiar a nuestros (as) micro, pequeñas y medianas empresas.

AYDEE EDITH WATSON DE VÁSQUEZ
Diputada de la República
Circuito 8-9



Fecha:	29/10/2020
Hora:	12:30 ✓
A. Encar:	
A. Asesor:	
A. Asistente:	
A. Secretario:	
A. Relator:	
A. Redactor:	
A. Revisor:	
A. Director:	

**Anteproyecto de Ley No.
De.....de.....de 2020**

"Que establece el registro sanitario Especial de emprendedores la micro, pequeñas y medianas empresas y dicta otras disposiciones"

LA ASAMBLEA NACIONAL

DECRETA:

**CAPÍTULO I
OBJETIVOS Y PRINCIPIOS**

Artículo 1. Objetivo General. La presente Ley se crea el registro nacional de emprendedores, en adelante RSE, el cual se aplicará a los emprendedores, microempresarios y artesanos, ya sean persona natural o jurídica, cuyo ingreso anual no supere los treinta y seis mil Balboas, (B/. 36,000.00) anuales, según la declaración de renta, que presente ante la Dirección General de Ingresos, del Ministerio de Economía y Finanzas.

Artículo 2. Objetivos Específicos. Esta Ley tiene como objetivos específicos los siguientes:

1. Regular la actividad de la micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) dedicada a la producción y comercialización de productos alimenticios;
2. Crear el registro de emprendimientos para mantener un control de los productos que estos comercializan;
3. Establecer requisitos especiales para la inscripción de emprendimientos relacionados con la producción y comercialización de alimentos, cumpliendo con el deber del Estado de velar por la salud pública;
4. Apoyar a los emprendedores (as) para que puedan superar los efectos económicos de la pandemia denominada COVID-19.

Artículo 3. Principios rectores. La presente Ley tendrá como principios rectores los de no discriminación, empoderamiento, sostenibilidad, participación, salud colectiva, crecimiento económico y desarrollo humano.

**CAPÍTULO II
GLOSARIO**

Artículo 4. Definiciones. Para los efectos de la presente Ley, se establecen las siguientes definiciones:

1. **Emprendedor:** persona que crea una micro, pequeña o mediana empresa (MIPYME), identificando una oportunidad de negocio y organizando los recursos necesarios para emprenderlo.
2. **Artesano:** persona que ejercita un arte u oficio con técnicas tradicionales, confeccionando objetos o productos de uso cotidiano e imprimiendo su sello personal.

3. **Productos alimenticios:** Es todo alimento que ha cambiado sus caracteres físicos, composición química y características Físico-Químicas, como consecuencia de la manipulación del ser humano.
4. **Productos artesanales:** son los producidos por artesanos (as), ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado.
5. **Productos con valor agregado:** productos que han sido transformados de su estado natural por la mano del ser humano.
6. **Registro sanitario:** es la autorización y el control que ejerce el Ministerio de Salud sobre los productos que son fabricados, importados, envasados o comercializados en el país, que sean de interés sanitario, previa verificación del cumplimiento de los requisitos establecidos en el marco legal correspondiente.
7. **Empresario:** titularpropietariodirectivodeunaindustria, negociooempresa.
8. **Microempresa:** unidad económica, formal o informal, que genere ingresos brutos o facturación anuales hasta la suma de ciento cincuenta mil Balboas (B/. 150,000.00).
9. **Pequeña Empresa:** unidad económica que genere ingresos brutos o facturación anuales desde ciento cincuenta mil balboas con un centésimo (B/. 150,000.01) hasta un millón de Balboas (B/. 1,000,000.00).
10. **Mediana Empresa:** unidad económica que genere ingresos brutos o facturación anuales desde un millón de Balboas con un centésimo (B/. 1,000,000.01) hasta dos millones quinientos mil (B/. 2,500,000.00).
11. **Publicidad engañosa:** aquellas características o alguna información relacionada con algún bien, producto o servicio, que inducen a error o confusión por la forma inexacta, limitada, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.
12. **Plataforma digital:** soluciones online que posibilitan la ejecución de diversas tareas en un mismo lugar a través de internet. Crear una estrategia de marketing **digital** implica una serie de detalles que debemos realizar y acompañar constantemente.
13. **Comercio electrónico:**consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos.
14. **Redes sociales:**estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones **que** se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.
15. **R.S.E.:** Registro Sanitario de Especial. o R.U.E. Registro Único Especial Simplificado

CAPÍTULO III. REGISTRO DE EMPRENDEDORES

Artículo 5. Ventanilla Única: Se crea la ventanilla única para la tramitación del Registro Sanitario Especial, la cual estará adscrita a la Dirección de Servicios de Desarrollo Empresarial, de la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME).

Artículo 6. Funciones.El procedimiento se inicia en la Ventanilla Única para la tramitación del Registro Sanitario Especial, para emprendedores, Micro, Pequeña y Mediana Empresa Dirección de Servicios de Desarrollo Empresarial, de la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME).Y tendrá las siguientes funciones:

- a. Recibir toda la documentación, contenida en la presente Ley, para la obtención del RSE;
- b. Realizar la tramitación correspondiente ante el Ministerio de Salud, según los requisitos contemplados en el artículo 14 para la expedición del RSE;
- c. Coordinar con la Autoridad de Innovación Gubernamental la creación e implementación de un sistema de seguimiento en tiempo real para el usuario;

- d. Notificar la resolución expedida por el Ministerio de Salud por la cual se concede el R.S.E.;
- e. Recibir los recursos de reconsideración y remitirlos al Ministerio de Salud para su respectiva tramitación.
- f. Atender las consultas y reclamos que pudieran surgir producto del trámite.

CAPÍTULO IV. REGISTRO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Artículo 7. Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, es decir, los productos alimenticios que se entreguen directamente al consumidor en envases definitivos y bajo la marca o nombres, deberán obtener el respectivo RSE. El mismo será expedido según los lineamientos de la presente Ley.

Artículo 8. Aplican para el R.S.E. aquellos productos manufacturados y con valor agregado, es decir, aquellos que hayan sido transformados de su estado natural por haber adicionado componentes que los convierten en un producto distinto a la inicial.

Artículo 9. Medidas básicas sanitarias que deben adoptar los emprendedores en el caso de productos para el consumo humano.

La **higiene alimentaria** es el conjunto de normas, pautas y procedimientos que deben realizar para asegurar la inocuidad y buen manejo en todas las etapas de la cadena alimentaria, con el principal objetivo de preservar la salud del consumidor.

Es necesario supervisar que las **reglas en higiene** se lleven a cabo durante el proceso de almacenamiento, producción, elaboración y distribución de los alimentos para garantizar productos en buen estado, aptos para el consumo humano.

El principal objetivo es lograr **alimentos libres de contaminantes** que no representen un riesgo para la salud.

- Evitar el uso de maquillaje.
- En caso de contar con cabello largo tenerlo recogido y utilizar una red o cofia.
- No usar joyería como anillos, aretes, relojes y collares.
- Evitar la barba en hombres o llevarla bien recortada.
- Siempre lavarse las manos y cuando se tenga contacto con superficies, instrumentos, partes del cuerpo, mangos de las puertas, llaves, dinero y objetos similares.
- Suspender labores en caso de enfermedad, así como heridas en las manos o brazos.
- Bañarse diariamente.
- Utilizar zapatos antiderrapante, de punta cerrada y fácil de retirar en caso de que surjan quemaduras o algún tipo de accidente.
- Llevar uñas limpias, cortas y sin esmalte.
- Realizar un control médico periódicamente.
- No fumar, comer, masticar chicle o beber en el área de trabajo durante la preparación de los alimentos.
- Presentarse con ropa y calzado limpios.
- Abstenerse de toser, estornudar o hablar sobre los alimentos.

Artículo 10. Se exceptúa del cumplimiento de la obtención del R.E.S., pero seguirán estando sujetos al control y vigilancia sanitaria por parte del Ministerio de Salud, para los siguientes productos:

- a. Productos alimenticios en su estado natural, como frutas, hortalizas, verduras frescas y otros de origen agrícola que no hubieran sido sometidos a proceso alguno de transformación, modificación y conservación;
- b. Los de origen animal, sean éstos crudos, refrigerados o congelados, que no hubieran sido sometidos a procesos alguno de transformación, modificación y conservación. Se incluyen huevos en estado natural;
- c. Frutos secos con cáscara;
- d. Miel de abeja y de caña;
- e. Materias primas alimentarias en general, producidas en el país o importadas, para su utilización en plantas procesadoras de alimentos para la elaboración de productos alimenticios que ya cuentan con registro sanitario;
- f. Productos de panadería que, por su característica de composición, son de consumo diario, los cuales se comercializan sin envase definido y sin marca comercial.

Artículo 11. Se podrán amparar los productos alimenticios bajo un mismo registro sanitario especial los siguientes casos:

- a. Cuando se trate del mismo producto con diferentes marcas, siempre que el titular y el fabricante correspondan a una misma persona natural o jurídica.
- b. Cuando el mismo producto tenga diferentes formas de presentación al consumidor y envases de la misma naturaleza química.
- c. Cuando el mismo producto tenga la misma constitución natural, pero con especificaciones distintas.

Artículo 12. Productos orgánicos. Los productos orgánicos deberán cumplir con los estándares de producción establecidos en la Ley 8 del 24 de enero del 2002.

Artículo 13. Sello y etiqueta: Se determina la **certificación de sello y etiqueta**, que representara ventajas para los fabricantes artesanales puesto que representa una garantía del cumplimiento de **normas de calidad del producto**; Esto abre potencial de nuevos mercados y poder acceder a clientes más exigentes.

El sello permitirá que el producto cuente con un **distintivo de calidad**, respaldado por una entidad acreditada y es utilizado para incrementar la confianza de los clientes en la calidad del producto. Los alimentos artesanales elaborados por pequeños productores deberán incluir los sellos siempre y cuando excedan los niveles de azúcares, calorías, sodio y grasas saturadas contemplados por la ley. Los rótulos deberán a aparecer en, alfajores, mermeladas y maní confitado, entre otros productos, que deberán exhibir los sellos. Y se determinaran en la reglamentación de esta ley. De no cumplir con la normativa, tal y como los grandes productores, arriesgan multas por parte de la autoridad sanitaria.

Artículo 14. El Registro Sanitario para productos alimenticios, se obtendrá sobre la base del informe técnico favorable del análisis de la documentación técnica y legal presentada en la ventanilla única, mediante uno de los siguientes procedimientos:

- a) Registro Sanitario por producto (productos alimenticios nacionales y extranjeros);
- b) Registro Sanitario por Homologación para productos alimenticios extranjeros; y,
- c) Registro Sanitario por línea, de producción con Certificado de Operación sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, certificado por la Autoridad Sanitaria Nacional (productos alimenticios nacionales).

Para obtener el **R.E.S., (REGISTROSANITARIO DE ESPECIAL)** los interesados deberán presentar la siguiente documentación:

- 1. Poder y Memorial refrendado por un abogado idóneo.
 - a. Deberá ser presentado totalmente a doble espacio y no más de treinta (30) líneas.

- b. Se solicitará un máximo de 60 productos, los cuáles deben ser especificados por marca, insumo, reactivos o equipos.
- c. El memorial debe contar con cuatro balboas (B/.4.00) en timbres.
- d. Debe incluir en el memorial el Fundamento de Derecho: Decreto Ejecutivo 148 del 9 de agosto de 1999,y la presente ley
 - 2 - Copia del Aviso de Operaciones;
 - 3 - Paz y Salvo del Municipio del Distrito donde se encuentre el negocio.
- 4 - Paz y Salvo de la Dirección General de Ingresos.
- 5 - Certificado de buenas prácticas de manufactura expedido por la autoridad competente del país de procedencia.
- 6 - Carta del fabricante donde autoriza a la empresa como distribuidor para vender el producto en nuestro país.
Tanto el Certificado como la Carta del fabricante deben ser notariados o apostillados. (Original y copia, traducidos al español), para ser cotejados.
- 7 - Copia de la licencia comercial vigente o Registro Comercial
- 8 - Llenar el formulario de descripción, por productos y/o equipos.
- 9 - Inserto, literatura y/o catálogo con la información completa de cada uno de los productos y/o equipos.
- 10 - Al presentar su memorial debe pagar B/. 60.00 por el trámite del mismo.

Nota: En caso de renovación usted debe aportar el certificado de registro sanitario vencido y los mismos requisitos de la primera vez. Luego de recibida la documentación el Laboratorio Central de Referencia en Salud Pública, verificará la solicitud y los documentos aportados; y en un término de 30 días se le entregará la cotización de la evaluación analítica.

- Cualquier otro que disponga AMPYME siempre que estén en el marco de los principios enunciados en el artículo 14 de la presente Ley.

Se establece un término de tres meses para la entrega del, R.S.E. al empresario o Emprendedor por parte de las autoridades, *si un artículo internacional tiene todos los documentos sellados se debe demorar entre 4 semanas a 2 mes, si es el caso de productos nacionales, no debe sobrepasar más de 3 meses.*

- el no cumplimiento de este término generara sanciones a los funcionarios encargados de la tramitación de los respectivos documentos.

CAPÍTULO V. PRODUCTOS ARTESANALES

Artículo 15. Los productos artesanales tendrán un Registro Único Especial Simplificado (R.U.E.) por tratarse de producción manual y de comercialización a menor escala con menor costo determinado Reglamentariamente.

Artículo 16. Respeto a la propiedad intelectual. Los productos artesanales deberán cumplir con lo dispuesto en la Ley, 64 de 10 de octubre de 2012, de propiedad intelectual, es decir, no constituir réplicas de productos previamente registrados en la DIGERPI o en otros países, conforme lo dispone la jurisprudencia y nuestra legislación.

Artículo 17. Para obtener el Registro Sanitario Especial, los emprendedores (as) deberán presentar la siguiente documentación:

1. Copia del Aviso de Operaciones;
2. Paz y Salvo del Municipio del Distrito donde se encuentre el negocio.
3. Paz y Salvo de la Dirección General de Impuestos

- 4 - Inseto, literatura y/o catálogo con la información completa de cada uno de los productos y/o equipos.
- 5-. Al presentar su memorial debe pagar B/. 40.00 por el trámite del mismo.
- 6 -Cualquier otro que disponga la AMPYME siempre que respete los principios enunciados en el artículo 14 de la presente Ley.

Artículo 18. Los productos alimenticios que se desarrollen mediante técnicas artesanales se registrarán acorde a lo establecido en el capítulo V de esta Ley y las disposiciones del Ministerio de Salud (MINSA).

CAPITULO VI

DEL REGISTRO SANITARIO DE LOS PRODUCTOS COSMÉTICOS

ARTESANALES

Artículo 19. Del registro sanitario de los productos cosméticos. Los productos cosméticos de tipo artesanal podrán hadceder al R.S.E. para su producción, importación, procesamiento, envase, expendio y comercialización expedido por la autoridad sanitaria competente, con arreglo a las disposiciones establecidas en este capítulo.

Artículo 20. Requisitos

1.
 1. Solicitud ingresada por Ventanilla Única (ampyme)
 2. Se debe incluir los siguientes documentos:
 - - Declarar en la solicitud la fórmula cualitativa y cuantitativa del producto con nomenclatura internacional plazo adecuado de consumo.
 - Especificaciones organolépticas y fisicoquímicas del producto terminado emitidas por el fabricante si no es propio.
 - Especificaciones microbiológicas, cuando correspondan
 - Instrucciones de uso del producto, cuando correspondan
 - Justificación de las bondades y proclamas del producto.
 - Material del envase primario
 - Documentos que respalden la representación legal si no es propio
 - Autorización del fabricante al responsable de la comercialización
 - Declaración del fabricante en caso de maquila
 - información técnica del producto

Artículo 21. **Se consideran**, a título indicativo, **productos cosméticos**, los preparados como cremas, emulsiones, lociones, geles y aceites para la piel, maquillajes, jabones y **productos** para el baño o ducha, perfumes, aguas de tocador, aguas de colonia, desodorantes, **productos** en general de tipo Artesanal...

Artículo 22. Para el caso del **Registro Sanitario, Especial de alimentos**, se expide cuando el riesgo de los alimentos es alto y tendrá vigencia de 5 años. Los **Registros Sanitarios Especiales Simplificados, para cosméticos**, tienen un riesgo medio y su vigencia sera de 7 años y los

Registros **Sanitarias** Especiales, en artesanías menos complicadas tendrán una vigencia de 10 años Registro Único Especial (R.U.E.)

Lo no dispuesto en esta ley, y los costos no estipulados se determinaran Reglamentariamente

Una vez recibidos los requisitos señalados, en el término de cinco (5) días a partir de la recepción de los mismos, se deberá emitir el informe técnico correspondiente y, siempre que no existan objeciones, la Autoridad competente, emitirá el nuevo Certificado de Registro Sanitario Especial el cual será retirado en la Ventanilla Única . Dirección de Servicios de Desarrollo Empresarial, de la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME).

CAPÍTULO VII. COMERCIALIZACIÓN

Artículo 23. Toda persona que comercialice su producto mediante las plataformas digitales, redes sociales deberá realizarlo bajo el principio de buena fe, que incluya los siguientes aspectos:

- A - Devolución del dinero.
- B - Contrato de adhesión.
- C - Y otros.

CAPÍTULO VIII. PUBLICIDAD ENGAÑOSA

Artículo 24 Publicidad Engañosa. Los emprendedores que incurran en publicidad engañosa, es decir, que promocionen un producto y entreguen uno con distintas características generando un error o confusión, serán sancionados conforme lo establece la Ley 29 del 2008.

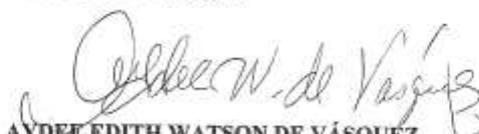
Artículo 25. Sanciones. Las sanciones hacia los emprendedores serán interpuestas por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) mediante lo dispuesto en la Ley 29 del 2008.

CAPÍTULO IX. VIGENCIA

Artículo 26. La presente Ley comenzará a regir desde el momento de su promulgación en Gaceta Oficial.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE,

Propuesto a la consideración del Pleno de la Asamblea, hoy de de 2020, por la Honorable Diputada AYDEE EDITH WATSON DE VÁSQUEZ


AYDEE EDITH WATSON DE VÁSQUEZ
Diputada de la República
Circuito 8-9

Anexo IV: Doshas en la medicina ayurveda.



Fuente imagen 2: Alimentarte saludable (www.alimentartosaludable.com). Doshas de la medicina ayurveda.