

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**  
**PROYECTO DE GRADO**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE SEMILLA DE MAIZ  
CERTIFICADA EN LA COMUNIDAD DE CHAGUAYA DE LA PRIMERA  
SECCION DE LA PROVINCIA ARCE DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA**

Por:

**GALEAN AYARDE RAYSSA CAROLINA  
PACHECO ALBORNOZ GASTON OMAR**

**DOCENTE: Lic. Aráoz Montoya Luis**

**Proyecto de Grado presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD  
AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para obtener el  
grado académico de Licenciatura En Administración de Empresas**

**TARIJA-BOLIVIA**

**GESTIÓN 2021**

**DEDICATORIA:**

Este trabajo se lo dedicamos a nuestros padres por su sacrificio y esfuerzo, por creer en nuestra capacidad, por brindarnos su comprensión, cariño y amor.

A nuestros docentes por ser nuestra inspiración para poder superarnos cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

**PENSAMIENTO:**

“No te rindas, por favor no cedas, aunque el frío queme,  
aunque el miedo muerda, el sol se esconda y se calle el viento,  
aún hay fuego en tu alma, aún hay vida en tus sueños.

Porque la vida es tuya y tuyo también el deseo, porque cada día  
es un comienzo nuevo, porque esta es la hora y este el mejor  
momento”.

*Mario Benedetti*

### **AGRADECIMIENTO:**

Agradecemos a la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho, por habernos abierto las puertas de este prestigioso templo del saber, cuna de buenos profesionales.

A nuestros docentes de Taller de Profesionalización I y Taller de Profesionalización II, Lic. Juana Miriam Olgún Burgos y el Lic. Luis Aráoz Montoya, por guiarnos para realizar este proyecto de grado, y brindarnos las herramientas necesarias para poder realizarlo con los medios y conocimientos necesarios.

## INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
I. INTRODUCCION.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Justificación o Fundamentación.....	3
1.3. Descripción de la Problemática.....	3
1.3.1. Identificación de Necesidades Insatisfechas de un mercado objetivo. ....	3
1.3.2. Descripción general del negocio.....	3
1.3.3. Oportunidades del Mercado.....	4
1.4. Objetivos de Investigación.....	4
1.4.1. Objetivo General.....	4
1.4.2. Objetivos Específico.....	4
1.5. Metodología y Técnicas de Investigación.....	5
MARCO TEORICO.....	7
II. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	21
2.1. Análisis del Contexto.....	21
2.1.1. Análisis del Entorno Mediato Del Negocio.....	21
2.1.1.1. Político.....	22
2.1.1.2. Económico.....	24
2.1.1.3. Social.....	31
2.1.1.4. Tecnológico.....	31
2.1.1.5. Demográfico.....	32
2.1.1.6. Ambiental.....	32
2.1.2. Análisis del Entorno Inmediato Del Negocio.....	33
2.1.2.1. Consumidores.....	34
2.1.2.2. Competidores Actuales.....	35
2.1.2.3. Productos Sustitutos.....	35
2.1.2.4. Proveedores.....	36
2.1.3. Riesgos y Oportunidades Del Mercado.....	36
III. PLAN DE MARKTETING.....	38

3.1.	Investigación de Mercados.....	38
3.1.1.	Proyecto de Investigación de Mercados.....	38
3.1.1.1.	Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados.....	38
3.1.1.2.	Pregunta Científica de Investigación.....	39
3.1.1.3.	Planteamiento de la hipótesis .....	40
3.1.1.4.	Objetivos de la Investigación de Mercados (General y Específicos) 40	
3.1.1.4.1.	Objetivo General .....	40
3.1.1.4.2.	Objetivos Específicos .....	40
3.1.1.5.	Métodos y técnicas de Investigación de Mercados.....	40
3.1.2.	Diseño de Investigación.....	41
3.1.2.1.	Recopilación de la información.....	41
3.1.2.1.1.	Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra.....	41
3.1.2.1.1.1.	Población sujeta a estudio.....	42
3.1.2.1.1.2.	Técnica de muestreo .....	42
3.1.2.1.1.3.	Cálculo de la muestra.....	42
3.1.2.1.2.	Las Encuestas .....	43
3.1.2.2.	Presentación y Análisis de Resultados (Mediante gráficos estadísticos) .....	43
3.1.3.	Conclusiones de la investigación de mercados. ....	48
3.2.	Función del Marketing .....	49
3.2.1.	Objetivos de marketing .....	49
3.2.2.	Segmentos de Mercado .....	49
3.2.2.1.	Segmento Geográfico .....	49
3.2.2.2.	Segmento Demográfico .....	49
3.2.3.	Marketing Mix .....	49
3.2.4.	Estrategias de Posicionamiento.....	52
3.2.4.1.	Estrategia de Promoción de ventas.....	52
3.2.5.	Presupuesto de Marketing .....	52
IV.	PLAN DE PRODUCCIÓN.....	55
4.1.	Objetivos del Área De Producción.....	55

4.2.	Ingeniería del Producto (Diseño y especificaciones).....	55
4.2.1.	Tamaño forma sus dimensiones .....	55
4.2.2.	Especificaciones físicas y químicas .....	56
4.2.3.	Tabla de valores nutricionales.....	57
4.2.4.	Peso neto .....	58
4.3.	Descripción del Proceso De Producción .....	58
4.3.1.	Tipo de Proceso.....	58
4.3.2.	Flujograma del Proceso.....	66
4.4.	Características de la Tecnología.....	67
4.4.1.	Requerimiento de Equipos y Maquinarias .....	67
4.5.	Administración de Materiales.....	67
4.5.1.	Necesidad de materia prima .....	67
4.5.2.	Proveedores negociables (para insumos o materiales) .....	67
4.5.3.	Sistema de Compras (cual será las formas de pago, contratos, logística)	67
4.6.	Capacidad Productiva.....	68
4.7.	Localización del Emprendimiento.....	68
4.7.1.	Tipo de lugar:.....	68
4.7.2.	Monto de inversión: .....	68
4.7.3.	Estado de las vías de acceso:.....	68
4.7.4.	Micro localización del proyecto.....	68
4.8.	Higiene y Seguridad Industrial.....	69
4.9.	Control de Calidad (antes, durante y después de proceso) .....	69
4.10.	Costos de producción.....	70
V.	PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS .....	72
5.1.	Objetivos del Área de Recursos Humanos .....	72
5.2.	Administración de Sueldos y Salario .....	72
5.2.1.	Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios.....	72
VI.	PLAN FINANCIERO.....	74
6.1.	Objetivos del Área Financiera.....	74

6.2.	Estimación del Costo Total y Unitario .....	74
6.2.1.	Proyección de costos anuales .....	74
6.3.	Determinación del Precio De Venta .....	75
6.4.	Break Even Físico y Monetario .....	75
6.4.1.	Break even físico.....	75
6.4.2.	Break even monetario .....	75
6.5.	Ingeniería Financiera.....	75
6.5.1.	Requerimiento de Activos Fijos e Intangibles .....	75
6.5.1.1.	Requerimiento de Activos fijos .....	76
6.5.1.3.	Requerimiento de Activos corrientes.....	77
6.5.2.	Estructura de Inversiones .....	77
6.5.3.	Fuentes de Financiamiento.....	77
6.5.4.	Balance de Apertura.....	78
6.5.5.	Estructura de Inversión y Financiamiento (Cuadro en unidades monetarias y porcentajes) .....	79
6.6.	Flujos de Caja para una Vida Útil de Siete Años .....	79
6.7.	Indicadores de Evaluación del Negocio para Siete Años .....	80
6.8.	Análisis de Sensibilidad del Negocio .....	81
6.8.1.	Rentabilidad .....	81
6.9.	Plan de Implementación del Negocio.....	81
VII	PLAN DE CONTINGENCIA.....	83
7.1.	Objetivos del plan de contingencia.....	83
7.2.	Alcance.....	83
7.3.	Niveles de Emergencia.....	83
7.4.	Estructura Organizativa del Plan.....	84
7.4.1.	Comité coordinador del plan de contingencias .....	84
7.5.	Entidades de apoyo ante una contingencia .....	84
7.5.1.	Cuerpo de bomberos .....	84
7.5.2.	Salud .....	85
7.5.3.	Policia .....	85

7.6.	Recursos para la atención de emergencias .....	86
7.6.1.	Recursos humanos.....	86
7.6.2.	Recursos físicos y logísticos .....	86
7.7.	Procedimiento en caso de una emergencia.....	87
7.8.	Planes de respuesta a contingencias .....	87
7.8.1.	Procedimientos generales.....	87
7.8.1.1.	Evacuaciones medicas .....	87
7.8.2.	Contingencia: accidentes de trabajo.....	88
7.8.3.	Contingencia: incendio .....	88
7.8.4.	Contingencia: Tormentas y Granizada.....	89
7.9.	Evaluación y emisión de informes .....	89
7.9.1.	Evaluación de la emergencia.....	89
7.9.2.	Evaluación del plan de contingencia.....	89
	Referencia Weblografica .....	93
	ANEXO 1: Encuesta en Línea.....	97
	ANEXO 2: FONDO CAPITAL SEMILLA.....	100
	ANEXO 3: NORMAS ESPECIFICAS PARA LA CERTIFICACION DE SEMILLAS.....	103
	ANEXO 4: DIRECTORIO DE OFERTANTES DE SEMILLAS EN EL DEPARTAMENTO.....	105
	ANEXO 5: FOTOS DE LOS CULTIVOS EXISTENTES EN LA PROPIEDAD "MONTE VIDEO" .....	109

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB Nacional .....	26
Tabla 2 PIB Departamental .....	27
Tabla 3 Tarija: Producción Por Año Agrícola Según Cultivo 2014-2019 .....	28
Tabla 4 IPC General Bolivia 2020 .....	30
Tabla 5 Indicadores Demográficos .....	32
Tabla 6 Comercialización De Semilla .....	43
Tabla 7 Preferencia del Producto .....	44
Tabla 8 Porcentaje obtenido para la comercialización para el consumo .....	44
Tabla 9 Conocimiento sobre los beneficios de Semilla Certificada .....	45
Tabla 10 Lugar de compra .....	46
Tabla 11 Conocimientos sobre el precio .....	47
Tabla 12 Demanda Efectiva .....	47
Tabla 13 Presupuesto Por Promoción En Medio De Comunicación .....	52
Tabla 14 Presupuesto De Promoción Por Folletos .....	53
Tabla 15 Presupuesto De Investigación De Mercado .....	53
Tabla 16 Micro localización del proyecto .....	69
Tabla 17 Costos de Producción .....	70
Tabla 18 Presupuesto de Mano de obra .....	72
Tabla 19 Proyección de Costos Anuales .....	74
Tabla 20 Requerimiento de Activos fijos .....	76
Tabla 21 Requerimiento de Activos Diferidos .....	76
Tabla 22 Requerimiento de Activos corrientes .....	77
Tabla 23 Estructura de Inversiones .....	77
Tabla 24 Fuentes de Financiamiento .....	77
Tabla 25 Balance de Apertura .....	78
Tabla 26 Estructura de Inversión y Financiamiento .....	79
Tabla 27 Flujo de Caja .....	79
Tabla 28 Indicadores de Evaluación de Negocio .....	80
Tabla 29 Plan de Implementación del Negocio .....	81

Tabla 30 Cuerpo de Bomberos.....	85
Tabla 31 Salud.....	85
Tabla 32 Policia.....	85
Tabla 33 Contingencia Accidentes de Trabajo .....	88
Tabla 34 Contingencia: Incendio .....	88

## INDICE DE GRAFICAS

Grafica 1 Comercialización de semilla de maiz.....	43
Grafica 2 Preferencia del producto.....	44
Grafica 3 Porcentaje Obtenido para la Comercialización Para el Consumo.....	45
Grafica 4 Conocimiento sobre los beneficios de Semilla Certificada.....	46
Grafica 5 Lugar de compra.....	46
Grafica 6 Conocimiento sobre el precio.....	47
Grafica 7 Demanda Efectiva .....	48

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tipo de Semilla: Plana .....	55
Ilustración 2 Tipo de Semilla: Bola.....	56
Ilustración 3 Tamaño de la Mazorca .....	56
Ilustración 4 Flujograma .....	66
Ilustración 5 Organigrama para la atención de emergencia.....	87