

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