

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II – G3
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**EMPRENDIMIENTO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE HIGO EN LA CIUDAD DE
TARIJA**

Por:

CARDOZO MAMANI LEYLA LAURA
VARGAS VELA RAÚL

DOCENTE GUÍA:

MSc. Lic. IMER ADIN COLQUE

**Trabajo de profesionalización, presentada a consideración de la
"UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO", como requisito
para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas**

TARIJA – BOLIVIA

2021

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres, por su esfuerzo y apoyo, que me sirvió de base para poder superarme profesionalmente.

A mi tutor de tesis, por su acertada guía durante la elaboración de este proyecto.

A la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho por la formación brindada que me servirá para seguir alcanzando metas a nivel profesional.

DEDICATORIA

A mis padres con mucho amor y
cariño le dedicó todo mi esfuerzo y
trabajo puesto para la realización de
esta tesis

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	Antecedentes.....	2
1.2	Planteamiento del problema.....	4
1.2.1	Identificación de necesidades.....	5
1.2.2	Descripción general del negocio.....	5
1.2.3	Oportunidades del mercado.....	6
1.3	Formulación del problema.....	6
1.4	Objetivos de la investigación.....	7
1.4.1	Objetivo general.....	7
1.4.2	Objetivos específicos.....	7
1.5	Delimitación de la investigación.....	8
1.5.1	Alcance temporal.....	8
1.5.2	Alcance espacial.....	8
1.6	Justificación de la investigación.....	8
1.6.1	Justificación Teórica.....	8
1.6.2	Justificación práctica.....	9
1.6.3	Justificación social.....	9
1.7	Marco metodológico.....	10
1.7.1	Enfoque de la investigación.....	10

1.7.1.1	Investigación cuantitativa.....	10
1.7.1.2	Investigación cualitativa.....	10
1.7.2	Diseño de la investigación.....	10
1.7.3	Investigación exploratoria.....	10
1.7.4	Investigación descriptiva.....	11
1.7.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
1.8	Fuentes de información.....	11
1.8.1	Fuentes primarias.....	11
1.8.2	Fuentes secundarias.....	12
2	ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	13
2.1	Análisis PESTA.....	13
2.1.1	Entorno Político:	13
2.1.2	Entorno Económico:	14
2.1.3	Entorno Social:	16
2.1.4	Entorno Tecnológico:.....	16
2.1.5	Entorno Ambiental:	17
2.1.6	Conclusiones del análisis PESTA.....	18
2.2	5 FUERZAS DE PORTER.....	18
2.2.1	Amenaza de nuevos competidores.....	19
2.2.2	Capacidad negociadora de los proveedores.....	19

2.2.3	Capacidad negociadora de los clientes.....	20
2.2.4	Amenaza de productos sustitutos.....	20
2.2.5	Rivalidad entre empresas.....	20
3	PLAN DE MARKETING.....	22
3.1	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	22
3.1.1	Problema Gerencial.....	22
3.1.2	Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados.....	22
3.1.3	Planteamiento de la hipótesis.....	22
3.1.4	Variables.....	22
3.1.5	Operacionalización de variables.....	23
3.1.6	Objetivos de la Investigación de Mercados.....	26
3.1.6.1	Objetivo General.....	26
3.1.6.2	Objetivos Específicos.....	26
3.1.7	Determinación del tamaño de la muestra.....	26
3.1.8	Presentación y Análisis de la investigación de mercado.....	27
3.1.9	Conclusiones de la investigación de mercados.....	34
3.2	FUNCIÓN DEL MARKETING.....	35
3.2.8	Objetivos de marketing.....	35
3.2.9	Segmentos de Mercado.....	36
3.2.10	Marketing Mix para cada segmento.....	37

3.2.10.1	Producto.....	37
3.2.10.2	Precio.....	40
3.2.10.3	Plaza.....	41
3.2.10.4	Promoción.....	42
3.2.10.5	Imagen de la empresa mediante el diseño de la Marca, Logotipo y Slogan.....	43
4	PLAN DE PRODUCCIÓN.....	45
4.1	OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.	45
4.1.1	Objetivo General.....	45
4.1.2	Objetivos Específicos.....	45
4.2	INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	45
4.3	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	46
4.3.1	Tipo de Proceso.....	46
4.3.2	Flujograma del Proceso.....	47
4.4	CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA.....	48
4.4.1	Requerimiento de Equipos y Maquinarias.....	48
4.5	ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES.....	51
4.5.1	Necesidad de materia prima.....	51
4.6	CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	53
4.7	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	57

4.7.1	Macro localización.....	57
4.8	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS.....	58
4.9	HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	59
4.10	CONTROL DE CALIDAD.....	61
5	PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS.....	63
5.1	OBJETIVOS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS.....	63
5.1.1	Objetivo General.....	63
5.1.2	Objetivos Específicos.....	63
5.2	DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	63
5.2.1	Estructura Organizacional.....	63
5.2.2	Manual de Funciones.	65
5.2.3	Proceso de Integración del Personal.....	71
5.3	ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	71
5.3.1	Escala Salarial.....	71
5.3.2	Presupuesto de Mano de Obra.....	72
5.4	MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	73
6	PLAN FINANCIERO.....	79
6.1	OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	79
6.1.1	Objetivo General.....	79
6.1.2	Objetivos Específicos.....	79

6.2	ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO.....	79
6.2.1	Proyección de costos anuales.....	80
6.3	DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	81
6.3.1	Precio con factura.....	82
6.4	INGENIERÍA FINANCIERA.....	84
6.4.1	Estructura del Capital de Trabajo.....	84
6.4.2	Requerimiento de Activos Fijos e Intangibles.....	84
6.4.3	Estructura de Inversiones.....	86
6.4.4	Fuentes de Financiamiento.....	86
6.4.5	Balance de Apertura.....	88
6.4.6	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	89
6.5	FLUJOS DE CAJA PARA UNA VIDA ÚTIL DE CINCO AÑOS	89
6.6	INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO PARA CINCO AÑOS.....	91
7.	CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS	92
8.	RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.	93
	Bibliografía.....	95
	ANEXOS.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis del microentorno.....	21
Tabla 2 Operacionalización de la variable independiente.....	24
Tabla 3 Operacionalización de la variable dependiente.....	25
Tabla 4 Segmento de mercado.....	36
Tabla 5 Bolsas de fondo plano con zipper.....	39
Tabla 6 Presupuesto del marketing mix.....	44
Tabla 7 Maquinaria y equipo.....	48
Tabla 8 Requerimiento de materia prima.....	52
Tabla 9 Envase.....	52
Tabla 10 Presupuesto Maquinaria y equipo.....	53
Tabla 11 Capacidad Productiva.....	54
Tabla 12 Capacidad efectiva de la producción.....	54
Tabla 13 Capacidad real de la producción.....	55
Tabla 14 Costos Fijos.....	56
Tabla 15 Costos Variables.....	57
Tabla 16 Descripción de Puestos.....	65
Tabla 17 Planilla de Sueldos y Salarios.....	72
Tabla 18 Aporte patronal.....	72
Tabla 19 Proyección de costos anuales.....	81

Tabla 20 Determinación del precio de venta	81
Tabla 21 Costo Variable Unitario y % de participación.....	82
Tabla 22 Margen de Contribución.....	83
Tabla 23 Comprobación del punto de equilibrio.....	83
Tabla 24 Capital de trabajo.....	84
Tabla 25 Activos fijos e intangibles.....	84
Tabla 26 Activos Diferidos.....	85
Tabla 27 Activos Corrientes.....	85
Tabla 28 Fuentes de Financiamiento.....	86
Tabla 29 Financiamiento Externo.....	87
Tabla 30 Balance de Apertura.....	88
Tabla 31 Estructura de Inversión y Financiamiento.....	89
Tabla 32 Flujo de Caja Económico.....	90
Tabla 33 INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO.....	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 PIB Público privado por el método del gasto 2000 – 2019.....	15
Figura 2 1.- ¿Usted consume algún tipo de infusiones? Si la respuesta es NO termina la encuesta.....	27
Figura 3 2.- Género.....	28
Figura 4 3.- Edad.....	28
Figura 5 4.- Usted tiene la necesidad de consumir productos orgánicos y saludables ¿Por qué?	29
Figura 6 5.- ¿Usted cree que el consumo de infusiones mejora su salud?.....	29
Figura 7 6.- ¿Con qué frecuencia consume infusiones?.....	30
Figura 8 7.- Considera que las marcas tradicionales de infusiones presentes en el mercado satisfacen sus gustos y necesidades.....	30
Figura 9 8.- ¿Usted es consciente que los alimentos que consume inciden en su salud física?	31
Figura 10 9.- ¿Qué tipo de café prefiere?	31
Figura 11 10.- ¿Dónde lo compra?	32
Figura 12 11.- ¿Qué atributos considera beneficiosos del café de higo?	32
Figura 13 12.- ¿Usted estaría dispuesto a consumir café de higo?.....	33
Figura 14 13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 50 g de café de higo?.....	33
Figura 15 14.- ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre este producto?	34

Figura 16 Envase.....	39
Figura 17 Logotipo.....	43
Figura 18 Slogan.....	43
Figura 19 Proceso productivo.....	46
Figura 20 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO DE CAFÉ DE HIGO.....	47
Figura 21 Macro localización de la empresa	58
Figura 22 Layout De La Empresa.....	59
Figura 23 Estructura organizacional.....	64
Figura 24 Marco legal de la institución.....	74