

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, existe una tendencia hacia el consumo de alimentos y mates saludables, lo cual representa una oportunidad de negocio para nuevos emprendimientos. La propuesta del presente trabajo de Plan de Negocios tiene como finalidad crear una empresa productora y comercializadora de mate a base de manzanilla en la ciudad de Tarija.

El análisis del entorno mediato determina que existen políticas favorables para la producción no tradicional por parte del gobierno central y del gobierno departamental. Este Plan de Negocio, también se ve favorecido por una economía nacional estable, como lo demuestran los indicadores económicos del Producto Interno Bruto en Bolivia, la canasta familiar, aumento del poder adquisitivo y otros. El análisis del entorno inmediato del Plan de Negocios, resalta las ventajas para su ejecución; la provisión de materia prima que se obtiene dentro de la región adyacente a la ciudad de Tarija, a escasos kilómetros de la localización de la planta, y los recursos humanos con los que se cuenta para el proceso de producción, hacen atractivo a este proyecto; por otra parte, las barreras de entrada al mercado de la industria de mates en saquitos, no representan una amenaza, por no existir empresas competidoras que produzcan dentro del departamento de Tarija, lo que aventaja a la empresa en costos de transporte.

Durante la investigación de mercados se pudo identificar que el producto de mate de manzanilla, es aceptado por el consumidor potencial, lo que fija una demanda en crecimiento, es decir, crece cuanto más se conocen los beneficios y propiedades de la manzanilla como hierba medicinal, mejor aun cuando este producto natural con características curativas, se encuentra arraigado a la tradición cultural tarijeña.

El plan de negocios requiere de una inversión de Bs.126.868,24. los resultados del VAN es de Bs. 81.535,78 y del TIR es de 25% donde su periodo de recuperación es de 2 años y cuatro meses, según escenarios analizados en el plan financiero de este plan de negocios fueron positivos por lo que el proyecto es rentable y viable.

INTRODUCCION

1. INTRODUCCION

Tarija es un lugar con diferentes pisos ecológicos y climas variados aptos para todo tipo de cultivo, los cuales permiten el cultivo de hierbas medicinales, como la manzanilla, que, sin embargo, actualmente en la región tarijeña, es utilizada de forma natural, sin ninguna forma de proceso industrial, sin contar los productos que se laboran industrialmente en el interior del país y en el extranjero.

La manzanilla es una hierba aromática agradable y además conocida por sus propiedades curativas: antiinflamatorias, antialérgicas, antibacterianas, y sedantes, benéficas para la digestión, infecciones respiratorias, también previene el asma, resfrío y bronquitis.

En Tarija, el cultivo de manzanilla comenzó en el año 1987. Esto representa una oportunidad para transformar este producto e industrializarlo en la propia región tarijeña. Actualmente, cerca de un centenar de familias se dedican al cultivo de dicha hierba medicinal, localizadas por la zona de La Victoria, Erquis Norte, Municipio de San Lorenzo y en algunas comunidades de El Puente, Yunchará e incluso la provincia Cercado.

Existe una cantidad considerable de producción de manzanilla: en la zona de Erquis, 30 toneladas, Iscayachi, 15.446 toneladas y Yunchará, 5 toneladas, sumando un total de 15.481 toneladas anuales producidas en la región, mismas que no son industrializadas en el propio departamento de Tarija, sino que la materia prima se la destina a otros departamentos del interior

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La manzanilla es comercializada como materia prima hacia el interior del país, sin que empresa tarijeña alguna, lleve a cabo su procesamiento industrial; entonces, no se la aprovecha en la región para ser industrializada, es decir que no se da valor agregado a esta materia prima.

La idea de producir y comercializar mate de manzanilla en saquitos, mediante una empresa establecida en la ciudad de Tarija, surge debido a que no existe una planta procesadora que aproveche la cercanía de la materia prima y con reducción considerable de costos por transporte, en relación a otras empresas que la procesan

y comercializan al interior del país.

En Tarija existen instituciones como el Servicio departamental de agricultura (SEDAG) que apoya al cultivo y mejoramiento dotando semilla, maquinaria, lo que significa que se están perdiendo oportunidades para la ampliación de cultivos con un mercado seguro para su posterior industrialización, todo esto, se reitera, dentro de la región tarijeña.

3. OBJETIVOS

A partir de los aspectos detallados en el planteamiento del problema este plan de negocios pretende alcanzar los siguientes objetivos:

3.1. Objetivo General

Desarrollar la propuesta de un Plan de Negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de mates de manzanilla en la ciudad de Tarija.

3.2. Objetivos Específicos

1. Analizar el entorno mediato e inmediato para establecer la existencia de condiciones favorables.
2. Realizar la investigación de mercado para determinar la demanda existente y la demanda real o potencial para los mates de manzanilla.
3. Cuantificar la demanda y determinar la viabilidad de mercado.
4. Formular el Plan de Producción con el estudio técnico.
5. Ejecutar el Plan de Comercialización para los productos mediante las 4P's de las estrategias de Marketing.
6. Estructurar el Plan de Organización estableciendo los recursos humanos, y el manual de funciones para cada cargo.
7. Determinar la viabilidad económica y financiera por medio de indicadores financieros como el VAN, TIR.

4. JUSTIFICACIÓN

Justificación Teórica

La administración moderna es más que una ciencia, son un conjunto de herramientas entrelazadas entre sí que cuyo fin en la consecución de un objetivo en común, es así que la administración se fundamenta en cuatro áreas que le permita la consecución de sus objetivos estos son el marketing, los Recursos Humanos, producción y Finanzas, donde cada uno de ellos requiere de una planificación, organización, dirección y control, así también requiere de estrategias para la consecución de sus objetivos lograr posesionar a una empresa en un determinado lugar con el objeto de lograr su permanencia.

Es así que la administración moderna requiere de todas estas áreas para su funcionamiento y la consecución de sus objetivos.

Justificación Práctica

Actualmente la producción de manzanilla en la zona alta del departamento de Tarija es la fuente de ingresos de muchas familias y su comercialización hasta la fecha sigue siendo artesanal, entre las comunidades de Yunchará, Erquis, Iscayachi, entre otras se suma una producción anual de 15.481 Toneladas.

La implementación de una empresa de producción incentivaría la economía generando un efecto multiplicador a toda la cadena productiva y de esta manera promover el desarrollo en el departamento de Tarija.

La generación de empleo que es el principal indicador de la economía, la misma sería dinamizada con nuevos empleos directos e indirectos, el mismo donde se beneficiara a unidades familiares.

Justificación social

El presente trabajo de Plan de Negocios, permitirá potencializar la economía departamental y regional tanto de la provincia Méndez como productor y de Cercado como consumidor e industrializador.

Determinar la viabilidad económica y financiera de industrializar la manzanilla sería una actividad de emprendimiento productivo muy importante, y sería una opción importante que la economía departamental no dependa tanto de la producción de los hidrocarburos.

Con el presente proyecto se pretende diseñar estrategias de promoción, producción, distribución, para que el producto cuente con un estándar de calidad que la población tarijeña requiere.

La idea de industrializar los mates de manzanilla, se justifica porque actualmente en Tarija no existe una planta procesadora de mates en saquitos, por consiguiente, existe una demanda potencial en la población tarijeña por adquirir un producto procesado a base de hierba medicinal elaborado en el propio departamento.

5. NECESIDADES A SER SATISFECHAS

De acuerdo a la justificación anteriormente mencionada, se considera que con la elaboración de mates de manzanilla, se logra satisfacer las siguientes necesidades:

- Brindar una opción más a los productores de la manzanilla para comercializar su materia prima y ampliar sus cultivos.
- Presentar una nueva infusión de manzanilla en saquitos producidos dentro del departamento de Tarija.
- Ofrecer una opción más como producto sustituto de los medicamentos químicos, en lo referido a la prevención de resfríos, la curación para problemas digestivos y la solución al problema de insomnio. Todo esto representa una alternativa para evitar la intoxicación por la ingesta de medicamentos.

6. MARCO METODOLÓGICO

6.1. Investigación exploratoria

En el presente trabajo de plan de negocio se aplica la investigación exploratoria con el fin de recabar información cualitativa para lograr una aproximación al problema que se pretende estudiar.

En el diseño de la investigación exploratoria se recolecta información secundaria de la producción de la manzanilla, interactuando con las personas que están en este rubro, como comunarios de la zona de la producción de manzanilla, también la indagación en páginas web, periódicos y el análisis de datos estadísticos de instituciones como SEDAG, para tener una aproximación a la problemática planteada.

6.2. Investigación descriptiva

Se aplica la investigación descriptiva, porque proporciona información de tipo cuantitativa, para conocer situaciones y actitudes sobresalientes a través de fuentes de información primaria, que resultan de entrevistas personales, interactuando con productores de la zona de cultivo de manzanilla; encuestas a la población en la ciudad de Tarija, para conocer el hábito de consumo de mates de manzanilla, así como para determinar la demanda.

También a través de fuentes de información secundarias: periódicos, libros académicos, páginas web, datos estadísticos, para conocer el crecimiento productivo del cultivo de la manzanilla en el departamento.

7. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Los alcances para esta idea de negocio se presentan de la siguiente manera

7.1. Alcance Teórico

El presente trabajo comprende las cuatro áreas de la administración que son Recursos Humanos, Marketing, Producción y Finanzas, de esta manera se considera que dicha temática corresponde al departamento de Administración Aplicada de la carrera de Administración de Empresas.

7.2. Alcance Temporal

Para la recopilación de la información de fuentes secundarias se tomará en cuenta datos desde la gestión 2013 hasta 2018.

Así mismo, para el estudio específico de la proyección de la empresa como unidad económica se tomará en cuenta un horizonte de 4 años desde año 2019 al año 2023, porque es el alcance de las proyecciones que tendrá el trabajo.

7.3. Alcance Espacial.

La modalidad de plan de negocios se desarrollará en la provincia Cercado y la Provincia Méndez de la zona alta como principal proveedor de materia prima, ubicada en el Departamento de Tarija. Así mismo, será necesario llevar a cabo la investigación en la ciudad de Tarija, provincia Cercado.

7.4. Alcance Geográfica

El proyecto tiene un área de influencia en toda la provincia Cercado y Méndez principalmente de la zona alta, del Departamento de Tarija.