

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente en tarja existe una gran variedad de empresas regionales, nacionales e internacionales que ofrecen quesos de leche de cabra de diferentes variedades, pero ninguna de estas empresas da a conocer las propiedades nutricionales de este producto. Las personas hoy en día se ven afectadas particularmente por problemas de salud originadas por una mala alimentación, por tanto, los hábitos de consumo están cambiando con respecto a los productos naturales y saludables, las mismas que poseen un alto contenido nutricional.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente se ve la oportunidad de realizar un plan de negocio para la elaboración y comercialización de queso elaborado de leche de cabra, para las personas de la ciudad de Tarija, así poder ofrecer un producto beneficioso para la salud ya que el mismo brindara grandes valores nutricionales.

Por consiguiente, las necesidades que se pretende satisfacer con el queso de leche de cabra son de alimentación ya que es un producto nutritivo y saludable. Las oportunidades que se pudo detectar en el mercado tarijeño son el constante crecimiento de la población en la ciudad de Tarija y por la migración de personas provenientes de otros departamentos.

El presente trabajo se realizó con el propósito de diseñar un plan de negocio para la elaboración y comercialización de queso de leche de cabra en la ciudad de Tarija, cuya empresa llevara por nombre “LAMIR S.R.L.”.

La zona elegida para este proyecto es el Municipio de Padcaya provincia Arce, debido a la cercanía de la adquisición de la materia prima para la producción.

El Plan de Negocio está compuesto por diferentes áreas, Marketing Operaciones, Recursos Humanos Y Finanzas.

PERFIL DEL PROYECTO

1. Antecedentes

Según datos que maneja el Gobierno de Bolivia el consumo promedio per cápita de leche, actualmente, supera los 60 litros, cuando el 2006 el consumo no pasaba de los 27 litros por persona. Si bien estas cifras pueden ser alentadoras, no debemos perder de vista que en varios países de la región el consumo anual por persona es superior en más del 100 por ciento. Uruguay es donde más leche se consume (240 litros promedio persona/año), Argentina 210, Brasil 160, Colombia 141, Chile 140, Paraguay 130, Ecuador 110, Perú 81 y Bolivia 60.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda que para una adecuada nutrición los seres humanos tendríamos que ingerir, al menos, 182 litros de leche al año, mientras la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) habla de entre 160 y 170 litros/año como mínimo requerido.

Asimismo, los lácteos aportan al desarrollo cognitivo y el sistema inmune de los niños. Son, además, un alimento que ayuda a prevenir la osteoporosis, la hipertensión y la obesidad.

La leche es un alimento altamente nutritivo que aporta energía, carbohidratos, grasas, proteínas y minerales. También contribuye a aumentar y mantener la masa muscular además de controlar la grasa corporal del cuerpo.

Por tanto, los campesinos de Tarija desde hace muchos años atrás, tienen como costumbre la crianza de cabras, pero no aprovechan en su totalidad los beneficios que brinda la leche de cabra.

2. Justificación

El plan de negocio se lleva a cabo por que se ve en la necesidad, de concientizar a las familias de nuestra ciudad al consumo de un producto derivado de la leche que es el queso de cabra ya que este producto contiene un gran valor nutricional debido a que proporciona a nuestro cuerpo una magnifica fuente de proteínas, grasas, minerales y vitamina A, calcio, fosforo, etc. que necesitamos diariamente para mantenernos sanos.

A lo largo del proyecto se espera que este plan beneficie a los propietarios, a las personas que integran la empresa y consumidores. El beneficio en cuanto al consumidor será el fortalecer su alimentación con un producto más nutritivo elaborado con leche de cabra,

en cuanto a los propietarios será la obtención de utilidades y para los que integran la empresa serán las fuentes de empleo.

3. Planteamiento del Problema

3.1. Identificación del problema

En el municipio de Padcaya existen familias que se dedican a la ganadería caprina, las cuales tienen la materia prima que es la leche, pero no es comercializada ya que no existe una empresa que procese y la comercialice, estas familias utilizan la leche para uso personal y no aprovechan la materia prima para hacer diferentes productos derivados de dicha leche.

Si bien es cierto existen organizaciones de mujeres que producen queso de cabra artesanal, pero elaboran una mínima cantidad, solo venden a algunas personas que les hacen pedidos del producto ya que no cuenta con personal capacitado las cuales les puedan ayudar en la producción y comercialización como así también en la promoción de queso de cabra, debido a la escasez del material necesario para producir cantidades mayores las cuales puedan llegar a cubrir la demanda.

3.2. Definición del problema

El bajo consumo de productos lácteos y el desconocimiento de las propiedades de la leche de cabra lleva a que las familias, tengan un bajo consumo de productos elaborados por la leche de cabra. Esto hace que este sector no considere las herramientas básicas para emprender un negocio, y no se realicen estudios para una planificación de marketing, producción, organización y estudios financieros.

3.3. Formulación del problema

¿Cuáles son los aspectos por los que se quiere llevar a cabo el plan de Negocio para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Queso de leche de cabra en el municipio de Padcaya de la provincia Arce para la ciudad de Tarija?

4. Necesidades específicas que se espera sean satisfechas con la idea del negocio

Se ha podido identificar las siguientes necesidades que es posible satisfacer o cubrir con la idea de producir y comercializar queso de leche de cabra.

- ❖ Mejorar la alimentación diaria de cada una de las personas activamente económicas, que adquieran el producto, ya que con el pasar de los años y del desgaste físico y mental necesitan una mejor alimentación con productos que contengan mayor cantidad de vitaminas, proteínas y minerales.
- ❖ Generación de fuentes de empleo: La instalación de la empresa espera que se genere fuentes de empleo directo e indirecto.
- ❖ Generación de movimiento económico en la región, a través de la implementación de la empresa.

4.1. Descripción de la idea

4.1.1. Definición del negocio:

Empresa dedicada a la producción y comercialización de queso de leche de cabra, en el Municipio de Padcaya para las personas de la ciudad de Tarija Cercado con la posibilidad de ir ampliando progresivamente la gama de productos agroalimentarios disponibles, siguiendo siempre la más estricta línea de calidad del producto.

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Identificar y demostrar la viabilidad económica-financiera, técnica y de mercado, mediante la Elaboración de un Plan de Negocios para la implementación de una pequeña empresa productora y comercializadora de queso de leche de cabra en el Municipio de Padcaya (Capital de la Provincia Arce).

5.2. Objetivo específico

- Analizar el macro y micro entorno de los consumidores para ofrecer un mejor producto que el de la competencia.
- Identificar y calcular el costo de instalación, tecnología, personal y materia prima para la puesta en marcha del negocio.
- Identificar el personal idóneo y adecuado para la producción y comercialización del producto.
- Identificar los atributos y preferencias que el mercado requiere respecto al queso de leche de cabra a través de la investigación de mercados.

- Determinar un estado de resultados proyectando las ganancias o pérdidas que el negocio generará para determinar la posibilidad del proyecto.
- Determinar mediante el análisis de sensibilidad los resultados de la evaluación del negocio utilizando el criterio de periodo de recuperación, del VAN y la TIR.

6. Diseño Metodológico de Investigación

Para determinar el escenario de las oportunidades y riesgos se utilizará el método analítico, con el cual podemos realizar una observación minuciosa del comportamiento de todos aquellos elementos que afectan el entorno del negocio a emprender. Las etapas que seguiremos en este método son: la observación y descripción.

Para realizar el estudio de mercado se utilizará el método inductivo que partirá de una muestra seleccionada, obtendremos información de los intereses que tiene el mercado meta. Al conocer estos intereses, estableceremos el plan de marketing haciendo uso de esta manera del método deductivo para definir las estrategias.

Para realizar el plan de operaciones y de organización se hará uso del método deductivo ya que una vez identificada la demanda se procederá a detallar los insumos necesarios y el capital de trabajo requerido.

Para llevar a cabo el plan financiero se utilizará el método analítico-sintético ya que una vez realizado el análisis de los principales indicadores económicos, posteriormente se verá la viabilidad económica y financiera del negocio.

La recolección de la información primaria resultará de las entrevistas personales, el llenado de encuestas estructuradas dirigidas a las personas activamente económicas para conocer la demanda de las personas que consumen queso, con el fin de realizar proyecciones de demanda del producto que se pretende implementar a este emprendimiento. La técnica para llevar a cabo la selección de la muestra será a través de la técnica de muestreo aleatorio simple.

La información secundaria que apoyará el proceso de investigación será obtenida de revistas, libros académicos textos, sitios web relacionados con empresas del mismo rubro, estadísticas elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística INE datos históricos y estadísticos.

7. Alcance

Para desarrollar este trabajo es necesario establecer los límites temporales y espaciales del problema.

7.1. Alcance geográfico

El presente Plan de Negocio se lo llevara a cabo en el Municipio de Padcaya de la Provincia Arce de La Ciudad de Tarija

7.2. Alcance teórico

Se aplicará el área de marketing, recursos humanos, producción y finanzas, pertenecientes al área de administración y finanzas.

7.3. Alcance temporal

La información que se utilizará para el presente plan de negocio será desde el 2014 hasta la fecha.

El plan de negocio tendrá un alcance del 2020 hasta el 2024, con el propósito de alcanzar el retorno de la inversión.