

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE SUCEDÁNEO DE
CAFÉ A PARTIR DEL GARBANZO”**

ELABORADO POR:

FLORES RUIZ JUAN JOEL

DOCENTE GUIA:

BALDIVIEZO MOGRO ROXANA PILAR

Modalidad de graduación (proyecto de grado) presentada a consideración de la
“UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para
optar el grado académico de Licenciatura en administración de empresas

DICIEMBRE 2022

TARIJA-BOLIVIA

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedico, a mis abuelitos, Padres, hermanos y familiares quienes jamás dudaron de lo que podría lograr, a mis compañeros quienes igualmente semestre a semestre se esforzaron y lucharon por sacar esta meta adelante.

INDICE

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA	17
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	17
2.1. OBJETIVO GENERAL	17
2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	18
3. NECESIDADES PERCIBIDAS A SER SASTIFECHAS	18
4. JUSTIFICACION	19
4.1. JUSTIFICACION TEORICA	19
4.2. JUSTIFICACION PRÁCTICA	19
4.3. JUSTIFICACION SOCIAL	20
4.4. JUSTIFICACION ECONOMICA	20
5. MARCO METODOLOGICO	21
5.1. TÉCNICAS Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	21
5.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	21
5.1.3. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	21
5.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	22
5.2.3. MÉTODO CUANTITATIVO	22
5.3. FUENTES DE INFORMACIÓN	22
5.3.3. FUENTES SECUNDARIAS	22
5.4. POBLACIÓN Y MUESTREO	23
5.4.2. MUESTRA	23
6.1. DELIMITACIÓN TEÓRICA	23
6.1.1. DELIMITACIÓN TEMPORAL	23
6.1.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL	23
2. ANALISIS DEL MACRO ENTRONO DEL NEGOCIO	25
2.1. FACTOR LEGAL DEL SISTEMA POLÍTICO	25
2.1.2. FACTOR DEMOGRÁFICO SOCIAL	27
2.1.3. FACTOR TECNOLÓGICO	29
2.1.4. FACTOR ECOLÓGICO Y MEDIO AMBIENTAL	30

2.2.	ANALISSI DEL MICROENTORNO	31
2.2.1.	LOS CLIENTES	31
2.2.3.	NUEVOS ENTRANTES	33
2.2.5.	SUSTITUTOS	35
2.3.	NATURALEZA DEL NEGOCIO	35
2.3.1.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DEL NEGOCIO	35
2.3.2.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	36
2.3.3.	BENEFICIOS PARA LA SALUD POR CONSUMIR CAFÉ DE GARBANZO	36
2.3.4.	JUSTIFICACION DE LA EMPRESA	38
2.3.4.1.	TIPO DE EMPRESA	38
2.3.5.	UBICACIÓN Y TAMAÑOUBICACIÓN	39
2.3.6.	GESTIÓN EMPRESARIAL	39
2.3.6.1.	VISIÓN, MISIÓN, VALORES DE LA EMPRESA	39
2.3.6.2.	VISIÓN	39
2.3.6.3.	MISIÓN	39
2.3.6.4.	VALORES DE LA EMPRESA	40
2.3.6.5.	OBJETIVOS DE LA EMPRESA	41
3.1.	INVESTIGACION DE MERCADO	43
3.1.1.	PROYECTO DE INVESTIGACION DE MERCADOS	43
3.1.1.1.	PROBLEMA GERENCIAL	43
3.1.1.2.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	43
3.1.1.3.	PREGUNTA CIENTÍFICA DE INVESTIGACIÓN	43
3.1.1.4.	PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS	43
3.1.1.5.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOSOBJETIVO GENERAL	44
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	44
3.1.1.6.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	44
3.1.2.	DISEÑO DE INVESTIGACION	44
3.1.2.1.	RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	45
3.1.2.1.2.	FORMULACIÓN DEL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	46
3.1.2.1.2.1.	EL CUESTIONARIO	47
3.1.2.1.2.2.	LA ENTREVISTA	47
3.1.2.1.2.3.	ENTREVISTA A EXPERTOS	48

3.1.2.1.2.3.1.	CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA A EXPERTOS(PRODUCTORES)	48
3.1.2.1.2.3.2.	CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS A VENEDORES DE LOSMERCADOS LOCALES.	49
3.2.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	50
3.3.	FUNCION DE MARKETING	57
3.3.1.	OBJETIVOS DEL MARKETING	57
3.3.2.	ESTRATEGIAS DE MARKETING	57
3.3.2.1.	ESTRATEGIA DE DIFERENCIACION	58
3.3.2.2.	ESTRATEGIA DE PENETRACION DE MERCADO	58
3.3.3.	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	59
3.3.4.	MERCADO META Y/O SEGMENTACION	59
3.3.5.	MARKETING MIX	60
3.3.5.1.	PRODUCTO	60
3.3.5.2.	IMAGEN DE LA MARCA	61
3.3.5.3.	ENVASE Y EMPAQUE	61
3.3.6.	ETIQUETA DEL PRODUCTO	63
3.3.7.	SERVICIO DE VENTA	50
3.3.8.	PRECIO	50
3.3.9.	PLAZA Y CANALES DE DISTRIBUCION	51
FIGURA 19		52
3.3.10.	PROMOCIÓN	53
4.1.	OBJETIVOS DEL AREA DE PRODUCCIÓN	56
4.1.1.	CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	56
4.1.2.	PROCESO DE PRODUCCIÓN	56
4.1.2.1.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	56
4.1.2.2.	FLUJOGRAMA DEL PROCESO	59
4.2.	CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA	59
4.2.1.	EQUIPOS Y MAQUINARIAS	59
4.2.2.	DESCRIPCION DE LA MAQUINARIA Y EQUIPOS	59
4.3.	PROVEEDORES NEGOCIABLES PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA	64
4.4.	ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS	64
4.5.	CAPACIDAD PRODUCTIVA	65
4.6.	LOCALIZACION	66

4.6.1.	METODO CUALITATIVO POR PUNTOS _____	66
4.7.	DISEÑO Y DISTRIBUCION DE PLANTAFIGURA 26 _____	70
4.8.	HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL _____	70
4.9.	CONTROL DE CALIDAD CONTROL DEL PRODUCTO _____	71
5.1.	OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS _____	74
5.2.	DISEÑO ORGANIZACIONAL _____	74
5.2.1.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL _____	74
5.2.3.	PROCESO DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL _____	81
5.3.	ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS _____	84
5.3.1.	ESCALA SALARIAL _____	84
5.3.2.	PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA O PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS _____	85
5.4.	MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN _____	86
5.4.1.	OBLIGACIONES FISCALES _____	86
5.4.1.1.	ALCALDÍA MUNICIPAL _____	87
5.4.1.2.	SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES _____	88
5.4.1.3.	SEPREC _____	88
5.4.1.4.	ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES _____	90
5.4.1.5.	MINISTERIO DE TRABAJO _____	91
5.4.1.6.	CAJA NACIONAL DE SALUD _____	91
5.4.1.7.	SERVICIO NACIONAL AGROPECUARIO E INOCUIDAD ALIMENTARIA REQUISITOS DE SENASAG 91	
5.4.1.8.	PRESUPUESTO DE GASTOS DE ORGANIZACIÓN CUADRO: 16 GASTOS DE ORGANIZACIÓN __	93
6.	PLAN FINANCIERO _____	96
6.1.	OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA _____	96
6.2.	DETERMINACION DE LA INVERSION TOTAL _____	96
6.2.1.	INVERSION FIJA _____	96
6.2.3.1.	COSTO DE PRODUCCIÓN _____	101
6.2.3.1.1.	MATERIALES DIRECTOS. _____	101
6.2.3.1.2.	MATERIALES INDIRECTOS _____	103
6.2.3.1.3.	MANO DE OBRA _____	104
6.1.1.1.2.	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN _____	105
6.1.1.	DEPRECIACIONES _____	107
6.1.2.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO _____	109

6.2.	BALANCE DE APERTURA _____	111
6.4.	PUNTO DE EQUILIBRIO _____	113
6.5.	FLUJO DE CAJA _____	114
6.6.1.	VALOR ACTUAL NETO (VAN). _____	115
6.6.2.	LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR). _____	115
6.6.3.	BENEFICIO – COSTO (B/C). _____	116
6.6.4.	EL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI). _____	116

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	15
FIGURA 2	31
FIGURA 3	26
FIGURA 4	36
FIGURA 5	36
FIGURA 6	37
FIGURA 7	37
FIGURA 8	38
FIGURA 9	38
FIGURA 10	39
FIGURA 11	39
FIGURA 12	40

FIGURA 13	40
FIGURA 14	41
FIGURA 15	41
FIGURA 16	42
FIGURA 17	42
FIGURA 18	43
FIGURA 19	59
FIGURA 20	69
FIGURA 21	70
FIGURA 22	75

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1	18
CUADRO 2	19
CUADRO 3	19
CUADRO 4	22
CUADRO 5	32
CUADRO 7	33
CUADRO 9	50
CUADRO 15	64
CUADRO 16	65
CUADRO 19	84
CUADRO 20	84
CUADRO 21	86
CUADRO 22	86
CUADRO 23	94
CUADRO 24	97
CUADRO 27	99
CUADRO 29	101

CUADRO 34	105
------------------------	------------

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS GARBANZO, AÑO AGRÍCOLA 2021.....	123
ANEXO 2: INSCRIPCIÓN DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L.), SOCIEDAD COLECTIVA O SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE	123
ANEXO 3: FACTOR AMBIENTAL	124
ANEXO 4: MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	125
ANEXO 5: TASA DE INTERÉS	130
ANEXO 6: PRUEBA PILOTO	136