

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN G-2



PROYECTO DE GRADO
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE HABA SECA PARA
LA CIUDAD DE TARIJA CERCADO
ELABORADO POR: DEL CARPIO MARTÍNEZ MARÍA FÉLIX
PERALES COPA CLAUDIA PRISILA
DOCENTE GUÍA: LICENCIADA BALDIVIEZO MOGRO ROXANA PILAR

Proyecto de investigación a consideración de la UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO como requisito para optar el
grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas,

TARIJA -BOLIVIA
28 DE SEPTIEMBRE 2023

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedicamos a nuestros padres pilares fundamentales en nuestras vidas hermanos y familiares por confiar en nosotras y ayudarnos en este largo camino de carrera alentándonos a seguir adelante.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
PERFIL	1
INTRODUCCIÓN	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.2. Análisis e identificación del mercado potencial	4
1.1.3. Descripción de la idea del negocio	5
1.1.4 Oportunidades de negocio	6
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1. Objetivo General	6
2.2. Objetivos Específicos	7
4. JUSTIFICACIÓN	8
4.1. Justificación Práctica	8
4.2. Justificación Social	9
4.3. Justificación Ambiental	9
5. MARCO METODOLÓGICO	10
5.1. Nivel de Investigación	10
5.2. Diseño de la Investigación	10
CAPÍTULO II	12
ANÁLISIS DEL CONTEXTO	12
1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DEL NEGOCIO	13
1.1.1. Factor Político	13

1.1.2. Factor Económico	14
1.1.3. Factor Sociocultural.....	15
1.1.4. Factor Tecnológico	17
1.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL NEGOCIO.....	19
1.2.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores: Baja	20
1.2.2. Rivalidad entre competidores existentes: Media.....	21
1.2.3. Amenazas de productos sustitutos: Media.....	25
1.2.4. Poder de negociación del proveedor: Alto	25
1.2.5. Poder de negociación del cliente: Alta.....	28
1.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL CONTEXTO	28
CAPÍTULO III.....	30
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	30
2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	31
2.1.1. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados	31
2.1.2. Definición y Formulación del Problema de Investigación de Mercados	31
2.1.3. Problema de Decisión Gerencial o Administrativa	32
2.1.4. Formulación del Problema de Investigación de Mercados	32
2.1.5. Componentes Específicos del Problema de Investigación de Mercados	32
2.1.6. Preguntas de Investigación de Mercados.....	33
2.1.7. Formulación de la Hipótesis de Investigación	33
2.1.8. Objetivos de la Investigación de Mercados.....	33
2.1.9. Metodología de la Investigación de Mercados.....	34
2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	35
2.2.1. Recopilación de la Información	35

2.2.2. Determinación de la Población y el Tamaño de la Muestra.....	35
2.2.3. Presentación y Análisis de Resultados	37
2.2.4. Conclusiones de Investigación de Mercados.....	55
CAPÍTULO IV	57
PLAN DE MARKETING.....	57
2.3. PLAN DE MARKETING	58
2.3.1. Objetivo General	58
2.3.2 Objetivos Específicos	58
2.3.3. Mercado Objetivo.....	58
2.3.4. Segmentación de Mercado.....	58
2.3.5. Arquetipo de Cliente	59
2.3.6. Marketing Mix Estratégico	60
2.3.6.1. Estrategia del Producto	60
2.3.6.1.1. Imagen Corporativa.....	61
2.3.6.2. Estrategia de la Plaza o Canales de Distribución.....	64
2.3.6.3. Estrategia del Precio	65
2.3.6.4. Estrategia de la Promoción o Comercialización.....	66
2.3.7. Costos de Marketing	68
CAPÍTULO V.....	70
PLAN DE OPERACIONES	70
3.1. Objetivo General	71
3.1.2. Objetivos Específicos	71
3.2 INGENIERÍA DEL PRODUCTO	72
3.2.1.1 Ingredientes	74

3.2.1.2 El Envase.....	74
3.2.1.3 Vida Útil del Producto	74
3.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	75
3.3.1. Estrategia del Tipo de Proceso.....	75
3.3.2. Diagrama del Proceso	77
3.4. EQUIPOS Y MATERIALES	78
3.5. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	94
3.6. CAPACIDAD PRODUCTIVA	97
3.7. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.....	100
3.8. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	102
3.9. CONTROL DE CALIDAD.....	103
3.10. PLAN DE OPERACIONES.....	103
CAPÍTULO V.....	105
PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	105
4.1. Objetivo General	106
4.1.2. Objetivos Específicos	106
4.2. MARCO DE FUNCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	106
4.2.1. Misión	107
4.2.2. Visión.....	107
4.2.3. Valores.....	107
4.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	108
4.2.1. Organigrama Funcional	109
4.3. Manual de Funciones	109
4.3.3.1 Escala Salarial	117

4.4. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	117
4.4.1. Razón social	118
4.4.3. Obligaciones Fiscales y Sanitarias	118
4.4.4. Costos Organizacionales.....	121
CAPÍTULO VI	122
PLAN FINANCIERO	122
5. Objetivo General	123
5.1. Objetivos Específicos	123
5.2.3. Requerimientos de Activos Diferidos	125
5.2.4. Requerimientos de Activos Circulantes	126
5.2.5. Depreciación de Activos Fijos	126
5.3. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	127
5.3.1. Fuentes de Financiamientos	127
5.3.2. Amortización del Crédito	127
5.4. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	128
5.4.1. Costos Fijos	128
5.4.2. Costos Variables.....	133
5.4.3. Costo Total y Unitario	136
5.4.4. Costos Anuales Proyectados.....	138
5.4.5. Estructura del Capital de Trabajo	141
5.5. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA	143
5.5.1. Precio de Venta.....	143
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	143
5.6.1. Punto de Equilibrio en Unidades Físicas	144

5.6.2. Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias	145
5.7. INGRESOS PROYECTADOS.....	146
5.8. GESTIÓN IMPOSITIVA DEL NEGOCIO.....	148
5.9. ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA.....	150
5.10 Flujo de caja económico.....	151
5.11. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO	153
5.11.1. El VAN	153
5.11.2. El TIR.....	153
5.11.3. El BENEFICIO COSTO	154
5.12. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO	155
5.12.1. Cuando el Precio se Modifica.....	155
5.12.2. Cuando la Inversión Cambia	156
5.12.3. Cuando los Costos se Modifican	157
5.12.4. Conclusiones del Análisis de Sensibilidad.....	158
5.13. SÌSTESIS DEL PLAN FINANCIERO.....	159
CONCLUSIONES.....	161
RECOMENDACIONES.....	162
Bibliografía	163

ÌNDICE DE TABLAS

TABLA:1 Dirección de análisis productivo (DAPRO)	27
TABLA:2 Edad	38
TABLA:3Género	39
TABLA:4 Consumo	40
TABLA:5 Frecuencia.....	41
TABLA:6 Marca	42
TABLA:7 Compra	43
TABLA:8 Características.....	44
TABLA:9 Café tradicional.....	45
TABLA:10 Producto.....	46
TABLA:11 Café natural.....	47
TABLA:12 Proteínas del haba seca.....	48
TABLA:13 Natural y saludable	49
TABLA: 14 Características.....	50
TABLA: 15 Compra	51
TABLA: 16 Precio.....	53
TABLA: 17 Medio de comunicación	54
TABLA:18 segmentación de mercados	59
TABLA:19 Costos de Marketing	69
TABLA:20 Tabla Nutricional	73
TABLA:21 Equipos y materiales.....	78
TABLA:22 Requerimiento de la materia prima	93

TABLA:23	Envase	94
TABLA:24	Inversión de la maquinaria	94
TABLA:25	Inversión de quipos e instalaciones	95
TABLA:26	Inversión muebles y enseres de oficina	95
TABLA:27	Inversión seguridad industrial.....	96
TABLA:28	Inversión de equipo de computación.....	97
TABLA:29	Diagrama de proceso	98
TABLA:30	Capacidad de producción.....	99
TABLA:31	costo total de la maquinaria y equipo	104
TABLA:32	Manual de funciones- Gerente.....	110
TABLA:33	Manual de funciones - jefe de producción	111
TABLA: 34	Manual de funciones -jefe de comercialización.....	113
TABLA:35	Manual de funciones contador.....	115
TABLA:36	Cargas sociales	117
TABLA:37	Costos organizacionales.....	121
TABLA:38	Requerimiento de Activos Fijos.....	124
TABLA:39	Requerimiento de Activos Diferidos.....	125
TABLA:40	Requerimiento de Activos Circulantes.....	126
TABLA:41	Depreciación de activos	126
TABLA:42	Estructura de inversión y financiamiento.....	127
TABLA:43	Amortización de crédito	128
TABLA:44	Costos de administración y operaciones	129
TABLA:45	Costos de comercialización.....	129

TABLA:46	Servicios básicos	130
TABLA:47	Planilla de sueldos y salarios año de apertura.....	131
TABLA:48	Planilla de sueldos y salarios 2años de apertura	131
TABLA:49	Planilla de sueldos y salarios de 3 año de apertura.....	132
TABLA:50	proyección de planilla de sueldos y salarios	133
TABLA:51	Determinación de los costos variables de apertura.....	134
TABLA:52	Determinación de los costos Variables de 2 año de apertura.....	135
TABLA:53	Determinación de los costos variables 3 año de apertura	135
TABLA:54	Costo variable unitario año de apertura.....	137
TABLA: 55	Costo fijo año de apertura.....	137
TABLA:56	Costo unitario año de apertura.....	138
TABLA:57	Costo variable proyectados cuatrimestralmente.....	139
TABLA:58	Costos variables proyectados cuatrimestralmente.....	140
TABLA:59	Costos fijos proyectados	141
TABLA:60	Capital de trabajo cuatrimestral	142
TABLA:61	Determinación de precio de la demanda.....	143
TABLA:62	Punto de equilibrio en unidades físicas	144
TABLA:63	Punto de equilibrio en unidades monetarias	145
TABLA:64	Ventas proyectadas cuatrimestralmente.....	146
TABLA:65	Ventas totales proyectadas cuatrimestralmente	147
TABLA:66	Ventas totales cuatrimestralmente	148
TABLA:67	Gestión impositiva del negocio.....	149
TABLA:68	Estado de resultados	150

TABLA:69 Flujo de caja	151
TABLA:70 Evaluación de rentabilidad económica y financiera	153
TABLA:71 Beneficio costo	154
TABLA:72 Calculo del PRI.....	155
TABLA: 73 Análisis de sensibilidad cuando el precio se modifica.....	156
TABLA:74 Análisis de sensibilidad cuando la inversión se modifica	156
TABLA:75 Análisis de sensibilidad cuando los costos se modifican	157
TABLA:76 Comparación de os resultados del análisis de sensibilidad	158

INCIDE DE GRÁFICO

GRÁFICO:1 Edad	38
GRÁFICO: 2 Consumo	40
GRÁFICO:3 Frecuencia.....	41
GRÁFICO:4 Marca	42
GRÁFICO:5 Compra	43
GRÁFICO:6 características.....	44
GRÁFICO:7 Café tradicional.....	45
GRÁFICO:8 producto	46
GRÁFICO:9 Café natural.....	47
GRÁFICO:10 Proteínas del haba seca.....	48
GRÁFICO:11 Natural y saludable.....	49
GRÁFICO:12 Características.....	51
GRÁFICO:13 Compra	52
GRÁFICO: 14 Precio.....	53
GRÁFICO:15 Medios de comunicación.....	54
GRÁFICO:16 logotipo del producto	62
GRÁFICO:17 etiqueta del producto	64
GRÁFICO:18 canal de distribución del producto	65
GRÁFICO:19 envase	74
GRÁFICO:20 ubicación	101
GRÁFICO:21 diseño de la planta.....	102

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO I Proyección de la población	166
ANEXO II Encuesta piloto.....	167
ANEXO III Modelo de la encuesta para un estudio de mercado	168
ANEXO IV Elaboración del proceso de café de haba seca	172
ANEXO V Impuestos.....	175
ANEXO VI Registro de comercio de Bolivia.....	176
ANEXO VII SENASAC.....	177
ANEXO VIII proyecciones de incremento salarial.....	179
ANEXO IX Proyecciones de la inflación en Bolivia.....	179
ANEXO X Balance general	181
ANEXO XI cuando el precio de venta disminuye un 15%	182
ANEXO XII flujo de caja	184
ANEXO XIII flujo de caja del escenario de los costos cuando suben un 15%..	185