

1. ANTECEDENTES

El espárrago es un alimento que si bien su historia data de los 7.000 años A.C. no existe el dato con exactitud de cuando comienza a producirse en Bolivia.

Sin embargo, en la ciudad de Tarija en el año 1.996 en un proyecto realizado por PRODISAVAT, para los agricultores de la ciudad, donde se tenía el objetivo de poder socializar e impulsar la producción del espárrago, siendo el espárrago desconocido hasta ese momento por los mismos.

Cabe recalcar, que, ante el desconocimiento del producto en la ciudad, los productores apostaron por este producto iniciando así el producir el espárrago hasta la fecha.

2. JUSTIFICACIÓN

a) Justificación Teórica

Un plan de negocios es importante porque ayuda a analizar los diferentes factores que nos permiten conocer y entender la situación, realidad del mercado actual y así adaptarse a ellas. Dándonos mayor oportunidad de éxito de un nuevo producto que se lance al mercado. Actualmente muchas empresas fracasan al no realizar un plan de negocio esto se da mayormente en empresas Mypes que quieren entrar al mercado con un nuevo producto y servicio. Sin embargo, varios autores se han dedicado a dar un acercamiento a lo que podría definirse como plan de negocio:

Según Jack Fleitman (2000). Un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación de una empresa.

Según M. Porter (2007). La importancia de los planes de negocios para las organizaciones ha crecido tanto en los últimos tiempos, sobre todo con la apertura a un mercado global que exige que las empresas sean competitivas, es decir: tener un buen

precio, calidad en los productos, entregas a tiempo y con cumplir con las especificaciones que el cliente le solicite aportación que realiza.

Además, percibimos que en la actualidad es necesario que las empresas que quieran lanzar un nuevo producto o servicio al mercado tomen en cuenta el realizar un plan de negocio, ya que es importante para tener un mejor panorama del mercado al que se quiere dirigir, y es por esta razón la cual nos sentimos motivados y en la necesidad de realizarlo.

b) Justificación Práctica

En la realización de este proyecto se aplicarán los conocimientos adquiridos durante toda nuestra formación profesional especialmente en áreas como Gestión de Proyectos I, Gestión de Proyectos II, Marketing, Investigación de Mercados.

c) Justificación Social

El plan de negocios, beneficiará a la familia Ayarde ya que será un instrumento para formalizar su empresa.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El espárrago es una planta herbácea¹ perenne (que dura mucho tiempo), de follaje muy ramificado y aspecto plumoso. Es el brote de la planta esparraguera, que se cosecha inmaduro, antes de ramificarse y endurecerse. Según el manejo durante el cultivo se obtienen dos tipos. Blancos y verdes.

Entre las grandes propiedades que posee el espárrago podemos mencionar²:

Bajo aporte calórico: la cantidad de calorías es mínima en los espárragos, esto es debido a que su contenido de hidratos de carbono es muy bajo; así que es recomendable consumirlo para una dieta sana y balanceada baja en calorías.

Posee vitaminas: el gran contenido de vitaminas que se encuentra en los espárragos es destacable ya que es de todos los grupos vitamínicos: A, C E y del grupo B (B1, B2, B6), imprescindibles para evitar enfermedades y afecciones inmunológicas.

También tiene minerales: entre los más destacables están el hierro, el calcio, el fósforo, el sodio, y otros antioxidantes que son muy buenos para limpiar el organismo d todos los excesos calóricos que no hacen falta y que ocasionan daño al cuerpo. **(Ver Anexo 1)**

¹ <http://hablemosdealimentos.com/c-verduras/los-esparragos/>

² <http://hablemosdealimentos.com/c-verduras/los-esparragos/>

En Tarija como lo menciona una publicación del 2010 del periódico el país³ indica que la producción de espárrago del Valle Central de Tarija se comercializa en el país con resultados satisfactorios porque cumple con la calidad requerida por los principales cocineros de las ciudades de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.

Además, El responsable de producción de la Asociación de Fruticultores de Tarija (Afrutar), John Muggeridge, informó que la comercialización de este vegetal se realiza en los mejores supermercados, embajadas y servicios de alimentación de las ciudades del eje central, donde se reconoce la calidad del espárrago tarijeño. “El espárrago tiene propiedades nutritivas y medicinales porque es de fácil digestión, bien tolerado por los estómagos más delicados y su consumo puede ser hervido o cocido al vapor o al horno”, precisó. **(Ver Anexo 2)**

En el mercado tarijeño como en el mercado nacional en general, el consumidor antes de tomar una decisión de compra busca precios baratos⁴, donde afirma que el comprador boliviano visita más veces el punto de venta, pero busca lo barato.

“En un estudio se pudo conocer que el espárrago es una verdura rica en una sustancia llamada rutina, la cual actúa como antihemorrágica porque es rico en potasio y pobre en sodio, por lo cual su consumo es ideal en personas con problema de hipertensión”, indicó.

³<https://www.elpaionline.com/index.php/noticiastarija/item/9989-calidad-de-esparrago-es-Valorada-en-el-eje-central>

⁴<https://www.economy.com.bo/portada-economy/2-uncategorised/2320-el-comprador-boliviano-visita-mas-el-punto-de-venta-pero-busca-lo-mas-barato>

En una publicación del año 2018 del diario el país⁵ indica que la cadena de supermercados Hipermaxi, que opera en Santa Cruz, Cochabamba y La Paz, está interesada en comercializar productos agrícolas tarijeños. Para ello hizo tres propuestas a la Gobernación de Tarija. **(Ver Anexo 3)**

El secretario de Gestión Institucional, Rubén Ardaya, explicó que en primera instancia Hipermaxi quiere comprar entre tres y cuatro toneladas de productos por mes, tales como uva, espárragos, alcachofa y arándanos.

Hipermaxi ofrece dentro de sus instalaciones los espárragos frescos y en conservas. Ya hubo un primer acercamiento, pues el gerente comercial de esa cadena de supermercados arribó a Tarija para hacer tres propuestas. La primera consiste en comercializar los productos en sus 32 supermercados que funcionan en las ciudades ejes del país. La segunda tiene que ver con incluir las frutas y verduras en el subsidio alimentario. Una tercera tiene que ver con los convenios que tiene Hipermaxi con una de las cadenas más grandes de supermercados en el Paraguay.

La producción en la comunidad de Erquiz Oropeza, más específicamente de la familia Ayarde que son los mayores productores de espárrago en esta zona, el propietario cuenta con un terreno para la producción de espárrago de $\frac{3}{4}$ de hectárea, la cual la divide en 30 surcos de 70 metros cada uno, siendo de esta manera que en cada surco hay 175 plantas las cuales cada planta da $\frac{1}{2}$ kilo de producto de muy buena calidad, con un total de producción en los 30 surcos de 5.250 plantas que equivalen a 5.200 kg de espárrago. La producción empieza en agosto hasta finales de marzo, siendo que en la época de lluvias y frío baja la producción ya que esto debilita el terreno a cultivar, a partir de abril hasta julio descansa y se trabaja la tierra para iniciar de nuevo con la producción.

⁵ https://elpais.bo/tarija/20181226_crece-el-interes-en-productos-tarijenos.html

Durante la producción el señor Ayarde tiene una concepción de un producto sano y saludable, ya que utiliza fertilizantes naturales como el guano. Una vez que inicia la cosecha, vende el producto a los comerciantes a un precio de 15 Bs a 20 Bs el kilogramo, y los comerciantes lo revenden a un precio de 45 Bs hasta 50 Bs el kilo, siendo este un problema ya que no se le da el verdadero valor a quien lo produce, ni a los consumidores que al ver un precio tan elevado optan por otros productos más accesibles.

En el mercado tarijeño existen personas que consumen el espárrago, realizando una entrevista a las vendedoras las cuales aseguraron que compran más las familias con más ingresos. También existe una gran diferencia entre el precio del espárrago en el mercado y el precio que vende el señor Ayarde a las vendedoras.

El problema se centra en que el señor Ayarde es el menos beneficiado ya que su producto llega a las manos de los comerciantes que revenden el producto a un precio demasiado alto como se lo había mencionado y no dándole el verdadero valor a quien lo produce.

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué oportunidades reales existirán en el mercado tarijeño para la producción y comercialización del espárrago en conserva ofreciendo un producto con un precio más accesible?

4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

4.1. Hipótesis

El precio del espárrago en conserva tendrá influencia con el nivel de demanda por las personas de la ciudad de Tarija.

4.2 Variables

Variable independiente: precio del espárrago en conserva.

Variable dependiente: nivel de demanda del espárrago en conserva.

5. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios mediante un análisis de marketing, Inv. De mercados, financiero, de producción y Recursos Humanos para poder producir y comercializar espárragos en el mercado tarijeño

5.2 Objetivos Específicos

- Identificar la percepción que tiene la población acerca de los productos en conserva y conocer el comportamiento del consumidor con respecto al espárrago.
- Determinar si la población estaría dispuesta a consumir el espárrago en su alimentación diaria.
- Identificar las características técnicas necesarias para la producción y comercialización de los espárragos en conservas.

6. METODOLOGÍA

- **Investigación exploratoria**

En el presente proyecto se utilizó la investigación exploratoria, que nos permitió examinar o buscar a través del problema para dar mejor idea o comprensión del mismo, para así definir la formulación del problema como también la hipótesis y las variables, al no tener la información previa de investigaciones anteriores se usó otro tipo de investigaciones como ser las fuentes primaria y secundaria.

Fuente primaria: se realizó las entrevistas al señor Ayarde que es el productor del espárrago como también a las vendedoras del mercado quienes tenían un panorama

más claro de la demanda del producto.

Fuente secundaria: se recabó de internet de diferentes páginas con datos e información para tener un conocimiento mayor sobre el tema de investigación, también se realizó la consulta a los autores mencionados en la justificación teórica para tener el concepto claro de que es un plan de negocios y poder así realizarlo.

- **Investigación descriptiva en el estudio de mercado**

Se realizó esta investigación con las entrevistas realizadas, tomando en cuenta el objetivo principal de la investigación descriptiva que es el delinear algo, generalmente las características del mercado o su funcionamiento, para de esta manera recabar información sobre los datos precisos del comportamiento del consumidor con respecto al espárrago, tomando en cuenta el precio como un factor importante al momento de que el cliente decida adquirir el producto.

7. ALCANCE

7.1 Alcance Temporal

Información del año 2015 a la fecha.

7.2 Alcance Espacial

Departamento de
Tarija.

CAPÍTULO I
NATURALEZA DEL
NEGOCIO

1. NATURALEZA DEL NEGOCIO

Es una empresa que se dedicará a la producción y comercialización del espárrago en conserva en la ciudad de Tarija.

Este negocio se encontrará en la comunidad de Erquis Oropeza perteneciente a la provincia Méndez del departamento de Tarija, a una distancia de 8km del centro de la ciudad lo cual es favorable para poder distribuir el producto y tener un contacto ameno con los clientes.

Para la producción del espárrago, el propietario ha destinado 3 hectáreas de terreno. La tierra se prepara de manera natural, ya que el dueño del negocio, utiliza abonos como el guano de oveja que ayudan a una mejor producción del espárrago.

Tomando en cuenta que el espárrago necesita de muchos cuidados esto implica un mayor compromiso de parte del dueño y su familia, quienes usan la mayoría de su tiempo al cuidado del mismo en las diferentes actividades requeridas, durante todo el proceso de producción se preocupan que el riego sea constante ya que es un producto que si le faltaría el agua esta no tendría el rendimiento de producción que el propietario espera.

En el momento que se tiene el producto cosechado se procede a limpiarlo y prepararlo para la entrega en los diferentes mercados de la ciudad, como también para entregarlo a los diferentes comerciantes que llegan a nuestro departamento para llevar el producto, al apreciar el señor Ayarde que solo existe la venta del espárrago tiene la idea novedosa de producir, comercializar los espárragos en conservas listos para el consumo de los clientes.

1.1. Nombre De La Empresa

El propietario del negocio, el Sr. Pedro Ayarde, tomando en cuenta el nombre de su propiedad, que tiene “Finca San Pedro” puso el nombre de su empresa:

Espárragos “San Pedro”

1.2. Justificación de la Empresa

El propietario, quien produce los espárragos en la comunidad de Erquis Oropeza, cuenta con tres hectáreas de terreno la cual ocupa en su mayoría en la producción del espárrago siendo el mayor productor de la zona, teniendo una producción aproximada de 5200 kg por año y es por esta razón que quiere formalizar su negocio para la producción y comercialización del espárrago en conserva.

Una razón importante para el propietario, decida pasar de productor de espárrago a productor de espárrago en conserva, son sus ingresos bajos, debido a que el propietario entrega el producto a los comerciantes a un precio de 15 – 20Bs el kilogramo, y después en los mercados el precio impuesto por los revendedores supera el 100% siendo un motivo más de que sus ganancias son bajas, ya que el cliente al notar un precio alto prefiere comprar otros productos más económicos que el espárrago.

El Sr. Ayarde dentro de su propiedad actualmente, ocupa un 60% para la producción del espárrago, al poder producir los espárragos en conserva vería factible el incrementar su producción en un 30% más y así poder contar con más producto para luego este convertirlo en conserva.

También una razón a considerar el incrementar la producción del espárrago es el hecho que es un producto mucho más rentable y además que requiere menos cuidado que otros productos, lo cual sería un gran beneficio para incrementar la producción en la propiedad.

Se debe considerar también el hecho que en los últimos años se puede percibir un incremento en el consumo del espárrago en la ciudad de Tarija.

Además, la empresa busca motivar al consumo de productos con altos valores nutricionales como en este caso el espárrago, tomando en cuenta el precio más accesible y al alcance de todos los ciudadanos para que ellos puedan mejorar su alimentación y apostar por productos de nuestro medio

1.3. Logotipo

A la hora de diseñar el logotipo se consideró el colocar un ramo de espárragos que haga referencia al producto que se ofrecerá con los colores similares al verde, además de resaltar el nombre del producto y del negocio, es por esta razón que el logotipo es el siguiente:



1.4. Eslogan

Al ser un producto de alto valor nutricional que aporta a la salud y bienestar de las personas se consideró el siguiente eslogan:

El Lujo de Tu Nutrición

TIPO DE EMPRESA

Se considera la posibilidad de crear una microempresa, y de acuerdo al código de comercio la figura legal correspondería a una Empresa Unipersonal, se entiende por comerciante individual o empresa unipersonal, a la persona natural que ejerce el comercio en forma individual y por cuenta propia, haciendo de esta una actividad económica habitual.

Se consideró este tipo de empresa ya que el propietario de la empresa es una sola persona que se hace cargo de las responsabilidades sociales generadas por esta empresa. Además, que sería una microempresa por el hecho que no supera los 10 trabajadores estipulados por ley.

El capital que se cuenta para la empresa es de 20.000Bs la cual se utilizaría para iniciar el negocio, así mismo se espera contar con 2 trabajadores en el área de producción y envasado del producto.

1.5. Filosofía

1.5.1. Misión

Espárragos “San Pedro” es, una empresa dedicada a la producción y comercialización del espárrago en conserva, guiados por nuestros valores empresariales, que busca ofrecer un producto con alto valor nutricional y saludable para nuestros clientes, realizamos nuestras actividades con responsabilidad a efecto de obtener resultados financieros superiores, que guarden equilibrio con nuestro crecimiento a largo plazo, y que cumplan con nuestro compromiso con la sociedad y el ambiente.

1.5.2. Visión

Espárragos San Pedro, espera ser reconocida y posicionada como empresa líder en la producción y comercialización de espárragos en conserva en la ciudad de Tarija y expandiéndose así mismo a nivel nacional.

1.5.3. Valores

Responsabilidad. – Asumir el compromiso con la Empresa de lograr sus objetivos, actuando con su filosofía, desempeñando el trabajo con honestidad, honradez, lealtad, respeto, ética e integridad.

Compromiso. - Elaborar un producto que ayude a la calidad de vida de nuestros clientes y que satisfaga sus necesidades.

Honestidad. – Orientado para los clientes, como también los miembros de la empresa entre sí. Se promueve la verdad como herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad de la empresa.

Respeto. – Con la naturaleza, medio ambiente y clientes.

Confianza. – Propiciar un ambiente armónico que favorezca al clima laboral, actuando con respeto, tolerancia, compañerismo y colaboración, generando la certeza que somos una empresa fiable e íntegra.

Excelencia. - Superarse día a día y a no caer en la autocomplacencia.

Puntualidad. - Cumplir con la entrega de nuestros productos en el tiempo acordado con el cliente. “Just in time”. Como también hace referencia a este valor para exigir a los empleados al respeto de los tiempos de llegada y salida.

1.5.4. Objetivo general

- Maximizar la rentabilidad del negocio.

1.5.5. Estrategias

- **Estrategia de Diferenciación**

Ofrecer a nuestros clientes un producto con alto valor nutricional y con el mínimo uso de conservantes. Estos serán los motivos por los que el cliente nos dará el valor con relación a otros productos.

Además, la presentación del producto es un envase de vidrio, donde el cliente podrá apreciar el contenido del producto a la vista.

➤ **ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO**

Para la estrategia de posicionamiento se hará énfasis en atributos como el precio y en los beneficios nutricionales del producto esencialmente en la buena alimentación, puesto que es un producto que contiene altos valores nutricionales, lo cual es beneficioso para aquellas personas que quieren obtener un producto de fácil consumo y mejorando su alimentación

CAPÍTULO II
INVESTIGACIÓN DE
MERCADO

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El propietario cuenta con un terreno amplio para la producción del espárrago, como se lo había mencionado anteriormente.

En el mercado tarijeño existen personas que consumen el espárrago, realizando una entrevista a las vendedoras las cuales aseguraron que compran las familias que cuentan con mejores ingresos.

También existe una gran diferencia entre el precio del espárrago en el mercado y el precio que vende el señor Ayarde a las vendedoras.

2.1.1 Formulación del problema de investigación de mercado

¿Qué oportunidades reales existirán en el mercado tarijeño para la comercialización y venta del espárrago en conserva?

2.2. HIPÓTESIS

El ser un producto novedoso en el mercado, tendrá influencia con el nivel de consumo del espárrago en conserva por las personas de la ciudad de Tarija.

2.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuál es el conocimiento que se tienen de los beneficios del espárrago?
- ¿Tiene incidencia el precio a la hora de compra de los espárragos?
- ¿Qué características son las que más valoran los clientes a la hora de comprar productos con altos valores nutricionales?

2.4. OBJETIVO GENERAL

Obtener información mediante encuestas para determinar los clientes potenciales que tendrán los espárragos en conserva en el mercado local, e identificar factores que tengan incidencia a la hora de formalizar el nuevo negocio.

2.4.1. Objetivos específicos

- Determinar las oportunidades de mercado en la ciudad de Tarija.
- Identificar las características, atributos que valora el consumidor al momento de adquirir este tipo de productos.
- Conocer quiénes serían los clientes potenciales para nuestro producto.

2.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar la investigación de mercados utilizaremos la investigación descriptiva la cual nos permitirá tener los datos suficientes para un análisis de mercado.

Tipo de investigación

Investigación Descriptiva. – Para el estudio de mercado se realizó una investigación descriptiva concluyente a través del muestreo aleatorio simple. También consta de una encuesta piloto y una formal, dirigida a los jefes o jefas del hogar, ya que ellos toman la decisión de compra final en el hogar, para así poder describir las características, más importantes sobre la percepción del producto, sus gustos y preferencias sobre la aceptación del espárrago en conserva

2.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En la investigación de mercados, uno de los aspectos de más importancia y relevancia es el diseño de la muestra, pues de este depende directamente todos los resultados a obtener y es por ello es necesario incluirlo a momento de tomar las decisiones del plan de negocios.

La determinación del número total de personas a encuestar se calculó en forma probabilística, basándonos en un nivel de error, y un nivel de confianza definidos.

2.6.1. Determinación de la población

Se determinó que nuestra población son los jefes o jefas del hogar, en este sentido para el INE esto se considera como familias porque son los que realizan las compras con mayor frecuencia para la alimentación en el hogar de una familia generalmente y de acuerdo a los datos recabados del INE (Instituto Nacional de Estadística) en el último censo realizado por

esta institución el año 2012, los jefes o jefas del hogar, por lo tanto, nuestra población es de 54.828 jefes o jefas del hogar en la ciudad de Tarija, dato que tomamos para la determinación de la muestra. **(Ver anexo 19)**

➤ **Encuesta Piloto**

Mediante la encuesta piloto se realizó a 10 amas de casa seleccionadas al azar, donde 9 no tuvieron ningún problema en responder y una sola persona tuvo dificultades, se les pregunto si estarían dispuestas a incluir dentro de la alimentación de su familia los espárragos en conserva.

Para determinar la probabilidad de éxito o de fracaso:

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

$$P = \frac{9}{10} * 100 = 90\%$$

$$Q = \frac{1}{10} * 100 = 10\%$$

2.6.2. Determinación del tamaño de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizará la técnica de muestreo probabilístico, específicamente el muestreo aleatorio simple (MAS), donde cada elemento de la población esta previamente analizado.

Nomenclatura:

N = Población total

(1-E) = Nivel de confianza

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

Z = Valor del normal dado un nivel de confianza del 95%

E = Margen de error permitido

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

N = Tamaño de la población: 54.828 jefes o jefas de hogar según datos del INE.

p = 90%; 0.90

q = 10%; 0.10

t = Nivel deseado de confianza que fue del 95%, que en valor t es igual a 1.96

e = 5% de error de muestra

z = nivel de confianza = 95%; 1.96 según tabla z

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 54.828 * 0.90 * 0.10}{0.05^2 * (54.828 - 1) + 1.96^2 * 0.90 * 0.10}$$

$$n = 138$$

Se realizó la determinación del tamaño de la muestra, donde tomando en cuenta el resultado se realizarán 138 encuestas. Además, se toma en cuenta un margen de error de 5% ya que de esta manera el nivel de confianza es mayor a la hora de realizar un estudio.

ENCUESTA.

La encuesta se realizó mediante la herramienta Google Formularios, la cual está en Anexos **(Ver Anexo 4)**

2.7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

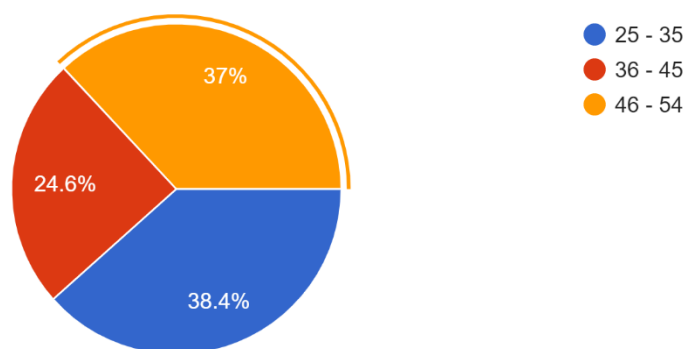
Una vez aplicada las encuestas, se dieron los siguientes resultados:

EDAD DE LOS ENCUESTADOS

CUADRO N° 1

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
25 – 35	53	38,4 %
36 – 45	51	24,6 %
46 – 54	34	37 %

GRAFICO N° 1



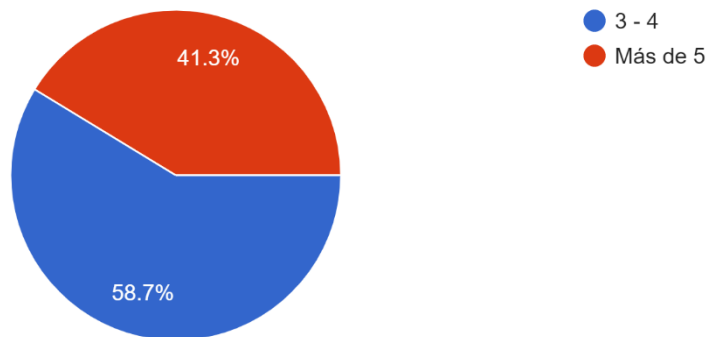
Según la información obtenida de las encuestas realizadas, se observa que las edades de los jefes o jefas de hogar tienen alguna similitud, pero los jefes o jefas de hogar más jóvenes son las que en esta encuesta prevalecieron.

INTEGRANTES DE SU FAMILIA

CUADRO N° 2

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
3 – 4	81	58,7 %
Más de 5	57	41,3 %

GRAFICO N° 2



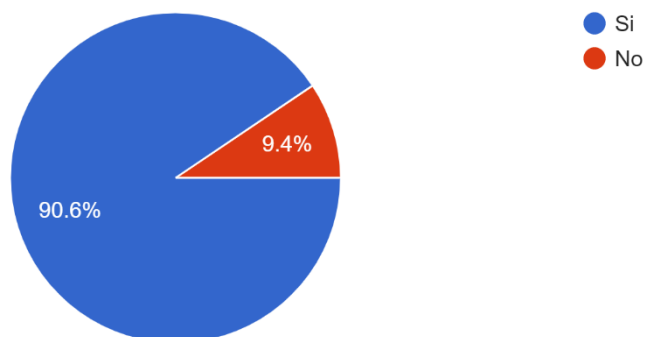
Del total de las encuestas, la mayoría de los jefes o jefas de hogar conforman una familia entre 3-4 personas la cual se acerca al promedio que se proyecta en cada hogar, no existe una diferencia amplia, pero se entendería que mientras más miembros en cada familia el consumo podría ser mayor. Además, que, de acuerdo al cuadro del total de la muestra, 57 familias son más de 5 integrantes que son un número significativo tomando en cuenta el anterior rango.

CONOCIMIENTO ACERCA DE LA HORTALIZA ESPÁRRAGO

CUADRO N° 3

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	125	90,6 %
No	13	9,4 %

GRAFICO N° 3



De acuerdo al total de las encuestas, podemos apreciar que la gran mayoría de los jefes o jefas de hogar, si conocen a los espárragos, esto es un indicador muy favorable en el sentido que se tiene conocimiento sobre la materia prima principal de nuestro producto, y lo hace más fácil a la hora de reconocer el producto.

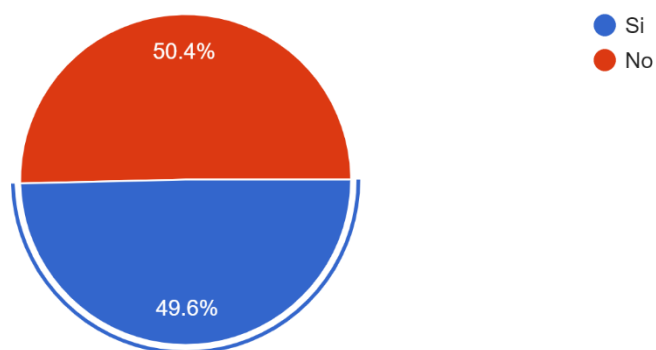
En un porcentaje menor hay jefes o jefas de hogar que no lo conocen lo cual nos puede indicar que se puede llegar a un segmento menor de esta población, para que así puedan tener conocimiento sobre los espárragos.

CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS BENEFICIOS Y NUTRIENTES DE LOS ESPÁRRAGOS

CUADRO N° 4

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	68	49,6 %
No	69	50,4 %

GRAFICO N°4



Según los datos obtenidos se puede apreciar que una mínima diferencia los jefes o jefas de hogar no conocen los beneficios y nutrientes de los espárragos.

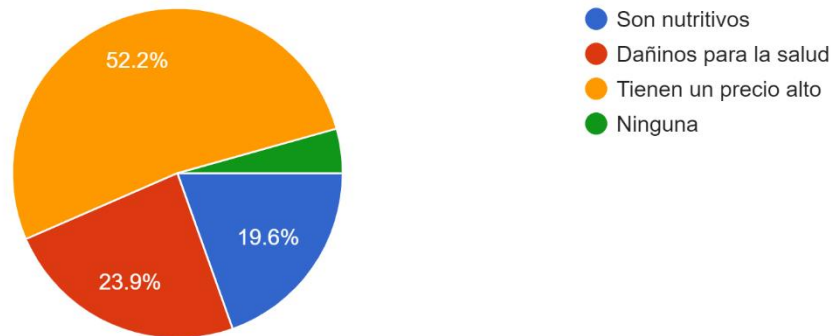
Pero este dato de igual manera muestra un desconocimiento alto de los beneficios lo cual indica haría falta más socialización de esta información valiosa para mantener y atraer más clientes del producto. Si bien la diferencia entre las respuestas que, si conocen o no los beneficios y nutrientes de los espárragos es mínima, debemos detallar estos aspectos en la etiqueta, así los clientes podrán apreciar y decidirse a consumir este producto.

OPINIÓN ACERCA DE LOS PRODUCTOS EN CONSERVA

CUADRO N° 5

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Son nutritivos	27	19,6 %
Dañinos para la salud	33	23,9 %
Precio alto	72	52,2 %
Ninguna	6	4,3 %

GRAFICO N°5



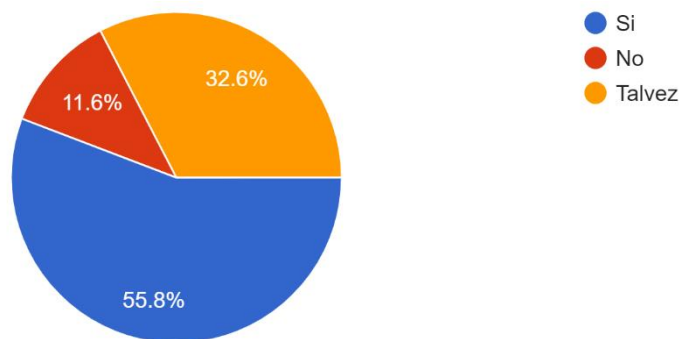
Prácticamente la gran mayoría de las encuestas considera que los productos en conserva tienen un precio alto esto llegaría a ser algo que podría afectar en el consumo del producto, y habría que manejar bien el tema de los precios, el cual este precio sea atrayente al cliente. Además de mantener los mínimos de conservantes porque es un factor que toman en cuenta y podría afectar las ventas. Al ser un producto con tantos beneficios el hecho de tener lo mínimo de conservantes no perdería así su valor nutricional.

INCLUSIÓN DE LOS ESPÁRRAGOS EN CONSERVA DENTRO DE SU CANASTA ALIMENTARIA

CUADRO N° 6

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	77	55,8 %
No	16	11,6 %
Talvez	45	32,6 %

GRAFICO N° 6



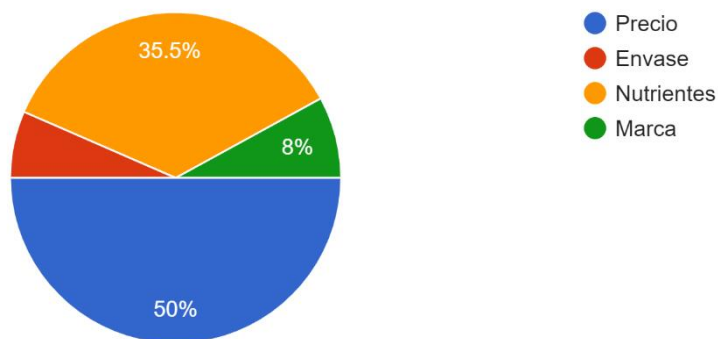
De acuerdo a los resultados obtenidos, los indicadores son muy alentadores y favorables, dado que la mayoría, más de la mitad si estarían de acuerdo y consumirían el producto, esto es muy importante para saber si el producto puede ser aceptado como también para saber cuál podría ser el mercado potencial que la empresa podrá tener. Además, otro aspecto a considerar que existe un número de indecisos a los cuales se los puede convencer para consumir el producto, y en un grado menor los que no estarían interesados esto es positivo.

ATRIBUTO QUE MÁS VALORA AL MOMENTO DE COMPRAR PRODUCTOS EN CONSERVA

CUADRO N° 7

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Precio	69	50 %
Envase	9	6,5 %
Nutrientes	49	35,5 %
Marca	11	8 %

GRAFICO N° 7



Unos de los atributos que consideran con mayor relevancia a la hora de adquirir productos en conserva es el precio, esto concuerda con la opinión que se tiene de los productos en conserva donde el precio lo consideraron, pero cabe recalcar que no lejos consideran a los nutrientes, y esto es positivo dado que nuestro producto es rico en nutrientes.

2.8. Análisis de la demanda

A continuación, se estima la demanda que tendrán los espárragos en conserva.

2.9. Estimación de la demanda

En los resultados de la investigación de mercados, a continuación, definimos la demanda de los espárragos en conserva.

A través de las encuestas realizadas a una muestra de la población (54.828 jefes o jefas de hogar de la ciudad de Tarija según datos del INE) de lo cual realizan una generalización de los resultados para toda la población en este caso de los jefes o jefas de hogar, se pudo identificar que un 55,8% de los jefes o jefas de hogar, estarían dispuestos en consumir espárragos en conserva. En términos numéricos aproximadamente un total de 30.594 vendrían a ser el tamaño del mercado potencial. Este total de 30.594 de jefes o jefas de hogar corresponden al igual de números de familia que estas comprenden.

Tomando en cuenta la producción por año que la empresa cuenta que son 15.552 envases, esto llegaría a cubrir el 50,8 % del mercado potencial.

2.9.1. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda para el corto, mediano y largo plazo se realiza en base a nuestro mercado potencial, se decide tomar el 40% de nuestro mercado potencial que llegaría a ser 12.238, para los próximos 5 años, tomando en cuenta también para calcular la proyección, a la tasa de crecimiento exponencial de Tarija, que para el ultimo cálculo fue del año 2020 es 1,73. **(datos recopilados del INE) (ver anexo 19)**

CUADRO N° 8

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

2021	2022	2023	2024	2025
12.238	12.450	12.665	12.884	13.107

CAPÍTULO III
PLAN DE MARKETING

3. PLAN DE MARKETING

3.2. OBJETIVO DE MARKETING

3.2.1. Objetivo general

Determinar con las herramientas del marketing los canales y estrategias necesarias, con la finalidad de incrementar la participación y el conocimiento del producto en el mercado tarijeño para la producción y comercialización de los espárragos en conserva una vez lanzado el producto.

3.2.2. Objetivos específicos

- Ofrecer información necesaria acerca del producto para el conocimiento del cliente.
- Determinar los canales de distribución más idóneos para comercializar el producto espárragos en conserva.
- Establecer las estrategias de marketing adecuadas para comercializar el producto.

3.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING

3.3.1. Producto

El producto que se ofertará en el mercado estará dirigido a los jefes o jefas del hogar, como también para todas las personas, que se preocupan por satisfacer sus necesidades de su alimentación y nutrición, ya que el producto espárragos en conserva contiene valores nutricionales que serán mencionados, la presentación del producto será en envase de vidrio el cual lo hará más atractivo para el cliente Además de que este producto será nuevo en el mercado local de Tarija.

➤ Clasificación del Producto

Este producto a ofertar en el mercado será un bien no duradero, es decir que este producto tendrá un tiempo definido por el fabricante para su consumo, ya que después la fecha de vencimiento el producto ya no podrá ser consumido.

Ante esta situación y para evitar que el producto se llegue a desperdiciar, 1 mes antes de su vencimiento el producto se ofertará con un 30% de descuento.

El envase del producto será de vidrio con una tapa de aluminio recubierto para que el producto se mantenga en mejor conservación.

➤ **Función del Producto**

El producto espárragos en conserva por sus valores nutricionales para la alimentación de las personas ya que es un regulador de la flora intestinal, Es un alimento que está cargado de antioxidantes, que se ocupan de retrasar la fase de envejecimiento. Ayuda a prevenir enfermedades vinculadas con el corazón o hipertensión arterial, debido a sus elevados niveles de aminoácidos asparagina.

Al ser un producto en conserva que estará listo para su consumo estos podrán ser acompañados en las comidas y en las ensaladas, por lo que sería una solución novedosa con altos valores nutricionales.

La marca del producto será Espárragos San Pedro ya que es el nombre del propietario y por ser el productor de la materia prima de los espárragos



3.3.2. Precio

El precio al ser un factor en el momento de decisión de compra de un producto, dado que hoy en día las personas están dispuestas a pagar un precio determinado por un producto que satisfaga sus necesidades sobre todo para su nutrición.

Para la fijación del precio del producto se tomará en cuenta los costos de producción más la utilidad para determinar el precio con el que se comercializará en el mercado. El precio del producto será 18 bs con un contenido 350 gr. Y un precio al por mayor de 16 bs.

3.3.3. Plaza

Para que los clientes puedan adquirir este producto de manera directa o mediante intermediarios, siendo estos los mercados y supermercados.

- Se trabajarán con los supermercados y mercados más concurridos y conocidos en los diferentes barrios
- También se trabaja con negocios que venden productos como escabeches.
- Se realizarán convenios con empresas que producen otras variedades de escabeches para así ganen todos.

Para el ingreso a estos medios de distribución la empresa presentara el producto, donde se darán a saber todas las especificaciones, características, valor nutricional y los materiales que se utilizaron para llevar a cabo su elaboración

La empresa considera que el canal de distribución favorable es el canal indirecto.

Canal Indirecto



Para este canal que se detalla, se distribuirá el producto en los mercados, supermercados y negocios que vendan productos como escabeches. Para tener una buena distribución del producto uno de los personales de la empresa se encargará de visitar a los intermediarios, para dar a conocer las promociones que realizará la empresa.

Convenios con Entidades Públicas

Realizaremos convenios y contratos:

- La Gobernación para la entrega mensual de nuestros productos al subsidio prenatal y de lactancia para la ciudad de Tarija.
- La Sub Gobernación de Cercado para vender nuestros productos especialmente en la canasta alimentaria del adulto mayor.

Venta en Ferias

Se visitará las distintas ferias que se realizan con productos netamente tarijeños en la localidad cada año como el Julio Gastronómico, donde los emprendedores de la ciudad de Tarija dan a conocer y ofrecen sus productos y servicios.

3.3.4. Promoción y publicidad

Para que la empresa tenga un inicio positivo al momento de introducir el producto al mercado, se propone que se realice una actividad promocional masiva en los diferentes medios de comunicación y sobre todo en redes sociales que son las que hoy en día son las más visitadas.

Promoción en ventas

- Se realizará publicidad en las distintas redes sociales como Facebook, Instagram y por medio de los medios de comunicación como UNITEL canal 30 donde se muestre las características del producto. También se contará con un grupo de WhatsApp para hacer promociones y publicad y estar en contacto con nuestros clientes.
- Se realizarán folletos en los que se detallarán el valor nutricional de los espárragos en conserva y recetas para su consumo.

- Durante la promoción de ventas se dará a conocer el producto explicando las características del producto y dar degustaciones, esto para estimular la compra del producto, esto se realizará en diferentes ferias.
- Se realizarán descuentos, como también ofertas durante un determinado tiempo en los distintos mercados. Esto cuando el producto este próximo a vencerse o en fechas importantes.
- Se accionarán promociones en fechas como en el día de la madre o el día de la mujer.
- Para que el producto no se deseche, faltando 1 mes para su vencimiento se lo venderá con un 30% de descuento.

3.4. MARKETING SOCIAL

Algo que se debe tomar en cuenta hoy en día es el cuidado y preservación del medio ambiente, creando a la vez concientización a través de mensajes y a la vez se realizará campañas de reciclaje de los envases de los productos que serán cambiados por plantas, como también el vidrio reciclado se podrá vender para comprar basureros e instalarlos por la ciudad con la marca de la empresa.

CAPÍTULO IV

PLAN DE PRODUCCIÓN

4. PLAN DE PRODUCCIÓN

4.1. OBJETIVO GENERAL

Producir espárragos en conserva con calidad e higiene, siguiendo todos los protocolos de sanidad.

4.1.1. Objetivos específicos

- Cumplir con todas las normas sanitarias para la producción de productos en conserva.
- Seleccionar la mejor materia prima para la producción de espárragos en conserva.

4.1.2. Descripción del producto

Espárragos en conserva

Se entiende por espárragos en conserva el producto preparado con la porción comestible de tallos, envasado en agua u otro medio de cobertura líquido apropiado, con o sin otros ingredientes adecuados al producto y tratado térmicamente en forma adecuada, antes o después de ser encerrado herméticamente en un recipiente, para impedir su alteración.

La ventaja de los espárragos en conserva es que podemos comerlos fuera de temporada, es decir en cualquier momento del año, y disfrutar de todas las propiedades de un alimento saludable.

Envase

El envase será de vidrio, esto porque es más amigable con el producto además que tiene una mejor conservación de los espárragos. Además, para que el cliente pueda apreciar el producto.

El envase seleccionado tendrá las siguientes características y dimensiones:

Capacidad: 350 ml

Color: Transparente

Altura: 15,5 cm

Diámetro/Ancho: 6 cm

Tapa: Aluminio

La tapa del envase será de aluminio recubierto, esto para mantener la conservación del producto durante mayor tiempo, además que no desprende su coloración que pueda dañar al producto.



Este alimento, pertenece al grupo de las verduras en conserva.

Los espárragos en conserva se encuentran entre los alimentos bajos en calorías ya que 100 g. de este alimento contienen tan solo 18,79 kcal. Entre las propiedades nutricionales de los espárragos en conserva cabe destacar que 100 gramos de espárragos en conserva tienen los siguientes nutrientes:

CUADRO N° 9

Calorías	18,79 kcal.
Grasa	0,31 g.
Colesterol	0 mg.
Sodio	60 mg.
Carbohidratos	1,50 g.
Fibra	1,20 g.
Azúcares	1,50 g.
Proteínas	1,88 g.
Vitamina A	46,25 ug.
Vitamina B12	0 ug.
Vitamina C	6,79 mg.
Vitamina B3	0,94 mg.
Hierro	0,74 mg.
Calcio	22,57 mg.

Fuente: Alimentos.Org (Ver Anexo N°5)

4.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso consta de 15 etapas que se detallarán a continuación.

1. Recepción de la materia prima

En esta primera etapa se obtiene la materia prima, la cual se realizará durante los meses de cosecha, que en este caso son desde septiembre a diciembre, además de tener un producto fresco listo para su producción, esta materia prima será cosechada en baldes de plástico.

Posteriormente esta se recepcionará en bandejas de plástico en el almacén, para luego realizar su inspección y selección de acorde a sus tamaños. Materia prima de alta calidad que es producida por el mismo dueño.

En este proceso se contará con 2 personas que estarán a cargo de la recepción y producción de la misma. El espárrago es un producto que se produce durante los meses de septiembre a diciembre, teniendo una producción anual de 5.200 Kg aproximadamente, lo que significa que puede haber una producción del producto en estos meses.



2. Selección de materia prima

En esta siguiente etapa los espárragos deberán ser seleccionados de acuerdo a su madurez, ya que entre estos se encuentran los maduros, semi maduros y tiernos. También se debe ver el tamaño y grueso que tienen. Por día la producción es de 54 Kg. De espárrago

Es necesario seleccionarlos para así en primera instancia a los más tiernos darles menos tiempo de cocción y a los maduros un poco más.

Además, la importancia de seleccionar la materia prima de calidad que no tengan ninguna imperfección o daños.



3. Lavado

Dado que los espárragos podrían estar contaminados con algunas bacterias, por el manipuleo al momento de la cosecha hasta la recepción, se llevará a cabo el lavado de los espárragos y eliminar cualquier agente contaminante, luego sacarlos en fuentes, donde estarán en reposo hasta que se sequen.

El lavado se realizará de acorde a la producción por día que se realice y así lavar lo necesario por producción diaria. Los espárragos luego de ser lavados estos se pondrán en recipientes de plástico para que así se puedan secar. Cabe recordar que no necesita que estén secos por completos.



4. Cortado

Una vez que los espárragos se hayan seleccionados y estén secos, se procederá a cortar una parte del tallo la cual se convertirá para un coproducto, el corte se debe hacer tomando un espárrago y doblarlo hasta donde se rompa el cual nos servirá como referencia para contar los demás espárragos.

Los espárragos serán cortados en una tabla de madera, es importante tomar en cuenta las medidas del envase para que los espárragos no se pasen del tamaño de este, una vez cortados los espárragos estarán listos para el siguiente paso.



5. Tratamiento térmico del producto

Se pone a hervir en una olla el agua con una cucharada de sal para dar sabor al producto.

El tratamiento térmico del producto tiene dos razones y son:

- Eliminar la carga bacteriana.
- Darle sazón al producto.

En el momento que el agua llegué al punto de ebullición, se deberán colocar los espárragos entre 2 a 3 minutos de acuerdo su madurez. Los espárragos más tiernos podrían reducir su tiempo en el agua y las maduras podrían aumentar el tiempo por 1 minuto más de ser necesario.

Para la sazón del producto se deberá agregar una cucharada de sal a la olla esto también para darle sabor al producto.



6. Enfriamiento

En esta etapa se debe sacar los espárragos de las ollas después del proceso de cocción y dejarlos reposar en agua con hielo, para así mantener el color. Esta etapa será por 5 minutos hasta que pueda enfriarse.



7. Secado

Nuevamente se espera a que se sequen los espárragos en bandejas de secado, en este caso espumadoras de aluminio, cabe recordar que no es necesario que los espárragos estén totalmente secos dado que luego se procede a envasarlos.



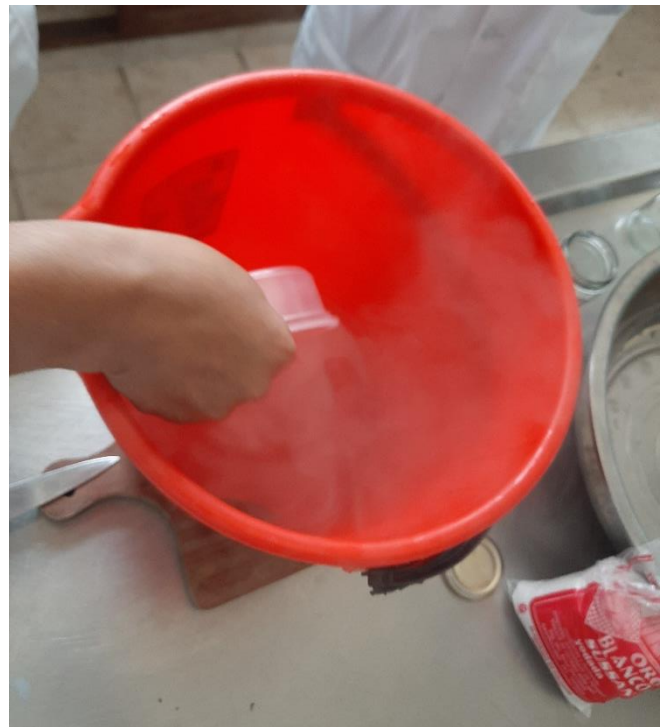
8. Solución de Cobertura

Antes de incorporar los conservantes, se deberán hacer un pesaje para las cantidades correspondientes. En este caso para 2 kilos de espárrago, se utiliza 1 gramo de sulfato de potasio y 1 gramo de ácido cítrico, 120 gramos de sal, 60 gramos de azúcar.

Se deberá poner a hervir 1 litro de agua y añadir los aromatizantes en el momento que el agua llegue al punto de ebullición y apagarlo al instante. Los aromatizantes son la hoja de laurel y pimienta negra, estos además sirven para eliminar bacterias que puedan existir en el producto.

Esto se deberá vaciar en un recipiente a través de un colador y solo quede el agua aromatizada, esto para evitar que las hojas de laurel y las pimientas o cualquier otra impureza que pueda existir.

Luego se procede a incluir dentro del recipiente de agua hervida con los aromatizantes el vinagre como también los demás ingredientes que se pesó anteriormente.



9. Esterilización del envase

Se deberá colocar una base de aluminio dentro de la olla para que el envase de vidrio no tenga contacto directo con el calor y se pueda dañar el envase, los envases de vidrio deberán estar dentro del agua hirviendo durante al menos 10 minutos luego de esto estarán listos para introducir los espárragos en los envases.



10. Pesado

Se deberá pesar las cantidades correspondientes de espárrago para cada frasco, esto se lo hará con una balanza, el volumen de Solución de Cobertura con una jarra medidora

11. Envasado

Se procede a llenar los frascos con los espárragos y por último se añade la Solución de Cobertura para luego cerrarlo con la tapa de aluminio recubierto haciendo una mínima presión para su aseguramiento

Para comprobar que el envase esté totalmente asegurado, se deberá golpear de manera ligera la cabeza del envase en el antebrazo, de esta forma veremos si existe o no una fuga.



12. Pasteurización

Obtenido los productos ya envasado, se someterán al proceso de pasteurización donde tendrá dos finalidades importantes y son:

- Evitar la contaminación interna y externa del producto.
- Y darle un grado de cocimiento.

El agua deberá cubrir los frascos con el producto ya dentro y esperar a que llegue a una temperatura de 85°. Una vez alcanzada la temperatura se deberá bajar el fuego al mínimo y dejar que estén durante 10 a 15 minutos, pasado el tiempo se apagarán el fuego.



13. Etiquetado

Se llevará a cabo el pegado de las etiquetas en cada frasco (después de unos 20min que el envase se haya enfriado) la etiqueta contará con su respectiva tabla nutricional y toda la información necesaria.

14. Almacenamiento

Se deberá almacenar el producto durante al menos una semana, es decir 7 días, esto es necesario para que la Solución de Cobertura penetre en los espárragos y estén listos para la venta.

15. Distribución

Pasado los 7 días el producto estará listo para su comercialización y consumo.

4.3. FLUJOGRAMA

4.3.1. Flujograma del proceso productivo

A continuación, vamos a detallar algunos de los símbolos más utilizados y conocidos de la notación flujograma, la notación más tradicional y simple. (ver anexo N° 6)

Significado de los símbolos de diagrama de flujo de procesos – Flujograma, utilizados en esta ocasión.

Terminación

Significado del símbolo en diagramas de flujo: Indica el comienzo o el final de un flujo en el diagrama de procesos.



Flecha

El primer símbolo que se muestra es la flecha, un símbolo de conexión utilizado para indicar una interconexión entre otros dos símbolos, y la dirección del flujo.

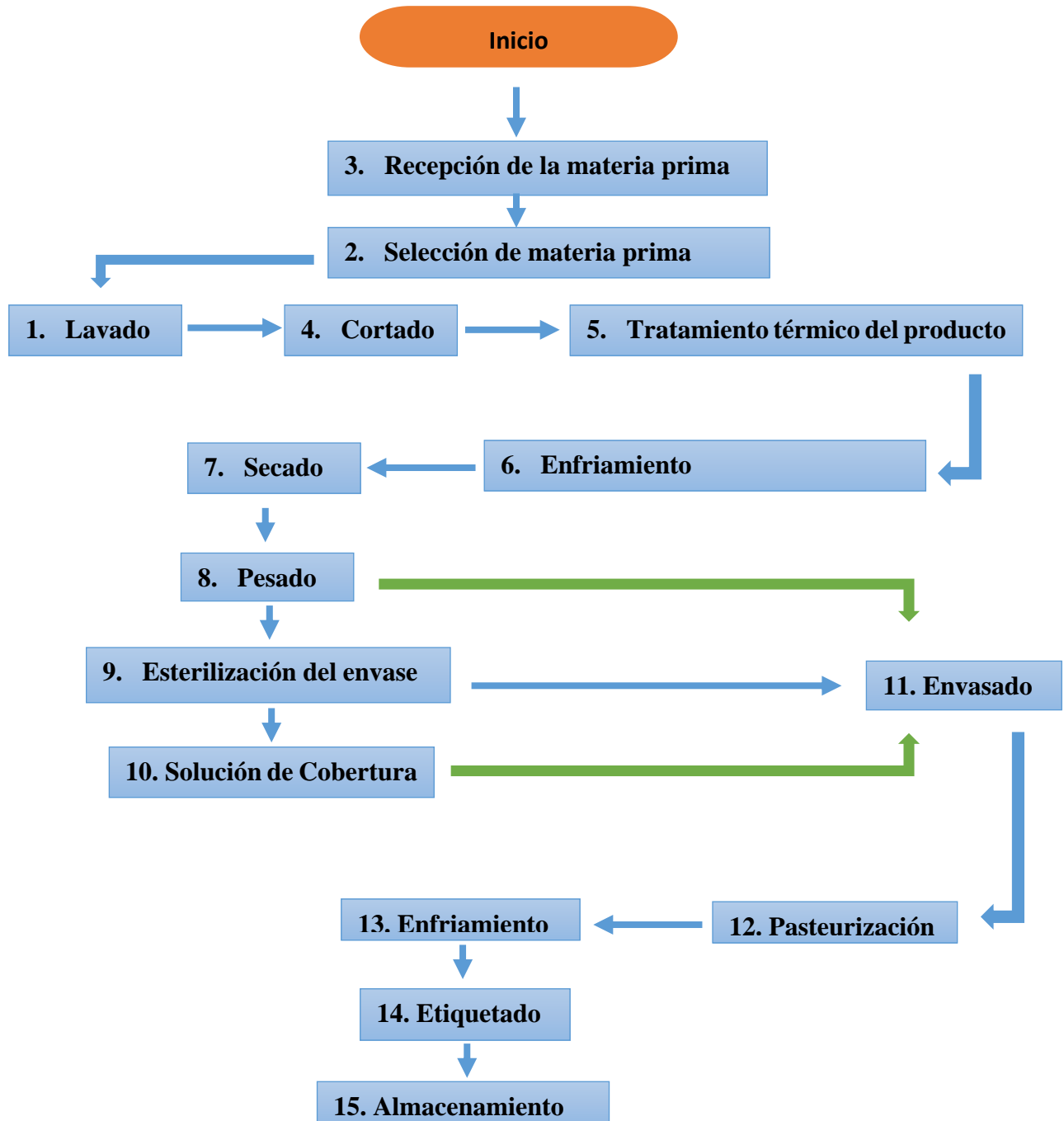


Proceso

Significado del símbolo en diagramas de flujo: Indica un determinado proceso y sus funciones y actividades.



Flujograma del proceso productivo



4.4. Ubicación

La ubicación de las instalaciones de la empresa “ESPÁRRAGOS SAN PEDRO”, son aspectos importantes a considerar, ya que se basa en el lugar y organización física idónea para el proceso productivo que se va ejecutar en la empresa.

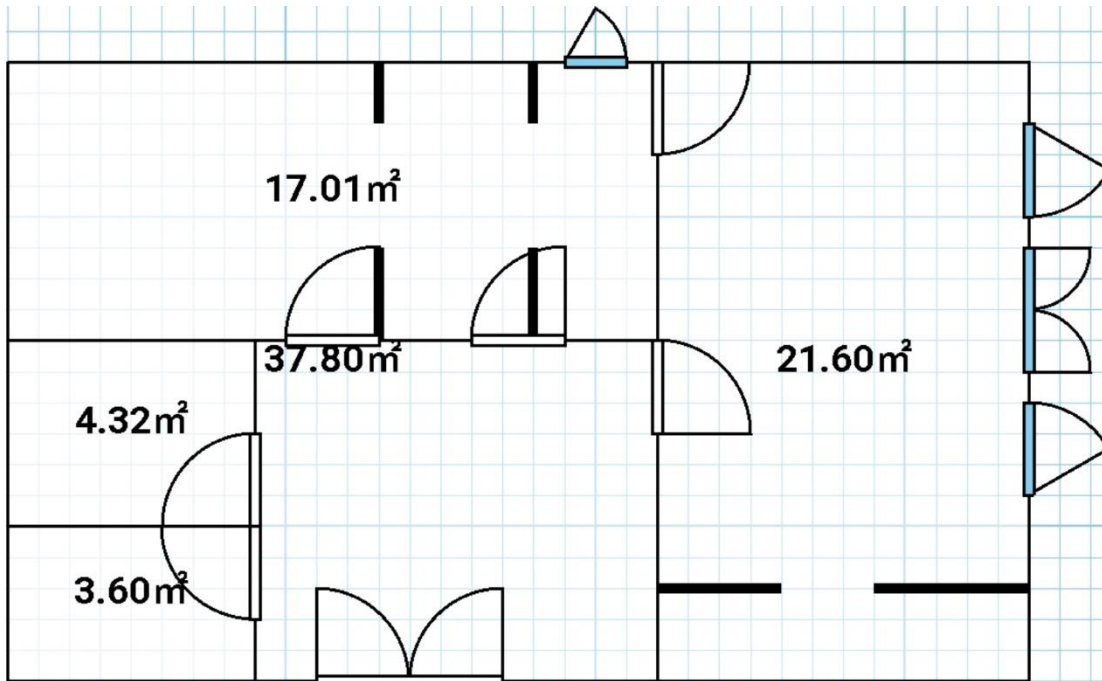
La empresa se ubicará en la Comunidad de Erquis Oropeza, perteneciente a la provincia Méndez del departamento de Tarija a una distancia de 8 kilómetros del centro de la ciudad, en términos de tiempo está a 15 minutos en vehículo.

En este sentido y considerando las distancias de la zona de producción con el centro de la ciudad se realizaron un análisis y se pudo tomar en cuenta los siguientes criterios que son importantes:

- Cercanía con la vía principal.
- Acceso con los servicios básicos.
- Facilidad de transporte para los productos.
- Espacio para los equipos necesarios.
- Almacén de la materia prima y el producto terminado.
- Área de recepción y despacho.
- Área de proceso.
- Zona de desinfección.

4.5. Layout

Para la elaboración del diseño de la planta, obtuvimos las medidas del terreno donde estará ubicada la planta para la producción de los espárragos en conserva, esta tiene una media de 10 metros de ancho y una longitud de 6 metros de largo, el cual será el espacio necesario para la construcción de la planta, esta será dividida en diferentes áreas con las respectivas medidas que se puede apreciar en el siguiente cuadro.



4.6. Diseño y distribución de la planta

El diseño y distribución de la planta es la ordenación física de cada area, esta ordenación incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento de materiales, almacenamiento, trabajadores y las actividades. De esta manera permitirá alcanzar la máxima eficiencia de los trabajadores y al mismo tiempo que sea segura.

Debido a las exigencias de higiene en la elaboración del producto, a fin de evitar los riesgos para la salud de la población consumidora, se estableció la siguiente distribución de las áreas en la planta:

- Área de almacenamiento de materia prima
- Lavado de materia prima
- Secado
- Área de producción
- Área de almacenamiento del producto
- Baño
- Oficina

Área de almacenamiento de materia prima.- En ésta área se suministrarán aquellos productos que el proceso productivo a de transformar.

Lavado de materia prima.- En ésta área se procederá a lavar la materia prima principal, en este caso los espárragos.

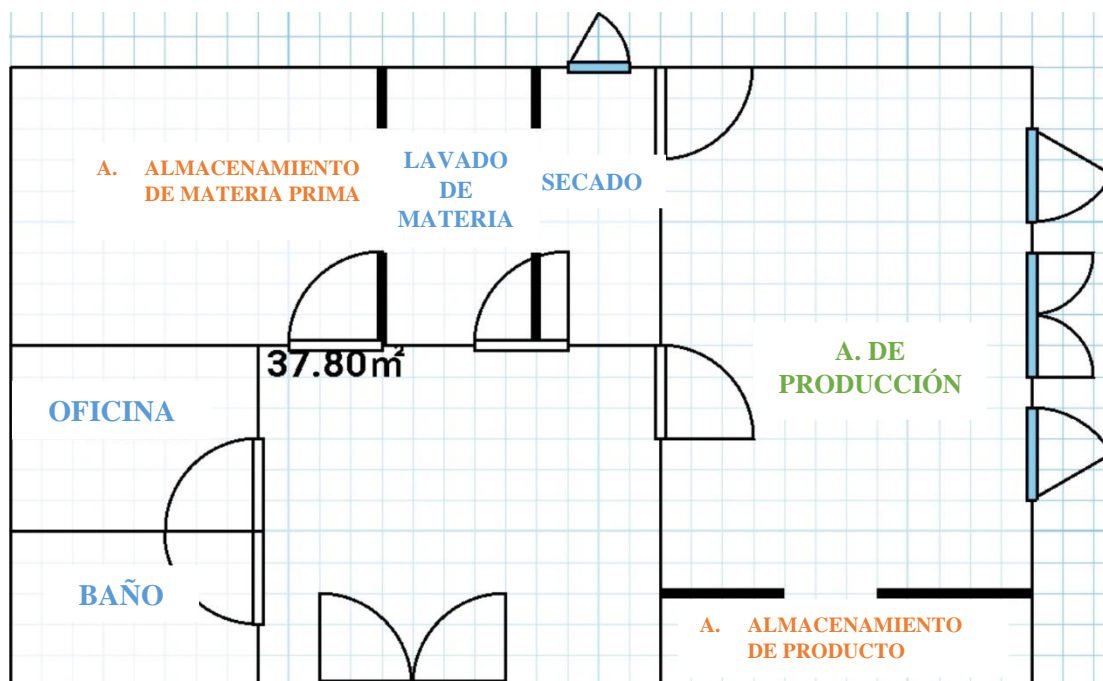
Secado.- En el área de secado, la materia prima principal se pondrá en recipientes los cuales ayudarán a su secado.

Área de producción.- En el área de producción se llevará a cabo la transformación de la materia prima y la integración de los ingredientes necesarios para la producción del producto.

Área de almacenamiento del producto.- Una vez que finaliza el proceso de producción, el producto pasará al área de almacenamiento para luego realizar su distribución.

Baño.- En ésta área el personal podrá hacer uso cuando lo requiera.

Oficina.- En ésta área se encontrará el equipo de computación y los archivos de la empresa, como también ésta área la utilizará el gerente de la empresa.



4.7. REQUERIMIENTO DE MATERIALES

En este punto se detalla los materiales necesarios para la obtención de los productos. En la tabla se muestra a detalle lo necesario para iniciar con el proceso de producción.

CUADRO N° 10

DETALLE	UTILIDAD	CANTIDAD
Recipientes o bandejas de plástico	Estos recipientes se utilizan para la selección de la materia prima, como también para su desinfección.	5
Tabla de madera	Para realizar los cortes de los tallos de los espárragos.	3
Cuchillos	Para realizar todos los cortes necesarios.	3
Ollas de aluminio	Donde pondremos a hervir el agua para los diferentes procesos que sean necesarios.	2
Termómetro	Se utiliza para saber el momento adecuado de los 85° para el proceso de pasteurización de los envases del producto.	1
Balanza	Para pesar todos los ingredientes necesarios y materia prima.	2

Bandeja de secado	Para el sacado de los espárragos.	1
Recipiente de plástico	Se utiliza para la mezcla de los ingredientes	1
Mesas de madera	Para realizar todo tipo de actividades, como ser el cortado de la materia prima, preparación de la solución y demás usos que se requiera.	1

4.8. PLANEACIÓN DE PRODUCCIÓN

La planeación de la producción está en relación con lo que se produce del producto por mes, en este caso de acuerdo a la producción sería 3.888 envases por mes.

La producción se realizará por el lapso de 4 meses de manera diaria, de lunes a viernes en instalaciones de la empresa, en los horarios de 8:00am a 12:00pm y de 15:00pm a 19:00pm, como también los días sábados de 8:00am a 12:00pm.

PLANEACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL ESPÁRRAGO EN CONSERVA

CUADRO N° 11

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL (4 meses) (envases)	PRODUCCIÓN MENSUAL (24 Días) (envases)	PRODUCCIÓN SEMANAL (6 Días) (envases)	PRODUCCIÓN POR DÍA (envases)
2021	15.552	3.888	972	162

4.9. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción se calcula de acuerdo a la producción que se realizará en la empresa por día, tomando en cuenta la materia prima que se contará por día y los operarios que en un principio se contarán. Cabe recalcar que la producción de la materia prima es durante 4 meses.

Además, estos cálculos se obtienen por él, hecho que se pudo hacer la experimentación del producto y se tiene conocimiento de los tiempos que requiere el producir 54 kg por día.

Tomando en cuenta estos aspectos la capacidad productiva es la siguiente:

CUADRO N° 12

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	PESO (MATERIA PRIMA)	CANTIDAD DE FRASCOS
Capacidad de producción al día	54 kg	162
Capacidad de producción al mes	1.296 kg	3.888
Capacidad de producción al año (4 meses)	5.184 kg	15.552

Para la capacidad de producción se toma el peso de la materia prima, se debe considerar que existe el descarte del producto y además el líquido dentro de los frascos.

4.10. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

A continuación, se detallarán los tiempos necesarios que se requieren para poder producir 54kg del producto por día.

CUADRO N° 13

TIEMPOS DE PRODUCCIÓN

N°	ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACIÓN EN MINUTOS POR 54Kg.
1	Recepción de materia prima	10 min
2	Selección de materia prima	30 min
3	Lavado	20 min
4	Cortado	30 min
5	Tratamiento térmico del producto	50 min
6	Enfriamiento	20 min
7	Secado	10 min
8	Solución de cobertura	30 min
9	Esterilización del envase	100 min
10	Pesado	15 min
11	Envasado	35 min
12	Pasteurización	90 min
13	Etiquetado	20 min
14	Almacenamiento	20 min
TIEMPO DE DURACIÓN		480 min

El tiempo de duración aproximado para producir 54 Kg de espárragos en conserva es de 480Min, lo que equivale a 8 horas de producción utilizando a los 2 operarios especializados en la producción.

Con las 8 horas trabajadas se cumplen las 8 horas de jornada laboral.

4.11. FRECUENCIA DE PRODUCCIÓN

Tomando en cuenta que la materia prima principal de nuestro producto el espárrago es una hortaliza que se produce entre los meses de septiembre a diciembre, esto indicaría que se puede producir los espárragos en conserva durante estos meses sin ningún problema de falta de materia prima, además que no requiere ni mantenimiento de equipos que ocasionarían una pausa.

CUADRO N° 14

FRECUENCIA DE LA PRODUCCIÓN

MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Producción de los espárragos en conserva									X	X	X	X

CUADRO N° 15

COSTO PARA PRODUCIR 54 KG DE ESPÁRRAGOS EN CONSERVA POR DÍA

Producto	Cantidad	Precio unitario	Total
Espárragos	54 kg	12 Bs/kg	648 Bs
Vinagre	24 litros	10 Bs/2 litros	240 Bs
Pimienta	3 bolsas	1 Bs	3 Bs
Laurel	3 bolsas	1 Bs	3 Bs
Sal	600 gr	1 Bs / kg	0,60 ctvs.
Azúcar	600 gr	5 Bs / kg	1,20 ctvs.
Sorbato de Potasio	27 gr	18 Bs / 250gr	1,80 ctvs.

Ácido cítrico	27 gr	6 Bs / 250gr	0,66 ctvs.
Envases de vidrio	162	3,5 Bs / unidad	567 Bs
TOTAL			1.465,30 Bs

4.12. MANO DE OBRA

CUADRO N° 16

PERSONAL DE PRODUCCIÓN

MANO DE OBRA DIRECTA	REMUNERACIÓN POR DÍA Bs	SUELDO MENSUAL Bs	TOTAL, ANUAL (4 meses) Bs
Operario 1	90	2.160	8.640
Operario 2	90	2.160	8.640
TOTAL	180	4.320	17.280

La mano de obra es indispensable, porque son los que se dedican a la producción del producto, como también nos sirve para determinar el costo total unitario.

4.13. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA

4.13.1. Costo total de producción

$$CTP = MD + MOD$$

$$CTP = 1.465,30 + 180$$

$$CTP = 1.645,30$$

4.13.2. Costo total unitario

$$CT \text{ unitario} = \frac{CTP}{N^{\circ} \text{ DE UNIDADES PRODUCIDAS}}$$

$$\text{CT unitario} = \frac{1.645,30}{162}$$

$$\text{CTunitario} = 10,2 = 10$$

- Cada envase de 350 gr de espárrago en conserva tendrá un costo unitario de 10 Bs

4.13.3. Precio de venta unitario

$$\text{PV unitario} = \text{CT unitario} * (1+\%U)$$

$$\text{PV unitario} = 10 * (1+60\%)$$

$$\text{PV unitario} = 16 \text{ bs}$$

$$\text{PV por mayor} = 10 * (1+40\%)$$

$$\text{PV por mayor} = 14 \text{ bs}$$

- Cada envase de 350 gr de espárrago en conserva tiene un precio bruto de 16 Bs, y un precio de 14 bs el envase para distribuirlo al por mayor.

4.13.4. Precio de venta con factura

$$\text{PVF unitario} = \frac{\text{PV unitario}}{1 - \left(\frac{\text{IVA}}{100}\right)}$$

$$\text{PVF unitario} = \frac{16}{1 - \left(\frac{13}{100}\right)}$$

$$\text{PVF unitario} = \frac{16}{1 - (0,13)}$$

$$\text{PVF unitario} = 18,3 = 18$$

$$\text{PVF por mayor} = \frac{14}{1 - \left(\frac{13}{100}\right)}$$

$$\text{PVF por mayor} = \frac{14}{1 - (0,13)}$$

$$\text{PVF por mayor} = 16,09 = 16$$

Cada envase de 350 gr de espárrago en conserva tendrá un precio facturado de 18 bs, y de 16 bs para distribuirlo al por mayor.

Para determinar este precio se tomó en cuenta todos los aspectos como son el IVA y el precio anterior.

4.14. COSTO DE ALMACENAMIENTO

Para determinar el costo de almacenamiento uno de los aspectos que se deben considerar es el pago del alquiler de algún espacio, pero en el caso de este plan de negocios, como el terreno en el que se produce y almacena es de aporte propio de su propiedad no se toma en cuenta el coste del mismo.

Además, que las unidades producidas por día no son números relevantes, los cuales se produce y se comercializa en la población el mismo día en el cual se produjo este.

Si bien dentro del diseño de la empresa se cuenta con estas áreas, las mismas no generan ningún costo adicional al ya presupuestado.

CAPÍTULO V
PLAN ORGANIZACIONAL
Y RECURSOS HUMANOS

5. PLAN ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS

5.1. INTRODUCCIÓN

La organización dentro de una empresa es indispensable, ahí es donde se define la estructura organizacional, en función de las áreas de la empresa. A partir de estas se establece el proceso de captación para la incorporación del personal para la empresa, asimismo se establece la descripción y especificación necesaria para cada puesto dentro de la misma, también un aspecto importante tiene que ver con la parte jurídica que deberá adoptar la empresa, como también los pasos necesarios para introducirla al mercado.

5.2. OBJETIVOS

5.2.1. Objetivo general

Desarrollar un recurso humano altamente calificado y motivado para alcanzar los objetivos de la empresa, realizando capacitaciones y mejores condiciones en los trabajadores de la empresa, así también velar por el cumplimiento de las normas y procedimientos vigentes, en materia de competencia.

5.2.2. Objetivos específicos

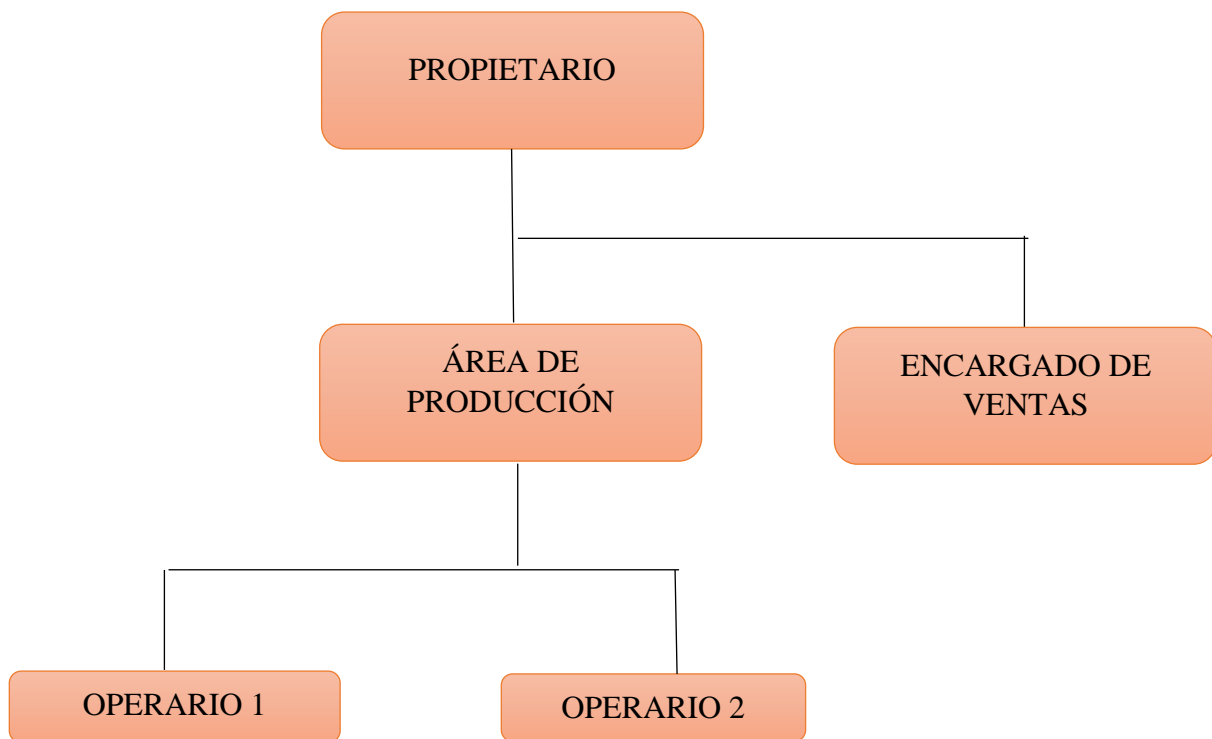
- Definir la estructura organizacional de acuerdo a las actividades y necesidades de la empresa estableciendo funciones de cada puesto.
- Proporcionar a la empresa personal idóneo y eficiente para alcanzar nuestros planes y objetivos planteados.
- Realizar capacitaciones a los empleados con el fin de reducir la mala utilización de los recursos y presupuesto.
- Evaluar al personal anualmente para el beneficio de la empresa, realizando evaluaciones de desempeño al finalizar cada año.

5.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El propósito de la estructura organizacional es contribuir la creación de un entorno favorable para el desempeño humano, por lo que se plantea para la empresa un diseño organizacional simple, que permita una fácil gestión de las áreas.

En ese sentido Espárragos San Pedro, cuenta con una estructura organizacional escasa, ya que cuenta con su propietario, el cual toma el cargo de administrador y el que toma las decisiones de la empresa, también se cuenta con dos empleados que son los operarios encargados de todo el proceso productivo de la empresa.

5.3.1. Organigrama de la empresa



5.4. DESCRIPCION DE PUESTOS

A continuación, se detalla los puestos que se requieren en la empresa como también las funciones de cada una de estas.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL	Propietario
CARGO	
SUPERVISA A:	
<ul style="list-style-type: none">➤ Encargado de Ventas➤ Encargado de Producción 1➤ Encargado de Producción 2	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none">➤ Planificar las estrategias a nivel empresarial.➤ Supervisar las estrategias de ejecución en cuanto a producción y rendimiento.➤ Controlar las actividades de carácter financiero y administrativo de la empresa.➤ Atender y resolver los problemas de recursos humanos de la empresa.➤ Control del área de producción.	
CONOCIMIENTOS:	
<ul style="list-style-type: none">➤ Conocimientos en el área de producción, como también en la agricultura.	
HABILIDADES Y DESTREZA:	
<ul style="list-style-type: none">➤ Elaboración de planes y estrategias de producción.➤ Realizar tareas en el manejo del personal para la eficiencia en la producción.	

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL	Encargado de Ventas
CARGO	
SUPERVISA A: No tiene	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Control de salida de los productos. ➤ Emitir un análisis sobre las ventas. ➤ Estrechar vínculos comerciales con diferentes comerciantes. ➤ Realizar un cierre de ventas diario. 	
CONOCIMIENTOS: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimientos y experiencia en la venta de productos, análisis mensual sobre investigación de mercados, conocimiento en el área de finanzas 	
HABILIDADES Y DESTREZA: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Habilidad en el manejo de comunicación con los comerciantes, empatía con las personas. 	

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL	Operario 1
CARGO	
SUPERVISA A: No tiene	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Producción y elaboración del producto. ➤ Envasado y almacenaje del producto. 	

CONOCIMIENTOS:

- Conocimientos generales en la producción y elaboración de productos en conserva.
- Conocimientos de las hortalizas en especial el espárrago.

HABILIDADES Y DESTREZA:

- Habilidad en la cocina, manejo en situaciones de presión, mucha responsabilidad y sobre todo mucha higiene.

MANUAL DE FUNCIONES

NOMBRE DEL Operario 2

CARGO

SUPERVISA A: No tiene

FUNCIONES:

- Producción y elaboración del producto.
- Envasado y almacenaje del producto.

CONOCIMIENTOS:

- Conocimientos generales en la producción y elaboración de productos en conserva.
- Conocimientos de las hortalizas en especial el espárrago.

HABILIDADES Y DESTREZA:

- Habilidad en la cocina, manejo en situaciones de presión, mucha responsabilidad y sobre todo mucha higiene.

5.5. CAPTACIÓN DE PERSONAL

5.5.1. Reclutamiento

La empresa pretende realizar un reclutamiento externo, ya que existen personas que pueden trabajar de manera más eficiente, de tal forma que la empresa tendrá un mejor funcionamiento y crecimiento empresarial.

La forma en la que se procederá el proceso de reclutamiento del personal será mediante los siguientes mecanismos:

- Avisos en el periódico “El País”: se recurrirá a este periódico para la solicitud de algún puesto a ocupar en la empresa “Espárragos San Pedro”, ya que este medio de comunicación será muy importante por ser uno de los más adquiridos de la ciudad de Tarija.

- Avisos en la radio, más propiamente en la bolsita de trabajo: se acudirá a esta radio por ser un medio de comunicación muy sintonizado por las personas que desean encontrar una fuente de trabajo, además que es muy escuchada por la población tarijeña para realizar recomendaciones.

Se tendrá estas fuentes de búsqueda, ya que mientras más postulantes haya habrá más opciones de seleccionar al mejor personal.

Las personas que deseen ocupar los diferentes puestos en la empresa “Espárragos San Pedro” deberán presentarse con el propietario con su curriculum vitae.

5.5.2. Selección

1) Recepción de curriculum

Se recepcionará el curriculum de todos los postulantes con todos los requisitos preestablecidos en la convocatoria.

2) Evaluación de los curriculum recepcionados

Atravez de los curriculum se comparará el mismo con el perfil del puesto, de esta manera se obtendrán aquellos candidatos que cumplan con los requisitos mínimos o básicos para poder ocupar el puesto.

3) Entrevista

Una vez culminado el proceso de selección, se procederá con la entrevista, que consistirá en un diálogo formal con el postulante, que tendrá un tiempo estimado de 20 minutos por cada uno de los seleccionados.

En la entrevista se tomarán muchos aspectos que serán evaluados rigurosamente por el propietario para así no equivocarse a la hora de seleccionar a los mejores.

Inicio de la entrevista: se evaluarán los siguientes aspectos

- Expresión facial
- Tono de voz
- Gestos
- Contacto visual
- Continuidad
- Uso del humor
- Flexibilidad
- Seguridad
- Experiencia en el área
- Funciones y responsabilidades actuales y anteriores
- Trayecto laboral
- Área familiar: familia actual y/o de origen, relaciones, educación
- Puntos fuertes y débiles

Verificación de datos. Se verificará los datos que el postulante ofreció. Las referencias laborales pueden dar importante información sobre el mismo.

Decisión de contratar. Esta decisión la tomará el propietario, de acuerdo al puntaje que de la entrevista y el curriculum.

Las puntuaciones se realizarán de la siguiente manera:

EVALUACIÓN	
Curriculum vitae	40 pts.
Entrevista	60 pts.
TOTAL	100 pts.

5.5.3. Contratación

Una vez seleccionado al personal adecuado se procederá a la contratación del mismo. Para la contratación de los puestos en los que se requieren o no profesión, se realizará una redacción de un documento (contrato de trabajo) con todas las cláusulas necesarias que beneficien tanto al trabajador como a la empresa, para luego proceder a la firma del contrato legal. Donde quedaría especificado en mutuo acuerdo las obligaciones y responsabilidades de las partes firmantes.

Después de haber tomado en cuenta las especificaciones de cada puesto en el proceso de reclutamiento, la contratación será de la persona que mejor cumpla con los requisitos del puesto del que se trata.

5.5.4. Inducción

La contratación del candidato, significa que el trabajador ya forma parte de la empresa “Espárragos San Pedro”.

El nuevo personal se encontrará ante lo desconocido como: normas, procedimientos y costumbres extrañas que pueden afectar en forma negativa su eficiencia y satisfacción, en ese sentido la empresa se preocupará por informar de todo lo anterior al nuevo personal mediante

planes y programas de inducción, cuyo objeto es acelerar la integración del nuevo personal a su lugar de trabajo y a la empresa.

La empresa “Espárragos San Pedro” en la inducción del nuevo integrante a la empresa, y con el objeto de hacer que el trabajador se adapte de una manera más favorable y más rápido a la empresa, se seguirá el siguiente proceso de inducción:

➤ **Primera etapa: Bienvenida**

Se realizará el recibimiento del nuevo personal, dándoles una calurosa bienvenida a la empresa como también a su puesto de trabajo.

➤ **Segunda etapa: Introducción a la empresa**

En esta etapa se suministra al nuevo trabajador información general de la empresa, también se le proporcionará todas las herramientas administrativas como el manual de funciones, reglamentos, organigramas, etc. Para así facilitar la integración de manera favorable en la empresa.

➤ **Tercera etapa: Seguimiento**

Se garantizará un desarrollo adecuado del programa de inducción y se retroalimentará el programa como también se realizará los ajustes necesarios.

➤ **Cuarta etapa: Proceso de enseñanza**

Se realizará de tal forma que se sigan los siguientes pasos:

- ✓ Indagar y preparar al trabajador.
- ✓ Demostrar las tareas que debe realizar.
- ✓ Ensayar la ejecución de las operaciones.
- ✓ Hacer seguimiento y comprobar si logró los objetivos.
- ✓ Estimular la participación.

5.5.5. Desarrollo personal

Para incrementar y mejorar de manera constante la productividad y eficiencia de la empresa “Espárragos San Pedro”, será necesaria una capacitación y motivación constante de parte del gerente de la empresa.

El proceso de desarrollo del personal que se seguirá será el siguiente tomando en cuenta todos los aspectos importantes:

- **El entrenamiento:** consistirá en la preparación para un esfuerzo físico y mental para desempeñar un trabajo más eficiente. Lo integran el adiestramiento como también la capacitación.

- **La capacitación:** en el que se tratará la incorporación del aspecto teórico y práctico, para ser más eficiente en su trabajo y además este proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que se necesitan para realizar su trabajo, proporcionará mejores ideas.

En este sentido contar con un recurso humano satisfecho y contento en la empresa, será un elemento altamente productivo y competitivo con un grado máximo de lealtad hacia ésta, que se refleja en el desarrollo de sus actividades de manera eficiente y eficaz.

5.6. Administración de Sueldos y salarios

La administración de sueldos y salarios de la empresa “Espárragos San Pedro” considerará el marco de las leyes vigentes en el país comprendidas en la legislación laboral.

El manejo eficiente de un sistema de sueldos y salarios reflejara en la actitud que tenga el personal hacia su trabajo, sus compañeros, su jefe y a su empresa. La técnica para determinar tanto el sueldo como el salario que perciba el recurso humano en la empresa espárragos San Pedro será la nómina, documento donde se encuentra la relación de empleados y se muestran las percepciones y deducciones derivadas de una relación laboral.

Para conocer la nómina para el pago de sueldos (ver anexo 20)

A continuación, se detalla el personal que será requerido para la producción de los espárragos en conserva como también su parte administrativa en ambos casos es una remuneración fija.

PERSONAL DE PRODUCCIÓN

MANO DE OBRA DIRECTA	SUELDO MENSUAL Bs.
Operario 1	2.160
Operario 2	2.160
Total	4.320

PERSONAL ADMINISTRATIVO

MANO DE OBRA INDIRECTA	SUELDO MENSUAL Bs.
Encargado de ventas	3.000
Total	3.000

CAPÍTULO VI
MARCO LEGAL DE LA
ORGANIZACIÓN

6. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

6.1. Tipo de sociedad

Se estructurará una microempresa, y de acuerdo al código de comercio la figura legal correspondería a una Empresa Unipersonal, se entiende por comerciante individual o empresa unipersonal, a la persona natural que ejerce el comercio en forma individual y por cuenta propia, haciendo de esta una actividad económica habitual.

Se consideró este tipo de empresa ya que el propietario de la empresa es una sola persona que se hace cargo de las responsabilidades sociales generadas por esta empresa. Además, que sería una microempresa por el hecho que no supera los 10 trabajadores estipulados por ley.

Los pasos legales que se deben realizar para la implementación de nuestro proyecto son los siguientes:

- Constitución legal de la empresa en Bolivia
- Inscripción en el registro de comercio (FUNDEMPRESA)
- Inscripción en el Servicio de Impuestos Nacionales
- Inscripción a la Municipalidad
- Inscripción en el Ministerio de Trabajo
- Afiliación a la Caja Nacional de Salud

6.2. Constitución legal de la empresa en Bolivia

La constitución de la empresa deberá realizarse ante un notario de fe pública y deberá contemplar los siguientes pasos:

- Lugar y fecha de constitución
- Nombre, edad, estado civil, nacionalidad, profesión y dirección de las personas nacionales o jurídicas
- Nombre y dirección de la empresa
- Giro o razón social
- Montos de acciones o cuotas de capital
- Plazo de duración

- La manera en la que se llevará a cabo la empresa y el control asimismo de los nombres de los representantes legales
- Previsiones para reservas
- La manera en la que el directorio convocará, constituirá y tomará decisiones en las reuniones generales
- Derechos y obligaciones de los accionistas
- Disolución liquidación y arbitraje

6.3. Obligaciones fiscales

Las instituciones que regulan el funcionamiento de las empresas en la ciudad de Tarija son las siguientes:

- Registro de la empresa en la cámara de comercio
- Obtención del NIT, además determina el tipo de impuesto que se tiene que pagar como el IUE (25%) anualmente, IVA (13%) el IT (3%) mensualmente.
- Padrón municipal y licencia de funcionamiento
- Afiliación de la empresa y las personas que trabajan en ella
- Registro del empleador

6.4. Fundempresa

Con el objeto de establecer si el nombre comercial no se encuentra registrado, el trámite de consulta de Control de Homonimia se constituye en el mecanismo operativo del emprendedor para conocer la viabilidad del uso del nombre de su emprendimiento.

Efectuar el registro de comercio de acuerdo a la forma legal que tendrá la empresa para ver los requisitos que influyen, los cuales son: **(ver anexo N°7)**

6.5. Servicio de impuestos nacionales

Este paso es primordial, debido a que comenzamos a formar parte de los contribuyentes y así poder iniciar nuestra actividad, además de su tramitación no lleva mucho tiempo tan solo unos minutos, si se cuenta con todos los papeles que se requiere y el cual no tiene costo alguno. De

esta manera se puede obtener el número de identificación tributaria (NIT) según régimen impositivo.

Refiere a la Inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes para la obtención del NIT que es el número de identificación tributaria, para estar registrado y poder funcionar legalmente.

Requisitos: (ver Anexo 8)

La entrega del certificado NIT es inmediata, si se cumplen con los requisitos indicados.

Una vez obtenido el certificado NIT, la empresa, tiene 20 días para presentar su balance de apertura, que indica el inicio de actividades.

Impuestos a pagar

- IVA (impuesto al valor agregado); 13%
- IT (impuesto a las transacciones); 3%
- IUE (impuestos a las utilidades de las empresas); 25%

6.6. Inscripción a la municipalidad

Se pueden obtener los formularios utilizando el NIT ya obtenido y el nombre que acompaña a este ya sea una persona natural o jurídica. Para obtener la licencia de funcionamiento según el sector de servicio.

Pero el gobierno municipal para otorgar la licencia de funcionamiento una vez presentados todos los requisitos y previo el de dicha licencia efectuará una inspección mediante la cual verificará las condiciones técnicas (conexiones de agua, luz, gas, etc.), condiciones ambientales (respecto al ruido), condiciones laborales, higiene, salubridad, de tal manera que se apruebe o rechace la respectiva solicitud de licencia de funcionamiento, los requisitos y pasos a seguir son los siguientes: **(Ver Anexo 9)**

6.7. Afiliación al seguro de salud

El propósito es afiliar al empleador y al trabajador en el Seguro a Corto Plazo, para que el personal dependiente acuda en caso de enfermedades y accidentes comunes que no necesariamente tienen relación con la actividad laboral ni las condiciones de trabajo, como ser:

Enfermedad, Maternidad, Riesgos Profesionales y Asignaciones Familiares que comprenden los subsidios, natalidad, lactancia y sepelio.

Los requisitos son los siguientes: **(ver Anexo 10)**

6.8. Administración de fondo de pensiones

El propósito del procedimiento es dotar de un seguro a largo plazo para el bienestar de los empleados a través de pensiones justas y dignas, una vez cumplan sus años de servicio o su etapa laboral, o cualquier imprevisto estipulado en la ley.

Alcance

Las Empresas en territorio boliviano, están en la obligación de registrarse y asegurar a sus dependientes en el Sistema Integral de Pensiones – SIP.

Los requisitos que se deben cumplir son los siguientes: **(ver Anexo 11)**

6.9. Ministerio de trabajo

Como empresa funcionando legalmente, se requiere que al momento que se empiece a contratar personal, la empresa debe registrarse como empleador ante el Ministerio de Trabajo Empleo y Previsión Social y obtener el Certificado de Inscripción en el Registro Obligatorio de Empleadores (ROE), para el cumplimiento de la normativa laboral.

Alcance

El registro obligatorio de empleadores es aplicado para empresas que cuentan con personas dependientes de la misma, es decir que cuenten con personal trabajando en la empresa

Los requisitos que se deben cumplir son los siguientes: **(ver anexo 12)**

6.10. SENASAG

Los requisitos son los siguientes: **(ver Anexo 13)**

CAPÍTULO VII

PLAN FINANCIERO

7. PLAN FINANCIERO

7.1. OBJETIVOS

7.1.1. Objetivo general

Determinar la viabilidad económica del negocio y analizar si reúne las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias para llevarlo a cabo, todo esto con la ayuda de los diferentes indicadores financieros.

7.1.2. Objetivos específicos

- Determinar el monto de inversión requerida y el tiempo que será realizada.
- Analizar indicadores financieros óptimos que reflejen la rentabilidad de la empresa acorto y largo plazo.
- Determinar la rentabilidad y viabilidad del plan de negocios.

7.2. INVERSIÓN

7.2.1. Inversión fija

El presente plan de negocios requiere la adquisición de las herramientas necesarias para la producción equipo de computación para su funcionamiento, que llegan a ser activos fijos de la empresa. Para lo que se detallaran los costos para conocer la inversión que se debe materializar.

Para llevar a cabo la producción y comercialización de espárragos en conserva se necesitarán las siguientes herramientas:

HERRAMIENTAS

CUADRO N° 17

INVERSIÓN DE HERRAMIENTAS EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1.	Bandejas de plástico	PZA	4	10	40

2.	Cuchillos	PZA	3	15	45
3.	Baldes	PZA	2	20	40
4.	Tabla de madera	PZA	2	40	80
5.	Ollas de aluminio	PZA	2	40	80
6.	Termómetro	PZA	1	120	120
7.	Balanza de precisión para gramos	PZA	1	370	370
8.	Balanza de precisión para kilogramos	PZA	1	240	240
9.	Bandeja de secado	PZA	1	80	80
Total, Inversión inicial					1.095

(Ver Anexo 14)

MUEBLES Y ENSERES

CUADRO N° 18

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1.	Estante	PZA	2	400	800
2.	Sillas	PZA	3	100	300

3.	Escritorio	PZA	1	500	500
4.	Mesa de trabajo	PZA	1	250	250
Total, Inversión inicial					1.850

(Ver Anexo 15)

VEHÍCULO DE DISTRIBUCIÓN

CUADRO N° 19

INVERSIÓN EN VEHÍCULO EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1.	Vehículo	PZA	1	69.600	69.600
Total, Inversión inicial					69.600

(ver Anexo 16)

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO N° 20

INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN EXPRESADO EN BOLIVIANOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1.	Computadora de escritorio	PZA	1	2.800	2.800
Total, Inversión inicial					2.800

(ver Anexo 17)

Para calcular la inversión fija se sumarán todos los costos que se mencionaron anteriormente para así conocer el total de toda la inversión fija.

RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA INICIAL

CUADRO N° 21

RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA INICIAL EXPRESADO EN BOLIVIANOS		
N°	DETALLE	TOTAL
1.	Herramientas	1.095
2.	Muebles y enseres	1.850
3.	Equipo de computación	2.800
4.	Vehículo	69.600
Subtotal Inversión Inicial		75.345

7.2.2. Inversión diferida

- **Gastos de Organización:** Para iniciar con la actividad de producción y comercialización de los espárragos en conserva se debe recurrir a siete instancias (FUNDEMPRESA, Servicio Nacional de Impuestos, Alcaldía Municipal, Caja Nacional de Salud, Fondo de Pensiones, Ministerio de trabajo y Cámara Sectorial Respectiva). Para cumplir con la parte legal, lo que significa incurrir en gastos de documentación, pagos por inscripción a instituciones y otros gastos que serán considerados en este acápite. Para ello se estima una inversión de **1.063 Bs.**

- **Gastos de Capacitación:** Se capacitará a todo el personal para que tengan un conocimiento apropiado de la empresa y del producto, atención al cliente, además se instruirá a los operarios de producción de los espárragos en conserva y demás actualizaciones necesarias. La inversión para la capacitación será **500 bs.**

INVERSIÓN DIFERIDA

CUADRO N° 22

INVERSIÓN DIFERIDA EXPRESADO EN BOLIVIANOS		
N°	DETALLE	TOTAL
1.	Gastos de Organización	1.063
2.	Gastos de Capacitación	500
TOTAL		1.563

DEPRECIACIONES

La depreciación de los activos fijos comprados se detalla a continuación:

DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES

CUADRO N° 23

DETALLE	CANTIDAD	INVERSIÓN	DEPRECIACIÓN%	DEPRESACIÓN ANUAL
Estante	2	800	10%	80
Escritorio	1	500	10%	50
Sillas	3	300	10%	30
Mesa	1	250	10%	25
TOTAL				185

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO N° 24

DETALLE	CANTIDAD	INVERSIÓN	DEPRECIACIÓN %	DEPRESACIÓN ANUAL
Equipo de computación	1	2800	25%	700
TOTAL				700

DEPRECIACIÓN VEHÍCULO

CUADRO N° 25

DETALLE	CANTIDAD	INVERSIÓN	DEPRECIACIÓN %	DEPRESACIÓN ANUAL
Vehículo		69.600	20%	13.920
total				13.920

TOTAL, DEPRECIACIÓN

CUADRO N° 26

ACTIVOS FIJOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	185
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	700
VEHÍCULO	13.920
TOTAL, DEPRECIACIÓN	14.805

7.2.3. Valor Residual

N°	ACTIVO TANGIBLES	MONTO (Bs.)	TASA DE DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL/AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	5 DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR RESIDUAL (Bs.)
1	Muebles y enseres	1.850	10%	10	185	925	925
2	Equipo de computación	2.800	25%	4	700	3.500	700
3	Vehículo	69.600	20%	5	13.920	69.600	0
	TOTAL	74.250				74.025	1.625

7.3. FINANCIAMIENTO

Espárragos San Pedro asumirá el 100% del total de la inversión que se requerirá para implementar el plan de negocios, por lo tanto, se manejará recursos financieros propios y no se requerirá financiamiento externo.

7.4. ANALISIS DE INGRESOS

7.4.1. Ingresos

Se tomará en cuenta los ingresos por la venta de los espárragos en conserva el total de los ingresos proveerá por concepto de ventas a intermediarios, que estos serán el 100% de las ventas totales.

INGRESOS ANUALES

Tomando en cuenta que se producirán 54kg al día, esto equivale a 162 envases del producto, ahora para obtener la producción mensual se multiplica los 162 envases por día con los 24 días hábiles trabajados durante el mes.

CUADRO N° 27

Ventas de espárrago conserva	de en	Porcentajes de Ventas (Total Producción P/mes)	Producción Mensual	Precio P/Envase Bs	Ingreso Mensual Bs	Ingreso Anual

Intermediarios	100%	3.888	16	62.208	248.832
TOTAL					248.832

7.5.2. Proyección de ingresos

Seguidamente, se muestra los ingresos proyectados por ventas de los espárragos en conserva con una proyección constante sin incremento, debido a que el producto es nuevo y su aceptación y demanda sería incierta. Además, que no se tiene estudios previos sobre el consumo de espárragos en conserva en la ciudad de Tarija.

PROYECCIÓN DE INGRESOS

CUADRO N° 28

AÑO	2021	2022	2023	2024	2025
PRODUCCIÓN (3.888 envases/mes)	15.552	15.552	15.552	15.552	15.552
Precio a intermediarios	16	16	16	16	16
Ingreso por venta a intermediarios (100%)	248.832	248.832	248.832	248.832	248.832
Total	248.832	248.832	248.832	248.832	248.832

7.6. ANÁLISIS DE COSTOS

En esta parte se debe analizar todos los costos en los que la empresa debe incurrir, para esto es necesario analizar los costos fijos y costos variables.

7.6.1. Costos fijos

Se determinaron como costos fijos los sueldos de los empleados, publicidad y propaganda que requerirá la empresa.

PERSONAL DE PRODUCCIÓN

CUADRO N° 29

Mano de obra directa	Sueldo mensual bs.	Aguinaldo	Total, pagado anual + aguinaldo
Operario 1	2.160	720	9.360
Operario 2	2.160	720	9.360
TOTAL	4.320	1.440	18.720

Aguinaldo

$$\text{Meses} = \frac{2.160}{12} \times 4 = 720 \quad \text{aguinaldo por 4 meses} = 720$$

CUADRO N° 30

PERSONAL ADMINISTRATIVO

MANO DE OBRA INDIRECTA	SUELDO MENSUAL Bs.	AGUINALDO	TOTAL, PAGADO ANUAL + AGUINALDO
Encargado de Ventas	3.000	3.000	39.000
TOTAL	3.000	3.000	39.000

Aguinaldo

$$\text{Meses} = \frac{3.000}{12} \times 12 = 3.000 \quad \text{aguinaldo por los 12 meses} = 3.000$$

CUADRO N° 31

Descripción puestos	Total, pagado anual + aguinaldo
Operario 1 y 2	18.720
Encargado de Ventas	39.000
TOTAL	57.720

SERVICIOS BÁSICOS

CUADRO N° 32

DESCRIPCIÓN	TOTAL, MENSUAL Bs	TOTAL, ANUAL Bs
Electricidad	100	1.200
Agua potable	50	600
Gas domiciliario	24	288
Total		2.088

PUBLICIDAD

CUADRO N° 33

DESCRIPCIÓN	TOTAL, MENSUAL Bs	TOTAL, ANUAL Bs
Televisión	240	2.880
Redes sociales	100	1.200
Total		4.080

RESUMEN COSTOS FIJOS TOTALES

CUADRO N° 34

DESCRIPCIÓN	TOTAL, ANUAL Bs
Sueldos y salarios	57.720
Servicios básicos	2.088
Publicidad	4.080
TOTAL	63.888

7.6.2. Costos variables

Se identificaron como costos variables a la materia prima y materiales auxiliares a utilizar para la producción de los espárragos en conserva.

INSUMOS PARA ELABORAR 54 Kg DE ESPÁRRAGO

CUADRO N° 35

Producto	Cantidad	Precio unitario	Total
Espárragos	54 kg	12 Bs/kg	648 Bs
Vinagre	24 litros	10 Bs/2 litros	240 Bs
Pimienta	3 bolsas	1 Bs	3 Bs
Laurel	3 bolsas	1 Bs	3 Bs
Sal	600 gr	1 Bs / kg	0,60 ctvs.
Azúcar	600 gr	5 Bs / kg	1,20 ctvs.
Sorbato de Potasio	27 gr	18 Bs / 250gr	1,80 ctvs.
Ácido cítrico	27 gr	6 Bs / 250gr	0,66 ctvs.
Envases de vidrio	162	3,5 Bs / unidad	567 Bs
TOTAL			1.465,3

MATERIALES AUXILIARES

CUADRO N° 36

MATERIALES	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO Bs	COSTO MENSUAL Bs	COSTO ANUAL Bs
Etiquetas Adhesivas	3.888 unid.	0,40	1.555,2	6.220,8
TOTAL				6.220,8

RESUMEN COSTOS VARIABLES TOTALES

CUADRO N° 37

DESCRIPCION	TOTAL, ANUAL Bs
Insumos para producir el producto	140.665
Materiales auxiliares	6.220,8
TOTAL	146.886

7.7. BALANCE DE APERTURA

CUADRO N° 38

BALANCE DE APERTURA

PRACTICADO AL 01 DE ENERO DE 2021

(EXPRESADO EN BS.)

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	1.563	PATRIMONIO	76.908
Caja	1.563	Capital contable	
Banco			

ACTIVO NO CORRIENTE	75.345		
Vehículo	69.600		
Equipo de computación	2.800		
Muebles y enseres	1.850		
Herramientas	1.095		
TOTAL, ACTIVO	76.908	TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	76.908

7.8. FLUJO DE CAJA

En la elaboración del flujo de efectivo de la empresa Espárragos San Pedro, se tomará en cuenta todos los ingresos y costos anuales estimados, el capital y la inversión inicial en un periodo de 5 años. Cabe recalcar que la producción en los determinados periodos es constante esto porque es un producto nuevo y al aumentar la producción y no venderse generaría perdidas.

FLUJO DE CAJA

PRACTICADO AL 30 DE DICIEMBRE DE 2021-2025

(EXPRESADO EN BOLIVIANOS)

FLUJO ECONOMICO (Bs)	0	2021	2022	2023	2024	2025
PRODUCCIÓN (3.888 envases/mes)		15.552	15.552	15.552	15.552	15.552
Precio a intermediarios		16	16	16	16	16
TOTAL, INGRESOS		248.832	248.832	248.832	248.832	248.832
Ingreso por venta a		248.832	248.832	248.832	248.832	248.832

intermediarios (100%)						
TOTAL, COSTOS		225.579	225.579	225.579	225.579	225.579
Costos Variables		146.886	146.886	146.886	146.886	146.886
Costos Fijos		63.888	63.888	63.888	63.888	63.888
Depreciación		14.805	14.805	14.805	14.805	14.805
Flujo Bruto		23.053	23.053	23.053	23.053	23.053
IUE (25%)		5.763	5.763	5.763	5.763	5.763
Utilidad Neta		17.290	17.290	17.290	17.290	17.290
Depreciaciones (+)		14.805	14.805	14.805	14.805	14.805
Inversión Fija	- 75.345					
Inversión	-1.563					
Flujo de Caja	-76.908	32.095	32.095	32.095	32.095	32.095

7.8.1. Valor actual neto (VAN)

Se define como valor actual neto a las sumatoria de los flujos netos menos la inversión inicial, es una medida de rentabilidad absoluta del proyecto. El costo promedio ponderado con la que se trabajara en el VAN es del 7%.

$$VAN = \frac{FC}{(1+k)^n} + ..$$

$$VAN = \frac{FC}{(1+k)^1} + \frac{FC}{(1+k)^2} + \frac{FC}{(1+k)^3} + \frac{FC}{(1+k)^4} + \frac{FC}{(1+k)^5} - INV_{inicial}$$

$$VAN = \frac{32.095}{(1+0,07)^1} + \frac{32.095}{(1+0,07)^2} + \frac{32.095}{(1+0,07)^3} + \frac{32.095}{(1+0,07)^4} + \frac{32.095}{(1+0,07)^5} - 76.908$$

$$VAN = 131.596 - 76.908$$

$$VAN = 54.668$$

Este resultado del VAN financiero calculado significa que una vez que el inversionista, en este caso el propietario de la empresa invierta, podrá recuperar lo invertido y obtendrá un monto adicional.

7.8.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Esa aquella tasa de actualización que nos anula la rentabilidad del proyecto, es decir que el VAN = 0, la TIR representa la rentabilidad general del proyecto, que igualará el valor presente de las entradas de efectivo con la inversión

$$TIR = \frac{32.095 + 32.095 + 32.095 + 32.095 + 32.095 - 76.908}{(1 * 32.095) + (2 * 32.095) + (3 * 32.095) + (4 * 32.095) + (5 * 32.095)}$$

$$TIR = \frac{83.567}{481.425} = 0,17 = 17\%$$

La TIR es la tasa que iguala los flujos de efectivo con la inversión inicial del plan de negocios. Por lo tanto, se considera que es el porcentaje de rendimiento que se obtiene al invertir en el mismo. Para este caso, la TIR es del 17 % el cual es superior al 7% del costo promedio ponderado.

7.8.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

CUADRO N° 39

PERIODO	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
1	0	-76.908	-76.908
2	1		32.095
3	2		32.095

4	3		32.095	19.377
5	4		32.095	51.472
6	5		32.095	83.567

$$PRI = Tn + \frac{(SA1)}{(SA2)}$$

$$PRI = 2 + \frac{(12.718)}{(19.377)}$$

$PRI = 2,65 = 2$ años y 6 meses

Los resultados del cuadro anterior y aplicando la formula muestran que la inversión se recupera en un año y dos meses lo cual es favorable para el plan de negocios.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Después de haber realizado las justificaciones correspondientes, pudimos comprobar que el negocio tiene todas las características que lo hacen rentable, además que las justificaciones lo respaldan para así seguir adelante y con los objetivos planteados a largo plazo.

- Efectuada la investigación de mercados, se pudo apreciar que la población, en este caso las amas de casa de la ciudad de Tarija, si están dispuestas a consumir los espárragos en conserva, además que existe una aceptación y preferencia por lo nutritivo que es el producto lo cual lo hace más atractivo en el mercado, como también se pudieron detectar los clientes potenciales, como también los atributos que estos más valoran a la hora de comprar esta clase de productos.

- “Espárragos San Pedro” representa una alternativa atrayente para los consumidores porque es un producto rico en nutrientes y con el mínimo uso de conservantes. Además, en el mercado no existe un producto igual, es por esta razón que espárragos san pedro tiene la posibilidad de ampliarse en el mercado tarijeño.

- Con el estudio financiero que se realizó se determinó que el plan de negocios es rentable, ya que los indicadores el VAN, la TIR y el periodo de recuperación son favorables. La inversión se recupera en 2 años y 6 meses con una rentabilidad positiva. Además, el VAN resulta positivo lo que indica que es factible realizar la inversión. También la inversión nos resulta rentable debido a que la TIR es superior al costo de capital que es 7%, esta TIR con un 17%.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar el presente plan de negocios, teniendo en cuenta la responsabilidad social y ambiental que es el producir y comercializar los espárragos en conserva, además de ser un producto novedoso en el mercado tarijeño es rico en proteínas y muchos nutrientes que ayudarían a una mejor alimentación de las familias del departamento de Tarija.
- El primer año siempre es importante para el posicionamiento de cualquier empresa y esta llegue a satisfacer las necesidades de las personas, es por esta razón que se aconseja invertir en estrategias de publicidad para que las personas puedan conocer sobre los beneficios de los espárragos y pueda aumentar el mercado potencial, como también en las estrategias de diferenciación y posicionamiento, además de una mejora constante del producto para así mantener a sus clientes y estos sean fieles al producto.
- Se recomienda la contratación de un encargado en el área financiera, ya que un mal manejo no solo ocasionaría un descenso de las utilidades de la empresa, sino que perdería el prestigio que con el tiempo ira ganando.
- Se recomienda utilizar un método de selección del personal apropiado, estos que cumplan con las características del cargo a ocupar y se identifiquen con los valores de la empresa, realicen su trabajo con mucha responsabilidad e higiene para siempre tener un producto de calidad reconocido por nuestros clientes.
- Es importante cada año realizar un estudio sobre el mercado al cual nos abarcamos, por esta razón recomendamos hacer investigaciones por el hecho que es un producto nuevo y así tener un panorama claro sobre nuestras ventas futuras y rentabilidad.