

PLAN DE NEGOCIOS PARA PANADERÍA Y CAFETERÍA MODERNA-TRADICIONAL EN LA CIUDAD DE TARIJA

CAPÍTULO I

PLAN DE TRABAJO

1. PERFIL DEL TRABAJO

1.1. ANTECEDENTES

La ciudad de Tarija se caracteriza por tener una gran gastronomía con una variedad de platos, sin embargo, la repostería no se queda atrás, ya que entre la variedad de masas se encuentra la empanada blanqueada y las tradicionales masitas, las cuales son de las más preferidas en la población para el consumo. En Tarija existen varios puntos de venta de empanadas blanqueadas y masitas, pero sin lugar a dudas las afueras de la iglesia San Roque es el lugar más visitado por la población de Tarija para degustar de este producto. Según una nota periódica redactada el año 2017 por La Voz Tarija; Eladia Fernández vende las empanadas blanqueadas desde hace más de 36 años, y es una de las personas más votadas por la gente para adquirir este producto.

En la ciudad de Tarija se puede evidenciar alrededor de nuestras plazas la existencia de cafeterías donde la población se sienta a degustar de un café caliente acompañado de un pan o una masita, actualmente están cerrados por ser considerados “focos de contagio” ante la situación que estamos pasando por el COVID-19, es aquí donde surge la idea de juntar el arte de la repostería que nos transmitió mi abuela (Eladia Fernández) con la implementación de una cafetería en la ciudad de Tarija para dar como resultado una “Panadería y Cafetería” que pretenda mezclar lo moderno y lo tradicional en un solo negocio, además proponiendo normas de bioseguridad para hacer que dicho establecimiento no sea considerado un “Foco de contagio” buscando alternativas para llegar a la mente del consumidor como una “Panadería y Cafetería” segura y confiable ante esta situación en la que el mundo está involucrada como lo viene a ser el COVID-19.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Gracias a mi abuela quien trajo el arte de la repostería a la familia preparando no solo empanadas blanqueadas, sino que también variedad de masas y postres, ha despertado en mí la idea de llevar la gran herencia de la familia a algo más que “un puesto de empanadas blanqueadas”.

La repostería hoy en día se ha convertido en un sustento para mi familia ya que en este tiempo de cuarentena nos hemos dedicado a la elaboración de una gran variedad de masas como ser: empanadas blanqueadas, empanadas de queso, hojarasca, galletas, masitas, etc.

1.2.1 Justificación Teórica

Viendo con buenos ojos esta oportunidad que se me presenta de aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera universitaria he decidido aplicarlo en un tema que conozco muy bien desde que era niño que viene a ser el negocio de la repostería. Se realizará una investigación de mercados, un plan de marketing, un plan de producción, un plan organizacional y de recursos humanos, Un plan financiero donde se aplicarán indicadores financieros como ser; la tasa interna de retorno TIR, valor actual neto VAN, flujos de Caja, etc.

1.2.2 Justificación Práctica

El presente proyecto creará un plan de negocios que consiste en implementar una panadería y cafetería que fusione lo tradicional con lo moderno, el ayer con el hoy. La motivación por realizar este Plan de Negocios es la de establecer la viabilidad y factibilidad de la idea de negocio, lo cual nos permitirá tener mayor claridad sobre el negocio, la inversión que se requiere y cuáles son las ganancias que se espera obtener en determinado período.

1.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

- No debemos olvidar que el mundo está atravesando en una situación excepcional y que requiere de extrema prudencia como viene a ser el COVID-19.
- Se ha perdido la costumbre de visitar cafeterías y degustar de un café caliente acompañado de un pan o una masita, ya que estos establecimientos son considerados “focos de contagio”.
- La población en general se encuentra refugiada en casa lo cual hace que no visiten establecimientos de estas características.
- La tecnología y la digitalización son y serán piezas clave para afrontar cualquier desafío económico, sanitario, ecológico o social, para controlar el COVID-19.

1.3.1. Definición de la oportunidad de negocio

Es por eso que veo la necesidad de crear un plan de negocios para una panadería y cafetería que pretende mezclar lo físico con lo digital, mezclar el ayer que hace referencia a la manera tradicional de ver una panadería y cafetería, con el hoy que involucra la tecnología y el Covid-19, a raíz de esto el propósito es crear una panadería y cafetería que cuente con todas las normas de bioseguridad y hacer que el mismo establecimiento no sea considerado un “foco de contagio” para así evolucionar de manera constante hacia el futuro con ayuda de la tecnología, plasmando su pensamiento en lo que vendría a ser la Tradición y modernidad, poniéndose a disposición de cada uno de sus clientes para satisfacer sus necesidades culinarias de acuerdo a sus gustos y preferencias.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la creación de una “panadería y cafetería” reconocida a nivel departamental por su calidad en sus productos y excelente servicio.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Analizar las diferentes oportunidades por las cuales podemos llegar a nuestros clientes.
- ✓ Determinar la factibilidad y viabilidad de nuestro negocio.
- ✓ Diseñar una cartera de productos que serán ofrecidos en nuestra Panadería y Cafetería.
- ✓ Determinar nuestra; Misión, visión, valores, etc.
- ✓ Identificar nuestras oportunidades y riesgos.

1.5. MARCO METODOLÓGICO

Para elaborar el presente Plan de Negocios se abordará en una primera fase una investigación exploratoria para poder profundizar nuestra idea de negocio por medio de Notas periódicas de la ciudad de Tarija, páginas web, etc.

En la segunda fase del Plan de negocios se abordará una investigación descriptiva para llegar a observar el comportamiento de nuestros posibles clientes sin influir en ello de ninguna manera, posteriormente se realizará una investigación correlacional con el propósito de detectar qué variables se encuentran conectadas entre sí, para finalmente concluir con una investigación explicativa para generar un sentido de entendimiento a nuestro plan de negocios.

Además de las siguientes herramientas como ser; análisis Financiero, investigación de mercados, plan de marketing, entre otras que llegarán a ser de ayuda fundamental para la elaboración de nuestro plan de negocios.

1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Delimitación teórica

Se abordará temas relacionados con la elaboración de plan de negocios como así también temas de administración, marketing, finanzas, operaciones, recursos humanos, todo esto con el fin de elaborar un plan que cumpla con todas las características y condiciones que determinen su factibilidad y viabilidad del negocio.

1.6.2. Delimitación geográfica

El presente trabajo tendrá cobertura geográfica en el departamento de Tarija provincia cercado, tomando en cuenta que también se deberá tomar información de otros lugares para la comparación de datos con respecto a nuestro negocio.

1.6.3. Delimitación temporal

Este trabajo tendrá una duración para su elaboración de tres meses empezando el tiempo del noveno semestre durante este lapso de tiempo se deberá realizar todo lo necesario para la elaboración del plan de negocios. Sumando a esto el décimo semestre donde se realizará la parte de elaboración del proyecto que también consta de una duración de 3 meses.

1.7 MARCO TEÓRICO

1.7.1 Definición de plan de negocios

Un plan de negocios es un documento que describe actividades para generar ganancia a través de la satisfacción de necesidades mediante el ofrecimiento de bienes o servicios.

1.7.2 ¿Para qué sirve un plan de negocio?

Nos ayuda a planificar las actividades del negocio, a tener un norte, a definir objetivos, como lograrlos y en qué tiempo lograrlos. Así mismo, permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descritas para generar ganancia, describe al detalle las actividades comerciales, productivas, logísticas, de recursos humanos, organizativas y financieras económicas con las cuales se logra el objetivo.

De otro lado, y muy importante, el plan de negocios ayuda a obtener financiamiento; pues es un documento que podría presentarse a inversionistas, organizaciones gubernamentales sin fines de lucro, asociaciones extranjeras, entidades bancarias u otras organizaciones del sector financiero para lograr dicho financiamiento mostrándole en el documento la viabilidad del negocio.

1.7.3 ¿Qué comprende un plan de negocios?

Un plan de negocios involucra una serie de planes internos de cada actividad (área funcional) de una organización (o futura organización). Es decir, debería contemplar un plan de marketing, un plan de producción (si hubiese manufactura), un plan logístico, un plan económico-financiero, un plan de recursos humanos entre las principales áreas. Ahora bien, no necesariamente todos los planes de negocios tienen detallado cada plan interno. Es más, no todos los negocios tienen o pretenden tener todas las áreas funcionales de una empresa; por ejemplo, no todos poseen o piensan poseer un área de recursos humanos.

El plan de negocios puede ser simple o complejo y muchas veces se centra en la parte comercial, logística-productiva y económica.

1.7.4 Definición de pan

El concepto de pan procede del vocablo latino “panis”. Así se llama al producto alimenticio que, por lo general, se elabora con agua, levadura y harina y se cocina en un horno.

El pan es un alimento esencial en muchas sociedades. Aunque existen múltiples recetas, lo habitual es que se emplee harina de trigo mezclada con agua y sal. El uso adicional de la levadura hace que la masa, antes de llegar al horno, fermente y gane volumen. De esta forma, el pan ya horneado resulta tierno y esponjoso. El concepto de pan se usa en muchos contextos como sinónimo de alimento, más bien como el símbolo mismo de la comida, ya que resulta un producto muy fácil de preparar y sus ingredientes son verdaderamente económicos. Esto no significa que cualquier persona pueda acceder al

pan; de hecho, las situaciones de pobreza extrema privan a la gente de cualquier alimento o servicio considerado fundamental.

1.7.5 Definición café

El café, es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las Rubiáceas.

Por extensión del término, se conoce como café a la bebida que se elabora mediante la infusión de esta semilla tostada y molida. Se trata de una bebida socializadora, ya que las personas suelen reunirse en torno a la práctica de beber café. En este sentido, el café es una excusa para las reuniones sociales y la conversación.

1.7.6 Antecedentes históricos del pan

Ser un alimento básico no es una fama que el pan se haya ganado de la noche a la mañana y es que tenemos constancia de que ya en la prehistoria se consumía, este es el origen del pan hasta nuestros días.

Al principio, como es lógico, se parecía poco al esponjoso producto que hoy conocemos como pan ya que, aunque se elaboraba con trigo y agua, no conocían la harina como tal, sino que machacaban los granos de cereal. Además, se cocía muy poco. Así, el producto resultante era mucho más basto, pero igualmente nutritivo y por este motivo tenía tanto valor en la dieta de nuestros antepasados.

Además, al ser un alimento que se podía elaborar durante todo el año, pues el almacenamiento del cereal y su conservación era relativamente fácil, era muy venerado. Tanto es así que se han encontrado hornos que datan del año 4.000 A.C y que se usaban específicamente para cocer pan.

Más parecido a lo que hoy entendemos por pan llegó con la civilización egipcia (en torno al 2.000 A.C). Si bien ya la masa se hacía igual, con harina y agua y se cocía, no se fermentaba. Fue como los grandes descubrimientos de la historia, por casualidad, como los egipcios descubrieron que fermentando la masa el pan estaba más jugoso.

En Grecia el pan llegó como un alimento exclusivo para los ricos, se lo veneró como un manjar de los dioses (por ello se usaba en celebraciones religiosas) pero no tardó mucho en extenderse también a todo el pueblo.

Los romanos mejoraron los molinos, los hornos y las máquinas de amasar. Además, crearon un pan específico para los militares cuya característica principal es que duraba varios días, lo que venía fenomenal para las largas marchas en pro de conquistas.

Durante la Edad Media sobrevino en Europa una época de carestía. Las cosechas de cereal descendieron notablemente, con lo que el consumo de pan blanco – el más valorado- quedó reducido a las clases pudientes y su elaboración se centró en los monasterios mientras que los más pobres volvieron al consumo de panes más bastos, elaborados con otros cereales y con poca cocción.

A finales del Siglo XII la situación comienza a recuperarse y el pan vuelve a extenderse como alimento básico a toda la población. Se crean entonces los gremios de panaderos, reconocidos como los “profesionales del pan” y regulados por el gobierno.

A finales del siglo XVIII con los progresos en la agricultura aumentan considerablemente las cosechas de trigo. Además, se mejora el molino, con los que se crean harinas más finas. Al aumentar la oferta el pan baja su precio y el pan blanco se generaliza para toda la población.

En el siglo XIX las mejoras continúan. Además de la invención del molino de vapor, los panaderos de este tiempo se dieron cuenta que, si tras la cocción se aireaba la masa, ésta esponjaba aún más a la vez que el sabor del producto final era más intenso y así elaboraban el pan tal y como lo hacemos hoy en día.

1.7.7 Antecedentes históricos del café

Esta ancestral infusión ha formado parte del ser humano durante siglos. El origen de la historia del café se localiza en Etiopía, África. Es tan antigua, que no existen documentos escritos sobre cuándo se comenzó a tomar. Eso se debe a que, en aquella época, la escritura no había llegado a esas regiones.

Todo lo que tenemos son algunas leyendas tribales que han perdurado durante años, como sabiduría popular. La más famosa dice así:

Se cuenta que los miembros de las tribus observaron cómo las cabras presentaban un comportamiento más energético de lo normal, tras comer cierto tipo de bayas. Algunos de ellos decidieron probarla y comprobaron esos beneficios, siendo las primeras personas en consumir café en toda la historia de la humanidad.

Esta leyenda procede de la tribu de Kaldi, localizada en las tierras altas de Etiopía. Referencia obtenida de la Asociación Nacional del Café de USA.

Aunque no se tienen documentos fidedignos sobre cuándo se comenzó a consumir, lo que sí sabemos es que no fue hasta el siglo XV, cuando aparecieron las primeras evidencias sólidas sobre su consumo. Si lo piensas, la escritura no apareció hasta el siglo IV A.C, y durante esos más de 2.000 años no se registró ninguna evidencia del consumo del café.

Fue por allá en el siglo XV, gracias a los registros de la comercialización del café entre Etiopía y los monasterios Sufistas de Yemen. Y cuya expansión se aceleró en el siglo XVI. Fue entonces cuando llegó al resto de la población, y a todo el mundo Islámico.

El siguiente salto fue a hacia Europa, principios del Siglo XVII. La historia del café en el viejo continente comienza en 1575, por un botánico Alemán llamado Leonhard Rauwolf, quién lo mencionó en una de sus exploraciones a África. Gracias a él, y a otros exploradores europeos, se comenzó a generar interés. Pocos años más tarde, al inicio del siglo XVII, se encuentran los primeros registros de comercio de café entre la república de Venecia y el norte de África.

Al nuevo mundo llegó por Nueva York, que por aquellos años se llamaba Nueva Ámsterdam, a mediados de 1600. Pero no fue hasta 1773 que se convirtió en la infusión por excelencia. El motivo, los altos impuestos que cargaba el rey Jorge sobre los productos más demandados, entre los que se encontraba el té.

Si este crecimiento parece impresionante, no es comparable con el experimentado durante el siglo XX. Fue entonces cuando el café pasó a ser la infusión más consumida

en toda la tierra. Ese es uno de los momentos clave de la historia del café. Gracias por la globalización de las culturas de los países más influyentes, y especialmente por la mejora en el transporte mundial.

El origen del nombre se debe curiosamente a esas cualidades durante la historia del café, que en su conjunto le dieron origen a su nombre actual. La palabra café es una derivación de Qahwa, que significa excitante, energético, vigoroso.

1.7.8 Definición de panadería

Se conoce como panadería al negocio especializado donde se produce y/o se comercializa el pan, así como también todo tipo de productos hechos en base a la harina.

1.7.9 Características de una panadería

Una de las características que suele diferenciar las panaderías que elaboran sus propios productos de aquellas que los reciben de distribuidores externos es que las primeras pueden vender el producto caliente, recién sacado del horno, con su corteza especialmente crujiente y su miga en su punto más húmedo y esponjoso. Pocas cosas se comparan con el placer que causa comer pan recién hecho, a pesar de la sencillez de su receta.

1.7.10 Definición de cafetería

Una cafetería es un establecimiento donde se sirve café. Por lo general estos recintos también ofrecen otras infusiones y bebidas, e incluso ciertos tipos de comida. Por ejemplo: “Mañana voy a reunirme con el dueño de la empresa en una cafetería del centro”, “Durante cinco años trabajé como camarera en una cafetería”, “¿Me acompañas a la cafetería? Quiero beber algo caliente para combatir el frío”.

1.7.11 Características de una cafetería

Las cafeterías pueden tener características muy distintas entre sí. En algunos casos, por la variedad de comidas que ofrecen, son comparables con un restaurante. Si se destacan por la cantidad de bebidas a disposición de los clientes, se asemejan a un bar.

En ocasiones, de hecho, un mismo espacio puede presentarse como cafetería, bar y restaurante.

Por lo general las cafeterías cuentan con varias mesas. Los clientes, al arribar, se sientan y aguardan que se acerque un camarero para tomarles el pedido y luego servirles aquello que han solicitado. Una cafetería también puede tener una barra donde el pedido se realiza directamente a aquel que prepara el café.

1.7.12 Panadería tradicional

Hoy en día existen diversos tipos de panaderías, ya que algunas cuentan con hornos, pero otras se limitan a vender el pan que se elabora en otros lugares.

Por lo tanto podemos encontrar panaderías independientes que tienen su propio horno y que, por lo general, se especializan en algunos panes en particular. Por otra parte, hay panaderías que comercializan los productos que genera alguna fábrica: no se dedican de este modo a la producción.

Cabe destacar que muchas panaderías realizan también productos de pastelería. Así, junto a los panes presentan tortas o pasteles; tartas; facturas o bollos; y otras propuestas. Incluso pueden poner a disposición de sus clientes ciertas comidas saladas como sándwiches y empanadas.

1.7.13 Cafetería tradicional

En los siglos XIX y XX, fundamentalmente, las cafeterías o cafés se convirtieron en centro de reunión de políticos, escritores y artistas. Así, en la capital de España se encuentra el emblemático Café Gijón, situado en el emblemático Paseo de Recoletos.

Fue abierto en 1888 y desde entonces han sido clientes del mismo ilustres personalidades del mundo cultural como Francisco Umbral, Truman Capote, Orson Welles, Ava Gardner, George Sanders o Fernando Fernán Gómez. Eso sin pasar por alto que se hicieron emblemáticos en la ciudad vecinos que acudían al local como madame “Pimentón” o el cerillero Alfonso.

Es posible encontrar cafeterías adentro o en las inmediaciones de lugares con gran afluencia de gente, como un hospital, una universidad o un aeropuerto. De esta manera se puede beber un café, consumir algún alimento o simplemente descansar.

Cabe destacar que, más allá de su función en el despacho de bebidas y comidas, las cafeterías tienen una gran relevancia social ya que se trata de lugares de encuentro. Muchas reuniones de distinto tipo se desarrollan en cafeterías.

1.7.14 Panaderías en el futuro

El sector de la panadería se está consolidando como uno de los más potentes dentro del mundo de la alimentación. Y es que, en los últimos años el pan se ha convertido en protagonista, tanto en su propio terreno, las panaderías, como en el ámbito de la restauración como elemento diferencial y de valor añadido que da lugar a nuevos modelos de negocio.

El pan ya no es sólo del panadero. Importa la maquinaria y la energía para que funcione, las manos que lo elaboren artesanalmente, los ingredientes y materia prima que se utilice, el personal que lo venda o lo sirva en un restaurante, el sabor que tenga, su textura, el olor o hasta su temperatura con qué se le acompañe.

Las panaderías optarán por modernizarse y aprovechar la tecnología de los códigos QR para dar información más detallada a los clientes sobre precios, valores nutricionales, ingredientes y alérgenos, en vez de llenar el espacio de carteles.

1.7.15 Cafeterías en el futuro

Una cafetería independiente debe luchar en varios frentes:

- Competencia con una imagen moderna e internacional y unos productos similares.
- Personal inestable, poco formado y con una productividad en descenso.
- Productos y servicios difíciles de diferenciar.
- Precios de alquiler por las nubes.

Una cafetería puede escoger el camino de crecer hacia dentro mejorando su servicio, su calidad de producto y su entorno. También puede innovarse en la oferta de servicios complementarios pues estos no terminan con la venta de tabaco, décimos de lotería o las máquinas tragaperras. Quizá tendría éxito un establecimiento en el que se supiera que en aquella mesita del rincón está sentado todo el día un representante de una agencia de compra-venta o alquiler de pisos o de una empresa de trabajo temporal o de contratación de músicos y artistas, por poner algunos ejemplos. Quizá no sería mala idea que en algunas mesas hubiera auriculares para escuchar música y hasta pudiera comprarse luego el CD. La opción de conectar ordenadores portátiles y acceder a Internet.

1.7.16 La tecnología y los negocios

Un cambio importante ha estado ocurriendo en los últimos años y que afecta al mundo: el rápido crecimiento de la tecnología y la rápida adopción por parte de las empresas y las personas. La tecnología ha transformado la forma en que interactúan las personas, tanto en su vida personal y profesional. Las empresas no sólo deben estar preparadas para atraer y retener el talento y que se sienta cómodo con estas nuevas características, también tienen que aprender que su negocio puede beneficiarse de ellos.

El fácil acceso a la tecnología está permitiendo a los nuevos modelos de negocio ponerse a prueba de una manera sencilla y económica. Cuando surgen estos nuevos modelos, la tecnología se convierte en una parte clave de la estrategia y las empresas deben replantearse las habilidades más importantes y reinventar. Las organizaciones necesitan – todas ellas – identificar el valor de su negocio, como el precio y luego comenzar a hacer cambios en la forma en que venden y cobran por sus productos. Este movimiento no es fácil y no sucede de la noche a la mañana, sin embargo, en 2017 vamos a ver más y más empresas en busca de una cultura digital.

CAPÍTULO II

PLAN DE TRABAJO

2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO

2.1.1. Análisis del entorno Político – Legal

Actualmente nos encontramos ante el comienzo de un gobierno elegido por el pueblo boliviano el pasado 18 de octubre del 2020 dando como resultado un binomio ganador conformado por Luis Arce y David Choquehuanca quienes son presidente y vicepresidente del Estado Plurinacional de Bolivia.

El presidente del Estado Plurinacional de Bolivia Luis Arce en su primer discurso hizo mención a la situación que enfrenta el País tanto política, sanitaria y económica en los cuales resalta la caída del PIB del 11.1 % según dato publicado por el INE, aumento de desempleo y por supuesto la pandemia que estamos enfrentando debido al COVID-19.

Debemos mantenernos expectantes y bien informados a las nuevas decisiones que dicho gobierno llegue a tomar ya que podrían afectar de manera directa a nuestro negocio ya sea a favor o en contra del mismo.

2.1.2. Análisis del entorno Económico

El estado Plurinacional de Bolivia viene enfrentando actualmente una crisis económica lo cual es muy preocupante y nos tiene a la expectativa de las decisiones que llegue a tomar el actual gobierno el cual se comprometió a revertir esta situación. Todas estas acciones serán de mucha importancia para el buen funcionamiento de nuestro negocio o para que el mismo pueda adaptarse de la mejor manera y lograr superar dicha crisis.

2.1.3. Análisis del entorno Socio-Cultural

Se hace referencia a aquellos elementos y cambios de la sociedad que de alguna manera pueden influir a la panadería y cafetería.

Uno de los aspectos que debemos tener en cuenta son los cambios poblacionales, en la ciudad de Tarija, según fuentes del Instituto Nacional de Estadística (INE) en el año 2020 cuenta con una población aproximada de 268.387 habitantes.

Por otra parte, cabe destacar que la ciudad de Tarija se caracteriza por tener una gran gastronomía con una variedad de platos, sin embargo, la repostería no se queda atrás, ya que entre la variedad de masas se encuentran, por ejemplo: Empanadas de queso, la empanada blanqueada, galletas y las tradicionales hojarascas, las cuales son de las más preferidas en la población para el consumo.

2.1.4. Análisis del entorno Tecnológico

Actualmente, hemos llegado a una época en la cual el uso de la tecnología ha evolucionado muy rápidamente, haciendo que la adaptación y la modernización sea necesario en las empresas.

Como empresa es importante aprovechar la tecnología a nuestro favor y poder conseguir mejoras en nuestros procesos, relación con nuestros proveedores y clientes, lo que nos permitirá de este modo alcanzar mayores ingresos y una mejor ventaja competitiva. Por lo tanto, es importante estudiar el entorno tecnológico que rodea a la empresa, con el fin de aprovechar al máximo las ventajas que pueda aportar la tecnología al negocio.

Para obtener mayor productividad se tratará de disponer de una maquinaria moderna con el fin de tener una mayor adaptación a los cambios del futuro, reducir el riesgo de accidentes entre empleados, mayor rapidez en los procesos de producción, mejora en la atención al cliente lo que aumentará la eficiencia y rentabilidad del negocio.

2.1.5. Análisis del entorno Ambiental

En los últimos años el impacto que ha tenido el medio ambiente en el mundo ha sido muy significativo y en Bolivia no fue la excepción. Muchas empresas han tomado conciencia del mismo tratando de llegar a sus clientes de alguna u otra manera con un mensaje de concientización como por ejemplo: reducir el uso de bolsas plásticas y poner en uso las bolsas de tela, la reforestación de bosques, las cuales son acciones que

nuestra empresa debe imitar y ser protagonista, pudiendo contribuir con el mensaje de concientización hacia el medio ambiente ya que es de vital importancia para la vida de todos los habitantes del planeta tierra.

2.2. ANALISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO

2.2.1. Consumidores

La población de la Ciudad de Tarija de todas las edades, las cuales podrán degustar y disfrutar de nuestros productos y servicios ofrecidos en nuestro negocio.

2.2.2. Competidores

Si bien es cierto que actualmente en Tarija no se cuenta con un establecimiento o negocio que brinde un servicio de panadería y cafetería al mismo tiempo, podemos destacar como competidores las siguientes empresas:

- El Palacio de las masas (Panadería).
- Yenny (Pastelería y cafetería).
- Panadería Viena.
- Café Belén.
- Café Mokka
- Café Tentación.

2.2.3. Productos sustitutos

Como productos sustitutos podemos identificar aquellos productos y servicios ofrecidos por otras empresas y llegar a ser una alternativa para satisfacer a nuestros clientes tales como:

- Desayunos.
- Cereales.
- Gaseosas.
- Jugos.

2.2.4. Proveedores e intermediarios

Es de suma importancia elegir de manera correcta a nuestros proveedores ya que de eso depende la calidad de nuestro servicio y productos que vamos a ofrecer a nuestros clientes.

2.2.5. Resumen de las fuerzas de Michael Porter

Gracias a este análisis podremos determinar el entorno en el que se va a llevar a cabo nuestra panadería y cafetería, determinar la competencia del mismo y sus influencias lo que nos va a revelar con exactitud en qué sector va a estar ubicado nuestro negocio.

Gráfico 1: Fuerzas de Michael Porter



Fuente: Elaboración Propia

2.2.5.1 Poder de negociación de los clientes

Al ser una empresa que pone a disposición de sus clientes productos de panadería y al mismo tiempo brindar un servicio de cafetería, es necesario que nuestro cliente pueda determinar el tipo de producto de su preferencia.

2.2.5.2 Poder de negociación con los proveedores

La materia prima principal para los productos de nuestra Panadería y Cafetería es la Harina y los granos de café respectivamente, si en algún momento nosotros cambiamos de proveedor no representaría un cambio en la producción y tampoco se daría una variación de precios. Pero si existe una competencia entre los proveedores, ya sea ofreciéndonos opciones de pago nos favorecería como empresa y no existiría suficiente poder de negociación entre los proveedores.

Sin embargo para obtener la materia prima de una manera frecuente se puede llegar a un acuerdo ya sea mediante un contrato de ambas partes, para establecer una buena relación entre nuestra empresa y el proveedor, y de esa manera generar confiabilidad.

2.2.5.3 Amenaza de nuevos competidores entrantes

Aquí podemos determinar las barreras de entrada de nuevos productos y competidores cuanto más fácil sea entrar mayor será la amenaza.

- Diferenciación del producto: Nuestra panadería y cafetería ofrecerá a sus clientes un servicio y productos de calidad, y nos vamos a diferenciar por plasmar en ellos una fusión entre lo moderno y lo tradicional. Lo cual va a fortalecer nuestra imagen y marca ante nuestros clientes.

2.2.5.4 Amenaza de productos sustitutos

Desde el punto de vista del consumidor los mercados ubicados en distintos puntos de la ciudad tienen productos y servicios que podrían sustituir a nuestra panadería y cafetería, tales como: jugos, galletas, desayunos, entre otros.

2.2.5.5 Rivalidad de la Industria

Los Principales competidores para nuestra panadería y cafetería serían las siguientes:

- El Palacio de las masas (Panadería).
- Yenny (Pastelería y cafetería).
- Panadería Viena.

- Café Belén.
- Café Mokka
- Café Tentación.

Los cuales ponen a disposición del consumidor productos y servicios similares a los nuestros, brindan servicios de cafetería y otros productos como: Pan, masitas, dulces, empanadas de queso, entre otros.

2.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL CONTEXTO

2.3.1. Oportunidades y riesgos

Después de hacer un análisis tanto interno como externo al entorno del negocio se pueden identificar los siguientes riesgos:

- No adaptarse de manera correcta a la crisis económica que está atravesando el país.
- Estamos atravesando una pandemia causada por Covid-19 y de alguna manera representa un riesgo tanto para la empresa como nuestros clientes un posible contagio.
- La amenaza de nuevos competidores y productos sustitutos es de gran riesgo para nuestra empresa así que debemos diferenciarnos como empresa y no verse opacados.

Así como también existen oportunidades que se pueden aprovechar a favor las cuales son las siguientes:

- Será de suma importancia aprovechar la evolución tan acelerada que está teniendo la tecnología para poder ofrecer a nuestros clientes un producto y servicio de calidad.
- Establecer una buena relación entre nuestra empresa y nuestro futuro proveedor para generar confiabilidad.
- Concientizar a la población sobre lo importante que es el medio ambiente.

CAPÍTULO III

PLAN DE TRABAJO

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es de suma importancia analizar la competencia y el mercado al cual estamos entrando, saber cómo vamos a hacer frente a nuestra competencia, qué hacer para que nuestros futuros clientes prefieran a nuestra empresa antes que las empresas que están en el mismo o similar mercado al nuestro.

Al tratarse de un negocio que tiene dentro de sus instalaciones una Panadería y Cafetería, se tomará como competencia las Panaderías y Cafeterías líderes en el mercado Tarijeño, las cuales son:

- El Palacio de las masas (Panadería).
- Yenny (Pastelería y cafetería)
- Panadería Viena.
- Café Belén.
- Café Mokka
- Café Tentación.

Las empresas mencionadas anteriormente son nuestra competencia dentro del mercado Tarijeño a las cuales debemos hacerle frente

3.1.1. Formulación del problema

A. Tareas involucradas para la definición del problema

Análisis con quienes toman decisiones

Al ser el protagonista de este emprendimiento, puedo destacar que veo con buenos ojos el emprender este negocio en la ciudad de Tarija por sus costumbres y tradiciones ligadas a la repostería.

Lo que va a llegar a ser una dificultad, es la manera con la que vamos a entrar al mercado porque debemos penetrar el mismo y no verse opacados por nuestra

competencia hacer que nuestros futuros clientes prefieran nuestros productos y servicios por encima de la competencia.

Problema 1

Penetración de mercado dificultosa ante la competencia existente.

Entrevistas con Expertos

Aprender de experiencias de expertos es siempre importante y para destacar tengo la historia de Marcelo Cueto Gerente general de Panadería “Brevis” de Argentina quien empezó siendo un desconocido que vendía su producto en una tienda de barrio a ser el Gerente Propietario de una de las panaderías líder en Argentina el cual destaca en su entrevista que:

- ✓ El secreto del éxito de un emprendimiento es el trabajo, compromiso e innovación.
- ✓ Siempre van a existir tiempos difíciles, uno siempre debe aprender a sobrevivir y superar una Crisis.
- ✓ La experiencia de empezar, a veces la gente prefiere un mal empleo que un buen desafío.

Problema 2

Las distintas Crisis que se pueden presentar en nuestra empresa en el futuro.

Contraste del problema 1 y 2

Problema 3

Dificultad para penetrar el mercado ante la competencia existe y las distintas crisis que se puedan presentarse en el futuro.

Análisis de datos secundarios

Los datos secundarios de la presente investigación de mercados fueron recolectados con el siguiente propósito el cual es: identificar los puntos débiles de nuestra competencia a través de la plataforma “Opiniones Google” los cuales fueron revisados uno por uno, para después confirmarlos visitando personalmente cada uno de los ya mencionados negocios los aspectos en contra que más se mencionaron y se pudieron verificar son:

- ✓ Demora en la atención al cliente en cafeterías.
- ✓ Precios.
- ✓ Cartera de productos muy pequeña.
- ✓ Poca información sobre sus productos (Precios)

Problema 4

El cliente hoy en día asume un rol bastante activo para las empresas por lo cual es importante conocer sus expectativas y críticas con respecto a un producto o servicio ya que un cliente feliz y satisfecho es la mejor publicidad y promoción para una empresa.

Contraste del problema 3 y 4

Problema 5

Mantener a nuestros clientes satisfechos para no verse afectados ante la competencia y las distintas crisis que se puedan presentar en el futuro.

Investigación cualitativa

Problema 6

Si bien existen panaderías y cafeterías en la ciudad, las personas buscan un lugar donde puedan vivir una experiencia agradable de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Contraste del problema 5 y 6

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

De qué manera penetrar el mercado ante la competencia existente en la ciudad de Tarija, mantener a nuestros posibles clientes satisfechos, enfrentar las distintas crisis que se puedan presentar en un futuro.

3.1.2. PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL

¿Qué debe hacerse para penetrar el mercado de manera correcta ante la competencia existente?

3.1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

¿Cuáles son los gustos y preferencias de los consumidores en una panadería y cafetería?

3.1.4 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

P1: ¿Podrá “Alto Vidi Jao” cumplir las expectativas de sus clientes?

P2: ¿Estará en condiciones “Alto Vidi Jao” de competir en el mercado?

3.1.5 HIPÓTESIS

H1: “Alto Vidi Jao” sí podrá cumplir las expectativas de sus clientes.

H2: “Alto Vidi Jao” tiene las condiciones para competir en el mercado.

3.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.2.1. Objetivo General

Determinar de qué manera “Alto Vidi Jao” pueda penetrar el mercado ante la competencia existente en la ciudad de Tarija.

3.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Identificar las expectativas de los consumidores de una panadería y cafetería para poder deducir sus gustos y preferencias.
- ✓ Determinar el comportamiento de los consumidores dentro en el mercado de panaderías y cafeterías en la ciudad de Tarija.
- ✓ Identificar los factores que influyan en la buena imagen de una panadería y cafetería.

3.3. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Naresh Malhotra (2008) nos dice que “Es una estructura o plano para conducir un proyecto de investigación de mercados, que detalla los procedimientos necesarios para obtener información que se requiere a fin de estructurar o resolver problemas de investigación” (Página 76).

3.3.1. Fuentes de información

3.3.2. Fuentes primarias

Es una información de característica confiable y precisa, que nos va a ayudar con el problema de investigación de mercados. Las fuentes primarias que van a contribuir a la investigación de mercados son las siguientes:

- ✓ Sesión de Grupo.
- ✓ Encuesta.

3.3.3. Fuentes Secundarias

Contiene información organizada, elaborada, producto de un análisis la cual es obtenida por medio de:

- ✓ Libros.
- ✓ Datos del INE.
- ✓ INTERNET.

3.4. PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA

3.4.1. Definición de la población meta

La población de la Ciudad de Tarija de todas las edades, las cuales podrán degustar y disfrutar de nuestros productos y servicios ofrecidos en nuestro negocio.

El mercado meta al cual estará orientado nuestra empresa es a las personas ubicadas en la clase media alta de la ciudad de Tarija entre la edad de 21 a 60 años, con nivel socio económico medio, alto, para que puedan degustar y disfrutar de nuestros productos y servicios ofrecidos en nuestra empresa.

Tabla 1: Definición de Población Meta

Segmentación Geográfica
<p>Departamento: Tarija</p> <p>Provincia: Cercado</p> <p>Población: Urbana</p>
Segmentación Demográfica
<p>Género: Masculino y Femenino</p> <p>Edad: 21 a 60 años de edad</p>
Segmentación Psicográfica
<p>Clase Social: Media-Alta</p>

Fuente: Elaboración Propia

3.5. MARCO DE LA MUESTRA

3.6. TÉCNICA DE MUESTREO A EMPLEAR

Se utilizará el sistema aleatorio simple en la ciudad de Tarija, el cual nos servirá para el levantamiento de datos en base a encuestas dirigidas a las personas de la ciudad de Tarija que estén entre los 21 y 60 años de edad este segmento de mercado ayudará a obtener conclusiones claras dentro de la investigación.

3.6.2. Determinación del tamaño de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se tomó en cuenta la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + P * Q * Z^2}$$

Donde:

Z= Valor determinado en la tabla de distribución “t de student” tomando en cuenta el porcentaje de precisión que se toma.

e= Margen de error dado que sumado al de la precisión debe dar como resultado el 100%.

p= Probabilidad de éxito.

q= Probabilidad de fracaso.

N= Tamaño de la población o universo.

n= Tamaño de la muestra.

Datos:

La precisión de Z corresponde a un porcentaje del 95%, por lo tanto:

Z= 1.96

e= 0.05

Para poder determinar el tamaño de la muestra, y así obtener la información que necesitamos, para poder conocer el valor de la ocurrencia del evento (P) y de no ocurrencia (q), se tomó en cuenta la pregunta número 13 de la encuesta la cual presentamos a continuación:

¿Qué tan interesante le parece la idea de visitar un negocio en el cual haya una panadería y cafetería al mismo tiempo?

- En una escala del 1 al 6, dónde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”

1	2	3	4	5	6

Los resultados de la aplicación de las 20 encuestas piloto dieron como resultado 18 respuestas a los cuales les parecía interesante y 2 respuestas a las cuales la idea no le parece interesante, esto es igual a 90% y 10% respectivamente.

$$p = 0.90$$

$$q = 0.10$$

El universo es de 75729 habitantes en la ciudad de Tarija que están entre 21 a 60 años de edad, tomando en cuenta información del año 2020 del Instituto Nacional de Estadística.

Tabla 2: Habitantes en la ciudad de Tarija

Edad	Número de habitantes
21 a 24 años de edad	12004
25 a 29 años de edad	14167
30 a 34 años de edad	13020
35 a 39 años de edad	11150
40 a 44 años de edad	8860
45 a 49 años de edad	6751
50 a 54 años de edad	5215
55 a 60 años de edad	4562
TOTAL	75729

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas.

Realizando los cálculos tenemos el siguiente resultado:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + P * Q * Z^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.90 * 0.10 * 75729}{0.05^2(75729 - 1) + 0.90 * 0.10 * 1.96^2}$$

$$n = 138.0473185$$

Como podemos observar $n= 138.0473185$ por lo que aplicaremos 139 encuestas.

3.7. TRABAJO DE CAMPO

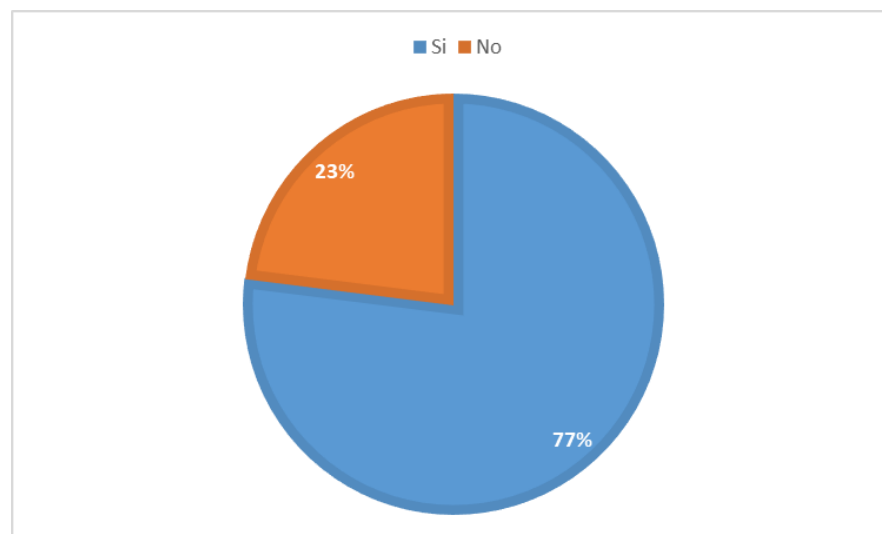
3.7.1. Tabulación y análisis de datos

El análisis y la interpretación de los resultados obtenidos se detallan descriptivamente de acuerdo a las preguntas de investigación las cuales se reflejarán en las respuestas obtenidas en la encuesta ya realizada. Los datos recopilados se tabularon en una hoja electrónica de Excel.

1. ¿Alguna vez consumió productos de panadería como: Pan, galletas, tortas, empanadas, rollos de queso, hojarasca, pies, ¿entre otros productos?

- Si su respuesta es NO por favor pasar a la pregunta 7.

Gráfico 2: Consumo de Productos de Panadería



Fuente: Elaboración Propia

En este gráfico se observa que de 139 personas encuestadas el 77% de las personas consumió productos de panadería mientras que el 23% de las personas encuestadas no tuvieron la oportunidad de consumir productos de una panadería, lo cual quiere decir que el consumo de productos de panadería en la ciudad de Tarija es activo.

2. ¿Cuáles de los siguientes productos son de su preferencia? Marque hasta 3 opciones por favor. Asigne “3” al tercer producto de su preferencia, asigne “2” al segundo producto de su preferencia y Asigne “1” a su producto favorito.

➤ Pan

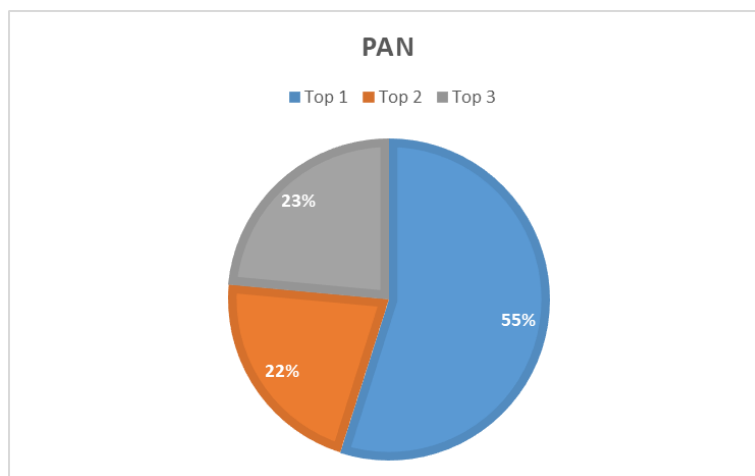
Tabla 3: Pan

Top 1	28
Top 2	11
Top 3	12
Total	51

Fuente: Elaboración Propia.

De los 107 encuestados que si consumen productos de panadería, un total de 51 personas consideran al producto “Pan” en su Top de productos favoritos, de los cuales 28 personas lo consideran como su producto favorito, 11 personas como su segundo producto favorito y 12 personas como su tercer producto favorito en una panadería.

Gráfico 3: Pan



Fuente: Elaboración Propia

➤ **Empanadas de Queso**

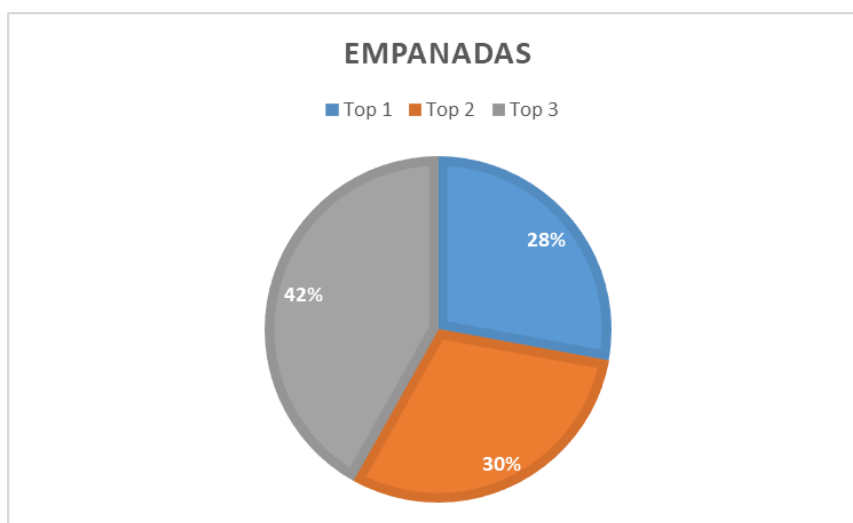
Tabla 4: Empanadas de queso

Top 1	12
Top 2	13
Top 3	18
Total	43

Fuente: Elaboración Propia

De los 107 encuestados que si consumen productos de panadería, un total de 43 personas consideran al producto “Empanadas de Queso” en su Top de productos favoritos, de los cuales 12 personas lo consideran como su producto favorito, 13 personas como su segundo producto favorito y 18 personas como su tercer producto favorito en una panadería.

Gráfico 4: Empanadas de Queso



Fuente: Elaboración Propia

➤ **Galletas**

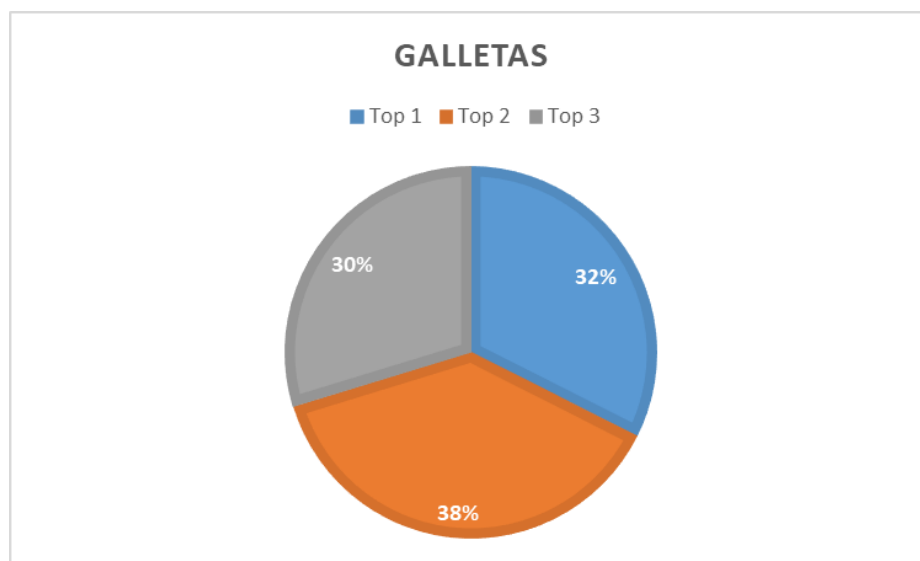
Tabla 5: Galletas

Top 1	12
Top 2	14
Top 3	11
Total	37

Fuente: Elaboración Propia

De los 107 encuestados que si consumen productos de panadería, un total de 37 personas consideran al producto “Galletas” en su Top de productos favoritos, de los cuales 12 personas lo consideran como su producto favorito, 14 personas como su segundo producto favorito y 11 personas como su tercer producto favorito en una panadería.

Gráfico 5: Galletas



Fuente: Elaboración Propia

➤ **Hojarasca**

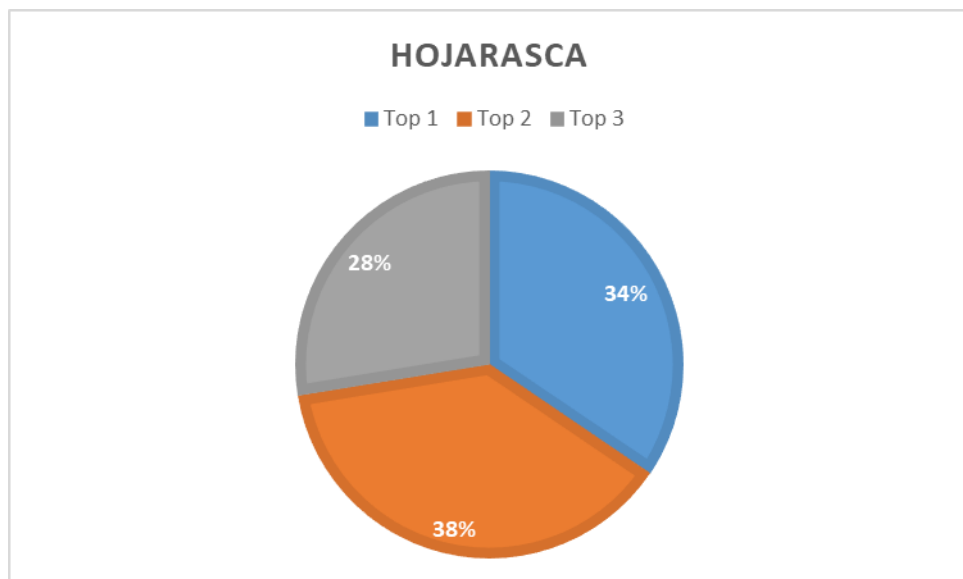
Tabla 6: Hojarasca

Top 1	20
Top 2	22
Top 3	16
Total	58

Fuente: Elaboración Propia

De los 107 encuestados que si consumen productos de panadería, un total de 58 personas consideran al producto “Hojarasca” en su Top de productos favoritos, de los cuales 20 personas lo consideran como su producto favorito, 22 personas como su segundo producto favorito y 16 personas como su tercer producto favorito en una panadería.

Gráfico 6: Hojarasca



Fuente: Elaboración Propia

➤ **Pie**

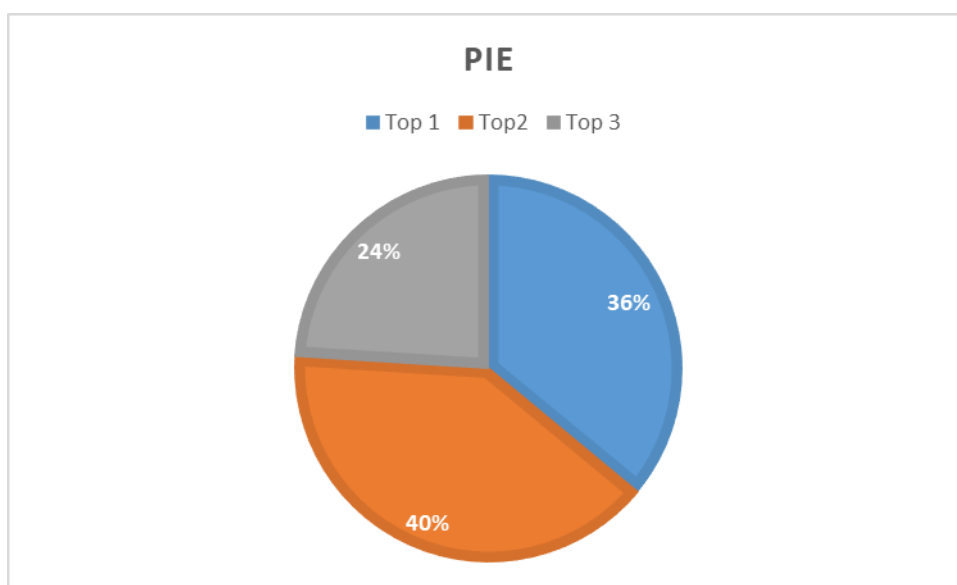
Tabla 7: Pie

Top 1	18
Top2	20
Top 3	12
Total	50

Fuente: Elaboración Propia

De los 107 encuestados que si consumen productos de panadería, un total de 50 personas consideran al producto “Pie” en su Top de productos favoritos, de los cuales 18 personas lo consideran como su producto favorito, 20 personas como su segundo producto favorito y 12 personas como su tercer producto favorito en una panadería.

Gráfico 7: Pie



Fuente: Elaboración Propia

➤ **Rollos de queso**

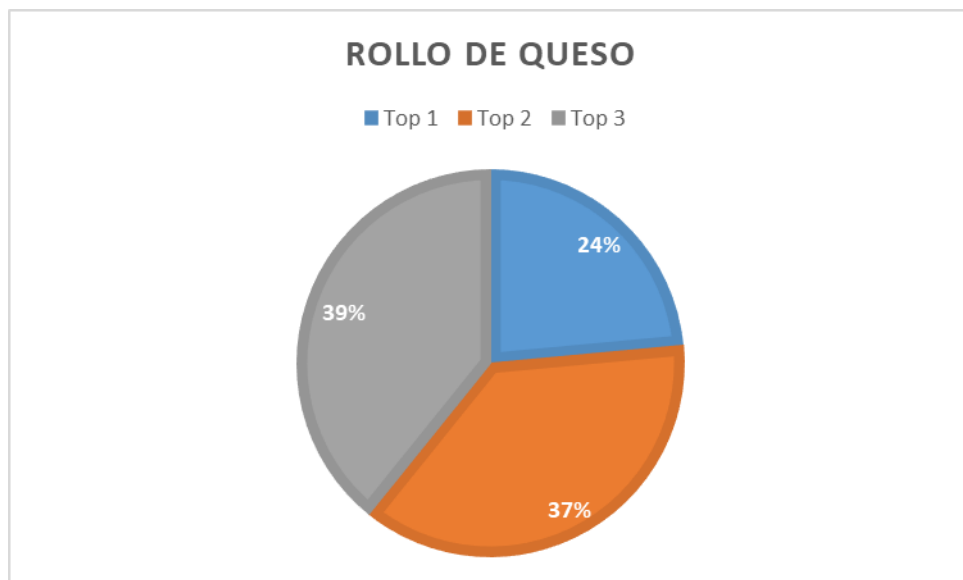
Tabla 8: Rollos de queso

Top 1	12
Top 2	19
Top 3	20
Total	51

Fuente: Elaboración Propia

De los 107 encuestados que si consumen productos de panadería, un total de 51 personas consideran al producto “Rollos de Queso” en su Top de productos favoritos, de los cuales 12 personas lo consideran como su producto favorito, 19 personas como su segundo producto favorito y 20 personas como su tercer producto favorito en una panadería.

Gráfico 8: Rollo de queso



Fuente: Elaboración Propia

➤ **Torta**

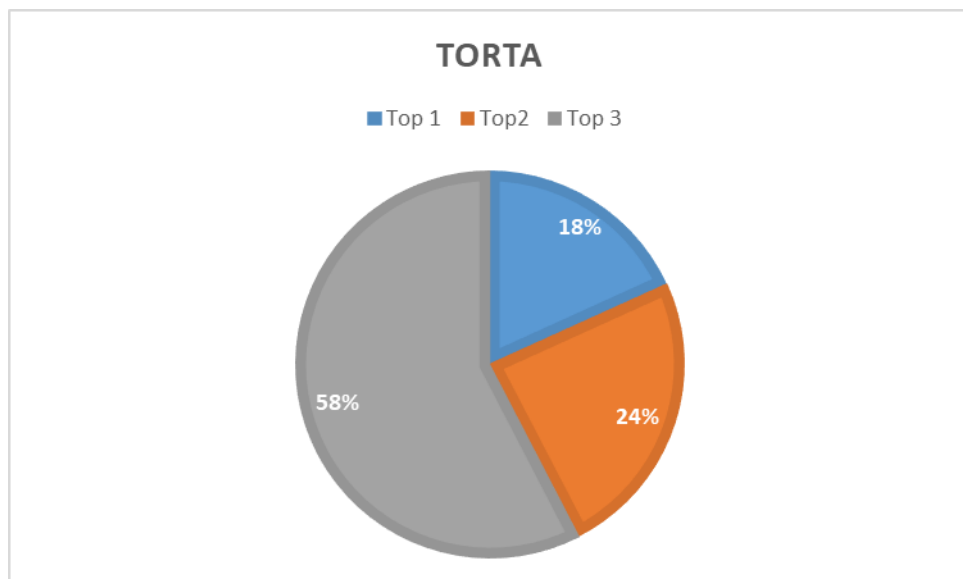
Tabla 9: Torta

Top 1	6
Top2	8
Top 3	19
Total	33

Fuente: Elaboración Propia

De los 107 encuestados que si consumen productos de panadería, un total de 33 personas consideran al producto “Torta” en su Top de productos favoritos, de los cuales 6 personas lo consideran como su producto favorito, 8 personas como su segundo producto favorito y 19 personas como su tercer producto favorito en una panadería.

Gráfico 9: Torta



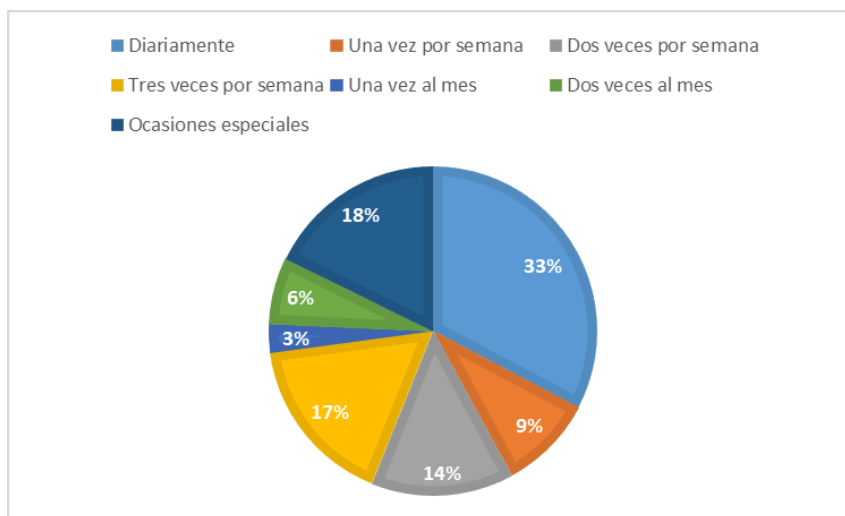
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En los anteriores gráficos se muestra la preferencia que los encuestados tienen con respecto a cada uno de los productos de los cuales los productos más demandados fueron: el pan, la hojarasca y el pie respectivamente. Lo cual nos ayuda a identificar qué productos se deben producir en mayor cantidad en relación al resto de los productos.

3. ¿Con qué frecuencia consume usted estos productos de panadería?

Gráfico 10: Frecuencia de consumo en productos de Panadería

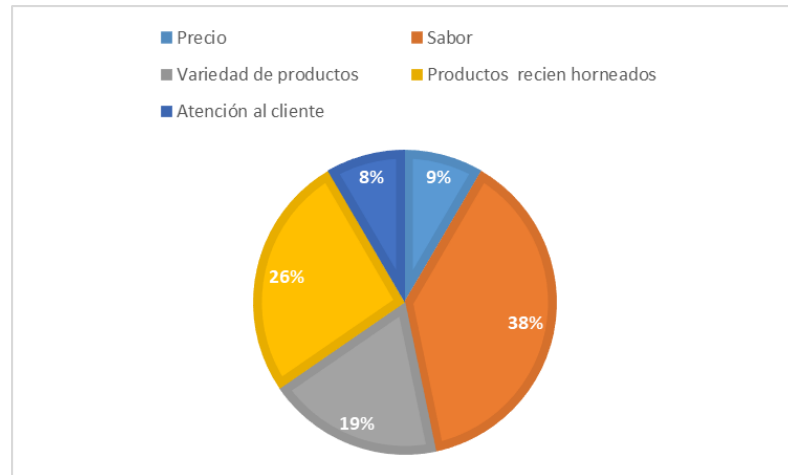


Fuente: Elaboración Propia

En este gráfico se muestra que de 107 encuestados que si consumen productos de panadería, el 33% consume productos de panadería diariamente, el 18% en ocasiones especiales, el 17% tres veces por semana, el 14% dos veces por semana, el 9 % una vez por semana, el 6% dos veces al mes y el 3% una vez al mes, lo cual es un resultado significativo ya que la mayoría de los encuestados consume estos productos diariamente y de manera frecuente.

4. ¿Cuál de las siguientes variables considera más importante a la hora de adquirir productos de una Panadería?

Gráfico 11: Variables importantes para adquirir productos de panadería

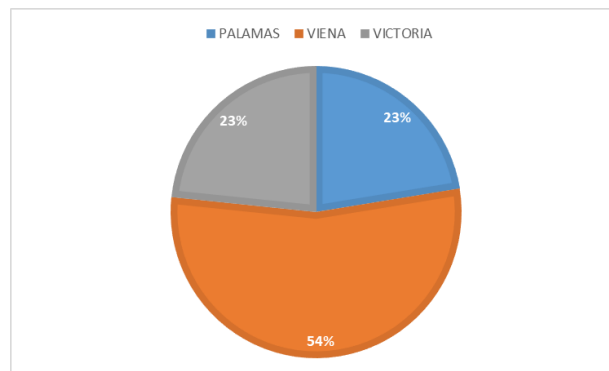


Fuente: Elaboración Propia

En este gráfico muestra que de 107 personas encuestadas que si consumen productos de panadería, el 38% considera importante el sabor a la hora de comprar un producto de panadería, mientras que el 26% hace referencia a que prefieren un producto recién horneado para proceder a comprarlo, es importante conocer estos datos muy significativos ya que debemos adoptar y mejorar estas variables a nuestros productos.

5. Actualmente. ¿Cuál es la panadería de su preferencia?

Gráfico 12: Preferencia en panaderías

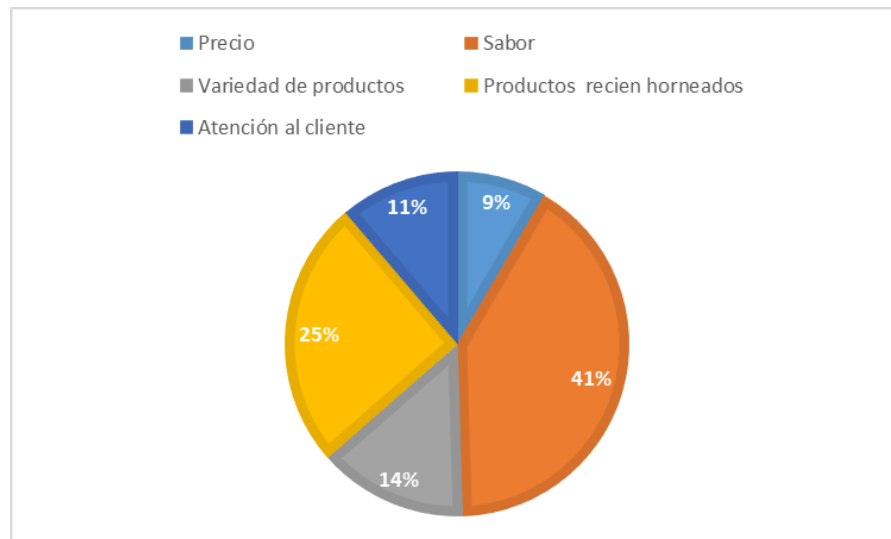


Fuente: Elaboración Propia

El gráfico refleja que Panadería Viena es la panadería de mayor preferencia con un 54%, compartiendo un segundo lugar están Panadería Victoria y PALAMAS ambas con 23%, es de suma importancia conocer que empresa es la “panadería a vencer” y lograr distinguirnos de nuestra competencia y posesionarse como una panadería líder en la mente del consumidor.

6. ¿Cuál es la razón por la cual usted elige dicha panadería?

Gráfico 13: Razón por la cual elegir una panadería

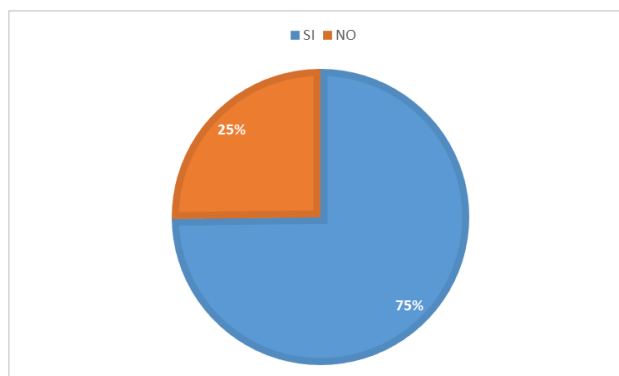


Fuente: Elaboración Propia

Un 41% de los encuestados elige estas panaderías principalmente por su sabor, mientras que otro 25% mantiene su gusto por los productos recién horneados, esta información es muy importante ya que de igual manera debemos mejorar en esos aspectos para poder estar en la mente del consumidor.

7. ¿Alguna vez usted hizo uso de un servicio de cafetería?

Gráfico 14: Uso de servicio de cafetería



Fuente: Elaboración Propia

En este gráfico se observa que de 139 personas encuestadas el 75% de las personas hizo uso de un servicio de cafetería mientras que el 25% de las personas encuestadas no tuvieron la oportunidad, lo cual quiere decir que se tiene una participación muy activa por parte de la población de la ciudad de Tarija.

8. ¿Cuáles de los siguientes productos son de su preferencia a la hora de visitar una cafetería? Marque hasta 3 opciones por favor. Asigne “3” al tercer producto de su preferencia, asigne “2” al segundo producto de su preferencia y Asigne “1” a su producto favorito.

➤ **Café**

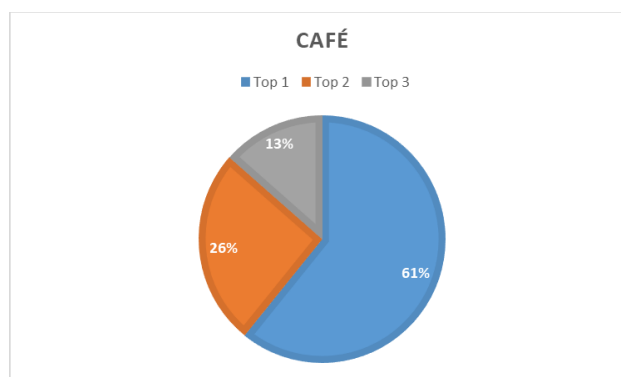
Tabla 10: Café

Top 1	45
Top 2	19
Top 3	10
Total	74

Fuente: Elaboración Propia

De los 139 encuestados que si hicieron uso de un servicio de cafetería, un total de 74 personas consideran al producto “Café” en su Top de productos favoritos de cafetería, de los cuales 45 personas lo consideran como su producto favorito, 19 personas como su segundo producto favorito y 10 personas como su tercer producto favorito en una cafetería.

Gráfico 15: Café



Fuente: Elaboración Propia

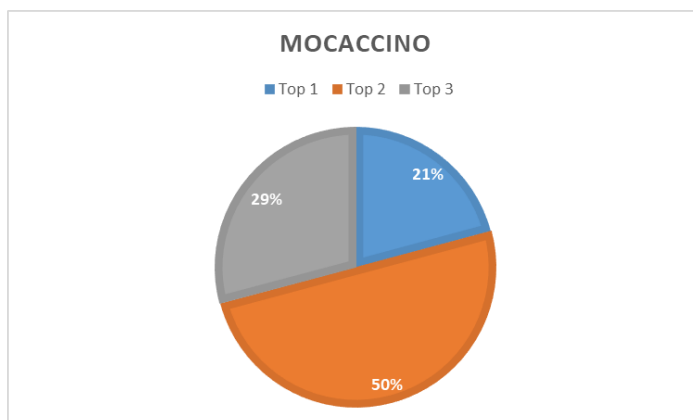
➤ **Mocaccino**

Tabla 11: Mocaccino

Top 1	10
Top 2	24
Top 3	14
Total	48

Fuente: Elaboración propia

De los 139 encuestados que si hicieron uso de un servicio de cafetería, un total de 48 personas consideran al producto “Mocaccino” en su Top de productos favoritos de cafetería, de los cuales 10 personas lo consideran como su producto favorito, 24 personas como su segundo producto favorito y 14 personas como su tercer producto favorito en una cafetería.

Gráfico 16: Mocaccino

Fuente: Elaboración Propia

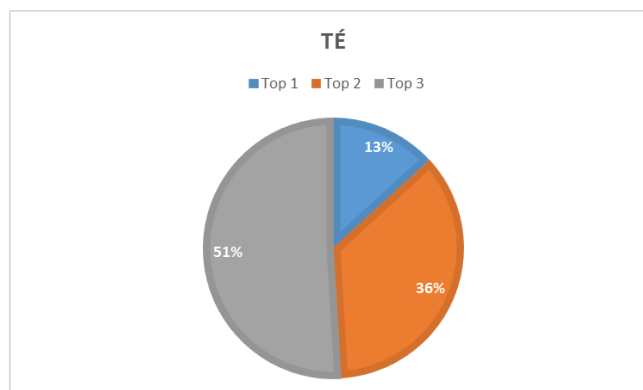
➤ **Té**

Tabla 12: Té

Top 1	7
Top 2	19
Top 3	27
Total	53

Fuente: Elaboración Propia

De los 139 encuestados que si hicieron uso de un servicio de cafetería, un total de 53 personas consideran al producto “Té” en su Top de productos favoritos de cafetería, de los cuales 7 personas lo consideran como su producto favorito, 19 personas como su segundo producto favorito y 27 personas como su tercer producto favorito en una cafetería.

Gráfico 17: Té

Fuente: Elaboración Propia

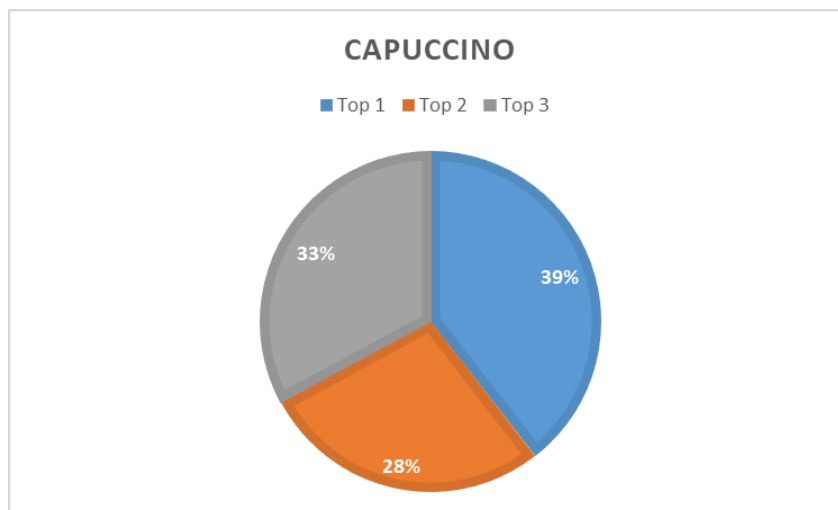
➤ **Capuccino**

Tabla 13: Capuccino

Top 1	30
Top 2	21
Top 3	25
Total	76

Fuente: Elaboración Propia

De los 139 encuestados que si hicieron uso de un servicio de cafetería, un total de 76 personas consideran al producto “Capuccino” en su Top de productos favoritos de cafetería, de los cuales 30 personas lo consideran como su producto favorito, 21 personas como su segundo producto favorito y 25 personas como su tercer producto favorito en una cafetería.

Gráfico 18: Capuccino

Fuente: Elaboración propia.

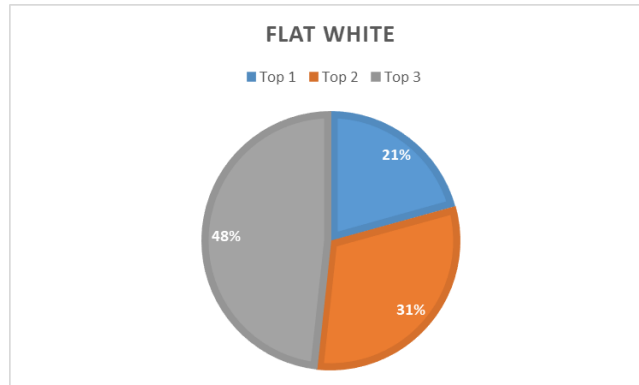
➤ **Flat White**

Tabla 14: Flat White

Top 1	12
Top 2	18
Top 3	28
Total	58

Fuente: Elaboración Propia.

De los 139 encuestados que si hicieron uso de un servicio de cafetería, un total de 58 personas consideran al producto “Flat White” en su Top de productos favoritos de cafetería, de los cuales 12 personas lo consideran como su producto favorito, 18 personas como su segundo producto favorito y 28 personas como su tercer producto favorito en una cafetería.

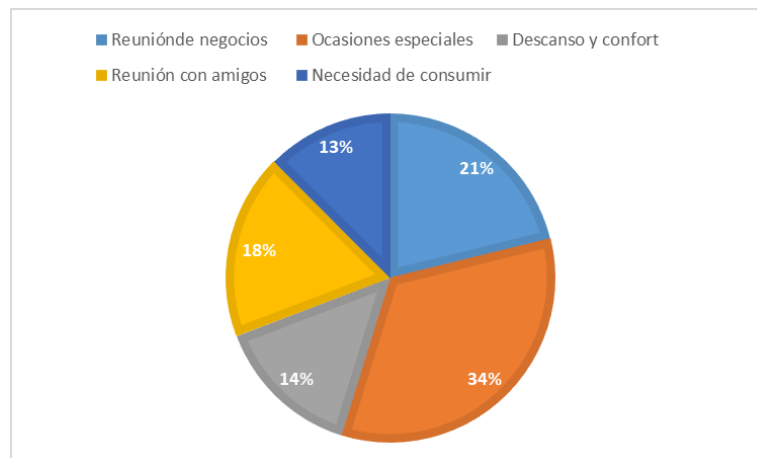
Gráfico 19: Flat White

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En los anteriores gráficos se muestra la preferencia que los encuestados tienen con respecto a cada uno de los productos de cafetería de los cuales los productos más demandados fueron: el Café consolidado como el favorito por una amplia diferencia, seguido del capuccino y el Flat White. Lo cual nos ayuda a identificar qué productos se deben producir en mayor cantidad en relación al resto de los productos.

9. ¿Por qué razones visita usted una cafetería?

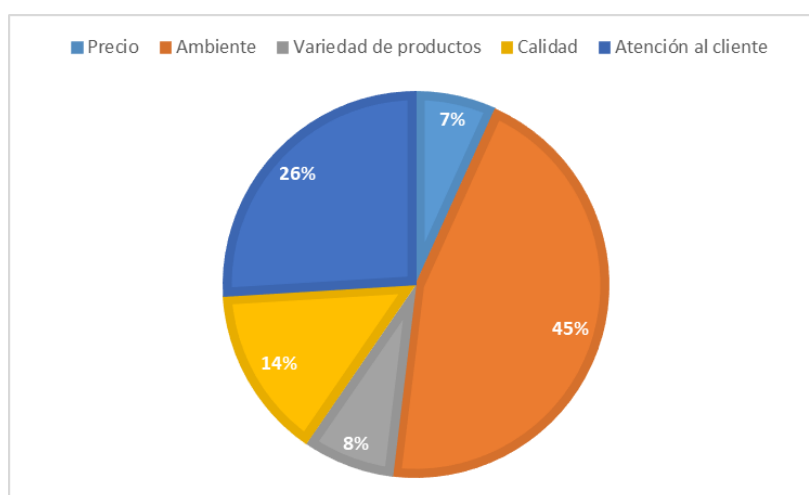
Gráfico 20: Razones para visitar una cafetería

Fuente: Elaboración Propia

El 34% de los encuestados visita una cafetería en ocasiones especiales, mientras que un 21% cuando tiene una reunión de negocios, un 18% frecuenta estos establecimientos para reunirse con amigos, un 14% busca descanso y confort y un 13% por necesidad de consumir productos que pone a disposición una cafetería, esta información nos ayudará a adecuar nuestros ambientes a cada una de estas situaciones.

10. ¿Cuál de las siguientes variables considera más importante a la hora de visitar una cafetería?

Gráfico 21: Variables importantes para elegir una cafetería

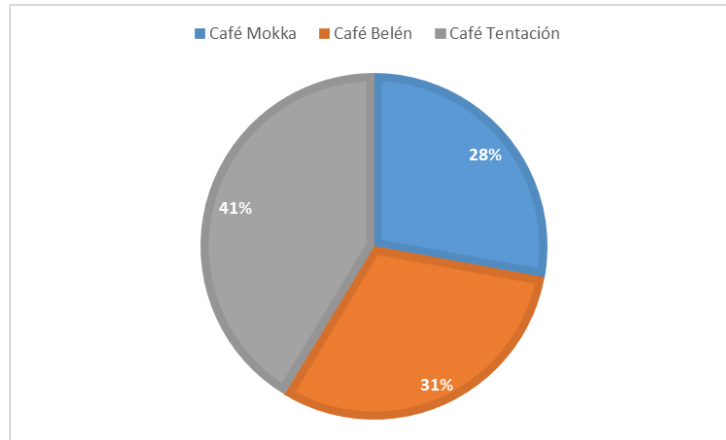


Fuente: Elaboración Propia

Un 45% de los encuestados considera que el ambiente es una de las variables más importantes a la hora de elegir una cafetería, mientras que un 26% considera que la atención al cliente es una variable importante, un 14% hace referencia a la calidad, un 8% se enfoca más si una cafetería puede ofrecerle una amplia cartera de productos y por último un 7% tiene como variable importante el precio de cada uno de los productos. Es importante tomar en cuenta esta información a favor de nuestra empresa y mejorar cada una de esas variables.

11. Actualmente. ¿Cuál es la cafetería de su preferencia?

Gráfico 22: Preferencia en cafeterías

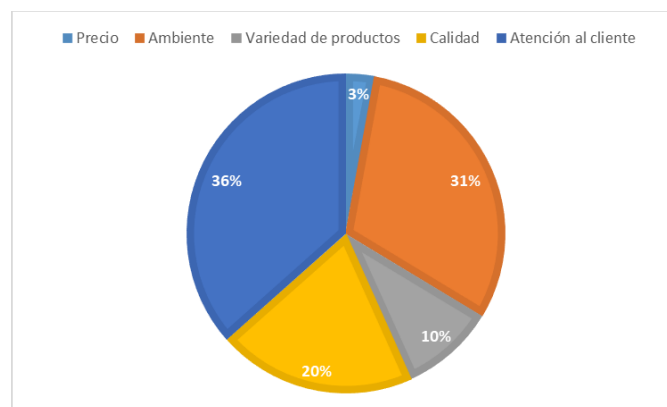


Fuente: Elaboración Propia.

Un 41% de las personas encuestadas tienen a “Café Tentación” como la cafetería de su preferencia, en segundo lugar, está “Café Belén” con un 31% y finalmente se encuentra Café Mokka con un 28%. Es importante conocer a qué cafetería hacerle frente y tratar de competir de la mejor manera.

12. ¿Cuál es la razón por la cual usted elige dicha cafetería?

Gráfico 23: Razones para elegir una cafetería

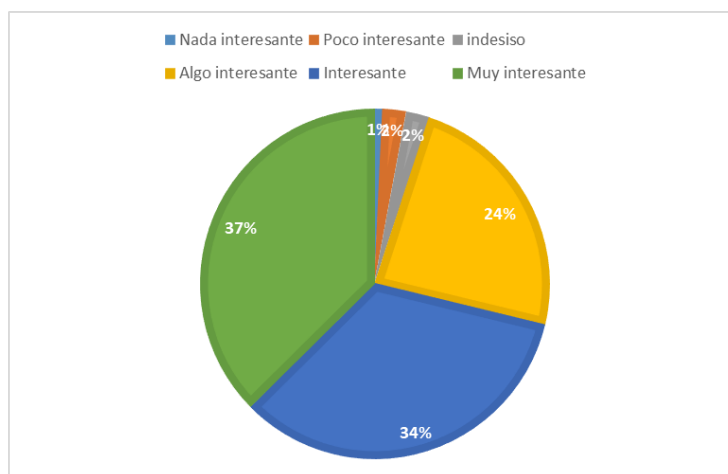


Fuente: Elaboración Propia

Uno de los factores más importantes para el 36% de los encuestados es la atención cliente, mientras que para un 31% consideran de mucha importancia los ambientes que tienen estas cafeterías, para un 20% de los encuestados les interesa una cafetería de buena calidad, a un 10% elige estas cafeterías por tener una amplia cartera de productos y un 3% hace referencia en el precio. Toda esta información es importante tomarla en cuenta para saber qué aspectos se deben mejorar en nuestra empresa.

13. ¿Qué tan interesante le parece la idea de visitar un negocio en el cual haya una panadería y cafetería al mismo tiempo?

Gráfico 24: Opinión acerca de la idea de negocio

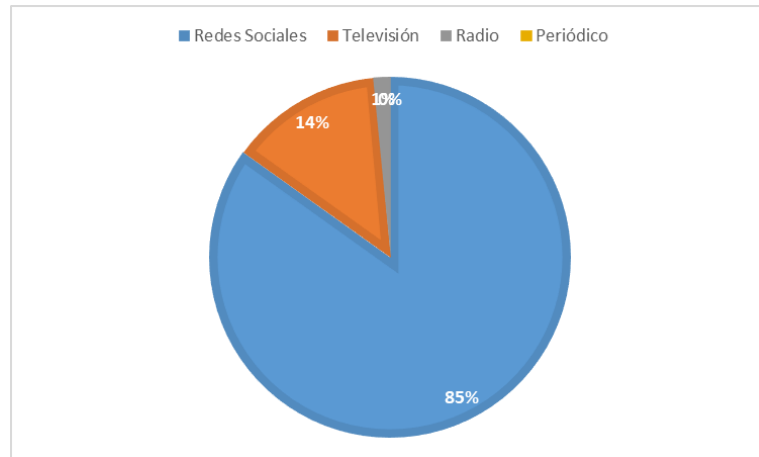


Fuente: Elaboración Propia

El gráfico muestra que el 95% de los encuestados encuentra algo interesante, o muy interesante la idea de un negocio que realice sus funciones de panadería y cafetería al mismo tiempo y tan solo un 5% están indecisos o no les parece interesante esta idea. Por el cual estos resultados son muy buenos ya que animan de alguna u otra manera a que este negocio pueda ser una realidad.

14. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre un negocio de estas características?

Gráfico 25: Medios de Comunicación

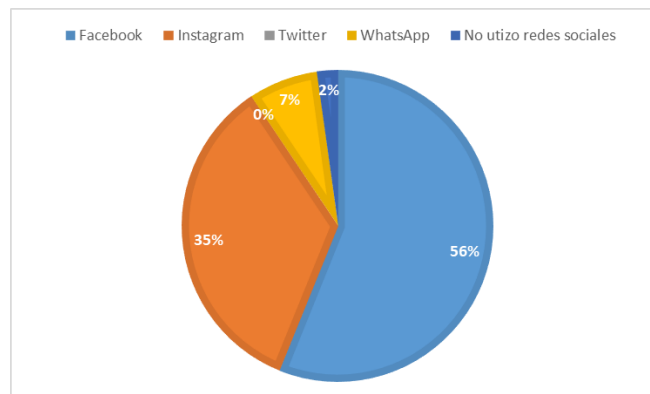


Fuente: Elaboración Propia.

Este gráfico no muestra la realidad en la que hoy vivimos, obteniendo como resultado que un 85% prefiere recibir información sobre nuevos negocios por medio de sus redes sociales, un 14% prefiere recibir información mediante la televisión y un 1% mediante radio. Esta información es muy importante ya que nos indica que la información de nuestro negocio debe ser transmitida por Redes sociales.

15. ¿Cuál es la red social que usted más utiliza?

Gráfico 26: Red Social más utilizada

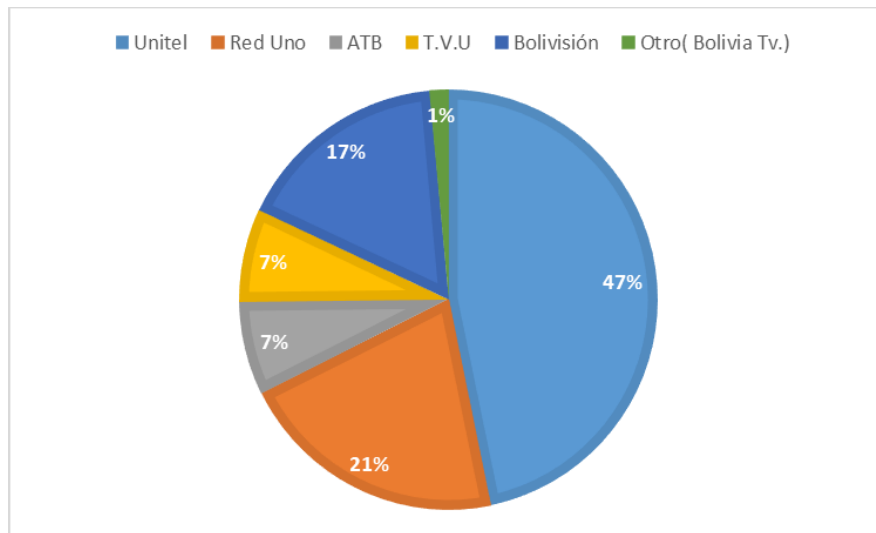


Fuente: Elaboración Propia.

Un 56% utiliza más la red social Facebook, mientras que un 35% prefiere usar Instagram y un 7% se inclina por usar más Whatsapp. Anulando completamente la red social Twitter debemos llegar a la mente del consumidor mediante estas tres redes sociales.

16. ¿Qué canal de televisión ve con más frecuencia?

Gráfico 27: Canal de televisión más visto



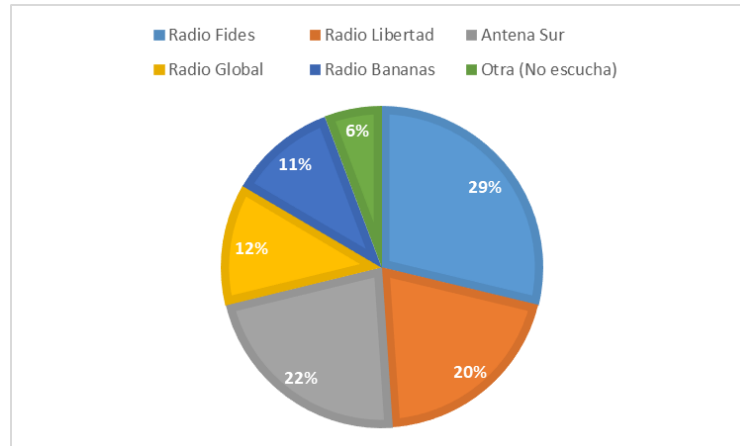
Fuente: Elaboración Propia.

Unitel es el canal más visto por los encuestados con un 47%, seguido de Red Uno con un 21%, en tercer lugar, esta Bolivisión con un 17%, con 7% están T.V.U y ATB y con un 1% finaliza la lista Bolivia Tv.

En caso de difundir información por televisión se hará por el canal Unitel ya que obtuvo un mayor porcentaje en relación a los demás.

17. ¿Qué radio sintoniza usted con más frecuencia?

Gráfico 28: Estación de Radio más escuchada

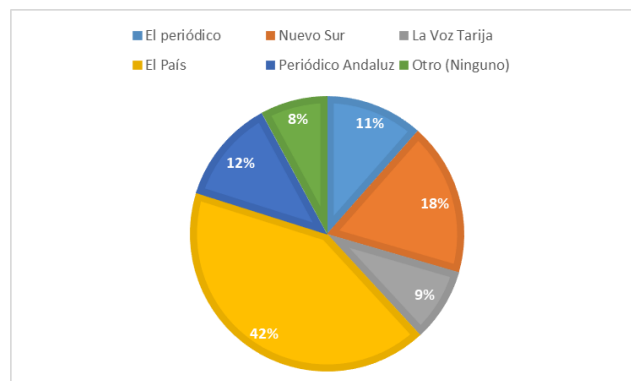


Fuente: Elaboración Propia

El gráfico muestra como radio más escuchada a Radio Fides con un 29%, le siguen Antena Sur con un 22%, Radio Libertad con un 20%, Radio Global con un 12%, Radio Bananas con un 11% y existe un 6% que no escucha o sintoniza ninguna estación de radio. Esta información será utilizada solamente si es que en algún momento se decide difundir información por Radio.

18. ¿Qué periódico lee usted con más frecuencia?

Gráfico 29: Periódico más comprado

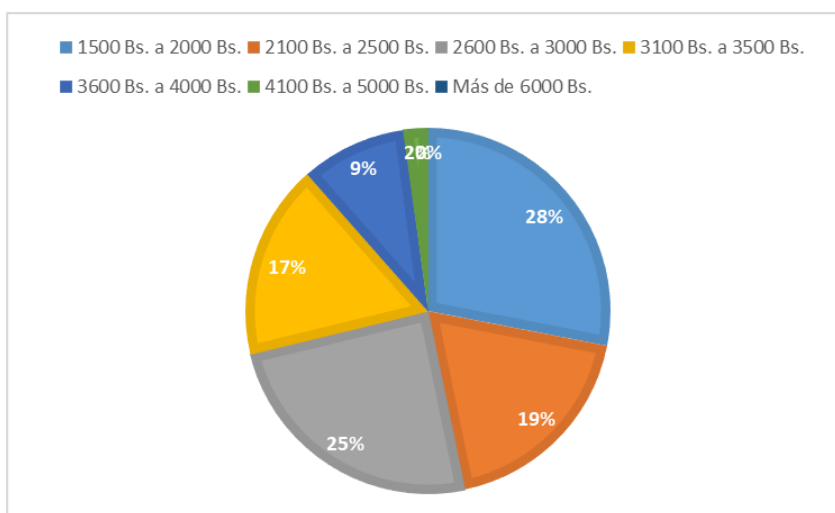


Fuente: Elaboración Propia

Con un 42% de los encuestados se posiciona como el periódico más leído; periódico “El País”, seguido de “El Nuevo Sur” con un 18%, con un 12% Periódico Andaluz, con un 11% está “El periódico” y existe un 8% de los encuestados que ya no utilizan este medio de comunicación. Esta información será utilizada solamente si es que en algún momento se decide difundir información por Periódico.

19. ¿Cuánto es su ingreso mensual aproximadamente?

Gráfico 30: Promedio de ingreso mensual

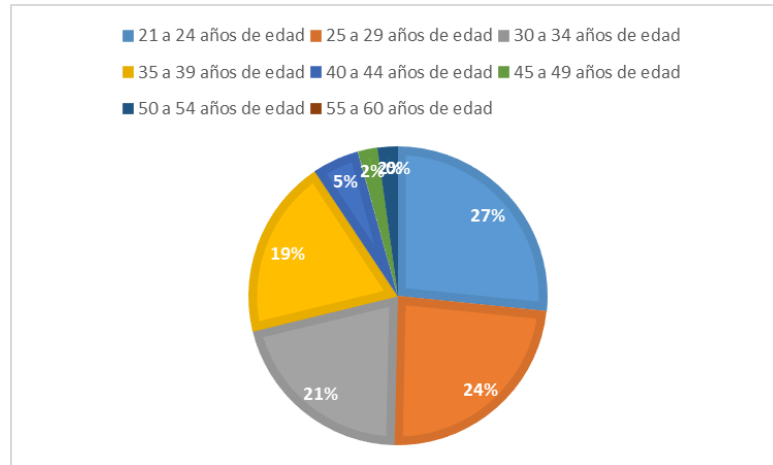


Fuente: Elaboración Propia

El 28% de los encuestados percibe un ingreso mensual de 1500 Bs. a 2000Bs., mientras que un 25% percibe un salario mensual de 2600Bs. a 3000Bs., un 19% de 2100Bs. a 2500 Bs., un 17% de 3100 Bs. a 3500 Bs., un 9% de 3600 Bs. a 4000 Bs. y tan solo un 2% de los encuestados percibe un ingreso mensual de 4100 Bs. a 5000 Bs. Esta información puede ser de mucha ayuda a la hora de definir el precio de nuestros productos.

20. Edad

Gráfico 31: Promedio de edades

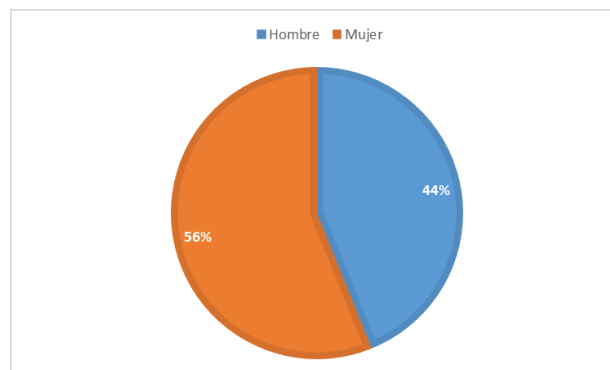


Fuente: Elaboración Propia

El gráfico nos muestra que un 27% de los encuestados está en el rango de 21 a 24 años de edad, un 24% de 25 a 29 años de edad, un 21% de 30 a 34 años de edad, un 19% de 35 a 39 años de edad, un 5% de 40 a 44 años de edad, un 2% de 45 a 49 años de edad y por último un 2% de 50 años de edad. Lo cual nos lleva a concluir que el promedio de edad de quienes visitarán nuestro negocio será entre 21 a 50 años de edad, pero con mayor participación de personas entre 21 a 34 años de edad.

21. Sexo

Gráfico 32: Promedio de genero



Fuente: Elaboración Propia

El 56% de las personas encuestadas eran de sexo femenino, mientras que el restante 44% de las personas encuestadas eran de sexo masculino. Esta información nos ayuda a determinar los diferentes puntos de vista que tienen una mujer y un hombre en función a una panadería y cafetería.

3.7.2. Conclusiones de la investigación

Después de haber obtenido los resultados mediante la tabulación e interpretación de datos, respecto a las preguntas realizadas en la encuesta, llegamos a las siguientes conclusiones:

- ✓ Existe una gran proporción de personas en la ciudad de Tarija que tuvieron la oportunidad de visitar tanto una panadería como una cafetería, las cuales tienen como productos favoritos: el pan, hojarasca, pie, café, capuccino y Flat White.
- ✓ También se puede que la mayoría de las personas tiene preferencia por los productos recién horneados y de buen sabor, así como también el ambiente y la atención al cliente juegan un papel muy importante.
- ✓ Un dato muy importante que pudimos conocer es que al menos al 95% de las personas encuestadas les parece interesante la idea de tener un negocio que brinde los servicios de panadería y cafetería al mismo tiempo.
- ✓ Conociendo todos estos datos se llegó a la conclusión de que “Alto Vidi Jao” si podrá satisfacer las necesidades de sus clientes, así como también está en condiciones de competir en el mercado.

CAPÍTULO IV

PLAN DE TRABAJO

4. PLAN DE MARKETING

El Plan de marketing es de suma importancia para la empresa, ya que nos ayudará a tener una visión más clara de los objetivos que queremos alcanzar. Diseñar una buena estrategia de marketing nos permitirá posesionarse como empresa en la mente de los consumidores y contribuir a la sustentabilidad del negocio ofreciéndoles un producto de calidad y un servicio excelente.

4.1. OBJETIVOS DE MARKETING

4.1.1 Objetivo General

Diseñar estrategias de marketing eficaces y eficientes para lograr la penetración y fidelización de nuestros productos en la ciudad de Tarija.

4.1.2 Objetivos Específicos

- ✓ Ofrecer productos de panadería de buena calidad con una excelente atención al cliente.
- ✓ Promocionar nuestra Panadería y cafetería por los medios de comunicación más utilizados por la ciudad de Tarija como ser las redes sociales.
- ✓ Crear una imagen publicitaria para “Alto Vidi Jao” que represente los productos que vamos a ofrecer en nuestra panadería y cafetería.

4.2. MARKETING MIX

4.2.1. Producto

La empresa “Alto Vidi Jao” ofrecerá a su distinguida clientela productos de calidad tanto en la sección “Panadería” como en la sección “Cafetería”, los cuales serán mencionados a continuación:

Productos Sección “Panadería”

- Pan
- Hojarasca
- Galletas
- Pies
- Rollitos de Queso
- Empanadas
- Torta

Productos Sección “Cafetería”

- ✓ Capuccino
- ✓ Café
- ✓ Té
- ✓ Flat White
- ✓ Mocaccino

4.2.2. Empaque



4.2.3. Marca

La marca de la empresa estará representada por “Alto Vidi Jao”.



**ALTO
VIDI
JAO**

4.2.4. Slogan

“Churito el sabor, linda la Atención”

La frase utilizada como slogan será “Churito el sabor, linda la Atención” mediante la cual se pretende llamar la atención de nuestra clientela e invitarlos a pasar a nuestras instalaciones a degustar de nuestros productos,

4.2.5. Logotipo para la empresa



4.2.6. Precio

El precio es una variable fundamental, por lo cual se debe definir de manera correcta y asociarlo con la calidad del producto y servicio respectivamente. Es por ello que se utilizará una estrategia de fijación de precios orientado al nicho, estableciendo precios competitivos, es decir, similares al de la competencia. Con esto se estará comunicando a los clientes que ofrecemos productos de alta calidad, es importante transmitir a los consumidores nuestra estrategia de diferenciación, a través de la combinación de cualidades como: productos recién horneados, apariencia, calidad, variedad de productos y servicios; ubicación del local, rapidez de atención y exhibición de producto.

La empresa “Alto Vidi Jao S.R.L, ofrecerá sus productos a un precio diferente los cuales se reflejarán en la siguiente tabla:

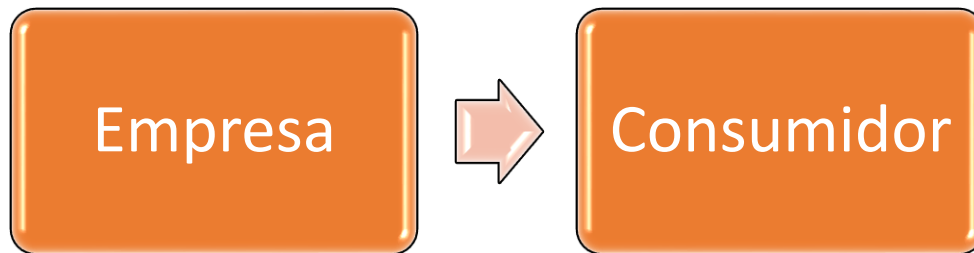
Tabla 15: Precio de Productos

Producto	Precio
Pan	1bs.
Empanadas de queso	1,50 bs.
Galletas	1 bs.
Hojarasca	1 bs.
Pie	5 bs.
Rollo de queso	2 bs
Café	5bs.
Mocaccino	20 bs.
Té	5 bs.
Capuccino	15 bs.
Flat White	20 bs.

Fuente: Elaboración Propia.

4.2.7. Plaza y canal de distribución

El alcance de distribución será en la ciudad de Tarija donde vamos a instalar nuestra panadería y cafetería donde vamos a brindar nuestro servicio y producto el cual estará ubicado en Calle Oruro entre Pasaje Carlos Paz y Avenida la Paz.

Gráfico 33: Canal de Distribución 1

Fuente: Elaboración Propia.

Utilizaremos el Canal de Distribución 1 o Canal Directo el cual consiste en vender tanto nuestro producto de panadería como nuestro servicio de cafetería de manera directa a los consumidores finales.

Gráfico 34: Canal de Distribución 2

Fuente: Elaboración Propia.

Además, se utilizará el Canal de Distribución 2, el cual está compuesto por la empresa, un intermediario y el cliente, los intermediarios serían hoteles y tiendas de barrio.

4.2.8. Promoción

La Promoción es un aspecto muy importante dentro del marketing puesto que influyen en la decisión de compra del cliente y también ayudarán a la empresa a ofrecer su servicio al mercado.

“Alto Vidi Jao” tendrá el objetivo de informar a la población sobre los productos y el servicio que va a ofrecer a la ciudad de Tarija.

Para cumplir dicho objetivo haremos uso de las Redes Sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp.

4.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING

4.3.1. Estrategias de diferenciación

Esta estrategia tiene por objeto dar cualidades a nuestros productos y porque no a nuestro servicio, de esta manera crear una situación de competencia única en el mercado.

Nuestra Empresa se diferenciará por tener a disposición productos con la siguiente combinación de cualidades como: productos recién horneados, apariencia, calidad, variedad de productos y servicios; ubicación del local, rapidez de atención y exhibición de producto.

CAPÍTULO V

PLAN DE TRABAJO

5. PLAN DE PRODUCCIÓN

En este capítulo se empezará por definir nuestros objetivos en relación al área de producción, así como también describir las características de nuestros productos, el procedimiento del servicio, proceso de producción.

Para ello es importante identificar maquinarias, equipos, tecnología, materia prima, nuestros proveedores, entre otros que contribuyan a satisfacer la demanda de nuestra panadería y cafetería. Además, los aspectos más importantes para nuestro negocio como ser la localización, higiene, normas de bioseguridad contra el Covid-19, seguridad industrial y control de calidad.

5.1. OBJETIVOS DEL AREA DE PRODUCCIÓN

- ✓ Diseñar un proceso de producción más eficaz y eficiente para nuestro negocio.
- ✓ Desarrollar un proceso de servicio adecuado y de calidad a nuestros clientes.
- ✓ Seleccionar un lugar estratégico para nuestra panadería y cafetería.
- ✓ Establecer normas de bioseguridad contra el Covid-19.
- ✓ Definir proveedores para la adquisición de materiales y materia prima.

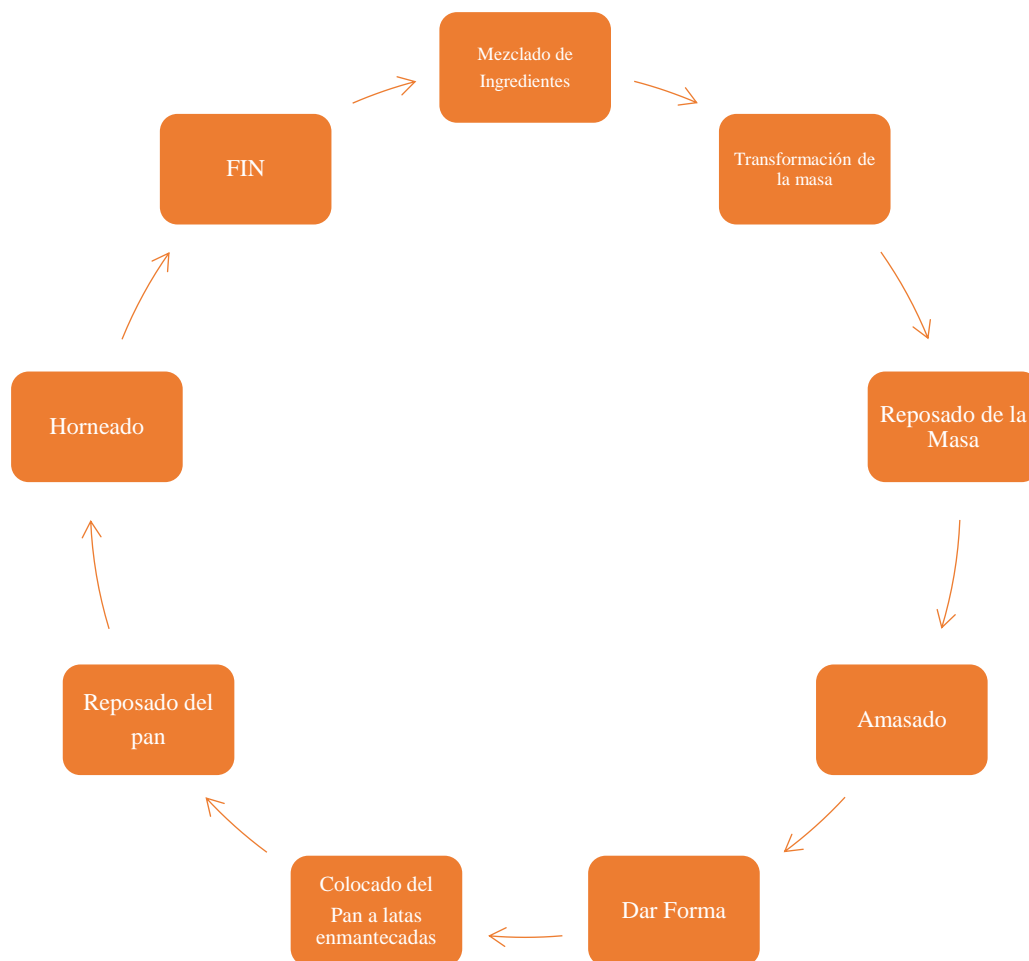
5.2. DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Al tratarse de una panadería y Cafetería dicho negocio ofrecerá a toda su clientela productos de panadería frescos y de calidad acompañados de un café, un capuccino o cualquier otra bebida que la cafetería tenga a disposición.

5.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

5.3.1. Descripción del proceso de producción del pan

Gráfico 35: Proceso de producción del pan



Fuente: Elaboración Propia

Descripción:**✓ Mezclado de ingredientes:**

Se procede al mezclado de la levadura, azúcar y agua tibia en un recipiente, después de eso esperar hasta que levante.

✓ Transformación de la Masa:

Poco a poco se va agregando la harina, previamente cernida, hasta formar una masa de regular consistencia.

✓ Reposado de la Masa:

Tapar el recipiente con una servilleta y dejar reposar la masa en un lugar abrigado hasta que haya doblado su volumen.

✓ Amasado:

Luego, para mayor facilidad, tomar primero la mitad de la masa; si está demasiado blanda aumentar algo de harina y la mitad de la manteca derretida. Trabajar hasta que esté suave.

✓ Dar forma:

Cortar pedazos del tamaño que se desee y darles forma redonda. Después de eso se debe poner a reposar sobre una servilleta las bolillas de masa hasta que levanten. Luego aplanarlas con los dedos.

✓ Colocado del pan en latas enmantecadas:

En latas enmantecadas poner los panes y pincharlos con tenedor.

✓ Reposado del pan:

Dejarlos levantar nuevamente. Los panes levantan más rápidamente si se lo pone sobre latas previamente calentadas, o si se ponen las latas con pan al sol.

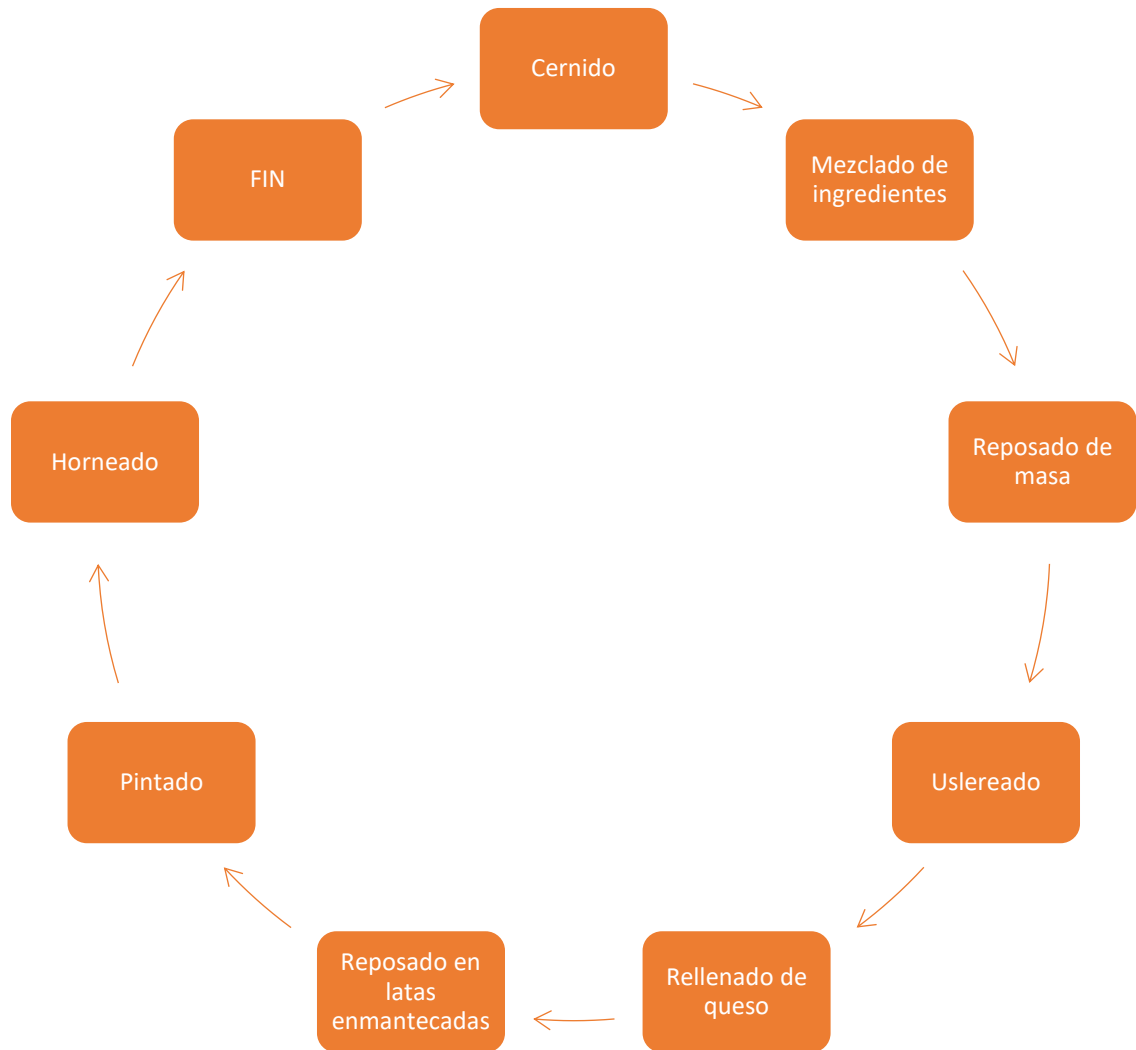
✓ Horneado:

Cocer en horno caliente.

✓ FIN.

5.3.2. Descripción del proceso de producción de las empanadas de queso

Gráfico 36: Proceso de Producción de las empanas de queso.



Fuente: Elaboración Propia.

Descripción:✓ **Cernido:**

Cernir la harina con el royal y mezclar con la manteca frotando con las manos.

✓ **Mezclado de ingredientes:**

Añadir al centro los huevos, la leche con azúcar y la sal. Sobar ligeramente para unir los ingredientes.

✓ **Reposado de masa:**

Dejar reposar la masa 10 minutos.

✓ **Uslereado:**

Uslerear delgado.

✓ **Rellenado de queso:**

Se procede a rellenar con queso, mezclado con un poco de leche.

✓ **Reposado en latas enmantecadas:**

Cerrar los bordes, repulgar y poner sobre latas enmantecadas.

✓ **Pintado:**

Pintar la empanada con huevo batido dando una especie de barnizado.

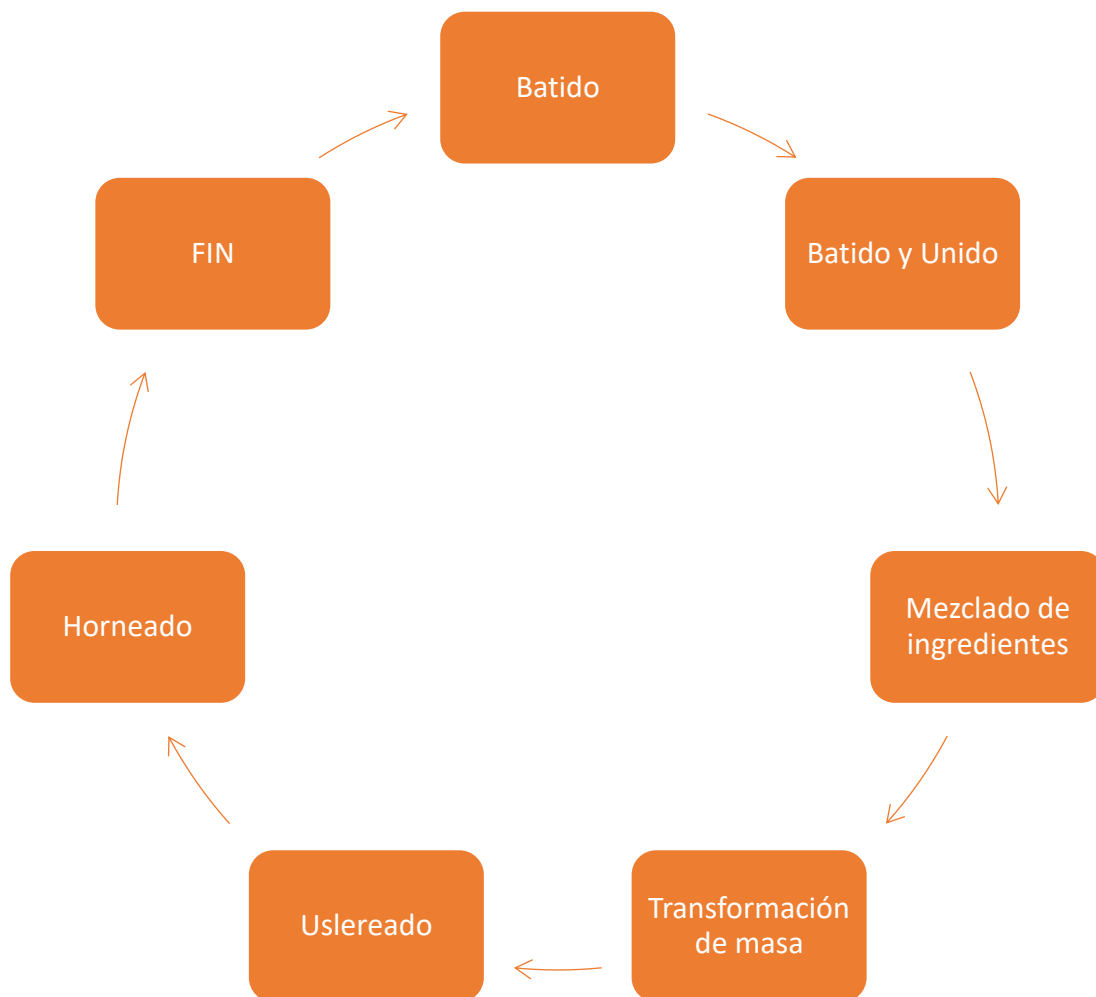
✓ **Horneado:**

Cocer en el horno hasta que estén doradas.

✓ **FIN.**

5.3.3. Descripción del proceso de producción de Galletas

Gráfico 37: Proceso de Producción de Galletas



Fuente: Elaboración Propia

Descripción:✓ **Batido:**

Batir las claras a punto nieve.

✓ **Batido y Unido:**

Batir las yemas y unir con las claras.

✓ **Mezclado de ingredientes:**

Agregar el azúcar, la raspadura de la cascara de limón, jugo de limón, leche mezclado con amoníaco, la manteca y canela.

✓ **Transformación de masa:**

Formar una masa suave. Amasar rápidamente para mezclar mejor los ingredientes.

✓ **Uslereado:**

Uslerear al grosor de medio centímetro aproximadamente y cortar con moldes de la manera deseada.

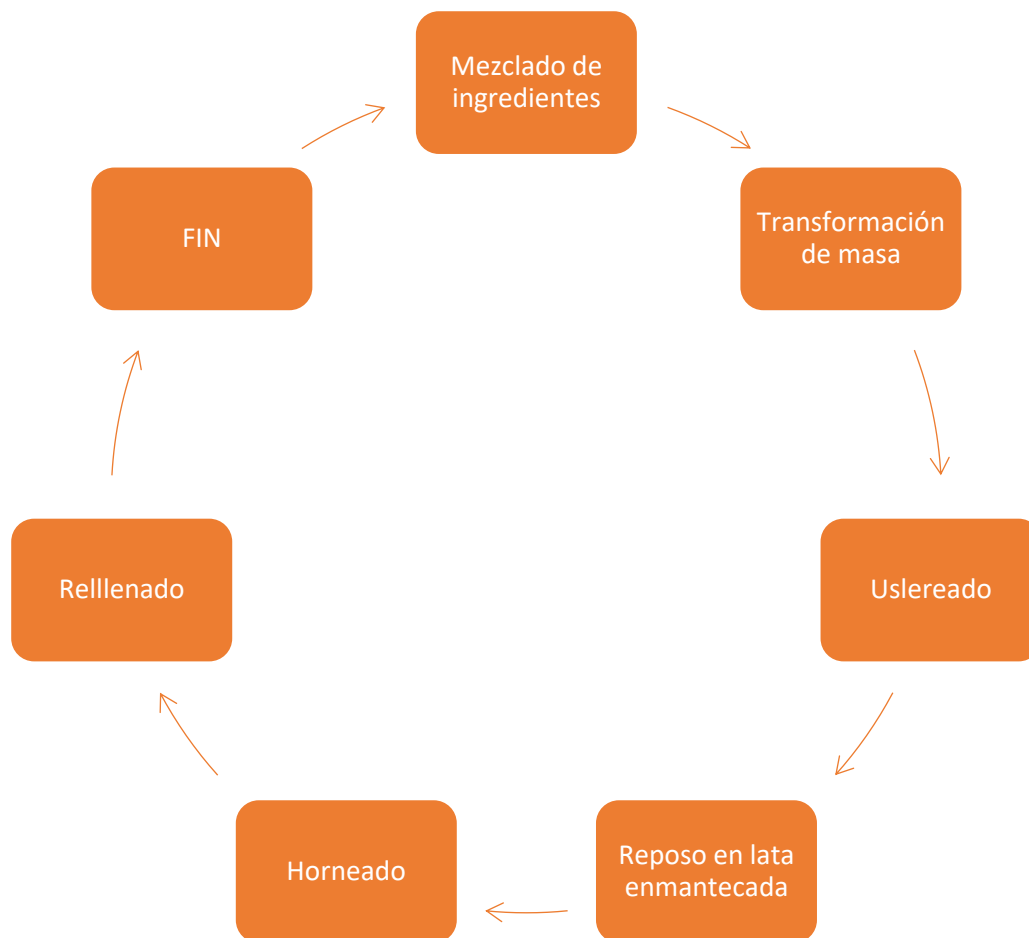
✓ **Horneado:**

Cocer en horno moderado hasta que estén bien doradas.

✓ **FIN.**

5.3.4. Descripción del proceso de producción de la Hojarasca

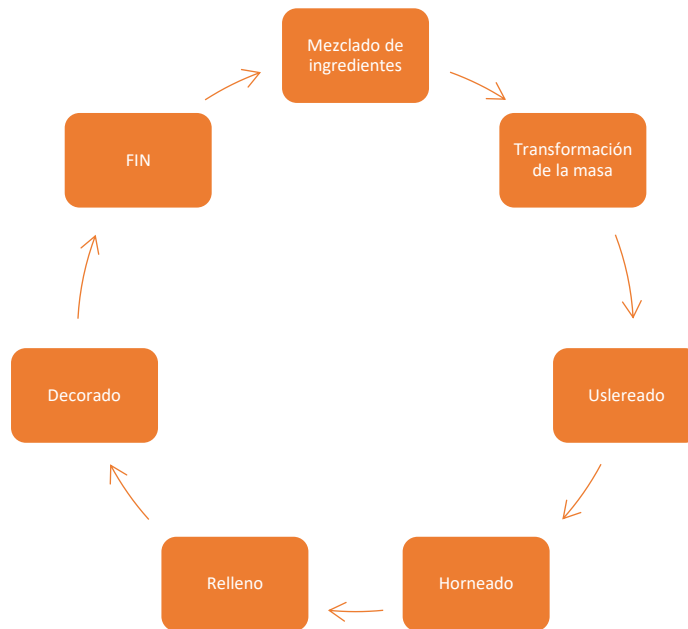
Gráfico 38: Proceso de Producción de la hojarasca



Fuente: Elaboración Propia.

Descripción:

- ✓ **Mezclado de ingredientes:**
Mezclar la harina, manteca y agua con sal.
- ✓ **Transformación de masa:**
Formar una masa suave.
- ✓ **Uslereado:**
Uslerear delgado y cortar medallones del tamaño deseado.
- ✓ **Reposo de masa en lata enmantecada:**
Pinchar con tenedor y poner sobre una lata previamente enmantecada.
- ✓ **Horneado:**
Cocer en horno caliente.
- ✓ **Rellenado:**
Rellenar de a dos con dulce de leche.
- ✓ **FIN.**

5.3.5. Descripción del proceso de producción del Pie de Limón**Gráfico 39: Proceso de Producción del pie de limón****Fuente: Elaboración Propia.**

Descripción:

✓ **Mezclado de ingredientes:**

Cernir la harina con el royal y mezclar con la manteca frotando con las manos.

✓ **Transformación de la masa:**

Agregar agua con sal y azúcar en cantidad suficiente para formar una masa suave.

✓ **Uslereado:**

Uslerear de 1cm. de alto y forrar una fuente rectangular de tamaño rectangular previamente enmantecado.

✓ **Horneado:**

Pinchar con tenedor y cocer en horno caliente hasta que dore.

✓ **Relleno:**

Batir la leche condensada, añadir las yemas una a una y finalmente el jugo de limón, mezclar suavemente y rellenar la masa del pie.

✓ **Decorado:**

Batir las claras a punto nieve, añadir el azúcar y por último el royal, cubrir y luego decorar por encima con un decorador de boquilla ancha.

✓ **FIN.**

5.3.6. Descripción del proceso de producción de Rollo de queso

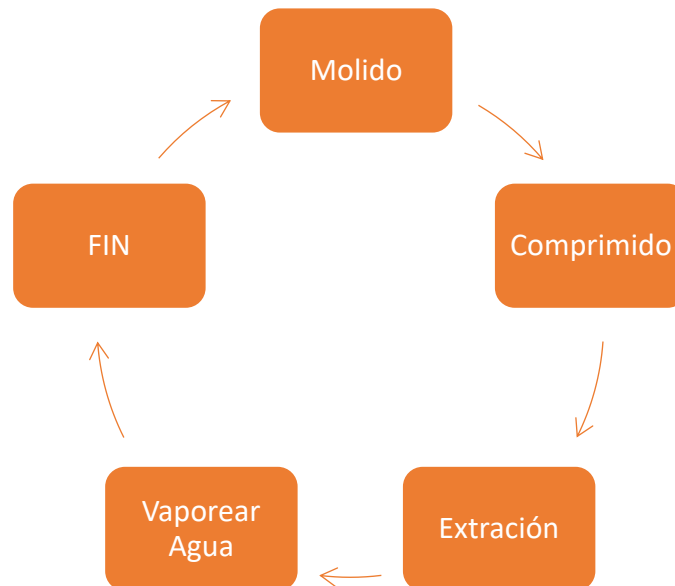
Gráfico 40: Proceso de producción de Rollo de queso



Fuente: Elaboración Propia

Descripción:

- ✓ **Cernido:**
Cernir en una fuente la harina con el royal.
- ✓ **Mezclado de ingredientes:**
Calentar la manteca y añadirle leche, los huevos, azúcar y sal. Verter esta mezcla al centro de la harina y formar una masa blanda.
- ✓ **Uslereado:**
Dividir en pedazos y uslerear a medio centímetro de alto aproximadamente.
- ✓ **Enrollado:**
Extender sobre la masa el queso rallado, previamente mezclado con ají y leche.
Enrollar y pintar con huevo batido por encima.
- ✓ **Horneado:**
Cocer en horno caliente.
- ✓ **FIN.**

5.3.7. Descripción del proceso de producción del Café**Gráfico 41: proceso de producción café****Fuente: Elaboración Propia**

Descripción:✓ **Molido:**

Moler los granos de café.

✓ **Comprimido:**

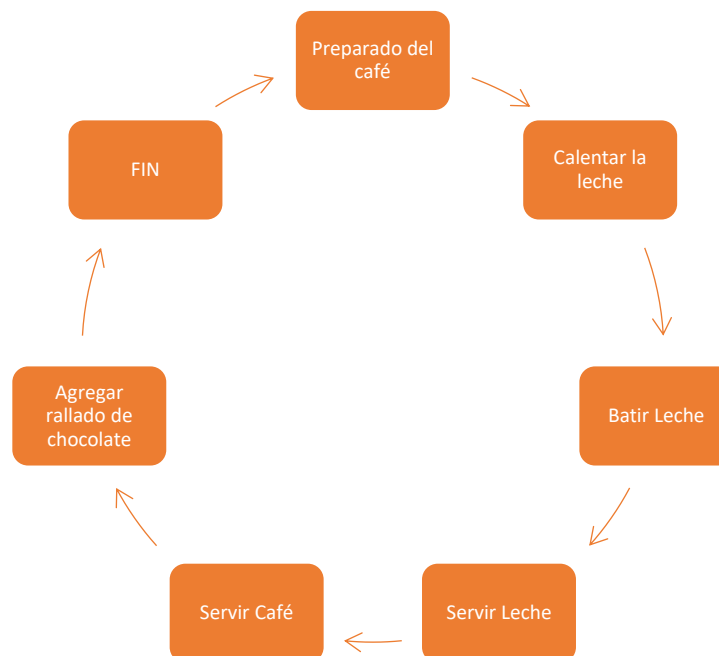
Apisonarlos (comprimirlos) para alcanzar la densidad requerida, colocar el mango con los granos en la máquina, después colocar la taza debajo del grupo de mangos.

✓ **Extracción:**

Presionar el botón de inicio para iniciar el proceso de extracción de café.

✓ **Vaporear agua:**

Vaporear el agua en una jarra con el brazo de vapor de la máquina para posteriormente verter el agua en la taza y servirla

✓ **FIN.****5.3.8. Descripción del proceso de producción del Capuccino****Gráfico 42: Proceso de Producción Capuccino**

Fuente: Elaboración Propia

Descripción:✓ **Preparado del café:**

Seguir los pasos de preparación de café.

✓ **Calentar leche:**

Se procede a calentar media taza de leche.

✓ **Batir Leche:**

Una vez que la leche esté bien caliente, verter en una licuadora, o bien la ponemos en un frasco para batirla de forma manual enérgicamente.

✓ **Servir Leche:**

Batir correctamente la leche, para generar una gran cantidad de espuma. En un recipiente que no sea la taza de capuchino. Arrojar el fondo de la leche. Y dejar en el frasco solo la abundante espuma. Luego de forma suave, verter la leche en la taza. Procurar no desarmar la espuma.

✓ **Servir Café:**

Con la taza llena hasta la mitad de leche. Servir café hasta que completar la otra mitad de taza. Si se agrega el café de forma correcta, quedarán claramente visibles 2 colores. El café se debe agregar muy lentamente y contra el borde de la taza. Esto evita que la leche se mezcle con el café. Debido a que los líquidos tienen distinta densidad, y no se mezclarán sino los revuelves demasiado.

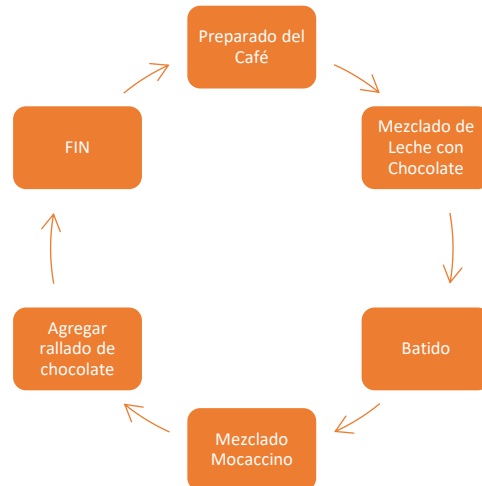
✓ **Agregar rallado de chocolate:**

Por último rallar una barra de chocolate sobre el café. Y agregar azúcar a gusto del cliente.

✓ **FIN.**

5.3.9. Descripción del proceso de producción del Mocaccino

Gráfico 43: Proceso de producción del Mocaccino



Fuente: Elaboración Propia

Descripción:

✓ **Preparado del Café:**

✓ **Mezclado de leche con chocolate:**

A continuación, en una cacerola mezclar la media taza de leche con las cucharadas de cacao en polvo y el azúcar. Llevar a fuego lento y remover hasta que se mezclen los ingredientes y se disuelvan completamente.

✓ **Batido:**

Antes de que hierva, retirar la leche con chocolate del fuego y con una varilla o licuadora batir bien hasta que forme una espuma.

✓ **Mezclado Mocaccino:**

Echar esta mezcla de leche con chocolate espumosa sobre el café ya preparado, consiguiendo dos capas diferentes.

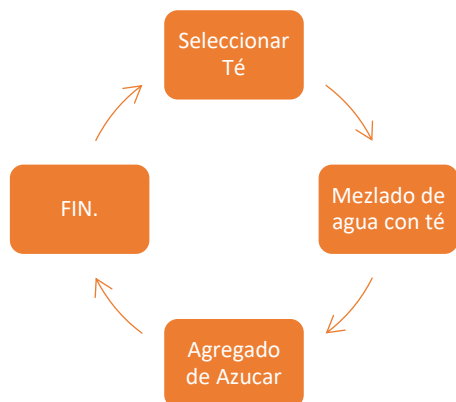
✓ **Agregar rallado de chocolate:**

Por último rallar una barra de chocolate sobre el café. Y agregar azúcar a gusto del cliente

✓ **FIN.**

5.3.10. Descripción del proceso de producción del Té

Gráfico 44. Proceso de producción del Té



Fuente: Elaboración Propia

Descripción:

- ✓ **Seleccionar Té:**
Seleccionar el Té o hierba de acuerdo al gusto y preferencia del cliente.
- ✓ **Mezclado de agua con Té:**
Se procede a añadir agua caliente en la taza y añadir el té que escogió el cliente, esperar cuatro minutos para una infusión correcta.
- ✓ **Agregado de azúcar:**
Agregar azúcar de acuerdo a los gusto del cliente.
- ✓ **FIN.**

5.3.11. Descripción del proceso de producción de Flat White

Gráfico 45: Proceso de producción de Flat White



Fuente: Elaboración Propia

Descripción:

- ✓ **Preparación de Café:**
Realizar dos café expreso de 40 ml. En la tasa de capuccino.
- ✓ **Emulsionado de leche:**
Emulsionar la leche correctamente.
- ✓ **Mezclado:**
Llenar la taza de capuccino con la leche emulsionada
- ✓ **Dibujar un arte:**
Realizar un dibujo con el raspado de chocolate

5.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

5.4.1. Horno industrial

El que utilizaremos es el horno industrial ya que posee un sistema portátil de generación de vapor (SPGV).

No necesita tener un punto de agua fijo pues posee un tanque para abastecimiento de agua sin conexión hidráulica.

Características:

- ✓ **Altura:** 2.08 m.
- ✓ **Capacidad:** 10 bandejas.
- ✓ **Ancho:** 1.05 m.
- ✓ **Profundidad:** 1.46 m.
- ✓ **Potencia Instalada:** 1.2 kW.
- ✓ **Consumo eléctrico de carga:** 1.1 kw/h.
- ✓ **Incluye:** Bandejas, carro porta bandejas.

**5.4.2 Cafetera industrial****Características:**

- ✓ Carrocería con paneles de acero inoxidable y acero pintado.
- ✓ Indicador del nivel del agua en la caldera
- ✓ Manómetro doble escala para la visualización de la presión caldera y bomba.
- ✓ Entrada de agua automática (A.E.A.)
- ✓ Botonera 4 dosis café (versión SAE)
- ✓ Un dispensador de agua caliente.
- ✓ Dos lanzas de vapor (2-3 Gr.)
- ✓ Motobomba incorporada.



5.4.3. Mesa de trabajo acero inoxidable

Características:

- ✓ **Industria:** Nacional
- ✓ **Marca:** "Mg"
- ✓ **Largo:** 1.90 m.
- ✓ **Ancho:** 0.90 m.
- ✓ **Alto:** 0.90 m.
- ✓ Mesada en acero inoxidable
- ✓ Patas de tubo redondo.



5.4.4. Frigorífico

Características:

- ✓ **Ancho:** 0.74 m
- ✓ **Profundidad:** 0.68 m.
- ✓ **Altura:** 1.8 m
- ✓ **Voltaje:** (Voltio) 230.
- ✓ **Frecuencia:** (Hz) 50.
- ✓ **Potencia:** (kW) 0,18.
- ✓ **Rango de temperatura** (° C) + 2 / + 8.
- ✓ Tenue interno W x D x H (milímetro) 610x475x1460
- ✓ R 600 A refrigerante.
- ✓ Número de rejillas 4x 600x400.
- ✓ Inh. Neto (Ltr) 265.
- ✓ Tipo de enfriamiento forzado
- ✓ Bloqueable sí
- ✓ Iluminación Sí, LED
- ✓ Puerta reversible sí
- ✓ Sistema de descongelación automática
- ✓ Max omg. temp. (° C) 38
- ✓ Espesor de aislamiento (mm) 70
- ✓ Peso bruto (kg) 117
- ✓ Peso neto (kg) 91



5.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES

5.5.1. Necesidad de materia prima e insumos

Es importante para “Alto Vidi Jao S.R.L.” definir qué materia prima e insumos va a necesitar la empresa para ofrecer a sus clientes productos de calidad. Por lo tanto la materia prima e insumos que van a necesitarse estarán mencionados en la siguiente tabla:

Tabla 16: Materia Prima e Insumos

Materia prima o insumo	Uso
Harina	Pan, empanadas de queso, galletas, hojarasca, pie, rollo de queso.
Levadura	Pan, empanadas de queso, galletas, hojarasca, pie, rollo de queso.
Azúcar	Pan, empanadas de queso, galletas, pie, rollo de queso, café, capuccino, mocaccino, té, flat White.

Uslero	Pan, empanadas de queso, galletas, hojarasca, pie, rollo de queso.
Manteca	Pan, empanadas de queso, hojarasca, pie, rollo de queso.
Latas o bandejas	Pan, empanadas de queso, galletas, hojarasca, pie.
Royal	Empanadas de queso, pie, rollo de queso,
Huevos	Empanadas de queso, galletas, pie.
Leche	Empanadas de queso, pie, rollo de queso, capuccino, mocaccino, flat White.
Sal	Empanadas de queso, hojarasca, pie.
Queso	Empanadas de queso, rollo de queso.
Brocha	Empanadas de queso, rollo de queso
Limón	Pie, galletas, empanadas de queso.
Moldes	Galletas, hojarasca
Dulce de leche	Hojarasca
Leche condensada	Pie.
Boquillas	Pie.
Ají	Rollo de queso
Granos de café	Café, capuccino, mocaccino, flat White.

Sacos de Té	Té
Licuadora	Capuccino, Mocaccino, flat White.
Batidora	Pie, Capuccino, Mocaccino, flat White.
Chocolate	Capuccino, Mocaccino, flat White.

Fuente: Elaboración Propia

5.5.2. Proveedores (materia prima e insumos)

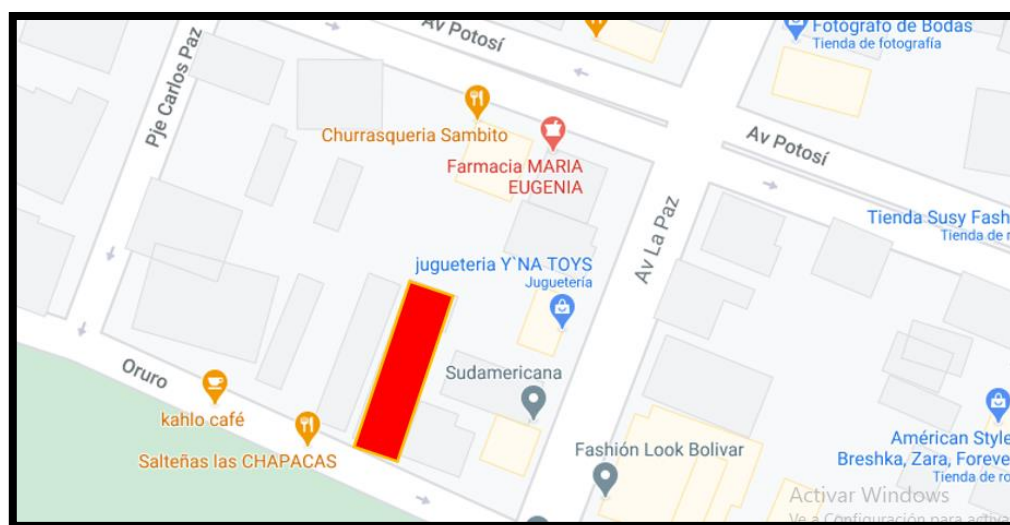
Tabla 17: Proveedores

Materia prima o insumo	Proveedores
Harina	.EMAPA
Levadura	Fleischman
Azúcar	Industrias Agrícolas de Bermejo S.A
Uslero	Fabricado Artesanal
Manteca	Alicorp
Latas o bandejas	Fabricado Artesanal
Royal	Industrias Venado
Huevos	Avicola Rolon
Leche	PIL TARIJA S.A
Sal	Gerli
Queso	Comunidad Caiza

Brocha	Tigre Plasmal S.A
Limón	Comunidad Emborozu
Moldes	Oster
Dulce de leche	PIL TARIJA S.A
Leche condensada	PIL TARIJA S.A
Boquillas	Oster
Granos de café	La joya del café
Licudadora	Oster
Batidora	Oster
Chocolate	Chocolates para ti

5.6. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

“Alto Vidi Jao S.R.L.” estará ubicado en la ciudad de Tarija, calle Oruro entre Pasaje Carlos Paz y Avenida La Paz, para ser más específicos al frente del Parque Bolívar.

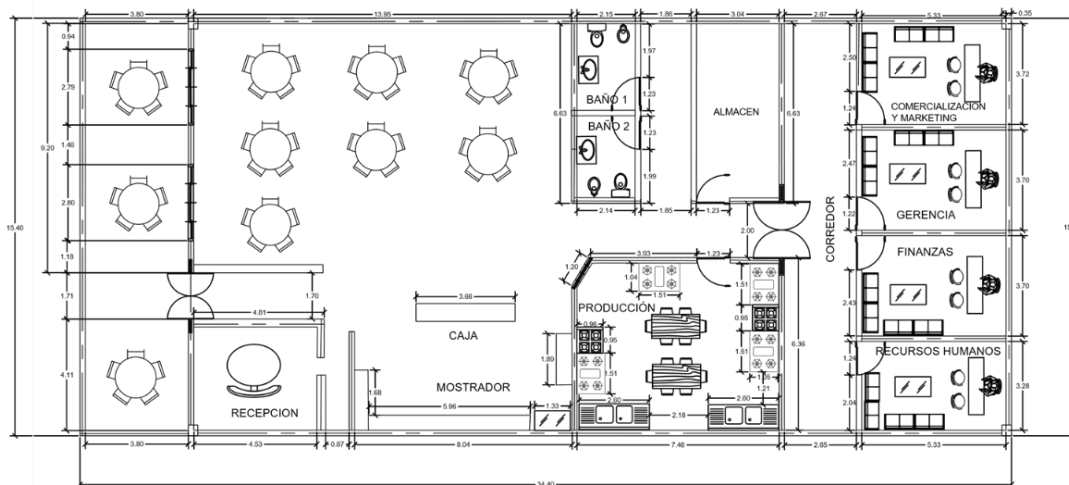


5.7. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LAS INSTALACIONES

El objetivo de diseñar la organización física es determinar la ubicación de todos los elementos que hacen parte de la empresa como ser:

- ✓ Infraestructura total “ALTO VIDI JAO SRL.” (34,40m x 15,40m)
- ✓ Cuatro Oficinas. (5,33m x 3,70 m)
- ✓ Área de Producción. (7,46m x 6,36m)
- ✓ Un almacén. (3,04m x 6,63 m)
- ✓ Un mostrador. (8,04m x 4,11m)
- ✓ Recepción. (3,80m x 4,11 m)
- ✓ Patio de Comidas. (9,20 m x 17,75m)
- ✓ Dos baños. (2,15m x 3,20 m)

ALTO VIDI JAO S.R.L



5.8. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

5.8.1. Normas de bioseguridad contra Covid-19

Es evidente la situación que está pasando el mundo actualmente una pandemia a causa del Coronavirus, para ello debemos definir protocolos de bioseguridad dentro de nuestra panadería y cafetería para que nuestros clientes se sientan seguros dentro del

mismo y que a la vez nos permita a nosotros desarrollar nuestras actividades de manera segura.

Por lo cual vamos a poner a disposición de nuestro personal y clientes los materiales necesarios para brindarles seguridad y mantenerlos libre de contagio dentro de nuestras instalaciones, los cuales vamos a nombrar a continuación con su respectiva ubicación:

5.8.1.1 Elementos de protección personal

Uno de los primeros aspectos a considerar es el cuidado personal de nuestros trabajadores y de esa manera brindar un servicio seguro e higiénico. Por tanto es de carácter obligatorio el uso de los siguientes elementos dentro de nuestras instalaciones:

- ✓ **Mascarilla o barbijo:** Cumplen la función de cubrir nariz y boca por ello permitirá brindar un servicio seguro e higiénico.
- ✓ **Alcohol en gel:** Para aquellos trabajadores que no tengan acceso al lavado de manos con agua y jabón de manera frecuente.
- ✓ **Atomizadores:** Para la limpieza respectiva de cada una de las superficies que están en contacto frecuente con nuestros trabajadores y clientes.

5.8.1.2 Pediluvio

La instalación de un pediluvio en cada una de nuestras instalaciones la misma tendrá la sustancia desinfectante. Tanto trabajadores como clientes deberán hacer uso del Pediluvio correspondiente antes de ingresar a cualquiera de nuestras instalaciones por al menos 5 segundos.

5.8.1.3 Control de Temperatura

Control de temperatura corporal con termómetro infrarrojo a todos los trabajadores y clientes previo al ingreso de nuestro negocio. En caso de que algún trabajador o cliente presente fiebre (superior a 37,8°), deberá retornar a su domicilio y comunicarse con las autoridades pertinentes al caso como ser el SEDEGES.

5.8.1.4 Mampara

El objetivo de estas mamparas de protección para el uso del servicio cafetería es generar confianza en nuestros clientes y proteger de posibles contagios entre los mismos y el personal.

Nuestras mamparas de protección son discretas y muy fáciles de instalar. El metacrilato al ser un material transparente no molesta a la vista y permite pasar la luz. Con estas mamparas de metacrilato crearemos una barrera física entre clientes para reducir la probabilidad de contagio.

5.8.1.4 Cliente

5.8.1.4.1 Consideraciones para el cliente

- ✓ Respetar las instrucciones y recomendaciones de la Panadería y cafetería.
- ✓ Mantener la distancia mínima exigida entre nuestro personal y otros clientes (1.5 metros).
- ✓ Uso de barbijo dentro de nuestras instalaciones. En caso de uso del servicio de cafetería se le proporcionará su respectiva mampara.

5.8.1.4.2 Medios de pago

- ✓ Tarjeta de Crédito o débito.
- ✓ Efectivo
- ✓ Pagos QR

5.8.2 Higiene y seguridad dentro del proceso productivo

5.8.2.1 Ropa de trabajo

5.8.2.1.1 Delantal de Panadero



El delantal es una prenda protectora externa que debe cubrir, sobre todo, la parte frontal del cuerpo. Se usa sobre la ropa con el objetivo de proteger nuestra ropa de manchas, es decir, con el propósito de mantener higiene y por comodidad. Pero hay razones muy importantes para usarlo:

- ✓ Evitar enfermedades.
- ✓ Prevenir quemaduras.
- ✓ Evitar ensuciarse.
- ✓ Impedir accidentes.

5.8.2.1.2 Zapatos de Panadero



Un panadero debe trabajar prácticamente toda su jornada de trabajo de pie, por lo tanto un zapato de panadero debe tener amortiguación, al menos en la zona del talón para evitar problemas como la fascitis plantar.

Además, deben tener suela antideslizante dado que trabajan rodeados de harina y pueden ser muy propensos a resbalones, caídas, etc.

5.8.2.1.3 Chaqueta Blanca



Para ello será necesario pensar cuáles son las condiciones ambientales que hay dentro del área de producción como ser: calor y humedad. Para eso será necesario escoger ropa transpirable y además que sean amplias para que permitan cierta comodidad y libertad de movimientos.

5.8.2.1.4 Gorro Panadero



Está relacionado directamente a la higiene exigida en este negocio, absorbe el sudor mientras se está trabajando en un entorno con altas temperaturas evitando que el sudor caiga sobre los alimentos y que moleste al panadero en el desempeño de sus tareas, también cumple el rol de prevención y consigue que ningún pelo acabe en los productos.

5.8.2.1.5 Guantes de Panadero



La protección de manos en el sector de panaderías es fundamental, ya no solo para proteger las manos del panadero sino también por medidas higiénicas.

Sin embargo, hay una tarea para la que es imprescindible el uso de guantes, la manipulación del horno cuando se introducen y se retiran los productos de la cocción.

CAPÍTULO VI

PLAN DE TRABAJO

6. PLAN ORGANIZACIONAL

6.1. ASPECTOS LEGALES DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

6.1.1 Marco Jurídico

Se conformará una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), donde el capital social estará conformada por el aporte de los socios ya sea en dinero o entre otro tipo de bienes.

6.1.2. Características de la Sociedad de Responsabilidad Limitada

- ✓ **Denominación o Razón Social:** Alto Vidi Jao S.R.L.
- ✓ **Capital Social:** El capital social estará dividido en cuotas de igual valor.
- ✓ **Aportes Pagados en su Totalidad:** Este tipo de capital social debe pagarse en su integridad en el acto de constitución legal.
- ✓ **Administración:** La administración de “Alto Vidi Jao S.R.L.” estará a cargo de un gerente administrativo ya sea Socio o no.
- ✓ **Registro de Socios:** La sociedad llevará un registro de socios donde se inscribirá los siguientes datos: Nombre, domicilio, monto de aportación, etc.

6.1.3. Registro legal de la empresa

A continuación se mostrará el respectivo cronograma para el registro de la empresa:

Gráfico 46: Cronograma Fundempresa



Fuente: Elaboración Propia

6.1.3.1 Fundempresa

Para constituirse como empresa, se tiene que registrar en la dirección general de registro de comercio FUNDEMPRESA.

En el cuál debe proseguir con los siguientes requisitos establecidos:

El proceso se inicia en fundempresa donde la razón social (Nombre de la empresa), la reserva es fundamental para que no haya duplicidad de razón social de la empresa.

Posteriormente se debe acudir a un abogado para realizar el testimonio de constitución de la empresa y deberá obtener el poder del representante legal.

Requisitos establecidos:

1. Formulario virtual de solicitud de inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante legal.
2. Testimonio de escritura pública de constitución social, en original y fotocopia legalizada legible.
3. Publicación del testimonio de constitución en la gaceta electrónica del registro de comercio a www.gacetadecomercio.com.bo.

4. Testimonio de poder de representante legal (mínimo dos ejemplares) original y fotocopia.

6.1.3.2 Servicio Nacional de Impuestos Internos

Para obtener la numeración de identidad tributaria (NIT). En esta instancia se debe representar la constitución de la empresa.

1. Documento de identidad vigente.
2. Factura o aviso fiscal o habitual, cuya fecha de emisión no tenga una antigüedad mayor a 60 días calendario.
3. Croquis del domicilio fiscal y domicilio habitual.
4. Llenar formulario MASI 001 para obtener el trámite.

6.1.3.3 Gobierno Municipal

Para emisión de la licencia de funcionamiento según ordenanza N° 030/2003 del Gobierno Municipal de la ciudad de Tarija y la provincia Cercado, los requisitos son los siguientes:

1. Formulario de inspección (declaración jurada)
2. Fotocopia de cedula de identidad del propietario y/o representante legal (actualizado).
3. Fotocopia de NIT.
4. Autorización de tráfico y transporte del municipio.
5. Informe técnico emitido por la dirección del Medio Ambiente.
6. Plano.

6.1.3.4 Caja Nacional de Salud

Entregar un folder con los siguientes requisitos:

1. Formulario AVC-01 (Aviso de afiliación del empleador)
2. Formulario AVC-02 (Carnet de empleador)
3. Balance de apertura.
4. Fotocopia de Cedula de Identidad del representante de la empresa.

5. Licencia de funcionamiento de fundempresa.
6. Fotocopia de facturas de agua y luz.
7. Croquis otorgado por cotizaciones.
8. Planillas salariales de los trabajadores.
9. Testimonio de constitución de la empresa.
10. Poder notariado del representante legal.

6.1.3.5 Ministerio de Trabajo

Para inscribir a la empresa al ministerio de trabajo se debe presentar los siguientes requisitos:

1. Solicitud dirigida al Ministerio de Trabajo.
2. NIT.
3. Formulario AVC-1 (Primer aporte CNS u otra entidad de seguro social).
4. Planillas salariales de los trabajadores.
5. Boleta de depósito Bancario de 20 Bs.
6. Indicación del sistema de control de asistencia.
7. Croquis de la ubicación de la zona.
8. Formulario gratuito de la ventanilla única de inscripción de empleador.

6.2. MARCOS DE REFERENCIA ESTRATÉGICA

6.2.1. Misión

Satisfacer la demanda de productos de panadería y servicio de cafetería en la ciudad de Tarija de manera eficiente, eficaz y responsable, brindando al cliente una atención de calidad para convertirnos en la empresa de panadería y cafetería líder en el mercado en los próximos 5 años.

➤ Análisis de la Misión

1. ¿Por qué existimos (cuál es nuestro propósito básico)?

- ✓ Satisfacer la demanda de productos de panadería y servicio de cafetería.

2. ¿En qué sector debemos estar?

- ✓ Sector Panadería y Cafetería

3. ¿Quién es nuestro usuario o ciudadano objetivo?

- ✓ La población de la ciudad de Tarija

4. ¿En dónde se encuentra nuestro usuario o ciudadano objetivo?

- ✓ En la ciudad de Tarija.

5. ¿Qué es el valor para nuestro usuario o ciudadano objetivo?

- ✓ Una atención de calidad.

6. ¿Qué necesidades podemos satisfacer?

- ✓ La demanda de productos de panadería y servicio de cafetería.

7. ¿Cómo es que vamos a satisfacer estas necesidades?

- ✓ De una manera eficiente, eficaz y responsable.

8. ¿En qué nicho o sector queremos estar?

- ✓ En la empresa de panadería y cafetería líder en el mercado.

9. ¿Cuáles son nuestros productos o servicios presentes o futuros?

- ✓ Productos de panadería y servicio de cafetería.

10. ¿En qué nos distinguimos?, ¿qué característica especial tenemos o deseamos tener?

- ✓ Una atención de calidad.

11. ¿Cómo mediremos el éxito de la misión?

- ✓ Dentro de 5 años.

6.2.2. Visión

Ser la empresa líder en panadería y cafetería en la ciudad de Tarija ofreciendo productos de buen sabor y un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de nuestros pilares fundamentales que son: la responsabilidad, honestidad y el trabajo en equipo.

Análisis de la visión**1. ¿Qué tratamos de conseguir?**

- ✓ “Alto Vidi Jao S.R.L” busca ser la empresa líder en panadería y cafetería en la ciudad de Tarija.

2. ¿Cuáles son nuestros valores?

- ✓ Honestidad, responsabilidad, calidad, puntualidad, trabajo en equipo y competitividad.

3. ¿Cómo produciremos resultados?

- ✓ Ofreciendo productos de buen sabor y un servicio de calidad de manera responsable y honesta.

4. ¿Cómo nos enfrentaremos al cambio?

- ✓ Trabajando en equipo.

5. ¿Cómo conseguiremos ser competitivos?

- ✓ Ofreciendo productos de buen sabor y una atención al cliente de calidad.

6.2.3. Valores de la empresa

- **Honestidad:** La transparencia, sinceridad y franqueza, son valores que actualmente el público no solamente desea para las empresas, las exige. Es por eso que “Alto Vidi Jao” va a caracterizarse por su honestidad.
- **Responsabilidad:** Ser responsable como empresa es muy importante para mantener una buena imagen en nuestros clientes.
- **Calidad:** Actualmente vivimos en un mundo donde todos dicen que tienen los mejores productos del mercado. Pero una cosa es afirmarlo y la otra es garantizarlo. Nuestro objetivo es garantizar a todos nuestros clientes productos de calidad.
- **Puntualidad:** No solo estamos hablando de ser respetuoso con los plazos de entrega de nuestros productos. También darle la importancia a la puntualidad a la hora de llegada y salida a nuestras instalaciones por parte de nuestros trabajadores.
- **Trabajo en equipo:** Nuestra empresa no solo debe enfocarse en contar con trabajadores con las mejores habilidades, sino también de que esas habilidades individuales sean capaces de trabajar en equipo y de esta manera unirse y lograr juntos el objetivo propuesto.

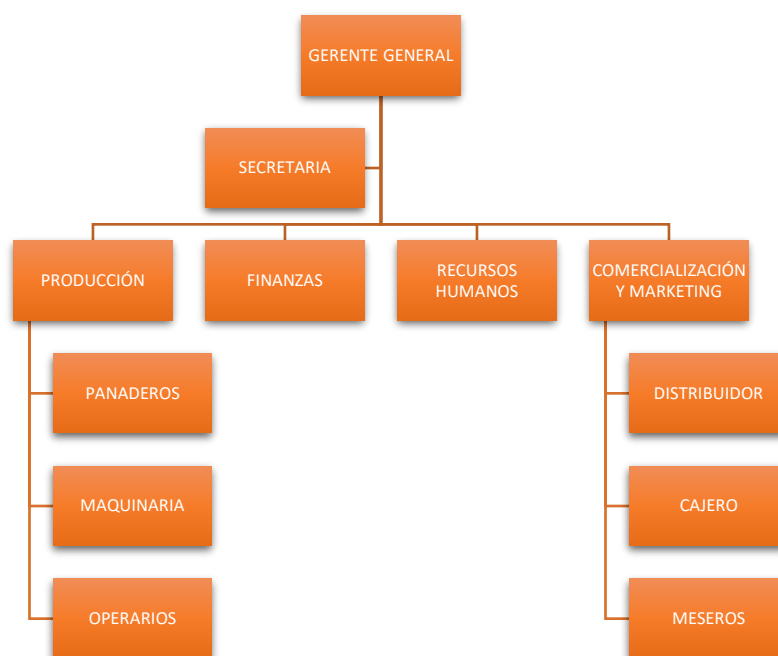
- **Competitividad:** Es muy importantes siempre ser competitivos ya que solo podremos ser la mejor empresa en panadería y cafetería solo si nos exigimos ser la mejor, ser siempre competitivos y tratar de superarse día a día.

6.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA

- ✓ Mejorar la productividad de nuestros trabajadores mediante capacitaciones permanentes para promover eficacia y eficiencia.
- ✓ Determinar las funciones que debe realizar cada trabajador en cada una de las áreas que posee la empresa.
- ✓ Diseñar una estructura organizacional, para que la empresa funcione de manera organizada y al mismo tiempo establecer niveles jerárquicos dentro de la empresa.

6.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gráfico 47: Organigrama



6.5. MANUAL DE FUNCIONES PARA LA ORGANIZACIÓN

Es importante para la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” adjuntar un manual de funciones para cada uno de los cargos dentro de la organización, con el fin de clarificar y delimitar las actividades de cada miembro y enfocar los esfuerzos de una manera organizada. Lo cual permitirá incrementar la productividad y crecer como empresa.

6.5.1. Manual de funciones área administrativa

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	GERENTE GENERAL
Número de personas al cargo	1
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Encargado de planear, organizar, dirigir y controlar la empresa. Además de representarla legalmente, ser responsable del cumplimiento de las normas legales de la empresa.	
DESCRIPCIÓN DETALLADA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planear, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de la empresa. ✓ Determinar las normas y políticas para el funcionamiento de la empresa. ✓ Supervisar las diferentes áreas dentro de la empresa como ser: área de producción, finanzas, recursos humanos, comercialización y marketing. ✓ Mantener actitud de líder motivando día a día a todo el personal dentro de la empresa. ✓ Asignar y supervisar al personal de la empresa sobre las distintas obligaciones, responsabilidades y trabajos que deben realizarse de acuerdo a las prioridades que requieran las distintas actividades que son necesaria para el cumplimiento de los objetivos de la empresa. ✓ Autorizar y ordenar los respectivos pagos. 	

✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.”	
REQUISITOS ACADÉMICOS	Título profesional en Administración de empresas.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia en cargos administrativos y conocimientos en Panadería y cafetería.

6.5.1.2. Manual de funciones en secretaría

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	SECRETARIA
Jefe inmediato	GERENTE GENERAL
Número de personas al cargo	1
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Responsable de apoyar al gerente general en todas sus funciones y actividades tanto dentro como fuera de la empresa.	
DESCRIPCIÓN DETALLADA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir y archivar documentos. ✓ Atender llamadas telefónicas. ✓ Atender visitas. ✓ Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones. ✓ Tener conocimiento del manejo de maquinaria de oficina, desde calculadoras hasta fotocopadoras, pasando por ordenadores personales y los programas informáticos que conllevan. 	

✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.”	
REQUISITOS ACADÉMICOS	Título Profesional en Secretaría General.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento de programas de software específicos, incluyendo Word, Excel, etc. ✓ Experiencia en el mantenimiento y priorización del calendario de un gerente. ✓ Capaz de trabajar independientemente. ✓ Comportamiento amistoso y profesional. ✓ Habilidades excepcionales de comunicación escrita y verbal.

6.5.2. Manual de funciones área producción

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	JEFE DE PRODUCCIÓN
Jefe inmediato	GERENTE GENERAL
Número de personas al cargo	1
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Responsable de las decisiones que se vayan a tomar en el área de producción en coordinación con el gerente general.	
DESCRIPCIÓN DETALLADA	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elabora y coordina planes de producción en conjunto con el Gerente general. ✓ Realizar las acciones necesarias, que están orientadas a la gestión de todos los procesos dentro del área de producción. ✓ Supervisa todas las instalaciones del área de producción. ✓ Planifica y gestiona el uso de ingredientes dentro de la empresa. ✓ Verificar que los ingredientes, materiales y maquinaria estén en óptimas condiciones. ✓ Realizar la respectiva capacitación al personal que se encuentre bajo su responsabilidad. ✓ Presentar un informe diario sobre las actividades que se realicen en el área de producción y lo inconvenientes que se vayan a presentar. ✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” 	
REQUISITOS ACADÉMICOS	Título profesional en Ingeniería de alimentos.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia en el área de producción en panadería y cafetería

6.5.2.1. Manual de funciones en panaderos

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	PANADEROS
Jefe inmediato	JEFE DE PRODUCCIÓN
Número de personas al cargo	5
DESCRIPCIÓN GENERAL	

Responsables de ejecutar los procesos de producción para cada uno de los productos de panadería que son parte de los productos de “Alto Vidi Jao S.R.L.”	
DESCRIPCIÓN DETALLADA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar los procesos productivos para la producción de los productos de panadería. ✓ Presentar un informe diario sobre las actividades que se realicen en el área de producción y lo inconvenientes que se vayan a presentar. ✓ Cumplir con todas las decisiones que vaya a tomar el jefe de producción. ✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” 	
REQUISITOS ACADÉMICOS	No es necesario.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia como panadero, además de haber aprobado la prueba de admisión impuesta por “Alto Vidi Jao S.R.L.”

6.5.2.2. Manual de funciones en maquinaria

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	ENCARGADO DE MAQUINARIA
Jefe inmediato	JEFE DE PRODUCCIÓN
Número de personas al cargo	1
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Responsable de toda la maquinaria industrial que vaya a usarse dentro del área de producción.	

DESCRIPCIÓN DETALLADA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encargado del respectivo mantenimiento de los equipos de trabajo, maquinaria industrial y herramientas de la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” ✓ Vigilar el proceso de manipulación de la maquinaria y herramientas de la empresa. ✓ Presentar un informe diario sobre las actividades que se realicen en el área de producción y los inconvenientes que se vayan a presentar. ✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” 	
REQUISITOS ACADÉMICOS	Título profesional en Ingeniería industrial
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia en el manejo de maquinaria industrial, experiencia en el área de producción en panadería y cafetería.

6.5.2.3 Manual de funciones en operarios

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	OPERARIOS
Jefe inmediato	JEFE DE PRODUCCIÓN
Número de personas al cargo	5
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Ejecutar todos los procesos productivos dentro del área de producción y el mantenimiento del mismo.	
DESCRIPCIÓN DETALLADA	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con todas las decisiones que vaya a tomar el jefe de producción. ✓ Encargado del mantenimiento y limpieza de todos los ambientes dentro de la empresa. ✓ Encargado del almacenamiento de ingredientes. ✓ Presentar un informe diario sobre las actividades que se realicen en el área de producción y lo inconvenientes que se vayan a presentar. ✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” 	
REQUISITOS ACADÉMICOS	No es necesario.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia en el área de producción en panadería y cafetería.

6.5.3. Manual de funciones área finanzas

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	JEFE DE FINANZAS
Jefe inmediato	GERENTE GENERAL
Número de personas al cargo	1
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Encargado y responsable del flujo de dinero y los activos que entran y salen de una empresa.	
DESCRIPCIÓN DETALLADA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estimar costos y ganancias para prever el logro de los objetivos establecidos por la empresa. 	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar modelos matemáticos y estadísticos para prever las tendencias económicas y financieras. ✓ Evaluar periódicamente los procedimientos financieros y dar las recomendaciones correspondientes o sugerir posibles mejoras al Gerente general de la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” ✓ Idear métodos para maximizar las ganancias de la empresa. ✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” 	
REQUISITOS ACADÉMICOS	Título profesional en Administración de empresas, Contaduría pública, financiera o carreras afines.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencias en cargos similares.

6.5.4. Manual de funciones área recursos humanos

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	JEFE DE RECURSOS HUMANOS
Jefe inmediato	GERENTE GENERAL
Número de personas al cargo	1
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Encargado de planificar, dirigir y evaluar a todo el personal de la empresa, realizando tareas como reclutamiento, capacitación y desarrollo, desempeño, relaciones laborales y registros de los empleados en coordinación con el Gerente general.	

DESCRIPCIÓN DETALLADA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir los objetivos de la empresa. ✓ Supervisar las actividades de todas las áreas de la empresa. ✓ Hacer seguimiento de los recursos materiales y financieros, así como del talento humano perteneciente a “Alto Vidi Jao S.R.L.” ✓ Entrevistar a los candidatos. ✓ Supervisar el proceso de contratación. ✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” 	
REQUISITOS ACADÉMICOS	Título profesional en Administración de empresas.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia en cargos administrativos.

6.5.5. Manual de funciones área comercialización y marketing

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	JEFE DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING
Jefe inmediato	GERENTE GENERAL
Número de personas al cargo	1
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Encargado de llegar a un público objetivo y crear prospectos sobre nuestra panadería y cafetería que luego se tratará de convertir en clientes.	
DESCRIPCIÓN DETALLADA	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar estrategias de marketing en coordinación con el Gerente general de la empresa. ✓ Elaborar previsiones de ventas. ✓ Establecer la política de precios. ✓ Crear, revisar y modificar de ser necesario todo el material a ser utilizado para representar la marca. ✓ Supervisar el uso de logos y demás activos de Marketing para garantizar su consistencia con la identidad de “Alto Vidi Jao S.R.L.”. ✓ Supervisar la creación de contenido, diseños y la imagen final de los productos, marcas o servicios, con fines de garantizar que cumplan con las especificaciones del plan de Marketing. ✓ Encargado de diseñar los canales de distribución más convenientes para la empresa. ✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” 	
REQUISITOS ACADÉMICOS	Título profesional en Administración de empresas o carreras afines.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencias en cargos dentro del área comercial y marketing o cargos similares.

6.5.5.1. Manual de funciones en distribución

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	DISTRIBUIDOR
Jefe inmediato	JEFE DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING
Número de personas al cargo	2

DESCRIPCIÓN GENERAL	
Encargado de la logística de distribución, el traslado de los productos finales para ponerlos a disposición del cliente.	
DESCRIPCIÓN DETALLADA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable del procesamiento de pedidos. ✓ Llevar un control de las entradas y salidas de los productos en el almacén. ✓ Transporte de productos. ✓ Ser fiel a los tiempos de entrega. ✓ Entregar el producto en condiciones óptimas. ✓ Cumplir estrictamente con las normas de higiene, bioseguridad y seguridad industrial impartidas por la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” 	
REQUISITOS ACADÉMICOS	No es necesario.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia en cargos como distribuidor.

6.5.5.2. Manual de funciones en caja

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	CAJERO
Jefe inmediato	JEFE DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING
Número de personas al cargo	1
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Tiene la misión de administrar y procesar los pagos.	

DESCRIPCIÓN DETALLADA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer atención de calidad a los comensales durante el proceso de cobro y facturación del servicio. ✓ Apertura y cierre de caja. ✓ Encargado del proceso de cobro. ✓ Facturar. 	
REQUISITOS ACADÉMICOS	Título en auxiliar contable, carreras técnicas afines.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia en cargos similares.

6.5.5.3 Manual de funciones en meseros

MANUAL DE FUNCIONES	
Denominación del cargo	MESEROS
Jefe inmediato	JEFE DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING
Número de personas al cargo	3
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Encargado de la atención al cliente, procesar pedidos y servirlos en la mesa, administrar quejas y cumplidos.	
DESCRIPCIÓN DETALLADA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se encarga de ser anfitrión dentro de la empresa mientras más esplendido, atento y diligente sea, mejor será su trabajo y los clientes se sentirán bien atendidos. ✓ Presentar el Menú. 	

✓ Mantener continuación continua entre los clientes.	
REQUISITOS ACADÉMICOS	No es necesario.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia como mesero en restaurantes, cafeterías, etc.

6.6. PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL

6.6.1. Reclutamiento

Mediante el reclutamiento se busca captar nuevos talentos para la empresa, el reclutamiento estará supervisado por el Jefe de Recursos Humanos en coordinación con el Gerente general de la Panadería y Cafetería “Alto Vidi Jao S.R.L.”

Se realizará un anuncio de acuerdo a las características que necesite el puesto vacante para atraer a los mejores candidatos. En esta fase se solicitará la presentación del currículum vitae o la hoja de vida a cada uno de los postulantes.

6.6.2. Selección

Es de suma importancia para la empresa realizar una adecuada selección de personal, por lo cual se plantea realizar dos entrevistas para la selección de personal:

6.6.2.1. Entrevista de selección

En la entrevista de selección realizaremos tres fases:

- ✓ En esta primera fase lo que se hará será crear un ambiente agradable para el entrevistado con el fin de disminuir los nervios, tensiones que nuestro entrevistado pueda tener.
- ✓ En la segunda fase se realizarán preguntas para saber si está en condiciones para cubrir el puesto vacante.

- ✓ En la tercera fase se dará por terminada la entrevista y se le dirá al candidato que la entrevista ha terminado y que tiene tiempo para que haga las preguntas, si en caso tiene dudas respecto al puesto, etc.

6.6.2.2. Entrevista de final y decisión de contratar

En la entrevista final citaremos al candidato seleccionado para ocupar la vacante y describirle de nuevo el puesto que ocupará, al mismo tiempo se le hará mención sobre los documentos que debe entregar para generar su expediente dentro de la empresa.

6.6.3. Contratación

6.6.3.1. Tipo de contratación

El tipo de contrato laboral que se realiza con los trabajadores de la empresa es el de mensual, como establece la ley estos deben cumplir la mayoría de edad, firmarán un contrato individual fijo, donde se especificará todas las cláusulas en las que se compromete a seguir las políticas de trabajo, sueldos, tiempo, normas, prestaciones y responsabilidades.

6.6.3.2 Aspectos laborales

- ✓ “Alto Vidi Jao S.R.L” brindará a sus trabajadores el acceso a instalaciones adecuadas para que puedan realizar sus funciones de mejor manera.
- ✓ De igual manera se va a proporcionar a todos nuestros trabajadores su respectivo equipo de trabajo para evitar accidentes dentro de la empresa.
- ✓ Los trabajadores de la empresa deben conservar una estrecha relación laboral con las demás secciones de la empresa.

6.6.4. Socialización (inducción)

La persona encargada de realizar la inducción al personal de la empresa es el Jefe de Recursos humanos el cual hará conocer los objetivos de la empresa, las instalaciones, todo lo que la empresa pueda ofrecer a sus trabajadores, que materiales se les va a proporcionar, etc.

6.6.5. Evaluación de desempeño

La evaluación que desempeñará “Alto Vidi Jao S.R.L.” debe ser considerada con cuidado a la hora de su implementación, porque esto puede tener muchas repercusiones dentro de la empresa.

El método de evaluación del desempeño será el método de escala gráfica, por ser un método de evaluación de fácil comprensión, posibilita una visión integrada y resumida de los factores de evaluación, es decir:

- ✓ Las características de desempeño más destacadas por la empresa.
- ✓ Situación de cada empleado.

Pero también hay que considerar que no permite flexibilidad al evaluador, es por eso que debe ajustarse al instrumento y no éste a las características del evaluador.

6.6.6. Políticas de la empresa

Como políticas de la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” Las cuales guiarán en la toma de decisiones de los miembros de la organización son:

- ✓ Brindar productos de calidad a los consumidores.
- ✓ Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- ✓ Fomentar valores a nuestros empleados para el mejoramiento de las relaciones laborales.
- ✓ Cada Jefe de las distintas áreas de la empresa deberá fomentar en sus empleados el espíritu de trabajo.

6.7. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

CARGOS JERARQUIA ORGANIZACIONAL	Cantidad	H.BÁSICO	TOTAL	TOTAL H.BÁSICO
	Puestos	Bs./Mes	H.BÁSICO	Bs./ Año
	Trabajador		Bs./Mes	13
1.1. NIVEL ESTRATÉTICO	2			
Gerente General	1	5.000	5.000	65.000
Secretaria	1	2500	2.500	32.500
1.2. NIVEL FUNCIONAL / TÉC.	4			
Jefe de Producción	1	4.000	4.000	52.000
Jefe de Finanzas	1	4.000	4.000	52.000
Jefe de Recursos Humanos	1	4.000	4.000	52.000
Jefe de Comercialización y marketing	1	4.000	4.000	52.000
1.3. NIVEL OPERATIVO	17			
Panadero	5	2.100	10.500	136.500
Encargado de Maquinaria	1	2.100	2.100	27.300
Operarios	5	2.100	10.500	136.500

Distribuidor	2	2.100	4.200	54.600
Cajero	1	2.100	2.100	27.300
Mesero	3	2.100	6.300	81.900
TOTAL:	23	36.100	59.200	769.600

CAPÍTULO VII

PLAN DE TRABAJO

7. PLAN FINANCIERO

El plan financiero será de vital importancia para el plan de negocio, ya que el mismo reúne información de cada uno de los planes de las áreas funcionales elaborados anteriormente.

7.1. OBJETIVOS DEL AREA FINANCIERA

- ✓ Demostrar la viabilidad del presente plan de negocios mediante indicadores financieros como el VAN, TIR, Beneficio costo y el tiempo de recuperación.
- ✓ Determinar la inversión requerida para el plan de negocio.
- ✓ Determinar las fuentes de financiamiento para el plan de negocio.

7.2. DETERMINACION DE LA INVERSION TOTAL

Para la determinación de la inversión total se tomará en cuenta toda la inversión necesaria para que “Alto Vidi Jao S.R.L” pueda empezar a funcionar. A continuación se empezará a detallar la inversión total:

7.3. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Son todos aquellos activos que la empresa requiere para su funcionamiento. Para calcular la inversión fija se tomará en cuenta; todos los costos de inversión tangible, de igual manera se tomará en cuenta la inversión intangible que se requiere para el proceso de producción entre estos están los siguientes:

7.3.1 Inversión en Edificio

La empresa requiere la construcción de un edificio para el buen desempeño del personal administrativo, producción y para ofrecer su servicio de panadería y cafetería a toda la población de la ciudad de Tarija.

Esta inversión asciende a 68000 Bs. Los cuáles serán destinados para construcción de las instalaciones de la empresa, desmonte del terreno y el respectivo terraplano, como se detalla a continuación:

Tabla 18: Inversión en Edificio

N°	Detalle	Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total(bs)
1	Construcción	Mt2	200	250	50000
2	Desmonte	Mt2	3000	1	3000
3	Terraplano	Horas Maquina	500	30	15000
TOTAL					68000 Bs.

Fuente: Elaboración propia.

7.3.2 Inversión en Vehículo

La empresa “Alto Vidi Jao S.R.L” pretende realizar la compra de dos motocicletas con cabina, que serán utilizadas para el transporte de productos e insumos que la empresa vaya a necesitar dicha inversión es de 20000 Bs., como se detalla a continuación:

Tabla 19: Inversión en Equipo

N°	Detalle	Características	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total (Bs.)
1	Motocicleta	Tres ruedas con cabina	2	10000	20000
TOTAL					20000Bs.

Fuente: Elaboración Propia

7.3.3 Inversión en Maquinaria y equipo

La inversión en maquinaria y equipo, asciende a 73512 Bs., que son necesarios para la compra de un horno industrial, una cafetera industrial y un frigorífico. Mismos que serán utilizados para la producción de productos de panadería y cafetería y así mismo para la refrigeración de algunos ingredientes. A continuación, se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 20: Inversión de Maquinaria y Equipo

N°	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total (Bs.)
1	Horno Industrial	2	25056	50112
2	Cafetera Industrial	2	3000	6000
3	Frigorífico	2	8700	17400
TOTAL				73512 Bs.

Fuente: Elaboración Propia

7.3.4. Inversión en Muebles y Enceres

La inversión total de muebles y enceres para la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L” es de 48406 Bs, los cuales serán destinados para la compra de mobiliario para las diferentes ambientes con las que cuenta “Alto Vidi Jao S.R.L”. Esta inversión se detalla de la siguiente manera:

Tabla 21: Inversión Muebles y Enceres

N°	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
1	Mesas de acero inoxidable	2	3828	7656
2	Sillas	7	150	1050
3	Escritorio	7	2500	17500
4	Mesas para cafetería	7	1800	12600
5	Estantes	2	2500	5000
6	Mostrador	1	3800	3800
7	Guarda ropa	1	800	800
TOTAL				48406 Bs.

Fuente: Elaboración Propia

7.3.4 Inversión en equipo de computación

La empresa debe invertir en equipos de computación en las áreas que sean necesarias ya que nos permitirá ser más eficientes y eficaces a la hora de desempeñarnos en nuestras respectivas áreas laborales la inversión es de 29500Bs, como se detalla a continuación:

Tabla 22: Inversión en Equipo de Computación

N°	Detalle	Características	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total (Bs.)
1	Computadora	CORE I5	5	3500	17500
2	Impresora	EPSON 1600	5	2400	12000
TOTAL					29500 Bs.

Fuente: Elaboración Propia

7.3.5 Total Inversión en activos fijos

El total de la inversión fija de la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L” asciende a 239418Bs, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 23: Total Inversión en activos fijos

INVERSIÓN FIJA	BS
Edificio	68000
Vehículo	20000
Maquinaria y Equipo	73512
Muebles y Enceres	48406
Equipo de Computación	29500
TOTAL	239418 Bs.

Fuente: Elaboración Propia

7.4. INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida es aquella inversión que se realiza en bienes y servicios intangibles que son indispensables para el funcionamiento de la empresa. Para que “Alto Vidi Jao S.R.L” pueda operar con normalidad en el mercado la inversión asciende a un total de 5000 Bs, tal y como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 24: Inversión Diferida

Activos	Cantidad	Valor Unitario	Total
Intangibles	(Unid. físicas)	(Bs)	(Bs)
Fundempresa	1	360	360
Honorable Alcaldía Municipal	1	860	860
Registro Senasac	1	2800	2.800
Ministerio de Trabajo	1	70	70
Caja Nacional de Salud	1	50	50
Impuestos Nacionales	1	360	360
Varios	1	500	500
TOTAL			5.000

Fuente: Elaboración Propia

7.4.1. Inversión Capital de Trabajo

Para la determinación de la inversión en capital de trabajo se tomó en cuenta los costos variables y Costos fijos anuales, los cuales se van a detallar a continuación:

Tabla 25: Inversión Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	ANUAL
Costos Variables	1871341,23 Bs.
Costos Fijos	802218,00 Bs.
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	2673559,23 Bs.

Fuente: Elaboración Propia

7.5. INVERSIÓN TOTAL

El total de la inversión que requiere la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L” es de 2917977,23 Bs., de los cuales 2673559,23 Bs. es inversión en capital de operaciones, 5000,00 Bs. es inversión diferida y 239418,00 Bs. es inversión en activos fijos. Lo cual se detalla a continuación:

Tabla 26: Inversión Total

INVERSIÓN TOTAL		(Bs.)
INVERSIÓN EN OPERACIONES		2673559,23 Bs.
Capital de Trabajo	2673559,23 Bs.	
INVERSIÓN DIFERIDA		5000,00 Bs.
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS		239418,00 Bs.
Edificio	68000,00 Bs.	
Vehículo	20000,00 Bs.	
Maquinaria y Equipo	73512,00 Bs.	
Equipo de Computación	29500,00 Bs.	
TOTAL INVERSIÓN		2917977,23 Bs.

Fuente: Elaboración Propia

7.6. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El presente proyecto será financiado con inversión propia de los socios para una S.R.L:

1. Carlos Augusto Rueda Flores
2. Eladía Fernández Portal.
3. Maria Luisa Rueda Fernández.
4. Natividad Rueda Fernández.
5. Augusto Rueda Fernández.
6. Rodolfo Rueda Fernández.
7. Inocencio Rueda Fernández.
8. Tomasa Gira Urzagaste
9. Ximena Flores Gira
10. Gladis Flores Gira.
11. Maria Luisa Flores Gira.
12. Gabriela Flores Gira.
13. Maribel Flores Gira.
14. Rosa Maria Acuña.

El capital será dividido en 14 partes iguales entre los 14 socios miembros de esta sociedad de responsabilidad limitada.

7.7. COSTO DE PRODUCCIÓN

7.7.1. Costo Fijo

La empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” considerará costos fijos a los sueldos y salarios de sus trabajadores y a las respectivas depreciaciones de sus activos fijos, los costos fijos de la empresa ascienden a 802.218 Bs. Los cuáles serán detallados a continuación:

7.7.1.1. Depreciación

Tabla 27: Depreciación

Nº	ACTIVOS TANGIBLES	MONTO (Bs.)	Tasa de Depreciación	Vida Útil/Año	Depreciación Anual
1	Edificio	68.000	2,5%	40	1.700
2	Vehículo	20.000	20,0%	5	4.000
3	Equipo de Computación	29.500	25,0%	4	7.375
4	Maquinaria y equipo (*)	73.512	20,0%	5	14.702
5	Muebles y Enseres (*)	48.406	10,0%	10	4.841
TOTAL:		239.418			32.618

Fuente: Elaboración Propia

7.7.1.2. Sueldos Salarios

CARGOS	Cantidad Puestos	H.BÁSICO Bs./Mes	TOTAL	TOTAL
			H.BÁSICO Bs./Mes	H.BÁSICO Bs./ Año
				13
Gerente General	1	5.000	5.000	65.000
Secretaria	1	2500	2.500	32.500
Jefe de Producción	1	4.000	4.000	52.000
Jefe de Finanzas	1	4.000	4.000	52.000
Jefe de Recursos Humanos	1	4.000	4.000	52.000
Jefe de Comercialización y marketing	1	4.000	4.000	52.000

Panadero	5	2.100	10.500	136.500
Encargado de Maquinaria	1	2.100	2.100	27.300
Operarios	5	2.100	10.500	136.500
Distribuidor	2	2.100	4.200	54.600
Cajero	1	2.100	2.100	27.300
Mesero	3	2.100	6.300	81.900
TOTAL:	23	36.100	59.200	769.600

7.7.2. Costos Variables

A continuación se detalla los costos variables por unidad de cada producto de la empresa “Alto Vidi JaoS.R.L.”:

7.7.2.1 Costo Variable Unitario del Pan

Para determinar el costo variable unitario del pan se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Levadura	10Bs.
Harina	24Bs.
Manteca	24Bs.
Sal	1Bs.
Azúcar	6Bs.
TOTAL	65Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 70 unidades de Pan, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{65\text{Bs.}}{70} = 0,92\text{Bs.}$$

7.7.2.2 Costo Variable Unitario de las Empanadas de Queso

Para determinar el costo variable unitario de las Empanadas de Queso se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Harina	24Bs.
Huevos	8Bs.
Leche	15Bs.
Sal	1Bs.
Azúcar	6Bs.
Manteca	24Bs.
Queso	35Bs.
TOTAL	113Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 300 unidades de Empanadas de Queso, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{113\text{Bs.}}{300} = 0,38\text{Bs.}$$

7.7.2.3. Costo Variable Unitario de las Galletas

Para determinar el costo variable unitario de las Galletas se procedió a detallar cuanto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Harina	16Bs.
Huevos	5Bs.
Leche	5Bs.
Azúcar	3Bs.
Manteca	8Bs.

Canela	1Bs.
Limón	2Bs.
TOTAL	40Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 90 unidades de Galletas, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{40\text{Bs.}}{90} = 0,44\text{Bs.}$$

7.7.2.4 Costo Variable Unitario de la Hojarasca

Para determinar el costo variable unitario de las Hojarasca se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Harina	15Bs.
Sal	1Bs.
Manteca	12Bs.
Dulce de Leche	28Bs.
TOTAL	56Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 150 unidades de Hojarasca, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{56\text{Bs.}}{150} = 0,37\text{Bs.}$$

7.7.2.5. Costo Variable Unitario del Pie de Limón

Para determinar el costo variable unitario del Pie de Limón se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Harina	3Bs.
Manteca	7Bs.
Mantequilla	5Bs.
Leche	5Bs.
Sal	1Bs.
Royal	4Bs.
Leche Condensada	8Bs.
Huevo	5Bs.
Limón	2Bs.
Azúcar	3Bs.
TOTAL	43Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 43 unidades de Pie de Limón, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{43\text{Bs.}}{12} = 3,58\text{Bs.}$$

7.7.2.6. Costo Variable Unitario del Rollo de Queso

Para determinar el costo variable unitario del Rollo de Queso se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Harina	18Bs.
Huevos	5Bs.
Leche	5Bs.
Sal	1Bs.
Azúcar	3Bs.
Manteca	10Bs.
Queso	30Bs.

Royal	4Bs.
Ají Colorado	2Bs.
TOTAL	78Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 56 unidades de Rollo de Queso, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{78\text{Bs.}}{56} = 1,39\text{Bs.}$$

7.7.2.7 Costo Variable Unitario del Café

Para determinar el costo variable unitario del Café se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Café en Grano	60Bs.
Azúcar	6Bs.
TOTAL	66Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 25 tazas de Café, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{66\text{Bs.}}{25} = 2,64\text{Bs.}$$

7.7.2.8. Costo Variable Unitario del Mocaccino

Para determinar el costo variable unitario del Mocaccino se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Café en Grano	60Bs.
Azúcar	6Bs.

Chocolate	10Bs.
Cocoa	18Bs.
Leche	5Bs.
TOTAL	99Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 9 tazas de Mocaccino, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{99\text{Bs.}}{9} = 11\text{Bs.}$$

7.7.2.9. Costo Variable Unitario del Té

Para determinar el costo variable unitario del Té se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Té	60Bs.
Azúcar	6Bs.
TOTAL	66Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 25 tazas de Té, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{66\text{Bs.}}{25} = 2,64\text{Bs.}$$

7.7.2.10 Costo Variable Unitario del Capuccino

Para determinar el costo variable unitario del Capuccino se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Café en Grano	60Bs.

Azúcar	6Bs.
Leche	5Bs.
Chocolate	18Bs.
TOTAL	89Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 9 tazas de Capuccino, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{89\text{Bs.}}{9} = 9,88\text{Bs.}$$

7.7.2.11. Costo Variable Unitario del Flat White

Para determinar el costo variable unitario del Flat White se procedió a detallar cuánto se invierte en cada uno de los ingredientes para fabricar dicho producto:

INGREDIENTES	COSTO
Café en Grano	60Bs.
Azúcar	6Bs.
Leche	10Bs.
Chocolate	22Bs.
TOTAL	98Bs.

Es importante mencionar que invirtiendo esta cantidad de dinero tenemos como resultado 9 tazas de Flat White, y para saber el costo variable unitario se procederá a la siguiente operación:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{98\text{Bs.}}{9} = 10,88\text{Bs.}$$

7.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. A continuación se procederá a determinar el punto de equilibrio para los 11 productos de

la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L”, primero es importante mencionar que los costos fijos de la empresa ascienden a 802218 Bs., los mismos deben ser cubiertos con la venta de los 11 productos de la empresa. Entonces se procederá a dividir los costos fijos de la empresa en 11 partes iguales:

$$\text{Costo Fijo para cada producto} = \frac{802.218\text{Bs.}}{11} = 72928,91\text{Bs.}$$

Cada Producto deberá cubrir un costo fijo de 72928,91 Bs.

7.8.1 Punto de Equilibrio del Pan

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 1 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 0,92 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{1\text{Bs} - 0,92\text{Bs}} = \mathbf{911612}$$

A partir de las 911612 unidades de Pan la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.2 Punto de Equilibrio de las Empanadas de queso

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 1,50 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 0,38 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{1,50\text{Bs} - 0,38\text{Bs}} = \mathbf{65116}$$

A partir de las 65116 unidades de Empanadas de Queso la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.3 Punto de Equilibrio de las Galletas

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 1 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 0,44 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{1\text{Bs} - 0,44\text{Bs}} = \mathbf{130231}$$

A partir de las 130231 unidades de Galletas la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.4 Punto de Equilibrio de la Hojarasca

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 1 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 0,37 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{1\text{Bs} - 0,37\text{Bs}} = \mathbf{115761}$$

A partir de las 115761 unidades de Hojarasca la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.5. Punto de Equilibrio del Pie de Limón

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 5 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 3,58 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{5\text{Bs} - 3,58\text{Bs}} = \mathbf{51359}$$

A partir de las 51359 unidades de Pie de Limón la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.6. Punto de Equilibrio de Rollo de Queso

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 2 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 1,39 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{2\text{Bs} - 1,39\text{Bs}} = \mathbf{119556}$$

A partir de las 119556 unidades de Rollo de Queso la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.7. Punto de Equilibrio del Café

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.

- ✓ **Precio**= 5 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 2,64 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{5\text{Bs} - 2,64\text{Bs}} = \mathbf{30903}$$

A partir de las 30903 tazas de Café la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.8. Punto de Equilibrio del Mocaccino

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 20 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 11 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{20\text{Bs} - 11\text{Bs}} = \mathbf{8104}$$

A partir de las 8104 Tazas de Mocaccino la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.9. Punto de Equilibrio del Té

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 5 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 2,64 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{5\text{Bs} - 2,64\text{Bs}} = \mathbf{30903}$$

A partir de las 30903 Tazas de Té la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.10. Punto de Equilibrio de Capuccino

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 15 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 9,88 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{15\text{Bs} - 9,88\text{Bs}} = \mathbf{14244}$$

A partir de las 14244 Tazas de Capuccino la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.8.11 Punto de Equilibrio de Flat White

Datos:

- ✓ **Costo Fijo**= 72928,91 Bs.
- ✓ **Precio**= 20 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 10,88 Bs.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{72928,91\text{Bs}}{20\text{Bs} - 10,88\text{Bs}} = \mathbf{7997}$$

A partir de las 7997 Tazas de Flat White la Empresa “Alto Vidi Jao S.R.L.” empezará a obtener ganancias.

7.9 PROYECCIÓN DE COSTOS VARIABLES E INGRESOS

7.9.1 Proyección de Costos Variables e Ingresos del Pan

Datos:

- ✓ **Q₀**= 911612
- ✓ **r**= 4,33%
- ✓ **Precio**= 1 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 0,92 Bs.

$$Q_f = Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1 = 911612(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1 = 951085 \text{ Unidades}$$

$$Y_1 = 951085 (1 \text{ Bs.}) = \mathbf{951085 \text{ Bs.}}$$

$$CV_1 = 951085 (0,92 \text{ Bs.}) = \mathbf{874998,20 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2 = 911612(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2 = 992267 \text{ Unidades}$$

$$Y_2 = 992267 (1 \text{ Bs.}) = \mathbf{992267 \text{ Bs.}}$$

$$CV_2 = 992267 (0,92 \text{ Bs.}) = \mathbf{912885,64 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3 = 911612(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3 = 1035232 \text{ Unidades}$$

$$Y_3 = 1035232 (1 \text{ Bs.}) = \mathbf{1035232 \text{ Bs.}}$$

$$CV_3 = 1035232 (0,92 \text{ Bs.}) = \mathbf{952413,44 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4 = 911612(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4=1080058 \text{ Unidades}$$

$$Y_4= 1080058 (1 \text{ Bs.})= \mathbf{1080058 \text{ Bs.}}$$

$$CV_4= 1080058 (0,92 \text{ Bs.})= \mathbf{993653 \text{ Bs.}}$$

7.9.2. Proyección de Costos Variables e Ingresos de las Empanadas de Queso

Datos:

✓ $Q_0= 65116$

✓ $r= 4,33\%$

✓ $\text{Precio}= 1,50 \text{ Bs.}$

✓ $\text{Costo Variable Unitario}= 0,38 \text{ Bs.}$

$$Q_f= Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1= 65116(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1=67936 \text{ Unidades}$$

$$Y_1= 67936 (1,50 \text{ Bs.})= \mathbf{101904 \text{ Bs.}}$$

$$CV_1= 67936 (0,38 \text{ Bs.})= \mathbf{25815,68 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2= 65116(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2= 70878 \text{ Unidades}$$

$$Y_2= 70878(1,50 \text{ Bs.})= \mathbf{106317 \text{ Bs.}}$$

$$CV_2= 70878 (0,38 \text{ Bs.})= \mathbf{26933,64 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3= 65116(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3=73947 \text{ Unidades}$$

$$Y_3= 73947 (1,50\text{Bs.})= \mathbf{110920,50 \text{ Bs.}}$$

$$CV3 = 73947 (0,38Bs.) = \mathbf{28099,36 Bs.}$$

$$Q_4 = 65116(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4 = 77148 \text{ Unidades}$$

$$Y4 = 77148 (1,50 Bs.) = \mathbf{115722 Bs.}$$

$$CV4 = 77148 (0,38 Bs.) = \mathbf{29316,24 Bs.}$$

7.9.3 Proyección de Costos Variables e Ingresos de las Galletas

Datos:

- ✓ $Q_0 = 130231$
- ✓ $r = 4,33\%$
- ✓ **Precio = 1 Bs.**
- ✓ **Costo Variable Unitario = 0,44 Bs.**

$$Q_f = Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1 = 130231(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1 = 135870 \text{ Unidades}$$

$$Y1 = 135870 (1 Bs.) = \mathbf{135870 Bs.}$$

$$CV1 = 135870 (0,44 Bs.) = \mathbf{59782,80 Bs.}$$

$$Q_2 = 130231(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2 = 141754 \text{ Unidades}$$

$$Y2 = 141754 (1 Bs.) = \mathbf{141754 Bs.}$$

$$CV2 = 141754 (0,44 Bs.) = \mathbf{62371,76 Bs.}$$

$$Q_3 = 130231(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3=147892 \text{ Unidades}$$

$$Y_3= 147892 (1\text{Bs.})= \mathbf{147892 \text{ Bs.}}$$

$$CV_3= 147892 (0,44\text{Bs.})= \mathbf{65072,48 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4= 130231(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4=154295 \text{ Unidades}$$

$$Y_4= 154295 (1 \text{ Bs.})= \mathbf{154295 \text{ Bs.}}$$

$$CV_4= 154295 (0,44 \text{ Bs.})= \mathbf{67889,80 \text{ Bs.}}$$

7.9.4. Proyección de Costos Variables e Ingresos de Hojarasca

Datos:

- ✓ $Q_0= 115761$
- ✓ $r= 4,33\%$
- ✓ **Precio= 1 Bs.**
- ✓ **Costo Variable Unitario= 0,37 Bs.**

$$Q_f= Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1= 115761(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1=120774 \text{ Unidades}$$

$$Y_1= 120774 (1 \text{ Bs.})= \mathbf{120774 \text{ Bs.}}$$

$$CV_1= 120774 (0,37 \text{ Bs.})= \mathbf{44686,38 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2= 115761(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2=126003 \text{ Unidades}$$

$$Y_2= 126003(1 \text{ Bs.})= \mathbf{126003 \text{ Bs.}}$$

$$CV_2= 126003 (0,37 \text{ Bs.})= \mathbf{46621,11 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3 = 115761(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3 = 131459 \text{ Unidades}$$

$$Y_3 = 131459 (1 \text{ Bs.}) = \mathbf{131459 \text{ Bs.}}$$

$$CV_3 = 131459 (0,37 \text{ Bs.}) = \mathbf{48639,83 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4 = 115761(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4 = 137152 \text{ Unidades}$$

$$Y_4 = 137152 (1 \text{ Bs.}) = \mathbf{137152 \text{ Bs.}}$$

$$CV_4 = 137152 (0,37 \text{ Bs.}) = \mathbf{50746,24 \text{ Bs.}}$$

7.9.5. Proyección de Costos Variables e Ingresos de Pie de Limón

Datos:

- ✓ $Q_0 = 51359$
- ✓ $r = 4,33\%$
- ✓ **Precio = 5 Bs.**
- ✓ **Costo Variable Unitario = 3,58 Bs.**

$$Q_t = Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1 = 51359(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1 = 53583 \text{ Unidades}$$

$$Y_1 = 53583 (5 \text{ Bs.}) = \mathbf{267915 \text{ Bs.}}$$

$$CV_1 = 53583 (3,58 \text{ Bs.}) = \mathbf{191827,14 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2 = 51359(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2 = 55903 \text{ Unidades}$$

$$Y_2 = 55903(5 \text{ Bs.}) = \mathbf{279515 \text{ Bs.}}$$

$$CV_2 = 55903 (3,58 \text{ Bs.}) = \mathbf{200132,74 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3 = 51359(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3 = 58324 \text{ Unidades}$$

$$Y_3 = 58324 (5 \text{ Bs.}) = \mathbf{291620 \text{ Bs.}}$$

$$CV_3 = 58324 (3,58 \text{ Bs.}) = \mathbf{208799,92 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4 = 51359(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4 = 60849 \text{ Unidades}$$

$$Y_4 = 60849 (5 \text{ Bs.}) = \mathbf{304245 \text{ Bs.}}$$

$$CV_4 = 60849 (3,58 \text{ Bs.}) = \mathbf{217839,42 \text{ Bs.}}$$

7.9.6 Proyección de Costos Variables e Ingresos del Rollo de Queso

Datos:

- ✓ $Q_0 = 119556$
- ✓ $r = 4,33\%$
- ✓ **Precio** = 2 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario** = 1,39 Bs.

$$Q_t = Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1 = 119556(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1 = 124733 \text{ Unidades}$$

$$Y_1 = 124733 (2 \text{ Bs.}) = \mathbf{249466 \text{ Bs.}}$$

$$CV_1 = 124733 (1,39 \text{ Bs.}) = \mathbf{173378,87 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2 = 119556(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2 = 130134 \text{ Unidades}$$

$$Y_2 = 130134(2 \text{ Bs.}) = \mathbf{260268 \text{ Bs.}}$$

$$CV_2 = 130134 (1,39 \text{ Bs.}) = \mathbf{180886,26 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3 = 119556(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3 = 135769 \text{ Unidades}$$

$$Y_3 = 135769 (2 \text{ Bs.}) = \mathbf{271538 \text{ Bs.}}$$

$$CV_3 = 135769 (1,39 \text{ Bs.}) = \mathbf{188718,91 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4 = 119556(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4 = 141648 \text{ Unidades}$$

$$Y_4 = 141648 (2 \text{ Bs.}) = \mathbf{283296 \text{ Bs.}}$$

$$CV_4 = 141648 (1,39 \text{ Bs.}) = \mathbf{196890,72 \text{ Bs.}}$$

7.9.7. Proyección de Costo Variables e Ingresos del Café

Datos:

- ✓ $Q_0 = 30903$
- ✓ $r = 4,33\%$
- ✓ **Precio** = 5 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario** = 2,64 Bs.

$$Q_f = Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1 = 30903(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1 = 32242 \text{ Unidades}$$

$$Y_1 = 32242 (5 \text{ Bs.}) = \mathbf{161210 \text{ Bs.}}$$

$$CV1 = 32242 (2,64 \text{ Bs.}) = \mathbf{85118,88 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2 = 30903(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2 = 33638 \text{ Unidades}$$

$$Y2 = 33638(5 \text{ Bs.}) = \mathbf{168190 \text{ Bs.}}$$

$$CV2 = 33638 (2,64 \text{ Bs.}) = \mathbf{88804,32 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3 = 30903(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3 = 35094 \text{ Unidades}$$

$$Y3 = 58324 (5 \text{ Bs.}) = \mathbf{291620 \text{ Bs.}}$$

$$CV3 = 58324 (3,58 \text{ Bs.}) = \mathbf{208799,92 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4 = 30903(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4 = 36614 \text{ Unidades}$$

$$Y4 = 36614 (5 \text{ Bs.}) = \mathbf{183070 \text{ Bs.}}$$

$$CV4 = 36614 (2,64 \text{ Bs.}) = \mathbf{96660,96 \text{ Bs.}}$$

7.9.8 Proyección de Costos Variables e Ingresos del Mocaccino

Datos:

- ✓ $Q_0 = 8104$
- ✓ $r = 4,33\%$
- ✓ **Precio** = 20 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario** = 11 Bs.

$$Q_f = Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1 = 8104(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1 = 8455 \text{ Unidades}$$

$$Y1 = 8455 (20 \text{ Bs.}) = \mathbf{169100 \text{ Bs.}}$$

$$CV1 = 8455 (11 \text{ Bs.}) = \mathbf{93005 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2 = 8104(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2 = 8821 \text{ Unidades}$$

$$Y2 = 8821(20 \text{ Bs.}) = \mathbf{176420 \text{ Bs.}}$$

$$CV2 = 8821 (11 \text{ Bs.}) = \mathbf{97031 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3 = 8104(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3 = 9203 \text{ Unidades}$$

$$Y3 = 9203 (20 \text{ Bs.}) = \mathbf{184060 \text{ Bs.}}$$

$$CV3 = 9203 (11 \text{ Bs.}) = \mathbf{101233 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4 = 8104(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4 = 9602 \text{ Unidades}$$

$$Y4 = 9602 (20 \text{ Bs.}) = \mathbf{192040 \text{ Bs.}}$$

$$CV4 = 9602 (11 \text{ Bs.}) = \mathbf{105622 \text{ Bs.}}$$

7.9.9. Proyección de Costos Variables e Ingresos del Té

Datos:

- ✓ **Q₀**= 30903
- ✓ **r**= 4,33%
- ✓ **Precio**= 5 Bs.
- ✓ **Costo Variable Unitario**= 2,64 Bs.

$$Q_f = Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1 = 30903(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1 = 32242 \text{ Unidades}$$

$$Y_1 = 32242 (5 \text{ Bs.}) = \mathbf{161210 \text{ Bs.}}$$

$$CV_1 = 32242 (2,64 \text{ Bs.}) = \mathbf{85118,88 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2 = 30903(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2 = 33638 \text{ Unidades}$$

$$Y_2 = 33638(5 \text{ Bs.}) = \mathbf{168190 \text{ Bs.}}$$

$$CV_2 = 33638 (2,64 \text{ Bs.}) = \mathbf{88804,32 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3 = 30903(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3 = 35094 \text{ Unidades}$$

$$Y_3 = 35094 (5\text{Bs.}) = \mathbf{175470 \text{ Bs.}}$$

$$CV_3 = 35094 (2,64 \text{ Bs.}) = \mathbf{92648,16 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4 = 30903(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4 = 36614 \text{ Unidades}$$

$$Y_4 = 36614 (5 \text{ Bs.}) = \mathbf{183070 \text{ Bs.}}$$

$$CV_4 = 36614 (2,64 \text{ Bs.}) = \mathbf{96660,96 \text{ Bs.}}$$

7.9.10. Proyección de Costos Variables e Ingresos del Capuccino

Datos:

✓ $Q_0 = 14244$

✓ $r = 4,33\%$

✓ $\text{Precio} = 15 \text{ Bs.}$

✓ **Costo Variable Unitario= 9,88 Bs.**

$$Q_t = Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1 = 14244(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1 = 14861 \text{ Unidades}$$

$$Y1 = 14861 (15 \text{ Bs.}) = \mathbf{222915 \text{ Bs.}}$$

$$CV1 = 14861 (9,88 \text{ Bs.}) = \mathbf{146826,68 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2 = 14244(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2 = 15505 \text{ Unidades}$$

$$Y2 = 15505 (15 \text{ Bs.}) = \mathbf{232575 \text{ Bs.}}$$

$$CV2 = 15505 (9,88 \text{ Bs.}) = \mathbf{153189,40 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3 = 14244(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3 = 16176 \text{ Unidades}$$

$$Y3 = 16176 (15 \text{ Bs.}) = \mathbf{242640 \text{ Bs.}}$$

$$CV3 = 16176 (9,88 \text{ Bs.}) = \mathbf{159818,88 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4 = 14244(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4 = 16876 \text{ Unidades}$$

$$Y4 = 16876 (15 \text{ Bs.}) = \mathbf{253140 \text{ Bs.}}$$

$$CV4 = 16876 (9,88 \text{ Bs.}) = \mathbf{166734,88 \text{ Bs.}}$$

7.9.11 Proyección de Costos Variables e Ingresos de Flat White

Datos:

✓ $Q_0 = 7997$

- ✓ $r = 4,33\%$
- ✓ **Precio = 20 Bs.**
- ✓ **Costo Variable Unitario = 10,88 Bs.**

$$Q_f = Q_0(1+r)^n$$

$$Q_1 = 7997(1+4,33\%)^1$$

$$Q_1 = 8344 \text{ Unidades}$$

$$Y1 = 8344 (20 \text{ Bs}) = \mathbf{166880 \text{ Bs.}}$$

$$CV1 = 8344 (10,88 \text{ Bs}) = \mathbf{90782,72 \text{ Bs.}}$$

$$Q_2 = 7997(1+4,33\%)^2$$

$$Q_2 = 8705 \text{ Unidades}$$

$$Y2 = 8705(20 \text{ Bs.}) = \mathbf{174100 \text{ Bs.}}$$

$$CV2 = 8705 (10,88 \text{ Bs.}) = \mathbf{94710,40 \text{ Bs.}}$$

$$Q_3 = 7997(1+4,33\%)^3$$

$$Q_3 = 9082 \text{ Unidades}$$

$$Y3 = 9082 (20\text{Bs.}) = \mathbf{181640 \text{ Bs.}}$$

$$CV3 = 9082 (10,88 \text{ Bs.}) = \mathbf{98812,16 \text{ Bs.}}$$

$$Q_4 = 7997(1+4,33\%)^4$$

$$Q_4 = 9475 \text{ Unidades}$$

Y4= 9475 (20 Bs.)= **189500 Bs.**

CV4= 9475 (10,88 Bs.)= **103088 Bs.**

7.10. BALANCE DE APERTURA

BALANCE GENERAL
ALTO VIDIJAO S.R.L
Practicado al 29 de enero de 2021
(Expresado en Bs.)

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES	<u>2673559,23</u>	PASIVO CIRCULANTE	<u>0,00</u>
Caja	2673559,23		
ACTIVOS NO CIRCULANTES	<u>239.418,00</u>	PATRIMONIO	
Activos Fijos	<u>239.418,00</u>	Capital Contable	<u>2.912.977,23</u> <u>2.912.977,23</u>
Edificio	68.000,00		
Vehículo	20.000,00		
Equipo de Computación	29.500,00		
Maquinaria y Equipo	73.512,00		
Muebles y Enceres	48.406,00		
TOTAL ACTIVOS	<u>2.912.977,23</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>2.912.977,23</u>

7.11. FLUJO DE CAJA

ALTO VIDI JAO S.R.L					
FLUJO DE CAJA					
(Expresado en Bolivianos)					
DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA			
	AÑO "CERO"	1	2	3	4
INGRESOS EFECTIVOS	0	2.708.329,00	2.825.599,00	3.067.091,50	3.075.588,00
(+)Ventas		2.708.329,00	2.825.599,00	3.067.091,50	3.075.588,00
EGRESOS EFECTIVOS		2.673.559,23	2.754.588,59	2.955.274,06	2.927.320,22
(-)Inversión Inicial	244.418,00				
COSTO VARIABLE		1.871.341,23	1.952.370,59	2.153.056,06	2.125.102,22
COSTO FIJO		802.218,00	802.218,00	802.218,00	802.218,00
(-)Sueldos y Salarios		769.600,00	769.600,00	769.600,00	769.600,00
(-)Depreciación		32.618,00	32.618,00	32.618,00	32.618,00
Utilidad Antes de Impuestos		34.769,77	71.010,41	111.817,44	148.267,78
Impuestos de Ley (25%)		8.692,44	17.752,60	27.954,36	37.066,95
FLUJO DE CAJA	244.418,00	26.077,33	53.257,81	83.863,08	111.200,83
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		218.340,67	165082,86	81.219,78	29.981,05

7.12. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO

7.12.1. Valor Actual Neto (VAN)

Este método mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión. Para el cálculo se estimó una tasa de actualización de 2,02% con el cual se obtiene un valor absoluto de 13.944,10

tomando en cuenta que este indicador es mayor a 0 se debe aceptar el presente emprendimiento.

Tabla 28: VAN

Tasa de actualización:	2,02%	DECISIÓN DEL INVERSIONISTA
VAN	13.944,10	SE ACEPTA

Fuente: Elaboración Propia

7.12.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno del presente emprendimiento es de 4% por lo que quiere decir que la empresa “Alto Vidi Jao S.R.L” ES RENTABLE EN UN 4% antes que la VAN sea 0. Tomando en cuenta este indicador se debe aceptar el proyecto.

Tabla 29: TIR

		DECISIÓN DEL INVERSIONISTA
TIR	4%	SE ACEPTA

Fuente: Elaboración Propia.

7.12.3. Beneficio/Costo

Este indicador financiero es muy importante tomando en cuenta que el resultado es 1,33, lo cual se interpreta como positivo ya que los beneficios superan a los costos y por lo tanto se debe aceptar este proyecto.

Tabla 30: Beneficio/Costo

Tasa de actualización:	2,02%	DECISIÓN DEL INVERSIONISTA
B/C	1,33	SE ACEPTA

Fuente: Elaboración Propia

7.12.4. Periodo de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que mide en cuánto tiempo se recupera la inversión a valor presente, al calcular el flujo de caja acumulado se pudo observar que el periodo de recuperación está entre 3 y 4 años como se detalla a continuación:

FLUJO DE CAJA	244.418,00	26.077,33	53.257,81	83.863,08	111.200,83
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		218.340,67	165082,86	81.219,78	29.981,05

Entonces vamos a ser más precisos en calcular, lo cual lo haremos de la siguiente manera:

$$PRI=3 \text{ Años} + \frac{81219,78}{111200,83}$$

$$PRI=3 \text{ Años} + 0,7$$

$$PRI=3 \text{ Años y 7 Meses}$$

8. CONCLUSIONES

- ✓ Existe un mercado potencial en la ciudad de Tarija lo cual representa para “Alto Vidi Jao S.R.L” una clara oportunidad de negocio.
- ✓ El estudio de mercado permitió hacer un análisis preliminar de los potenciales nichos de mercado y en base a estos datos poder tener decisiones más acertadas en cuanto a la producción y comercialización de nuestros productos.
- ✓ La manera más conveniente para el ingreso de la empresa al mercado es mediante una estrategia de diferenciación y marketing Mix.
- ✓ Los indicadores financieros como el VAN, TIR, B/C, PRI nos muestran la rentabilidad del negocio, el cual es visto con buenos ojos por parte de los inversionistas.

9. RECOMENDACIONES

- ✓ Contratar personal calificado para cada una de las labores dentro de la empresa y transmitirle a cada uno los valores que la empresa tiene.
- ✓ Ofrecer al consumidor productos de buen sabor y de calidad acompañados siempre de una excelente atención al cliente.
- ✓ No descuidar las normas de bioseguridad ya que nuestro establecimiento es considerado un foco de contagio, por el cual debemos ser muy responsables con la salud de los habitantes de la ciudad de Tarija.
- ✓ Invertir en el presente emprendimiento ya que se demostró su rentabilidad y se obtuvo una significativa respuesta por parte de la población ante la implementación de un establecimiento que brinde su servicio de panadería y cafetería al mismo tiempo.