1 PERFIL DE INVESTIGACION

1.1 Antecedentes

La población de Villazón desde hace mucho tiempo tiende a consumir productos no muy saludables para su organismo, los cuales contienen altos niveles de grasa, poseen colorantes y conservantes artificiales, los cuales no aportan ningún beneficio al organismo, las personas nacen con tendencias de consumir alimentos a base de harina de trigo (postres, pan, queques, galletas, etc.), debido a que estos contienen calorías que sirven de energía para el cuerpo humano, sin embargo consumir excesivamente estos alimentos pueden producir serios problemas al cuerpo ocasionando enfermedades como lo es la obesidad y la diabetes.

La energía es conocida como el motor principal del cuerpo humano debido a esto se debe elegir correctamente los alimentos que nutren de energía al cuerpo y la distribuyan de mejor manera para satisfacer correctamente las fuentes de metabolismo, cantidad de energía para realizar actividad física, la cual empleamos para convertir los alimentos en sustancias nutritivas para el organismo.

Los alimentos a base de harina de trigo (pan, postres, queques, etc.) no producen la energía necesaria en nuestro organismo para el correcto funcionamiento y vitalidad, esto quiere decir que los alimentos elaborados a base de harina de trigo no nos proveen de muchos beneficios para nuestro organismo, por tal motivo el emprendimiento se dedicara a la producción de queques de quínua con stevia, elaborados con la mejor materia prima para ofrecer un alimento nutritivo y rico en proteínas.

Este emprendimiento se realizará con el propósito de crear más fuentes de empleo para los habitantes de la localidad de Villazón, además de dará a conocer el proceso de creación de un nuevo producto rico en proteínas para la población.

Dentro de las actividades económicas del mercado nuestro concepto de queques de harina de quínua con stevia pertenece al sector segundario, el cual comprende aquellas actividades artesanales e industriales que utilizan los recursos obtenidos por el sector

primario para realizar nuevos productos, por ejemplo: la elaboración de alimentos, entre otros.

Este sector es muy importante para el desarrollo económico del país ya que las industrias de este sector toman las materias primas y las combinan para producir un producto de mayor valor agregado.

Historia de la quinua

(Quinoabol) La quinua es el grano de origen andino que data hace milenios y con variadas y grandes cualidades nutricionales, Bolivia es el productor más importante y responde a las necesidades y requerimientos del mundo moderno.

(FAO) La quinua es una planta andina que se originó en los alrededores del lago Titicaca, actualmente es considerada un alimento estratégico para la seguridad alimentaria del mundo debido a sus diversas propiedades nutricionales y adaptación al cambio climático. Adicionalmente, tanto por las particularidades de su producción, transformación, consumo, así como por la alta participación de productores(as) de pequeña escala, su vinculación con el mercado y la dinamización de las economías locales es considerada un ejemplo que promueve sistemas agroalimentarios locales inclusivos y eficientes.

(EcoInventos, 2022) La quinua es más que una semilla; Esta contiene un alto porcentaje de fibra y tiene unos de los mayores aportes proteicos de los cereales populares, adicional a esto, tiene un índice glucémico bajo, lo que la convierte en una aliada para las personas que padecen de diabetes, también ayuda al control del peso, gracias a su alto porcentaje de fibra, ideal para depurar el organismo de toxinas y residuos mientras genera la sensación de saciedad.

(PaginaSIETE, 2019) La producción boliviana de esta semilla repunto del 6 % en 2018, llegando a 70,762 toneladas, de acuerdo con los datos del Centro Internacional de la Quinua (CIQ), mientras que el consumo doméstico per cápita aumentó en 48 % en relación a 2013.

En 2014, los precios internacionales de la quinua alcanzaron un máximo histórico de 6.602 dólares por tonelada, para luego bajar hasta los niveles actuales, cercanos a los 2.400 dólares.

(BERNACER, 2020) En el año 2013 fue declarado por la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) como el 'Año Internacional de la Quinua', con la finalidad de reconocer la labor de los pueblos indígenas de los Andes, quienes han mantenido y preservado esta planta como alimento. De hecho, el haber sostenido durante generaciones la práctica tradicional de cultivo de esta planta ha permitido que estos pueblos vivan en armonía con su entorno natural.

Pero las intenciones de la FAO van más allá de este reconocimiento, ya que la quinua puede ejercer un papel muy importante frente al hambre y la desnutrición en países en desarrollo, constituyendo una valiosa herramienta en la lucha contra la pobreza.

Historia de la stevia

(EcoInventos., 2022) La Stevia, originaria de Paraguay (ka'a he'e o "la hierba dulce" en guaraní), es una planta de la familia del girasol y se ha convertido en uno de los cultivos con mayor potencial en el mundo, tiene una capacidad edulcorante equivalente a 300 veces la del azúcar, sus propiedades son únicas en el mundo. Es más conocida como yerba dulce, es una planta herbácea. Sus hojas molidas son 30 veces más dulces que el azúcar de caña y la hoja entera seca es 15 veces más dulce que el azúcar común, además de tener propiedades extremadamente favorables para la salud humana.

(CIOEC(BO), 2019) En Bolivia entre 2009 y 2019 la producción de stevia se incrementó en más de 200 por ciento. En 2009 sólo se comercializaba 20 toneladas, pero actualmente se produce 80 toneladas, según datos de Castebol.

En 2018 la superficie cultivada fue de 300 hectáreas, mientras que en 2017 llegó a 250. En Santa Cruz se produce 200 hectáreas y el resto se cultiva en el trópico de Cochabamba, Chuquisaca, Tarija y Beni. La planta se cosecha cuatro veces al año y los productores logran un rendimiento de 1.500 kilos de hoja seca por hectárea.

(BlogBolivianaStevia, 2019) La Stevia es una planta dulce que se ha usado milenariamente para endulzar alimentos y, también, una planta con propiedades medicinales. El principio activo de la stevia es el steviosida y el rebaudiosida, que son los glicósidos responsables del sabor dulce de la planta. Estos principios aislados son hasta 300 veces más dulces que la sacarosa, tiene un comportamiento distinto del natural en climas mediterráneos, donde los días se acortan mucho durante el otoño-invierno. Esta planta, cada primavera crece otra vez con más fuerza, rebrotando nuevos y numerosos brotes desde debajo de las raíces.

(Diez, 2022) La stevia destaca su contenido en proteínas, fibras y carbohidratos, también cuenta con vitaminas minerales como el sodio, magnesio, hierro, fosforo, calcio, potasio y zinc, es una buena opción para los diabéticos, ya que no afecta de manera negativa los niveles de azúcar en la sangre.

1.2 Justificación

La idea de realizar queques a base de harina de quinua con stevia, nació a raíz de la información obtenida de la versatilidad de este producto, logrando alimentos muy agradables y de alto valor nutritivo.

Además, se ha identificado la inclinación de la sociedad por consumo de productos naturales y nutritivos que mejoren la alimentación y salud del consumidor.

En síntesis, se piensa que este producto tendría una alta apreciación en la sociedad, tanto por su sabor como por su composición natural.

1.2.1 Justificación teórica

En la actualidad, los queques son un alimento popular que se encuentra en todas partes; sin distinción de país y que son adquiridas por personas de todos los niveles socio económicos; es por ello que quisimos basarnos en un emprendimiento de producción y comercialización de queques de harina de quinua con stevia.

Es muy necesario diseñar los planes de marketing, porque nos permitirá conocer mejor el entorno en el que se desarrollará la actividad de la empresa y cuál será su mercado meta para así poder conocer las necesidades y poder satisfacerlas.

A sí mismo es muy importante el plan de producción ya que con este plan conoceremos cómo se va a fabricar el producto que pondremos a la venta. Conoceremos los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante a la empresa.

También analizaremos Plan de Recursos Humanos ya que con este plan definiremos las capacidades de cada miembro de la empresa, determinar qué funciones puede y debe desarrollar cada trabajador, y tener en cuenta la estructura y dimensión.

Por ultimo veremos el Plan Financiero, este plan define los objetivos financieros y explora la forma como se pueden alcanzar. Con este plan analizaremos y controlaremos

que el negocio cumpla las condiciones de liquidez, rentabilidad y solvencia que se necesita para sobrevivir.

1.2.2 Justificación práctica.

La grave situación económica que afronta nuestro país permite que se planteen alternativas para generar fuentes de empleo mediante la creación de empresas, las cuales contribuyan al desarrollo del país.

Se ha observado que en la localidad de Villazón no existe una empresa que se dedique a este rubro de manera eficiente, debido a la necesidad que se analizó en este sector surgió la idea de crear una empresa productora de queques, donde se producirá y comercializara queques a base de harina de quinua con stevia, elaborados con la calidad más alta de los insumos, con la más avanzada tecnología.

En este contexto la creación de la empresa de producción y comercialización de queques de quinua con stevia es una nueva alternativa en cuanto se refiere a productos innovadores.

Por ello decidimos a la creación de esta empresa, ya que nuestro producto es nuevo en el mercado que aporta vitaminas, nutrientes y proteínas en su totalidad y por la falta de conocimiento y aprovechamiento que tiene la población de la quinua y stevia.

1.2.3 Justificación científica

En el presente trabajo, se analizará la aplicación de diferentes tipos de métodos, técnicas y enfoques de estudio e investigación, para conocer más de cerca al sector e industria que se está entrando.

Además de preparar y evaluar el proyecto, para poder determinar el alcance y la viabilidad de la elaboración de queques de harina de quinua con stevia en la localidad de Villazón.

1.2.4 Justificación social

En este contexto la creación de una empresa dedicada a la elaboración de queques, beneficiara de manera positiva a la comunidad de Villazón, ya que las personas tendrán una gran alternativa para que los clientes gocen de un producto delicioso, rico en proteínas y saludable.

Este proyecto permitirá promover el consumo de la quinua, siendo que la población deba conocer y valorizar las propiedades que tiene la quínoa. A si también fortaleceremos el consumo de la misma.

1.2.5 Justificación económica

El proyecto se justifica por la necesidad que tiene la localidad de Villazón, uno de los problemas es la desvalorización y el bajo consumo de quinua en la localidad.

De esta manera ayudaremos al desarrollo económico y a la población, dando oportunidades de empleos directos e indirectos mejorando la situación económica de las familias y de los empleados.

1.3 Planteamiento del Problema

1.3.1 Identificación del problema

En el mercado no se encuentra un alimento con las características del queque de harina de quinua con stevia que sea 100% natural libre de conservantes y de sabores artificiales. Queremos ofrecer al consumidor un producto con estas características además del delicioso sabor.

Queque de harina de quinua con stevia buscará ser incluido en los alimentos de las personas generando así un impacto en la salud de los consumidores, a pesar que en la actualidad las personas tienden a consumir los mismos productos (pan, galletas, queque de harina de trigo, entre otros), lo que ocasiona que se desconozca el cereal nutritivo

como la quinua y stevia, por este motivo le brindaremos al consumidor un nivel de nutrición más alto con nuestro producto.

Otro factor es la falta de aprovechamiento y la desvalorización de la quinua en Bolivia, por parte de la población, lo que ocasiona que solo se cultive para comercializar a gran escala, lo cual es beneficioso para las personas que cultivan este alimento, ya que es su fuente de trabajo y viven de eso.

1.3.2 Definición del Problema

En nuestro medio observamos que no existe ninguna empresa, con nuestras mismas características de vender un producto saludable para los consumidores. La alimentación en la actualidad es en exceso de productos de harina de trigo, que no aporta a una buena alimentación para las personas, motivo por el cual es la falta de conocimiento y aprovechamiento de la quinua y stevia, por tal motivo orientaremos al consumo de la quinua, se propone un plan de negocios para la producción de queques de harina de quinua con stevia. Entonces nuestra definición del problema es el siguiente:

¿Elaborar un Plan de Negocios destinado a producir y comercializar queques de harina de quinua con stevia, que responda a estándares de calidad y procesos debidamente certificados?

1.4 Objetivos de Investigación

1.4.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad y viabilidad del mercado, técnico y financiero que permita la creación de una empresa “productora de queques de quinua con stevia” para una alimentación sana, nutritiva, novedosa y atractiva en el mercado.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar la cadena de valor de la industria de alimentos de quinua y sus sustitutos a fin de determinar las ventajas competitivas.

- Incorporar un plan operativo para determinar los procesos productivos.
- Realizar una óptima distribución en planta.
- Elaborar un plan administrativo y organizativo para definir la estructura del negocio y del personal.
- Determinar el monto de inversión, forma de financiamiento y proyecciones anuales para la implementación del proyecto y análisis de viabilidad.

1.5 Metodología y Técnicas de Investigación

1.5.1 Tipo de Investigación

Las investigaciones que utilizaremos será de tipo exploratorio y descriptivo.

La investigación descriptiva tiene por finalidad identificar y analizar cada una de las características, gustos y preferencias que nos permitirán determinar la viabilidad de la creación del producto, también nos ayudara a detallar las informaciones primarias y segundarias de manera específica que se recolectarán en el transcurso de la investigación.

La investigación exploratoria, ofrece un primer acercamiento al problema que se pretende estudiar y conocer, para así conocer el tema que se abordará, lo que nos permitirá “familiarizarnos” con algo que hasta el momento desconocemos, recogiendo información y datos.

1.5.2 Métodos o Técnicas

La metodología a utilizar para llevar a cabo la investigación será observacional e investigación por encuesta. A través de la investigación observacional, se estudiará; los datos más relevantes de la industria; las características principales de los competidores más cercanos y la relación de estos con sus clientes; el macro y micro entornó de la empresa; y el análisis de recursos y capacidades internas de la empresa. A través de la

investigación por encuesta levantaremos información acerca de los hábitos de compra y los potenciales clientes del proyecto.

1.5.3 Diseño de la Investigación

Población: nuestro producto estará dirigido a las personas con una edad de entre 20 a 54 años, en la Localidad de Villazón.

Muestra: Se utilizará un muestreo aleatorio simple a través de la fórmula para calcular el tamaño de muestra.

$$\mathbf{n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}}$$

1.6 Delimitación de la Investigación

1.6.1 Delimitación Geográfico

El trabajo se desarrollará en el país de Bolivia en el departamento de Potosí específicamente en la localidad de Villazón Provincia Modesto Omiste.

1.6.2 Delimitación Teórico

Él trabajó se abordará desde el punto de análisis de las ciencias económicas, en las áreas de marketing, producción, recursos humanos y finanzas.

1.6.3 Delimitación Temporal

El presente trabajo tendrá dos partes, primero será la realización del perfil del plan de negocios que tendrá una duración de un semestre, de febrero hasta junio del año 2021. La segunda parte será la culminación del trabajo determinando todo el cuerpo del proyecto, que se realizará todo el segundo semestre del mismo año.

CAPITULO II

ANALISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO

2 ANALISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.1 ANÁLISIS DEL CONTEXTO

El análisis situacional externo se basa en detectar todos los factores que se encuentran en el entorno de la empresa, que influye positiva o negativamente en el funcionamiento de una organización, es así que luego de este análisis se podrá saber con precisión, si estos factores constituyen una amenaza o una oportunidad.

El análisis situacional interno se basa en el estudio profundo del interior de las empresas, de las áreas por las que están conformadas y en base a estos descubrir las ventajas competitivas, que vienen a ser las fortalezas de la organización, a la vez nos permite detectar sus debilidades.

El análisis situacional es muy importante, nos permite tener una visión actual, de la situación de la empresa, sus falencias y ventajas interiores, a la vez que nos ayuda a formar una idea clara de cómo afectarán los diferentes factores en el futuro.

2.1.1 Análisis Del Entorno Mediato Del Negocio

El entorno en el que se desenvuelve el negocio es cambiante y complejo, por lo que amerita un análisis profundo de los diferentes factores o variables que inciden en la identificación de oportunidades, como así también de los riesgos de la idea de negocio.

Dentro del entorno mediato, intervienen una serie de factores que afectan el comportamiento presente y futuro del negocio, generando posibles amenazas y/o nuevas oportunidades.

Con el análisis PESTA se indagará una mejor forma de análisis, identificando estas variables o factores externos que pueden afectar a la empresa como ser: el factor político, el factor económico, el factor social, el factor tecnológico y el factor ambiental, que en estos últimos años se está dando bastante importancia; cada variable tiene algún tipo de influencia en el desarrollo del emprendimiento.

2.1.1.1 Político – legal

En Bolivia, más del 90% de las empresas son Pymes, varias aún no se han formalizado legalmente, adicionalmente, el país está rezagado en materia de emprendimiento, frente a los otros países de la región. Así mismo, según información del periódico "El Diario", el Ministerio de Producción y Economía Plural y la Confederación Nacional de Micro y Pequeña Empresa poseen un fondo para financiar préstamos, capital semilla y operaciones, dicho plan está asociado al Fondo para Capital Semilla para la otorgación de créditos por el Banco de Desarrollo Productivo, dirigido a personas que requieren financiamiento de inversión para emprendimientos productivos o de servicios y para la operación e inversión de micro y pequeñas unidades productivas de antigüedad menor a los 18 meses.

Se toma en cuenta la ley 947 que tiene por objeto potenciar, fortalecer y desarrollar a las Micro y Pequeñas Empresas, estableciendo políticas de desarrollo, apoyo en la comercialización, procesos de registro e incentivos al consumo y la promoción de bienes producidos por las Micro y Pequeñas Empresas, en el marco de la economía plural, priorizando estructuras asociativas, orientadas a mejorar la calidad de vida y el Vivir Bien.

En Bolivia, la nueva Constitución Política del Estado en su artículo No. 407 garantiza la soberanía y seguridad alimentaria, priorizando la producción y el consumo de alimentos de origen agropecuario producidos en el territorio boliviano.

De otro lado, el Gobierno de Bolivia, mediante la dación del Plan Nacional de Desarrollo "Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien" 2006-2011, aprobado mediante Decreto Supremo Nº 29272, el 12 de septiembre de 2007, enuncia su anhelo de construir un Estado Plurinacional y comunitario, la formación de una economía estatal, mixta, privada y plural, la misma que reconoce la importancia de la Política de Seguridad y Soberanía Alimentaria, y asume su compromiso con el derecho humano a la alimentación de toda la población boliviana.

En cuanto a normas técnicas y de calidad que deberá cumplir con cabalidad el negocio se encuentra en cuatro instituciones: el Concejo Nacional de Calidad el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA), el instituto Boliviano de Metrología (IBMETRO) y el Organismo Boliviano de Acreditación (BOA), son las responsables de la aprobación de normas técnicas, de la metrología y la acreditación.

Ya que está sujeto al cumplimiento de requisitos de carácter técnico y de calidad por que serán productos alimenticios pre envasado. Que deberán cumplir con los puntos 4, 5 y 6 de la norma boliviana-NB314001 “etiquetado de los alimentos pre envasados” adoptada por el instituto bolivariano de normalización y calidad-INORCA decreto supremo Nº26511 de 21/02/02.

También estará sujeto a las reglamentaciones de carácter sanitario para su autorización previa por ser un producto alimenticio para obtener un permiso de inocuidad alimentaria emitido por el servicio nacional de calidad agropecuaria e inocuidad alimentaria-SENASAG. Donde la valides de permiso la establecerá la de SENASAG, según el caso para cada producto específico a importar y su uso se aplicará un solo embarque. Decreto supreso Nº 26590 de 17/04/02.

Por otra parte, cumplir con la cabalidad los aspectos legales importantes para el

funcionamiento del proyecto como las leyes: del código de comercio (Pasos para la apertura de la empresa), laborales (Ministerio de Trabajo). Ley 843, sobre el sistema impositivo tomando en cuenta los impuestos establecidos en la ley, en el sector privado empresarial de nuestro país tributa impuestos como al valor agregado (I.V.A.), impuesto a las transacciones (I.T.), el impuesto a las utilidades (I.U.E) y demás que deben cumplirse.

Es la parte impositiva que se deberá aplicar para la comercialización del producto, cumpliendo de esta manera con la Ley 843.

2.1.1.2 Económico

En cuanto al comportamiento referido al consumo de alimentos por las familias se observa lo siguiente: Los datos referidos al comportamiento de las importaciones de productos de origen agropecuario, permiten sostener que Bolivia tiende a depender de una mayor variedad y volúmenes de alimentos importados, tendencia que se agudiza durante el actual gobierno.

- **Inflación**

El ministro de Economía y Finanzas Públicas de Bolivia, Marcelo Montenegro, informó este martes que el Índice Global de la Actividad Económica (IGAE) acumulado creció 5,3 puntos porcentuales en el primer cuatrimestre de 2021.

“Al mes de abril, la tasa de variación del índice de actividad económica está creciendo al 5,3%. Recordaremos que el año pasado hemos terminado con -8,8% de variación negativa de la actividad económica y ahora estamos en una senda de recuperación gradual”, dijo.

El ministro de Economía y Finanzas Públicas también indicó que la inflación se mantiene controlada, en un nivel acumulado de 0,45% en el mismo periodo.

De acuerdo con Montenegro, los sectores que más aportan al crecimiento de la economía son los minerales (metálicos, no metálicos, petróleo, gas natural), la industria manufacturera, el comercio, la construcción y las comunicaciones.

Específicamente, explicó que los sectores que generaron más empleo fueron comercio, construcción e industria manufacturera. Y estimó que al menos 100.000 personas ingresaron al mercado laboral en el primer cuatrimestre de este año, entre 3.995.000 tienen un trabajo en Bolivia.

“Si en enero la tasa de desempleo estaba en 9,7%, en febrero 8,9%, en marzo 8,1%, en abril llegó al 7,6%”, aseveró el titular de la cartera económica y financiera.

“En valor, las exportaciones por cuatro meses consecutivos están mostrando un incremento interesante de más o menos alrededor de USD 750 millones. De la misma forma las importaciones se recuperaron de abril de 2020 a abril de 2021, donde teníamos USD 240 millones, ahora tenemos USD 767 millones, tres veces más”, agregó respecto a los volúmenes y valores de las exportaciones.

El IGAE es un índice sintético mensual que muestra la evolución de la actividad económica del país, cuyo objetivo es proporcionar una estimación de medición del comportamiento de la economía en el corto plazo.

CUADRO N° 1 INDICADORES DE INFLACION

Fecha	IPC (base 2007)	IPC (base 2016)	Mensual	Acumulada	Anual
Septiembre 2021		105,39	-0,20%	0,77%	0,99%
Agosto 2021		105,59	0,52%	0,97%	0,18%
Julio 2021		105,05	0,15%	0,44%	0,20%
Junio 2021		104,89	0,01%	0,29%	0,19%
Mayo 2021		104,88	-0,16%	0,28%	0,54%
Abril 2021		105,05	-0,06%	0,45%	0,68%
Marzo 2021		105,12	-0,12%	0,51%	1,16%
Febrero 2021		105,24	0,16%	0,63%	1,40%
Enero 2021		105,07	0,47%	0,47%	1,17%
Diciembre 2020		104,58	0,22%	0,67%	0,67%
Noviembre 2020		104,35	-0,27%	0,45%	-1,10%
Octubre 2020		104,63	0,27%	0,72%	0,28%

Fuente: *Banco Central de Bolivia*

- **PIB (Producto interno bruto)**

El ministro de Economía y Finanzas Públicas, Marcelo Montenegro, informó hoy que, entre enero y abril de 2021, la economía boliviana logró un crecimiento estimado del 5,3% con una importante dinámica de la minería, construcción, hidrocarburos, industria manufacturera y comercio, entre los principales rubros, según datos estimados del Índice Global de Actividad Económica (IGAE).

Al primer semestre de 2020 se registró un descenso de la actividad económica boliviana en 11,1%.

“Mostramos el crecimiento acumulado del IGAE, hasta abril de 2020 teníamos una variación acumulada de -7,5%, a abril de 2021 tenemos 5,3%”, remarcó el Ministro, en conferencia de prensa.

Detalló que el sector de la minería presenta un crecimiento acumulado de 34,2%; construcción 17,9%; hidrocarburos 10%; la industria de manufacturas 9,6%; comercio 8,4%; y otros servicios 8,1%.

Durante el período enero y abril de 2021, se registró una recuperación de los indicadores de comercio exterior. Las exportaciones, en promedio, llegaron a $us3.096 millones, con un crecimiento de 34%, mientras que las importaciones alcanzaron a $us2.643 millones, un ascenso de 15,8%, según cifras publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Se registró una fuerte recuperación de las exportaciones de la industria manufacturera y de minerales; se logró una balanza comercial positiva, precisó.

2.1.1.3 Social

Según el INE, Bolivia cuenta con 11.842.000 habitantes, de los que 50,2% son hombres y 49,8% mujeres, y para el 2022, alcanzaría los 12.006.031. La tasa media anual de crecimiento es de 1,4 por ciento, es decir, con relación al año 2020, hay 164.549 habitantes más. Es un país favorecido por presentar diferentes costumbres y tradiciones, identificada por regiones, climas y culturas, además premiadas por los recursos con los que cuenta.

En relación al departamento de Potosí, su población de Potosí con 907.700 habitantes en 2021.

Tomando en cuenta el crecimiento poblacional tanto en Bolivia como en Potosí, se debe pensar en la generación de nuevas fuentes de empleo, razón por la cual la puesta en marcha del presente trabajo aportara significativamente al país y departamento.

Por otro lado, es importante entender mejor las características socio cultural y el nivel del desarrollo humano de la población para el negocio, además de su comportamiento frente a los nuevos productos que entran al mercado.

2.1.1.4 Tecnológico

La brecha tecnológica es muy grande, ofrece muchas posibilidades de crecimiento en cualquier actividad económica, como también problemas como la desaparición de fuentes de empleo o la sustitución de la mano de obra.

En cuanto a la tecnología en Bolivia existe una fuerte dependencia llegada del exterior que suele tener un alto costo y que dependen de factores difíciles de manejar, la disponibilidad tecnológica está fuertemente ligada al poder adquisitivo.

Así mismo, el factor tecnológico es una necesidad real, para la modernización del sector empresarial de nuestro país, pero para ello existen dos vías; la primera es el estudio y la investigación y el segundo es la adquisición de tecnología desarrollada por terceros.

Bolivia no ha evolucionado tecnología que permita fácil acceso a las mismas, pero hay que destacar a empresarios privados que apuestan en Bolivia, poco a poco va evolucionando la industria en Bolivia y sin muchas ventajas.

En nuestro departamento los microempresarios, se encuentran limitados en la adquisición de diversas maquinarias de última tecnología por el significativo costo que esto implica.

En lo concerniente a los fines de la presente investigación, se puede observar que para la producción de queques hay tecnología disponible, contando con un sin fin líneas en maquinarias que se pueden adquirir en el mercado Internacional, Nacional y Local, Tecnología especifica en cuanto a la producción de queques que puede ser útil en el presente emprendimiento.

2.1.1.5 Ambiental

Las condiciones ecológicas y naturales están siendo afectadas por el estilo de desarrollo predominante del sector empresarial mundialmente, se ha caracterizado por la explotación extensiva e irracional de los recursos naturales, a través de actividades y factores susceptibles de degradar el medio ambiente como: La contaminación del aire, las aguas en todos sus estados, el suelo y el subsuelo, los que producen alteraciones nocivas de las condiciones hidrológicas, geomorfológicas y climáticas, los que alteran el patrimonio cultural, el paisaje y los bienes colectivos o individuales, protegidos por Ley, los que alteran el patrimonio natural, constituido por la diversidad biológica, genética y ecológica, sus interrelaciones y procesos, las acciones directas o indirectas que producen o pueden producir el deterioro ambiental en forma temporal o permanente, incidiendo sobre la salud de la población.

Así mismo la Ley del Medio Ambiente N° 1333 promulgada el 27 de abril de 1992 es de carácter general. Su objetivo fundamental es proteger y conservar el Medio Ambiente sin afectar el desarrollo del país, procurando mejorar la calidad de vida de la población. La ley N° 1333 se encuentra vigente actualmente la cual nos indica que la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

2.1.2 Análisis Del Entorno Inmediato Del Negocio

Otro de los elementos clave para el buen funcionamiento de un negocio, es el estudio interno de la empresa. Por ello, a continuación, se va a realizar un análisis del micro entorno de la empresa a través de las 5 fuerzas de Porter.

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, resulta en una oportunidad o una amenaza para cada fuerza. Se consideró el mercado de la industria de panificación existente de la ciudad, los consumidores y las empresas relacionadas al rubro.

2.1.2.1 Competidores Actuales

- **Competencia directa:**

Se considera como competencia directa a los productos que satisfacen la misma necesidad y que tienen las mismas características que el producto analizado.
Es por este motivo que el producto de queques de harina de quinua con stevia no tiene competencia directa en el mercado, por sus características en su composición.

- **Competencia indirecta:**

Al igual que la competencia directa, se trata de productos que satisfacen la misma necesidad, pero que no cuentan con las mismas características en su composición.
Para este caso, se piensa que la competencia indirecta está definida por los queques en general, ya sean a base de harina de trigo o mezclados con algún otro componente.
Podemos ver que en el mercado de la repostería a nivel nacional se encuentran competidores tanto provinciales como departamentales.

2.1.2.2 Competidores Potenciales Barreras de Entrada.

Nuestros competidores potenciales son las micros y pequeñas empresas familiares dedicados a la producción y comercialización de Queques a base de harina de trigo y otros productos similares, cada cierto tiempo surgen nuevos productos de un formato similar (Queques y Galletas), sin embargo, estos son producidos en escalas pequeñas y por empresas familiares los cuales no necesariamente cuentan con registro sanitario; sin embargo, puede que ante la creciente demanda decida cumplir las regulaciones y conseguir socios inversores.

CUADRO N° 2 COMPETIDORES POTENCIALES Y BARRERAS DE ENTRADA

Competidores potenciales barreras de entrada	**Aspecto por analizar**	**Análisis**	**Conclusión**
	Diferenciación de producto ofrecido	Nuestra empresa se diferencia por brindar un producto de alto valor nutricional que también pueda ser adoptado por el competidor.	Alto
	Acceso a los canales de distribución	Acceder a los canales de distribución a los que nos enfocamos no es difícil siempre que se cumplan las condiciones como es el tener registro sanitario.	alto
	Costos de cambio del cliente	No es muy significativo	Bajo
	Requerimiento de capital para inicio de actividades	Fácilmente puede conseguir socios inversores o prestamos	Alto
	Experiencia en el sector	Nuestros potenciales competidores pequeñas empresas o empresas familiares que no necesariamente cuentan con experiencia en el sector nos enfocamos.	Alto
Conclusión	**Nivel de competidores potenciales, barrera de entrada**		**Alto**

Fuente: *Elaboración Propia*

2.1.2.3 Fuerza negociadora de los clientes

Existe un poder de negociación alto con referencia a los clientes, ya que existen diferentes empresas que producen y comercializan queques, además de la existencia de productos sustitutos a precios reducidos.

2.1.2.4 Poder De Negociación Con Proveedores

Se pondrá énfasis con los proveedores, ya que se tiene la gran posibilidad de negociar los precios, debido a que se comprara cantidades altas de materia prima, para poder así obtener grandes márgenes de utilidades al comprar por mayor. Nos enfocaremos en crear una relación de lealtad proveedor- cliente.

CUADRO N° 3 NEGOCIACION DE LOS PROVEEDOR

	Aspecto por analizar	**Análisis**	**Conclusión**
Fuerza negociadora de los proveedores	Número de proveedores importantes	Los proveedores de quinua son: Quinua Real. SUMA JUIRA. Asociación de Productores de Quinua- ANAPQUI. Cultivos Propios.	Medio
	Disponibilidad de sustitutos	Variedad de productos a base de harina de trigo en el mercado local y financiero.	Alta
	Amenaza de integración de proveedores hacia adelante	Las empresas no desean asociarse, debido al bajo margen de ganancia.	Alta
	Contribución de proveedores a ala calidad	Actualmente nuestros proveedores que tenemos, cuentan con diferentes certificaciones de calidad y seguridad.	Media
	Nivel de fuerza negociadora de los proveedores		**Alta**

Fuente*: Elaboración Propia*

2.1.2.5 Productos Sustitutos

Si bien nosotros produciremos Queques de Quinua, en el mercado existen otras alternativas de elección para los consumidores, por lo que es importante apuntar hacia la diferenciación de nuestro producto y brindar un valor agregado. Los productos sustitutos son: queques con harina de trigo de otros sabores (naranja, piña, etc.), galletas de avena con pasas y barras energéticas (quinua, pasas, frutos secos).

2.1.3 Análisis FODA

CUADRO N° 4 ANALISIS FODA- EMPRESA NUTRI SUR

Análisis Interno / Análisis Externo	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1: queques nutritivos y energéticos hechos a base de harina de quinua	**D1: competidores posicionados en el mercado.**
	F2: contamos con conocimiento sobre nuestros competidores indirectos en el mercado de queques y snack nutritivos.	**D2: somos una empresa nueva en el mercado**
OPORTUNIDADES	ESTRATÉGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1: crecente tendencia por consumo de productos nutritivos. **O2: crecimiento en la economía del país.** **O3: tendencia a la búsqueda de nuevas sensaciones y sabores de queques.**	F1F2O1O3. Al existir un interés por los productos nutritivos, deberemos innovar en la creación de nuevas combinaciones con otros granos andinos para ofrecer más variedad de queques más energéticos y nutritivos que nuestra competencia no ofrezca.	D1O1O3: producir y vender queques de harina de quinua con stevia. D2O2O1: fidelizar a nuestros consumidores ofreciendo siempre queques de calidad.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1: Cambio climático puede afectar el desarrollo y crecimiento de la planta de quinua y de la stevia. **A2: incremento de costos en los insumos para la preparación del queque (mantequilla y huevo)** **A3: preferencias por productos de la competencia más económicos.** **A4: ingreso de nuevos competidores por la tendencia de consumo de productos nutritivos.**	F1F2A3A4. Al ofrecer queques energéticos y nutritivos, utilizando la estrategia interna de ofrecer siempre calidad podemos hacer cambiar de opinión a aquellos consumidores que prefieren productos más económicos.	D2A1A2. Realizar compras de insumos con dos meses de anticipación. D1A3A4. Antes de iniciar las operaciones realizar una campaña publicitaria promocionando los beneficios del consumo de quinua.

Fuente: *Elaboración Propia*

2.2 NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.2.1 Descripción Del Producto O Idea Del Negocio

La idea del negocio que pretende emprender es la creación de una fábrica de queques de harina de quinua con stevia, esto debido a las características que este tipo de queques posee para la ciudad de Potosí específicamente para la localidad de Villazón Provincia Modesto Omiste.

Es un producto agradable y sobre todo con un alto valor nutritivo para el consumidor, tomando en cuenta los aspectos relacionados a las bondades nutricionales de la quinua, stevia y los aspectos relacionados a las condiciones técnicas y teóricas del proceso de elaboración de este nuevo producto.

Dado que se ha detectado la oportunidad de aprovechar la quinua y stevia para generar este producto. La transformación de la quinua y stevia en este producto como queque permite diversificar y mejorar la nutrición del consumidor, cabe recalcar que la quinua posee porcentajes proteicos más altos comparados con los otros cereales, obteniendo una calidad alimenticia equivalente a la de la leche y en doble proporción a la que ofrecen otros granos como el trigo, amaranto, arroz, cebada y maíz.
Por tanto, al contener propiedades saludables, permite ser el medio más eficaz en la alimentación del consumidor.

La actividad principal de la empresa será la elaboración de queques fortificados con harina de quinua y stevia, teniendo como materias primas necesarias para su elaboración la harina de quinua, stevia, huevo y esencia de vainilla, convirtiéndose de esta manera en un producto alimenticio de alto valor nutritivo, para satisfacer las necesidades de nutrición y salud de la población, así mismo se diferenciará de los queques tradicionales que comúnmente se venden.
Por otro lado, el mercado objetivo para todas las personas, pero nos centraremos en las personas de entre 24 a 54 años de edad quienes se preocupan por la salud y nutrición de su hogar, cabe recalcar que estas personas se beneficiarán con este producto

obteniendo un mejor rendimiento y ayudará a la prevención de enfermedades como la diabetes, cáncer del colon.

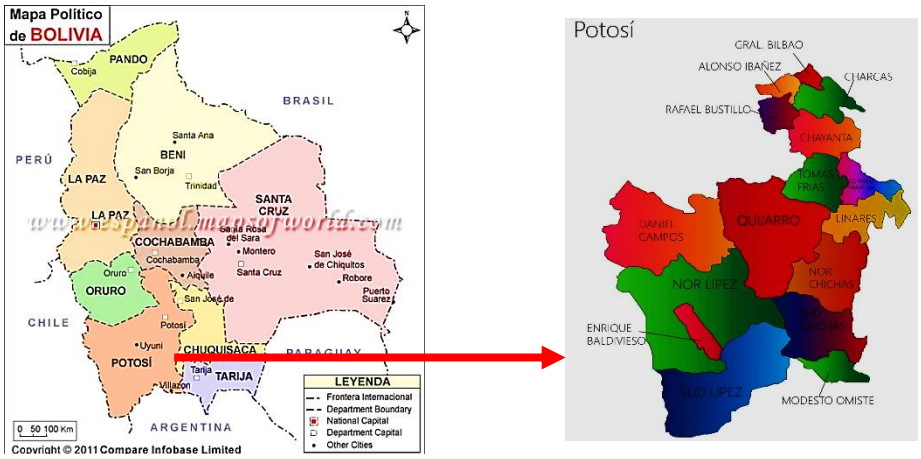
2.2.2 Justificación De La Empresa

La principal razón por la cual se pretende crear la fábrica de queques, es que en la Localidad de Villazón no existe una empresa que se dedique a elaborar y comercializar queques de harina de quinua con stevia por lo que la población se encontrará con un producto novedoso.

2.2.2.1 Nombre de la empresa

La empresa tendrá el nombre de ***"NUTRI SUR S.R.L."***

El nombre de la empresa hace referencia a nuestro departamento ubicado al sur de nuestro país. Así mismo dando referencia que es un producto hecho en Potosí ***"100% Potosino"***



2.2.2.2 Tipo de empresa

La fábrica de queques de harina de quinua con stevia se clasificará dentro de la empresa del sector industrial alimenticio debido a que se dedica a la transformación de materias primas e insumos (harina de quinua, stevia, huevo y entre otros).

La empresa funcionará bajo el marco legal de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), el cual se constituye por dos o más personas denominadas “socios”, en la que los socios son responsables de las obligaciones sociales de la empresa según el monto de sus aportes de capital a la empresa, pero no permiten que estas cuotas sean representadas por títulos valores transferibles y su responsabilidad está limitada a su aporte de capital.

2.2.3 Gestión Empresarial

2.2.3.1 Visión, Misión y Valores de la Empresa

2.2.3.1.1 Misión

Somos una empresa orientada a elaborar queques enriquecidos con harina de quinua con stevia satisfaciendo el paladar del cliente con alimentos saludables, en diferentes presentaciones producidos bajo los estándares de calidad utilizando maquinarias adecuadas, cuidando el bienestar de los consumidores y apoyando al desarrollo económico de la localidad de Villazón Provincia Modesto Omiste.

2.2.3.1.2 Visión

Ser una empresa alimentaria líder y consolidada a nivel local y nacional con los mejores estándares de calidad y de excelencia optimizando recursos, generando nuevas alternativas económicas como también posesionarnos en la mente del consumidor.

2.2.3.1.3 Valores

Entre los valores que primaran dentro de la organización y en las relaciones con nuestro entorno tenemos:

- **El respeto**:

A las diferentes opiniones y pensamientos, manteniendo relaciones armónicas entre los trabajadores y los clientes de manera de formar una cohesión de esfuerzos destinados a cumplir con nuestros objetivos.

- **Honestidad:**

Es la obligación de todos quienes conforman la empresa actuar con honestidad en todas las actividades que realice ya que de esa manera se logra éxitos y muy buenos resultados.

- **Responsabilidad:**

El personal debe asumir su responsabilidad con pleno compromiso de excelencia, realizando su trabajo con eficacia y eficiencia para el logro de metas y objetivos.

- **Compromiso con el cliente y la sociedad:**

El servicio de atención personalizada por profesionales, la entrega en tiempo y forma de nuestros productos, les brinda a los clientes la confianza para volver a elegir nuestra marca, con una preocupación constante por la alimentación de la población, buscando ofrecer productos muy nutritivos que beneficien la salud.

- **Calidad:**

Facilitar y promover la mejora continua en los productos, procesos y servicios. Comprometiéndonos con nuestras actividades para el logro de los objetivos fijados.

- **Responsabilidad Social:**

Generar un ambiente de trabajo de comunicación abierta con la Dirección, promover el crecimiento de nuestros empleados, convirtiéndonos en una empresa humana y socialmente responsable. Las acciones están principalmente enfocadas a la educación de la alimentación, al desarrollo cultural, al cuidado por el medio ambiente.

- **Limpieza e Higiene:**

Conservar un lugar de trabajo limpio de cosa dañina que pueda afectar el producto, incluyendo los cuidados desde la entrada de la materia prima hasta la obtención del producto terminado.

- **Personal:**

Contar con gente emprendedora que luche por el desarrollo y crecimiento de la compañía. Persiguiendo la evolución sostenible en lo económico como humano, garantizando la prosperidad de la empresa.

2.2.3.2 Objetivos Estratégicos de la Empresa

Objetivos General

Ofrecer un producto de alta calidad y valor nutricional, con una oferta constante según las necesidades y exigencias de los consumidores, de la Localidad de Villazón Provincia Modesto Omiste. Sumando un crecimiento anual sostenido en ventas y utilidades, además de obtener la consolidación, permanencia y crecimiento dentro del mercado.

Objetivos Específicos

- Fabricar y comercializar productos altamente nutritivos de acuerdo con las exigencias de los clientes, ofreciendo a precios competitivos.
- Diversificar los productos una vez consolidada la empresa, para tener más presencia en el mercado.
- Buscar nuevos mercados mediante la utilización de una estrategia publicitaria
- Lograr que los empleados se conviertan en el principal recurso de la empresa.
- Mantener un crecimiento y desarrollo continuo dentro de la industria de alimentos.
- Ofrecer mayores rendimientos a empleados y accionistas, mediante el crecimiento a largo plazo de la empresa.

2.2.3.3 Ventajas Competitivas

- Diferentes queques altamente nutritivos elaborados en base a insumos de harina de quinua con stevia entre otros. Obteniendo un nuevo queque de alto nivel nutritivo por el contenido de la quinua que beneficiara a la salud y nutrición.

- Los queques tendrán un empaque muy llamativo y diferente a los demás, para que le permita conservar la higiene del producto y calidad. Así también se describirá en el empaque de información relevante como: contenido nutricional del producto permitiéndole al consumidor conocer acerca de sus propiedades alimenticias, salud y nutrición; como también fecha de vencimiento, teléfono de atención al cliente, receta de la elaboración del producto y otras informaciones necesarias.

- Disponibilidad del producto en diferentes puntos de venta de la ciudad de Potosí y también en la localidad de Villazón como en tiendas de barrio, supermercados y mercados.

- Localización adecuada, que influya el abastecimiento de materia prima, transporte de los productos y su comercialización.

CAPITULO III

PLAN DE MARKETING

3 PLAN DE MARKETING

3.1 INVETIGACION DE MERCADOS

3.1.1 Proyecto De Investigación De Mercados

La tarea de la investigación de mercado consiste en satisfacer la necesidad de información y proporcionarla de manera actualizada relevante, exacta, confiable y valida de tal forma que ayude al desarrollo del plan de negocios.

3.1.1.1 Problema gerencial

¿la creación de este nuevo producto será rentable y logrará satisfacer la necesidad que tiene las personas respecto a la nutrición y salud de hogar?

3.1.1.2 Planteamiento del problema de Investigación de Mercados

¿Cuáles son los gustos y preferencias del consumidor y las variables que influyen en la decisión de compra en cuanto a este nuevo producto?

3.1.1.3 Pregunta Científicas de Investigación

1. ¿con que frecuencia la población consume queques?
2. ¿Cuánto es la cantidad que se consume queque en la localidad de Villazón?
3. ¿Cuál es el atributo de mayor importancia que considera a la hora de comprar queques?
4. ¿la población de Villazón estará de acuerdo con la implementación de queques de harina de quinua con stevia?
5. ¿Cuál será la capacidad de pago para adquirir el nuevo producto?
6. ¿A través de qué medios de publicitarios se logrará atraer los clientes potenciales?

3.1.1.4 Planteamiento de la hipótesis

HIPOTESIS

H1: Los consumidores prefieren queques que sean de calidad, contenga alto valor nutritivo y que no dañen la salud, por lo que tendría aceptación el nuevo producto en el mercado.

3.1.1.5 Objetivos de la investigación de mercados

- ✓ Identificar el grado de frecuencia y cantidad del consumo de queques, para poder asegurar la capacidad de producción.
- ✓ Determinar las variables que influyen en la decisión de compra, para conocer los gustos y preferencias de los consumidores.
- ✓ Identificar la competencia en el mercado, para conocer a la empresa líder en el mercado.
- ✓ Verificar si el producto será aceptado por el mercado meta, para poder introducirlo.
- ✓ Determinar si es que existe la intención de compra por parte de los clientes potenciales, respecto a los queques fortificados con harina de quinua con stevia, que se pretende incorporar al mercado.
- ✓ Establecer y definir los medios de comunicación masivos, de mayor relevancia y aceptación de los clientes, para así determinar las estrategias de promoción.

3.1.1.6 Métodos y técnicas de investigación de mercados

Para el presente trabajo la metodología de investigación a emplearse será:

Investigación exploratoria: Nos permitirá realizar un diagnóstico general de los factores, que más influyen en la hora de adquirir el producto (queques).

Investigación descriptiva: Se podrá describir las características más importantes de los grupos, como son los clientes, su percepción del producto, sus gustos y preferencias, para ello se realizarán encuestas. Lo que nos permitirá tener un panorama más completo sobre la situación en estudio del proyecto.

Para el diseño de la investigación descriptiva, se tomó el método de cuestionario debido a que este es el más adecuado para la realización de una investigación de mercado.

Técnicas de recolección de datos que se empleara

Encuesta: Es un método de recopilación de información, que consiste en un cuestionario estructurado, que se da a una muestra de la población y está diseñado para obtener información específica más importante; conociendo así, la percepción del cliente con respecto al producto, los gustos y preferencias, etc. y comprobar de esta manera la aceptación que podría tener el nuevo producto en el mercado. Así también la técnica de observación directa nos permitirá conocer, el comportamiento que tiene el consumidor; al momento de adquirir el producto, esto nos facilitará obtener un panorama más concreto, respecto a la situación actual de este plan de negocios.

Para la determinación de la muestra se aplicará el método de Muestreo Aleatorio Simple (M.A.S), para seleccionar la población sujeta a estudio y obtener resultados precisos, este procedimiento de muestreo requiere tener previo conocimiento de la población, garantizando que cada elemento de la población tenga de posibilidad de ser seleccionada.

3.1.2 Diseño De Investigación

El diseño para llevar a cabo la investigación de mercado, se definió mediante una metodología de trabajo de campo para recopilar información y realizar un análisis de los datos obtenidos, aplicando técnicas como; la encuesta, con la finalidad de contar con información más precisa, proporcionada directamente por los clientes acerca de las características y atributos que se requieren del producto y que se desea ofrecer al mercado. (Hernandez Sampieri, 2011)

A través de un diseño formalizado y escrito para extraer dicha información, dirigida a las personas que se encuentran en un rango de edad de 20 a 54 años del departamento de potosí específicamente en la localidad de Villazón Provincia Modesto Omiste.

3.1.2.1 Recopilación de la Información

3.1.2.1.1 Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra

Para la definición de la población meta en el proyecto de investigación es importante tomar en cuenta las siguientes características:

Elemento: La población a la que se aplicara este proyecto son las personas entre 20 a 54 años tanto mujeres como varones, de la Localidad de Villazón Provincia Modesto Omiste de la ciudad de Potosí.

Tiempo: El tiempo para la ejecución de la encuesta, tendrá una duración de una semana, para evitar posibles errores que se puedan dar.

Selección de una técnica de muestreo: Se selecciona la técnica de Muestro Aleatorio Simple (M.A.S) para determinar el tamaño de la muestra.

Numero de encuestas a realizar de acuerdo a la técnica de muestreo, es de 245 encuestas.

Formula del cálculo de la muestra

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

Donde:

Z= 1.96 ⟶ Nivel de Confianza

N= 50004 ⟶ Población

p= 0.80 ⟶ Probabilidad a favor

q= 0.20 ⟶ probabilidad en contra

e= 5% ⟶ Error de Estimación

Con la realización de la encuesta piloto se determinó una probabilidad de éxito y de fracaso respectivamente (p=80% y q=20%). También se tomó en cuenta un error del 5% y con un nivel de confianza del 95%.

Remplazando Valores

$$\boldsymbol{n = \frac{(1.96)^2 * 50004 * 0.80 * 0.20}{(0.05)^2 * (50004 - 1) + (1.96)^2 * 0.80 * 0.20}}$$

n = 244.7

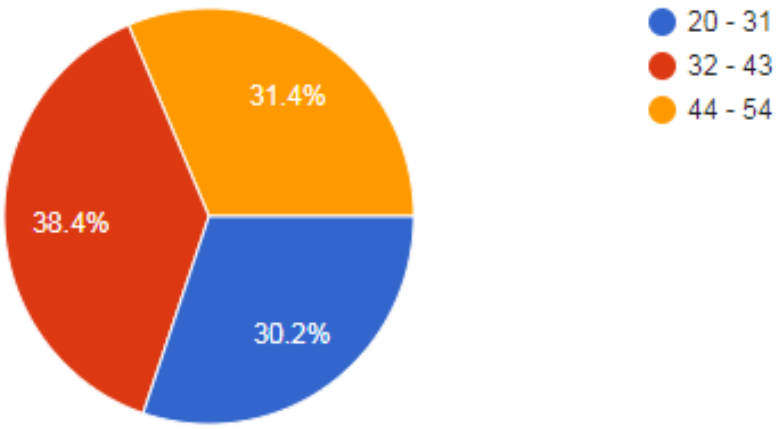
n= 245

3.1.2.2 Presentación y Análisis de resultados

Los resultados obtenidos de la investigación de mercados, permiten conocer datos importantes relacionados con los gustos y preferencias de los consumidores.

A continuación, presentamos los resultados más significativos, obtenidos de las encuestas aplicadas a una muestra de la población. El procesamiento y tabulación de datos se la realizo a través de google form.

GRAFICO N° 1 EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS



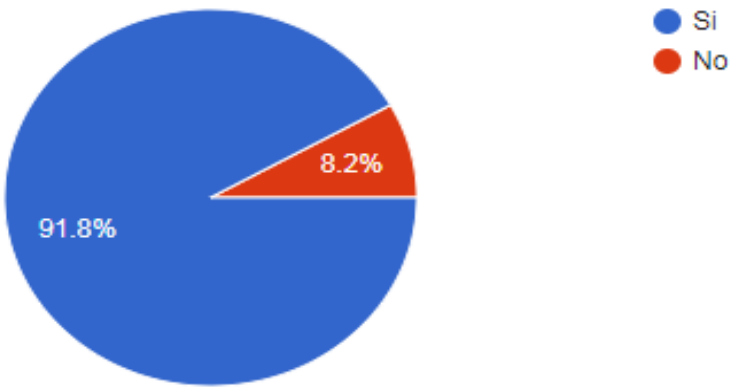
FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

Según la información obtenida de las encuestas realizadas se observa, que la gran mayoría con un 38.4% tienen una edad entre 32-43 años, seguidamente con 31.4 % entre 44-54 años y en tercer lugar se encuentra un 30.2% entre 20-31 años de edad.

Se tomó este rango de 20-54 años de edad, bajo el supuesto que son personas que tienen la decisión de compra, y se preocupan por la alimentación de su hogar.

De esta manera, poder conocer las diferentes opiniones de las personas respecto a este estudio mercado.

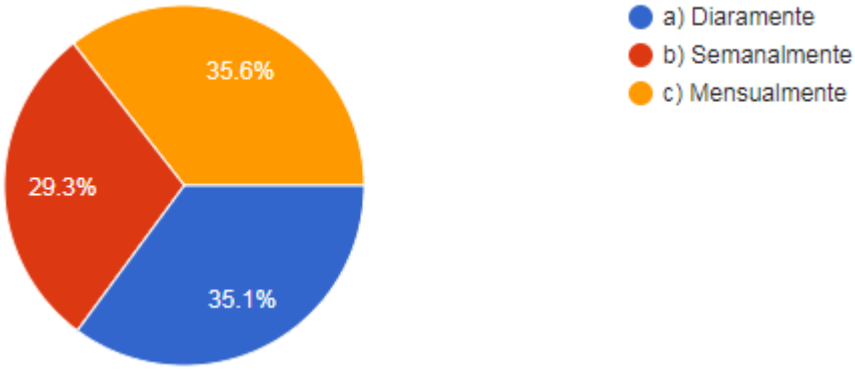
GRAFICO N° 2 CONSUMO DE QUEQUES



FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

Los resultados obtenidos de esta pregunta ayudan a determinar que el consumo de queques es alto, ya que el 91.8% de los encuestados consumen queques y un 8.2% no consumen, Por tanto, a simple vista existirá una demanda suficiente.

GRAFICO N° 3 FRECUENCIA DEL CONSUMO DE QUEQUES

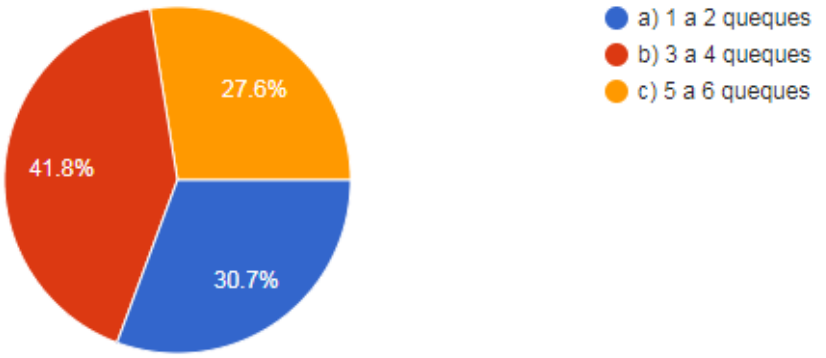


FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

Según los datos obtenidos de las 245 encuestas con respecto a la frecuencia del consumo de Queques de las diferentes personas se observa, que más del 35.6% indican que consumen mensualmente el producto, y un 35.1% consume diariamente, y un 29.3% consume semanalmente.

Con esta pregunta se comprobó que el consumo de los queques es medianamente alto, por lo tanto, los encuestados lo consumen varias veces a la semana.

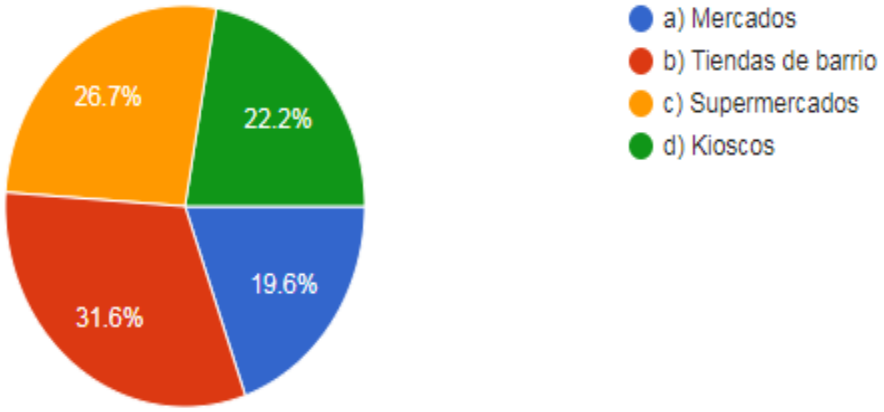
GRAFICO N° 4 CUANTOS QUEQUES CONSUME



FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

Se observa que la gran mayoría consume entre 3 a 4 queques con un 41.8% y en segundo lugar esta los que consumen entre 1 a 2 queques con un 30.7%. Esto nos indica que existe una atractiva cantidad de consumo por parte de las personas. Convirtiéndose en un indicador de la demanda que existe en el mercado. El cual es favorable para la estimación de la producción del producto.

GRAFICO N° 5 PUNTOS DE VENTA PARA ADQUIRIR EL PRODUCTO

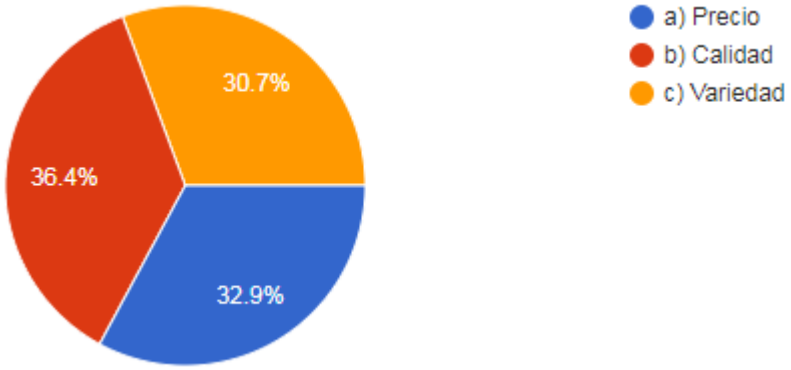


FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

La gran mayoría de las personas encuestadas, indican que realizan sus compras en tiendas de barrio con un 31.6%, seguidamente con un 26.7% en los supermercados, con porcentaje del 22.2% lo compra en kioscos y por ultimo un 19.6% lo compran en los mercados.

Por tanto, existe una mayor tendencia a la adquisición de los queques en las tiendas de barrio y supermercados, esto indica que son los medios de comercialización que utilizan las personas, ayudándonos a identificar los canales de distribución que se deberá optar para la comercialización del producto.

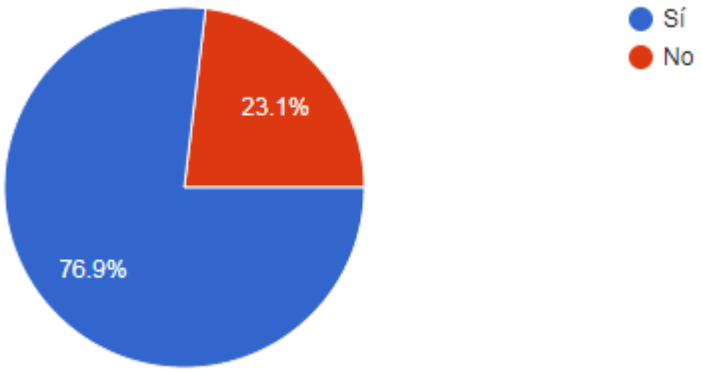
GRAFICO N° 6 LO PRIMERO QUE CONSIDERA PARA COMPRAR QUEQUES



FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

En este gráfico se puede observar que la característica más importante para el consumidor es la calidad con un 36.4%, donde nos indica claramente que los consumidores buscan un producto de calidad y a un buen precio, seguido por el precio con el 32.9% y con un 30.7% la variedad.

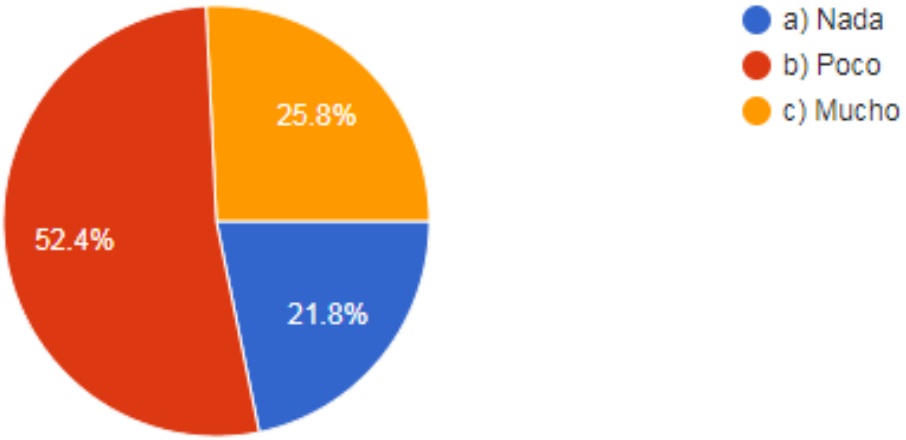
GRAFICO N° 7 CONOCIMIENTO DE LA QUINUA



FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

La gran mayoría de los encuestados conocen al Quinua con el 76.9%, esto facilitaría la comercialización del producto, porque los consumidores tienen referencias de él.

GRAFICO N° 8 CONOCE LAS PROPIEDADES Y NUTRIENTES QUE TIENE LA QUINUA

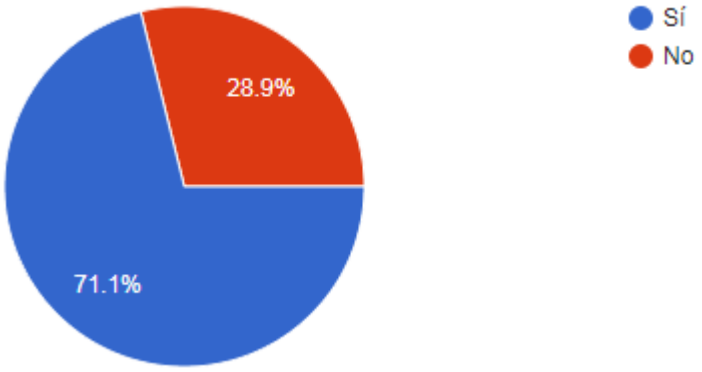


FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

El 52.4% de los encuestados conocen muy poco las propiedades y nutrientes que les brinda la quinua, seguido con un 25.8% tienen conocimiento de este cereal y un pequeño porcentaje del 21.8% no tiene conocimiento.

Esto nos indica que se deberá realizar esfuerzos comerciales para informar sobre las propiedades y nutrientes que tiene la quinua y sus beneficios que le brindará para el bienestar de su salud, con el fin de incentivar el consumo del nuevo producto.

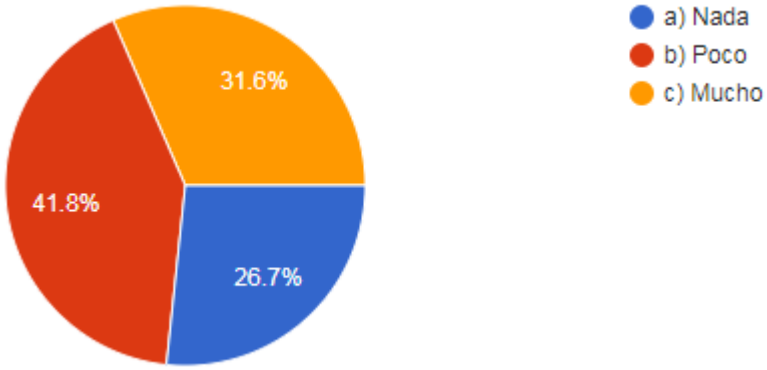
GRAFICO N° 9 CONOCIMIENTO DE LA ESTEVIA



FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

La gran mayoría de los encuestados conocen la stevia con el 71.1%, esto facilitaría la comercialización del producto, porque los consumidores tienen referencias de él.

GRAFICO N° 10 CONOCE LAS PROPIEDADES Y NUTRIENTES QUE TIENE LA STEVIA

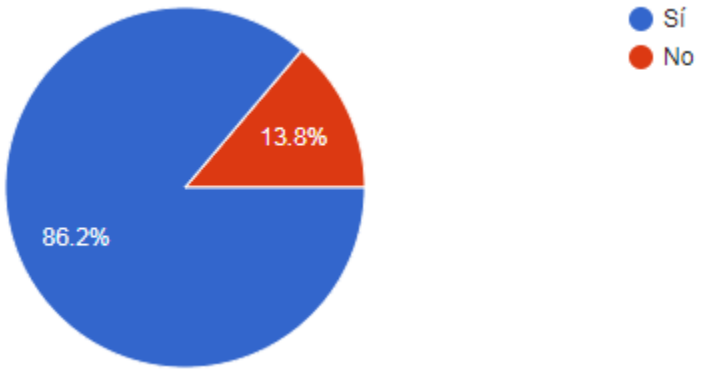


FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

El 41.8% de los encuestados conocen poco sobre las propiedades y nutrientes que les brinda la stevia, seguido con un 31.6% tienen conocimiento de este cereal y un pequeño porcentaje del 26.7% no tiene conocimiento sobre este cereal.

Esto nos indica que se deberá realizar esfuerzos comerciales para informar sobre las propiedades y nutrientes que tiene la stevia y sus beneficios que le brindará para el bienestar de su salud, con el fin de incentivar el consumo del nuevo producto.

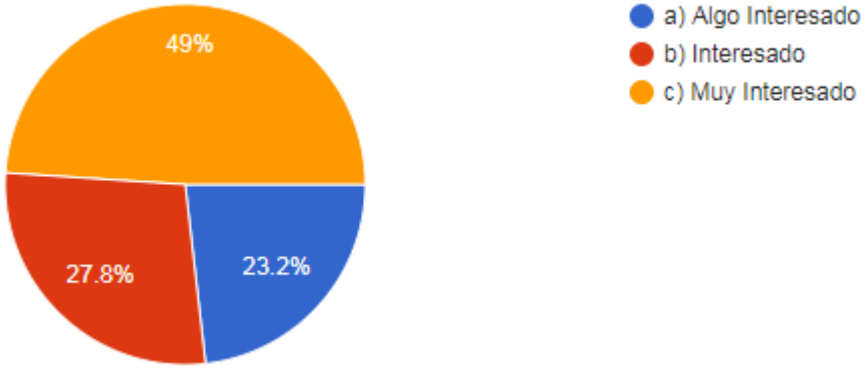
GRAFICO N° 11 USTED CONSUMIRIA QUEQUES A BASE DE HARINA DE QUÍNUA CON STEVIA



FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

La gran mayoría de los encuestados con un 86.2% señalan que si comprarían este nuevo producto que brinda propiedades, nutrientes y salud, seguido de un 13.8% que probablemente lo compraría algunas veces indicándonos con este resultado que no será un consumidor fiel; Estos resultados obtenidos son de vital importancia para el presente trabajo.

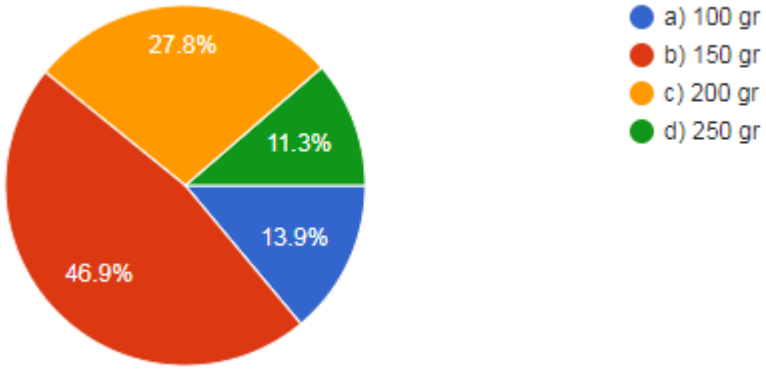
GRAFICO N° 12CUÁN DISPUESTO ESTARÍA EN ADQUIRIR NUESTRO PRODUCTO



FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

La población encuestada responde que, si estaría muy interesado consumir los queques de harina de quinua con stevia, con un 49%, seguidamente de un 27.8% estaría interesado y el 23.2% está algo interesado por adquirir el producto.

GRAFICO N° 13 EN QUÉ TIPO DE PRESENTACIÓN LE GUSTARÍA COMPRAR NUESTRO PRODUCTO

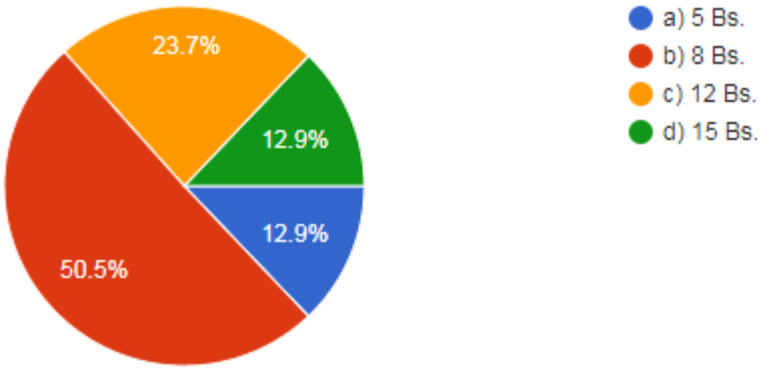


FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

Según la encuesta realizada a encuestados les gustaría adquirir una presentación de 150gr con un 46.9% encuestados, seguidamente con un 27.8% en presentación de 200gr, luego con un

13.9% en presentación de 100gr, y por ultimo con 11.3% de encuestados están de acuerdo comprar la presentación de 250gr.

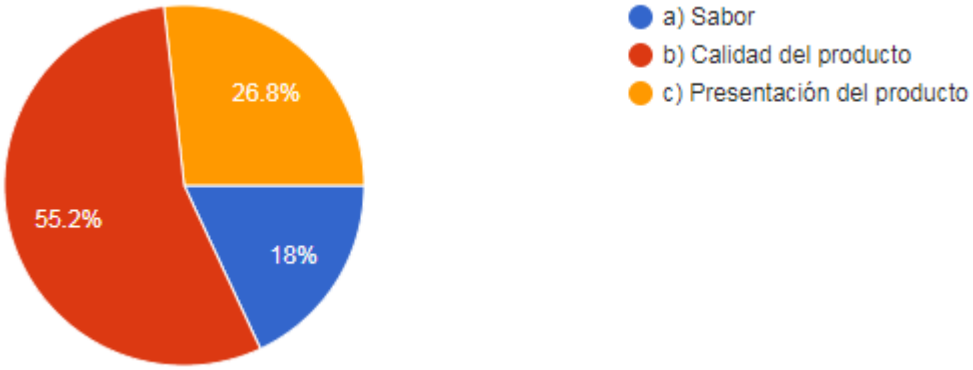
GRAFICO N° 14 CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR NUESTRO PRODUCTO



FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

Las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar un precio de 8Bs. Con 50.5%, seguidamente de 23.7% estaría dispuesto a pagar 12Bs y por ultimo estrían dispuestos a pagar entre 5Bs. A 15Bs, con un 12.9%.

GRAFICO N° 15 BENEFICIOS QUE BUSCAN EN EL NUEVO PRODUCTO

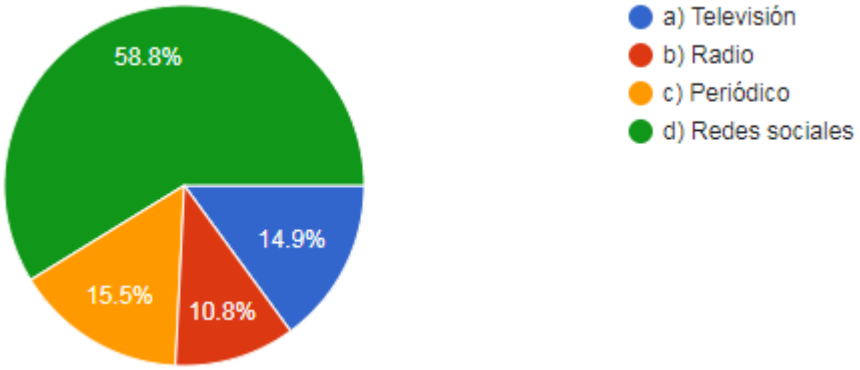


FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

Los beneficios que más les interesa a los consumidores; son la calidad con el 55.2%, presentación del producto con el 26.8 % y el sabor con un 23.3%. Por tanto, se tomará

en cuenta estos indicadores para el desarrollo del producto y de esta manera poder cumplir con las expectativas que tiene el consumidor.

GRAFICO N° 16 EN QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN LE GUSTARÍA INFORMARSE SOBRE NUESTRO PRODUCTO



FUENTE: *Elaboración propia en base a encuesta realizada en la Localidad de Villazón 2021*

La gran mayoría de los encuestados con eL 58.8% prefieren informarse a través de las redes sociales, seguidamente de un 15.5% a través de periódicos, luego con un 14.9% mediante televisión y por ultimo con un 10.8% mediante la radio.

3.1.3 Participación De La Competencia En El Mercado

La participación de la competencia, no es muy directa ya que no tiene competencia directa, la competencia indirecta está constituida por los siguientes productos que se encuentran en nuestro medio:

- Pastelerías
- Panaderías
- Productos caseros de queques de harina de trigo y
- Todos los queques a base de harina de trigo

Cabe señalar que son las pocas micro empresas que producen queques en el mercado de la Localidad de Villazón, pero de mayor consumo y preferencia son los queques de pastelerías y caseros.

3.1.4 Riesgos Y Oportunidades Del Mercado

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
➢ El Gobierno actual prioriza la producción y el consumo de alimentos hechos en Bolivia. ➢ Villazón tiene uno de los mejores escenarios para la creación del emprendimiento ya que no existe ninguna empresa con las mismas características. ➢ Las familias en la Localidad de Villazón tienden a crecer en los últimos años, lo que significa una mayor demanda de productos de consumo. ➢ Nueva tendencia en cuanto a la alimentación, en adquirir productos saludables. ➢ Se cuenta con un sin fin de leneas en maquinarias que se pueden adquirir en el mercado Internacional, Nacional y Local, para la elaboración de los queques. ➢ Se observa un porcentaje significativo respecto al consumo de queques. ➢ Exigencias por productos que contribuya a la nutrición y salud. ➢ Cantidad de consumo de queques atractiva en el mercado por el mercado meta. ➢ Existe una gran aceptación del nuevo producto por su valor agregado.	➢ El incremento de los precios antes de comenzar a producir algo. ➢ Dificultad de acceder a un préstamo de altas cifras ya que emprenden mayores requisitos y esto podría frenar la posibilidad del funcionamiento del negocio. ➢ La fuerte dependencia tecnológica llegada del exterior que suele tener un alto costo y que dependen de factores difíciles de manejar. ➢ Reglamentación de nuevas leyes que dificulten la producción de los queques en Bolivia. ➢ Los productos de diferentes queques ya sean hechos caseros o en reposterías posicionadas, disminuyen la participación en el mercado; sin dejar de lado también la llegada de productos externos que asfixia a la producción, con precios más bajos. ➢ Los consumidores no comprenden bien los beneficios nutricionales del nuevo producto. ➢ Falta de participación de intermediarios que quieran comercializar el producto. ➢ Aparición de nuevos entrantes que tengan las mismas o mejores características nutricionales en comparación del producto.

3.1.5 Conclusiones De La Investigación De Mercados

Con la realización de la investigación de mercado se muestra lo siguiente:

- De acuerdo a las encuestas realizadas a los encuestados, se observa de manera general, que la mayoría consumen queques, mostrándose así una gran oportunidad en el mercado Potosino en la Localidad de Villazón con respecto a este producto.

- Por tanto, se puede observar, que el motivo de consumo de queques. Se ha convertido en una costumbre dentro de las personas de la ciudad de Potosí en la Localidad de Villazón llegando a convertirse en un punto a favor para el plan y su introducción.

- Con respecto a la frecuencia y cantidad semanal del consumo de queques, se muestra un indicador atractivo para su producción.

- Los lugares de compra para adquirir el producto de mayor preferencia son las tiendas de barrio y mercados por ende puede desarrollar estrategias de puntos de venta que ayuden a comercializar y dar conocimiento del producto.

- Se establece que los principales atributos al momento de adquirir el producto son la calidad y el precio.

- Con la información recopilada se puede decir que existe un desconocimiento de las propiedades y nutrientes que tiene la quinua y la stevia por tanto hay un desaprovechamiento de este cereal por su alto valor nutritivo.

- Se observa que hay una gran aceptación de este nuevo producto “queques a base de harina de quinua con stevia” por sus beneficios nutricionales y la vez su posibilidad de compra, resaltando así que el beneficio que buscan es la calidad y variedad.

3.2 FUNCION DEL MARKETING

Es un proceso de intenso razonamiento y coordinación de personas, recursos financieros y materiales.

El marketing engloba un conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización, distribución de un producto entre los diferentes consumidores, involucra establecer el nombre del producto, empaque publicidad, etc.

Cuyo objetivo principal es la verdadera satisfacción del consumidor, en otras palabras, es ayudarle al consumidor a sentirse más feliz, de esta manera generar resultados positivos para la empresa. (Hernandez Garnica , 2009)

3.2.1 Objetivos de Marketing

- Realizar una promoción masiva del producto en la etapa de introducción con el fin de que la población pueda conocer los beneficios nutricionales que poseerá este nuevo producto.
- Determinar el precio adecuado para el producto.
- Establecer los canales de comercialización idóneos para suministrar el producto hasta el consumidor final.
- Lograr posesionarse en la mente del consumidor para que el producto sea consumido de gran manera.
- Realizar una propuesta de nombre, logotipo y eslogan para la empresa; y una marca para el producto

3.2.2 Segmentos de Mercado

3.2.2.1 Segmento geográfico

La empresa “NUTRI SUR S.R.L.” su segmentación geográfica es la Localidad de Villazón, es la primera sección de la Provincia Modesto Omiste del departamento de Potosí, se encuentra en el extremo sur del departamento, en la frontera con la Republica Argentina. Villazón es la capital de la Provincia.

a) Ubicación geográfica

La localidad de Villazón se encuentra en las siguientes coordenadas geográficas:

Latitud: -22.0854, *Longitud:* -65.5975, *Latitud Sur:* 22°5’7”, *Longitud Oeste:* 65°35’51”

b) Límites Territoriales del Municipio

La localidad de Villazón Provincia Modesto Omiste limita territorialmente al norte con el municipio Tupiza, al este con Yunchará (Tarija) y al sur y al oeste con la República Argentina.

3.2.2.2 Segmento demográfico

Nuestra segmentación demográfica es la Localidad de Villazón Provincia Modesto Omiste donde cuenta con 50004 habitantes entre hombres y mujeres de diferentes edades, es el lugar donde nos posesionáremos con el producto de “NUTRI SUR S.R.L.”

3.2.2.3 Segmento psicografico

Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona.

El producto está diseñado para todas las personas de cierta edad, que se preocupan por la alimentación y salud de su familia, y que necesitan soluciones para satisfacer esta necesidad respecto a la alimentación de su familia.

3.2.3 Marketing Mix para cada segmento.

La mezcla comercial o marketing mix es uno de los componentes claves dentro del marketing y por lo mismo ésta necesita de un análisis, por lo tanto, nuestra empresa influye de manera directa en el comportamiento del cliente a través de ello.

Esta mezcla comercial está conformada por las llamadas cuatro P las cuales significa: producto, precio, plaza y promoción, que actúan de manera coordinada. Así mismo, cada una de estas divisiones está compuesta por las variables del marketing que se analizará y desarrollará el producto. (Martinez, Ruiz, & Escriva, 2014)

3.2.3.1 Producto

En la descripción de los atributos del producto, comenzaremos mencionando las características del mismo, la empresa ofertara queques de harina de quinua con stevia, que estará dirigido a todas las personas quienes se preocupan por la nutrición de su hogar y que al mismo se lo adiciona la quinua junto con la stevia, que llega a cubrir las necesidades de una mejor alimentación y nutrición, gracias a las bondades de la quinua y stevia por su alto valor nutritivo y proteico, cabe recalcar que este tipo de producto es nuevo en el mercado local como nacional siendo la principal característica. (Martinez, Ruiz, & Escriva, 2014)

Los queques de harina de quinua con stevia corresponden a una combinación de harina de quinua y stevia entre insumos como huevo, etc., convirtiéndose en un producto alimenticio de alto valor nutritivo, que contribuye a mejorar la nutrición y salud.

- **Clasificación del producto**

De acuerdo con su naturaleza el nuevo producto se clasifica dentro de los bienes no duraderos, es decir, después de algún tiempo definido por el fabricante, tiende a descomponerse; y de consumo indirecto, porque requiere una preparación para su consumo.

- **Función del producto**

Este nuevo queque se caracterizará en el mercado, principalmente por la carga de beneficios alimenticios y nutricionales que posee la harina de quinua y la stevia, este es un cereal rico en proteínas. Por último, los ingredientes complementarios como el huevo y entre otros proveen al cuerpo las calorías necesarias.

Se convierte en una solución novedosa, y de alto valor nutritivo, para los consumidores que buscan alternativas para que su familia tenga una alimentación ideal, debido a la edad y a la etapa de desarrollo en la que se encuentran.

3.2.3.2 Precio

El precio es uno de los elementos más importantes de la mescla comercial ya que un precio bien definido permitirá a la empresa mantener una posición competitiva y alcanzar los objetivos competitivos y ajustarse en la realidad de mercado. (Martinez, Ruiz, & Escriva, 2014)

- **Fijación de Precios.**

Para fijar el precio de nuestros queques de quinua con stevia se consideró el costo de todos los insumos utilizados para la elaboración, de igual forma se toma en cuenta los precios de la competencia y así como el precio que están dispuestos a pagar, a través de la información de la encuesta realizada.

La empresa comercializara sus productos en diferentes tamaños por lo tanto se detallarán los precios según los productos que ofrecerá:

Tamaño (g)	Precio (Bs)
100g	5bs
150g	8bs
200g	12bs

3.2.3.3 Promoción

Es importante tener en cuenta que en el momento de introducir el producto al mercado se requiere una alta inversión publicitaria para darlo a conocer y despertar el interés en el nuevo producto.

La estrategia de promoción de la empresa, buscará resaltar los beneficios del producto y el valor agregado que éste ofrece como ventaja competitiva frente a los productos indirectos. A la vez la empresa llegará a su mercado objetivo durante la etapa de introducción mediante la promoción y publicidad. (Martinez, Ruiz, & Escriva, 2014)

CUADRO N° 5 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

CUADRO DE PROMOCION		
Promoción Personal	*Se designara a personales de venta a que puedan realizar visitas a las tiendas minoristas explicando las características del precio y calidad de nuestro producto.*	
Publicidad en Medios de Comunicación	*Para que nuestros productos sean reconocidos en el mercado y este posesionado en la mente del consumidor se utilizara medios de comunicación como: Radio, TV, Redes Sociales entre otros.*	
Ofrecer Descuentos por Cantidad	*Se dará descuentos a los clientes que acumulen una cantidad considerable de compra de nuestros productos en el mes. 100 cajas acumuladas 10% de descuento. 300 cajas acumuladas el 20% de descuento.*	
Gigantografias	*Serán para dar a conocer nuestros productos a nuestros futuros clientes.*	

Fuente: *Elaboración propia.*

3.2.3.4 Plaza

La distribución constituye un factor de suma importancia para la empresa, ya que de ésta se deriva la forma en que será comercializado el producto y, por ende, como llegará al consumidor final.

Se observa que los intermediarios de los queques son las tiendas de barrio y mercados.

3.2.4 Estrategias de posicionamiento

"Según Philip kotler y Armstrong, señala que el posicionamiento consiste en hacer que un producto ocupa un lugar especial, único y sobre todo confiable para el consumo de los clientes en el mercado." (Armstrong & Kotler, 2013)

En el caso de este plan de negocio se estima que para posesionar el producto en la mente de los consumidores es necesario destacar el valor nutritivo y proteínico de los queques de quinua con stevia, constituyen una alimentación estable para la Localidad de Villazón.

3.2.4.1 Imagen de la empresa mediante el diseño de la marca, logotipo y slogan.

- **Marca del Producto**

La marca fue diseñada y creada para representar nuestro producto, se puede observar el nombre del producto (NUTRI SUR S.R.L.): por debajo los queques ricos hechos con harina de quinua y stevia, por detrás dos plantas de quinua, hojas y semillas de esa manera se muestra que nuestro producto es nutritivo.

La principal característica de una marca es que ésta debe tener carácter distintivo, es por la cual que nuestra empresa ofrece distinguirse en el mercado.

- **Logotipo**



- **Slogan**



Marketing electrónico

El marketing electrónico es una herramienta para facilitar y mejorar los procesos de comunicación de la empresa, acortar distancias, economizar tiempo y dinero.

Como estrategia utilizamos las redes sociales para promocionar y dar a conocer el producto y las novedades que tiene la empresa para proporcionar el contacto por medio de un clik por medio de enlaces y la generación de códigos Qr.

- **Facebook**

Se creará una cuenta oficial de Facebook para la empresa “NUTRI SUR S.R.L.” donde se publicará toda la información general sobre la empresa y nuestro producto, como ser fotografías, videos, promociones y campañas publicitarias, etc. Esto con el objetivo de

crear una comunidad con los clientes potenciales y establecer mayor confiabilidad con el público tarijeño.

- **Instagram**

De la misma manera Instagram estará sujeta de la publicación de imágenes y videos creados por los usuarios de esta red, pero nosotros lo usuraremos como una herramienta promocionando nuestro producto interactividad a la página haciéndola más llamativa.

- **WhatsApp**

Esta red de mensajería instantánea nos permite utilizar catálogos mensajería de bienvenida como de ausencia, además nos permite administrar los contactos por etiqueta en la cual esta nos permite lanzarnos por las redes como acceso directo con la empresa.

3.2.4.2 Estrategia de promoción de ventas

Se realizará promociones para el lanzamiento del nuevo producto en fechas conmemoradas. La empresa participará también en diferentes eventos y/o ferias de alimentos que se realizan a nivel local o regional, por otro lado, se otorgará una promoción junto al empaque con un yogurt de Pil Tarija incentivando con esto a su compra. La empresa promocionará la quinua y stevia con el fin de que los compradores y consumidores, conozcan sus características y valor nutricional. Esta promoción se hará a través del personal de ventas, en charlas y explicaciones en los súper mercados y tiendas de barrio y mercados.

- **Venta Personal**

Se contratará personal de ventas eventual, los cuales recibirán una capacitación relacionada con la empresa y las características generales del producto con el fin de llegar de esa manera a los diferentes puntos de venta para colocar el producto al alcance del consumidor final.

Por tanto, el personal de ventas, promocionarán los queques mediante visitas a tiendas de barrio, supermercados y mercado dando información sobre las características generales del producto, atributos y su valor nutricional.

3.2.4.3 Estrategia publicitaria.

La información es la base del producto a lanzarse al mercado, la misma que debe llegar de manera masiva a nuestros consumidores y clientes potenciales, además que debe mostrar las bondades que el producto posee.

Esta base de información será por medio del internet y paginas virtuales el cual permitirá mantener un contacto constante con el cliente, al mismo tiempo de mostrar a **"*NUTRI SUR"*** como una empresa seria.

3.2.5 Estrategias de crecimiento

La iniciativa de la empresa **"*NUTRI SUR"*** es entrar al mercado primeramente con los queques de quinua con stevia como una alternativa diferente a los demás productos, una de las estrategias que se usará es la diversificación horizontal esta estrategia nos permite ampliar la cartera de productos, tales como queques de harina de avena, amaranto y pan de quinua entre otros de esta manera nos permitirá ingresar a otros mercados y de esta manera ir posicionando la marca de la empresa en el mercado.

3.2.6 Plan y estrategias de ventas para la introducción al mercado

Las ventas se realizarán de manera diaria de lunes a viernes en las instalaciones de la empresa en los horarios de 7:00 am a 12:00 am y de 15:00 pm a 18:00 pm, y posteriormente se realizará su distribución en los diferentes puntos de venta por las mañanas y tardes, la venta se realizará al contado.

3.2.7 Estrategias de marketing ecológico y social.

La empresa se desarrollará a través de actividades de marketing identificando un cambio de conducta que sea en beneficio de la sociedad, por esta razón que la empresa

se preocupará en buscar métodos eficaces para evitar la contaminación y con ello retener el ambiente, de tal manera que la empresa pertenecerá al grupo de las industrias sin humo.

Además, se pondrá una imagen en el empaque del producto para concientizar a los consumidores al cuidado del medio ambiente.

Pero la preocupación del ambiente va más allá y por eso desarrollaremos programas de acopio de los envases utilizados de los materiales y entre otros para el reciclaje, entre ellos papel, plástico, cartón, aluminio y vidrio, para que de esta manera se pueda contribuir con un poco al medio ambiente.

3.2.8 Presupuesto de Marketing

El presupuesto para el área de marketing se realizará en base al producto, distribución, promoción y publicidad los cuales se desglosarán a continuación:

- **Producto**.

En el diseño del producto se lo realizará con la empresa flexiplas, lo cual hará una impresión flexografica directa en polietileno, los mismos diseñarán la etiqueta del producto en el que incluirán los siguientes puntos:

1. Número de Registro Sanitario
2. Nombre de la empresa (Marca)
3. Nombre del producto
4. Número de NIT
5. Fecha de vencimiento
6. Dirección y/o teléfono de la empresa
7. Peso neto

Dicho diseño de impresión tendrá un precio de **460bs**

- **Distribución.**

En cuanto a la distribución del producto que se hará a las distintas zonas, comerciantes que compran producto por mayoría, tiendas de barrio y supermercados que sería un presupuesto de **580Bs.**

- **Promoción.**

para esto de utilizará el presupuesto de los programas de las estrategias mencionadas anteriormente las mismas serán utilizadas para que el consumidor conozca al producto, este presupuesto será de **5.800Bs**

La Publicidad que se dará por redes sociales para que el consumidor este a tanto de las novedades del producto **4600 Bs**

CUADRO N° 6 PRESUPUESTO DE MARKETING

(Expresado en Bs.)

Descripción	**Presupuesto**
Diseño del producto	460
Distribución	580
Promoción	5800
Publicidad	4600
Total	**11.440bs**

CAPITULO IV

PLAN DE PRODUCCION

4 PLAN DE PRODUCCION

El presente plan se realiza atendiendo a la información emanada del estudio de mercado. Su importancia radica en obtener información de los factores productivos que debe contener una nueva unidad económica, en relación a la tecnología, magnitud de los costos de producción, disponibilidad de la materia prima e insumos, etc., todo ello con la finalidad de demostrar que tecnológicamente es factible producir el bien que se pretende fabricar y vender. (Chase, Jacobs, & Aquilano)

4.1 OBJETIVO DE LA AREA DE PRODUCCION

- Determinar un estudio correspondiente a las materias primas e insumos y determinar su disponibilidad.
- Especificar el proceso de producción seleccionado, la maquinaria y equipos necesarios en el proceso, con el fin de optimizar los recursos y al mismo tiempo facilitar las actividades de producción.
- Determinar los costos de la materia prima, maquinaria, equipos y los insumos necesarios para el proceso de producción
- Alcanzar niveles de producción adecuados para responder de manera eficiente a la demanda.

4.2 EXPLIQUE LA EXPERIENCIA DE LOS MENTORES EN “PROCESOS INDUSTRIALES”

La empresa todavía no tiene experiencia a nivel de producción porque es un nuevo emprendimiento, sin embargo, el personal que se contratará contará con experiencia laboral y será calificado para desarrollar las tareas específicas.

4.3 INGENIERIA DEL PRODUCTO (diseño y especificaciones)

4.3.1 Estudio de las Materias Primas

La calidad del producto a fabricar depende básicamente de las materias primas e insumos que se utilicen en su elaboración, por lo tanto, la selección adecuada de estos es muy importante en lo que se refiere a cantidad y calidad para lograr que el producto fabricado cumpla con las especificaciones y normas de calidad requeridas por el mercado demandante.

Para el caso específico de los queques de harina de quinua con stevia, es necesario realizar adecuadamente la selección de estas materias primas y describir las características de las mismas.

4.3.2 Descripción de la Materia Prima

Generalmente los queques se elaboran con harina de quinua, este nuevo producto se utilizará una combinación con endulzante de stevia para enriquecer el contenido nutricional del mismo, además se utilizará otros ingredientes que definan la calidad del producto.

A continuación, se describen las materias primas e insumos necesarios para la elaboración de los queques de harina de quinua con stevia.

- **Quinua**

(Quinua, 2013) La quinua es una planta andina pertenece a la familia de los cereales, que se originó en los alrededores del lago Titicaca de Perú y Bolivia. La quinua fue cultivada y utilizada por las civilizaciones prehispánicas y reemplazada por los cereales a la llegada de los españoles, a pesar de constituir un alimento básico de la población de ese entonces.

Estructura física del grano de quinua

La quinua es una planta de desarrollo anual, de hojas anchas, dicotiledónea y usualmente alcanza una altura de 1 a 2 m. El tallo central comprende hojas lobuladas y quebradizas. El tallo puede tener o no ramas, dependiendo de la variedad y/o densidad del sembrado. La raíz principal normalmente mide de 20 a 25 cms. de longitud, formando una densa trama de radículas, las cuales penetran en la tierra tan profundamente como la altura de la planta. Las panícolas o panojas crecen generalmente en la punta de la planta y algunas veces debajo del tallo. Las flores son pequeñas y carecen de pétalos.

Composición nutricional de la quinua

La quinua se caracteriza por ser un alimento muy completo, muy asimilable, es decir de fácil digestión, rico en fibra y sin gluten, siendo un alimento apto para celíacos. Su sabor es muy parecido al arroz integral, pero su textura se asemeja al cuscús. Se conserva de manera óptima durante mucho tiempo y sus formas de preparación son muy versátiles.

CUADRO N° 7 COMPÓSICION NUTRICIONAL DE LA QUINUA

PRINCIPIO	CONTENIDO
Energía (kcal)	**306**
Proteína (gr)	**13,8**
Grasa (gr)	**5,5**
Carbohidratos (gr)	**49,2**
Fibra Dietética (gr)	**7,9**

- **Stevia**

La stevia es una planta más conocida como yerba dulce, es una planta herbácea. Sus hojas molidas son 30 veces más dulces que el azúcar de caña y la hoja entera seca es 15 veces más dulce que el azúcar común, además de tener propiedades extremadamente favorables para la salud humana.

CUADRO N° 8 VALOR NUTRICIONAL DE LA STEVIA

PRINCIPIO	CONTENIDO
Caloría	47 kcal
Vitamina A	30 UI
Vitamina B2	0.28mg
Vitamina B6	0.36mg
Vitamina E	0.17mg
Calcio	120mg

- **Huevo**

El huevo es un alimento conformado por tres partes principales: cáscara, clara, y yema. Es indispensable para la calidad de la preparación de los queques ya que proporciona tanto valor nutritivo como consistencia en el momento de preparación.

CUADRO N° 9 COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE HUEVO DE GALLINA

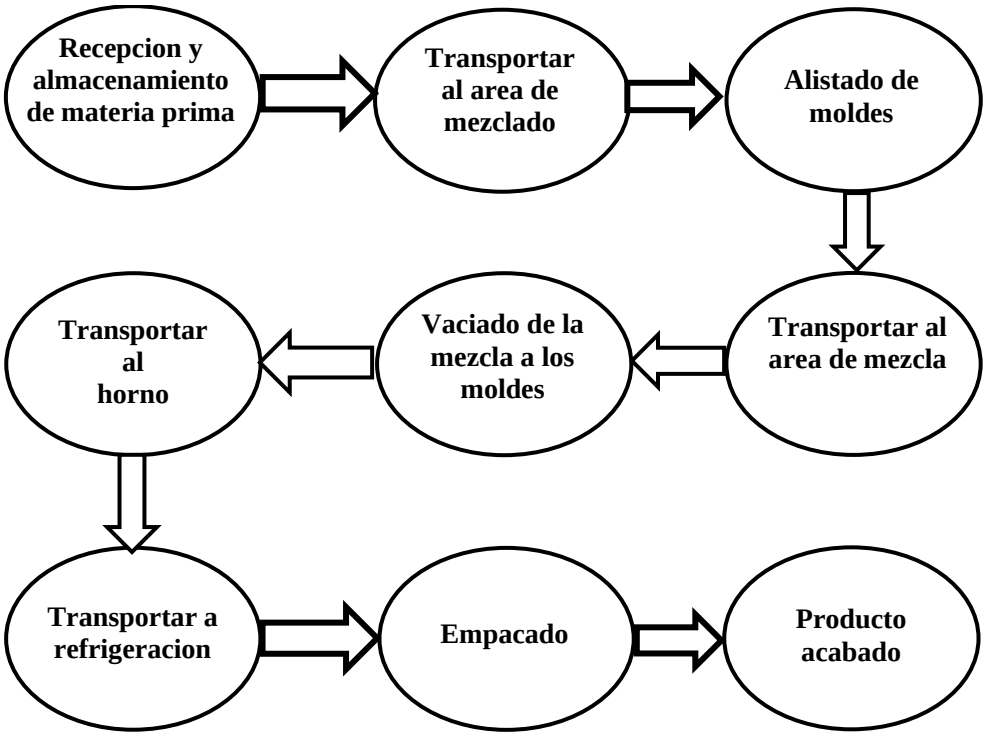
Principio	Entero
Agua	74
Proteínas	13
Grasa	12
Carbohidratos	0.4
Cenizas	0.9

- **Leche**

La leche es uno de los alimentos más consumidos en el mundo debido a su alto aporte nutricional, posee componentes que son esenciales en todas las etapas de la vida del ser humano.

Para nuestro producto es muy esencial la leche ya que le brindara proteínas, vitaminas y minerales.

4.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DEL PRODUCCION



- **Recepción y Almacenamiento de Materia Prima.**

Se reciben las materias primas y se almacenan conservándose en sus propios envases o contenedores hasta el momento de su utilización, procurando mantenerlas en lugares frescos y poco húmedos. Los productos como leche y huevos, se deben guardar en lugares apropiados (refrigeradoras, heladeras, etc.).

Las materias primas que se reciben son: stevia, huevos, harina de quinua, leche, saborizantes.

- **Transportar al área de mezclado**

Las materias primas requeridas (en cantidad) se transportan por medio de plataformas rodantes al área de mezclado o a las mesas de trabajos, según sea el caso.

Adición de stevia. - Se agrega la stevia y se mezcla a una velocidad de 140 rpm por un tiempo de 2 a 4 min. A una temperatura (que se mantendrá hasta el final del proceso de mezclado) de 21 a 23°C.

Adición de huevo. - Se agregan los huevos y se mezcla de 285 rpm por un tiempo de 2 a 4 min.

Adición de harina de quinua y leche. - Se agrega la harina y en seguida la leche mezclando a 140 rpm durante 5 min.

Adición de saborizantes. - Se agregan saborizantes: se mezclan a 285 rpm durante un tiempo de 2 a 4 min.

- **Alistado de moldes**

Se realiza el engrasado de los moldes en que se verterá la masa, este se hará con mantequilla o manteca para evitar que los queques se peguen al molde. Se recomienda que los moldes sean de acero inoxidable debido a su facilidad de limpieza. Este engrasado se efectúa en una mesa de trabajo.

- **Transportar al área de mezcla**

Los moldes ya engrasados se transportan manualmente o por medio de carros a la máquina batidora que contiene la mezcla de ingredientes.

- **Vaciado a los moldes**

La mezcla contenida en la batidora se vierte en los moldes engrasados, el vertido se realiza por gravedad; una vez que el molde contiene la mezcla, se elimina el exceso de ésta para que la superficie quede uniforme.

- **Transportar al horno**

Los moldes con mezcla se transportan manualmente o por medio de carro al horno.

Horneado. - La mezcla se deja hornear a una temperatura promedio de 350° C durante 30 min aproximadamente.

Se debe tener mucho en cuenta el tiempo y la temperatura del horneado, así como la humedad relativa del aire existente dentro del horno, son factores que deben ser cuidadosamente vigilados, para que esta etapa del proceso de elaboración, se realice exitosamente.

- **Transportar y refrigeración**

Después del horneado se realiza el enfriamiento ya que las masitas son delicadas cuando está en temperatura elevado por tal razón se manda al refrigerador para tener una masa suave y rica.

- **Empacado**

Luego de su preparación se realiza el empaquetado debido a que los queques tiene sus respetivas envolturas para luego ser almacenados y por ultimo tener el producto acabado y estar listos para su venta en el mercado.

4.4.1 Tipo De Proceso

El tipo de proceso será continuo donde el producto ira pasando por una serie de operaciones distintas de forma continua, donde la materia prima debe recorrer para

transformarse en producto final. En este caso se trata de procesos en donde una red de depósitos forma una serie que la materia prima debe recorrer para transformarse.

La producción continua se caracteriza porque las máquinas están alineadas unos a continuación de otros, según la secuencia lógica de las tareas a realizar para transformar los materiales e insumos en productos terminados.

4.4.2 Diagrama de Flujo Del Proceso

La elaboración del diagrama de flujo de la empresa “NUTRI SUR” se muestra en el siguiente gráfico:

GRAFICO N° 17 DIAGRAMA DE FLUJO



FUENTE: *elaboración propia*

4.5 CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA

Conocidas las operaciones que se deben realizar para lograr la transformación de la materia prima en producto terminado (queque), para lo cual se requiere diferentes tipos de máquinas y equipos, se pasará a analizar estas últimas. Las maquinarias requeridas para la elaboración de los queques no son fabricadas en el país, por lo que tendrán que ser importadas del exterior.

La maquinaria es el medio necesario para la elaboración del producto que por sus características de higiene requiere que la misma sea de un material no oxidable, es decir idóneo para esta función. En el mercado local existe una limitada oferta de maquinaria para la industria en general y para la elaboración de queques en particular.

4.5.1 Requerimiento de Equipos y Maquinaria

A continuación, se detallan los materiales y equipos que se utilizarán en la elaboración de los queques de harina de quinua con stevia.

CUADRO N° 10 DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIAS EQUIPOS VEHÍCULOS, OTROS SIMILARES

MAQUINARIAS	DESCRIPCION DE CAPACIDAD Y FUNCION
Balanza digital 	Balanza digital Capacidad de precisión 100kg*20 gr Plato, columna y visor construido en acero inoxidable. Batería recargable duración hasta 120 horas de automático.
Tanque de lavado y secado de quinua 	Máquina de limpieza y secado de semillas de Quínoa de alta calidad tiene un cuerpo en aluminio anodizado, inoxidable.
Molino Semi Industrial 	Tolva alta con tapa, mesa de metal, polea de aluminio. Único recubierto electrolíticamente con estaño puro, para evitar la contaminación. Excelentes acabados en hierro. Garantía de fábrica. Función: molido de cereales de quinua. Capacidad de producción: 40 kgr. por hora

Mezcladora 	Descripción: es una maquina donde su principal función es mesclar los ingredientes para de esa manera tener una masa firme y suave la cual es de la serie GT/ mezcladora de peso 127kg con 40 l de capacidad una velocidad de brazo 10/ dimensiones 870 x 480 x 935 mm .
Empaquetadora y selladora 	Descripción: es una máquina que su principal función es empacar y sellar los productos en su envoltura para un producto acabado de esa manera llevar al mercado para su venta.
Horno industrial 	horno industrial para la elaboración de queques, donde se decidió adquirir solo por el inicio de actividades de la empresa QUEQUES DEL SUR tiene una medida de longitud1780 mm x anchura 1200mmx altura 1800mm
VOLVO FL220 FL6 Big box 	Descripción: medidas de 4m x 2m potencial de motor: 220 Hp(162KW) Función: transportar todo tipo de insumo. Carga Máxima: 15500kg

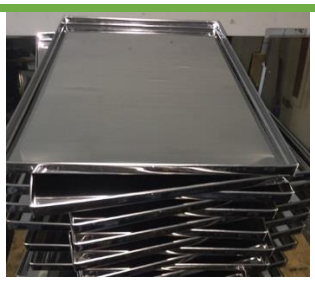
Fuente: *elaboración propia*

CUADRO N° 11 EQUIPOS DE LA OFICINA

Computador 	**Teléfono** 
Escritorio 	**Silla de Oficina** 
Archivador 	**Registradora** 

Fuente: *elaboración propia*

CUADRO N° 12 MATERIAL AUXILIAR

 **Cuchillos**	 **Bandejas**
 **Cucharas**	 **Otros**

Fuente: *elaboración propia*

4.6 ADMINISTRACION DE MATERIALES

4.6.1 Necesidad de Materia Prima

Para la producción se requiere primero la materia prima para luego elaborar los deliciosos queques de harina de quinua con stevia.

La Empresa “NUTRI SUR” S.R.L. requiere la materia prima para la producción de los queques: se producirá queques en diversas variedades que ofreceremos al mercado.

4.6.2 Proveedores Negociables (para que insumos o materiales)

Nuestros principales proveedores de la materia prima serán los agricultores de quinua ya que en el departamento de Potosí existen muchas comunidades que producen este producto en cantidades elevadas principalmente para el forraje que para el consumo. Nuestro proveedor de la stevia será la ciudad de Tarija ya que existe una parte de la

producción. También se incentivará a los agricultores para la comercialización, de esa manera decidimos realizar una lianza con esos sectores para que ellos provean en cantidades necesarias y facilitar la producción de queques de quinua.

4.6.3 Sistema de Compras (cuál será la forma de pagos, contratos, logística)

Las compras estarán en coordinación con la producción ya que algunos productos no se pueden comprar para todo el mes como ser la leche ya que se llegaría a descomponer, los otros insumos se comprarán mensualmente.

CUADRO N° 13 COMPRAS POR MES

NOMBRE	CANTIDAD	CANTIDAD DE PROVEEDORES
Quinua	480kg.	2 a 4
Stevia	360kg	1 a 2
Royal	16kg	1
Saborizantes	16kg	1

Fuente: *elaboración propia*

CUADRO N° 14 COMPRAS POR DIA

NOMBRE	CANTIDAD	CANTIDAD DE PROVEEDORES
Leche	1440 litros	3 a 6
Huevo	2400 unidades	2 a 3

Fuente: *elaboración propia*

4.7 CAPACIDAD PRODUCTIVA

La capacidad productiva está en función a la capacidad normal, ya que toma en cuenta la demanda o necesidades del mercado por tanto la capacidad productiva estará en función de la demanda potencial que se quiere abarcar.

Así mismo la cantidad de producción de los queques que se producirá al mes es de 218.504 paquetes de diferentes tamaños, no utilizando toda la capacidad ya que solo se tomara en cuenta la demanda potencial.

4.8 LOCALIZACION DE LA EMPRESA

La ubicación de las instalaciones y el diseño de la planta son aspectos importantes a considerar ya que se basa en el lugar y organización física idóneos para el proceso que se va a ejecutar.

Localización de la fabrica

Para la localización se tomó los siguientes criterios para definir el lugar donde se ubicará la fábrica.

- Cercanía a vías principales.
- Cercanía a canales de distribución.
- Lugar con todos los servicios básicos.
- Facilidad de transporte para los trabajadores.
- Proximidad de proveedores.

Ubicación de fabrica

Teniendo en cuenta la amplia extensión de la localidad de Villazón se escogió la zona que cumplan con los criterios mencionados anteriormente. El lugar seleccionado queda en la zona ferrocarril.

4.9 DISEÑO Y DISTRIBUCION DE PLANTA Y OFICINAS

Los factores que se tuvieron en cuanta para el diseño de la planta fueron:

- Espacio de la maquinaria y equipo.

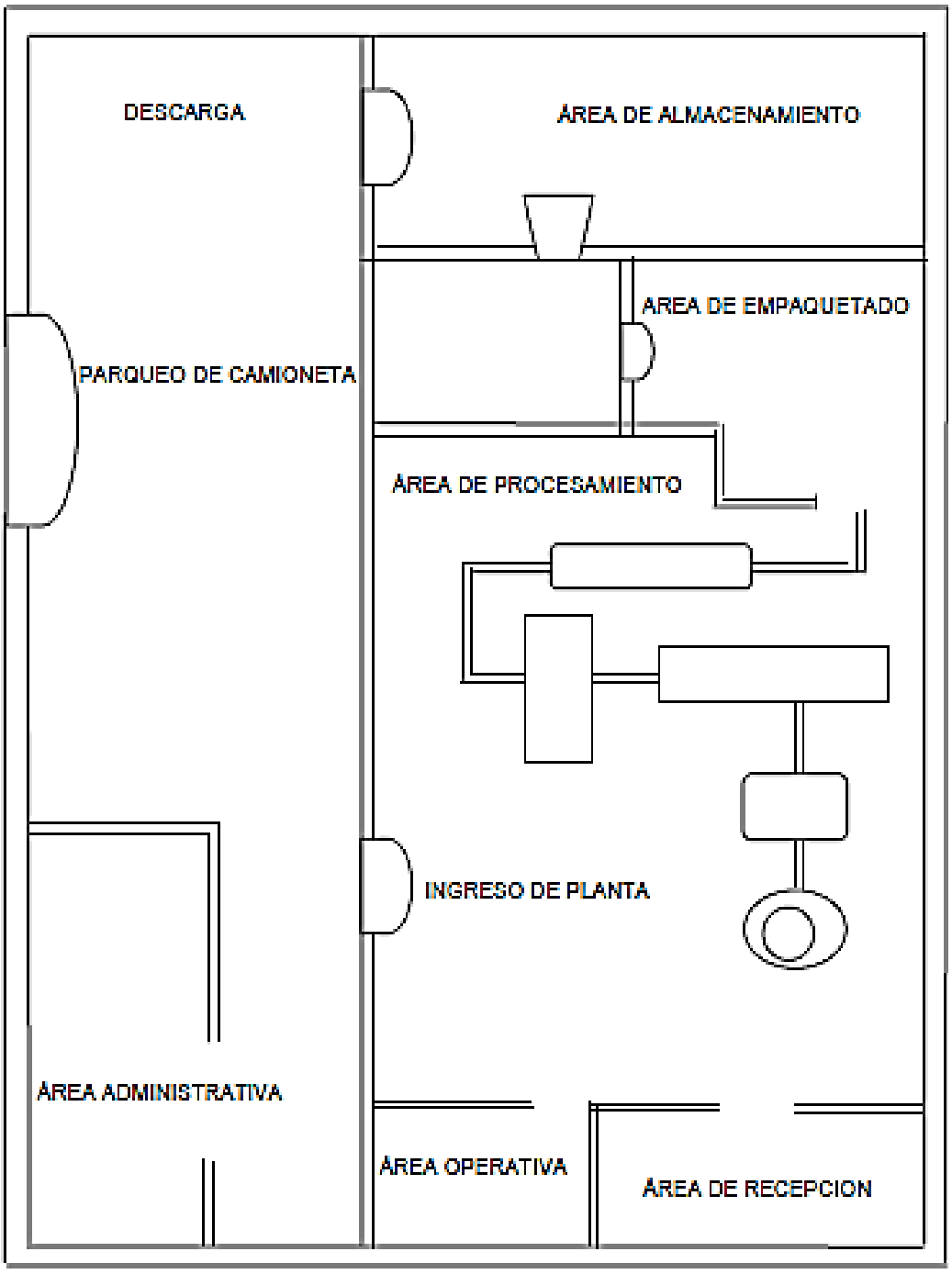
- Espacio que ocupa la mano de obra.
- Espacio que ocupa los materiales.
- Espacio para esperas, es decir, el espacio que ocupa una persona o material mientras pasa un tiempo para ser procesado o llevar a cabo una operación.
- Movimiento: Espacio requerido para el cómodo desplazamiento del personal.
- Servicio: Espacio requerido para ubicar áreas de servicio como baños y lavamanos.
- Cambio: se debe considerar que el proceso productivo puede cambiar o variar.

De igual forma, se analizó el diagrama de flujo, con el fin de conocer la forma y secuencia precisa de las actividades que conforman el proceso y de esta tener una idea general de la distribución de la fábrica.

Con base en lo anterior la planta necesita un área de aproximadamente de 144mt dividida a:

- Almacenamiento de materia prima.
- Área de recepción y despacho.
- Área de proceso.
- Oficina.
- Producto terminado.
- Corredores, baños y espacios para movilidad.

GRAFICO N° 18 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



4.10 HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

4.10.1 Control de Higiene de la Fabrica

(CodexAlimentarius, 2013) Con el fin de mantener dentro de límites aceptables cualquier tipo de contaminación de productos, se han establecido normas que controlan el estado higiénico del personal y de las instalaciones y equipos de la fábrica. Debido a la alta manipulación de alimentos por los operarios, y porque sabemos que la mayor parte de enfermedades transmitidas por alimentos tienen su origen en manos, boca, nariz de las personas, se establece lo siguiente:

- **Higiene Personal:**

Cabello: Cabello corto en varones y barba rasurada, el cual debe mantenerse cubierto por la cofia. Mujeres con cabello totalmente tomado y dentro de la cofia.

Manos: Uñas cortas, cepilladas, siempre limpias y en el caso de las mujeres sin esmalte. El lavado de manos se realiza cada 15 minutos para manipuladores de alimentos.

Adornos y joyas: No deben usarse dentro del lugar de trabajo, relojes, aros, Cadenas, anillos, o implementos como lápices, llaves, etc.

Ropa de trabajo: Cada manipulador debe contar con un vestuario completo diario para sus labores. Este consta de gorro, un barbijo y delantal.

CUADRO N° 15 ELEMENTOS DE HIGIENE PERSONAL



Fuente: *elaboración propia*

Heridas u otras alteraciones: Debe impedirse que un operario trabaje en manipulación de alimento si tiene heridas, infecciones cutáneas, diarrea, o sean portadores de enfermedades trasmitidas por alimentos. Esta persona debe ser reemplazada inmediatamente en su labor.

- **Higiene de las instalaciones:**

Instalaciones:

Pisos y desagües: aseados diariamente Puertas paredes y ventanas: limpieza profunda al menos una vez por semana. Baños: diariamente

- **Higiene en los equipos y utensilios:**

Equipos: Son limpiados al término de cada jornada con el fin de eliminar restos de masa o harina. La limpieza y desinfección del equipo se realiza una vez por semana. El equipo es desarmado e higienizado pieza por pieza.

Utensilios: Son sometidos a limpieza y desinfección diaria, y cuantas veces sea necesario.

- **Manejo de desechos y control de plagas:**

Desechos: Deben mantenerse en recipientes cerrados herméticamente y retirarse de las zonas de manipulación de alimentos cuantas veces sea necesario con el fin de no acumular.

La zona donde se tienen estos basureros debe mantenerse limpia para evitar la llegada de roedores e insectos.

4.10.2 Seguridad Industrial

De acuerdo al proceso productivo definidos por la fábrica, los accidentes de trabajo que se pueden presentar están directamente relacionados con el manejo de las materias primas, insumos y producto terminado almacenado, por ejemplo, una mala ubicación de estas podría caer sobre el trabajador causando lesiones físicas menores.

Para evitar esto la empresa ha diseñado áreas de almacenamiento de materiales, además indica al operario la forma adecuada de apilarlos y ubicarlos de tal forma que se evite el riesgo.

El trabajo involucra manejo de sustancias en polvo (harina de quinua) que pueden generar alergias y alteraciones en las vías nasales, por tal razón los operarios contarán con uniformes adecuados como delantal, gorros, barbijos que les permita desarrollar su trabajo sin riesgo y con las normas de higiene establecidas por la empresa ya que al ejecutar su trabajo están en contacto directo con el producto.

4.11 CONTROL DE CALIDAD (antes, durante y después de proceso)

Con el fin de garantizar la excelente calidad de su producto la fábrica realizara dos tipos de inspección:

- **Inspección Externa**

Es la inspección al momento de recibir la materia prima e insumos de los proveedores. Por políticas de la fábrica, una vez que se recibe la materia prima e insumos se verifican las cantidades y el estado del material

De igual forma, una vez el producto haya sido procesado y empacado se realizará una inspección, donde se evaluará del material de empaque, cantidad de producto en caso de que el empaque presente alguna inconsistencia, defecto o carencias, se reporta al área de producción.

- **Inspección Interna**

Es la inspección que se hace a las operaciones que realiza la empresa internamente. Con relación a la elaboración de queques, la fábrica controlará que el operario utilice los equipos necesarios para preparar los productos, y que las cantidades empacadas correspondan al contenido de 100g, 150g y 200g.

4.12 PROGRAMA DE PRODUCCION

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza para obtener bienes a partir de la materia prima y los insumos, el cual se identificada como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en productos terminados mediante una función de mano factura.

4.13 COSTOS DE PRODUCCION

CUADRO N° 16 COSTO DE PRODUCCIÓN

MATERIA PRIMA EXPRESADO EN Bs.					
Producto		**Queques de Harina de Quinua con stevia**			
Descripción	**Cantidad Semana**	**Cantidad mes**	**Precio Unitario Bs.**	**Costo Mensual**	**Costo Anual**
Quinua	120Kg.	480Kg.	18	8.640	103.680
Stevia	90Kg.	360Kg.	28	10.080	120.960
Huevos	600 Uds.	2400Uds.	0.65	1.560	18.720
Leche	360Lts.	1440Lts.	5	7.200	86.400
Royal	4 Kg.	16Kg.	5	80	960
Saborizantes	4 Kg.	16Kg.	10	160	1.920
TOTAL				**27.720**	**332.660**

El costo de producción mensual para el primer mes de elaboración de queques de harina de quinua con stevia es de 27.720 Bs.

CAPITULO V

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

5 PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

El estudio de organización es muy importante porque permite conocer aspectos, como la organización técnica y administrativa que aporte los elementos necesarios para conseguir que la empresa logre una estructura completa para dar respuesta a las actividades propias de su función productiva.

Con el presente estudio es posible determinar las funciones que se estiman necesarias, así mismo, se designa a las personas adecuadas para desempeñar dichas actividades.

A través de la estructuración técnica de la empresa, es posible establecer las líneas de autoridad y responsabilidad que deben existir entre los niveles jerárquicos, tanto de las áreas operativas como administrativa.

5.1 OBJETIVO DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS

- Determinar la estructura organizacional de acuerdo a las actividades y necesidades de la empresa estableciendo funciones de cada puesto.
- Realizar el proceso de reclutamiento y selección del personal en un plazo no mayor de dos meses una vez iniciado el proyecto.
- Capacitar al personal nuevo a través del manual de funciones, acerca de la empresa aplicando el Manual de Funciones propuesto.
- Evaluar al personal trimestralmente para el benéfico de la empresa con la técnica de evaluación de desempeño propuesto.

5.2 DISEÑO ORGANIZACIONAL

5.2.1 Estructura Organizacional

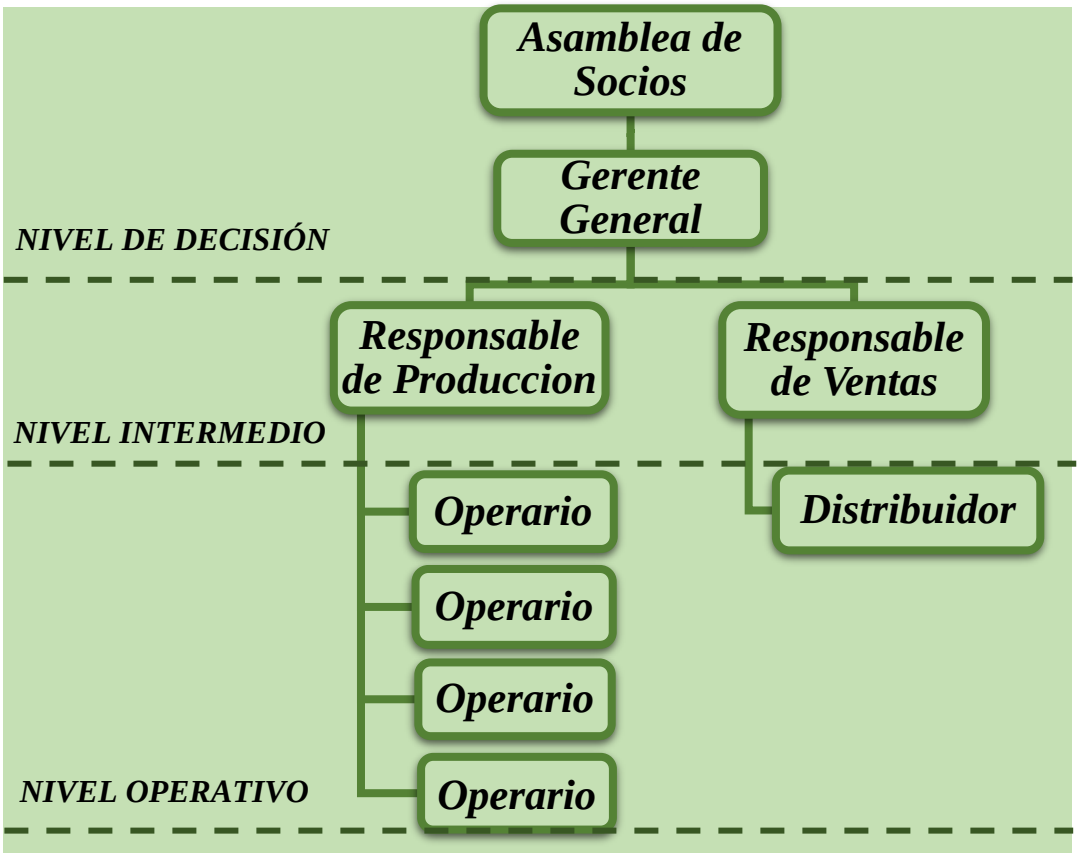
El propósito de la estructura organizacional es contribuir a la creación de un entorno favorable para el desempeño humano, por lo tanto, se plantea para la empresa un diseño organizacional simple, que permita una fácil gestión de áreas.

La empresa opta por una departamentalización por funciones empresarial que expresa lo que realiza la empresa típicamente, este tipo de departamentalización es la base de uso más común para la organización de actividades y se halla presente en algún nivel de la estructura organizacional de casi todas las empresas.

Las ventajas que trae este tipo de departamentalización radican en que además de ser reflejo lógico de las funciones, sigue el principio de la especialización ocupacional y se simplifica la capacitación.

A continuación, se muestra la estructura organizativa que conformará la empresa para ofrecer un mejor servicio y a partir de ese organigrama se podrá determinar el costo de contar con esos recursos humanos:

ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA EMPRESA QUEQUES DEL SUR S.R.L.



Nivel de Decisión

Integrado por la dirección general que está conformado por los socios o dueños de la empresa, quien tendrá la responsabilidad de cumplir los objetivos señalados por la empresa, siendo responsable por el desempeño de los funcionarios en forma eficiente y eficaz y así también por el gerente general.

Nivel Intermedio

Formado por los jefes del departamento de producción, y comercialización.

Nivel Operativo

Compuesto por los operarios y distribuidor que son los que van a operar las diversas tareas que se tiene, para lograr de esta forma todo lo señalado en los objetivos de la empresa.

El presente organigrama está sujeto a cambios, ya que puede ampliarse mediante la producción y la empresa crezca, como también dependiente de la demanda.

5.2.2 Descripción de Puestos o Manual de Funciones

A continuación, se describen cada uno de los puestos, que se requieren para el proceso de producción de los fideos, la descripción se lo realiza por tipo de personal.

CUADRO N° 17 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre Del Cargo	Gerente General
Departamento	Administrativo
Supervisa a	✓ Jefe de Producción ✓ Jefe de Comercialización

Funciones del puesto:

- Dirige, organiza de la mejor manera todas las actividades de la empresa, las mismas que determinan el cumplimento de las metas organizacionales y por ende los objetivos profesionales del talento humano.

Funciones del Cargo:

- Planificar las estrategias a nivel empresarial, y del entorno asociado al sector al que pertenece.
- Establecer los lineamientos para la elaboración del Plan Operativo de la empresa y para los distintos niveles gerenciales bajo su cargo.
- Supervisar las estrategias de ejecución de las obras que se están realizando.
- Controlar las actividades de carácter financiero y administrativo de la fundación.
- Atender y resolver los problemas de recursos humanos de la empresa.
- Resolución de problemas administrativos y de funcionamiento.
- Revisión exhaustiva del trabajo de los departamentos a cargo.

Grado de instrucción requerido:
Licenciado (a) en Administración de Empresas, Auditor, Marketing, Ingeniero comercial. Ingeniero en alimentos.
Conocimientos:
Administración, Contabilidad, elaboración de proyectos, investigación de mercados, estrategias de marketing.
Experiencia laboral mínima en el área:
2 años
Cualidades de organización:
Responsabilidad, liderazgo, toma de decisiones, compromiso, mando, carácter.
Requisitos Físicos:
Edad de 26 a 50 años
Género: Masculino o Femenino
Estado Civil: Indiferente

CUADRO N° 18 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre Del Cargo	Responsable de Producción
Departamento	Operativo
Supervisa a	Operarios

Funciones del Puesto:

- Dirige, organiza y planifica el área de producción de los queques.

Funciones del Cargo:

- Planificar, gerencial y supervisar las labores realizadas en el área de la producción de fideos.
- Dirigir y controlar diariamente el proceso productivo, verificando desde la calidad de la materia prima hasta obtener un producto de acuerdo con las especificaciones establecidas por la empresa.
- Normalizar los desarrollos estratégicos a seguir para conseguir los objetivos de la Empresa teniendo en miras la misión y visión.
- Dar apoyo a las actividades del gerente general.
- Coordinar, dirigir y supervisar la elaboración de informes y estudios técnicos, solicitados por las autoridades de la empresa.
- Verificar el cumplimiento del Plan Estratégico de la gerencia de producción.

Requisitos intelectuales:
Grado de instrucción requerido:
Técnico en mantenimiento de equipo industrial, Ingeniero en alimentos.
Conocimientos:
Operaciones en procesos productivos.
Experiencia laboral mínima en el área:
2 años
Cualidades de organización:
Responsabilidad, toma de decisiones, trabajo en equipo.
Requisitos Físicos:
Edad de 25 a 40 años
Género: Masculino
Estado Civil: Indiferente

CUADRO N° 19 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre Del Cargo	Responsable de Ventas
Departamento	Operativo
Supervisa a	Personal para la Comercialización

Funciones del Puesto:

- Planifica los presupuestos de venta, establece metas y objetivos, pronostica las ventas, selecciona a los mejores vendedores, define los objetivos de cada vendedor, motiva a su equipo de trabajo, evalúa al equipo de trabajo.

Funciones del Cargo:

- Planificar y supervisar las labores realizadas en el área de la comercialización.
- Garantizar que los procesos se ejecuten de manera eficaz y según lo planificado.
- Normalizar los desarrollos estratégicos a seguir para conseguir los objetivos de la empresa teniendo en miras su misión y visión.
- Establecer estrategias de mercado para una mejor colocación del producto.
- Coordinar, dirigir y supervisar la elaboración de informes y estudios técnicos, solicitados por las autoridades de la empresa.
- Verificar el cumplimiento del Plan Estratégico de la gerencia de comercialización

Requisitos intelectuales:
Grado de instrucción requerido:
Técnico en ventas
Conocimientos:
De ventas
Experiencia laboral mínima en el área:
1 años
Cualidades de organización:
Responsabilidad, toma de decisiones, trabajo en equipo.
Requisitos Físicos:
Edad de 25 a 40 años
Género: Masculino
Estado Civil: Indiferente

CUADRO N° 20 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre Del Cargo	Distribuidor
Departamento	Operativo
Supervisa a	--------

Función del puesto:

- Organiza y planifica los área de comercialización de los queques de harina de quinua con stevia a mercados, supermercados, friales, carnicerías y tiendas de barrio.

Funciones del Cargo:

- Dominar las características del producto
- comunicarse con comerciantes involucrados para el proceso de venta.
- Informar al responsable de producción sobre cualquier problema que se presente.
- Realizar tareas que sean asignadas por el alto mando o gerencia
- Promover mecanismos de distribución y entrega de los productos.
- Reportar las ventas y áreas estrategias donde se comercializa más el producto.

Requisitos intelectuales:
Grado de instrucción requerido:
Bachiller en humanidades
Conocimientos:
Chofer categoría B
Experiencia laboral mínima en el área:
2 años
Cualidades de organización:
Responsabilidad, trabajo bajo presión, compromiso.
Requisitos Físicos:
Edad: de 25 a 50 años
Género: Masculino
Estado Civil: Indiferente

CUADRO N° 21 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre Del Cargo	Operario
Departamento	Operativo
Supervisa a	--------

Funciones del Puesto:

- Organiza, planificar la producción de chorizos de quinua cumpliendo estándares de calidad.

Funciones del Cargo:

- Realizar actividades del proceso de producción, desde el inicio de la producción hasta la culminación del producto final.
- Informar a su jefe inmediato sobre cualquier falla o anomalía que afecte el cuso normal y calidad de los productos.
- Mantener el orden y aseo todos los días al culminar la producción dejando higiénicamente para el día siguiente.
- Realizar tareas que le sean asignadas por su jefe inmediato y que sean acorde con la naturaleza de las actividades de trabajador de planta.

Requisitos intelectuales:
Grado de instrucción requerido:
Bachiller en humanidades
Conocimientos:
En elaboración de queques o productos alimenticios.
Experiencia laboral mínima en el área:
2 años
Cualidades de organización:
Responsabilidad, trabajo bajo presión, compromiso.
Requisitos Físicos:
Edad de 18 años a 45
Género: Masculino o femenino
Estado Civil: Indiferente

5.2.3 Proceso de Integración del Personal

Para la empresa resulta fundamental la captación del personal, para la nueva fábrica de fideos, razón por el cual, se pretende adquirir ventajas competitivas no solo a nivel del producto sino también en su recurso humano que resulta ser el único sostenible a lo largo del tiempo. A continuación, se presenta el procedimiento administrativo del personal, el cual está compuesto por las funciones de gestión de recursos humanos:

- **Reclutamiento y Selección**

Al ser una empresa que se pretende incorporar en el mercado departamental requiere de una contratación externa de personal.

Para el proceso de reclutamiento del personal para llenar las vacantes, se utilizará como medio radial la bolsita de trabajo que emite a partir de hrs 12:00 pm, por radio Fides cuyos anuncios laborales se emite de forma gratuita, así también a través de la de Facebook a través de apertura de una cuenta a nombre de la empresa.

El proceso de reclutamiento concluirá con la recepción de la solicitud de empleo y el currículo correspondiente de aquellas personas interesadas.

Luego de tener aquellas solicitudes se procederá a la selección del personal tomando encuentra los siguientes detalles del cargo que requiere cada puesto de la empresa.

Especificación de las características de las personas a contratar

Perfil del cargo: Gerente General

Conocimientos

- Para la ocupación de este puesto de requiere tener una carrera profesional en área administrativa y contable, con licenciatura en administración de empresas.

Experiencia

Debe contar con una experiencia mínima de dos años.

Por tanto, este puesto es lo más importante dentro de la empresa, porque su desempeño se refleja en los resultados de la empresa. Ya que de él dependen los demás puestos por lo que se requiere capacidad para dirigir y tomar decisiones, así mismo tener decisión, iniciativa y creatividad.

Características

- Característica de Líder
- Creatividad
- Atención concentrada en los detalles
- Capacidad para negociar
- Capacidad de relación, gestión y negociación en entornos regional y nacional.
- Visión sistémica.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Manejo de conflictos.

Perfil del cargo del Responsable de Ventas

Conocimientos

La persona deberá tener conocimiento en el área de ventas.

Conocimientos en gestión de recursos humanos, materiales y financieros.

Conocimientos en el área de planificación estratégica en la segmentación del mercado (marketing comercial)

Experiencia

Experiencia mínima en el área al menos dos años.

La razón principal es que se requiere tomar decisiones importantes en su área de trabajo, por lo tanto, es necesario tener la capacidad para resolver los problemas que se le presenten.

Características

- Facilidad de comunicación
- Cordialidad en el trato con las personas
- Iniciativa
- Capacidad de relación, gestión y negociación.
- Integración (visión sistémica), Coordinación, organización y supervisión.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Manejo de conflictos.
- Líder.

Perfil del cargo del Distribuidor

Requisitos mínimos para el desempeño del cargo

- Brevet profesional categoría “B”.
- Con una experiencia mínima de un año

Perfil del cargo del Responsable Producción

Conocimientos

- Conocimiento sobre organización de los sistemas de producción en el área.
- Experiencia en el manejo de actividades de procesos de producción.
- Conocimientos en gestión de recursos humanos, materiales y productivos.
- Conocimientos en el área de planificación estratégica en la elaboración de queques.

Características

- Capacidad de relación, gestión de producción.
- Coordinación, organización y supervisión.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Manejo de conflictos.
- Líder.

OPERARIOS

Conocimiento

Sobre el proceso de elaboración de queques

Requisitos Intelectuales

Escolaridad: Conocimientos en manipulación de alimentos, amplio conocimiento en la elaboración de productos similares al nuestro, balance de fórmulas.

Experiencia: Dos años mínimos como operador de la misma área.

Actitudes: Compromiso, responsabilidad, agilidad, creatividad y puntualidad.

Requisitos físicos: Poseer buena articulación y fuerza física.

Responsabilidades: Será el encargado de que la producción sea satisfactoria y entregada a tiempo.

Condiciones de trabajo:

Ambiente: Olores agradables y un leve ruido de las máquinas.

Riesgos: Mínimos

Una vez cumplido con los requisitos mínimos se precederá a la selección mediante estos pasos:

1. Solicitud de empleo
2. Entrevista inicial de selección
3. Examen Medico
4. Análisis y Decisión final

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

Una vez evaluado el perfil de los candidatos, se procederá a realizar a los pre seleccionados una entrevista formal por parte del gerente en las que se aplicará preguntas de acuerdo a las especificaciones que el cargo requiere, si es que existiesen varios candidatos por lo que la empresa optará por aplicar otra alternativa de selección de personal que será concurso de méritos, la decisión final estará a cargo del gerente general. En función a los resultados que se dé luego de realizar las comparaciones de las cualidades del candidato con las aspiraciones y con las especificaciones del cargo.

- **Contratación:**

Una vez seleccionado al personal adecuado se procede a la contratación de aquellos que hayan cumplido con las exigencias mínimas específicas del cargo. Seguidamente se realizará la redacción de un documento (contrato de trabajo) con todas las clausulas necesarias que beneficien tanto al trabajador como a la empresa para luego proceder a la firma del contrato legal, donde quedará especificado en mutuo acuerdo las responsabilidades y obligaciones de las partes firmantes.

- **Inducción:**

Una vez que el personal ha sido contratado se procederá a capacitarlo a cerca del producto que ofrece la empresa, al segmento al cual está dirigido, precios, y otros aspectos organizacionales y estratégicos de la empresa. Este proceso de capacitación estará cargo el gerente general de la empresa.

Posteriormente se procederá a la entrega del manual de funciones a cada empleado de la empresa para que conozcan cuales son las funciones que deberá desempeñar en la empresa.

Una vez que el empleado haya presentado un informe favorable durante el periodo de prueba se procederá a contratarlo de forma permanente caso contrario se dejará de prescindir de sus servicios (de acuerdo al plazo de prueba de 3 meses).

- **Evaluación de desempeño:**

Para realizar la evaluación desempeño del personal la empresa propone que se debe emplear el método de selección forzada. Este método permite obtener resultados más objetivos y validos diseñados para evaluar el rendimiento de dos o más trabajadores.

Que consiste en evaluar el desempeño de los individuos mediante frases descriptivas de determinadas alternativas de tipo de desempeño individual. Se deben realizar frases y luego escoger forzosamente, una o dos de ellos, la que más se ajuste al integrante del grupo. Permitiendo evaluar el desempeño de los individuos mediante frases

predeterminados que describen el desempeño de los trabajadores y las características que presenta durante el desarrollo de sus funciones en el cargo señalado.

A si también otra fuente de evaluar al personal estará a base de: la evaluación periódica, cada seis meses con el objeto de estar al tanto del rendimiento del personal y otra fuente para la medición del rendimiento de los trabajadores será los informes que reciba mensualmente del Responsable de Ventas.

5.3 ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS

El pago de sueldos o salarios serán equitativos, en proporción directa de su desempeño y en referencia a los que ganan sus compañeros que hacen actividades iguales.

5.3.1 Escala Salarial

CUADRO N° 22SUELDOS Y SALARIOS

(Expresado en Bs)

N°	Nómina de Personal	N° de Trabajadores	Salario	Salario Mensual	Salario Anual
1	Gerente	1	3000	3000	36000
2	Responsable de Producción	1	2600	2600	31200
3	Operario 1	1	2340	2340	28080
4	Operario 2	1	2340	2340	28080
5	Operario 3	1	2340	2340	28080
6	Encargado de limpieza	1	2250	2250	27000
7	Responsable de Ventas	1	2600	2600	31200
8	Distribuidor	1	2250	2250	27000
TOTALES		**8**		**19720**	**236640**

Fuente: *Elaboración Propia*

5.3.2 Presupuesto de mano de obra o planilla de sueldos y salarios

CUADRO N° 23 APORTES LABORALES
(Expresado en Bs)

Cargo	Total, Ganado	Pensión de jubilación	Seguro de invalidez o muerte (1.71%)	Comisión (0.5%)	Aporte al fondo solidario (0.5%)	Total	Liquido pagable
Gerente	3000	300,0	51,3	15,0	15,0	381,3	2618,7
Responsable de Producción	2600	260,0	44,5	13,0	13,0	330,5	2269,5
Operario 1	2340	234,0	40,0	11,7	11,7	297,4	2042,6
Operario 2	2340	234,0	40,0	11,7	11,7	297,4	2042,6
Operario 3	2340	234,0	40,0	11,7	11,7	297,4	2042,6
Encargado de limpieza	2250	225,0	38,5	11,3	11,3	286,0	1964,0
Responsable de Ventas	2600	260,0	44,5	13,0	13,0	330,5	2269,5
Distribuidor	2250	225,0	38,5	11,3	11,3	286,0	1964,0
TOTALES	**18.312**	**1972**	**337,2**	**98,6**	**98,6**	**2506,4**	**17.214**

Fuente: *Elaboración Propia*

CUADRO N° 24 APORTE PATRONAL
(Expresado en Bs)

Cargo	Total Ganado	CNS. (10%)	AFP Riesgo Profesional (1.71%)	Aporte Solidario (3%)	Pro Vivienda(2%)	Total Aporte Patronal AFP	Total Aporte Patronal AFP2	Aguinaldo (8.33%)
Gerente	3000	300,0	51,3	90,0	60,0	201,3	501,3	249,9
Responsable de Producción	2600	260,0	44,5	78,0	52,0	174,5	434,5	216,6
Operarios 1	2340	234,0	40,0	70,2	46,8	157,0	391,0	194,9
Operarios 2	2340	234,0	40,0	70,2	46,8	157,0	391,0	194,9
Operarios 3	2340	234,0	40,0	70,2	46,8	157,0	391,0	194,9
Encargado de limpieza	2250	225,0	38,5	67,5	45,0	151,0	376,0	187,4
Responsable de Ventas	2600	260,0	44,5	78,0	52,0	174,5	434,5	216,6
Distribuidor	2250	225,0	38,5	67,5	45,0	151,0	376,0	187,4
TOTALES	**18.312**	**1972,0**	**337,2**	**591,6**	**394,4**	**1323,2**	**3295,2**	**1642,7**

Fuente: *Elaboración Propio*

5.4 MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

5.4.1 Obligaciones Fiscales

5.4.1.1 Alcaldía Municipal

Los requisitos que se debe presentar en la Honorable Alcaldía Municipal, para el trámite de la licencia de funcionamiento son:

- Solicitud de Licencia de funcionamiento dirigida al Alcalde JUAN NAVIA en 3 copias indicando actividad comercial a la que se dedica, nombre de la calle, número del local y zona.
- Fotocopia del C.I.
- Factura de luz del lugar donde realiza su actividad.
- Croquis de ubicación.
- CARNET SANITARIO
- 2 fotografías impresas del interior y exterior del negocio.

5.4.1.2 Servicios de Impuestos Nacionales

Los requisitos para la inscripción de personas jurídicas en el Servicio de Impuestos Nacionales, para obtener el NIT son:

- Formulario de empadronamiento.
- Escritura de constitución de sociedad o personería jurídica, ley, decreto supremo o resolución según corresponda; Fotocopia Legalizada.
- Fotocopia de Carnet de Identidad de los socios.
- Fotocopia de la Factura de Luz del domicilio legal de la sociedad.

- Balance de Apertura.
- Solvencia Profesional que elabora el Balance.
- Fotocopia de la Factura del Balance.
- Fuente de Mandato (Poder, Acta del Directorio, Estatuto o Contrato);
- Fotocopia Legalizada.
- Fotocopia del Carnet de Identidad del Gerente o Representante Legal.

5.4.1.3 Fundempresas

Los requisitos para la inscripción en FUNDEMPRESA, para adquirir la Matricula son:

- Formulario de Declaración Jurada Nº 0010/03 de FUNDEMPRESA debidamente llenado.
- Formulario de Declaración Jurada Nº 0020/03 de FUNDEMPRESAS debidamente llenado.
- Testimonio de Escritura Pública de Constitución (Original o copia legalizada legible).
- Testimonio de Poder del Representante Legal (Original o copia legalizada legible).
- Publicación del resumen del Testimonio de Constitución.
- Balance de Apertura Sellado por el Colegio de Contadores y/o Auditores con la solvencia profesional original respectiva.
- Acta de fundación.

5.4.1.4 SENASAG

Requisitos para el registro de la empresa en SENASAG, para la inspección de la materia prima, planta procesadora y nuestro producto final son:

- Carta de solicitud (se recomienda utilizar el formato establecido).
- Fotocopia del NIT.
- Formulario de Solicitud y Formulario de relación de ingredientes y aditivos a utilizar debidamente llenado.
- Carta o Certificado de Aprobación de Etiquetas según el formato vigente, si aplicase, por única vez la Carta de Revisión de etiquetas junto con el Formulario de Uso de Stock sobre las etiquetas observadas de los productos.
- Flujograma de proceso por grupo de productos.
- Croquis de distribución de ambientes de la planta, de acuerdo al formato establecido.
- Croquis de ubicación de la planta, de acuerdo al formato establecido.
- Memoria Descriptiva del proceso utilizado para el tratamiento del agua.

5.4.1.5 Administración de Fondo de Pensiones

Requisitos para el registro de la empresa en AFP PREVISION, para beneficiarse del Número de cuenta individual. Son:

- Fotocopia legalizada del NIT
- Fotocopia de la Carnet de Identidad del representante legal.
- Fotocopia de la Carnet de Identidad de los trabajadores.
- Formulario de inscripción de los empleados.

5.4.1.6 Ministerio de Trabajo

Requisitos para el registro en el Ministerio de Trabajo, para adquirir el certificado de inscripción son:

- Balance de apertura
- Llenado de declaración jurada (Formulario Único de Registro de Empleadores original y una copia)
- Licencia de Funcionamiento
- Ultima panilla salarial de los trabajadores.
- Fotocopia legalizada del NIT.
- Boleta de depósito de Bs. 50 (Cincuenta bolivianos 00/100) en la cuenta Nº 201-0448901-3-85 del Banco de Crédito de Bolivia a nombre del Ministerio de Trabajo.
- Croquis del establecimiento.
- Libro de accidentes.
- Contratos de Trabajo (original y 2 fotocopias).
- Fotocopia del reglamento interno.
- Libro de asistencias.
- Formularios de afiliación a la AFP y Caja Nacional de Salud.

5.4.1.7 Caja Nacional de Salud

Requisitos para el registro de la empresa a la Caja Nacional de Salud son:

- Cata de solicitud de Afiliación dirigida al Director de la Caja Nacional de Salud.
- Formulario AVC-01
- Formulario AVC-02.
- Fotocopia del NIT.
- Fotocopia del Carnet de Identidad del representante legal.
- Testimonio de constitución de la empresa original o copia legalizada.
- Balance de apertura aprobado y sellado por el servicio de impuestos Nacionales.
- Planilla de haberes original y copia.
- Nómina del personal con fecha de nacimiento.
- Croquis de la ubicación de la empresa.

Requisitos para el registro de los trabajadores, para obtener el Carnet de Asegurado son:

- Formulario AVC-04 “Aviso de Afiliación de Trabajador”
- Formulario AVC-05 “Cédula del Trabajador”
- Fotocopia del Carnet de Identidad del Trabajador.
- Ultima Papeleta de Pago Original.

CAPITULO VI

PLAN FINANCIERO

6 PLAN FINANCIERO

El análisis financiero, consiste en determinar cuál es el monto total de los recursos económicos necesarios, para la realización del perfil de investigación, el costo total de la operación de la planta, incluyendo costos de materia prima, mano de obra y gastos indirectos generales, así como la forma de obtener los recursos necesarios para iniciar sus operaciones de producción y venta, esta información se utilizará como base para realizar la parte final del proyecto, que es la evaluación financiera en la cual se determinará la rentabilidad del proyecto.

6.1 OBJETIVOS DEL AREA FINANCIERA

- Determinar el monto total de la inversión requerida y la estructura financiera del proyecto.
- Determinar los ingresos y egresos que se obtendrán con las operaciones de la empresa.
- Realizar la evaluación económica a través del uso de técnicas financieras como valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión para determinar la rentabilidad del negocio.

6.2 SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA

Con el fin de apoyar las actividades de la empresa en cuanto a la toma de decisiones, es necesario contar con sistemas contables en el cual se relacionen los elementos de información financiera y contable para analizar la información y poder tomar decisiones. Para tener una información adecuada y que se adapte a los cambios de la empresa es necesario que dichos sistemas contables sean fáciles de entender e interpretar. (Gitman & Zutter, 2012)

La contabilidad de la empresa “NUTRI SUR S.R.L.” es importante porque proporciona información sobre el estado de la empresa, a todos los socios. También permite evaluar la evolución de la empresa a través del tiempo.

6.3 ESTIMACION DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO

CUADRO N° 25 DETERMINACION DE LOS COSTOS UNITARIOS

(Expresado en Bs.)

Costos unitarios	
100gr. Cu 1	3,8
150gr. Cu 2	6,0
200gr. Cu 3	9,0
Producción de equilibrio	
Q1	261.023
Q2	163.140
Q3	108.760

Fuente: *Elaboración Propio*

6.3.1 Proyección de costos anuales

CUADRO N° 26 PROYECCION DE COSOTOS ANUALES

(Expresado en Bs.)

DETALLE	**INVERSIÓN**	**ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)**				
	AÑO "CERO"	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
A: TOTAL INGRESOS EFECTIVOS	0	1.168.996	1.250.826	1.338.384	1.432.071	1.929.724
B: TOTAL EGRESOS EFECTIVOS		897.548	936.417	978.007	1.022.509	1.169.477
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	**-929.034**	**271.448**	**314.409**	**360.377**	**409.562**	**760.247**
Flujo de Caja Acumulado		271.448	585.857	946.234	1.355.796	2.116.043

Fuente: *Elaboración Propia*

6.4 DETERMINACIO DEL PRECIO DE VENTA

CUADRO N° 27 DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA

Costos unitarios	
100gr. Cu 1	3,8
150gr. Cu 2	6,0
200gr. Cu 3	9,0

Fuente: *Elaboración Propio*

Para calcular el precio de venta consideramos un margen de utilidad del 33%

PV= costo unitario (1+margen de utilidad)

PV= 3.8(1+75%)= 6.48Bs. 100gr.

PV= 6(1+75%)= 7,98Bs 150gr.

PV= 9(1+75%)= 11,97Bs 200gr.

6.5 INGENIERIA FINANCIERA

6.5.1 Inversión de Activos Fijos

La inversión de activos fijo de la empresa “NUTRI SUR S.R.L.” estará compuesto por muebles y enseres, equipos de computación, maquinaria y equipo y elementos de decoración, dichos activos fijos se detallarán a continuación:

- **Infraestructura**

Se requiere un terreno y la construcción del mismo para el funcionamiento de la empresa invirtiendo un total de 299.600bs. que se detallara a continuación.

CUADRO N° 28 COSTO DE INFRAESTRUCTURA

(Expresado en Bs.)

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Total
Terreno	m^2	800	224.000
Obra Civil	m^2	540	75.600
TOTAL			**299.600**

Fuente: *elaboración propia*

- **Muebles y Enseres**

La empresa deberá equipar sus instalaciones y realzar en muebles y enseres de un valor de 1350 Bs.

CUADRO N° 29 COSTOS DE MUEBLES Y ENSERES

(expresado en Bs.)

DESCRIPCION	COSTO
Mueble de computadora	450
Escritorio	340
Silla	260
Mesa	300
Total	**1350**

Fuente: *elaboración propia*

- **Maquinaria**

La empresa deberá equipar sus instalaciones y realzar una inversión en maquinaria de 64.350 Bs.

CUADRO N° 30 COSTO DE MAQUINARIA

(Expresado en Bs.)

DESCRIPCION	VALOR
Balanza Digital	400
Tanque De Lavado Y Secado	10.300
Molino Semi Industrial	7.800
Mezcladora	9.200
Empacadora Y Selladora	23.450
Horno Industrial	13.200
TOTAL	**64.350**

Fuente: *elaboración propia*

- **Herramientas**

Las diferentes herramientas que se muestran a continuación, serán necesarias para la elaboración de queques teniendo una inversión de 297 Bs.

CUADRO N° 31 HERRAMIENTAS AUXILIARES

(Expresado en Bs.)

ARTÍCULOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cuchillos	4	12	48
Bandejas	5	45	225
Cucharas	6	4	24
TOTAL			**297**

Fuente: *elaboración propia*

- **Equipo de Oficina**

La empresa deberá contar con los siguientes equipos de oficina para su respectivo funcionamiento, con una inversión de 8.740 Bs.

CUADRO N° 32 EQUIPO DE OFICINA

(Expresado en Bs.)

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR
Computadora	3	1600	4.800
Teléfonos	4	190	760
Escritorio	4	380	1.520
Silla de Oficina	4	200	800
Archivador	2	280	560
Registradora	2	150	300
TOTAL			**8740**

Fuente: *elaboración propia*

- **Vehículo**

Se requerirá el siguiente vehículo, el mismo que ayudará para la distribución del producto.

CUADRO N° 33 COSTO DEL VEHÍCULO

(Expresado en Bs.)

DESCRIPCION	Cantidad	VALOR TOTA
vehículo	1	84.000
vehículo	1	84.000
TOTAL		**168.000**

Fuente: *elaboración propia*

- **Mano de obra**

CUADRO N° 34 SUELDOS Y SALARIOS

(expresado en Bs.)

Cargo	Total Ganado Mensual	Total Ganado Anual
Gerente	3000	36000
Responsable de Producción	2600	31200
Operario 1	2340	28080
Operario 2	2340	28080
Operario 3	2340	28080
Encargado de Limpieza	2250	27000
Responsable de Ventas	2600	31200
Distribuidor	2250	27000
TOTAL	**19720**	**236640**

Fuente: *elaboración propia*

- **Total, de activos fijos**

CUADRO N° 35 TOTAL ACTIVOS FIJOS

(expresado en Bs.)

DISEÑO	TOTAL
Costo de infraestructura	299,600
Muebles y Enseres	1350
Maquinaria y equipo	64.350
Herramientas auxiliares	297
Equipo de oficina	8740
Vehículos	168000
TOTAL	**542.337**

Fuente: *elaboración propia*

6.5.2 Inversión Activos Diferidos

La inversión de activos diferido de la empresa “NUTRI SUR S.R.L.” estará compuesto por los gastos de organización y las patentes municipales, dichos activos diferido se detallarán a continuación:

CUADRO N° 36 INVERSIÓN DIFERIDA

(Expresado en Bs.)

INVERCION DIFERIDA	
DETALLE	**TOTAL BS.**
Acción línea telefónica	3400
Asesoramiento Legal	5000
Patentes Municipales	150
Matricula FUNDAEMPRESA	455
Ministerio de Trabajo	150
SENASAG	550
TOTAL	**9.705**

Fuente: *Elaboración Propia*

6.5.3 Activos corrientes

Los activos corrientes de la empresa “NUTRI SUR” estarán compuestos por todo el capital o recursos con los que cuenta los socios y el inventario de materia prima para el funcionamiento del negocio, dicho inversión se presenta a continuación:

CUADRO N° 37 ACTIVOS CORRIENTES

(Expresado en Bs.)

Activos	Cantidad	Valor Unitario	Total
Corrientes	**(Unidad / Activo)**	**(Bs)**	**(Bs)**
Caja	1	700,0	**700,00**
Banco	1	2000,0	**2.000,00**
I			**0,00**
Inventario de Mercaderías:			**327.756,00**
Inventario 1	218504	1,50	327.756,00
Inventario 2	0	0,00	0,00
Inventario 3	0	0,00	0,00
TOTAL			**330.456,00**

Fuente: *Elaboración Propia*

6.5.4 Fuentes De Financiamiento

Las fuentes de financiamiento que tendrá la empresa "NUTRI SUR S.R.L." se dividirán en dos, el aporte de los socios y un préstamo bancarios del Banco de Crecido de Bolivia (B.C.P.), dichos daros se representarán de manera más específica en el cuadro que se presenta a continuación:

CUADRO N° 38 FINANCIAMIENTO

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
DETALLE	**PORCENTAJE**	**VALOR MONETARIO**
Aporte De Capital	40,59%	358.200
Préstamo Bancario	49,41%	524.298
TOTAL	**100%**	**882.498**

Fuente: *Elaboración Propia*

6.5.5 Estructura De Inversión Y Financiamiento (Cuadro En Unidades Monetarias Y Porcentajes)

La estructura financiera de una empresa es la composición de las fuentes de financiación o pasivos formadas por los recursos ajenos, representado por las deudas a corto y largo plazo y los recursos propios o también llamados patrimonio neto, como se presenta a continuación.

CUADRO N° 39 ESTRUCRURA DE INVERCION Y FINANCIAMIENTO

(expresado en Bs.)

INVERSIONES	TOTAL (Bs)	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		SOCIOS	DEUDA
1. FIJA	542.337	350.000	192.337
2. DIFERIDA	9.705	8.000	1.705
3. CORRIENTE	330.456	200	330.256
TOTAL:	**882.498**	**358.200**	**524.298**
Participación (%)	**100%**	**40,59%**	**59,41%**

Fuente: *Elaboración Propia*

6.5.6 Balance De Apertura

Ya que anteriormente se establecieron los diferentes costos, en los cuales incurrirá la empresa, es posible establecer el balance de apertura, con el cual se dará inicio a las actividades de la misma. Para ello, se toma en cuenta los activos y el patrimonio determinados para su funcionamiento.

CUADRO N° 40 BALANCE DE APERTURA

(Expresado en Bs.)

B A L A N C E D E A P E R T U R A
"NUTRI SUR S.R.L"
(Expresado en Bs.)

ACTIVOS			**PASIVOS**		
ACTIVOS CIRCULANTES:		**330.456,00**	**PASIVOS CIRCULANTES**		**0,00**
Caja	700,00		Ctas/Doc. por Pagar		0,00
Banco	2.000,00				0,00
I	0,00				
Inventario de Mercaderías:	327.756,00		**PASIVO NO CIRCULANTE**		**524.297,60**
			Crédito Bancario		524.297,60
ACTIVOS NO CIRCULANTES:		**552.041,60**			
Activos Fijos	**542.336,60**		**PATRIMONIO**		
Terreno	224.000,00		**Capital Contable**		**358.200,00**
Obra civil	75.600,00		Aporte por cada Acción	8	44.775,00
Vehículo	168.000,00				
Equipo de Oficina	8.739,60				
Maquinaria y equipo (*)	64.350,00				
Muebles y Enseres (*)	1.350,00				
Herramientas auxiliares (*)	297,00				
Equipo de Instalaciones (*)	0,00				
I	0,00				
I	0,00				
Activos Intangibles	**9.705,00**				
Acción Línea Telefónica	3.400,00				
Seguros pagados x Adelantado	0,00				
Alquileres pagados x Adelantado	0,00				
Asesoramiento Legal	5.000,00				
Patente Municipal	150,00				
Matrícula FUNDEMPRESA	455,00				
Ministerio de trabajo	150,00				
Estudio Topográfico / Arquitectónico	0,00				
SENASAG	550,00				
I	0,00				
I	0,00				
TOTAL ACTIVOS		**882.497,60**	**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO**		**882.497,60**

Fuente: *Elaboración Propia*

6.6 FLUJO DE CAJA PARA UNA VIDA UTIL DE CINCO AÑOS

CUADRO N° 41 FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

(Expresado en Bs)

DETALLE	INVERSIÓN AÑO "CERO"	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)				
		1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS:	0	**1.168.996**	**1.250.826**	**1.338.384**	**1.432.071**	**1.929.597**
(+) Ventas		1.168.996	1.250.826	1.338.384	1.432.071	1.532.316
(+) Valor Residual						66.825
(+) Capital de Operaciones						330.456
B: EGRESOS EFECTIVOS:		**890.314**	**929.183**	**970.773**	**1.015.274**	**1.162.211**
(-) Inversión Fija	542.337					
(-) Inversión Diferida	9.705					
(-) Capital de Operaciones	330.456					
(-) Costos Variables		350.699	375.248	401.515	429.621	459.695
UTILIDAD BRUTA		**818.297**	**875.578**	**936.869**	**1.002.450**	**1.469.902**
(-) Costos Fijos		323.826	323.826	323.826	323.826	323.826
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		**494.471**	**551.752**	**613.043**	**678.624**	**1.146.076**
(-) **Costos Financieros**		0	0	0	0	0
(-) Depreciaciones		50.754	50.754	50.754	50.754	50.754
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		**443.717**	**500.998**	**562.289**	**627.869**	**1.095.322**
(-) Impuestos de Ley 25%		110.929	125.250	140.572	156.967	273.830
UTILIDAD NETA		**332.788**	**375.749**	**421.716**	**470.902**	**821.491**
(+) Depreciación		50.754	50.754	50.754	50.754	50.754
(-) Amortización Préstamo		104.860	104.860	104.860	104.860	104.860
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	**-882.498**	**278.683**	**321.643**	**367.611**	**416.797**	**767.386**
Flujo de Caja Acumulado		278.683	600.326	967.937	1.384.734	2.152.120

Fuente: *Elaboración Propia*

6.7 ANALISIS DE SENCIBILIDAD DEL NEGOCIO

6.7.1 INDICADORES DE EVALUACION Y RENTABILIDAD

Los resultados de la evaluación de la rentabilidad económica financiera para la empresa "NUTRI SUR S.R.L" son los siguientes:

La VAN: Este indicador financiero sirve para determinar la viabilidad de la empresa.

$$\mathbf{VAN} = -882,498 + \frac{278,683}{(1+0.02)} + \frac{321.643}{(1+0.02)^2} + \frac{367.611}{(1+0.02)^3} + \frac{416.797}{(1+0.02)^4} + \frac{767.386}{(1+0.02)^5}$$

$$VAN = 1126.383$$

Al obtener un VAN positivo, tomando en cuenta el flujo de caja económico, quiere decir que la inversión que se podría realizar para este emprendimiento sería aceptable.

La TIR: Es la tasa de interés o rentabilidad que generará el proyecto, este se encarga de medir la rentabilidad posible de obtener.

$$TIR = \frac{-882.498 + 278,683 + 321.643 + 367.611 + 416.797 + 767.386}{(1+278,683) + (2+321.643)^2 + (3+367.611)^3 + (4+416.797)^4 + (5+767.386)^5}$$

$$TIR = \frac{1269.622}{2167.12}$$

$$TIR = 0,58\,\%$$

La rentabilidad que tendría "NUTRI SUR S.R.L." a lo largo de sus 5 cinco primeros años en funcionamiento, sería del 58% (tomando en cuenta el flujo de caja económico).

7 CONCLUSIONES

De acuerdo a los estudios realizados y a la información analizada para el desarrollo de un plan de negocios de una empresa procesadora de queques de harina de quinua, permite exponer las siguientes conclusiones:

- Después de evaluar cada uno de los estudios realizados se concluye que el proyecto es viable desde el punto de vista de mercado, técnico, financiero.
- En Villazón la demanda de los queques es muy significativa, convirtiéndose en un gran potencial de desarrollo del sector. Por lo tanto, está creciendo cada vez un poco más, y a su vez aparecen y desaparecen variedad de queques caseros de diferentes sabores y nutritivos; por lo que debemos mantener la calidad del producto siendo uno de los factores que más se valoran al momento de comprar, pero además se debe dar a conocer las cualidades nutricionales del producto al consumidor mediante la promoción para la incentivación de su consumo.
- Desde el punto de vista técnico es viable ya que se cuenta con maquinarias adecuadas para su elaboración, como también con proveedores para el abastecimiento de la materia prima. por otro lado, la combinación que se realiza para la obtención de los queques de harina de quinua con stevia logra incrementar la calidad nutritiva del producto.
- De acuerdo al estudio financiero realizado, se estima que el proyecto en la práctica será rentable, en virtud que presenta una tasa interna de retorno (TIR) del 28,95% y un valor actual neto (VAN) de 1.130.890Bs. lo cual indica el valor que tendrían los flujos anuales generados y posteriormente trasladarlos a la actualidad.

8 RECOMENDACIONES

- Realizar campañas publicitarias donde se dé a conocer el producto y sus características nutricionales que tiene como valor agregado, sin perder los beneficios que el consumidor espera del producto, a través de promociones para que el consumidor se anime a probarlo y volverse cliente.
- Ajustar las estrategias de comercialización en base a la retroalimentación, tomando en cuenta la información de la investigación de mercado.
- Se tiene una gran oportunidad de negocio si se llega a explotar y desarrollar las ventas dentro del mercado; pero para ello la empresa deberá poner énfasis en la contratación de fuerzas de ventas, que cuenten con cualidades de poder de convencimiento para adquirir el producto, que tengan buena actitud en cuanto a la atención al cliente.
- Desarrollar en el consumidor, una cultura de consumo de queques de harina de quinua, con el fin de evolucionar paralelamente su habito de consumo sustentado a las nuevas tendencias en hábitos alimenticios, para esto se deberá realizar a través de estrategias de promoción como; muestras gratis, capacitación a las fuerzas de ventas con respecto al nuevo producto, participación en ferias, etc. con el fin de llegar al consumidor.
- Se debe tener precaución respecto a la variación del costo de la materia prima.