UNIVERSIDAD AUTÓNOMA "JUAN MISAEL SARACHO"

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TALLER DE PROFESIONALIZACION II-ADM599 G3

MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS

EMPRENDIMIENTO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ NATURAL DE ZANAHORIA EN EL MUNICIPIO BETANZOS DEPARTAMENTO DE POTOSÍ

Por:

SANTIAGO FERNANDEZ CHICCHI

DOCENTE GUIA:

MSc. Lic: IMER ADIN COLQUE ALANOCA

Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la "UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO" como requisito para operar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas

TARIJA - BOLIVIA

18 de agosto 2022

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado con todo mi cariño para mi familia; de manera especial para mi madre; quien han puesto toda su confianza para lograr un objetivo más en mi vida.

INDICE

CONTENIDO

1. PLAN DE TRABAJO 1

1. ANTECEDENTES 1

2. JUSTIFICACIÓN O FUNDAMENTACIÓN 2

1.2.1. Justificación teórica 2

1.2.2. Justificación metodológica 2

1.2.3. Justificación social 2

1.2.4. Justificación práctica 2

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 3

1.3.1. Formulación del problema 3

1.3.2. Objetivos de investigación 3

4. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN 4

1.4.1. Método Cuantitativa: 4

1.4.2. Método Cualitativa: 5

1.4.3. Método experimental 5

5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 5

1.5.1. Delimitación Teórica: 5

1.5.2. Delimitación Espacial: 6

1.5.3. Delimitación Temporal: 6

2. MARCO TEÓRICO 8

2.1. TIPOS DE PLANES DE NEGOCIOS 8

2.2. ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIO 9

2.3. PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA 12

2.4. PLAN DE MARKETING 13

2.4.1. Objetivos de marketing: 13

2.4.1. La mezcla de marketing 14

2.5. PLAN DE OPERACIONES 15

2.5.1. Diseño de estructura y plan de recursos humanos 16

2.6. PLAN FINANCIERO 17

3. Café natural de zanahoria 21

3.1. Tipos de café 22
4. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO 24
4.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO 24
4.1.1. Análisis político 24
4.1.2. Análisis económico 25
4.1.3. Análisis cultural/social 27
4.1.4. Análisis tecnológico 28
4.1.5. Análisis ambiental 29
4.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO 30
4.2.1. Nuevos Competidores. 30
4.2.2. Poder de Negociación de los Proveedores. 32
4.2.3. Poder de Negociación de los Clientes. 32
4.2.4. Productos sustitutos 32
Cuadro de resumen De Las 5 Fuerzas De PORTER 33
5. NATURALEZA DEL NEGOCIO 35
5.1. JUSTIFACIÓN DE LA EMPRESA 35
5.2. JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO 35
5.2.1. Nombre de la empresa 36
5.2.2. Logotipo 36
5.2.3. Logotipo 36
5.2.4. Tipo de empresa 36
5.2.5. Descripción de la empresa 37
5.2.6. Ubicación 37
5.3. FILOSOFÍA EMPRESARIAL 38
5.3.1. Misión 38
5.3.2. Visión 38
5.3.3. Valores 38
5.4. OBJETIVOS 39
5.4.1. Objetivo general 39
5.4.2. Objetivo específico 39
5.5. VENTAJA COMPETITIVA 39
6. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 41

6.1. FUNDAMENTACIÓN 41
6.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 41
6.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 42
6.4. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS 42
6.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 42
6.5.1. Objetivo general 42
6.5.2. Objetivo especifico 42
6.6. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 43
6.6.1. Información primeria 43
6.6.2. Información secundaria 43
6.7. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA 43
6.8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS. 45
6.9. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN 52
7. PLAN DE MARKETING 54
7.1. OBJETIVO DE MARKETING 54
7.2. MERCADO OBJETIVO 54
7.3. ESTRATEGIA DE MARKETING 54
7.3.1. Estrategia de diferenciación 54
7.3.2. Estrategia de posicionamiento 55
7.3.3. Marketing mix 55
8. PLAN DE RECURSOS HUMANOS 61
8.1. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES Y DE RECURSOS HUMANOS 61
8.2. ESTRUCCTURA ORGANIZACIÓN 61
8.3. DESCRIBICIÓN DE PUESTOS Y CARGOS 62
8.4. PROCESO DE CONTRATACION 64
8.4.1. Reclutamiento 64
8.4.2. Selección 65
8.4.3. Contratación 65
8.5. PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIO 65
9. PLAN DE PRODUCCIÓN 67
9.1. OBJETIVOS DE LA PRODUCCIÓN 67
9.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN 67

9.2.1. Flujograma de proceso de producción 67
9.2.2. Descripción del proceso de producción 68
9.3. REQUERIMIENTO DE LA MATERIA PRIMA Y EQUIPAMENTO 69
9.3.1. Requerimiento de Equipos y Maquinarias 70
9.3.2. Requerimiento de materia primera 71
9.4. CONTROL DE CALIDAD 72
9.5. ALMACENAMIENTO DE MATERIA PRIMA, INSUMOS Y PRODUCTO TERMINADO .. 73
9.6. CAPACIDAD PRODUCTIVA 73
9.6.1. Capacidad de producción teórica 73
9.6.2. Capacidad efectiva 74
9.6.3. Capacidad real 75
9.8 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA 76
10. PLAN FINANCIERO 78
10.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA 78
10.2. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL 78
10.3. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN 78
10.3.1. Inversión fija 78
10.3.2. Inversión diferida 80
10.3.3. Capital de trabajo 80
10.4. ESTRUCTURA DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO 81
10.5. AMORTIZACIÓN DE DEUDA 82
10.6. BALANCE DE APERTURA 83
10.7. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO 84
10.8. INDICADORES DE EVALUACION DEL NEGOCIO PARA 5 AÑOS 84
11. CONCLUSIONES 87
12. RECOMENDACIONES 88
Bibliografía 89
Webliografía 89

INDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Valor nutricional 22
Cuadro No. 2 Índice de precios al consumidor 27
Cuadro No. 3 Cuadro resumen de análisis de PESTA 30
Cuadro No. 4 Nuevos competidores 31
Cuadro No. 5 Cuadro de resumen de las 5 Fuerzas de PORTER 33
Cuadro No. 6 Ubicación de la empresa 37
Cuadro No. 7 Diseño de la etiqueta 56
Cuadro No. 8 Funciones de gerente general 62
Cuadro No. 9 Funciones de producción 63
Cuadro No. 10 Funciones de ventas y distribución 64
Cuadro No. 11 Sueldos y Salarios 65
Cuadro No. 12 Equipos y Maquinarias 70
Cuadro No. 13 Requerimiento de materia prima 72
Cuadro No. 14 Capacidad de producción teórica 74
Cuadro No. 15 Capacidad efectiva 74
Cuadro No. 16 Capacidad real 75
Cuadro No. 17 Muebles y Enseres 79
Cuadro No. 18 Maquinaria y equipo 79
Cuadro No. 19 Inversión diferida 80
Cuadro No. 20 Estructura de financiamiento 81
Cuadro No. 21 Amortización de deuda 82
Cuadro No. 22 Balance de apertura 83
Cuadro No. 23 Flujo económico 84
Cuadro No. 24 Indicadores de evaluación 84

INDICE DE GRAFICOS

Grafico No. 1 Usted consume café 46
Grafico No. 2 Por qué razón consume usted productos naturales y saludables 46
Grafico No. 3 Qué tipo de productos nutritivos consume 47
Grafico No. 4 Cuántas veces a la semana consume productos naturales en su desayuno 47
Grafico No. 5 Le gustaría consumir café natural de zanahoria si respuesta es SI continúe con la pregunta 6 y si su respuesta es NO ir a la pregunta 9 48
Grafico No. 6 Cuánto estaría dispuesto a pagar en relación a otros cafés del mercado 48
Grafico No. 7 En qué empaque o recipiente le gustaría comprar el producto 49
Grafico No. 8 Dónde le gustaría adquirir el producto 49
Grafico No. 9 Usted se informa acerca de los productos naturales y saludables 50
Grafico No. 10 Conoce de los beneficios y nutrientes que contiene la zanahoria 50
Grafico No. 11 Cómo se identifica 51
Grafico No. 12 Estarías dispuesto a apoyar a este emprendimiento de café natural de zanahoria 51
Grafico No. 13 Canales de distribución 58
Grafico No. 14 Organigrama de CAFÉ SANO 61
Grafico No. 15 Flujograma de producción 67
Grafico No. 16 Layout de la empresa 76

ANEXOS

Anexos No. 1 Estructura de plan de negocios 91
Anexos No. 2 Cronograma de actividades 96
Anexos No. 3 Datos del crecimiento de la población 96
Anexos No. 4 Encuesta piloto 97
Anexos No. 5 Encuesta de investigación de mercados 99
Anexos No. 6 Formulas de cálculo financiero 105