

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROGRAMA LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y ORGANIZACIONES PÚBLICAS**



**PROYECTO DE GRADO
“PRODUCCIÓN INTENSIVA DE PAPA HOLANDESA EN INVERNADEROS
KIT EN EL MUNICIPIO DE PATACAMAYA”**

POSTULANTES: - GLADYS VILLCA LIQUE
 - JHAYO A. MAMANI MATIAS

TUTOR: LIC. WALDO CABALLERO TOLEDO

**PATACAMAYA – LA PAZ - BOLIVIA
2017**

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres porque siempre han sido ejemplo de amor, valentía, respeto y perseverancia, de manera especial a mi papi y a mi mami porque este triunfo es más de ellos que mío, pues siempre han creído en mí y me han enseñado a enfrentar la vida con valentía y con amor, también lo dedico a mis hermanos porque con sus ocurrencias han hecho más sencillos los momentos duros.

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a dios por brindarme la fortaleza necesaria para desarrollar el presente trabajo a pesar de las dificultades surgidas.

Agradezco a mis padres por apoyarme en todo momento y demostrarme que todo en la vida es posible si uno quiere, pues los sueños se pueden hacer realidad, también agradezco a mis hermanos que me han apoyado incondicionalmente.

Finalmente quiero agradecer a todos los docentes por impartir sus conocimientos y experiencias de la mejor manera para formarme no solo como profesional sino como ser humano.

RESUMEN EJECUTIVO

“PRODUCCIÓN INTENSIVA DE PAPA HOLANDESA EN INVERNADEROS KIT EN EL MUNICIPIO DE PATACAMAYA”.

En el Altiplano de La Paz existen problemas de heladas constantes, granizada aislada y otros problemas climatológicos que cada año se incrementan por los fenómenos del niño y de la niña, los cuales influyen desfavorablemente al cultivo en general, reduciendo el porcentaje de cosecha anual, afectando de gran manera la economía de los pobladores que por miedo a mayores pérdidas económicas no se arriesgan a invertir en técnicas y tecnología actual para mejorar su cultivo y cosecha.

Es ahí, que entran nuestros conocimientos administrativos adquiridos en los cinco de años de estudio en la Universidad, por lo cual combinando la organización de actividades y procesos eficientes en el tiempo de producción y cosecha, con el uso y la distribución temporal en los terrenos de plantación de nuestros invernaderos KIT para proteger de los efectos climáticos, principalmente de la helada y una adecuada financiación para optimizar el proceso de producción para nuestra papa holandesa.

En nuestro previo estudio de mercado (inicial) la demanda por esta variedad de papá es elevada de parte de los compradores mayoristas, convirtiéndose en una gran oportunidad de mercado el hecho de producir de forma intensiva este tubérculo, generando mayor desarrollo e innovación agrícola en la región, además de proponer cambios positivos en la tendencia cultural de la población rumbo a la sostenibilidad productiva y seguridad alimentaria.

Además que la Población de Patacamaya se caracteriza por cultivar papa de forma ancestral.

Podemos mencionar como fortaleza al proponer esta Idea de Negocios, que la misma puede funcionar adecuadamente, en vista a que nosotros conocemos bien sobre la plantación y cosecha de papas debido a la experiencia de nuestros padres y abuelos en este rubro, además de la práctica apoyando a ellos en mencionada actividad durante varios años

Además hace más de un año que estamos informándonos sobre los invernaderos KIT, y observando resultados en otras regiones de forma positiva.

Si bien el presente negocio se iniciará con nuestros clientes mayoristas de la provincia, a largo plazo se proyectará como un producto netamente natural que colme las expectativas de los consumidores para llegar a mediano plazo a un mercado seleccionado, que serán las fábricas de papás pre cocidas y congeladas, las cadenas de comida rápida y cadenas de supermercados a nivel de la ciudad de La Paz.

Venderemos la papa holandesa natural de alta calidad y del tamaño que el cliente prefiere para degustar en diversas recetas en la cocina, sin que exista escasez en ninguno de los meses del año. Nuestro slogan será: “Holandy Pat S.R.L. los únicos que producen los 365 días del año”

El mercado objetivo serán los compradores mayoristas en el sector del altiplano sur que compran en conjunto un promedio de 12.000 (doce mil) quintales de papa holandesa al año, que equivale a 552 toneladas anuales, y otra cantidad similar de diversas variedades de papa y las revenden en los mercados y ferias de ciudad de La Paz y El Alto. Es necesario resaltar que debido a la gran demanda de consumo de papa en Bolivia, incluso se llega a importar del Perú aproximadamente 120 toneladas de papa al año, que hace varios años compran en cantidad de los productores del altiplano en incluso importan por la falta de oferta de la papa holandesa en el mercado nacional.

INDICE

<u>CONTENIDO</u>	<u>Pág.</u>
INTRODUCCIÓN	1
1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	2
1.1. NATURALEZA DE LA EMPRESA	2
1.2. EL CONCEPTO DEL NEGOCIO	3
1.3. EL PRODUCTO Y SU GENERACIÓN DEL VALOR	3
1.4. MISION	4
1.5. VISION	4
1.6. VALORES	5
1.7. CLAVES DE GESTION	5
1.8. OBJETIVOS	5
• OBJETIVO GENERAL	5
• OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.9. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	6
1.10. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES	6
2. MERCADO	7
2.1. PRODUCTO MERCADOTÉCNICO	7
2.2. PROBLEMA DETECTADO	7
2.3. CONSUMIDOR ESPECÍFICO	8
2.4. SATISFACCIÓN DE NECESIDADES Y/O DESEOS	9
2.5. POTENCIAL DEL MERCADO	10
2.5.1. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	11
2.6. LA COMPETENCIA	11
• Productores de papa locales (Altiplano)	11
• Productores nacionales (Valles de Cochabamba, y Santa Cruz)	12
• Productores peruanos	13
• Productos sustitutos de la papa	13
• Aplicación de la herramienta de análisis de Porter	13
2.7. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE MUESTRA	14
2.8. ANÁLISIS DEL MERCADO	17
2.9. ANÁLISIS FODA	21
2.10. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	22
2.11. FUENTES DE INFORMACIÓN	22
2.12. TECNICAS DE INVESTIGACION	22
2.13. PLAN DE MARKETING	23
• PRECIO	23
• PLAZA	23
• PRODUCTO	24
• PROMOCION	24

2.14.	PERSONAL	26
2.15.	PROCESOS	26
2.16.	ESTRATEGIA DE ACUERDO AL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	27
3.	OPERACIONES	28
3.1.	DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	28
3.2.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	28
3.3.	BENEFICIOS DEL PRODUCTO	28
3.4.	ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO	28
3.5.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	29
3.5.1.	PROCESO DE LA PRODUCCIÓN.	29
3.5.2.	FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	29
3.6.	MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS A UTILIZAR	31
3.7.	MATERIAS PRIMAS	36
3.8.	LA PLANTA	39
3.8.1.	MACRO LOCALIZACIÓN	39
3.8.2.	MICRO LOCALIZACIÓN	39
3.8.3.	DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	39
4.	ESTUDIO FINANCIERO	43
4.1.	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	43
4.1.1.	INVERSIÓN FIJA	43
4.1.2.	PRESUPUESTO DE OPERACIONES	44
4.1.2.1.	COSTOS DE PRODUCCIÓN	44
4.1.2.2.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	45
4.1.2.3.	GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO	46
4.1.2.4.	GASTOS LEGALES	46
4.1.2.5.	OTROS COSTOS Y GASTOS	47
4.1.2.5.1.	Gastos de organización	47
4.1.2.5.2.	Gastos generales	48
4.1.3.	PROYECCIÓN DE VENTAS	48
4.1.3.1.	PROYECCIONES DE VENTAS DEL PRODUCTO.	48
4.1.3.2.	PROYECCIONES DE INGRESO POR LA VENTA DEL PRODUCTO	49
4.1.4.	FINANCIAMIENTO	50
4.1.5.	ESTADOS FINANCIEROS	51
4.1.5.1.	Estado de Resultados	51
4.1.5.2.	Flujo de Caja	52
4.1.6.	ANÁLISIS FINANCIERO	53
4.1.6.1.	Valor Actual Neto	53
4.1.6.2.	Tasa Interna de Retorno.	53
4.1.7.	RELACIÓN BENEFICIO COSTO	54
4.1.8.	PUNTO DE EQUILIBRIO	54
4.1.9.	ANEXOS FINANCIEROS	55
4.1.9.1.	Planilla de salarios	55
4.1.9.2.	Depreciación	56
4.1.9.3.	Precio de venta	56

5.	SUPUESTOS Y ESCENARIOS	58
5.1.	SUPUESTO 1: VARIACIÓN EN EL PRECIO	58
5.1.1.	FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO	59
5.1.2.	INDICADORES ECONÓMICOS SENSIBILIZADOS CON REDUCCIÓN DE PRECIO DE VENTA	59
5.1.3.	PUNTO DE EQUILIBRIO SENSIBILIZADO	60
5.2.	SUPUESTO 2: VARIACIÓN EN LA PARTICIPACIÓN DEL MERCADO	60
5.2.1.	FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO CON VARIACIÓN EN LA DEMANDA	61
5.2.2.	INDICADORES ECONÓMICOS SENSIBILIZADOS CON VARIACIÓN DE LA DEMANDA	62
5.2.3.	PUNTO DE EQUILIBRIO SENSIBILIZADO	63
6.	ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN LEGAL	64
6.1.	PERSONERÍA JURÍDICA	64
6.2.	REGISTRO LEGAL	64
6.3.	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, PERSONAL Y PROCEDIMIENTO TÉCNICO ADMINISTRATIVO	65
6.3.1.	ORGANIGRAMA	65
6.3.2.	MANUAL DE FUNCIONES	67
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
7.1.	CONCLUSIONES	70
7.2.	RECOMENDACIONES	70
8.	BIBLIOGRAFÍA	71
9.	ANEXOS	72

INTRODUCCIÓN

El presente Plan de Negocio: “Producción Intensiva de Papa Holandesa en

Invernaderos KIT en el Municipio de Patacamaya” tiene 3 pilares fundamentales para su realización:

Primer Pilar: Aplicación Práctica.-

Nos permite poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en 5 años de estudio en el Programa de Administración de Empresas y Organizaciones Públicas, aplicando herramientas rumbo a generar nuestro propio emprendimiento económico administrativo y futuro sustento diario.

Segundo Pilar - Razones de Experiencia Específicas.-

Nuestra propuesta de plan es adecuada debido a que nosotros conocemos bien el negocio de la plantación y cosecha de papas debido a la experiencia de nuestros padres y abuelos en este rubro, además de la práctica apoyando a ellos en mencionada actividad durante varios años.

En nuestro estudio de mercado la demanda por esta variedad de papá es elevada de parte de los compradores mayoristas, convirtiéndose en una gran oportunidad de mercado el hecho de producir de forma intensiva este tubérculo, generando mayor desarrollo e innovación agrícola en la región, además de proponer cambios positivos en la tendencia cultural de la población rumbo a la sostenibilidad productiva y seguridad alimentaria.

Tercer Pilar - Conocimiento del Lugar

Patacamaya es un potencial agrícola para los tubérculos debido a la cercanía de agua en las tierras del lugar, más aún en las tierras familiares donde se siembra la papa en sus distintas variedades.

1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1. NATURALEZA DE LA EMPRESA

Según el texto sobre “Concepto y Características de la Empresa Agraria”:

“Todos los tratadistas están de acuerdo en que empresa agraria es toda aquella empresa que desarrolla una actividad agraria. El problema surge cuando se pretende delimitar el concepto de actividad agraria. Para muchos autores una actividad es agraria cuando emplea la tierra para obtener productos vivos, plantas o animales. Se exigen, por consiguiente, dos requisitos fundamentales: a) la participación activa del factor tierra (fundus) en el proceso productivo y no meramente como soporte de éste, y b) desarrollo de una actividad dependiente de un ciclo biológico”. (BALLARÍN, 2014, p.3).

La empresa “HOLANDY PAT S.R.L.” se dedica a la producción de papas holandesas en invernadero kit en el municipio de Patacamaya incentivando su consumo diferenciado y no de forma convencional, que además como un plus en su producción utilizará en lo posible abono orgánico dependiendo los costos de producción.

Para este negocio se contará con recursos humanos preparados y se tendrá una organización formal lineal piramidal, siendo una sociedad de responsabilidad limitada.

Se optó por una Sociedad de Responsabilidad Limitada - “S.R.L.” para que la misma sea atractiva para futuros socios que desearían invertir, así evitar préstamos bancarios para apalancar gastos en los que la empresa podría incurrir.

1.2. EL CONCEPTO DEL NEGOCIO

Fundamentalmente el presente negocio pretende efectuar una producción única e intensiva los 12 meses del año en el lugar.

La organización contempla un moderno Invernadero KIT para la producción intensiva de papa a base de abono orgánico el cual tiene la ventaja de ser movable las veces que sea necesario, todo esto para dejar descansar el terreno y volver a fortificar sus nutrientes.

1.3. EL PRODUCTO Y SU GENERACIÓN DEL VALOR

La papa holandesa es un tubérculo de consumo masivo adaptado a diferentes condiciones climáticas y suelos de nuestro territorio. Sin embargo los mejores rendimientos se encuentran en suelos francos arenosos, bien drenados y con un pH de 5,5 a 8,0 que se puede

encontrar en el altiplano con temperaturas variantes el cual es necesario para la buena tuberización de dicho producto

☛ ¿Qué vendemos?

Vendemos la papa holandesa natural de alta calidad y del tamaño que el cliente prefiere para degustar en diversas recetas en la cocina, sin que exista escasez en ninguno de los meses del año. Nuestro slogan será: “Holandy Pat S.R.L. los únicos que producen los 365 días del año”

☛ ¿A quiénes vendemos?

Inicialmente la producción de papa se venderán los 24 compradores mayoristas de la provincia y a partir de ello se proyectará como un producto netamente natural que colme las expectativas de los consumidores para llegar a mediano plazo a un mercado seleccionado, que serán las fábricas de papás pre cocidas y congeladas, las cadenas de comida rápida y cadenas de supermercados a nivel de la ciudad de La Paz.

☛ ¿Qué necesidad satisfacemos?

El punto primordial a tomar encuentra es la seguridad alimentaria, por ello al producir este producto se satisfacer las siguientes necesidades:

- Nutrición.- Ofrecer un producto saludable satisfaciendo una parte de las necesidades nutritivas a la población.
 - Accesibilidad.- Encontrar el producto en el lugar que se requiera.
 - Precio adecuado.- Mitigando la escases del producto lo que genera una estabilidad del precio en el mercado durante el todo el año, reduciendo la importación.
- ¿Por qué los consumidores nos eligen a nosotros?

Le ofrecemos un producto producido todo el año, debido a los invernaderos KIT, de calidad a precios muy competitivos y cien por ciento naturales, evitando en lo posible el uso de agroquímicos.

1.4. MISION

“Producir papas holandesas de calidad, higiénicas, y naturales a base de abono orgánico utilizando invernaderos KIT y tecnologías adecuadas y amigables con el medio ambiente, siempre velando por la salud y bienestar del cliente, como del medio ambiente”.

1.5. VISION

“Ser líderes y especialistas en el cultivo de papas holandesas en invernaderos KIT en el Estado Plurinacional de Bolivia”

1.6. VALORES

Los valores que son primordiales para nosotros son: la calidad de la papa, la creatividad en la forma de producir en la región, habilidad agrícola y cuidado del medio ambiente, con disposición y calidez en la atención de los clientes, consumidores, y empleados.

1.7. CLAVES DE GESTION

- Uso de equipos y herramientas agrícolas de alta calidad para la producción de papas holandesas.
- Gestión aplicando adecuadamente el proceso administrativo.
- Relación con el cliente y creación de fidelidad. (trato amable, promociones, etc.).

Proyección de alianzas estratégicas futuras con las empresas que se dedican a la elaboración de papas congeladas embolsadas, supermercados, empresas hoteleras, y restaurantes de comida rápida.

1.8. OBJETIVOS

□ OBJETIVO GENERAL

Implementar el Plan de Negocio de “PRODUCCIÓN INTENSIVA DE PAPA HOLANDESA EN INVERNADEROS KIT EN EL MUNICIPIO DE PATACAMAYA”

□ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estimar la demanda que tiene el presente plan de negocio, mediante la realización del estudio de mercado.
- Conocer las operaciones que se requieren para llevar a cabo el presente plan de negocio.
- Determinar el monto de la inversión necesaria, los costos de operación y la factibilidad financiera del plan de negocio.

1.9. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

La base para el desarrollo de nuestra estrategia competitiva es:

- Ofrecer un producto natural y con calidad que será ofertado los 12 meses del año.
- Realizar a mediano plazo alianzas con las empresas enfocadas al rubro, proyectando el crecimiento de la empresa.

1.10. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Contamos con un equipo efectivo que permite el correcto manejo en las distintas fases de toda la etapa de producción, tanto en seguridad, calidad y el cuidado del medio ambiente lo cual desglosamos a continuación más detalladamente:

- ✓ Contar con un capital humano calificado que pueda optimizar los diversos recursos que comprende el proceso de producción.
- ✓ Contar con un buen programa de gestión que pueda evitar las distintas incertidumbres que puedan presentarse.
- ✓ Verificación constante de las malezas y plagas en el proceso de producción.
- ✓ Respetar al medio ambiente, cumpliendo las normativas vigentes y aprovechamiento al máximo los recursos del lugar.

Es necesario aclarar que el organigrama de “HOLANDY PAT S.R.L.” está detallado en el punto: “ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, PERSONAL Y PROCEDIMIENTO TECNICO ADMINISTRATIVO” del presente documento.

2. MERCADO

2.1. PRODUCTO MERCADOTÉCNICO

La organización “HOLANDY PAT S.R.L.” es una empresa enfocada en la producción papas holandesas brindando un producto nutritivo, natural y de calidad, sin agroquímicos, sin modificaciones genéticas, con precios competitivos y con una producción continua los 12 meses del año, con un promedio de 100 quintales/mes, haciendo 1200 quintales al año.

Las ventajas de las empresas agrarias como es nuestro caso se ve a primera vista, ya que es evidente la necesidad de fortalecer los cultivos en el país, como en el mundo, en rumbo hacia la seguridad alimentaria, al mismo tiempo fortalecer las actividades cotidianas de vinculación con la tierra, las costumbres en las actividades sociales, que al mismo tiempo de usar la tecnología moderna como ser los Invernaderos KIT también se potencie la economía, y las habilidades administrativas de los agricultores de la región. También es necesario resaltar que nuestro producto en su concepción tiene características propicias para su cultivo, existiendo la humedad necesaria por el lugar y vertientes de suelo cercanas que son favorables para la producción de papa. Por las razones mencionadas, este negocio tiene todos los réditos a favor para entrar en el mercado y aprovechar ese segmento.

2.2. PROBLEMA DETECTADO

BALLARÍN, A. (2014) menciona que el carácter biológico de los procesos productivos agrarios que confiere a éstos una acusada componente estacional debido, por un lado, a que la evolución biológica de plantas y animales está fuertemente ligada a la estacionalidad climática y, por otro, a la rigidez temporal de los procesos que hace que sean difícilmente acortables. Todo ello crea problemas de combinación de actividades y procesos en el tiempo, de organización y distribución temporal de los trabajos, de financiación, etc., ninguno de ellos de fácil solución.

En el Altiplano de La Paz existen problemas de heladas constantes, granizada aislada y otros problemas climatológicos que cada año se incrementan por los fenómenos del niño y de la niña, los cuales

influyen desfavorablemente al cultivo en general, reduciendo el porcentaje de cosecha anual, afectando de gran manera la economía de los pobladores que por miedo a mayores pérdidas económicas no se arriesgan a invertir en técnicas y tecnología actual para mejorar su cultivo y cosecha.

Es ahí, que entran nuestros conocimientos administrativos adquiridos en los cinco de años de estudio en la Universidad, por lo cual combinando la organización de actividades y procesos eficientes en el tiempo de producción y cosecha, con el uso y la distribución temporal en los terrenos de plantación de nuestros invernaderos KIT para proteger de los efectos climáticos, principalmente de la helada y una adecuada financiación para optimizar el proceso de producción para nuestra papa holandesa.

2.3. CONSUMIDOR ESPECÍFICO

Los consumidores para nuestras papas holandesas “HOLANDY PAT” son inicialmente los 24 compradores mayoristas de la provincia y a partir de ello se proyectará como un producto netamente natural que se irá posicionando a mediano plazo en el mercado colmando las expectativas de los consumidores más exigentes de este producto, que son un mercado seleccionado, estando entre ellos las fábricas de papás pre cocidas y congeladas, las cadenas de comida rápida y cadenas de supermercados a nivel la Paz.

Nuestro consumidor específico que son los compradores mayoristas tienen una elevada demanda de las papas holandesas, debido a que los productores de papa del sector producen en la mayoría la papa “huaycha” por razones de costumbres alimenticias del lugar, sin embargo por los comentarios frecuentes en las entrevistas y encuestas realizadas, el pedido que ellos reciben mensualmente de papa holandesa de parte de los restaurantes de comida rápida y de las fabricas de papas fritas pre cocidas y congeladas se incrementa cada vez más.



2.4. SATISFACCIÓN DE NECESIDADES Y/O DESEOS

El concepto de jerarquía de necesidades según Abraham Maslow, nos

indica que las necesidades de todo individuo están estructuradas de acuerdo a una determinación biológica causada por la constitución genética del individuo, bajo la siguiente estructura:



Fuente: Wikipedia.org

Por tanto la necesidad que satisface “HOLANDY PAT” en forma directa es la fisiológica y a mediano plazo también se dirigirá a satisfacer la necesidad de reconocimiento.

FISIOLÓGICA.- El ser humano tiene que sobrevivir, para ello necesitan comer, alimentarse y beber, mejor si lo hacen de forma saludable. Por ello la idea de negocio que se pretende implementar ofrece un producto 100% saludable y de calidad, satisfaciendo las expectativas del cliente.

RECONOCIMIENTO.- Las personas en su cotidianidad necesitan tener confianza en sus actividades diarias, ser reconocidas y respetadas por las acciones que realizan. Con nuestro producto se pretende inspirar confianza al cliente, posicionando a mediano plazo el nombre HOLANDY PAT como lo que es: un producto sano, nutritivo, con estándares de calidad y producido en Bolivia (no en Perú) que le ayudara al cliente final a sentirse bien consigo mismo, con cierto status por ayudar a consumir lo producido en Bolivia, y al mismo tiempo sentirse orgulloso de la calidad reconocida de las papás holandesas nuestras.

2.5. POTENCIAL DEL MERCADO

Una vez analizado los resultados de la investigación de mercado se puede ver que la demanda de la papa holandesa es elevada, y debido a

que existe escasez de este producto, incluso se llega a importar grandes cantidades del Perú.

Es necesario resaltar en este punto que la competencia dejó de lado la producción de esta variedad de papa, debido a que los productores tienen más interés por productos que generan más utilidad a corto plazo, y donde no necesitan invertir mucho, sin importarles si su producción y ganancia será eventual.

Es así que vamos a aprovechar este nicho de mercado, donde urge la necesidad de tener productos de esta naturaleza.

2.5.1. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

El consumo de alimentos en general es cada vez mayor, ya que la población mundial crece más rápido que la producción de alimentos, y esta situación generará una crisis alimentaria en algunos años.

Asimismo, la demanda de papa holandesa es elevada en Bolivia, y sus principales consumidores son los restaurantes de comida rápida (cada mes se abren varios restaurantes de comida rápida en Bolivia) y las fábricas de papas pre cocidas y congeladas. Tenemos un universo compuesto por 24 compradores mayoristas en el sector del altiplano sur que compran en conjunto un promedio de 12.000 (doce mil) quintales de papa holandesa al año, que equivale a 552 toneladas anuales, y otra cantidad similar de diversas variedades de papa y las revenden en los mercados y ferias de ciudad de La Paz y El Alto. Es necesario resaltar que debido a la gran demanda de consumo de papa en Bolivia, incluso se llega a importar del Perú aproximadamente 120 toneladas de papa al año (Fuente: Comercializadores mayoristas de papa del altiplano Sur). Como nuestro Plan de negocio es producir y no comercializar al mercado minorista o final, hemos estimado a grandes rasgos la demanda en La ciudad de La Paz, de la papa holandesa que consumen los restaurantes, fábricas de papas pre cocida y congelada, y los supermercados, siendo que esta información solo les servirá de referencia a quien realice la comercialización final, pero nos dará una idea de grado de incremento anual de lo que debemos producir.

2.6. LA COMPETENCIA

Productores de papa locales (Altiplano)

En cada negocio nuevo es necesario poder reconocer las fortalezas y debilidades de la competencia con respecto el municipio de Patacamaya, que está dividido en 11 cantones y 37 comunidades, las mismas son productoras de papa pero de manera eventual y en poca escala. Las familias productoras de papas son aproximadamente 3 por comunidad, sin embargo casi ninguna produce papa holandesa, dedicándose a la producción de otras variedades de papa, como ser la

papa huaycha, y aunque los compradores mayoristas le sugieren que produzcan papa holandesa, ellos no varían la costumbre de producir lo conocido y fácil. Ningún productor de la competencia utiliza mejoras técnicas, ni tecnológicas en la producción de papa como ser los invernaderos, menos aún ellos invierten o se arriesgan.

PRINCIPALES VARIEDADES DE PAPA EN BOLIVIA POR MERCADO			
VARIEDAD	LA PAZ	COCHABAMBA	SANTA CRUZ
Waycha	A	A	A
Imilla Blanca	A	A	A
Runa Toralapa	B	B	A
Desiree	A	A	A
Holandesa	A	A	A
Sani Imilla	A	B	B
Alpha	B	C	A
Imilla Negra	A	C	B
Qoyllu	A	C	B
Pureja	A	D	D
Khatu Piñu (rojiza)	A	D	D
Khati Negra	A	D	C
A = Presente en la mayoría de los mercados		C = Presente en muy pocos mercados	
B = Presente en algunos mercados		D = No se encontró en ningún mercado	

Fuente: Fundación PROIMPA en Características de la Cadena

Agroalimentaria de la papa y su industrialización en Bolivia, 2000, pg. 25.

Productores nacionales (Valles de Cochabamba, y Santa

Cruz) Si bien su producción es mayor a la producción del Altiplano debido a las al clima, tampoco pueden abastecer el mercado nacional. Por otro lado ellos tienen la desventaja de su precio que es más alto debido al uso de agroquímicos y fertilizantes, por lo que ya no es un producto natural, y su sabor no es tan bueno como nuestro producto.

Productores peruanos

Los productores peruanos de la papa holandesa, si bien producen en grandes cantidades, su producción es con hecha con fertilizantes y agro químicos para proteger las mismas (Fundación PROIMPA en Características de la Cadena de Papa).

Los químicos en los alimentos afectan la salud del consumidor a largo plazo, e incluso la mayor parte de la producción peruana es transgénica, es decir que han sido modificadas genéticamente, para

lograr nuevas propiedades como el tamaño y la resistencia al clima, perdiendo sin embargo el sabor, la textura y otras propiedades naturales (Artículo del Periódico LA RAZÓN, del 17 de noviembre de 2015).

Productos sustitutos de la papa

Podemos considerar como productos sustitutos de la papa a los siguientes: la yuca, el camote, el plátano, la oca, de las cuales ninguna de ellas se produce en el lugar, es decir en Patacamaya.

Aplicación de la herramienta de análisis de Porter

Aplicando la herramienta del Análisis de Porter en nuestro producto, analizaremos lo siguiente:

- a) En lo referido al posible ingreso de productos sustitutos, esto no nos afecta, específicamente en la papa la demanda es alta, haciendo que la oferta nacional sea insuficiente.
- b) Las semillas suministradas para la producción de la papa vienen de Cochabamba, y su costo no es alto como si vinieran del Perú. Los proveedores no tienen poder de negociación ya que existe mucha competencia en la venta de semilla. Es necesario aclarar que la semilla la compraremos una sola vez para luego nosotros mismos producir las semillas para las siguientes plantaciones.
- c) Si los productores locales se dan cuenta del éxito financiero de nuestra forma de producir papa en invernaderos KIT, podrán imitar la forma de producción a mediano Plazo, pero para ese entonces nosotros ya tendremos copado el mercado y bien trabajada la fidelización de nuestros clientes. Es decir que la amenaza de entrada de nuevos competidores será mínima. Nuestros competidores tendrán una barrera de entrada bastante fuerte, que será la idiosincrasia de los pobladores del altiplano, que es la de no invertir mucho y tampoco arriesgarse a nuevas formas de producción, y como

nuestro Plan de Negocio requiere bastante capital, son pocos los que entraran en competencia.

En lo referido a la barrera de salida, nuestros activos como ser los invernaderos KIT, para la producción de papá, tendrán un costo que no se recuperará ni se podrá vender de segunda mano, porque nosotros les daremos un uso al máximo, sin embargo serán de larga duración, ya que se construirá con material de primera, además que para todos nuestros activos se prevendrá con la depreciación contable, para la sustitución de nuevos activos inmediatamente cuando se acabe la vida útil de los anteriores. En resumen esto tampoco nos afectará debido al adecuado ingreso anual por la venta de la papa a nuestros clientes mayoristas.

2.7. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE MUESTRA

No se determinó la fórmula para la determinación de la muestra, debido a que el mercado de “HOLANDY PAT S.R.L.”, son 24 compradores mayoristas de papa del altiplano sur, a los que se les entrevistó en su totalidad, para determinar la demanda y la intención de compra.

Sin embargo, también se sacó información adicional del consumo promedio anual en las cadenas de restaurantes más grandes de comida rápida de La Paz y el Alto, que es de 360 toneladas de papas holandesas al año. La información fue extraída al entrevistar a los gerentes y empleados encargados de la compra de papa pre cocida y congelada para fritar de los siguientes restaurantes de comida rápida:

CUADRO COMPLEMENTARIO: “RESUMEN DE ENTREVISTAS

A CADENAS DE COMIDA RÁPIDA”

COMIDA RÁPIDA	COMPRA DE PAPA PROMEDIO DIARIO	COMPRA /MES	COMPRA / AÑO
Pollos Copacabana Agencia Stadium y Agencia C. Comercio	(4 cajas, cada caja tiene 8 bolsas de 2,5 kgs de papa Mc.Cain, haciendo 20 kgs por caja x 4 cajas = 80 kgs x 8 Agencias de pollo = 640 kgs/día)	19.200 kilos	230.400 kilos

Burguer King Agencia el Prado	(1 caja y 2 bolsas = 10 bolsas de 2,5 kg de papas Mc.Cain = 25 kg x 4 Agencias = 100 kgs/día)	3.000 kilos	36.000 kilos
Pollos Tropical Agencia Mega Center	(1 caja = 8 bolsas de 2,5 kg de papas Mc.Cain = 20 kg x 2 Agencias = 80 kgs/día)	2.400 kilos	28.800 kilos
Hamburguesa Toby Agencia Mega Center	(6 bolsas de 2,5 kg de papas KRIS = 15 kg x 4 Agencias = 60 kgs/día)	1.800 kilos	21.600 kilos
Pollos Cochabamba Agencia UMSA	(Compran papa holandesas para pelarlas = 40 kg cada Agencia x 3 Agencias = 120 kgs/día)	3.600 kilos	43.200 kilos
	TOTAL	30.000 kilos	360.000 kilos

Fuente: Elaboración propia.

Esta información solamente es complementaria sobre nuestro producto, ya que reiteramos que nosotros solo venderemos a los mayoristas.



Pollos Copacabana



Burger King



Pollos Cochabamba

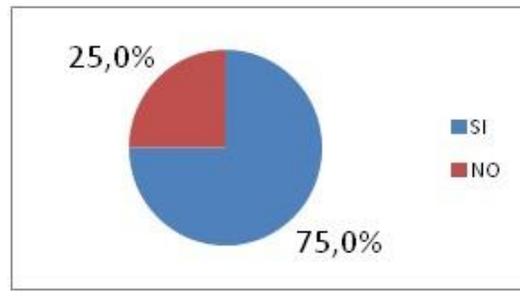


Pollos Tropical y Hamburguesa Toby

2.8. ANÁLISIS DEL MERCADO

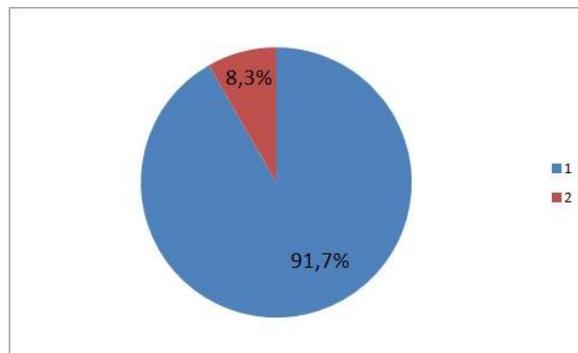
La siguiente información se obtuvo en base a las entrevistas a los 24 compradores de papa mayoristas:

2.8.1. ¿Usted compra papa holandesa de alguna de las 37 comunidades de Patacamaya?



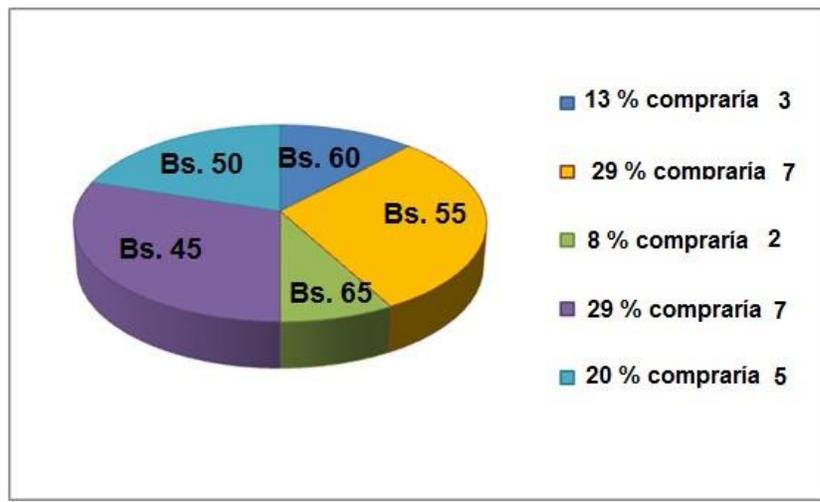
De acuerdo a las entrevistas realizadas, a los compradores mayoristas, podemos señalar que el 75% (18 de 24 mayoristas) compra papa holandesa de alguna comunidad de Patacamaya y el 25% (6 de 24 mayoristas) NO compra la papa holandesa de Patacamaya, más al contrario la compran de Cochabamba, otros valles aledaños, incluso la importa de Perú, para revenderla en La Paz

2.8.2. ¿Si se produjera papa holandesa a todo el año en Patacamaya, usted la compraría?



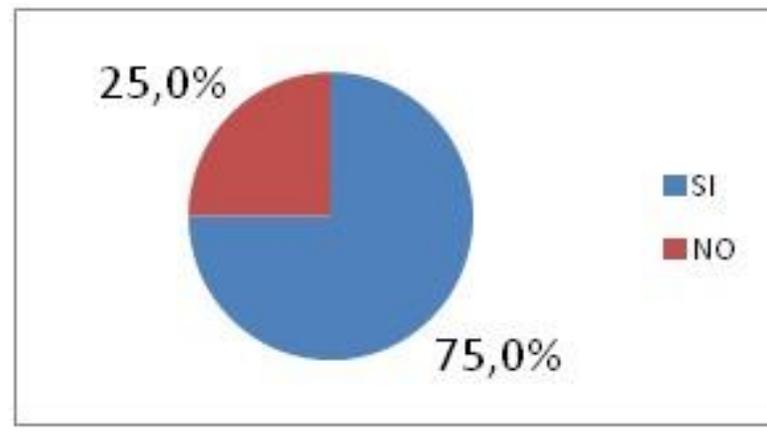
El 92% de los entrevistados (22 de 24), si comprarían las papas holandesa que produciríamos, el resto no la compraría porque desconfía que se produzca todo el año, por tanto no se arriesgaría a comprar.

2.8.3. ¿A qué precio le gustaría comprar la arroba de papa holandesa por mayor todo el año?



El 29 % de nuestros entrevistados le gustaría comprar la papa holandesa a Bs. 45, el otro 29% puede comprar a Bs. 55, y el 20 % compraría a Bs. 50.-, incluso el restante de los entrevistados podría comprar a Bs. 60, 65 o más si se produjera para todo el año,

2.8.4. ¿Conoce los beneficios del cultivo en Invernaderos?



Los entrevistados conocen del beneficio del cultivo en invernadero en un 75% y el restante no conoce estos beneficios.

2.8.5. Análisis de las preguntas complementarias

Las otras respuestas relevantes de las entrevistas fueron que el precio de la papa sube bastante luego del mes de julio, ya que la cosecha de papa en el altiplano es entre abril, mayo, y junio, siendo que marzo ya aparece la producción aunque en poca cantidad, los meses donde ya no

se produce la papa en el altiplano o se produce de una forma mínima por la helada y otros factores son julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre, diciembre, enero, y febrero, por lo cual se trae papa para revender de Cochabamba, los valles aledaños y del Perú.

También si nosotros les ofrecemos precios adecuados en la época de escasez de papá ellos están dispuestos a comprar nuestro producto, e incluso estarían dispuestos a realizar un convenio con nosotros con el hecho que seamos sus únicos proveedores de papa holandesa todo el año. Los entrevistados indican que la papa holandesa es uno de los productos de mayor demanda en La Paz, aunque el consumo de papa en general con todas sus variedades es bastante grande, pero en el altiplano producen la mayoría de papa huaycha, y muy poco de las otras variedades.

Ellos quedaron conformes y optimistas de la posibilidad que les proveamos de papa todo el año.

En resumen, los resultados de la entrevista respaldan nuestro negocio.

Características del Producto

Según el sitio Web: <http://www.natursan.net> : “las papas también llamadas patatas son unos tubérculos comestibles pertenecientes a la patatera (conocido científicamente con el nombre de Solanum tuberosum L), convirtiéndose en uno de los alimentos más antiguos que existen, especialmente por su uso por parte de los pueblos de América precisamente antes de que Cristóbal Colón llegase a sus tierras. De hecho, se sabe que ya los antiguos Incas ya la consumían de forma cotidiana, aunque su consumo no tendió a generalizarse en otros continentes como por ejemplo Europa hasta alcanzado el siglo XVII.

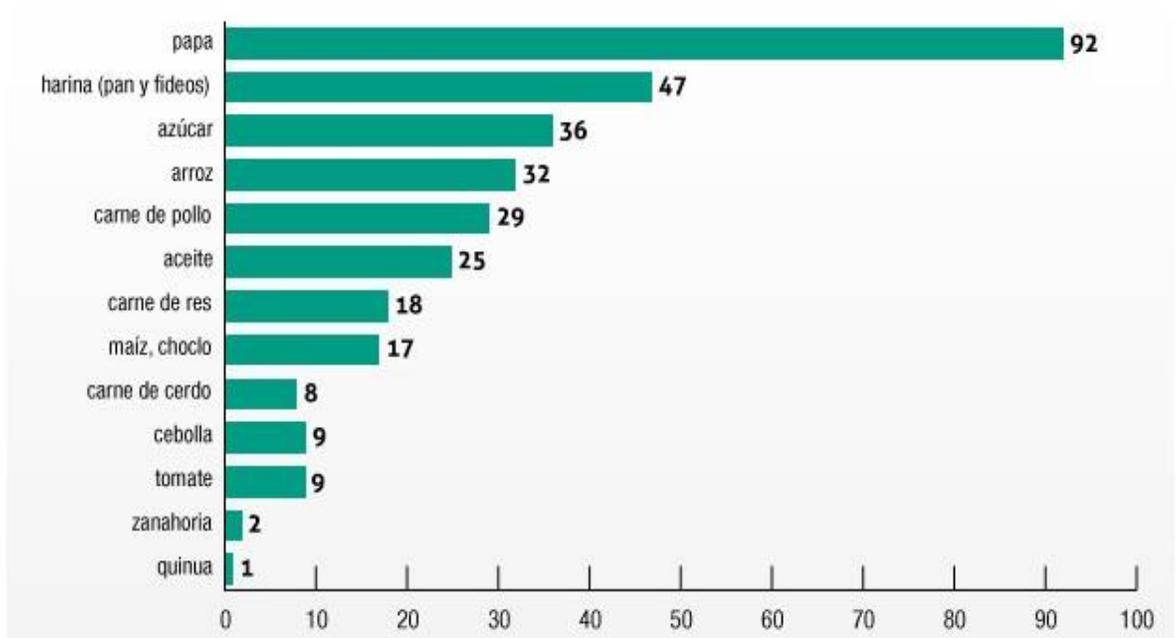
Lo más común es cocinar las patatas, de manera que tienden a perderse algunos de sus nutrientes esenciales, pero en definitiva no los suficientes como para que deje de ser un alimento tan nutritivo como saludable. La papa en general, sin importar la variedad es un alimento muy rico en hidratos de carbono complejos, de forma que es ideal a la hora de mantener a raya los niveles de azúcar en la sangre, a la vez que aumenta nuestra energía poco a poco y aporta saciedad, también tienen vitamina C, nutriente esencial fundamental a la hora de potenciar nuestra inmunidad natural, así como para aumentar las defensas, es muy rica en potasio, ayudando a controlar la hipertensión arterial. Así también el jugo y la cáscara de la papa tienen un sinnúmero de propiedades curativas, que no son tema de este Plan de Negocio. La papa holandesa, tiene una característica especial para las comidas, es decir que tiene una textura especial para la preparación de papas fritas y para acompañar una variedad de platos típicos de la culinaria nacional.

Además de lo mencionado anteriormente, es el alimento más consumido en Bolivia, para lo cual mostramos a continuación el siguiente cuadro donde se observa que el consumo de alimentos en Bolivia varía sustancialmente entre los diferentes productos; en el cual la papa se sitúa en primer lugar con un promedio de consumo de 92 kilogramos (Kg) al año por persona, frente a solo un kilo de quinua per cápita.

El potencial productivo estratégico para la seguridad alimentaria también varía de acuerdo a las regiones. Por ello es importante satisfacer la demanda de los consumidores en todo el país. (Instituto Nacional de Innovación Agropecuaria y Forestal (INIAF):

Consumo de alimentos y potencial productivo municipal en Bolivia

Consumo de alimentos por persona en kilogramo por año



Fuente: INIAF

2.9. ANÁLISIS FODA

<u>Fortalezas</u> <ul style="list-style-type: none">- Ofrecer un producto saludable- Un producto fresco sin plaguicidas- Enmarcada en las normativas y en los estándares de calidad- Noción clara de la competencia	<u>Oportunidades</u> <ul style="list-style-type: none">- Inclinación hacia una nueva tendencia por parte de los consumidores hacia el consumo de los alimentos naturales y saludables.- Apertura de nuevos mercados- Los competidores no manejan la publicidad de sus productos- Aprovechamiento de posibles alianzas
<u>Debilidades</u> <ul style="list-style-type: none">- Las personas aún no conocen de la calidad del producto- Políticas y manuales de procedimiento no tan claras.	<u>Amenazas</u> <ul style="list-style-type: none">- Disminución de precios de los importadores de papa- Capacidad de compra del consumidor puede disminuir por la falta de políticas del gobierno- La inflación que puede desestabilizar nuestros precios

Fuente: Elaboración propia.

2.10. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para el presente plan de negocio la investigación se ha aplicara el método inductivo por un lado y el cuantitativo dentro de la metodología de investigación de campo.

2.11. FUENTES DE

INFORMACIÓN Fuentes primarias de información.

Se tomara como fuente primaria de información a las entrevistas realizadas para obtener la información que se requiere de nuestros clientes, futuros compradores mayoristas.

También se podrá contar con información de competidores del mercado mediante observación directa. **Fuentes secundarias de información.**

Las fuentes secundarias para este plan de negocio serán instituciones que proporcionen información confiable como ser: El Instituto Nacional de Estadística, las publicaciones académicas y gubernamental en relación a este tema.

2.12. TECNICAS DE INVESTIGACION

Las técnicas de investigación que se utilizarán en el presente plan de negocio son la investigación de campo mediante entrevistas, observación directa a la competencia y bibliografía (fuente secundaria de información).

CLIENTE OBJETIVO

Serán los 24 compradores mayoristas de papa del Altiplano sur.

SEGMENTO OBJETIVO

Los compradores mayoristas específicos de papa holandesa, que revenden en mercados y ferias de La Paz y en El Alto.

La última parte de la cadena a la cual no nos dedicamos nosotros, sino los encargados de la comercialización final, venderán a los clientes y consumidores principales que son los restaurantes de comida rápida, las fabricas procesadoras de papas y también las amas de casa.

DEMANDA REAL

Tenemos a 24 compradores mayoristas en el sector del altiplano sur que compran e importan en conjunto un promedio de 12.000 (doce mil) quintales de papa holandesa al año.

2.13. PLAN DE MARKETING

El plan de mercadotecnia se desarrollará en los siguientes puntos:

PRECIO

El precio de venta de las papas holandesas HOLLANDY PAT para nuestros compradores mayoristas será de Bs. 47,50 la arroba y el quintal a Bs.190.- este precio será fijo durante todo el año.

El precio de la competencia varía entre Bs. 45 a 65 dependiendo de la escasez.

PLAZA (DISTRIBUCIÓN)

La distribución de nuestra papa será en nuestro vehículo.

Recolectaremos nuestra cosecha mensual y distribuiremos en la ciudad intermedia de Patacamaya a los compradores mayoristas, previa

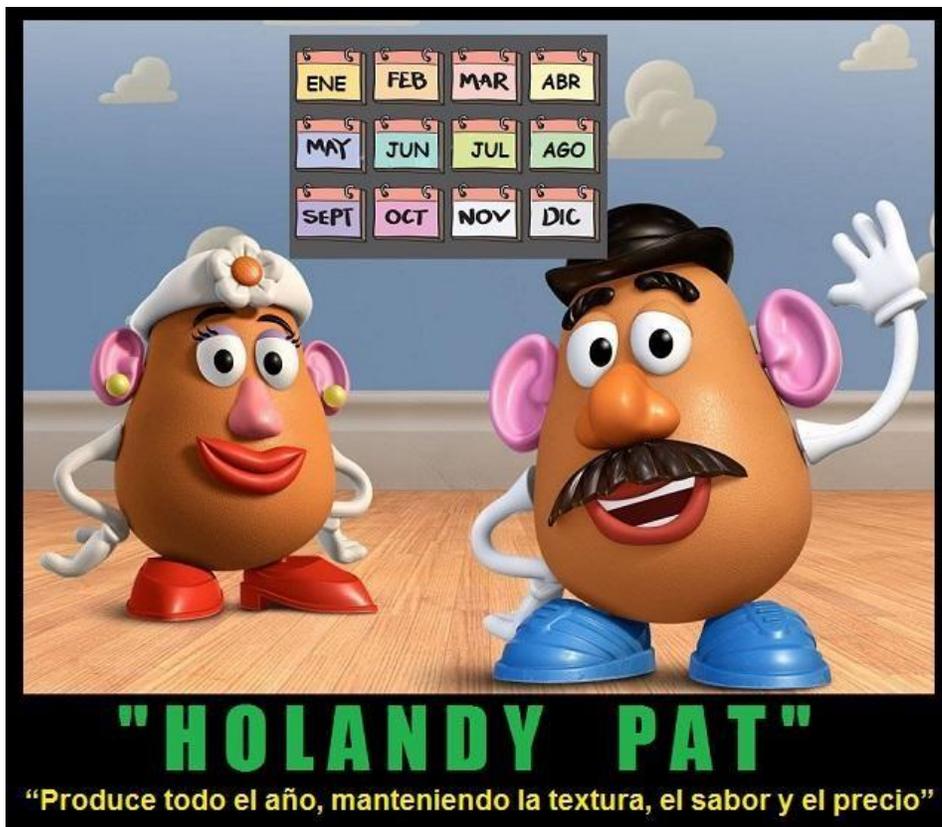
coordinación de día y hora vía celular para confirmar o modificar mínimamente las fechas ya programadas de entregas anuales.

PRODUCTO

En la mente del consumidor debe quedar la idea de que consumir lo nuestro es sinónimo de calidad que implica ser 100% natural, y 100% saludable, y a un precio muy accesible. Lo demás ya se ha descrito en un acápite anterior.

PROMOCION

Nuestro slogan será: **“HOLANDY PAT produce todo el año, manteniendo la textura, el sabor y el precio”** Nuestro logotipo será:



Fuente: Elaboración propia en base al dibujo animado “La familia Patata”

Asimismo promocionaremos nuestro negocio de la siguiente manera:

- ✓ Estrategias de difusión intensiva a los compradores mayoristas dando a conocer las características y fortalezas de nuestro producto, resaltando nuestro slogan.
- ✓ Degustaciones 1 vez cada mes a la población en general que asiste a las ferias más grandes de La Paz y el Alto del producto ya cocido como frito, incluyendo el slogan mencionado “HOLANDY PAT produce todo el año, manteniendo la textura y el sabor”.

Cabe aclarar que si el consumidor final busca o pide más nuestra papa, nuestros compradores mayoristas también nos compraran en mayor cantidad.

- ✓ Posicionamiento en el mercado mediante:
 - a) Presentaciones y charlas en ferias agrícolas con banners incluidos.
 - b) Colocando a nuestros sacos quintaleros nuestro logotipo de un tamaño llamativo;
 - c) Colocando a nuestro vehículo el logotipo y el slogan alrededor de la carrocería y en la cabina;
 - d) Regalando bolsa nylon en cantidades con nuestro logotipo en ferias y a la salidas de supermercados.
- ✓ Cuñas radiales en medios de comunicación de solamente de Patacamaya, ya que la publicidad en la región es sumamente barata, además que es el lugar por donde viven y/o frecuentan los compradores mayoristas de papa.
- ✓ Resaltar de forma intensiva a nuestros compradores mayoristas y los consumidores finales las debilidades de la competencia: “Las papas holandesa proveniente de Cochabamba, valles bolivianos y del Perú tienen textura inferior a la nuestra y no cuentan con un sabor llamativo”

- ✓ Uso de las redes sociales, para difundir las ventajas de nuestro producto, pero en este caso no será dirigido a nuestros clientes directos que son los compradores mayorista, sino dirigido al consumidor final, que exigirá a su vez que los intermediarios mayoristas, minoristas, y detallistas les vendan nuestro producto.

2.14. PERSONAL

Para ahorrar costos los que se encargaran del Plan de Negocio seremos nosotros mismos, con los conocimientos de Administración de Empresas, se contratará eventualmente a un agrónomo de acuerdo a nuestras necesidades, para asesoramiento y seguimiento a la plantación. También se contratará un ayudante para los días de la siembra y cosecha.

2.15. PROCESOS

El proceso de producción de papa holandesa es el siguiente:



Fuente: Elaboración propia.

2.16. ESTRATEGIA DE ACUERDO AL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

INTRODUCCIÓN Y CRECIMIENTO

Debido a la estimación de la producción de papa holandesa que será bastante rentable, nuestra etapa de introducción y crecimiento será satisfactoria, iremos aumentando paulatinamente la cantidad de hectáreas para producir papas en invernaderos KIT, paralelamente aprovecharemos los convenios y contratos renovables de compra con los compradores mayorista, donde seamos los únicos proveedores por lo menos en 5 años.

MADUREZ

Cuando la venta de nuestra papa llegue a la fase de madurez, las ventas empezaran a declinar. En esta etapa se les ofrecerá diversas de ventajas adicionales a nuestros compradores donde les vaya fidelizando, para prevenir la llegada de los nuevos competidores o imitadores. Cada seis meses se les sorteará en el sistema de PASANAKU, ganadores rotativos, un pasaje ida y vuelta Terrestres a Iquique Chile con hotel pagado para 2 días, a los clientes que nos compren fielmente y mantengan o incrementen el nivel de compra mensual.

DECLINACIÓN

En esta etapa, iremos diversificando nuestra producción cambiando un 40% de las hectáreas con otras variedades de papas y otros productos rentables. Así también entraremos de forma directa al mercado de proveedores de papa holandesa para las fabricas procesadoras de papas, y a largo plazo arriba de 15 años, estimamos entrar al mercado de procesado de papa.

3. OPERACIONES

3.1 DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

La producción de papas holandesas en invernaderos kit y con abono orgánico, da como resultado un producto de calidad, libre de pesticidas, de un tamaño muy atractivo, y una producción constante.

Donde el presente producto está orientado a brindar una satisfacción muy genuina deleitando los paladares.

3.2. CARACTERÍSTICAS DEL

PRODUCTO ❖

Producción los 12 meses del año.

- ❖ Conserva un sabor único.
- ❖ Tamaño adecuado para realizar frituras.
- ❖ Ciclo de producción corta.

3.3. BENEFICIOS DEL PRODUCTO.

La maquinaria a utilizar en la producción de papas holandesas brindara los siguientes beneficios:

- ❖ Reducirá el consumo del agua.
- ❖ Cuidara el medio ambiente usando productos orgánicos para la producción de papas holandesas.
- ❖ Cuidará la salud del cliente, porque no se usara pesticidas
- ❖ Crecimiento rápido de la papa porque está en un ambiente controlado.

3.4. ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

<u>Producto</u>	<u>Descripción</u>
Papas holandesas	Son papas con certificaciones de calidad, sin pesticidas, producidas en Invernaderos Kit.

3.5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Implica aspectos principales.

3.5.1. PROCESO DE LA PRODUCCIÓN

- Preparación del suelo.

- Selección de semillas.
- Siembra.
- Aporque.
- Cosecha.

3.5.2. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

<u>DETALLE</u>	<u>TIEMPO</u>
Preparación del suelo	3 días
Selección de semillas	1 día
Siembra	1 día
Aporque	1 día
Cosecha	1 día

PREPARACIÓN DEL SUELO

La primera operación que se debe realizar para preparar la tierra es regar con agua el lugar que se demorara todo un día, luego dejar reposar días, pero durante ese lapso de tiempo se debe esparcir el abono orgánico por todo el sector que se pretende usar para luego, roturar. De acuerdo con la disponibilidad de recursos, existen tres formas de preparación del suelo mecanizada, con tracción animal y manual. De las cuales la empresa usará el proceso mecanizado.

MECANIZADO

En primer lugar se hace roturar el terreno con el roturador. Luego, se pasa el arado de discos, hasta que se considere que la tierra está suelta y apta para la siembra. La preparación de los surcos se realiza también en forma mecanizada.

SELECCION DE LA SEMILLA

Se realiza la selección de la semilla de acuerdo con sus características agronómicas forma, color, consistencia, ciclo de producción y resistencia a plagas y enfermedades.

SIEMBRA

Consiste en colocar en el surco las papas a una distancia de 80 centímetros por papa, por lo cual en esta primera instancia se iniciara con la siembra en la media hectárea.

APORQUE

Se lo realiza para tener un buen control de las malezas evitando la inserción de estas cerca de las papas que se realizara por lo menos durante dos veces hasta su cosecha.

COSECHA

Una vez culminado su fase de maduración ya se lo extrae de la tierra con la escaradora Para luego empacarlo y transportarlo a donde nuestros clientes. A continuación se muestra un resumen de las actividades que ha de realizarse:

	PRIMER MES								SEGUNDO MES								TERCER MES								CUARTO MES																		
fases	1	2	3	4	5	6	7	8	>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
riego	■									■										■																							
dispercion del abono		■																																									
roturado			■																																								
sembrado				■																																							
aporcado																		■										■															
cosecha																																											

3.6. MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS A UTILIZAR

MOTOCULTOR

Moto cultivador o Tractor de Un Sólo Eje, es una maquinaria agrícola movida por una persona que va de pie y que se utiliza para trabajar la tierra, en temas como:

- ✓ Preparación de Suelos
- ✓ Cosechas
- ✓ Abonar
- ✓ Cavar
- ✓ Sembrar
- ✓ Cultivar
- ✓ Regar

✓ Remolcar, etc.

Por tanto, es perfecto para la horticultura y jardinería, en general, para el Minifundio (labrar la tierra de pequeñas extensiones).

Es muy parecido a un Tractor como vehículo de proporciones más grandes, ya que cumple las mismas funciones si se le colocan diferentes accesorios o aperos. Digamos que un Motocultor permite cubrir áreas de hasta 1500 m². Más allá de eso y funcionalidad pensaríamos en tractor.

El motocultor 740 es una máquina de combustible a diesel YANMAR LN100 de 10.2 CV, perfecto para terrenos planos y de dimensiones pequeñas además de ser muy ahorrador de combustible. Cuenta con 4 velocidades adelante, 3 velocidades marcha atrás e inversor rápido.



Características

Motor: Diésel (YANMAR y KOHLER)

Marca/Modelo: YANMAR modelo LN100 / KOHLER KD440

Potencia: 10.2 CV (7.5 KW) / 10,8 CV (8 KW)

Arranque: Manual en todas las motorizaciones.

Eléctrico en los motores Honda, Yanmar y Kohler.

Nº de marchas: 4 velocidades adelante + 3 velocidades marcha atrás (en posición motocultor) y 3 velocidades adelante + 3 velocidades marcha atrás (en posición motosegadora)

Inversor rápido: Si

Embrague: Cónico autoventilado en seco con accionamiento manual

Diferencial: Si, con bloqueo

Toma de fuerza: Independiente a 990 rpm en baño de aceite

Manillar: Regulable y reversible montado sobre amortiguadores

Ruedas: 5.00-10 / 6.5/80-12

Fresa: Regulable de 80 cm

Dispositivos de seguridad: 'Motor Stop' combinado con el embrague

Peso: 182 kg. (Motor KD440, ruedas 5.00-10 y fresa 66 cm) Uso aconsejado: Grandes explotaciones.

MOTOBOMBA

Esta máquina servirá para regar el suelo con agua y así mantener húmedo el lugar apto para las papas holandesas.

Características

Motobomba Gasolina 2 x 2 Pulgadas

La motobomba a gasolina posee una succión y salida de 2 pulgadas, la altura máxima es de 26 metros, con una succión máxima de 8 metros y el caudal máximo es de 600 l/min. La motobomba a gasolina tiene un tiempo de auto cebado de 80 seg/4m, su peso es de 26 kg y es de uso agrícola.

Especificaciones Motobomba

- Motor: 5,5Hp
- Tipo de Combustible: Gasolina 93 Oct.
- Sistema de Partida: Manual - Velocidad Máxima:
3.600min (RPM)
- Tipo Aceite: SAE 15W40 ó 20W50 Gasol.
- Dimensiones (LxAxH): 48x43x40cm



Las herramientas que también serán necesarias para el proceso de cultivo en este caso también para el riego, aporque, y para nivelar algunos lugares que estén muy elevados esto en cuanto al suelo, y las herramientas precisas son pala y azadón.

PALA



AZADON



También es necesario tener un vehículo que pueda transportar el producto a nuestros compradores mayoristas y a futuro a las distintas cadenas de de comida rápida.



CARACTERISITICAS

CAMIONETA T- KING MODELO 2016

Marca: T-King tipo:

Origen: Chino.

Fabricado: Modelo 2015

Tracción mecánica caja 5ta con una cilindrada de 2237cc.

Techo solar, cámara.

Color: blanco.

LLantas: gemelas 4

Combustión: a gas y gasolina

Incluye radio FM, Lector de CD, Mp3.

3.7. MATERIAS PRIMAS

La principal materia prima es la semilla de papa holandesa que se importará desde el departamento de Cochabamba, por única vez, luego produciremos nuestra propia semilla para continuar con la siembra.



PAPA HOLANDESA

Para empezar, la papa es un tipo de carbohidrato complejo, lo que lo convierte en una fuente de energía natural. Donde una papa de 300 gramos aporta unas 278 calorías, de las cuales 254 corresponden a carbohidratos. Pero además, aporta un 7% de las proteínas diarias necesarias y la cantidad de grasas saturadas es prácticamente nula, ya que apenas llega al 1% diario. A continuación, se hará mención sobre las principales vitaminas de la papa. En todos los casos, nos referimos a una papa grande, de unos 300 gramos o 10,5 onzas.

Vitamina C

Si bien cada vez que pensamos en alimentos ricos en vitamina C no solemos mencionar a la papa, lo cierto es que una papa aporta unos 29 mg de vitamina C, casi el 50% de los valores diarios recomendados.

Vitamina B6

La vitamina B6 es muy importante para la salud de tu organismo. Es fundamental para producir glóbulos rojos y desempeñar las funciones metabólicas eficientemente. En este aspecto, la papa resulta una gran fuente de vitamina B6, ya que aporta el 46% de la cantidad mínima requerida por día.

Vitamina B3

Una papa tiene aproximadamente un 21% de las cantidades diarias de vitamina B3 o Niacina requeridas. Esta vitamina es necesaria, entre otras cosas, para la salud del sistema digestivo y la piel, entre otros.

Vitamina B9

El ácido fólico o vitamina B9 es necesaria, sobre todo, para la salud del cerebro, ya que previene enfermedades neurodegenerativas, como el Alzheimer o Parkinson. Además, el ácido fólico es necesario para las mujeres embarazadas. Una papa al día te aportará un 21% del ácido fólico diario requerido.

Minerales de la papa Potasio

Dentro de los minerales que aporta la papa, debemos hacer referencia, sobre todo, a las buenas cantidades de potasio. Prácticamente, una papa de unos 300 gramos brinda el 46% de los valores diarios recomendados. Es decir, prácticamente el doble que una banana.

Manganeso

Además, la papa aporta buenas cantidades de manganeso (33% de lo que necesitas por día). Este oligoelemento tiene un rol importante en el metabolismo, y entre otras cosas, contribuye a regular el nivel de glucosa en sangre.

Magnesio

Comer papa puede ser bueno para prevenir la osteoporosis, ya que ofrece un 21% de los valores diarios de magnesio, un nutriente fundamental para metabolizar el calcio que requiere el organismo. Además, es bueno para combatir el síndrome premenstrual. (Fuente: <http://www.imujer.com/salud/2011/04/25/nutrientes-de-la-papa>).

ABONO ORGÁNICO

Otro aspecto primordial para el buen crecimiento de la papa es el uso de los abonos orgánicos. Los estiércoles son uno de los mejores residuos agrícolas para composta ya que son muy ricos en nitrógeno (sobre todo inorgánico) y sirven como inoculantes microbianos. Un ejemplo es el estiércol de oveja o cabra.

CARACTERIZACIÓN AGROQUÍMICA DE UN ESTIÉRCOL DE OVEJA O CABRA

Humedad (%):	38,5
PH:	8,51
Conductividad eléctrica (dS m-1):	11,33
Materia orgánica (%):	45,6
Lignina (%):	21,1
Celulosa (%):	11,4

Hemicelulosa (%):	11,0
.....	
Carbono orgánico total (COT, %):	25,2
.....	
Nitrógeno total (NT, g kg-1):	17,7
.....	
Amonio (NH ₄ ⁺ , mg kg-1):	889
.....	
Nitrato (NO ₃ ⁻ , mg kg-1):	520
.....	
Nitrito (NO ₂ ⁻ , mg kg-1):	nd
.....	
Relación C/N:	14,3
.....	
Contenido graso (%):	0,5
.....	
Carbohidratos hidrosolubles (%):	0,4
.....	
Polifenoles hidrosolubles (%):	0,3
.....	
Carbono hidrosoluble (COH, %):	3,5
.....	
Fósforo (P, g kg-1):	2,2
.....	
Potasio (K, g kg-1):	16,5
.....	
Calcio (Ca, g kg-1):	100,9
.....	
Magnesio (Mg, g kg-1):	18,7
.....	
Sodio (Na, g kg-1):	3,9
.....	
Azufre (S, g kg-1):	3,2
.....	
Hierro (Fe, mg kg-1):	4139
.....	

Cobre (Cu, mg kg-1):	51
Manganeso (Mn, mg kg-1):	226
Cinc (Zn, mg kg-1):	185
Plomo (Pb, mg kg-1):	12
Cromo (Cr, mg kg-1):	19
Niquel (Ni, mg kg-1):	25
Cadmio (Cd, mg kg-1):	nd



3.8. LA PLANTA

3.8.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La macro localización de este nuevo emprendimiento de producción de papa holandesa a base de abono orgánico en invernaderos kit, se elige la ciudad intermedia de Patacamaya.

3.8.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Para el micro localización, se tomara en cuenta lo siguiente:

- Agua que pueda persistir durante todo el año o que no esté sumergido a profundidades.
- Suelo con nutrientes que requiere la papa.

Tomando en cuenta las características del terreno y sobre todo el agua que debe fluir los 365 días del año en el sector, por ello el lugar que reúne esas características es la zona Jhockopampa, que se encuentra ubicado al este de la ciudad intermedia de Patacamaya y además por el sector pasa el Rio Keto que se mantiene con agua durante todo el año.

3.8.3. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

La empresa tendrán una planta de 20 invernaderos tipo capilla de **48,5 metros de largo y 16 metros de ancho** todas ellas del mismo tamaño generando una producción cíclica, dando un espacio de recuperación perfecta de los nutrientes a la tierra. Para lograr este objetivo se hará la compra de 6 hectáreas, a continuación se muestra el gráfico de uso de las mencionadas hectáreas:



Diseño de la plantación de papa: Elaboración propia.



Modelo de invernadero KIT a utilizar



Invernadero KIT por dentro

Los invernaderos tendrán una dimensión de **48,5 metros de largo y 16 metros de ancho**, de las cuales de cada tres invernaderos se obtendrá 25 quintales de papa.

Características

- ✓ Mayor volumen de aire en el interior del invernadero, mejorando así la temperatura interna.
- ✓ Gran solidez estructural.
- ✓ Aprovechamiento total del terreno.
- ✓ Clima ideal para el cultivo.
- ✓ Adaptable a todo tipo de complemento destinados a la mejora del clima en el interior del invernadero.

4. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio de este capítulo determinará la viabilidad económica del plan de negocios, este análisis permitirá conocer la distribución de los costos fijos, costos variables, costos de producción, inversiones amortizaciones, gastos referidos a sueldos y salarios así como los gastos que incurrirá la empresa al iniciar las respectivas operaciones.

4.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

La estructura de la inversión de la Empresa “HOLANDY PAT” S.R.L. estará constituido por la inversión fija y capital de trabajo, para lo cual la estimación para la puesta en marcha es de bolivianos 240.964,72.

4.1.1. INVERSIÓN FIJA

La inversión fija se subdivide en inversión tangible e inversión intangible. La inversión tangible se enmarca en activos que se puede percibir físicamente que asciende a Bolivianos 217.982,50 y la inversión intangible son activos que se pueden ver objetivamente el cual asciende a Bolivianos 2.095.

Capital de Trabajo

El capital de trabajo requerida para la operación mensual, cubrir los costes de compra de los insumos, materiales directos, indirectos, pago de sueldos y los gastos de operación, ascienden a Bolivianos 20.887,22.

TABLA 1: INVERSIÓN TOTAL

Inversiones	Rubro de inversiones	inversion desagregada	inversiones parciales (en Bs.)	total inversiones (expresado en bolivianos)
Inversion fija	Inversion tangible	Maquinarias y equipos	12.000,00	217.982,50
		Equipos de computacion	3.300,00	
		Materiales de limpieza y otros	2.682,50	
		Muebles y enseres	2.000,00	
		Terreno	48.000,00	

		Infraestructura	40.000,00	
		carpas solares	110.000,00	
	Inversion intangible	Gastos de organizacion	410,00	2.095,00
		Gastos de constitucion	1.685,00	
Capital de trabajo	Capital de trabajo	Materia prima	1.360,00	20.887,22
		Materiales directos	180,00	
		gastos de comercializacion	997,92	
		Materiales indirectos	466,80	
		Material de limpieza	32,50	
		Mano de obra directa	4.300,00	
		Mano de obra indirecta	2.350,00	
		Gastos de operacion	11.200,00	
Inversion total (expresado en Bolivianos)				240.964,72

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. PRESUPUESTO DE OPERACIONES

Es el coste que se requiere para poder implementar y hacer funcionar dicha empresa hasta llegar a los clientes objetivos potenciales de la quinta sección municipal de Patacamaya, que son los compradores mayoristas, como también y a futuro a los supermercados de la ciudad de La Paz.

4.1.2.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción están constituidos por los costos variables y fijos, requeridas para la producción de los productos para un periodo determinado, de manera que los costos variables están sujetos en función a la cantidad de producción es decir, “son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios de volúmenes de producción, dentro del rango relevante, en tanto que los costos unitarios permanece constante.” (Polimeni, Fabozzi, Adelberg & Kole, 1994, pág. 15)

TABLA 2: COSTOS VARIABLES Y FIJOS

DETALLE DE COSTOS (anual)	Monto (en Bs.)
COSTOS VARIABLES	
Materia prima	10.968,80
Materiales directos	2.160,00
Materiales Indirectos	5.601,60
Mano de obra Directa	51.600,00

Material de Limpieza	390,00
Total costos variables	70.720,40
COSTOS FIJOS	
Gastos generales	3.000,00
Gastos Administrativos	33.990,00
Gasto de ventas	7.200,00
Depreciacion	32.765,70
Amortizacion de activos diferidos	419,00
Total costos fijos	77.374,70
COSTO TOTAL FIJOS Y VARIABLES	148.095,10

Fuente: Elaboración propia

4.1.2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son gastos realizados por la empresa a fin de contribuir en el desarrollo de las actividades administrativas de tal forma que generen eficiencia y eficacia para el logro de objetivos de la empresa HOLANDY PAT S.R.L. (ver Tabla N°3)

TABLA 3: COSTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	costo	monto mensual (en Bs.)	monto anual (en Bs.)
Utiles de oficina	150,00	2.832,50	33.990,00
Articulos de limpieza	32,50		
Personal administrativo	2.350,00		
Otros gastos	150,00		
total gastos administrativos (en Bolivianos)		2.832,50	33.990,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.2.3. GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Inversión necesaria para dar a conocer los productos de la empresa HOLANDY PAT S.R.L. a nuestros clientes objetivos y potenciales,

mediante la distribución de volantes, publicidad en televisión, radio y por medio del internet. (Ver Tabla N°4)

TABLA 4: COSTO DE VENTA DEL PRODUCTO

DETALLE	Costo	monto mensual (en Bs.)	monto anual (en Bs.)
Publicidad	500,00	600,00	7.200,00
volantes	100,00		
total gasto de ventas (bolivianos)		600,00	7.200,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.2.4. GASTOS LEGALES

Comprende los gastos jurídicos legales para la constitución de la empresa y los tramites de registro en las diferentes instituciones del sector. HOLLANDY PAT SRL se rige bajo las normativas vigentes en el estado plurinacional de Bolivia cumpliendo con las responsabilidades y obligaciones.

TABLA 5: GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	Monto (en Bs)
Gastos Notariales	250,00
Publicacion en prensa escrita	300,00
Fundaempresa (S.R.L)	455,00
Ministerio de trabajo	145,00
Caja Nacional de Salud	80,00
Servicio de Impuestos Nacionales	80,00
Licencia de funcionamiento	75,00
otros gastos	300,00
total gastos de constitucion	1.685,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.2.5. OTROS COSTOS Y GASTOS

4.1.2.5.1. Gastos de organización

Son gastos incurridos por la empresa para la búsqueda, selección del personal, además de la gestión de permisos municipales, de construcción, licencia de funcionamiento y otros, que implican un gasto determinado para la empresa. (Ver Tabla N°6)

TABLA 6: GASTOS DE ORGANIZACIÓN

DETALLE	Costo (en Bs.)	Monto total (en Bs.)
Permisos	100,00	410,00
busqueda y seleccion del personal	110,00	
otros imprevistos	200,00	
total gastos de organizacion		410,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.2.5.2. Gastos generales

Son gastos necesarios enfocados a la mejora de la comunicación de manera más eficiente ya sean para la interacción con los clientes de la empresa, como recibir sugerencias, reclamos, demandas, e incluso reservas para obtener los productos que ofrece HOLLANDY PAT S.R.L.

TABLA 7: GASTOS GENERALES

DETALLE	Costo mes (en Bs.)	Monto anual total (en Bs.)
Telefono	250,00	3.000,00
Servicio de internet		
Total gastos generales		3.000,00

Fuente: Elaboración propia

4.1.3 PROYECCIÓN DE VENTAS

4.1.3.1. PROYECCIONES DE VENTAS DEL PRODUCTO

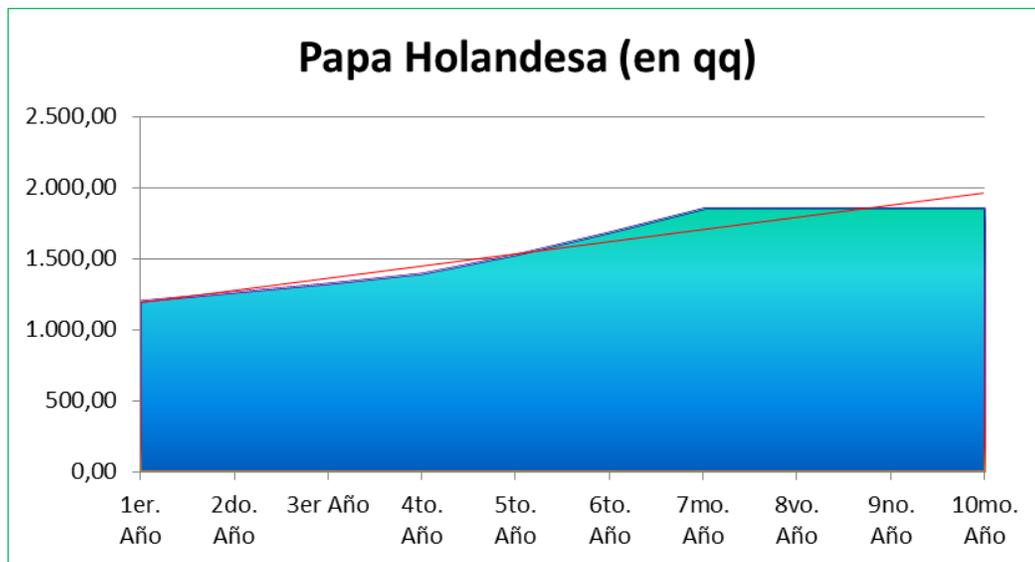
Del estudio de campo realizada se ha determinado la demanda potencial anual estimada, a partir del nivel de aceptación del consumidor, datos que han sido proyectados para el primer año, segundo año, así consecutivamente proyectado hasta el año diez con un promedio de crecimiento anual de 5%, en virtud al crecimiento de la población y del incremento del consumo, que relativamente tiene una tendencia ascendente, expresados de la siguiente manera:

TABLA 8: PROYECCIÓN DE VENTAS DEL PRODUCTO

PRODUCCION	AÑOS									
	1er. Año	2do. Año	3er Año	4to. Año	5to. Año	6to. Año	7mo. Año	8vo. Año	9no. Año	10mo. Año
Papa Holandesa (en qq)	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.528,07	1.680,87	1.848,96	1.848,96	1.848,96	1.848,96
Cantidad en (%)	55%	5%	5%	5%	10%	10%	10%	0%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO: PROYECCIÓN DE VENTAS DEL PRODUCTO



Fuente: Elaboración propia

4.1.3.2. PROYECCIONES DE INGRESO POR LA VENTA DEL PRODUCTO

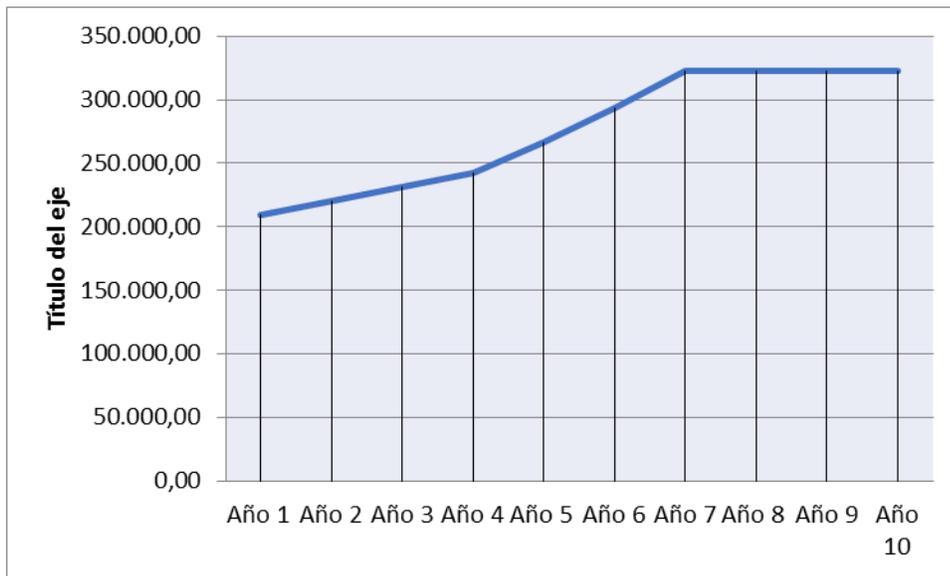
De la demanda potencial estimada por el consumo del producto, se espera generar un ingreso anual para la primera gestión de bs. 209.494,85 además está proyectado para los próximos 9 años a partir de la puesta en marcha de la empresa.

TABLA 9: PROYECCIONES DE INGRESOS POR LA VENTA DE PRODUCTOS

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
papa holandesa (en Bs.)	209.494,85	219.969,60	230.968,08	242.516,48	266.768,13	293.444,94	322.789
Incremento en (%)	55%	5%	5%	5%	10%	10%	10%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO: PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTA DEL PRODUCTO



Fuente: Elaboración propia

4.1.4. FINANCIAMIENTO

Para la ejecución del proyecto HOLLANDY PAT SRL, se requiere una inversión de 240.965.00 bolivianos. Como se aprecia en la siguiente tabla:

TABLA 10: FINANCIAMIENTO

Inversionistas	Monto en Bs.	Porcentajes
Gladys Villca Lique	120.482	50%
Jhayo Mamani Matias	120.482	50%
total inversion	240.965	100%

Fuente: Elaboración propia

4.1.5. ESTADOS FINANCIEROS

Refleja la información financiera para propósitos internos y externos a fin de coadyuvar en la en la toma de decisiones, “estos estados generalmente son la base para las decisiones de inversión de los accionistas, para las decisiones de préstamo de los bancos y otras instituciones financieras para la decisión de crédito de los vendedores”. (Polimeni, Fabozzi, Adelberg, & Kole, 1994 pag. 51)

4.1.5.1. Estado de Resultados

Proporciona información acerca de las ganancias o pérdidas que la empresa genera en un determinado tiempo es decir indica en forma resumida los ingresos por la venta del producto y los gastos que implica ello, en el caso de la empresa se ve que los ingresos son mayores que los egresos por los tanto significa que hay utilidades. (Ver siguiente tabla).

TABLA 11: ESTADO DE RESULTADOS

RUBRO	AÑOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
(+) Ventas	209.494,85	219.969,60	230.968,08	242.516,48	266.768,13	293.444,94
(-)costo de produccion	157.121,14	164.977,20	173.226,06	181.887,36	200.076,10	220.083,71
Utilidad Bruta	52.373,71	54.992,40	57.742,02	60.629,12	66.692,03	73.361,24
(-) Gastos generales	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
(-) Gastos administrativos	332,50	332,50	332,50	332,50	332,50	332,50
(-) Gastos de ventas	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Utilidad de operación	41.841,21	44.459,90	47.209,52	50.096,62	56.159,53	62.828,74
(-) Depreciacion	32.565,70	32.565,70	32.565,70	32.565,70	32.565,70	32.565,70
(-) Amortizacion de intangibles	419,00	419,00	419,00	419,00	419,00	0,00
Utilidad antes de impuestos	8.856,51	11.475,20	14.224,82	17.111,92	23.174,83	30.263,04
(-) IT (3%)	265,70	344,26	426,74	513,36	695,24	907,89
(-) IVA (13%)	1.151,35	1.491,78	1.849,23	2.224,55	3.012,73	3.934,19
(-) IUE (25%)	2.214,13	2.868,80	3.556,20	4.277,98	5.793,71	7.565,76
Utilidad neta (en bolivianos)	5.225,34	6.770,37	8.392,64	10.096,03	13.673,15	17.855,19

Fuente: Elaboración propia

4.1.5.2. Flujo de Caja

Es una síntesis contable de los movimientos económicos de entrada y salida de dinero durante un periodo determinado, que permite medir la capacidad de gestión, la capacidad financiera, la liquidez presente y futura. Por lo tanto en el presente cuadro se ve que el flujo neto económico da como resultado positivo, es decir que la empresa desde el primer año genera utilidades.

TABLA 12: FLUJO DE CAJA

Detalle	AÑOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ingresos por ventas						
(+) Ventas		209.494,85	219.969,60	230.968,08	242.516,48	266.768,11
(+) Valor rescate de activo fijo						
(+) valor rescate de capital de trabajo						
Total ingresos		209.494,85	219.969,60	230.968,08	242.516,48	266.768,11
(-) Costos de produccion		157.121,14	164.977,20	173.226,06	181.887,36	200.076,11
(-) Gastos operativos		10.532,50	10.532,50	10.532,50	10.532,50	10.532,50
(-) Impuestos		3.631,17	4.704,83	5.832,18	7.015,89	9.501,60

(-) Inversion	240.964,72					
Total egresos	240.964,72	171.284,81	180.214,53	189.590,73	199.435,75	220.110,2
Flujo Neto Economico (en Bs.)	- 240.964,72	38.210,04	39.755,07	41.377,34	43.080,73	46.657,8

Fuente: Elaboración propia

4.1.6. ANÁLISIS FINANCIERO

4.1.6.1. Valor Actual Neto

Es un indicador financiero que mide flujos futuros de ingresos y egresos en un determinado tiempo, donde el resultado positivo implica su viabilidad y el resultado negativo involucra lo contrario. La empresa HOLANDY PAT SRL tiene un Valor Actual Neto de bolivianos 92.889,62 esto significa que el negocio es rentable y viable. **4.1.6.2.**

Tasa Interna de Retorno.

Indicador económico que expresa en porcentajes la rentabilidad de un proyecto, donde si el resultado es mayor a cero esto significa que es rentable. En el presente proyecto se aprecia una tasa interna de retorno del 18% que es positivo.

TABLA 13: INDICADORES ECONÓMICOS

VAN	92.889,62
TIR	18%
RB/C	1,23
recuperacion	5 años y 7 meses

Fuente: Elaboración propia

4.1.7. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede lograr, es decir si el resultado es mayor a 1 significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos, en consecuencia esto refleja utilidad. En el proyecto se aprecia que la relación costo beneficio es de 1,23 que significa que por cada 1 boliviano invertido se espera una ganancia de 23 centavos.

4.1.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

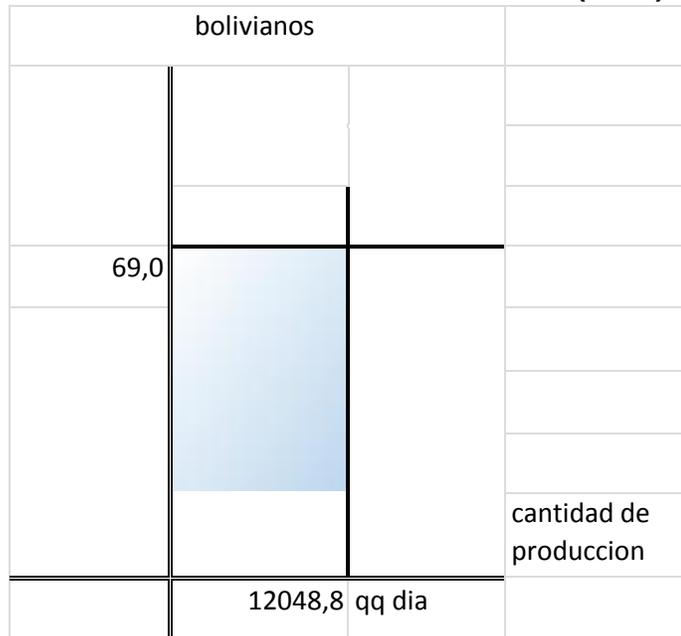
Se define “como el volumen de ventas necesarias para no perder ni ganar; es decir quedar en equilibrio con utilidad cero” (Díaz, 2006 pág. 382). En la empresa HOLLANDY PAT SRL el punto de equilibrio en cantidad es de 69 ,02 quintales de papa, equivalente a bolivianos 12.048, 75. De manera mensual, el cual muestra el rango mínimo que se debe tratar de evitar llegar ya que en este punto no hay ganancias.

TABLA 14: PUNTO DE EQUILIBRIO

	ANUAL	MENSUAL
cantidad esperada de produccion	1.200,00	100,00
Punto de equilibrio en cantidad (qq)	828,19	69,02
punto de equilibrio en bolivianos	144.585,02	12.048,75

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO: PUNTO DE EQUILIBRIO (MES)



Fuente: Elaboración propia

4.1.9 ANEXOS FINANCIEROS

4.1.9.1. Planilla de salarios

Es un documento interno que se prepara en forma mensual en el cual se registra los ingresos y descuentos al personal de la empresa. Para tal efecto la organización HOLANDY PAT SRL tendrá en el área administrativa 1 Administrador, en el área operativa un Técnico Agrónomo y un Ayudante (operario).

TABLA 14: PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS

Item	Nombres y Apellidos	Cargo	Total ganado	Descuentos		Total descuentos	liquido pagable
				AFPS 17,71%	ANS 0,5%		
1	-	Gerente Administrativo	2.350,00	416,19	11,75	427,94	1.922,07
2	-	Técnico Agrónomo	2.300,00	407,33	11,50	418,83	1.881,17
3	-	Operario 1	2.000,00	354,20	10,00	364,20	1.635,80
TOTAL			6.650,00	1.177,72	33,25	1.210,97	5.439,04

Fuente: Elaboración propia

4.1.9.2. Depreciación

La depreciación es un elemento mediante el cual se reconoce el desgaste que sufren los bienes, para tal efecto la organización HOLANDY PAT SRL usara la depreciación en línea recta y se registrará bajo los parámetros establecidos en el Art. 22 del Decreto Supremo 24051.

TABLA 15: DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS

DEPRECIACIONES				
DESCRIPCION	VALOR	TIE MPO		TOTAL
Muebles y enseres	2000	10%	años	200
Herramientas	790	25%	años	197,5
edificaciones	40000	3,0%	años	1200
vehiculo	89216	20,0%	años	17843,2

carpas solares	110000	10%	años	11000
equip. Computacion	3000	25%	años	750
equip. De sonido	300	25%	años	75
Maq. Y Equipos	12000	12,50%	años	1500
Amortizaciones Dif			años	419
TOTAL				33184,7

Fuente: Elaboración propia

4.1.9.3. Precio de venta

Para determinar el costo unitario de producción se divide el costo total con la cantidad de producción anual que como resultado del presente proyecto es de Bolivianos 131,51 a partir de ello se le asigna un porcentaje de margen de ganancia, en este caso es del 25% que se quiere obtener por cada producto vendido, que sumados vía formula dan como resultado bolivianos 175,35 el quintal de papas.

TABLA 15: COSTOS UNITARIOS Y DE VENTAS

detalle	monto en Bs.
Costo Unitario de Produccion	131,51
precio de venta (25% de utilidad)	175,35
ingresos anuales	210.421,52
precio de la arroba de papa	43,84

Fuente: Elaboración propia

5. SUPUESTOS Y ESCENARIOS

Las proyecciones de escenarios supuestos pueden afectar los indicadores económicos de nuestro PLAN DE NEGOCIO: “PRODUCCIÓN INTENSIVA DE PAPA HOLANDESA EN INVERNADEROS KIT EN EL MUNICIPIO DE

PATACAMAYA” - “HOLANDY PAT S.R.L.”. En los escenarios posibles, aparte de evaluar el TIR, VAN y el RB/C, se podría suponer también la injerencia de otros factores ya sean internos o externos, siempre y cuando se vea necesario.

Las cuales las variables más susceptibles a cambios son, el precio de venta, cantidad de producción, costos y gastos.

5.1. SUPUESTO 1: VARIACIÓN EN EL PRECIO

Variable muy susceptible a cambios debido a muchos factores ya sean externos o internos, en esta ocasión se tomara al precio de venta como una estrategia para posesionar el producto en el mercado, que implica que se tendrá una reducción del 25% al 14% de margen de utilidad, es decir reducir de 175,35 Bs. a 157,75 Bs. el quintal de papa, lo cual representa el monto más bajo en el mercado cuando hay sobreproducción de este producto, cabe aclarar que esto no significa que se reducirá la mano de obra, los costos fijos o variables.

TABLA 16: REDUCCIÓN DEL PRECIO DEL VENTA

detalle	monto en Bs.
Costo Unitario de Produccion	130,93
precio de venta (17% ut)	157,75
ingreso anual	189.302,58
precio de venta en arrobas	39,44

Fuente: Elaboración propia

5.1.1. FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO

El comportamiento económico aún sigue siendo rentable a pesar de que hubo una disminución en los ingresos de la empresa HOLLANDY PAT SRL debido a la reducción del precio de venta donde en la primera gestión se aprecia un monto económico de 26.296,60 Bolivianos, lo cual indica que la empresa sigue siendo solida económicamente a pesar del descenso en los ingresos.

TABLA 17: FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO CON REDUCCIÓN EN EL PRECIO DE VENTA

Detalle	AÑOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
ingresos por ventas							
(+) Ventas		189.302,58	198.767,71	208.706,09	219.141,40	241.055,54	265.16
(+) Valor rescate de activo fijo							
(+) valor rescate de capital de trabajo							
Total ingresos		189.302,58	198.767,71	208.706,09	219.141,40	241.055,54	265.16
(-) Costos de produccion		157.121,14	164.977,20	173.226,06	181.887,36	200.076,10	220.08

(-) Gastos operativos		10.532,50	10.532,50	10.532,50	10.532,50	10.532,50	10.53
(-) Impuestos		-4.647,66	-3.987,94	-3.295,24	-2.567,90	-1.040,48	81
(-) Inversion	240.964,72						
Total egresos	240.964,72	163.005,98	171.521,75	180.463,32	189.851,96	209.568,11	231.42
Flujo Neto Economico (en Bs.)	- 240.964,72	26.296,60	27.245,95	28.242,77	29.289,43	31.487,42	33.73

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. INDICADORES ECONÓMICOS

SENSIBILIZADOS CON REDUCCIÓN DE PRECIO DE VENTA

Cabe resaltar que reducir el precio de venta tiene un efecto cíclico donde los indicadores financieros también tuvieron una disminución, tal es el caso del valor actual neto que si se redujera un porcentaje más al margen de utilidad de la que se tiene, esta sería negativa es decir al reducir el precio de venta de 17% a 16% el resultado del VAN sería negativo por ello este valor de 8.857,54 bolivianos es el más cercano al cero. De la misma manera la tasa interna de retorno y la relación costo beneficio tuvieron un descenso considerable, entonces se llega a la conclusión de evitar llegar hasta este punto debido a que la rentabilidad es bastante baja que como consecuencia reducirá su atractivo hacia los inversionistas que deseen invertir.

TABLA 18: INDICADORES ECONÓMICOS SENSIBILIZADOS

indicadores economicos	valores
VAN	8.857,54
TIR	13%
RB/C	1,11

Fuente: Elaboración propia

5.1.3. PUNTO DE EQUILIBRIO SENSIBILIZADO

El punto de equilibrio tuvo un ascenso de 828,58 a 940, 55 quintales anualmente, esto significa que mientras más se reduzca el precio de venta el punto de equilibrio empezara ascender debido a que los ingresos son más bajos y por ende los gastos se elevan.

TABLA 19: PUNTO DE EQUILIBRIO SENSIBILIZADO

	ANUAL	MENSUAL
Punto de equilibrio en cantidad (qq)	940,55	78,38
punto de equilibrio en bolivianos	148.373,23	12.364,44

Fuente: Elaboración propia

5.2. SUPUESTO 2: VARIACIÓN EN LA PARTICIPACIÓN DEL MERCADO

Los factores internos y externos juegan un papel importante, en este caso si tuviéramos nuevos competidores o en todo caso la estimación del estudio de campo realizado para la participación en el mercado objetivo que al momento de ejecutar no tuviera concordancia con la realidad, de hecho sería menor a lo estimado, esto repercutirá directamente en la cantidad de producción, en este caso habrá una disminución en la venta de productos del 33,33% a la actual de 1200 quintales de papa durante el primer periodo que posteriormente tendrá un ascenso regular en las siguientes gestiones. (Ver siguiente tabla).

TABLA 20: CANTIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL

PRODUCCION	AÑOS									
	1er. Año	2do. Año	3er Año	4to. Año	5to. Año	6to. Año	7mo. Año	8vo. Año	9no. Año	10mo. Año
Papa Holandesa (en qq)	800,00	840,00	882,00	926,10	1.018,71	1.120,58	1.232,64	1.232,64	1.232,64	1.232,64

Fuente: Elaboración propia

5.2.1. FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO CON VARIACIÓN EN LA DEMANDA TABLA 21: FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO

Detalle	AÑOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
ingresos por ventas							

(+) Ventas		189.302,58	198.767,71	208.706,09	219.141,40	241.055,54	265.161,0
(+) Valor rescate de activo fijo							
(+) valor rescate de capital de trabajo							
Total ingresos		189.302,58	198.767,71	208.706,09	219.141,40	241.055,54	265.161,0
(-) Costos de produccion		157.121,14	164.977,20	173.226,06	181.887,36	200.076,10	220.083,7
(-) Gastos operativos		10.532,50	10.532,50	10.532,50	10.532,50	10.532,50	10.532,5
(-) Impuestos		-4.647,66	-3.987,94	-3.295,24	-2.567,90	-1.040,48	811,4
(-) Inversion	240.964,72						
Total egresos	240.964,72	163.005,98	171.521,75	180.463,32	189.851,96	209.568,11	231.427,6
Flujo Neto Economico (en Bs.)	- 240.964,72	26.296,60	27.245,95	28.242,77	29.289,43	31.487,42	33.733,4

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro anterior se aprecia que el flujo neto económico es positivo, y aquello significa que hay utilidades pero no en gran escala, debido a que si realizamos una comparación con el actual flujo de caja no sensibilizado si hay una disminución del 31% porque no estamos vendiendo la cantidad objetiva inicial proyectada, es decir que la mencionada disminución traerá como consecuencia inmediata el ampliamiento de la recuperación de la inversión, y eso es algo negativo para el inversor porque se debe tomar estrategias que eviten llegar a este punto crítico.

5.2.2. INDICADORES ECONÓMICOS

SENSIBILIZADOS CON LA VARIACIÓN DE LA DEMANDA

TABLA 22: ANÁLISIS DEL FLUJO NETO SENSIBILIZADO

DETALLE	VALORES
VAN	8.857,54
TIR	13%
RB/C	1,11

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se aprecia que los indicadores económicos disminuyen de manera proporcional a los ingresos generados. Tomando en cuenta que el precio de venta tiene un margen de ganancia del 17%, a pesar de todo ello los indicadores económicos son positivos.

5.2.3 PUNTO DE EQUILIBRIO SENSIBILIZADO

TABLA 23: PUNTO DE EQUILIBRIO SENSIBILIZADO

	ANUAL	MENSUAL
Punto de equilibrio en cantidad (qq)	627,03	52,25
punto de equilibrio en bolivianos	148373,233	12364,44

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro se aprecia un descenso relativo es decir un descenso proporcional a la cantidad de producción estimada, por lo cual en conclusión se puede llegar a deducir que si se reduce la cantidad de producción también se reduce el punto de equilibrio.

6. ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN LEGAL

6.1. PERSONERIA JURÍDICA

El emprendimiento HOLLANDY PAT, se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada - S.R.L. y estará compuesta por 2 socios: Gladys Villca Lique y Jhayo Amaro Mamani Matías. Según el Código de Comercio de Bolivia en su Artículo 195 (Características) indica: “En las sociedades de responsabilidad limitada, los socios responden hasta el monto de sus aportes. El fondo común está dividido en cuotas de capital que, en ni ningún caso, puede representarse por acciones o títulos - valores”.

La sociedad de responsabilidad limitada, es una creación de la legislación moderna - quizá pueda decirse más bien contemporánea - que ha llenado el vacío que se daba evidentemente en la generalidad de las reglamentaciones nacionales en los dos tipos clásicos de sociedades comerciales: la colectiva y la anónima (Rodríguez).

A estas sociedades ocasionales, algunos autores le asignan el nombre de sociedades de hecho, siguiendo la doctrina francesa sobre las societe de fait (Hemard, Loubers, Delucenay: Des societes de fait en droit francaise, cit. de Cañízares).

6.2. REGISTRO LEGAL

Para el registro de la empresa se necesita proceder a los papeleos de las distintas entidades del gobierno como privados que son las siguientes:

- FUNDEMPRESA
- SERVICIOS DE IMPUESTOS NACIONALES
- CAJA NACIONAL DE SALUD
- AFP'S
- MINISTERIO DE TRABAJO (ROE)
- GOBIERNO MUNICIPAL DE PATACAMAYA
- SENAPI (REGISTRO DE MARCA)
- SENASAG

Los costos de papeleos y registros en estas entidades fueron tomados en cuenta en la Tabla de Activos Diferidos mencionados en un acápite anterior. Así también los procedimientos para el registro en mencionadas entidades serán adjuntados en los anexos.

6.3. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, PERSONAL Y

PROCEDIMIENTO TECNICO ADMINISTRATIVO

6.3.1. ORGANIGRAMA

La forma de organización empresarial de HOLLANDY PAT SRL contará en el

Área Administrativa de un Administrador, en el Área Operativa de un Técnico Agrónomo y un Ayudante (operario). El organigrama propuesto para HOLLANDY PAT SRL, es el siguiente:



Fuente: Elaboración propia

El presente organigrama se adecúa técnicamente para el Proceso Administrativo que aplicaremos en nuestro negocio debido a que se requiere un mínimo de personal, es decir que solamente se contratarán a un Técnico Agrónomo para asesorar en las labores de cultivo y seguimiento previo a la cosecha de la papa, y se contratará a un Ayudante Operario para el trabajo pesado de la empresa.

En el caso del Administrador será uno de los 2 socios componentes de este emprendimiento, y así, con esta decisión evitamos la fuga de las ganancias hacia personas extrañas, sin embargo registramos en los costos las cargas sociales anuales de acuerdo a procedimientos contables y financieros.

El Administrador realizará también las funciones de Gerencia General, Operaciones, Mercadotecnia, Contabilidad, Finanzas y Ventas, además de solucionar imprevistos correspondientes al negocio, tomará decisiones independientes y rotará de cargo cada 2 años con el otro socio, sin embargo serán tomadas en cuenta las sugerencias, experiencias y conocimientos administrativos del segundo socio.

El administrador de acuerdo al organigrama tendrá a su cargo al Técnico Agrónomo y al Ayudante para delegar las funciones específicas que les corresponden al cargo descrito. El segundo socio ayudará en todas las Actividades Técnicas - Gerenciales que el Administrador le delegue.

6.3.2. MANUAL DE FUNCIONES

Las funciones del Administrador, el Técnico Agrónomo y el Ayudante se describen a continuación:

CARGO: ADMINISTRADOR		
Código: HPSRL 001		
<u>No de plazas:</u>	<u>Ubicación:</u> Dentro de la misma empresa. 1	<u>Reporta a:</u> Los Socios
<u>Tipo de</u>	<u>contratación:</u> Indefinida	
<u>Funciones:</u>		<u>Perspectiva:</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Responsable directo del manejo de la empresa. - Determinar meta y objetivos para la empresa. - Realizar proyecciones financieras para la empresa. - Establecer políticas y normas. - Establecer estrategias de desarrollo. - Realizar convenios con los compradores mayoristas. - Ejecutar estrategias de mercadotecnia. 		<ul style="list-style-type: none"> - Procesos internos
<u>Perfil del cargo:</u>		
<u>Educación:</u>		<u>Experiencia:</u>
Licenciatura en Administración de Empresas		2 años en el manejo de cultivo de papa.
<u>Competencias:</u>		<u>Dependientes o subordinados:</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Habilidades de liderazgo - Trabajo en equipo - Trabajo bajo presión - Creatividad - Dominio de computación e internet. - Conocer el idioma aymara. - Conocer la región de Patacamaya. 		<ul style="list-style-type: none"> - Técnico Agrónomo - Ayudante

Fuente: Elaboración propia.

CARGO: TÉCNICO AGRÓNOMO		
Código: HPSRL 002		
No de plazas: 1	Ubicación: En los cultivo de papa y la Oficina. Tipo de contratación: Indefinida	Reporta a: Administrador
Funciones:		Perspectiva:
<ul style="list-style-type: none"> - Asesoramiento en la compra de semillas - Manejo de la tierra y el abonado. - Responsable directo de la siembra. - Seguimiento detallado a la plantación. - Cuidado y verificación del estado de los Invernaderos. - Cosechado de la papa. 		<ul style="list-style-type: none"> - Procesos Específicos.
Perfil del cargo:		
Educación:	Experiencia:	
Técnico en Agronomía	3 años de práctica de cultivo y cosecha con y sin Invernaderos.	
Competencias:	Dependientes o subordinados:	
<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en equipo - Trabajo bajo presión - Creatividad - Conocer el idioma aymara. - Conocer la región de Patacamaya. 	- Ayudante	

Fuente: Elaboración propia.

CARGO: AYUDANTE OPERARIO		
Código: HPSRL 003		
No de plazas: 1	Ubicación: En los cultivo de papa y la Oficina. Tipo de contratación: Indefinida.	Reporta a: Administrador y a Técnico Agrónomo.
<u>Funciones:</u>		<u>Perspectiva:</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo en preparado de la tierra, siembra y cosecha - Compra de abono. - Apoyo en mandados de la oficina. - Conducción de Vehículo para distribuir la papa. - Pago de facturas de luz, agua y otros servicios que correspondan. 		<ul style="list-style-type: none"> - Procesos Específicos. - Procesos Específicos. - Procesos Específicos. - Procesos Específicos.
<u>Perfil del cargo:</u>		
<u>Educación:</u>		<u>Experiencia:</u>
Intermedio de colegio o bachiller		2 año en cultivo y cosecha
<u>Competencias:</u>		<u>Dependientes o subordinados:</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en equipo - Trabajo bajo presión - Creatividad - Conocer el idioma aymara. - Conocer la región de Patacamaya. 		- Ninguna

Fuente: Elaboración propia.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

El Plan de Negocio: “Producción intensiva de papa holandesa en Invernaderos Kit en el municipio de Patacamaya” - “HOLANDY PAT S.R.L.”, al ser un proyecto rentable, se convertiría en un pilar de sustento de los socios del proyecto.

Utilizará el Proceso Administrativo, con una adecuada Planificación, una eficiente Organización, una correcta Dirección y un Control riguroso, como se podrá comprobar en el desarrollo del documento.

Las papas Holandesas se producirán de forma natural e innovadora en la región, además de mantener la calidad de la papa. La cosecha será mensual durante los doce meses del año.

Todo lo mencionado anteriormente logrará que las actividades agrarias ubicadas en ese espacio se potencien debido al ejemplo y los resultados que mostraremos por la región generando que imiten nuestra iniciativa de invertir más para ganar más, generando indirectamente al desarrollo de la región de Patacamaya y los alrededores del altiplano sur.

7.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda difundir este tipo proyectos a las poblaciones rurales para fortalecer el desarrollo productivo, juntamente con el crecimiento económico de las provincias que tienen tierras y se dedica al cultivo en general.

Que la Carrera de Administración de Empresas promueva este tipo de proyectos de desarrollo y producción.

8. BIBLIOGRAFÍA

Decreto Ley 14379 (2011). *CODIGO DE COMERCIO*. LA PAZ : U.P.S.Editorial s.r.l.

GOMEZ de CASTRO, A.M. Y VALLE LIMA, S.M. 1999. Prospección de cadenas agroalimentarias. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuaria (EMBRAPA). IICA, Proctrópico.

GUIDI, A. (2001). Características de la Cadena Agroalimentaria de la Papa y su industrialización en Bolivia. BOLIVIA: FUNDACION PROIMPA

HEMARD, LOUBERS, DELUCENAY: Des societes de fait en droit francaise, cit. de Cañizares.

RALACC. 1997. La problemática de la comercialización. Red Latinoamericana de comercialización Comunitaria. Cochabamba, Bolivia. 75 p.

ORELLANA, J. F. (2013). INTRODUCCION A LA CONTABILIDAD . En J. F. ORELLANA, *EL ABC DE LA CONTABILIDAD* (pág. 6). COCHABAMBA : SABIDURIA & CULTURA .

SCOTT, G., BASA Y, R., MALDONADO, L. 1998. El comercio exterior de la papa en América Latina. Centro Internacional de la Papa. (CIP). Lima Perú.

VASQUEZ, M.E. 1997. Estudio de la demanda potencial de los productos procesados de papa en la ciudad de Cochabamba. Tesis de Licenciatura en Economía. Universidad Mayor de San 5mon. Cochabamba, Bolivia. 145 p.

Páginas webs:

www.bolivianland.net sobre Normas y Leyes bolivianas, extraído el 25 de julio de 2016.

ANEXOS