



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROGRAMA ACADÉMICO LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES
PÚBLICAS



**COMERCIALIZACIÓN DE ZANAHORIAS ECOLÓGICAS CON
CORTES GOURMET PARA EL MERCADO DE LA PAZ
PROCESADOS EN PUJRAVI-VISCACHANI DEL MUNICIPIO DE
PATACAMAYA**

“ZANAHORIAS LA FIBROSA”

ESTUDIANTES: MARIO EVER LÓPEZ QUISPE
SIMON JESUS LOZA MAMANI
TUTOR: LIC. WALDO CABALLERO TOLEDO

LA PAZ - BOLIVIA
2017



AGRADECIMIENTO

Este Plan de negocios fue elaborado por Mario Ever López Quispe y Simón Jesús Loza Mamani todo esto en base a los conocimientos adquiridos en el transcurso de los módulos de nuestro PENSUM académico.

Queremos agradecer a nuestros docentes y coordinador académico de la carrera de administración de empresas por guiarnos en todo este ciclo académico, también agradecer a todas las autoridades académicas de la IDRU y el rectorado de la Universidad Mayor de San Andrés.

A nuestros familiares queremos agradecerles encarecidamente por todo el apoyo moral y económico brindado, la confianza hacia nosotros es algo que consideramos invaluable y muypreciado en nuestras vidas gracias.



1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

La zanahoria es un producto natural, ecológico, contiene vitaminas, además de ser un rico alimento para el consumo, este producto no causa daños a la salud y no produce deterioro al medio ambiente, será un producto de buena calidad a la altura de la competencia y de fácil accesibilidad en los mercados, negocios, tiendas de la ciudad y ferias que se encargaran de distribuir el producto cumpliendo la tarea de satisfacer las necesidades de las personas en la alimentación sana, también queremos resaltar que este producto posee propiedades medicinales que son favorables para aliviar el estreñimiento, inflamaciones conjuntivas, para el sistema nervioso, contiene grandes propiedades en sales minerales y vitaminas A, B, y C es como un tónico en caso de fiebres.

1.1. Planteamiento del problema

El planteamiento del problema es el centro del corazón de la investigación: dicta o define los métodos. (Sampieri, Metodologías de la Investigación 2014)

El Instituto Boliviano de Comercio Exterior basado en los datos del Instituto Nacional de Estadística muestra que la producción de verduras y hortalizas son menores al consumo nacional, a esta razón se importan estos productos de los vecinos países como ser Argentina, Chile y Perú.

Actualmente la población de La Paz presenta una serie de problemas alimenticios de acuerdo a sus hábitos y cultura concernientes a su región geográfica, en su mayoría la zona urbana tiende a consumir productos bajos en vitaminas, todo esto a causa del incremento de alimentos transgénicos que van acaparando el mercado en grandes cantidades, por otro lado el consumo de alimentos ecológicos es mínimo, por la escasez de los mismos

1.2. Justificación

La justificación es la explicación de el para qué del estudio o por que debe efectuarse mediante la exposición de sus razones. (Sampieri, justificación de la investigación 2014)



El problema es evidente a medida que la población va creciendo la escasez de alimentos se acrecentará, por eso la producción alimentaria es el mayor reto que tienen que vencer todos los países.

Por otra parte la ciudad de La Paz presenta un porcentaje alto de asalariados que trabajan en distintas instituciones públicas y privadas, la mayoría de estos sujetos tienden a estar siempre enfocados en su trabajo y al mismo tiempo en constante descuido de su alimentación y salud.

Es por esta razón que la micro empresa “PYCAAL S.A.” pretende brindar un producto de zanahorias con cortes gourmet para el ahorro de tiempo y comodidad del consumidor, de esta manera realizar una contribución nutricional a la sociedad.

1.3. Naturaleza de la empresa

Calificación que corresponde a las relaciones o instituciones jurídicas conforme a los conceptos utilizados por determinado sistema normativo. Así, por ejemplo, la naturaleza jurídica de la sociedad será la de un contrato plurilateral, desde la perspectiva de su constitución, y la de una persona jurídica, desde el ángulo de su existencia como organización. (Ossorio 2008)

La forma legal de constitución que adoptara la empresa S.R.L. (Sociedad con Responsabilidad Limitada) para acoger varios socios. De acuerdo a lo establecido por el código de comercio, la sociedad debe estar conformada por un mínimo de tres accionistas y un máximo de 25.



Características.

Nombre: PYCAAL (procesadora y comercializadora andino de alimentos)

Naturaleza de Empresa : S.R.L (Sociedad con Responsabilidad Limitada)

La micro empresa “PYCAAL” estará ubicado en el departamento de La Paz, Provincia Aroma, Municipio de Patacamaya, Comunidad de PUJRAVI.

(Según las proyecciones del INE en cuanto a la demografía de las Ciudad de La Paz es de 794014 habitantes) una de las ciudades más resaltantes y prosperas en nuestro país que nos proporciona un ambiente adecuado para la comercialización de nuestro producto.

1.4. El concepto del negocio

El Plan de Negocio consiste en el proceso y comercialización de zanahorias ecológicas con cortes gourmet.

Por tanto la micro empresa “PYCAAL” S.R.L. pretende introducir en el mercado de alimentos (hortalizas) las zanahorias con cortes gourmet, suministrando un producto de buena calidad.

1.5. El producto y su generación de valor

La empresa “PYCAAL” S.R.L. genera junto con el cliente su valor ya que como todo producto nace en base a las necesidades de los clientes donde el producto es entregado listo para el consumo del cliente generando una ventaja en comodidad y ahorro de tiempo para la preparación de sus alimentos.

- ¿Qué vendemos?

Vendemos un producto de Zanahorias ecológicas con cortes Gourmet de buena calidad a precios accesibles, llegando a generar comodidad y ahorro de tiempo en los consumidores, en cuanto a preparación y acceso al producto.



- **¿A quiénes vendemos?**

El producto está dirigido a los clientes que trabajan en instituciones públicas, privadas y familias sin exclusión social y económica.... Nivel económico.

- **¿Qué necesidad satisfacemos?**

Principalmente satisfacemos el ahorro de tiempo, comodidad y nutrición.

- **¿Por qué nos eligen a nosotros?**

Nuestro producto de zanahorias ecológicas a diferencias de la competencia ofrece calidad a precios accesibles con cortes gourmet

Las Zanahorias LA FIBROSA es un proceso sin la intervención de elementos químicos que actualmente se utiliza para su elaboración.

Resultando como producto altamente nutritivo y de alta calidad a comercializarse con una variedad de cortes gourmet.

Al comercializar el producto también generaremos beneficios como en lo:

1.5.1. Social

Los beneficios sociales se dan a partir de los productos ecológicos que son más saludables ya que están libres de residuos tóxicos persistentes procedentes de pesticidas, antibióticos, fertilizantes sintéticos, aditivos y conservantes, muchos de ellos utilizados en la agricultura convencional para eliminar insectos o plagas y combatir enfermedades, y que a medio o largo plazo pueden dañar nuestro organismo.

Al no contener sustancias artificiales, los alimentos procedentes de la agricultura ecológica son asimilados correctamente por el organismo sin alterar las funciones metabólicas. Según los especialistas en nutrición, gran parte de las enfermedades degenerativas tienen su origen en la alimentación.



Otra característica de producto ecológico es que son más nutritivos, poseen altos niveles en vitaminas, minerales esenciales, antioxidantes que ayudan a prevenir determinadas enfermedades.

1.5.2. Ambiental

La implementación de acopio de zanahorias ecológicas no tiene efectos colaterales que pueda afectar al medio ambiente o área de su ejecución, sin embargo podemos resaltar lo positivo de este proyecto, es el uso eficiente del agua que es un elemento vital.

1.5.3. Económico

Contribuir con el abastecimiento de los productos ecológicos de la canasta familiar a precios accesibles a la economía familiar asimismo evitar gastos por problemas de salud.

1.6. MISIÓN

Consiste en un enunciado en el cual se expone de manera general breve y precisa en que consiste lo que la empresa se propone hacer. (Hernandez 2013)

Representa la razón de la existencia de una organización, es la finalidad o el motivo que condujo a la creación de la organización y al que debe servir. (Mankiw 2007)

Para nuestra Organización la misión que resulta ser la razón de la existencia de la empresa:

“Procesar y comercializar zanahorias ecológicas de buena calidad con cortes gourmet para los consumidores en la ciudad de La Paz”

1.7. VISIÓN

Es la imagen que la organización tiene de sí misma y de su futuro, es el arte de verse proyectada en el tiempo y espacio. (Mankiw 2007)



Por tanto la Visión de nuestra empresa es la siguiente:

“Constituir una empresa líder en el rubro de la horticultura ecológica a nivel local, nacional e internacional”

1.8. Valores y claves para su gestión empresarial

1.8.1 Valores.

Respeto: A la dignidad humana y al medio ambiente.

Equidad: Hacia nuestros clientes externos.

Profesionalismo: Porque al hacer nuestro trabajo nos esforzamos en dar lo mejor de nosotros mismos, actuando con conocimiento, iniciativa, perseverancia y creatividad; enfocados en la satisfacción plena del cliente.

Responsabilidad: Porque nos desempeñamos en un entorno con la sociedad y con el medio ambiente del cual somos parte y con el cual interactuamos permanentemente.

Compromiso con la organización: Porque compartimos y estamos comprometidos con nuestra visión y nos esforzamos continuamente para cumplir con excelencia nuestra misión.

El trabajo en equipo: Porque alentamos y estimulamos la participación, respetamos opiniones diversas.

1.8.2 Claves de gestión.

- Acopio de materia prima ecológico garantizando un producto sano
- Gestión de alianzas estratégicas para la elaboración de nuestro producto
- Control de calidad (entrada, proceso y salida)
- Administración apropiada de tecnología y personal.



1.9. Objetivos

Los objetivos son resultados que se buscan concretar, basados en la misión y visión, que desean lograrse al cabo de un plazo de tiempo determinado. (Loufatt 2012)

1.9.1 Objetivo general

- Desarrollar un plan de negocios para Introducir al mercado un producto ecológico que satisfaga las necesidades y expectativas alimentarias en la ciudad de La Paz.

1.9.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado sobre la aceptación del nuevo producto.
- Realizar la estructura financiera del proyecto.
- Determinar el grado de factibilidad del plan de negocio.

1.10. Estrategia competitiva

1.10.1. Desarrollo de productos ecológicos.

Los productos ecológicos son alimentos producidos sin intervención de insumos sintéticos.

Las zanahorias LA FIBROSA están acopiadas en su estado natural y con un requerimiento obligatorio de ser producidas ecológicamente para evitar alteraciones transgénicas que causarían daños irreversibles en la salud de las personas.

1.10.2. Precio.

En cuanto a la comercialización de nuestro producto el precio tiene un rol muy importante el cual se pretende utilizar una serie de estrategias que a continuación describiremos con más detalle.

PRODUCTO	PESO (kilo)	PRECIO (Bs.)
Ketal	1	14



Fidalga	1	15
Hipermaxi	1	13
Pycaal (fibrosa)	1	6.20

Fuente: Elaboración propia

Para la elaboración del presente cuadro se investigó de manera sigilosa los precios en distintos supermercados y otros, queda resaltar, que a comparación de la competencia existe una diferencia notable y una oportunidad de mercado en cuanto a precios accesibles.

1.11. Estrategias empresariales

La estrategia a utilizar tendrá mucho que ver con la promoción intensiva del producto, con esta operación captaremos un gran número de consumidores con una tendencia alimenticia sana.

Capacitar al personal con nuevos conocimientos sobre las nuevas tendencias del consumidor.

2. MERCADO

2.1. Producto mercadotécnico

Para una mayor comprensión exteriorizamos los conceptos de:

Zanahoria. Pertenece al grupo de los alimentos protectores (verduras, tubérculos).

Forma parte de la familia de las Umbelíferas, igual que el apio, el hinojo y el perejil. Es una familia que se caracteriza por tener flores agrupadas en forma de umbelas.

El nombre científico es *Daucus carota*. Es una planta bianual, lo que significa que, en condiciones normales, florece en el segundo año después de la siembra. La raíz acumula reservas y se hipertrofia. (Córdoba 2000)



TAXONOMÍA DE LA ZANAHORIA	
REINO	Plantae
SUBREINO	Magnoliophyta
CLASE	Magnoliopsida
ORDEN	Apiales
FAMILIA	Apiaceae
GENERO	Daucus
ESPECIE	Daucus Carota

Fuente: www.wikipedia.org

2.1.1 Ecológico.

La agricultura ecológica, orgánica o biológica es un sistema de cultivo de una explotación agrícola autónoma basada en la utilización óptima de los recursos naturales, sin emplear productos químicos sintéticos, u organismos genéticamente modificados (OGMs) —ni para abono ni para combatir las plagas—ni para cultivos, logrando de esta forma obtener alimentos orgánicos a la vez que se conserva la fertilidad de la tierra y se respeta el medio ambiente. Todo ello de manera equilibrada y sostenible. (Wikipedia 2014)

2.1.2 Gourmet.

Gourmet es un vocablo francés traducido por la Real Academia Española (RAE) como gastrónomo, una persona entendida en gastronomía o aficionada a las comidas exquisitas. El término se utiliza como adjetivo para calificar a aquellas comidas de elaboración refinada. Lo gourmet, por lo tanto, está asociado a lo más excelso de la gastronomía. La calidad de los ingredientes y la forma de preparación es lo que determina que un plato sea considerado gourmet o no.

Los alimentos gourmet son aquellas preparaciones que han sido elaborados con ingredientes exquisitamente seleccionados, con exhaustivos cuidados de higiene y de las propiedades organolépticas; además han sido elaborados por personas que, después de muchos años de experiencia y una clara pasión por la alta



cocina, están preparados para ofrecer un producto que pueda ser consumido por alguien que realmente aprecie su calidad y delicadeza.

De todas formas es necesario mencionar que los productos gourmet no son necesariamente los más caros y exclusivos, sino aquellos que provienen de una respetable recolección o elaboración, independientemente de su precio. Pueden pertenecer a esta clasificación tanto una manzana del mercado como un plato del restaurante más caro.

La mayoría de los productos artesanales también pertenecen a esta clasificación, ya que han sido elaborados cuidadosamente por personas que aman su trabajo y desean ofrecer un producto de calidad; aún aquéllos que poseen aditivos para su conservación (siempre y cuando éstos no influyan en la calidad organoléptica) pueden ser productos gourmet. (<https://definicion.de/gourmet/>)

El producto que se aspira introducir al mercado son zanahorias ecológicas con cortes gourmet “ZANAHORIAS LA FIBROSA”.

Logotipo del producto



Slogan

“Sabrosa como a ti te gusta”



2.2. Consumidor

Se toma como mercado la ciudad de La Paz donde las personas que habitan en la zona, son personas que cuentan con un tiempo limitado que apenas les alcanza para cocinar o alimentarse correctamente a consecuencia del trabajo y los horarios establecidos en cada institución.

Por estas razones la composición de su canasta familiar es de alimentos de preparación instantánea y lo consecuente es que adquieren productos bajos en nutrientes y vitaminas que el cuerpo humano necesita.

El mercado de consumo se ubica en los sectores de La Paz (CENTRAL, SUR y LADERAS).

2.3. Satisfacción de necesidades y/o deseos

2.3.1. Inocuidad alimentaria

Un estricto control de higiene garantiza que el producto sea saludable y apto para el consumo y no cause males en los consumidores.

2.3.2. Nutricional

El producto tiene propiedades beneficiosas, La zanahoria aporta gran cantidad de beta-caroteno (pro-vitamina A), responsable de su color anaranjado (1.300 mg/100 g.), que al absorberse en el intestino se transforma en vitamina A en el hígado, eliminándose sin problema el excedente.

Contiene también vitaminas C, B1, B2, B6 y ácido fólico; azúcares, como la levulosa y dextrosa, de asimilación directa; ácidos málico y silícico; inositol; diversos fitosteroles y una esencia (carotina); daucarina, una sustancia de gran poder vasodilatador; potasio; calcio; fósforo y yodo; cero colesterol y muy buenas fibras (2,90 g. por 100 g.). Suministra apenas 30 calorías por cada 100 gramos.

2.3.3. Medicinal

Posee virtud anti anémica, porque regenera los glóbulos rojos; es campeona en vitamina A, indispensable para la síntesis y las funciones de la piel –facilita la reproducción celular y la actividad de la melanina, así como la protección de los



epitelios y la detección de la luz en la retina—; favorece las funciones digestivas; contiene sustancias hipoglucemiantes que la hacen recomendable a los diabéticos; aumenta la resistencia general del organismo, reforzando las defensas naturales y la lucha contra el cáncer; es depurativa y diurética, por su riqueza en potasio; ayuda a luchar contra el estreñimiento, debido a su riqueza en fibra insoluble y otra soluble que ayuda a bajar el colesterol; es buena para los lactantes que padecen diarrea –se les puede dar zumo de zanahoria en vez de puré; y es un alimento alcalinizante. Además es útil para combatir la fatiga mental, previene la constipación, inhibe el desarrollo de la salmonella y combate el cansancio crónico.

2.4. Potencial de mercado

El mercado de consumo se ubica en los sectores, La Paz. Central, sur y laderas de la ciudad misma.

La descripción del mercado potencial, se realizó mediante estudios previos de investigación dando como resultado datos específicos que nos ayudan a establecer la demanda de nuestro producto, del cual también obtenemos un promedio de consumo según el número de clientes existentes en la ciudad de La Paz.

2.5. Características del mercado meta

Las características del mercado meta son:

- Empleados de entidades públicas y privadas
- Individuos con tiempo limitado
- Familias en general

2.6. La competencia

En este punto desglosaremos en dos partes la competencia existente en relación a nuestro producto: competencia directa y competencia indirecta.

2.7. Competencia directa

Las zanahorias son parte esencial de la canasta familiar boliviana, por lo cual existen varios productores tradicionales de hortalizas como ser: papa, zanahorias,



etc. Pero muy pocos son los que se inclinan estrictamente a la producción ecológica, haciendo que nuestra competencia directa sea casi cero, y además ninguno de ellos los vende procesados con variedad de cortes Gourmet.

2.8. Competencia indirecta

En Base a productos sustitutos, la composición de nuestro producto ecológico la convierte en un alimento casi insustituible, con multitud de propiedades beneficiosas. Sin embargo hay productos que pueden asemejarse como las verduras: Espinaca, Calabaza.

COMERCIALIZACIÓN DE ZANAHORIAS ECOLÓGICAS CON CORTES GOURMET PARA EL MERCADO DE LA PAZ PROCESADOS EN PUJRAVIVISCACHANI DEL MUNICIPIO DE PATACAMAYA			
DEMANDA	OFERTA	PRECIO	COMERCIALIZACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Familias de La Paz - Restaurantes - Pensiones - Comerciantes minoristas 	<ul style="list-style-type: none"> - Comerciantes mayoristas - Comerciantes minoristas 	Oscilan por temporada promedio 30 Bs arroba	Producto <ul style="list-style-type: none"> - Zanahorias ecológicas Precio <ul style="list-style-type: none"> - 30 bs Plaza <ul style="list-style-type: none"> - La Paz Promoción <ul style="list-style-type: none"> - Publicidad en medios de comunicación - Redes sociales - Promociones

Bibliografía: Elaboración Propia



2.9. Barreras de entrada

2.9.1. Mínimo poder sobre redes de distribución

Porque al ser entregados a distribuidores mayoritarios se pierde el control de manejo del producto y el control sobre el precio, con una variación en el mismo afectaría directamente en la demanda.

2.9.2. Requisitos sanitarios y de calidad

Porque estos procedimientos tienen requisitos puntuales a ser cumplido y lo cual necesitara más tiempo en la preparación de los requisitos.

2.10. Segmentación de mercado

Tras una observación de consumo de las zanahorias se pudo identificar la siguiente segmentación de mercado.

- A.** Familias que adquieren las zanahorias para su consumo familiar de sus hogares
- B.** Asalariados

2.11. Participación de mercado

2.12. Metodología.

Metodología se compone de los términos método y logos, que significa explicación, juicio, tratado, estudio de los métodos, es decir representa la manera de organizar el proceso de investigación, de controlar sus resultados y de representar posibles soluciones a un problema que conlleva la toma de decisiones “ (Fernández G.)”.

La metodología cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera más científicas, o más específicamente en forma numérica, relaciones entre categorías, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

“Este enfoque cuantitativo además usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento.”(Hernández, 2003).



Según las características ya mencionadas esta es la metodología que emplearemos en el documento actual, lo cual es muy favorable y necesario para la investigación de mercados para el producto a implementar.

2.13. Población y muestra para estudio de mercado

La población que se tomara para sacar la muestra respectiva es la ciudad de La Paz.

Según la metodología cuantitativa empleada, utilizaremos una de las técnicas más favorables a nuestro proyecto que es la técnica de la encuesta. Para lo cual necesitaremos saber el número de habitantes del segmento seleccionado, en este caso es la ciudad de La Paz que tiene una proyección de habitantes para el 2016 de 794.014 habitantes.

Al utilizar esta técnica esperamos obtener datos relevantes sobre nuestro mercado.

2.13.1. Fórmula para muestreo

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

n	tamaño de muestra
Z	Margen de confiabilidad
e	error de estimación
P	probabilidad de que el evento ocurra
Q	probabilidad de que el evento no ocurra
N	población de la paz
Z	1,96
e	0,05
P	0,5
Q	0,5
N	794014
n	383,974709

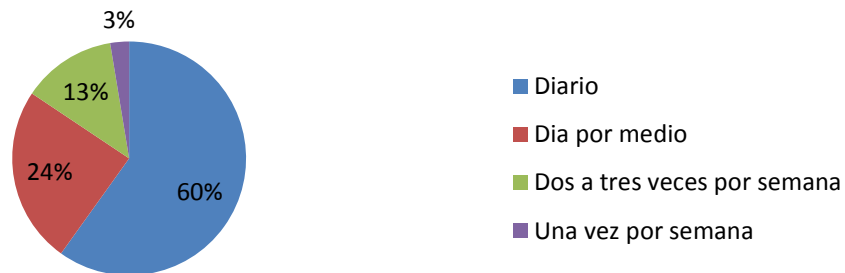
2.13.2. TABULADOS DE LAS ENCUESTAS.

1 ¿Es parte de su alimentación el consumo de zanahoria?



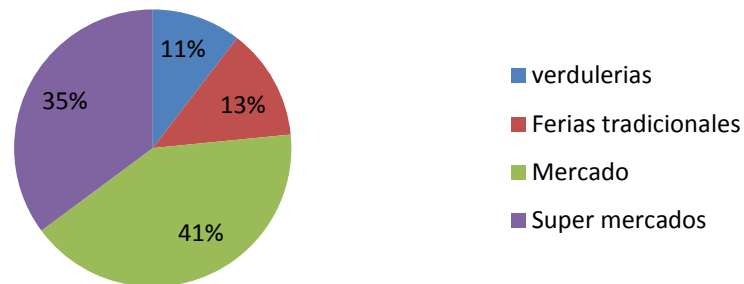
De acuerdo a los datos recolectados en base a la pregunta actual se ha podido observar que el 88% de las personas encuestadas, toman muy en cuenta en su alimentación el consumo de zanahorias y el 12% tienden a consumir otros alimentos alternativos.

2 ¿Usted con qué frecuencia consume zanahorias?



Uno de los datos más importantes es la frecuencia de consumo que tiene el cliente el cual podemos observar en este cuadro que el 60% de la población encuestada coincide con el consumo diario, el 24% día por medio, 13% de dos a tres veces por semana y el 3% una vez a la semana. esto nos dice que existe una demanda de consumo muy favorable para la empresa.

3¿De dónde compra las zanahorias?

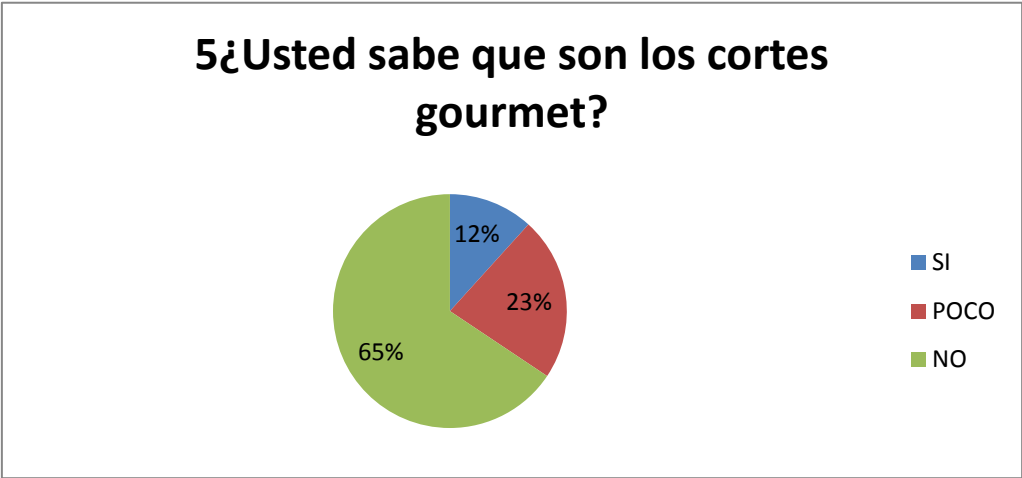


De acuerdo a la pregunta realizada un 41 % de los ciudadanos de la paz compran las zanahorias en el Mercado, 35% en los supermercados, 13% en ferias locales y el 11 % en verdulerías. Viendo los datos obtenidos, podemos notar los indicadores de canales de distribución.

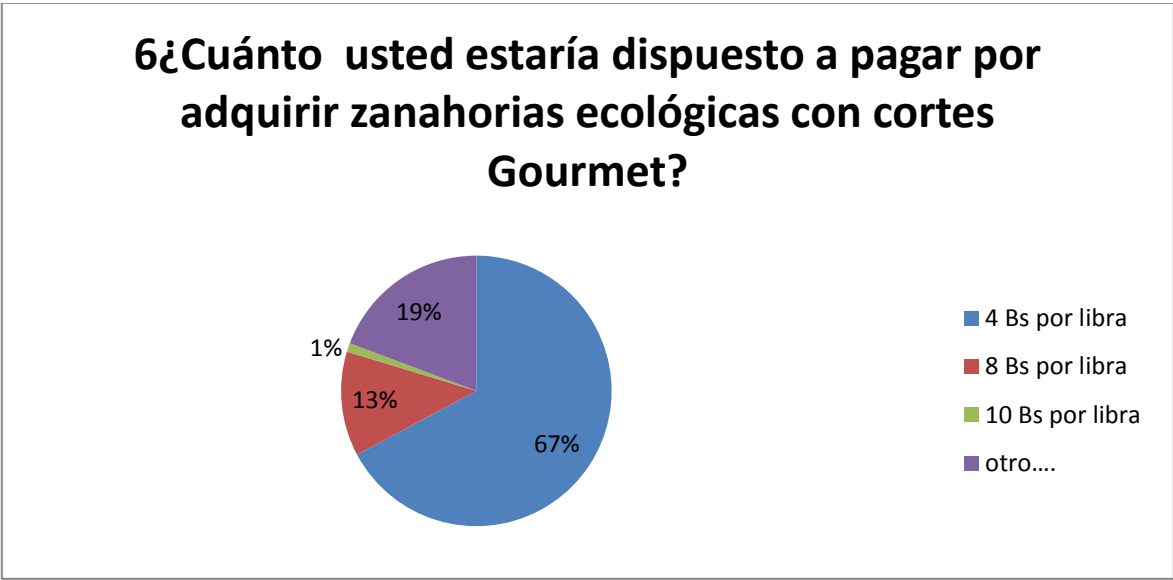
4¿Conoce los beneficios que tiene la zanahoria producida ecológicamente?



Uno de los factores de calidad que podemos observar es el conocimiento del valor nutricional que tienen las zanahorias ecológicas el cual un 11% de la población encuestada si está enterado de su valor nutricional , el 23 % de la población poco sabe pero si tienen alguna idea sobre este punto y el 64% no tiene información sobre ello .

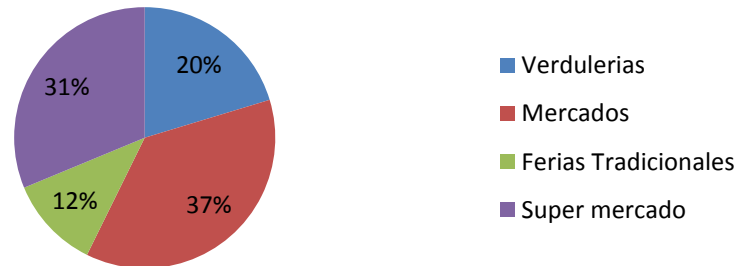


Los cortes gourmet son prototipos de cortes finos realizados por un chef especializado para lo cual un 23% de los encuestados conoce un poco sobre este tema, el 12 % si conoce y 65 % no conoce.



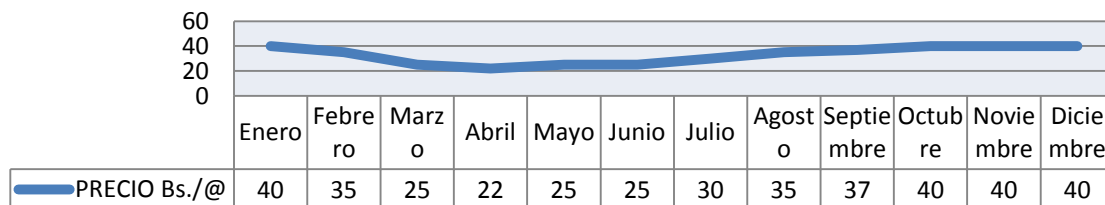
Como podemos observar en este cuadro, una gran mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a pagar 4 Bs por las zanahorias ecológicas con cortes gourmet

7¿Dónde le parece conveniente adquirir el producto?



En este cuadro podemos observar que la mayoría de los habitantes de la paz tiene la tendencia de visitar más los supermercados en un 49% el 22% los mercados 20% verdulerías y 9% ferias tradicionales después de analizar los datos recabados se puede decir que los clientes son cercanos a los súper mercados de acuerdo a su ubicación estratégica.

VARIACION DE PRECIOS ANUAL DE LA ZANAHORIA



Fuente: elaboración propia en base a datos del IBCE

2.14. Potencial de ventas

Para el plan comercial se tiene planificadas tres líneas de acción cada una destinada a negociar con los clientes de manera diferente:

- a) Comerciantes detallistas.- Ubicadas en las distintas ferias del municipio para tener formalidad y un volumen constante de ventas se realizaran contratos con cantidades fijas, tratando de absorberse la mayor cantidad de estos a partir de precios bajos y promociones por determinada cantidad de pedidos.
- b) Tienda de verdulerías en mercados.- abasteciéndoles semanalmente
- c) Contratos con supermercados.

2.15. Pronóstico de ventas

Según el informe del ministro de economía y finanzas públicas Luis Alberto Arce Catacora indica

La demanda interna continua siendo el principal motor que impulsa el crecimiento económico en Bolivia. El dinamismo en la demanda interna del departamento de La Paz se refleja en las ventas facturadas de supermercados y mercados.

Las ventas facturadas por los supermercados alcanzaron de Bs. 60 millones en 2005 ascendiendo a Bs. 171 millones en 2015, obteniendo un crecimiento entre los periodos de 2005 a 2015 de 285%.

VALOR DE VENTAS FACTURADAS EN MERCADOS Y SUPERMERCADOS, 1999-2015 (En millones de \$us)



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas Publicas



Aproximadamente el crecimiento anual es de 28,5% anual.

Lo cual nos lleva a la conclusión que la economía en las familias de La Paz es estable y continua en crecimiento permitiendo al cliente tener un poder adquisitivo para hacer compras en los supermercados.

En respuesta a estos resultados nuestras ventas acrecentarían según la demanda en los supermercados y mercados ya que trabajaremos paralelamente como proveedores de los mismos.

PYCAAL deduce a estos datos que su crecimiento en ventas no será muy diferente, más al contrario acrecentaremos en ventas 20% anual.

2.16. Objetivos de marketing.

- Posicionamiento del producto en la mente del consumidor.
- Obtener un número considerable de clientes paretos.

2.17. Estrategias de marketing (del producto o servicio del precio de la distribución de la promoción o publicidad)

2.17.1. La estrategia de ingreso.

La estrategia que utilizaremos es la publicidad en los medios de comunicación así como acudir a las ferias agrícolas dando a conocer las diferentes características de nuestro producto y con esto llegar a concientizar a los clientes de los beneficios que pueden obtener al consumir productos ecológicos.

2.17.2. El posicionamiento

Para este punto importante que es el posicionamiento de la imagen del producto y la empresa necesitamos aplicar la técnica de las 4P (producto, precio, plaza, promoción) a continuación desglosaremos los puntos mencionados.

2.17.2.1. Producto

El producto a comercializar cuenta con las siguientes características:



La zanahorias a comercializar tienen diferentes cortes gourmet de acuerdo al gusto del cliente, este producto será netamente ecológico y envasados al vacío.

El producto final es de constitución ecológica 436.800,00 kilos anuales

2.17.2.2. Plaza

La microempresa tiene por plan de distribución un sofisticado circuito de reparto en las cuales participan las siguientes organizaciones demandantes del producto:

- Supermercado KETAL
- Supermercado HIPERMAXI
- Supermercado FIDALGA
- Mercado LANZA
- Mercado CAMACHO

2.17.2.3. Precio

*Según los cálculos financieros que realizamos para hallar el precio de venta unitario es: **3,10 la libra de producto**. Que resulta ser competitivo y más económico a comparación de los precios ofertados en el supermercado FIDALGA, el cual es el único ente que comercializa zanahorias ralladas con otras verduras, pero ojo no son ecológicas.*

2.17.2.4. Promoción

2.17.3. A lo largo del ciclo de vida del producto

Nuestro emprendimiento al ser un producto ecológico natural sin la intervención de químicos que alteran su composición química o constitución física tiene un ciclo de vida corto de un tiempo estimado de 4 días donde se mantiene los nutrientes y otras cualidades.



2.18. Matriz de diagnóstico F.O.D.A.

MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> - Productos ecológicos - Amplio conocimiento sobre el manejo - Ubicación geográfica 	<ul style="list-style-type: none"> - acopio limitado - Variedad limitada de verduras
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Mercado amplio - Posibilidad de comercialización nacional 	Planificación de redes de mercadeo aprovechando la ubicación geográfica	Construcción de carpas solares para incrementar la producción
AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> - Competencia de productores - Importaciones altas de países vecinos - 	promover el consumo de productos ecológicos para hacer frente a la competencia	Realizar alianzas con pequeños productores ecológicos.

3. OPERACIONES (PRODUCCIÓN)

3.1. Diseño y desarrollo de producto

3.1.1. Proceso de producción

Para el proceso de producción dividiremos las operaciones por etapas de acuerdo a las tareas a realizarse en el momento.

3.1.2. Tipo de proceso

El tipo de proceso que caracteriza a la producción de zanahoria es la producción en línea, al utilizar este tipo de proceso de producción de un solo producto genera



una ventaja en el factor de recursos humanos la cual ya no es tan exigente por ser un proceso repetitivo el cual sugiere contratar personal de muy pocas destrezas.

La actividad productiva está dividida por fases que a continuación describiremos con más detalle.

3.1.3. Descripción detallada de fases y tareas por puestos



3.1.4. 1ra etapa. (Recepción de insumo de Zanahorias)

Para esta operación se necesita la ayuda de los proveedores quienes producirán las zanahorias ecológicas por la cual serán acopiadas por la empresa para realizar el debido proceso en el cual se realizara el debido requerimiento de insumos (pedido) a los asociados especificando una cantidad de insumos a procesar.

3.1.5. 2da Etapa. (Pelado y lavado de las zanahorias)

Después de realizar la recepción pasamos a ejecutar el lavado y pelado de las zanahorias, el cual es muy importante para quitar la delgada cascara que cubre las zanahorias, de esta manera nos ayudara a realizar con más facilidad los cortes gourmet.

3.1.6. 3ra Etapa. (Proceso del corte gourmet)

En esta parte se aplicaran todos los distintos cortes que tiene que realizar el operador de la maquina procesadora de alimentos en las instalaciones de la planta entre las cuales se deberá realizar un control periódico de la actividad aplicada en esta etapa.

Para los distintos cortes gourmet se deberá cambiar los discos de corte en la maquina procesadora para realizar un corte diferente del otro.



3.1.7. Tipos de cortes.

Los que nos dedicamos a esto de la cocina ya los conocemos pero a veces, cuando estamos en una conversación con personas ajenas a la profesión, se nos escapa algún que otro término culinario y es un verdadero poema ver sus caras porque no los conocen. También ocurre al leer alguna receta que queremos preparar y sólo por leer términos tan técnicos casi que abandonamos el reto de prepararla. Suele pasar sobre todo con los tipos de cortes así que los voy a enumerar y explicar para que no hayan muchas dudas.

Hay que recordar que son términos culinarios que solo nos hablan de cómo deben ir cortados los alimentos, ya sean para las elaboraciones como para decorar platos.

Es por ello que a continuación los definiremos para su facilidad en la preparación de los alimentos.

Bastón: Corte rectangular de 6 a 7 cm. de largo por 1 cm. de ancho. Se utiliza principalmente en patatas fritas y en otras verduras para guarnición (zanahorias). Primero se cortan rebanadas y luego los bastones tratando que el tamaño sea uniforme.

Mirepoix: Es solo el corte en forma irregular de los vegetales que utilizamos para la preparación de fondos, salsas o sopas.

Generalmente significa picado en cuartos sin importar que no tengan una forma artística definida porque la mayor parte de las veces una vez cumplida su función de dar sabor son sacados y desechados.

Cascos, cuartos o gajos: Generalmente se utiliza en patatas, huevos duros y tomates. Como su mismo nombre dice es cortar en cuatro trozos a



lo largo. Dependiendo del tamaño del ingrediente el número de gajos puede aumentar.

Gajos: corte que se consigue cortando en cuatro seis o en octavos las verduras o las frutas de forma redondeada, o siguiendo la división natural de dicha fruta o verdura como los cítricos.

Giratorio: Corte de verduras alargadas que procede de la cocina asiática. Se cortan las verduras en sentido diagonal al longitudinal (sesgado). Tras el primer corte se le da a la verdura un giro de $\frac{1}{4}$ y se efectúa el siguiente corte.

Juliana (o Julienne): Es el corte, principalmente las verduras, en tiras muy finas. Los vegetales cortados en juliana y salteados en mantequilla pueden servir de acompañamiento o guarnición de un gran plato.

Brunoise (se pronuncia *Brunua*) Se usa para la elaboración de sopas y salsas. Es el corte en dados o cubos muy pequeños de menos 3 milímetros y se utiliza generalmente en hortalizas como las cebollas, el cebollino y el ajo porro, o en tubérculos como la patata.

Concassé: Más que un corte es una forma de preparar los tomates crudos, que han sido escalfados, pelados y sin semilla que se cortan en cubos pequeños tipo *brunoise*.

A la jardinera: Es una forma de cortar vegetales como la zanahoria o la patata en bastones o tiras grandes de al menos 3 centímetros de largo.

Château o torneado clásico: Por lo general se utiliza para guarniciones de patatas, zanahorias, calabacines, etc. que una vez torneados se cuecen al



dente. El método francés prescribe siete cortes. Se pueden saltear en mantequilla y espolvorear perejil picado y deshidratado.

Macedonia: Son verduras o frutas cortadas en dados grandes aproximadamente de 1centímetros mezcladas entre sí, es como una *brunoise* pero se diferencia en el tamaño que es mucho más grande.

Paisana: Son triángulos pequeños y de diferente tamaño de vegetales que se usan para la elaboración de algunas sopas.

Rodajas: Cortes en forma de tajadas y dependiendo del alimento pueden ser redondas como en las cebollas, o sesgadas como el plátano para freír o la patata estilo *Ruffles*, tienen tamaños diferentes.

Chiffonade: Se utiliza en los vegetales de hoja o verduras de hoja como la lechuga, las coles o los repollos, endivias, espinacas, acelgas y otras, es un corte muy fino de tiras alargadas como cabellos y se realiza enrollando la hoja muy apretada, haciendo cortes limpios y delgados. Generalmente el cortar así las hojas las usamos para ponerlas como una cama o colchón de vegetales sobre los cuales colocar alimentos asados como carnes, aves o pescados enteros, o algunos vegetales más grandes. También para elaborar sopas y algunas otra preparaciones o ensaladas. Se diferencia de la juliana en que solo se hace con hojas y que las tiras son tan finas como cabellos.

Parmentier de patatas: Son cortes en dados de 2 centímetros.

Chips: Tajadas redondas muy finas. Generalmente se usa en patatas, batatas, plátanos, etc. El corte es más parejo y preciso si se utiliza mandolina.



Emincé: Tiras gruesas de 1 cm. de ancho por 4 de largo aproximadamente.

Hilo o paja: Primero se cortan rebanadas y luego tiras finitas.

Noisette: Son pequeñas bolitas del tamaño de una avellana que se sacan empleando una cucharita especial llamada "sacabocado" o "boleador". Se utiliza para frutas y verduras.

Panadera: patata en forma redonda de unos 3mm de grosor que se emplea para freír a baja temperatura.

Pluma: Es el Corte Juliana aplicado en la cebolla.

Van Dicke: Corte decorativo. Se utiliza generalmente en frutas y verduras de forma redondeada. Se hace cortes en forma de zig zag. Existen en el mercado cuchillos especiales que nos ayudan a realizar este corte con más precisión e igualdad.

Doble cincelado: Se utiliza en las cebollas, y es cuando picamos una cebolla por la mitad y luego cada mitad en tiras muy finas, horizontal y verticalmente. También se les dice Plumita.

Fetas: Los alimentos cortados en láminas, generalmente lo oímos de los quesos madurados como el parmesano, cuando cortamos los pedazos con el pela papas, o con un laminador como la mandolina.

Vichy: Corte exclusivo de verduras alargadas, anillos de 2 a 3 cm. de grosor. Es muy importante que el tamaño sea parejo.

Vichy Maigre: Rodajas delgadas.



Vichy Gros: Rodajas gruesas.

3.1.8. 4ta Etapa. (Control y Empacado del producto final)

El control del desarrollo de nuestro producto es muy importante dada las circunstancias un descuido nos ocasionaría perdidas en el proceso de producción, la operación que realizaremos es verificar la calidad sanitaria y de forma de los cortes gourmet para luego pasar a la penúltima operación el empacado de las zanahorias utilizando los materiales de empaque que son el envase de plasta formo y la bolsa de embalaje.

3.1.9. 5ta Etapa. (Distribución)

Una vez terminada el periodo de tiempo estimado de la producción de zanahorias, procedemos a distribuirlas en los distintos puntos de mercados ya establecidos anteriormente.

3.2. Descripción técnica y funcional del producto.

La descripción del envase y de la etiqueta serán presentados en el área de marketing, en esta sección describiremos de forma detallada las características de este producto de las cuales mencionaremos algunos puntos de gran importancia a continuación.

3.2.1. Envase

En este aspecto el envase será diseñado de acuerdo al peso que este contenga por lo cual el material que utilizaremos es el nylon transparente que permitirá la visibilidad del producto en sus diferentes cortes gourmet y demás características como ser el tamaño de los cortes.

3.2.2. Etiqueta

La etiqueta estará diseñada para exponer las características del producto, valor nutricional y demás otras cualidades, también será elaborado de acuerdo al tamaño del envase.

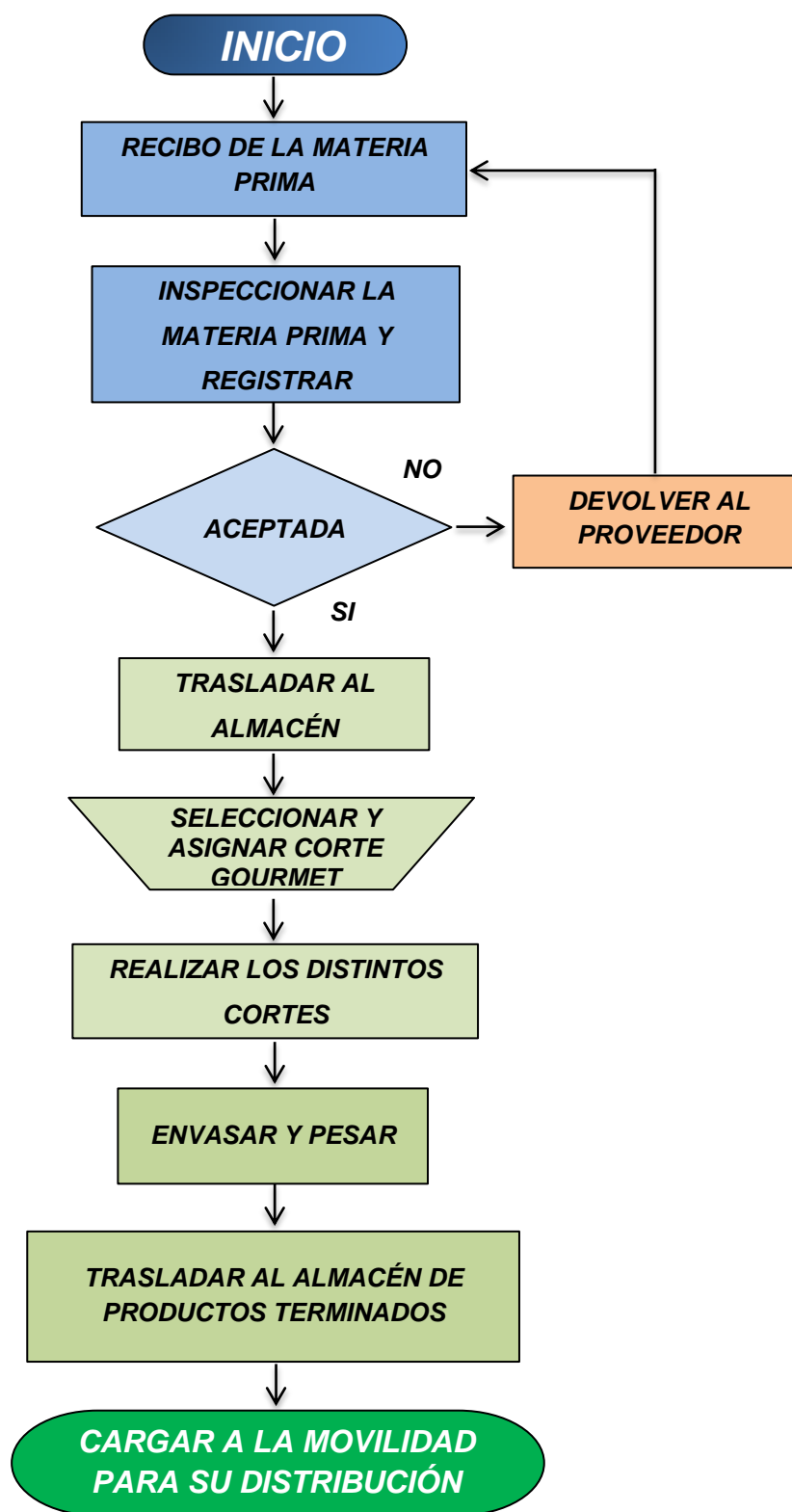


3.3. Diagramas de procesos

DETALLE	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	DEMORA	ALMACENAJE
RECEPCIÓN					
Recepción en almacén					X
LAVADO Y PELADO					
Desprendimiento de partículas de tierra	x				
Retiro de la cascara	x				
PROCESO					
traslado de los insumos		x			
picado y cortado de las zanahorias	x				
Pre cocido de las zanahorias	x				
Deshidratación de las zanahorias	x				
empacado de zanahorias	x				
DISTRIBUCIÓN					
traslado de productos a el área de almacenaje					x
entrega de zanahorias a los clientes	X				x

Fuente: elaboración propia

3.4. Diagrama de flujo



3.5. Personal de operaciones

3.5.1. Maquinas vehículos

<p>Procesadora de alimentos PAIE (Skynsen)</p> <p>Posee compartimiento en acero inoxidable.</p> <p>Tiene dos circuitos de seguridad colocados bajo la tapa, que desconectan la procesadora cuando se abre la tapa o se levanta la manilla</p> <p>Consumo: 0.36 kW/h Producción 350 kg/h Dimensiones: Ancho:250 mm Profundidad:590 mm Altura:440 mm Procedencia Brasil</p>	
<p>Posee 16 opciones de discos que permiten obtener 28 cortes diferentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> 4 cortadores de 1mm, 3mm, 5mm y 10mm 1 rallador 3 des hiladores de 3mm, 5mm y 8mm 2 des hiladores para corte cuadrado juliana, 3mm y 4mm 2 para corte ondulado de 2mm y 4mm 3 rejillas para cubos de 	

<p>(8mm x 8mm, 12mm x 12mm y 16mm x 16mm 1 cortador para papas bastón 10mm Posee pies antideslizantes Diámetro disco 203 mm</p>	
<p>Movilidad Carry Marca : Toyota Modelo: 2000 C.C. :1350 Para el transporte de los productos a su destino de comercialización</p>	

3.6. Materias primas

Nuestros proveedores PROAPSA son productores del sector de PUJRAVI especializados en la producción de productos ecológicos, mismos nos entregaran zanahorias ecológicas que es un primordial insumo.

<p>Zanahorias ecológicas PROAPSA proveerá de insumo todo el año gracias a sus carpas solares que les permite una producción sin pausa, a este tenor los insumos no tendrán variaciones en su costo.</p>	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

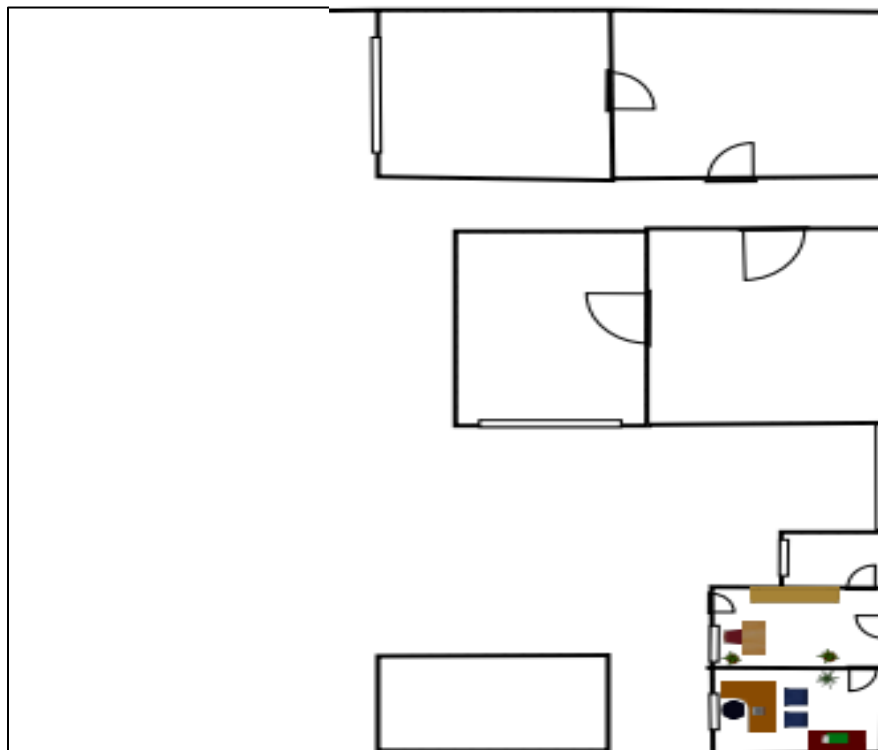
3.7. Programación de la producción

La organización de operaciones acotadas en el tiempo es muy importante para tener un buen rendimiento y pronóstico en cuanto a producción.

3.8. La planta

3.8.1. Principales características

Las características de la zona es que presenta una temperatura fría y está en una ubicación geográfica apropiada por estar con acceso a carretera departamental y también está a cercanías de los productores que serían nuestros proveedores.



3.8.2. Ubicación de la planta

La planta estará ubicada en la zona Pujravi del cantón Viscachani a ocho kilómetros del municipio de Patacamaya de la provincia Aroma del departamento.



4. FINANZAS

El término finanzas adquiere una relación directa con el flujo de efectivo y también se dedica al estudio de obtención y uso de capitales bienes.

En el plan financiero presentamos la estructura de costos fijos y variables, costos de producción, inversiones, amortizaciones, depreciaciones y los diferentes gastos de acuerdo a las normas internacionales de contabilidad (NIC)¹. El cual nos ayuda a determinar la viabilidad del producto.

¹ NIC que fueron emitidas por Comité de Normas Internacionales de contabilidad (IASC) entre 1973 a 2001, a partir del último fue creado el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) que ahora se encarga de emitir normas como la NIIF que está en base a las NIC



4.1. Presupuesto de inversión

PYCAAL ^{SRL} para la puesta en marcha presenta la siguiente estructura de inversión que se compone con inversión fija y capital de trabajo.

4.1.1. Inversión fija

Esta inversión se divide en inversión tangible e inversión intangible. La primera son activos que se consiguen sentir físicamente, y la segunda son activos que no se pueden ver.

4.1.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo se requiere para cubrir los costes de operación normal de la empresa en insumos, materiales directos, materiales indirectos, sueldos y gastos de operación.

Inversiones	Rubros de Inversiones	Inversión	Inversiones Parciales en (Bs.)	Total Inversion en (Bs.)
Inversión Fija	Inversión Tangible	Maquinaria y equipo	18.450,00	196.780,00
		Equipos de computación	6.060,00	
		Muebles y enseres	3.860,00	
		Terreno	35.000,00	
		Infraestructura	46.000,00	
		Vehículo	87.000,00	
		Herramientas	410,00	
	Inversión Intangible	Gastos de Organización	21.164,00	22.634,00
		Gastos de Constitución	1.470,00	
Capital de Trabajo	Capital de Trabajo	Materiales e Insumos Directos	18.356,90	55.085,06
		Materiales Indirectos	250,00	
		Pago de Sueldos y Salarios	8.310,00	
		Gastos de Operación	28.168,16	
Inversión Total (Expresado en Bolivianos)				274.499,06

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios



Nuestro presupuesto de inversiones consta de diferentes tipos de activos, que se consolidan a partir de la planificación y con visiones de crecimiento que responden a los objetivos de PYCAAL^{SRL}.

4.2. Presupuesto de operaciones

Comprende los costos de producción, gastos de administración y comercialización, gastos legales y otros costos.

INSUMOS					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ZANAHORIA ECOLÓGICA	Zanahoria producida sin fertilizantes químicos	QQ	168,00	100,00	16.800,00
					-
TOTAL					16.800,00

MANO DE OBRA INDIRECTA					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	MONEDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ADMINISTRADOR CONTABLE	Encargado de la administración general	Bs	1,00	2.500,00	2.500,00
ENCARGADO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS	Encargado de la comercialización y los procesos para obtener los cortes gourmet	Bs	1,00	2.200,00	2.200,00
TOTAL					4.700,00

MANO DE OBRA DIRECTA					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	MONEDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
OPERARIO	Encargados de los procesos hasta producto final	Bs	1,00	1.805,00	1.805,00



OPERARIO CHOFER	Encargado transporte	del	Bs	1,00	1.805,00	1.805,00
TOTAL						3.610,00

MATERIALES DIRECTOS					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FILM PLÁSTICO	Para el embalaje de productos frescos.	Rollo	2,82	150,00	423,00
ENVASES PLÁSTICO	Envase de prolipropileno para alimentos	Hawa	6,67	170,00	1.133,90
					-
					-
TOTAL					1.556,90

MATERIALES INDIRECTOS					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ENERGÍA ELÉCTRICA	Consumo de energía.	Kws	77,00	0,80	61,60
TELEFONÍA E INTERNET	Consumo de telefonía e internet				250,00
AGUA	Servicios Básicos				50,00
GAS					50,00
TOTAL					411,60

MATERIALES DE LIMPIEZA (semestral)				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escoba	Unidades	1,00	15,00	15,00



Goma limpia pisos	Unidades	1,00	20,00	20,00
Recogedor de basura	Unidades	1,00	15,00	15,00
Basureros	Unidades	2,00	15,00	30,00
Esponjas	Unidades	6,00	2,00	12,00
Detergente	Kilo	1,00	16,00	16,00
Jabón liquido	Litros	3,00	20,00	60,00
Toallas	Unidades	6,00	4,00	24,00
Papel Sanitario	Paquetes	4,00	32,00	128,00
TOTAL				320,00

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Hojas tamaño carta	Paquete	1,00	27,00	27,00
Lapiceros	Docenas	1,00	18,00	18,00
Perforadora	Unidad	1,00	20,00	20,00
Engrampadora	Unidad	1,00	15,00	15,00
Fólderes	Docenas	2,00	12,00	24,00
Cartapacio	Unidad	3,00	20,00	60,00
TOTAL				164,00

GASTOS DE DISTRIBUCIÓN					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
COMBUSTIBLE	Gasolina para el	Litros	42,00		



	vehículo.			3,74	157,08
TOTAL					157,08

PUBLICIDAD					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Radio	Publicidad por medio de comunicación radial				500,00
TOTAL					500,00

SEGUROS					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Seguros	Seguros				1.000,00
TOTAL					1.000,00

MANTENIMIENTO DE ACTIVOS					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mantenimiento	Mantenimiento de maquinarias y equipos.		1,00	1,00	1.000,00
TOTAL					1.000,00

OTROS COSTOS					
DETALLE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
OTROS	Otros costos		1,00		



COSTOS	imprevistos			1,00	20.000,00
TOTAL					20.000,00

4.2.1. Costos de Producción

Para determinar el costo de producción conoceremos los costos variables, fijos y depreciaciones.

COSTOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR	TIEMPO		TOTAL
Mano de obra indirecta	4.700,00	14	meses	65.800,00
publicidad	500,00	12	meses	6.000,00
mat. De limpieza	320,00	2	semestres	640,00
seguros	1.000,00	1	anual	1.000,00
mantenimiento Act.Fij.	1.000,00	1	anual	1.000,00
Patentes				100,00
TOTAL				74.540,00

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

COSTOS VARIABLES				
DESCRIPCION	VALOR	TIEMPO		TOTAL
insumos	16.800,00	52	Semana	873600
Materiales indirectos	411,60	12	mensual	4939,20
material Directos	1.556,90	52	Semana	80958,80
mano de obra directa	3.610,00	14	mensual	50540,00
TOTALES				1010038

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

DEPRECIACIONES				
DESCRIPCION	VALOR	TIEMPO		TOTAL
Muebles y enseres	3.860,00	10%	años	386,00
edificaciones	46.000,00	2,5%	años	1.150,00
vehiculos	87.000,00	20%	años	17.400,00
Herramientas	410,00	25%	años	102,50
equip. Computacion	6.060,00	25%	años	1.515,00
Maq. Y Equipos	18.450,00	12,50%	años	2.306,25
Amortizaciones Dif				1.470,00
TOTAL				24.329,75

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

COSTO DE PRODUCCIÓN	
COSTOS VARIABLES	1.010.038,00
+ COSTOS FIJOS	74.540,00
+ DEPRECIACIONES	24.329,75
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	1.108.907,75

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

El costo de Producción esta presentada anualmente, para conocerlo mensualmente tenemos que dividirlo en 12 meses, el cual nos da como resultado Bs. 92.408,98.

4.1.2 Gastos Administrativos.

Son los gastos de PYCAAL para desarrollar las actividades administrativas que ayudan a cumplir satisfactoriamente los objetivos de la Empresa.



GASTOS DE ADMINISTRACION					
DETALLE	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Hojas tamaño carta		Paquete	1,00	27,00	27,00
Lapiceros		Docenas	1,00	18,00	18,00
Perforadora		Unidad	1,00	20,00	20,00
Engrampadora		Unidad	1,00	15,00	15,00
Folderes		Docenas	2,00	12,00	24,00
Cartapacio		Unidad	3,00	20,00	60,00
TOTAL					164,00

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

4.1.3 Gastos de Distribución

Son todos los gastos que intervienen en promocionar el producto y a la vez los gastos de distribución tienen la misión de trasladar los productos de la empresa hasta los centros de venta.

GASTOS DE DISTRIBUCION				
DESCRIPCION	VALOR	TIEMPO		TOTAL
Combustible	157,08	52	semanas	8.168,16
				-
TOTAL				8.168,16

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

4.1.4 Gastos Legales.

Consiste en los gastos que se incurren tanto jurídicos y legales para la constitución de la empresa.

ACTIVOS DIFERIDOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FUNDEMPRESA (SRL)	-	455,00	455,00
PUBLICACION EN PRENSA	-	300,00	300,00
GASTOS NOTARIALES	-	250,00	250,00
MINISTERIO DE TRABAJO	-	145,00	145,00
CAJA NACIONAL DE SALUD	-	80,00	80,00
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	-	75,00	75,00
VIATICOS	-	85,00	85,00
SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES	-	80,00	80,00
TOTAL			1.470,00

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

4.2 Costo unitario y Precio de Venta

	COSTOS VARIABLES	1.010.038,00
+	COSTOS FIJOS	98.869,75
=	COSTO DE PRODUCCIÓN	1.108.907,75
+	MAS GASTOS ADM., DISTRIBUCIÓN Y OTROS	28.332,16
=	COSTO TOTAL	1.137.239,91
	COSTO TOTAL	1.137.239,91
/	CANTIDAD PRODUCIDA KG	436.800,00
=	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN KG	2,60
	COSTO UNITARIO DE VENTA KG (35% utilidad)	6,20

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

4.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio monetario obtenido es de 202825,28 Bs y la cantidad a producir es de 32720,22 Bs. Este es el punto neutro en el cual nos indica que la microempresa no gana ni pierde.

4.4 Financiamiento

Para cumplir con la inversión inicial requerida para el arranque de la empresa nos sustentamos financieramente a cuatro socios que aportaran en partes iguales de \$us. 42.112

4.5 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		2.707.714,07	2.707.714,07	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48
ventas		2.707.714,07	2.707.714,07	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48	2.978.485,48
COSTOS TOTALES		1.108.907,75	1.121.240,95	1.232.700,85	1.243.993,43	1.414.506,59	1.555.097,33	1.585.936,26	1.603.229,78	1.621.906,78	1.621.906,78
COSTOS FIJOS		98.869,75	107.159,75	112.844,87	118.984,80	125.615,92	131.307,33	139.042,08	147.395,39	156.416,96	166.160,25
Mano de obra indirecta		65.800,00	71.066,00	76.749,12	82.889,05	89.520,17	96.681,79	104.416,33	112.769,64	121.791,21	131.534,50
publicidad		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Mat.de limpieza		640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
Seguros		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
fletes y acarreos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento de activos fijos		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Patentes GAM		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
DEPRECIACION		22.859,75	25.885,75	25.885,75	25.885,75	25.885,75	25.885,75	25.885,75	25.885,75	25.885,75	25.885,75
Muebles y enseres		386,00	386,00	386,00	386,00	386,00	386,00	386,00	386,00	386,00	386,00
Herramientas		102,50	102,50	102,50	102,50	102,50	102,50	102,50	102,50	102,50	102,50
edificaciones		1.150,00	3.480,00	3.480,00	3.480,00	3.480,00	3.480,00	3.480,00	3.480,00	3.480,00	3.480,00
vehículo		17.400,00	18.096,00	18.096,00	18.096,00	18.096,00	18.096,00	18.096,00	18.096,00	18.096,00	18.096,00
Maquinaria y equipos		2.306,25	2.306,25	2.306,25	2.306,25	2.306,25	2.306,25	2.306,25	2.306,25	2.306,25	2.306,25
Equipo de computación		1.515,00	1.515,00	1.515,00	1.515,00	1.515,00	1.515,00	1.515,00	1.515,00	1.515,00	1.515,00
Amortización activos diferidos		1.470,00	1.470,00	1.470,00	1.470,00	1.470,00	1.470,00	1.470,00	1.470,00	1.470,00	1.470,00
COSTOS VARIABLES		1.010.038,00	1.014.081,20	1.119.855,98	1.125.098,63	1.288.890,67	1.423.789,79	1.430.881,65	1.438.540,87	1.446.812,82	1.455.746,53
Materia prima		873.600,00	873.600,00	960.960,00	960.960,00	1.105.104,00	1.215.614,40	1.215.614,40	1.215.614,40	1.215.614,40	1.215.614,40
Materiales Indirectos		4.939,20	4.939,20	5.433,12	5.433,12	6.248,09	6.872,90	6.872,90	6.872,90	6.872,90	6.872,90
Mano de obra Directa		50.540,00	54.583,20	64.408,18	69.560,83	75.125,70	88.648,32	95.740,19	103.399,40	111.671,35	120.605,06
Material directo		80.958,80	80.958,80	89.054,68	89.054,68	102.412,88	112.654,17	112.654,17	112.654,17	112.654,17	112.654,17
UTILIDAD BRUTA		1.598.806,32	1.586.472,12	1.745.764,63	1.734.492,05	1.563.576,89	1.423.838,15	1.408.561,74	1.392.549,22	1.375.255,70	1.356.578,69
IT		81.231,42	81.231,42	89.354,56	89.354,56	89.354,56	89.354,56	89.354,56	89.354,56	89.354,56	89.354,56
IVA		207.844,82	206.241,51	226.952,00	225.483,97	203.317,26	185.040,46	183.113,03	181.031,40	178.783,24	176.355,23
IUE		399.701,58	396.618,28	436.446,16	433.623,01	390.994,72	355.897,04	352.140,44	348.137,31	343.813,92	339.144,67
IUE		910.028,50	902.884,91	993.031,91	986.030,51	880.312,35	793.146,09	783.953,72	774.025,95	763.303,97	751.724,23
UTILIDAD NETA		1.172.903,00	1.172.903,00	1.252.774,78	1.248.861,04	1.173.264,13	1.028.692,15	1.014.616,32	1.008.523,27	991.951,73	974.851,46
INVERSION FIJA		161.780,00	-	-	6.470,00	87.000,00	-	-	24.920,00	-	8.933,71
Muebles y enseres		3.860,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Herramientas		410,00	-	-	410,00	-	-	-	410,00	-	-
edificaciones		46.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
vehículo		87.000,00	-	-	-	87.000,00	-	-	-	-	-
Maquinaria y equipos		18.450,00	-	-	-	-	-	-	18.450,00	-	-
Equipo de computación		6.060,00	-	-	6.060,00	-	-	-	6.060,00	-	-
Terreno		35.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INVERSION DIFERIDA		1.085,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
escritura de constitución		300,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Poder Representante legal		250,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fundempresa		455,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NIT		80,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAPITAL DE TRABAJO		1.010.038,00	4.043,20	105.774,78	5.152,65	163.882,04	134.899,12	7.091,87	7.659,22	8.271,95	8.933,71
Materia prima		873.600,00	-	87.360,00	-	144.144,00	110.510,40	-	-	-	-
Materiales indirectos		4.939,20	-	493,92	-	814,97	624,81	-	-	-	-
Materiales directos		80.958,80	-	8.095,88	-	13.358,20	10.241,29	-	-	-	-
Mano de obra directa		50.540,00	-	9.824,98	-	5.564,87	13.522,63	7.091,87	7.659,22	8.271,95	8.933,71
VALOR RESIDUAL		-	-	-	-	-	-	-	-	-	51.572,50
Muebles y enseres		-	-	-	-	-	-	-	-	-	205,00
edificaciones		-	-	-	-	-	-	-	-	-	34.500,00
vehículo		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Maquinaria y equipos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	13.837,50
Equipo de computación		-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.030,00
RECUPERACION DE CAP.TRAB.		(1.172.903,00)	-	-	-	-	-	-	-	-	1.455.746,53
FLUJO NETO		910.028,50	898.338,71	887.257,13	974.077,85	629.430,31	658.246,97	776.861,85	741.446,74	755.032,02	2.250.109,55

i = 0,06

VAN= 5.622.015,34
 TIR= 76%
 R B/C= 1,06

4.6 Evaluación financiera

El presupuesto operativo muestra todos los costos de diferentes; insumos recursos de mano de obra indirecta o directa, materiales y distintos gastos que se efectúan en todo momento en la elaboración del producto final

4.7 Anexos financieros

Planilla de sueldos y salarios de personal permanente con sus respectivos descuentos.

PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL PERMANENTE (En Bolivianos)

NOMBRE O RAZON SOCIAL "ZANAHORIAS LA FIBROSA"
Nº EMPLEADOR MINISTERIO DE TRABAJO 1005411021-03
Nº DE NIT 1005411021
Nº DE EMPLEADOR (CAJA DE SALUD) 01-927-0707

Nº	OCUPACION QUE DESEMPEÑA	HABER BASICO	BONOS	TOTAL GANADO	DESCUENTOS				TOTAL DESCUENTO	LIQUIDO PAGABLE	FIRMA DEL EMPLEADO
					AFPs (12,71%)	CNS (10%)	RC-IVA	OTROS			
1	ADMINISTRADOR CONTAB	2500,00		2600,00	330,46	250,00	0,00	0,00	330,46	2269,54	
2	ENCARGADO DE PRODUCC	2200,00		2400,00	305,04	220,00	0,00	0,00	305,04	2094,96	
3	OPERARIO	1805,00		2000,00	254,20	180,50	0,00	0,00	254,20	1745,80	
4	OPERARIO CHOFER	1805,00		2000,00	254,20	180,50	0,00	0,00	254,20	1745,80	
TOTAL GENERAL		8310,00	0,00	9000,00	1143,90	831,00	0,00	0,00	889,70	6110,30	

Fuente: Elaboracion propia

5 SUPUESTOS Y ESCENARIOS

5.1. Supuestos sobre ventas.

Para calcular los supuestos sobre ventas trabajamos con los tres escenarios asignando distintos porcentajes de crecimiento.

ESCENARIOS CRECIMIENTO EN VENTAS (Expresado en Bolivianos)					
CRECIMIENTO PESIMISTA		CRECIMIENTO CONSERVADOR		CRECIMIENTO OPTIMISTA	
AÑO 1	2.707.714,07	AÑO 1	2.707.714,07	AÑO 1	2.707.714,07
AÑO 2	5%	AÑO 2	10%	AÑO 2	15%
AÑO 3	9%	AÑO 3	15%	AÑO 3	20%
AÑO 4	13%	AÑO 4	20%	AÑO 4	25%
AÑO 5	17%	AÑO 5	25%	AÑO 5	30%

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

PROYECCION DEL CRECIMIENTO DE VENTAS					
ESCENARIO	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PESIMISTA	2.707.714,07	2.843.099,78	2.951.408,34	3.059.716,90	3.168.025,46
CONSERVADOR	2.707.714,07	2.978.485,48	3.113.871,18	3.249.256,89	3.384.642,59
OPTIMISTA	2.707.714,07	3.113.871,18	3.249.256,89	3.384.642,59	3.520.028,29

Fuente: Elaboración propia de los autores del Plan de Negocios

6 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA LEGAL

6.1 Registro legal

6.2 Organización empresarial

6.2.2 Organigrama

En administración de empresas es muy común y diríamos imprescindible el uso de diagramas como medio de comunicación. (Saroka 1971).

La empresa estará supervisada por el directorio compuesto por cuatro personas, que son los responsables de la toma de decisiones.



Una de las bases más importantes para la organización es la aplicación de los cuatro pilares de la administración con la cual conseguiremos realizar el proceso administrativo.

Según Stone, Freeman y Gilbert indican que la organización es el proceso de dividir, organizar y coordinar las actividades de la empresa en síntesis realizar la división de trabajo de manera sinérgica en la cual cada uno de estos



actores pueda cumplir con su función eficaz y eficientemente para el logro de objetivos y metas establecidas por la empresa.

Uno de los factores determinantes de la organización es la comunicación el cual debe ser muy fluido entre los que conforman la empresa para tal efecto nos lleva a la coordinación de los tres niveles de la empresa dando como resultado el trabajo en equipo.

Con los conceptos ya mencionados anteriormente, nuestra propuesta de organización se basara en que la realizaremos de la siguiente forma:

6.3.1.1 Planificación:

La planificación se llevara a cabo con la intervención de la máxima autoridad (administrador contable) el cual estará encargado de elaborar los manuales de funciones, organización, procedimientos y normas y estatutos.

6.3.1.2 Organización:

La modalidad de organización será de manera jerárquica en la cual estará dividida por niveles (estratégico, táctico y operativo)

6.3.1.3 Dirección:

Muy importante el cual se basara en los objetivos y metas fijadas por la empresa, de esta forma tendremos un guía con el que obtendremos las estimaciones esperadas en el tiempo acotado o más a posterior.

6.3.1.4 Control:


El control es nuestra herramienta más crucial que nos ayuda a retroalimentar y mejorar nuestras operaciones y actividades que se realizan en nuestra institución buscando siempre la excelencia, para brindar un producto de calidad.

La modalidad de control es ejecutada durante la entrada de los insumos, proceso de los mismos y resultado final para luego observar las deficiencias y retroalimentar en función de parámetros de calidad que nos exige el SENASAG.



6.3 Personal

6.4.1 Manual de operaciones

	MANUAL DE OPERACIONES	FECHA:	
		VERSIÓN:	1
	ADMINISTRADOR CONTABLE	PAGINA:	01-feb
		VIGENCIA	APROBACIÓ N

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: ADMINISTRADOR CONTABLE
<ul style="list-style-type: none"> 1. ÁREA: ADMINISTRATIVA 2. CARGO AL CUAL REPORTAR: 3. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: TODOS 4. NUMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0
I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO:
2. OPERACIONES.
<ul style="list-style-type: none"> 1. Supervisar periódicamente las actividades de la empresa. 2. Realizar los registros contables correspondientes. 3. Evaluación del rendimiento de la empresa. 4. Elaboración de contratos con clientes mayoristas y minoristas. 5. Elaboración de convenios con proveedores. 6. Administrar los recursos de la Micro Empresa "PYCAAL"



MANUAL DE OPERACIONES	FECHA:	
	VERSIÓN:	1
ENCARGADO DE PRODUCCIÓN	PAGINA:	01-feb
	VIGENCIA :	APROBACIÓ N

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: ENCARGADO DE PRODUCCIÓN
<ol style="list-style-type: none"> 1. ÁREA: TÉCNICA 2. CARGO AL CUAL REPORTAR: ADMINISTRADOR CONTABLE 3. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: TODOS LOS OPERARIOS 4. NUMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0

I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO:
1. OPERACIONES.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar periódicamente la producción de la empresa. 2. Realizar control de inventarios. 3. Clasificación de los parámetros de calidad 4. Realizar control de almacenes 5. Elaboración de requerimientos de insumos. 6. Supervisar a los operarios de producción y distribución



MANUAL DE OPERACIONES	FECHA:	
	VERSIÓN:	1
OPERARIO CHOFER	PAGINA:	01-feb
	VIGENCIA :	APROBACIÓ N

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: OPERARIO CHOFER
<p>1. ÁREA: OPERATIVO</p> <p>2. CARGO AL CUAL REPORTAR: ADMINISTRADOR CONTABLE Y ENCARGADO DE PRODUCCIÓN</p> <p>3. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN:</p> <p>4. NUMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0</p>

I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO:
1. OPERACIONES.
<p>1. Transportar los productos</p> <p>2. Realizar mantenimiento del vehículo</p> <p>3. Colaborar en el embarque del producto.</p> <p>4. Distribución de los pedidos.</p> <p>5. Control de entrega y pedidos</p>



MANUAL DE OPERACIONES	FECHA:	
	VERSIÓN:	1
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	PAGINA:	01-feb
	VIGENCIA :	APROBACIÓ N

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: OPERARIO DE PRODUCCIÓN
<p>1. ÁREA: OPERATIVO</p> <p>2. CARGO AL CUAL REPORTAR: ADMINISTRADOR CONTABLE Y ENCARGADO DE PRODUCCIÓN</p> <p>3. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN:</p> <p>4. NUMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0</p>

I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO:
1. OPERACIONES.
<p>1. Operar las maquinarias conjuntamente con el encargado de producción</p> <p>2. Realizar el proceso de embalaje</p> <p>3. Colaborar en el embarque del producto.</p> <p>4. Realizar la limpieza del ambiente de producción.</p> <p>5. Recepción de los insumos de producción junto al encargado de producción.</p>

6.4.2 Manual de Funciones

	MANUAL DE FUNCIONES	FECHA:	
		VERSIÓN:	1
	ADMINISTRADOR CONTABLE	PAGINA:	1
		VIGENCIA :	APROBACIÓ N

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: ADMINISTRADOR CONTABLE
<ol style="list-style-type: none"> 1. ÁREA: ADMINISTRATIVA 2. CARGO AL CUAL REPORTAR: Ninguno 3. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: TODOS 4. NUMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0

I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO:
1. OBJETIVO
Dirigir y controlar las actividades económicas, administrativas y operativas, suscribir los actos administrativos y contratos; evaluar y controlar el funcionamiento general de la comercializadora y orientar el desarrollo de las demás funciones conforme a las disposiciones legales, estatutarias reglamentarias.
2. FUNCIONES.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Velar por la utilización eficiente de los recursos, técnicos, financieros y talento humano de la entidad y por el cumplimiento de metas y programas aprobados por la Junta Directiva. 2. Liderar y velar por el cabal cumplimiento del proceso administrativo en cada uno de los niveles de administración y operación de la comercializadora. 3. Dirigir la Empresa, manteniendo la unidad de procedimientos e intereses en torno a la misión y objetivos. 4. Velar por el cumplimiento de las leyes y reglamentos que rigen la Empresa.



5. Velar por la preservación y acrecentamiento del patrimonio material, y económico de la comercializadora.
6. Registro de los libros contables sistematizados a través de Excel u otro programa.
7. Supervisar y asegurar la correcta ejecución de los cierres contables.
8. Contabilización de pagos de clientes y a proveedores.

3. CARACTERÍSTICAS

Contar con la especialidad de Lic. en Administración de Empresas , experiencia en el negocio de la comercialización de hortalizas, conocer las características del producto, tener habilidades interpersonales de liderazgo, comunicación, organización y visión a futuro para fomentar el crecimiento de la empresa.

	MANUAL DE FUNCIONES	FECHA:	
		VERSIÓN:	1
	ENCARGADO DE PRODUCCIÓN	PAGINA:	2
		VIGENCIA	APROBACIÓN
		:	N

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: ENCARGADO DE PRODUCCIÓN

1. **ÁREA:** ADMINISTRATIVA
2. **CARGO AL CUAL REPORTAR:** ADMINISTRADOR CONTABLE
3. **CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN:** OPERARIOS
4. **NUMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA:** 0



I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	
1. OBJETIVO	
	mejorar y controlar las actividades operativas en de la empresa de zanahorias la "FIBROSA",
2. FUNCIONES.	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir los pedidos de zanahorias, material de empaque que los proveedores entregan en la empresa. 2. Supervisar la calidad de las zanahorias que los proveedores en la empresa. 3. Supervisar la calidad del producto final que se envía a los clientes. 4. Elaborar un cronograma de actividades de avisos de los pedidos que hay que entregar en el día con las especificaciones correspondientes para cada uno de ellos. 5. Hacer la programación de los viajes para cumplir adecuadamente con los pedidos. 6. Supervisar a los operarios
3. CARACTERÍSTICAS	
	El acreedor del cargo deberá contar con el título universitario en Administración de empresas, deberá contar con conocimientos de procesos de producción así mismo su proceso de conservación y empaque, es necesario que sea una persona responsable , organizada con habilidades interpersonales y de comunicación.



MANUAL DE FUNCIONES	FECHA:	
	VERSIÓN:	1
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	PAGINA:	3
	VIGENCIA:	APROBACIÓN

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: OPERARIO DE PRODUCCIÓN
1. ÁREA: OPERATIVA
2. CARGO AL CUAL REPORTAR: ADMINISTRADOR CONTABLE Y ENCARGADO DE PRODUCCIÓN
3. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: 0
4. NUMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0


I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO:
1. OBJETIVO
Elaborar los productos con calidad y responsabilidad en la empresa de zanahorias la "FIBROSA",
2. FUNCIONES.
1. Recibir los pedidos de zanahorias, material de empaque que los proveedores entregan en la empresa junto con el encargado de producción.
2. Selección de las zanahorias de acuerdo a los estándares de calidad de la empresa como: Frescura, Tamaño, Textura y Color.
3. Realizar la limpieza de las hortalizas a las características propias del producto.
4. Operar las maquinarias de corte gourmet conjuntamente con el encargado de producción.



5. Empacar las zanahorias con cortes gourmet en los envases correspondientes.
6. cargar los productos al vehículo de distribución.

3. CARACTERÍSTICAS

Tener conocimientos de las características del producto así como el proceso de producción, conservación y empaque con habilidades interpersonales.

	MANUAL DE FUNCIONES	FECHA:	
		VERSIÓN:	1
OPERARIO CHOFER		PAGINA:	4
		VIGENCIA:	APROBACIÓ N

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: OPERARIO CHOFER
1. ÁREA: OPERATIVA
2.CARGO AL CUAL REPORTAR: ADMINISTRADOR CONTABLE Y ENCARGADO DE PRODUCCIÓN
3. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: 0
4.NUMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0



I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO:
1. OBJETIVO
Transportar y realizar la distribución de los productos con eficiencia de la empresa de zanahorias la "FIBROSA", a los clientes.
2. FUNCIONES.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar el control y mantenimiento del vehículo de distribución. 2. Seguir el cronograma de actividades de entrega de pedidos. 3. decepcionar los pedidos de los clientes en el sitio real. 4. realizar el resguardo de la mercadería durante el viaje. 5. realizar el último control de calidad del producto puesto en lugar de entrega. 6. realizar el control de almacenes.
3. CARACTERÍSTICAS
Para este puesto el individuo deberá tener una licencia de conducir de serie (B)y (C), también debe tener conocimientos acerca del producto en cuanto a conservación y empaque .

6.4.3 RETO GOL

Para mejorar la atención a los clientes y mejorar el desempeño del trabajo necesitamos un ambiente ordenado en todo momento, por eso nos regiremos en la estrategia RETO GOL (Gestión, Orden, Limpieza)

Que se consiste en que cada trabajador deberá en su área de trabajo deberá tener oficina limpia, escritorio ordenado y limpio, los materiales de trabajo ordenados, todas estas tareas crean un ambiente ordenado donde incrementan los ánimos de trabajo. (BANCO FIE)



6.4 Procedimiento técnico – administrativos

6.5.1 Marco Legal

Para este capítulo tomamos las normas legales que nos avalan y tutelan para la constitución de la micro empresa PYCAAL.

Primeramente empezamos con la Constitución Política del Estado es importante adherirse a la ley madre centrándonos en el artículo 47 de la sección III (DERECHO AL TRABAJO Y AL EMPLEO) en el Capítulo Quinto (DERECHOS SOCIALES) que indica:

- i. Toda persona tiene derecho a dedicarse al comercio, la industria o a cualquier actividad lícita, en condiciones que no perjudiquen al bien colectivo.
- ii. Las trabajadoras y los trabajadores de pequeñas unidades productivas urbanas o rurales, por cuenta propia, y gremialistas en general, gozarán por parte del Estado de un régimen de protección especial, mediante una política de intercambio comercial equitativo y de precios justos para sus productos, así como la asignación preferente de recursos económicos financieros para incentivar su producción.
- iii. El Estado protegerá, fomentará y fortalecerá las formas comunitarias de producción.

Por otra parte, nuestros proveedores para proveernos insumos de buena calidad trabajan con estricto cumplimiento en torno a su estatuto orgánico.

Otra ley importante para tomar en este plan de negocio es el CODIGO DE COMERCIO que regula las relaciones jurídicas derivadas a la actividad comercial, también clasifica la naturaleza jurídica como sociedades; para nuestro caso de plan de negocio adoptaremos la naturaleza de Sociedad con Responsabilidad Limitada.



Art. 195.- (CARACTERISTICAS).- En las sociedades de responsabilidad limitada, los socios responden hasta el monto de sus aportes. (Arts. 304, 305, 400 C. de Comercio).

El fondo común está dividido en cuotas de capital que, en ningún caso, puede representarse por acciones o títulos valores.

Art. 196.- (NUMERO DE SOCIOS). La sociedad de responsabilidad limitada, no podrá tener más de veinticinco socios.

Art. 197.- (DENOMINACION O RAZON SOCIAL). La sociedad de responsabilidad limitada llevará una denominación o razón formada con el nombre de uno o algunos socios. A la denominación o a la razón social se le agregará: "Sociedad de Responsabilidad Limitada" o su abreviatura: "SRL", o, simplemente "Limitada" o la abreviatura "Ltda". Por la omisión de este requisito se la considerará como sociedad colectiva.

Art. 198.- (CAPITAL EN CUOTAS DE IGUAL VALOR). El capital social estará dividido en cuotas de igual valor que serán de cien pesos bolivianos o múltiplos de cien.

Art. 199.- (APORTES PAGADOS EN SU TOTALIDAD). En este tipo de sociedades, el capital social debe pagarse en su integridad, en el acto de constitución social.

Art. 200.- (APORTACIONES EN DINERO Y EN ESPECIE). Los aportes en dinero y en especie deben pagarse íntegramente al constituirse la sociedad. El cumplimiento de este requisito constará, expresamente, en la escritura de constitución y, en caso contrario, los socios serán solidaria e ilimitadamente responsables.

Los aportes consistentes en especie deben ser valuados antes de otorgarse la escritura constitutiva, conforme al artículo 158. (Art. 775 Código de Comercio).



Y además son concedores y promotores de la ley 3525 REGULACIÓN Y PROMOCION DE LA PRODUCCION AGROPECUARIA Y FORESTAL NO MADERABLE ECOLÓGICA. **TITULO I**

ASPECTOS GENERALES

CAPITULO I

DEL OBJETO Y ALCANCES DE LA LEY

Artículo 1.- (Objeto).

Declarar de interés y necesidad nacional la presente Ley que tiene por objeto: Regular, promover y fortalecer sosteniblemente el desarrollo de la Producción Agropecuaria y Forestal no Maderable Ecológica en Bolivia, la misma se basa en el principio que para la lucha contra el hambre en el mundo no solo basta producir más alimentos sino que estos sean de calidad, inocuos para la salud humana y biodiversidad, asimismo sean accesibles y estén al alcance de todos los seres humanos; y los procesos de producción, transformación, industrialización y comercialización no deberán causar impacto negativo o dañar el medio ambiente.

Artículo 2.- (Definición).

I. La Agropecuaria Ecológica, es la ciencia y el arte empleados con soberanía durante el proceso de producción agrícola, pecuaria, apícola, forestal y obtención de alimentos (sanos, nutritivos, inocuos a la salud humana, de calidad y de fácil acceso a toda la población, provenientes de especies domesticadas y sus parientes silvestres), incluida la transformación, industrialización y comercialización.

II. Recursos Forestales No Maderables, también denominado de Productos Forestales

No Maderables. La cosecha de dichos productos deberá ser la apropiada para las especies o grupos de especies, por lo que no deben poner en peligro la productividad o existencia de una especie o variedad, asimismo respetar la importancia del significado cultural y religioso del bosque y sus organismos para las comunidades locales indígenas.



III. Las fases de producción, transformación, industrialización y comercialización del citado proceso de producción eliminan ex - ante, durante y ex – post, todo tipo de insumos sintéticos como pesticidas, químicos concentrados, fertilizantes sintéticos, manipuleo de genomas, productos e insumos transgénicos u otros que dañen el medio ambiente, la salud humana o arriesguen la misma.

IV. Todos los procesos deberán responder a normas técnicas de producción ecológica y de calidad durante las fases de producción, cosecha, aprovechamiento, transformación, industrialización y comercialización, cuya certificación será realizada por entidades especializadas y reconocidas ante la autoridad nacional competente.

Artículo 3.- (Denominación de productos ecológicos).

A efectos de la presente Ley, adicionalmente a todo lo establecido en el artículo 2, se especifica la denominación de productos ecológicos a los siguientes:

- a) Productos provenientes del aprovechamiento racional y sostenible de la actividad agrícola, pecuaria, de los recursos forestales no maderables, del medio de vida silvestre vegetal y animal, (especies domesticadas y sus parientes silvestres), transformados y no transformados, tipificados como agrícola, animal y forestal no maderable ecológicos.
- b) Productos acuícolas transformados y no transformados, tipificados como ecológicos.
- c) Los productos destinados a la alimentación humana, compuestos esencialmente por uno o más ingredientes de origen vegetal y/o animal, tipificados como ecológicos.
- d) Insumos destinados a la producción ecológica: semillas, abonos, bioplaguicidas, control de malezas y otros tipificados como ecológicos.

Artículo 4.- (Ámbito de aplicación e interés público).



Se declara la producción ecológica de necesidad e interés público por los muchos beneficios que genera, se aplicará a todas las personas naturales y jurídicas que realicen actividades relacionadas a la producción ecológica como la producción, recolección silvestre, transformación, industrialización, comercialización, fabricación de insumos, así como la aplicación de la certificación requerida durante los citados procesos.

Artículo 5.- (Alcances de la Ley y su relación armónica con otras Normas y Convenios Internacionales).

La presente Ley se enmarca dentro de la Constitución Política del Estado, Leyes relacionadas a la actividad, acuerdos internacionales y otras normativas que permitan establecer los mecanismos de regulación, administración y control de la producción ecológica.

CAPITULO II

DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA

Artículo 6.- (Soberanía Alimentaria).

El sector agropecuario ecológico al ser productor de alimentos, tiene la responsabilidad de coadyuvar en las acciones tendientes a la seguridad alimentaria y soberanía alimentaria.

Artículo 8.- (Suscripción de Convenios Internacionales).

La suscripción de Convenios Internacionales en el marco de la producción ecológica deberá ser compatible con los objetivos, alcances y definición de la presente Ley y su Reglamento.

Asimismo citaremos a la protectora del medio ambiente la ley No. 1333

LEY DEL MEDIO AMBIENTE

PROMULGADA EL 27 de Abril de 1992

Publicada en la Gaceta Oficial de Bolivia el 15 de Junio 1992

REGLAMENTACION DE LA LEY Nº 1333

DEL MEDIO AMBIENTE



REGLAMENTO GENERAL DE GESTION AMBIENTAL
REGLAMENTO EN MATERIA DE CONTAMINACION HIDRICA
REGLAMENTO PARA ACTIVIDADES CON SUSTANCIAS PELIGROSAS
REGLAMENTO DE GESTION DE RESIDUOS SOLIDOS
REGLAMENTO DE PREVENCION Y CONTROL AMBIENTAL
LEY No. 1333

Por cuanto, el Honorable Congreso Nacional, ha sancionado la siguiente Ley:

EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL,

DECRETA:

LEY DEL MEDIO AMBIENTE

TITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

CAPITULO I

OBJETO DE LA LEY

ARTICULO 1º.- La presente Ley tiene por objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

ARTÍCULO 2º.- Para los fines de la presente Ley, se entiende por desarrollo sostenible el proceso mediante el cual se satisfacen las necesidades de la actual generación, sin poner en riesgo la satisfacción de necesidades de las generaciones futuras. La concepción de desarrollo sostenible implica una tarea global de carácter permanente.



ARTÍCULO 3º.- El medio ambiente y los recursos naturales constituyen patrimonio de la Nación, su protección y aprovechamiento se encuentran regidos por Ley y son de orden público.

ARTÍCULO 4º.- La presente Ley es de orden público, interés social, económico y cultural.

7 CONCLUSIONES

La comercialización de alimentos ecológicos en el mercado boliviano, ha generado un gran impacto en la alimentación de las personas, por el hecho de no contener compuestos químicos.

También esto nos dice que el gusto y las expectativas de las nuevas generaciones, han evolucionado y tiende a inclinarse más hacia los alimentos ecológicos.

Después de haber observado los antecedentes y demás información adjunta en el documento, llegamos a la conclusión de que si se llega a implementar el plan de negocios sería muy viable en el mercado boliviano y en otros mercados todo esto gracias a los niveles altos de preferencia a lo ecológico que existen en Bolivia y otros países.



8 BIBLIOGRAFÍA

- Córdoba, Vocalía de Alimentación. C.O.F. «<http://www.cofco.org/ficheros/zanahoria7.pdf>.»
<http://www.cofco.org/ficheros/zanahoria7.pdf>. 01 de febrero de 2000.
<http://www.cofco.org/ficheros/zanahoria7.pdf> (último acceso: 21 de Julio de 2016).
- Hernandez, Felix Ojeda. *Diccionario de Administracion de Empresas* . Buenos Aires : Claridad S.A., 2013.
- Loufatt, Enrique. *Administracion: Fundamentos del Proceso Administrativo*. Buenos Aires: Cengage Learning Argentina, 2012.
- Mankiw, N. Gregory. *Principios de la Economia*. Madrid: Paraninfo, 2007.
- Ossorio, Manuel. «Diccionario de Ciencias Juridicas, Politicas y Sociales.» En *Diccionario de Ciencias Juridicas, Politicas y Sociales*, de Manuel Ossorio, 609. Buenos Aires : Heliasta SRL, 2008.
- Sampieri, Roberto Hernandez. «justificacion de la investigacion.» En *Metodologia de la Investigacion*, de Roberto Hernandez Sampieri, 40 . Mexico D.F.: McGraw - Hill , 2014.
- Sampieri, Roberto Hernandez. «Metodologias de la Investigación.» En *Metodologias de la Investigación*, 34. Mexico D.F.: McGraw- Hill-Interamericana, 2014.
- Saroka, Raul H. *Organigramas Diseño e Interpretación*. Argentina: Ediciones Macchi, 1971.
- Wikipedia. «www.wikipedia.org.» www.wikipedia.org. 14 de Octubre de 2014.
https://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura_ecol%C3%B3gica (último acceso: 29 de Agosto de 2016).

9 ANEXOS

9.1 Imágenes de tipos de cortes



A1. Bastón:



A2. Mirepoix.



Gajos



Giratorio:



Juliana



Brounoise



A la jardinera



Château o torneado clásico



Macedonia:



Paisana:



Rodajas:



Chiffonade



Parmentier



Hilo o paja



Noisette:



ÍNDICE

1.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	1
1.1.	Planteamiento del problema	3
1.2.	Justificación	3
1.3.	Naturaleza de la empresa	4
1.4.	El concepto del negocio	5
1.5.	El producto y su generación de valor	5
1.5.1.	Social	6
1.5.2.	Ambiental	7
1.5.3.	Económico	7
1.6.	MISIÓN.....	7
1.7.	VISIÓN	7
1.8.	Valores y claves para su gestión empresarial	8
1.8.1	Valores.	8
1.8.2	Claves de gestión.	8



1.9.	Objetivos	9
1.9.1	Objetivo general.....	9
1.9.2	Objetivos específicos	9
1.10.	Estrategia competitiva.....	9
1.10.1.	Desarrollo de productos ecológicos.	9
1.10.2.	Precio.	9
1.11.	Estrategias empresariales.....	10
2.	MERCADO	10
2.1.	Producto mercadotécnico.....	10
2.1.1	Ecológico.	11
2.1.2	Gourmet.	11
2.2.	Consumidor	13
2.3.	Satisfacción de necesidades y/o deseos.....	13
2.3.1.	Inocuidad alimentaria.....	13
2.3.2.	Nutricional.....	13
2.3.3.	Medicinal.....	13
2.4.	Potencial de mercado	14
2.5.	Características del mercado meta	14
2.6.	La competencia.....	14
2.7.	Competencia directa	14
2.8.	Competencia indirecta.....	15
2.9.	Barreras de entrada	16
2.9.1.	Mínimo poder sobre redes de distribución	16
2.9.2.	Requisitos sanitarios y de calidad.....	16
2.10.	Segmentación de mercado	16
2.11.	Participación de mercado.....	16
2.12.	Metodología.....	16
2.13.	Población y muestra para estudio de mercado	17
2.13.1.	Fórmula para muestreo	17
2.13.2.	TABULADOS DE LAS ENCUESTAS.....	18
2.14.	Potencial de ventas	21
2.15.	Pronóstico de ventas.....	22



2.16.	Objetivos de marketing.....	23
2.17.	Estrategias de marketing (del producto o servicio del precio de la distribución de la promoción o publicidad).....	23
2.17.1.	La estrategia de ingreso.....	23
2.17.2.	El posicionamiento	23
2.17.3.	A lo largo del ciclo de vida del producto	24
2.18.	Matriz de diagnóstico F.O.D.A.....	25
3.	OPERACIONES (PRODUCCIÓN).....	25
3.1.	Diseño y desarrollo de producto	25
3.1.1.	Proceso de producción	25
3.1.2.	Tipo de proceso	25
3.1.3.	Descripción detallada de fases y tareas por puestos	26
3.1.4.	1ra etapa. (Recepción de insumo de Zanahorias)	26
3.1.5.	2da Etapa. (Pelado y lavado de las zanahorias).....	26
3.1.6.	3ra Etapa. (Proceso del corte gourmet).....	26
3.1.7.	Tipos de cortes.	27
3.1.8.	4ta Etapa. (Control y Empacado del producto final)	31
3.1.9.	5ta Etapa. (Distribución).....	31
3.2.	Descripción técnica y funcional del producto.....	31
3.2.1.	Envase	31
3.2.2.	Etiqueta	31
3.3.	Diagramas de procesos.....	32
3.4.	Diagrama de flujo.....	33
3.5.	Personal de operaciones.....	34
3.5.1.	Maquinas vehículos.....	34
3.6.	Materias primas	35
3.7.	Programación de la producción.....	36
3.8.	La planta	36
3.8.1.	Principales características	36
3.8.2.	Ubicación de la planta.....	37
4.	FINANZAS	37
4.1.	Presupuesto de inversión.....	38



4.1.1.	Inversión fija	38
4.1.2.	Capital de trabajo	38
4.2.	Presupuesto de operaciones	39
4.2.1.	Costos de Producción.....	43
4.1.2	Gastos Administrativos.....	44
4.1.3	Gastos de Distribución.....	45
4.1.4	Gastos Legales.....	45
4.2	Costo unitario y Precio de Venta.....	46
4.3	Punto de equilibrio.....	46
4.4	Financiamiento.....	46
4.5	Flujo de caja	47
4.6	Evaluación financiera.....	48
4.7	Anexos financieros	48
5	SUPUESTOS Y ESCENARIOS	48
5.1.	Supuestos sobre ventas.....	48
6	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA LEGAL	49
6.1	Registro legal	49
6.2	Organización empresarial	49
6.2.2	Organigrama.....	49
6.3	Personal.....	51
6.4.1	Manual de operaciones	51
6.4.2	Manual de Funciones.....	55
6.4.3	RETO GOL	60
6.4	Procedimiento técnico – administrativos.....	61
6.5.1	Marco Legal.....	61
7	CONCLUSIONES.....	67
8	BIBLIOGRAFÍA	68
9	ANEXOS	68
9.1	Imágenes de tipos de cortes.....	68