

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**  
**ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**Proyecto De Grado**

**Plan de Negocio para Café Don Peki en el Municipio de Porvenir**

**Postulantes:** Daniela Mollinedo Condori

Xiomara Anahi Claire Quispe

**Tutora:** Mgr. Solange V. Murillo Moscoso

Cobija - Pando - Bolivia

2025

## Dedicatoria

Dedico este proyecto de grado a Dios, por ser mi guía y fortaleza en este camino, ayudándome a alcanzar uno de mis más profundos anhelos.

A mis padres, Igberto Mollinedo Padilla y Esperanza Condori Olivera, por su incondicional apoyo y confianza en mí. Agradezco profundamente los valores que me han transmitido, su amor constante y los sacrificios que han hecho. Su ejemplo de superación y humildad me ha enseñado a apreciar lo que tengo y me ha guiado en mi camino, permitiéndome alcanzar este logro y ser quien soy hoy.

A mis hermanos: Griselda (+), Ariel, Jhady y Jhesmi por su amor, apoyo y complicidad incondicional. Su presencia en mi vida ha sido una fuente constante de motivación y alegría. Gracias por compartir risas, sueños y desafíos en este camino. Este proyecto es para ustedes, quienes siempre han estado a mi lado, animándome a seguir adelante. A mis queridos sobrinos Gael y Grisel.

Este documento refleja el esfuerzo conjunto de todas las personas cercanas a mí que han contribuido y apoyado este sueño, haciendo posible su realización con éxito.

**Daniela Mollinedo Condori**

## Dedicatoria

Dedicado primeramente a Dios, fuente de fortaleza en cada etapa de mi vida. Sin Su guía y sabiduría, este logro no habría sido posible.

A mis queridos padres y hermanos,

Este proyecto representa no solo un esfuerzo personal, sino un viaje compartido lleno de sacrificio y perseverancia. Ustedes han sido mis motivadores en los momentos de duda y mis celebradores en los momentos de triunfo.

Agradezco a mis padres por inculcarme valores fundamentales, me enseñaron que los sueños son alcanzables si se persiguen con dedicación y amor.

A mis hermanos, por ser mis compañeros de vida y por recordarme que cada desafío enfrentado juntos han enriquecido mi experiencia y me han impulsado a ser mejor.

Espero que este proyecto sirva de inspiración no solo para mí, sino también para todos ustedes, y que juntos sigamos soñando y alcanzando nuevas metas.

Con amor y gratitud, les dedico este Proyecto, con la esperanza de que refleje el esfuerzo colectivo que hemos compartido.

**Xiomara Anahi Claire Quispe**

## Agradecimiento

El agradecimiento de este proyecto de grado se dirige, en primer lugar, a Dios, por bendecir mi vida y guiarme a lo largo de mi camino, siendo mi apoyo y fortaleza en los momentos difíciles.

A mis padres, Igberto y Esperanza, así como a mis hermanos y sobrinos, les agradezco por ser los principales impulsores de mis sueños y por desear siempre lo mejor para mí. Su apoyo y consejos incondicionales han sido fundamentales.

Extiendo mi gratitud a mi tutora de Proyecto de Grado, la Msc. Solange Verusca Murillo Moscoso, por su orientación no solo en la elaboración de este trabajo, sino a lo largo de toda mi carrera universitaria. Su apoyo ha sido clave para mi desarrollo profesional y la formación de mis valores.

A la Universidad Amazónica de Pando, le agradezco por permitirme cerrar una etapa importante de mi vida, así como por la paciencia y orientación brindadas en el desarrollo de esta investigación.

Finalmente, agradezco de corazón a todos mis familiares y docentes que, de manera desinteresada, me apoyaron. Su ayuda, buena voluntad y apoyo moral me han permitido avanzar con dedicación y cariño. A todos quienes contribuyeron con su granito de arena para lograr esta meta, les doy mi más sincero agradecimiento.

Daniela Mollinedo Condori

## Agradecimiento

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento, comenzando por Dios, quien ha sido la guía y fortaleza en cada paso de mi vida. Con profunda gratitud me dirijo también a quienes han sido pilares invaluable en este viaje académico. Sus contribuciones y apoyo han sido determinantes para el desarrollo y culminación de esta fase en mi vida.

Empezando por mi familia, mi Mama Susana Quispe Ch. quien siempre ha estado a mi lado. ha sido un pilar en mi vida, Mi Padre Javier C. Claire R. por su orientación y comprensión en esta etapa de mi vida, Mi hermano mayor Ayrton P. Claire Q., le agradezco profundamente por siempre apoyarme y asegurar que yo pudiera seguir adelante, es un acto de amor que jamás olvidaré, A mis hermanos Jhannina J. Claire Q. y Alan I. Claire Q., gracias por su apoyo moral. Sus palabras de ánimo en los momentos difíciles han sido un gran impulso para mí.

Expreso mi gratitud a la Msc. Solange Verusca Murillo Moscoso, tutora del Proyecto de Grado, por su orientación no solo en la elaboración de este trabajo, sino a lo largo de toda mi formación Universitaria. Su apoyo ha sido clave para mi desarrollo profesional.

A la Universidad Amazónica de Pando, le agradezco por ofrecerme la oportunidad de cerrar una etapa importante de mi vida, así como la orientación brindada en el desarrollo de esta investigación.

Agradezco sinceramente a todos los familiares y docentes que, de manera desinteresada, me apoyaron. Su ayuda, buena voluntad y apoyo moral han sido esenciales para avanzar. A todos los que contribuyeron con su granito de arena para alcanzar esta meta, les expreso mi más sincero agradecimiento.

Para finalizar A mí, por ser resiliente. A pesar de los numerosos obstáculos que se han presentado en mi camino, siempre he encontrado la manera de seguir adelante y culminar con éxito la meta propuesta.

Xiomara Anahi Claire Quispe

## Índice

CÁPITULO 1	1
1. ANTECEDENTES	1
2. DESCRIPCIÓN DE PROBLEMA	3
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
4. JUSTIFICACIÓN	5
5. OBJETIVO	6
5.1. Objetivo General	6
5.2. Objetivo específico	6
6. MARCO CONCEPTUAL	7
6.1. Asociación	7
6.2. Café artesanal	7
6.3. Cliente objetivo:	7
6.4. Comercialización:	7
6.5. Consumidor:	7
6.6. Coste o Costo:	8
6.7. Demanda	8
6.8. Empresa	8
6.9. Estudio de mercado	8
6.10. Evaluación financiero	8
6.11. Flujo de caja:	8
6.12. Flujo grama	9
6.13. Gastos Administrativos:	9
6.14. Marketing	9
6.15. Mercado:	9
6.16. Oferta	9
6.17. Organigrama	9
6.18. Plan de Negocio	10
6.19. Potencial de mercado	10
6.20. Precio:	10
6.21. Procedimiento	10

6.22.	Producción:	10
6.23.	Producto:	10
6.24.	Punto de equilibrio:	11
6.25.	Recursos humanos	11
6.26.	Rentabilidad:	11
6.27.	Segmentación de mercado	11
6.28.	Venta:	11
7.	METODOLOGÍA	12
7.1.	Tipo de estudio	12
7.2.	Enfoque de investigación	12
7.3.	Métodos de investigación	12
7.3.1.	Analítico	12
7.3.2.	Descriptivo	12
7.4.	Población y muestra	12
7.4.1.	Población	12
7.4.2.	Muestra	16
7.5.	Técnicas de recolección de datos	17
7.5.1.	Documentación	18
7.5.2.	Entrevista	18
7.5.3.	Encuesta	18
CAPÍTULO 2		19
8.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	19
8.1.	Naturaleza de la empresa	19
8.1.1.	Tipo de organización	19
8.1.2.	Sector	19
8.1.3.	Rubro	19
8.1.4.	Tamaño	19
8.2.	Concepto del negocio	20
8.3.	El producto y su generación de valor	20
8.4.	Misión y visión	20
8.4.1.	Misión	20

8.4.2.	Visión	20
8.5.	Valores y Clave de gestión	21
8.5.1.	Claves de gestión	21
9.	MERCADO	23
9.1.	Producto mercadotécnico	23
9.1.1.	Consumidor específico	24
9.1.2.	Satisfacción de necesidades y/o deseos	25
9.1.3.	Propuesta de valor	26
9.2.	Potencial de mercado	26
9.2.1.	La competencia	27
9.2.2.	Barreras de entrada y de salida	28
9.2.2.1.	Barrera de entrada	28
9.2.2.2.	Barrera de salida	29
9.3.	Segmentación del mercado	29
9.3.1.	Potencial de venta	31
9.3.2.	Pronóstico de venta	31
9.3.2.1.	Determinación del precio de venta	31
9.3.2.2.	Proyecciones de venta	38
9.4.	Cliente objetivo	38
9.4.1.	Análisis de la Oferta y Demanda	38
9.4.1.1.	Oferta	39
9.4.1.2.	Demanda	39
9.5.	Estrategia de marketing	39
9.5.1.	Producto	40
9.5.1.1.	Logotipo	40
9.5.1.2.	Slogan	41
9.5.1.3.	Envase	41
9.5.1.4.	Presentación y diseño de la Etiquetas	44
9.5.2.	Análisis FODA	49
9.5.3.	Precio	49
9.5.4.	Plaza	49

9.5.5. Promoción	50
10. OPERACIONES	52
10.1. Diseño y desarrollo de producto/servicio	52
10.1.1. Descripción técnica y funcional del producto.	52
10.1.1.1. Descripción técnica y funcional del producto.	52
10.1.2. Características de la calidad del producto	53
10.2. Proceso de producción	54
10.2.1. Proceso de producción de café Don Peki	54
10.2.1.1. Proceso de producción de café artesanal	54
10.2.2. Tipo de proceso	55
10.2.2.1. Flujograma de proceso de producción de café	55
10.2.3. Descripción detallada de fases y tareas por puesto	56
10.2.3.1. Descripción detallada de fases de las tareas que realizan un trabajador por cada proceso de producción.	56
10.3. Máquina, equipos, vehículo, otros similares.	60
10.3.1. Máquina, equipos, vehículo, otros semiliares del proceso de producción de café Don Peki	60
10.3.2. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción.	62
10.3.2.1. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de las maquinas.	62
10.3.2.2. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de los equipos.	63
10.3.2.3. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de las herramientas.	64
10.3.2.4. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales del vehículo.	67
10.4. Insumos	67
10.4.1. Descripción específica técnica, característica de calidad de los insumos	68
10.4.2. Proveedores	69
10.5. Planta: cálculo de la capacidad de producción, localización y distribución de planta	69

10.5.1.	Planta: Cálculo de la capacidad de producción	69
10.5.2.	Localizada y distribución de planta	70
10.5.2.1.	Macro localización	70
10.5.3.	Distribución de la pequeña empresa	71
CAPÍTULO 3		73
11.	FINANZAS	73
11.1.	Presupuesto de inversión	73
11.1.1.	Presupuesto de inversión total	73
11.1.1.1.	Presupuesto de inversión fija	74
11.1.1.2.	Presupuesto de inversión variable	74
11.1.1.3.	Presupuesto de inversión diferida	74
11.1.2.	Presupuesto de costo total	74
11.1.2.1.	Presupuesto de costo fijo	75
11.1.2.2.	Presupuesto de costo variable	75
11.2.	Presupuesto de operaciones	75
11.2.1.	Presupuesto de Inversiones	76
11.2.1.1.	Presupuesto de Inversión inicial	76
11.2.1.2.	Presupuesto de inversión infraestructura	76
11.2.1.3.	Presupuesto de inversión de maquinaria y equipo	77
11.2.1.4.	Presupuesto de inversión de herramienta	77
11.2.1.5.	Presupuesto de inversión de transporte	78
11.2.1.6.	Presupuesto de inversión de marketing y ventas	78
11.2.1.7.	Presupuesto de inversión legal	78
11.2.2.	Presupuesto de costo	79
11.2.2.1.	Presupuesto de costos de insumos y empaque	79
11.2.2.2.	Presupuesto de costos de sueldos y salarios	80
11.2.2.3.	Presupuesto de costos suministros	81
11.2.2.4.	Depreciación de activos	81
11.3.	Financiamiento	82
11.4.	Resumen de Costos e Ingresos	84
11.4.1.	Resumen de Costos	84

11.4.2.	Resumen de ingresos	85
11.5.	Estado de resultados	86
11.6.	Flujo de caja	87
11.7.	Evaluación financiera	88
12.	SUPUESTOS Y ESCENARIOS	89
12.1.	Supuestos de escenario pesimista	89
12.2.	Supuestos escenario optimista	91
CAPITULO 4		94
13.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL	94
13.1.	Registro legal	94
13.2.	Organización empresarial	96
13.3.	Personal y procedimientos técnicos administrativos	97
14.	FUENTES DE INFORMACIÓN	102
14.1.	Fuentes Internas	102
14.2.	Fuentes Externas	102
CAPITULO 5		103
15.	Conclusiones y recomendaciones	103
15.1.	Conclusiones	103
15.2.	Recomendaciones	104
Referencia		105
Anexos		109

## Índice de tablas

Tabla 1. Proyecciones de Población por Provincia del Departamento de Pando	13
Tabla 2. Proyecciones de Población por Municipios de la Provincia Nicolas Suarez	14
Tabla 3. <i>Promedio de producción de café en estado de oro verde</i>	32
Tabla 4. <i>Resumen Técnico de Producción y Rendimiento de Café Robusta – De Plantación a Café Oro</i>	32
Tabla 5. <i>Costo de café molido (Expresado en Bolivianos)</i>	34
Tabla 6. <i>Costo Unitario de Producción en (Bs/kg y g) (Expresado en Bolivianos)</i>	35
Tabla 7. <i>Detalle de Costos por Tipo de Presentación de Café (Expresados en Bolivianos)</i>	35
Tabla 8. <i>Desglose de Producción de Café en Oro por Presentación de Producto (Expresado en Bolivianos)</i>	37
Tabla 9. <i>Proyección de Demanda, Oferta, Demanda Insatisfecha y Capacidad Productiva de Café Don Peki</i>	38
Tabla 10. <i>Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 1 del proceso de producción de café artesanal</i>	56
Tabla 11. <i>Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 2 del proceso de producción de café artesanal</i>	56
Tabla 12. <i>Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 3 del proceso de producción de café artesanal</i>	57
Tabla 13. <i>Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 4 del proceso de producción de café artesanal</i>	58
Tabla 14. <i>Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 5 del proceso de producción de café artesanal</i>	58
Tabla 15. <i>Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 6 del proceso de producción de café artesanal</i>	59
Tabla 16. <i>Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de las maquinas</i>	62
Tabla 17. <i>Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de los equipos</i>	63
Tabla 18. <i>Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de las herramientas.</i>	64

Tabla 19. <i>Los insumos para la producción y comercialización de café Don Peki (Expresado en bolivianos)</i>	67
Tabla 20. <i>Descripción técnica y las características del envase</i>	68
Tabla 21. <i>Descripción técnica y las características de la etiqueta en adhesivo</i>	68
Tabla 22. <i>Inversión Total (Expresados en Bolivianos)</i>	73
Tabla 23. <i>Composición de la inversión fija del proyecto Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	74
Tabla 24. <i>Composición de la inversión variable del proyecto Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	74
Tabla 25. <i>Composición de la inversión diferida del proyecto Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	74
Tabla 26. <i>Presupuesto de costo total (Expresado en Bolivianos)</i>	75
Tabla 27. <i>Presupuesto de costo fijo (Expresado en Bolivianos)</i>	75
Tabla 28. <i>Presupuesto de costo variable (Expresado en Bolivianos)</i>	75
Tabla 29. <i>Detalle de la inversión inicial en plantines para Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	76
Tabla 30. <i>Detalle de la inversión infraestructura para Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	76
Tabla 31. <i>Detalle de Presupuesto de inversión de maquinaria y equipo de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	77
Tabla 32. <i>Detalle de Presupuesto de inversión de herramienta de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	77
Tabla 33. <i>Detalle de Presupuesto de inversión de transporte de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	78
Tabla 34. <i>Detalle de Presupuesto de inversión de Marketing y Ventas de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	78
Tabla 35. <i>Detalle de Presupuesto de inversión de Legal de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)</i>	78
Tabla 36. <i>. Detalle de Presupuesto de costos de insumos y empaque (Expresado en Bolivianos)</i>	79

Tabla 37. <i>Detalle de Presupuesto de costos de sueldos y salarios (Expresado en Bolivianos)</i>	80
Tabla 38. <i>Detalle de Presupuesto de inversión de suministro (Expresado en Bolivianos)</i>	81
Tabla 39. <i>Depreciación de activos (Expresado en Bolivianos)</i>	81
Tabla 40. <i>Resumen de inversión (Expresado en Bolivianos)</i>	82
Tabla 41. <i>Financiamiento del negocio (Expresado en Bolivianos)</i>	82
Tabla 42. <i>Condiciones de crédito (Expresado en Bolivianos)</i>	82
Tabla 43. <i>Amortización de capital (Expresado en Bolivianos)</i>	82
Tabla 44. <i>Resumen de costos (Expresados en Bolivianos)</i>	84
Tabla 45. <i>Resumen de ingresos (Expresados en Bolivianos)</i>	85
Tabla 46. <i>Estado de resultados (Expresados en Bolivianos)</i>	86
Tabla 47. <i>Flujo de caja (Expresado en Bolivianos)</i>	87
Tabla 48. <i>Indicador financiero (Expresado en Bolivianos)</i>	88
Tabla 49. <i>Flujo de Caja de supuesto escenario pesimista (Expresado en Bolivianos)</i>	90
Tabla 50. <i>Evaluación financiero supuesto escenario pesimista (Expresados en Bolivianos)</i>	91
Tabla 51. <i>Flujo de Caja de supuesto escenario optimista (Expresado en Bolivianos)</i>	92
Tabla 52. <i>Evaluación financiero supuesto 2 (Expresados en Bolivianos)</i>	93
Tabla 53. <i>Perfil del Puesto – Gerente Propietario</i>	97
Tabla 54. <i>Perfil del Puesto – Área de Producción</i>	98
Tabla 55. <i>Perfil del Puesto – Área de Producción</i>	99
Tabla 56. <i>Perfil del Puesto – Área de Producción</i>	100
Tabla 57. <i>Perfil del Puesto – Área de Marketing y Comercialización</i>	101
Tabla 58. <i>Ficha bibliográfico del libro Marketing</i>	114
Tabla 59. <i>Ficha bibliográfico del libro Fundamentos del Marketing</i>	114
Tabla 60. <i>Ficha bibliográfico del libro Evaluación Financiera Lean-Six Sigma</i>	115

## Índice Figura

<i>Figura 1.</i> Porcentaje de las proyecciones (2012-2022), habitantes por Provincia del Departamento de Pando	14
<i>Figura 2.</i> Porcentaje de las proyecciones (2012-2022), habitantes por Municipios de la Provincia Nicolás Suarez	15
<i>Figura 3.</i> Percepción sobre el criterio al elegir un café	23
<i>Figura 4.</i> Frecuencia de consumo de café entre los encuestados	24
<i>Figura 5.</i> Preferencias de compra de café entre los encuestados	25
<i>Figura 6.</i> Resultados de la encuesta sobre la satisfacción de deseos con café local versus café convencional	26
<i>Figura 7.</i> Interés por el café local en los últimos años.	27
<i>Figura 8.</i> Conocimiento de Marcas de Café entre los Encuestados	28
<i>Figura 9.</i> Distribución del sexo de los encuestados	29
<i>Figura 10.</i> Público objetivo según edades	30
<i>Figura 11.</i> Logo de Café Don Peki	40
<i>Figura 12.</i> Modelo de envase en Bolsa Zipper con cierre hermético de café tostado molido 200 y 250 gramos	42
<i>Figura 13.</i> Modelo de envase en Bolsa Zipper con cierre hermético de café grano 500 gramos	43
<i>Figura 14.</i> Modelo de envase en Bolsa Zipper con cierre hermético de café molido con azúcar 200 gramos.	44
<i>Figura 15.</i> Diseño de etiqueta en la presentación Café artesanal molido de 200 g	46
<i>Figura 16.</i> Diseño de etiqueta en la presentación Café artesanal molido de 250 g	47
<i>Figura 17.</i> Diseño de etiqueta en la presentación Café artesanal en grano de 500g	48
<i>Figura 18.</i> Análisis FODA	49
<i>Figura 19.</i> Canales de Comercialización del Café en Cobija	50
<i>Figura 20.</i> Tipo de promoción para incentivar la compra de café.	51
<i>Figura 21.</i> Descripción técnica del producto	52
<i>Figura 22.</i> Descripción funcional del producto	53
<i>Figura 23.</i> Flujoograma de proceso de producción de café	55
<i>Figura 24.</i> Mapa del Departamento de PANDO, con sus cinco provincias	70

Figura 25. Plano del proceso de producción.	71
Figura 26. Organigrama	96
<i>Figura 27.</i> Realización de encuesta por la postulnte Daniela Mollinedo Condori	116
Figura 28. Realización de encuesta por la postulante Xiomara Anahi Claire Quispe	116

## Resumen

Este proyecto de grado tiene como objetivo la elaboración de un plan de negocio para la Microempresa Café Don Peki, ubicada en el municipio de Porvenir. El propósito principal es establecer una estructura organizativa sólida que optimice la gestión administrativa, financiera y legal de la microempresa, cuyo principal desafío radica en la falta de una estructura empresarial adecuada. En este sentido, el proyecto busca responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores técnicos, administrativos, financieros y legales deben considerarse para el desarrollo del Plan de Negocio para Café Don Peki en el Municipio de Porvenir? La metodología empleada es de tipo exploratorio, con un enfoque cuantitativo y el uso de los métodos analíticos y descriptivos. Se trabajó con una muestra representativa de 381 personas, seleccionadas mediante muestreo probabilístico estratificado, de una población de 49.621 habitantes de entre 18 y 60 años. Las técnicas de recolección de datos incluyen documentación, entrevistas y encuestas. En términos económicos y financieros, los resultados obtenidos indican que las operaciones del fondo de inversión son significativas, con un monto total de 143.260 Bs. La microempresa unipersonal presenta indicadores financieros favorables, destacando una tasa interna de retorno del 48%, superando ampliamente la tasa mínima aceptable, y un valor actual neto de 141.682 Bs, lo que demuestra que la inversión es viable y rentable, asegurando el crecimiento y desarrollo de Café Don Peki.

### **Palabras claves:**

Estructura organizativa

Café artesanal

## Abstrac

This project aims to develop a business plan for the Microcompany Café Don Peki, located in the municipality of Porvenir. The main purpose is to establish a solid organizational structure that optimizes the administrative, financial and legal management of microenterprises, whose main challenge lies in the lack of an adequate business structure. In this sense, the project seeks to answer the following research question: What technical, administrative, financial and legal factors should be considered for the development of the Business Plan for Café Don Peki in the Municipality of Porvenir? The methodology employed is exploratory, with a quantitative approach and the use of analytical and descriptive methods. It worked with a representative sample of 381 people, selected through stratified probabilistic sampling, from a population of 49,621 inhabitants between 18 and 60 years old. Data collection techniques include documentation, interviews and surveys. In economic and financial terms, the results obtained indicate that the operations of the investment fund are significant, with a total amount of 143.260 Bs. The unipersonal microenterprise presents favorable financial indicators, highlighting an internal rate of return of 48%, greatly exceeding the minimum acceptable rate, and a net current value of 141.682 Bs, which demonstrates that the investment is viable and profitable, ensuring the growth and development of Café Don Peki.

Keywords:

Organizational structure

Artisanal coffe

## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de grado tiene como finalidad el desarrollo de un plan de negocio para Café Don Peki, situada en el municipio de Porvenir. El objetivo primordial de este proyecto es establecer una estructura organizativa que optimice la gestión administrativa, financiera y legal de la microempresa, propiciando así un crecimiento sostenible y un impacto positivo en la economía local.

La microempresa enfrenta un problema fundamental: la falta de una adecuada estructuración empresarial, lo que ha limitado su capacidad para operar de manera eficiente. Este desafío surgió de la urgencia por lanzar el negocio a nivel regional y nacional, sumado a la falta de conocimiento sobre la importancia de una gestión empresarial adecuada. Por ello, el plan de negocio se enfoca en la creación de un marco integral que abarque los aspectos financieros, administrativos, operativos y legales, lo cual permitirá a la empresa aprovechar sus fortalezas y oportunidades en el mercado del café artesanal.

El análisis de mercado realizado en el plan identifica las necesidades del cliente, evalúa la competencia y define tanto oportunidades como amenazas. Se plantean estrategias de marketing y operativas orientadas a maximizar la eficiencia operativa y la rentabilidad mediante la optimización de recursos, la reducción de costos y la mejora de la calidad del producto. Asimismo, se implementarán estrategias de marketing efectivas para aumentar la visibilidad de la marca y fomentar la fidelización de clientes, creando una experiencia de compra distintiva.

La elaboración de este plan de negocios ha definido una ruta estratégica y metas concretas que facilitarán el crecimiento y consolidación de la microempresa unipersonal Café Don Peki. Con un enfoque en la mejora continua y la capacidad de adaptación a las demandas del mercado, se proyecta que la entidad alcance un desarrollo sostenido y genere un impacto positivo en la comunidad local. Asimismo, el plan contempla la diversificación de productos vinculados al café artesanal, lo que permitirá a Café Don Peki no solo captar nuevos consumidores, sino también ampliar su presencia en el sector. Se prevé que la puesta en marcha de esta estrategia fortalezca su posicionamiento a nivel nacional, mejorando su competitividad y aportando al progreso económico de la región.

La inversión inicial requerida para establecer Café Don Peki se ha estimado en 143.260 Bs. Este monto contempla la adquisición de activos fijos, como despulpadoras de café, hornos, molinos y otros equipos esenciales para el funcionamiento del negocio. Además, incluye gastos destinados a infraestructura, capacitación del personal y campañas de marketing, todos ellos fundamentales para el lanzamiento exitoso del proyecto. El financiamiento de esta inversión se estructurará mediante un aporte propio del 70% y un crédito del 30%.

El TIR del proyecto se ha estimado en un 48%. Este indicador sugiere que la rentabilidad de la inversión es significativamente alta, lo que respalda la viabilidad del proyecto y su capacidad para generar beneficios en el futuro. Una TIR superior al costo de capital indica que el proyecto no solo es rentable, sino que también ofrece un retorno atractivo para los inversionistas.

El VAN calculado para el proyecto es de 141.682 Bs. Este valor positivo indica que los ingresos esperados superan los costos y la inversión inicial, lo que refuerza la decisión de llevar a cabo el proyecto.

Asimismo, la relación beneficio/costo RBC es de 1,99 Bs, lo cual significa que por cada boliviano invertido se obtiene un retorno de 1,99 bolivianos. Este resultado indica que el proyecto es una relación favorable, ya que debe ser mayor a 1 para que el proyecto sea rentable.

## CÁPITULO 1

### 1. ANTECEDENTES

Según la organización internacional de café menciona que “la historia empieza en el Cuerno de África, en Etiopía, donde el cafeto tuvo su origen probablemente en la provincia de Kaffa” (párr.3), de ahí tomo su nombre el café.

Según la revista colombiana de Cardiología, menciona que “El café es una bebida de carácter universal que se consume en todos los países del mundo”, por el cual “El café es uno de los productos básicos del mundo que más se comercia”, así mismo indica que “se produce en más de 50 países y proporciona un medio de vida a más de 25 millones de familias caficultoras en el mundo entero” (cardiología, 2005, p. 357).

Por otra parte Alonso K. (2022) se refiere que “el 01 de octubre se celebra el Día Internacional del Café, con el objetivo de rendir homenaje al café, una de las bebidas más consumidas y populares del mundo” (párr. 16).

El café es uno de los productos agrícolas más comercializados y consumidos a nivel mundial. Países como Brasil, Colombia y Vietnam son líderes en la producción y exportación de café, con Brasil destacándose como el principal exportador global. La industria del café no solo es vital para la economía de estos países, sino que también es un componente importante de la cultura y el patrimonio de las regiones cafetaleras. En el ámbito internacional menciona Orus (2024) que en el 2023, “Brasil envió café a otros países por un valor de aproximadamente

7.351 millones de dólares estadounidenses. De esta forma, el Estado sudamericano se convirtió, un año más, en el principal exportador de café del mundo” (párr. 1).

El autor resalta que el café es una bebida agradable para el paladar humano. De la misma manera, el cultivo y la exportación de café son actividades económicas cruciales para varios países.

En Bolivia, según Baldivieso (2022), “la producción de café está concentrada principalmente en las provincias de Caranavi Nor y Sud Yungas 96% del departamento de La Paz, así como en algunas regiones de Santa Cruz 3% y Cochabamba 1%” (párr. 8). La variedad

predominante es el café arábica, y la producción ha mostrado un crecimiento significativo en ciertos municipios como Porvenir, Filadelfia, Bella Flor, Santa Rosa y Bolpebra, donde Café Don Peki también opera. Asimismo, se menciona en un documento la Unidad de Análisis Político Económico Internacional - DGACI – VCEI que la producción de café en Bolivia se concentra en los departamentos y provincias mencionadas.

En términos de exportación, Bolivia exportó café por un valor significativo en el año 2022, siendo uno de los productos destacados en su oferta de exportación. Este contexto nacional proporciona a la asociación un mercado interno robusto y oportunidades para expandirse en mercados internacionales.

Finalmente la revista publiagro indica en su página web el 2023 que la zafra “inició en 5 municipios con la mayor producción en Porvenir, Filadelfia, Bella Flor, Santa Rosa y Bolpebra” (párr. 3), Asegurando que la “producción de café se incrementa año tras año, comenzando con 850 quintales, luego 1200, y se proyecta alcanzar entre 3000 y 3200 quintales en toda la región durante esta zafra” (párr.8). Pando en la actualidad se está destacando por incrementar la producción de café ya que será beneficioso económicamente para la región, Café Don Peki juega un papel crucial en este panorama, participando activamente en la producción y comercialización de café artesanal.

## 2. DESCRIPCIÓN DE PROBLEMA

El presente proyecto de grado tiene como objeto de estudio la elaboración de un plan de negocio para Café Don Peki.

El origen del problema en Café Don Peki se debe a que carece de una estructuración empresarial adecuada. Esta situación surge debido a la urgencia por lanzar el negocio y a la falta de conocimiento sobre la importancia de estos aspectos en la gestión empresarial.

De esta manera se puede mencionar que las causas fundamentales de este problema son la falta de conocimiento de los aspectos administrativos, financieros y legales en la gestión empresarial por parte del propietario, quienes la conformaron de manera empírica. Estas causas señaladas traen como efecto una desorganización operativa que afecta la eficiencia y coordinación, provocando confusión en roles, responsabilidades y dificultades en la toma de decisiones. Por otro lado, el desconocimiento de aspectos administrativos, financieros y legales puede llevar a una gestión deficiente de los recursos, problemas financieros por una mala administración del presupuesto y riesgos legales debido al incumplimiento de normativas, afectando la estabilidad y sostenibilidad.

En el contexto dentro del rubro del café informa el viceministro de Comercio Exterior e Integración, Benjamín Blanco, que a septiembre de 2023, “el país logró exportar café boliviano por un monto de \$us 7,7 millones” (párr.1), por el Canal ATB Digital, así como también según el periódico la Razón por Dalence A. (2024) menciona que ya “terminó la construcción de la Planta Procesadora de Café en el municipio de Filadelfia, departamento de Pando” (párr. 1). Estos acontecimientos representan pasos cruciales para fortalecer y diversificar la economía del país, generando empleo y fomentando el desarrollo económico en las regiones cafetaleras, en última instancia, contribuyendo al bienestar general de Bolivia.

Es relevante señalar que Café Don Peki pertenece a una asociación. Este plan de negocio se centra en la producción y comercialización de café.

Finalmente se considera un problema la falta de una estructura administrativa, económica, financiera y legal sólida. Esta deficiencia impide que Café Don Peki se consolide de manera efectiva como una entidad empresarial en el mercado. La ausencia de una base organizativa

sólida limita no solo su capacidad para operar eficientemente, sino también su potencial para competir y crecer. Establecer una estructura sólida es esencial para garantizar la viabilidad y el éxito Café Don Peki en el entorno empresarial.

El no contar con un plan de negocio para Café Don Peki representa un problema porque no hay una ruta definida para el desarrollo del negocio, no tiene estrategias claras y definidas para enfrentar problemas en un determinado tiempo.

### **3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Qué factores técnicos, administrativos, financieros y legales se debe considerar para la elaboración del Plan de Negocio de Café Don Peki en el Municipio de Porvenir?

#### **4. JUSTIFICACIÓN**

Este plan de negocios se centra exclusivamente en la producción y comercialización del café. En este sentido, el estudio para la elaboración del plan de negocios resulta crucial para estructurarla como una entidad empresarial organizada en los ámbitos administrativo, económico-financiero y legal, facilitando así la toma de decisiones estratégicas orientadas al crecimiento empresarial.

Es fundamental resaltar que el plan de negocios presentó aportes de gran importancia. Desde una perspectiva administrativa, se desarrolló una estructura organizacional clara. En el ámbito económico-financiero, se llevaron a cabo análisis de mercado, proyecciones de ingresos, evaluación de costos operativos, estados de resultados y análisis de rentabilidad. En cuanto al aspecto legal, se recabó información para determinar la estructura jurídica más adecuada para la organización, se gestionó la elaboración formal de la etiqueta cumpliendo así con los requisitos de SENASAG.

Los beneficiarios directos de este plan de negocios serán el propietario y colaboradores, quienes contarán con una herramienta estratégica para guiar sus acciones y decisiones hacia el crecimiento de la entidad. Además, el Municipio de Porvenir se verá beneficiado con una microempresa más sólida y exitosa, lo que contribuirá a la generación de empleo, al desarrollo económico, cultural y al fortalecimiento del atractivo de la región.

## **5. OBJETIVO**

### **5.1. Objetivo General**

Elaborar un plan de negocio para Café Don Peki en el municipio de Porvenir, para definir la dirección y objetivos que permitan el crecimiento y desarrollo de la microempresa.

### **5.2. Objetivo específico**

- Realizar un diagnóstico situacional de Café Don Peki, en el Municipio de Porvenir.
- Realizar un estudio de mercado para entender las necesidades del cliente, evaluar la competencia y definir oportunidades y amenazas para el negocio.
- Desarrollar un estudio económico-financiero, administrativo y legal para Café Don Peki.

## **6. MARCO CONCEPTUAL**

### **6.1. Asociación**

“La asociación constituye el tipo general de sociedad de estructura corporativa y no capitalista”. (Alfaro, 2020, párr.19)

### **6.2. Café artesanal**

“Es un tipo de café que se produce de manera tradicional y cuidadosa, utilizando técnicas y métodos antiguos que han sido pasados de generación en generación”. (Gonzales, párr.1)

### **6.3. Cliente objetivo:**

Kotler y Armstrong señalan que "un enfoque claro en el cliente objetivo permite a las empresas maximizar la efectividad de sus estrategias de marketing, reduciendo el desperdicio de recursos y mejorando el retorno sobre la inversión" (Kotler y Armstrong, 2012, p. 274)

### **6.4. Comercialización:**

Como manifiesta los autores Cotera y Simoncelli:

Es el conjunto de actividades necesarias para lograr poner en el mercado el producto adecuado (bien o servicio) con un precio, una distribución y una promoción apropiada que satisfaga la necesidad del consumidor y genere el beneficio máximo para la asociación, cooperativa o empresa productora. (Cotera & Simoncelli, no encontré año, p.9)

### **6.5. Consumidor:**

Kotler y Keller afirman que "el comportamiento del consumidor es el estudio de cómo los individuos, grupos y organizaciones seleccionan, compran, usan y disponen de bienes, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos" (Kotler y Keller, 2016, p. 183)

## **6.6. Coste o Costo:**

Según Sánchez, “Se define como coste o costo al valor que se da al consumo de factores de producción dentro de la producción de un bien o un servicio como actividad económica”. (Sánchez, 2024, prr.2).

## **6.7. Demanda**

“La demanda es la cantidad de bienes o servicios que las personas desean adquirir a los precios que ofrece el mercado” (Peiro & Pareja, 2024, párr.2)

## **6.8. Empresa**

Como manifiestan los autores Sánchez y Sevilla, “una empresa es una organización formada por personas que trabajan juntas para producir bienes o servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores. Su objetivo principal es obtener beneficios económicos al vender sus productos o servicios en el mercado” (Sánchez & Sevilla, 2024, párr.1)

## **6.9. Estudio de mercado**

Según la Universidad Anáhuac Querétaro (2022), la defina como “una herramienta para conocer las opiniones, gustos, hábitos y costumbres de un segmento de mercado en específico, ya sea sobre algún producto o servicio. Dicho estudio, permite conocer a fondo el nicho al que se le busca vender” (párr.3).

## **6.10. Evaluación financiero**

Según Sapag (2011), citado por Montes (2019) la evaluación financiera es como un “modelo que facilita la comprensión del comportamiento simplificado de la realidad, por lo que los resultados obtenidos, aunque son útiles en el proceso decisional, no son exactos” (p.6)

## **6.11. Flujo de caja:**

Según Hirache, el flujo de caja “Muestra el saldo de los ingresos menos los egresos de efectivo (en términos nominales del efectivo) de una empresa, generados por una inversión. Actividad productiva o proyecto, en un periodo determinado” (Hirache, 2013, p.277)

### **6.12. Flujo grama**

Según lo expresado por el autor Rodríguez, “un diagrama de flujo o flujo grama es una representación gráfica y secuencial de un proceso o flujo de trabajo con todas las tareas y actividades principales necesarias para lograr un objetivo común” (Rodríguez, 2024, párr. 1).

### **6.13. Gastos Administrativos:**

Según Llamas, “Los gastos administrativos sirven para que la empresa pueda llevar a cabo su actividad de manera satisfactoria. Influyen directamente en labores de alta dirección, contratación o contabilidad” (Llamas, 2020, prr.3)

### **6.14. Marketing**

“El marketing, o mercadotecnia, es el conjunto de estrategias y acciones destinadas a crear y comunicar el valor de una marca, satisfaciendo las necesidades de los consumidores para mejorar las ventas y la percepción de un producto o servicio”. (Sevilla & Pareja, 2024, párr.1)

### **6.15. Mercado:**

Según Quiroa, señala que “El sistema por el que se intercambian bienes y servicios en una economía. Para que exista el mercado, deben intervenir dos figuras: compradores y vendedores”. (Quiroa, 2024, prr.2).

### **6.16. Oferta**

“La oferta, en economía, es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para comprar en el mercado a unos precios específicos”. (Pedrosa Pareja Pellín, 2024, párr.1)

### **6.17. Organigrama**

“El organigrama es la representación gráfica del capital humano de una organización, mostrando la línea de reporte de todos los colaboradores. Pieza fundamental para la correcta planeación organizacional”. (Coindreau, 2024, párr.1)

### **6.18. Plan de Negocio**

Como manifiesta el autor Pursell:

Un plan de negocios es una estrategia documentada sobre los objetivos y planes de una empresa. Describe el plan de comercialización, proyecciones financieras, investigación de mercado, propósito comercial y la declaración de misión. También puede incluir el personal clave para lograr los objetivos y un cronograma. (Pursell, 2024, párr.6)

### **6.19. Potencial de mercado**

En el 2023, Terreros define mercado potencial como un “conjunto de individuos que pertenecen al segmento que se ha definido para la comercialización de un producto o servicio. Son aquellas personas que necesitan o podrían necesitar el producto o servicio general que deseas ofrecer” (párr.2)

### **6.20. Precio:**

Según Armstrong y Kotler, “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un Servicio”. (Armstrong y Kotler, 2013, p.257).

### **6.21. Procedimiento**

Se entiende el método a través del cual se llevan a cabo ciertas acciones determinadas, que forman parte de un mismo proceso (“Editorial Etecé”, 2021).

### **6.22. Producción:**

Según Quiroa, la producción “Es la actividad económica que se encarga de transformar los insumos para convertirlos en productos” (Quiroa, 2024, prr.1)

### **6.23. Producto:**

Según Kotler y Keller, un producto es "cualquier cosa que puede ser ofrecida a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad" (Kotler y Keller, 2016. p. 372).

#### **6.24. Punto de equilibrio:**

Según Rus el punto de equilibrio “Es el nivel mínimo de ventas en el que los costos totales se igualan con los ingresos” (Rus, 2024, prr.1)

#### **6.25. Recursos humanos**

Tal como lo señalan el autor Martín “recursos humanos hacen referencia a todo el conjunto de empleados, trabajadores, que posea una vinculación laboral con una organización, economía, o sector en concreto” (Martín, 2024, párr.1).

#### **6.26. Rentabilidad:**

Como señala Zamora, define que la rentabilidad.

Es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades (prr.2).

#### **6.27. Segmentación de mercado**

“La segmentación de mercado es un proceso de marketing mediante el que una empresa divide un amplio mercado en grupos más pequeños para integrantes con semejanzas o ciertas características en común”. (Sánchez & López, 2020, párr.1.)

#### **6.28. Venta:**

Según Westreicher, “Una venta ocurre cuando un producto o servicio es entregado a un comprador a cambio de una cantidad de dinero acordada previamente”. (westreicher, 2024, prr.1)

## **7. METODOLOGÍA**

### **7.1. Tipo de estudio**

La investigación correspondiente al plan de negocio se llevó a cabo en el municipio de Porvenir, específicamente en la comunidad de Santa Fe. Se utilizó un enfoque de estudio exploratorio, lo que permitió una caracterización precisa de la situación actual con una base sólida para la toma de decisiones en el marco del proyecto.

### **7.2. Enfoque de investigación**

El enfoque utilizado en esta investigación fue cuantitativo, lo que permitió obtener una visión integral. A través de la parte cuantitativa, se logró cuantificar los datos y respaldar una teoría con evidencia numérica.

### **7.3. Métodos de investigación**

#### **7.3.1. Analítico**

El método analítico permitió realizar el análisis de manera específica del objeto de estudio para determinar y cuantificar la factibilidad. Este enfoque proporcionó una base sólida para la evaluación de la viabilidad del proyecto de investigación, garantizando un análisis riguroso y fundamentado de cada uno de los factores determinantes para su éxito.

#### **7.3.2. Descriptivo**

El uso del método descriptivo facilitó un análisis detallado de la situación actual de la comunidad, lo que permitió recabar información clave para el desarrollo del proyecto. Promoviendo el bienestar social y fomentar el desarrollo integral de los habitantes de la comunidad de Santa Fe.

### **7.4. Población y muestra**

#### **7.4.1. Población**

La población objetivo del Plan de Negocio para Café Don Peki, ubicada en el Municipio de Porvenir, se dirige inicialmente al mercado local de Cobija. No obstante, el proyecto está

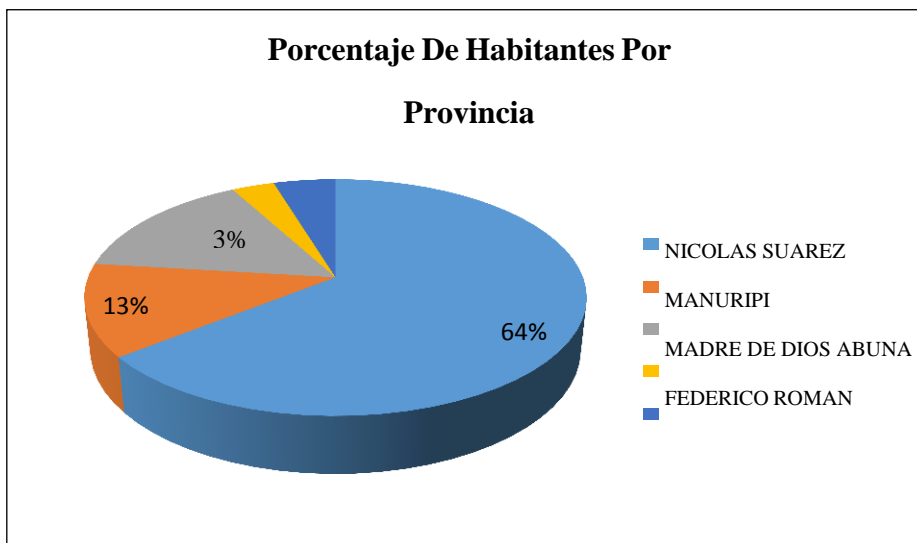
diseñado con una visión expansiva a largo plazo, con el propósito de expandirse progresivamente a lo largo del Departamento y, eventualmente, alcanzar una posición competitiva en los mercados Nacionales e Internacionales. Este enfoque resulta particularmente relevante dado que la ciudad de Cobija se encuentra en la frontera con Brasil, lo que facilita la integración en mercados internacionales.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), se utilizarán las proyecciones del año 2022 para el análisis demográfico, ya que los datos actuales de 2024 no cuentan con desagregación por edades ni por sexo, sino que ofrecen únicamente información general por departamento y municipio. Esta limitación dificulta la obtención de la muestra, ya que se requiere información específica sobre un grupo de edad de entre 18 y 60 años. En este contexto, se considera la población total del departamento de Pando, que asciende a 163,727 habitantes, así como la sumatoria de los cuatro municipios que conforman la provincia Nicolás Suárez, que totaliza 105,289 habitantes. Con estos datos, se calculará el porcentaje correspondiente para cada provincia en las siguientes.

Tabla 1. Proyecciones de Población por Provincia del Departamento de Pando

<b>Provincia</b>	<b>Habitantes</b>
<b>Nicolas Suarez</b>	105.289
<b>Manuripi</b>	20.639
<b>Madre De Dios</b>	24.811
<b>Abuna</b>	5.278
<b>Federico Roman</b>	7.710

Fuente: Instituto Nacional de Estadística



*Figura 1.* Porcentaje de las proyecciones (2012-2022), habitantes por Provincia del Departamento de Pando

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la figura 1, los porcentajes de población por cada provincia son los siguientes: Nicolás Suárez representa el 64%, Madre de Dios el 15%, Manuripi el 13%, Federico Román el 5% y, finalmente, la provincia de Abuna esta con el 3 %.

Asimismo, se calculó los porcentajes correspondientes a los diferentes municipios de la provincia Nicolás Suárez, donde se encuentra Cobija, que es relevante para el cálculo de la muestra. A continuación, estos datos se presentarán en la tabla N°2 y en la figura N°2.

Tabla 2. Proyecciones de Población por Municipios de la Provincia Nicolas Suarez

<b>Municipio</b>	<b>Habitantes</b>
<b>Cobija</b>	90.277
<b>Porvenir</b>	8.243
<b>Bolpebra</b>	2.574
<b>Bella Flor</b>	4.195

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

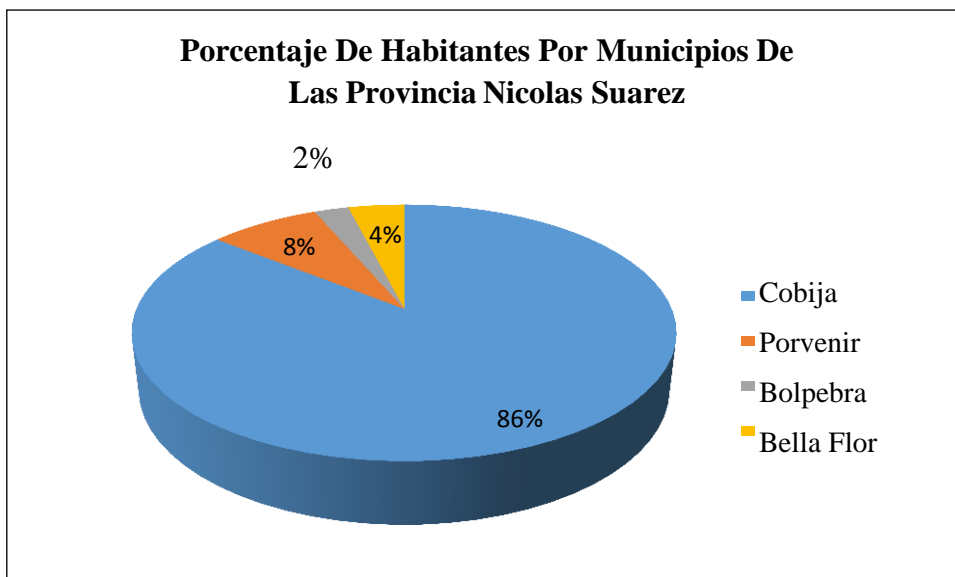


Figura 2. Porcentaje de las proyecciones (2012-2022), habitantes por Municipios de la Provincia Nicolás Suarez

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la figura 2, los porcentajes de población por cada municipio de la provincia Nicolas Suarez son los siguientes: Cobija representa el 86%, Porvenir el 8%, Bella Flor el 4% y finalmente, el municipio de Bolpebra esta con el 2 %.

A continuación, con estos datos se calculará en primera el total habitantes (18 - 60 años) por Provincia:

<b>Total Habitantes (18 - 60 años) porProvincia</b>	=	<b>proyecciones de edad de 18-60 años en el departamento de Pando</b>	x	<b>total porcentaje de la provincia de Nicolas Suarez</b>
<b>Total Habitantes (18 - 60 años) porProvincia</b>	=	90.155,00	x	0,64
<b>Total Habitantes (18 - 60 años) porProvincia</b>	=	57.699,20		

Para el desarrollo del plan de negocio, nos enfocamos en la población de entre 18 y 60 años. Se realizó el cálculo en el que se estima aproximadamente el 86% de los habitantes de Cobija se encuentra dentro de este rango de edad. Posteriormente, se calculará el total de habitantes en este grupo, y el resultado servirá para sacar la muestra.

Cálculo de la Población en el Rango de Edad (18-60 años) por municipio:

<b>Población en el = 60 años) por Municipio</b>	<b>Total Habitantes (18 -60 años) por Provincia</b>	<b>x</b>	<b>total porcentaje de lamunicipio de cobija</b>
<b>Población en el = 60 años) por Municipio</b>	57.699,20	x	0,86
<b>Población en el = 60 años) por Municipio</b>	49.621,31		

Por lo tanto, la población objetivo para el estudio es de 49.621 habitantes.

#### 7.4.2. Muestra

Según los datos del INE, la población total es de 57.699,20 habitantes. Se utilizó un muestreo probabilístico para determinar la población comprendida entre los 18 y 60 años, estableciendo así una población objetivo de 49.621,31 habitantes.

Cuando se conoce el tamaño de la población entonces se aplica la siguiente fórmula:

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

Donde:

N = es el tamaño de la población en el rango de edad (49.621,31), Z = es el valor crítico para un nivel de confianza del 95% (1.96),

P = es probabilidad de éxito 50% (0,5)

q = es probabilidad de fracaso

50% (0,5)E = es el margen de

error (0.05).

Reemplazando a la formula con los datos:

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 49.621}{(0,05)^2 * (49.621-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 49.621}{0,0025 * 49.620 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{47656,30804}{124,05 + 1}$$

$$n = \frac{47656,30804}{125}$$

$$n = 381$$

Según la fórmula de muestreo estratificado, la muestra está compuesta por 381 encuestados, lo que representa el 100% de la población total. Esta muestra se ha determinado para analizar el consumo y la comercialización del café artesanal Don Peki en el municipio de Porvenir.

### 7.5. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de investigación empleadas han sido:

### **7.5.1. Documentación**

La técnica de documentación se centró en identificar, recopilar y analizar una variedad de documentos a través de una revisión bibliográfica exhaustiva. Se obtuvieron datos de estudios previos, libros y artículos en línea, lo que permitió disponer de información relevante para respaldar la investigación. Se utilizó una ficha de trabajo como instrumento para organizar y sistematizar los datos recopilados.

### **7.5.2. Entrevista**

Se realizó una entrevista estructurada con el propietario y una trabajadora, empleando una guía de entrevista previamente elaborada como instrumento metodológico. Este proceso facilitó la obtención de datos exhaustivos sobre aspectos administrativos, financieros, económicos y legales, proporcionando información crítica para el análisis integral del proyecto.

### **7.5.3. Encuesta**

Se aplicó la técnica de encuesta, utilizando el instrumento del cuestionario estructurado con preguntas tanto abiertas como cerradas como herramienta para la recopilación de datos. La muestra consistió en 381 individuos, tanto hombres como mujeres, seleccionados con el propósito de analizar el consumo y la comercialización del café artesanal producido por Café Don Peki, en el municipio de Cobija.

## CAPÍTULO 2

### **8. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO**

#### **8.1. Naturaleza de la empresa**

##### **8.1.1. Tipo de organización**

Café Don Peki, ubicada en el Municipio de Porvenir, se clasifica como Unipersonal, dado que está bajo la titularidad exclusiva del Sr. Jorge Álvarez Najar. Esta clasificación se encuentra en concordancia con el Código de Comercio, Decretado Ley N° 14379. De acuerdo con la normativa aplicable, es requisito indispensable registrar la entidad en el Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC).

##### **8.1.2. Sector**

El ámbito de actividad de Café Don Peki se enmarca en el sector primario de la economía boliviana, conforme al análisis expuesto en el documento de la Cámara de Comercio redactado por el Dr. José Romero Frías. En el sector primario, el negocio se especializa en el subsector agrícola, destacándose por su producción y comercialización de café artesanal.

##### **8.1.3. Rubro**

Café don peki se destaca en el sector agroalimentario, especialmente en la producción de café, un rubro en el que ha logrado un notable reconocimiento. Su enfoque en la calidad y el manejo forestal sostenible en la producción cafetera la posiciona como un referente clave en el mercado, contribuyendo significativamente al desarrollo del sector agroalimentario en general.

##### **8.1.4. Tamaño**

La microempresa Café Don Peki se enmarca como una empresa individual, siendo dirigida y gestionada por un único propietario, que es Sr. Jorge Alvarez Najar.

## **8.2. Concepto del negocio**

Café Don Peki se destaca por su dedicación a la producción y venta de café artesanal. Desde el cultivo meticuloso hasta la cosecha y la preparación final, cada paso del proceso es cuidadosamente gestionado para garantizar la calidad y autenticidad del producto. Los visitantes tienen la oportunidad de sumergirse en la cultura del café, aprendiendo sobre las técnicas tradicionales y modernas que hacen de esta región un punto destacado para los amantes del café.

## **8.3. El producto y su generación de valor**

Café Don Peki se especializa en la producción y comercialización de café artesanal, destacándose por su café robusto, cultivado de manera natural y procesada con técnicas tradicionales. Ofrecido en dos variantes molido y en grano, el café satisface las necesidades de diversos consumidores: el café en grano proporciona frescura y personalización en la molienda, mientras que el café molido ofrece conveniencia y rapidez en la preparación.

## **8.4. Misión y visión**

### **8.4.1. Misión**

Brindar a nuestros clientes una experiencia única a través de café artesanal, cultivado y producido de manera sostenible, apoyando a productores locales y promoviendo el sabor auténtico de nuestra tierra. En Café Don Peki, trabajamos con pasión, compromiso y respeto por nuestras raíces, para ofrecer un producto que inspire conexión, tradición y bienestar en cada uno.

### **8.4.2. Visión**

Consolidarse como una empresa destacada en el sector productivo de café en la comunidad Santa Fe, valorada por su excelencia en la producción. Aspiramos a expandir nuestra presencia en el mercado nacional, contribuyendo al desarrollo económico integral y al bienestar de la comunidad.

## **8.5. Valores y Clave de gestión**

### Valores

Los valores son los principios éticos que sustentan la cultura empresarial y orientan las conductas dentro de una organización. En Café Don Peki los principios nos ayudan a tomar decisiones y a trabajar de una manera que siempre apunte hacia el crecimiento y el éxito organizacional.

Los valores clave son:

- **Compromiso:** Café Don Peki está comprometida en cada proyecto asegurando que todo el equipo esté alineado y enfocado en los objetivos comunes ofreciendo un producto 100% garantizado.
- **Trabajo en equipo:** En Café Don Peki, el compromiso y la responsabilidad son esenciales, pero también es clave contar con un liderazgo sólido y una cooperación fluida entre todos los miembros. Solo con el trabajo conjunto se puede asegurar que cada parte funcione bien y que logren los objetivos que se proponen.
- **Puntualidad:** El personal debe respetar los horarios acordados en su jornada laboral, asegurando que cada etapa del proceso de producción se complete dentro de los plazos previstos. Esto es clave para garantizar que los productos lleguen a los centros de comercialización en tiempo y forma, manteniendo la eficiencia en toda la cadena.

### **8.5.1. Claves de gestión**

#### Viabilidad Financiera y Administrativa

Desarrollar un estudio económico-financiero sólido que permita entender la viabilidad económica del proyecto. Además, definir una estructura administrativa y legal clara para garantizar el buen funcionamiento y cumplimiento de las normativas.

#### Estrategia de Crecimiento

Establecer objetivos claros basados en el análisis de mercado y la evaluación interna, y definir estrategias específicas para alcanzar estos objetivos. Esto incluye la identificación de oportunidades de crecimiento y el manejo de amenazas potenciales.

#### Implementación y Seguimiento

Crear un plan detallado para la implementación de las estrategias propuestas y establecer mecanismos de seguimiento para asegurar que los objetivos se estén cumpliendo y realizar ajustes según sea necesario.

#### Estrategia competitiva

La estrategia competitiva que aplica Café Don Peki es la estrategia de diferenciación para destacarse en el mercado. Esto implica que se busca ofrecer algo único tanto en la producción agrícola, lo que permite competir con precios ajustados y mejorar los márgenes de ganancia. Para lograrlo, es necesario implementar un diagnóstico situacional, que nos permitirá identificar nuestras fortalezas y áreas de mejora; un estudio de mercado, un análisis económico-financiero, administrativo y legal que garantice la viabilidad del negocio. Esta forma de trabajo no solo nos ayuda a diferenciarnos, sino que también refuerza nuestra posición en el mercado local, mostrando nuestro compromiso con la calidad.

## 9. MERCADO

### 9.1. Producto mercadotécnico

Café Don Peki, se especializa en la producción y venta de café artesanal, hecho con granos seleccionados. El café se ofrece en empaques de 200, 250 y 500 gramos, resaltando su frescura y autenticidad. Su objetivo es brindar a los consumidores del café una experiencia única con un sabor excepcional en cada taza. Además, hemos recopilado datos sobre los criterios que los consumidores consideran al elegir su café.

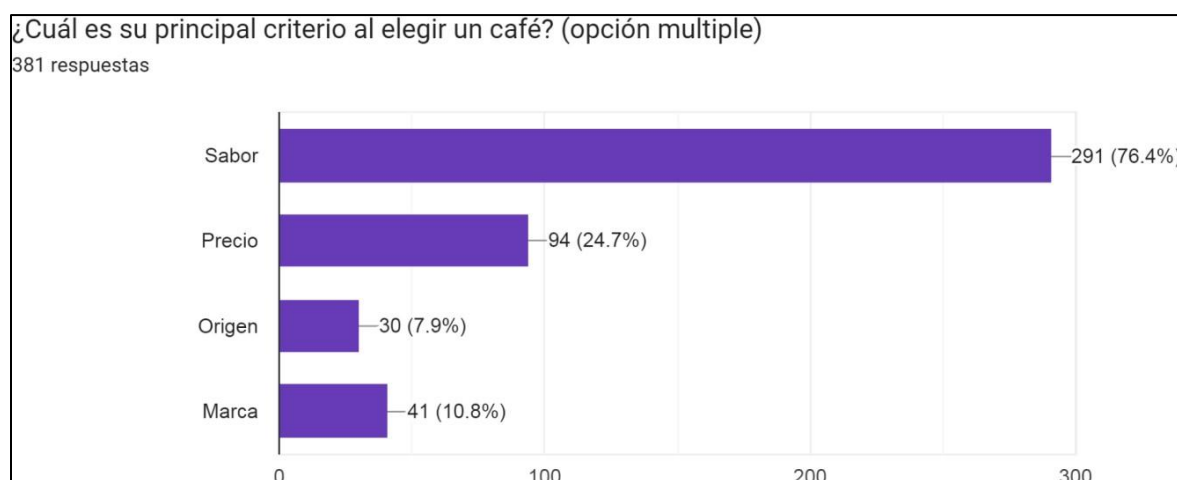


Figura 3. Percepción sobre el criterio al elegir un café

Fuente: Elaboración propia

La figura N°3 muestra los resultados de la encuesta sobre los criterios para elegir café. Un 76,4% de los encuestados prioriza el sabor, resaltando la importancia de la calidad. El 24,7% opta por el precio, evidenciando la conciencia del presupuesto. Un 10,8% elige según la marca, mientras que el 7,9% considera el origen del café, reflejando un interés por la sostenibilidad. Aunque el sabor es el principal criterio, otros factores también influyen en la decisión de compra.

### 9.1.1. Consumidor específico

El consumidor específico incluye a todos los miembros de la familia, de 18 a 60 años, quienes son compradores frecuentes de café. Esta diversidad de edades ofrece una perspectiva más completa sobre los hábitos de consumo y preferencias del hogar. La información recabada es valiosa para comprender el mercado y adaptar estrategias de comercialización a las necesidades de estos consumidores.

¿Con qué frecuencia consume café?

381 respuestas

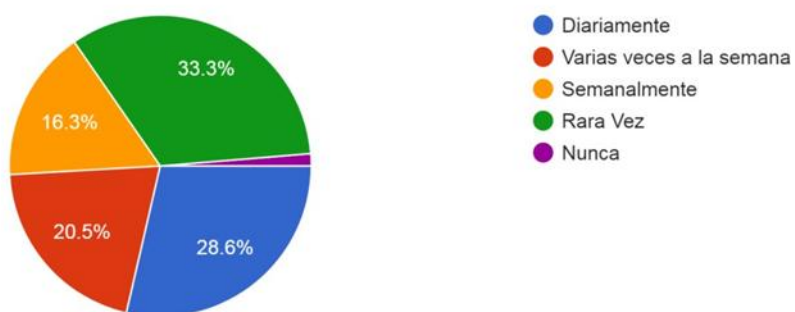


Figura 4. Frecuencia de consumo de café entre los encuestados

Fuente: Elaboración propia

La figura N°4 muestra la frecuencia de consumo de café entre los encuestados. Un 33,3% lo consume rara vez, sugiriendo una baja ingesta. En contraste, el 28,6% lo hace a diario, indicando un hábito sólido. Además, el 20,5% lo consume varias veces a la semana y el 16,3% semanalmente. Estos datos reflejan una variedad de hábitos de consumo influenciados por factores culturales, sociales y personales.

¿Dónde suele comprar su café regularmente? (opción múltiple)

381 respuestas

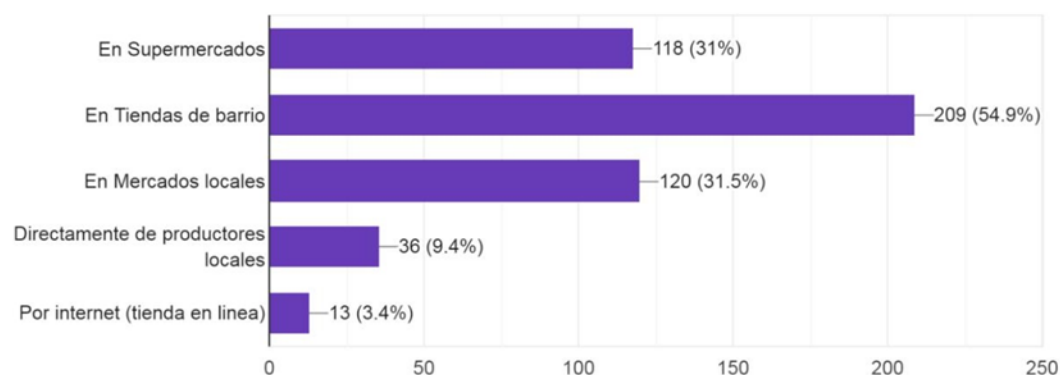


Figura 5. Preferencias de compra de café entre los encuestados

Fuente: Elaboración propia

Como se ilustra en la figura N°5 las preferencias de compra de café entre los encuestados. El 50,9% adquiere su café en tiendas de barrio, destacando la preferencia por los comercios locales. Además, el 32,5% compra en mercados locales, mientras que el 31% opta por supermercados. Solo el 9,4% compra directamente del productor, reflejando un interés por la sostenibilidad, y un 3,4% lo hace por internet, indicando una menor familiaridad con las compras en línea. Estos datos evidencian un fuerte vínculo con las opciones de compra tradicionales.

### 9.1.2. Satisfacción de necesidades y/o deseos

Café Don Peki, ofrece un café artesanal cien por ciento pandino que enriquece la experiencia del consumidor. Al centrarse en la producción local y prácticas responsables, satisface la demanda de productos auténticos y se convierte en un espacio de encuentro que promueve vivencias únicas. Así, Don Peki no solo cubre necesidades, sino que también impulsa aspiraciones de calidad y conexión cultural. A continuación, se presentarán los resultados de la encuesta sobre cómo el café local satisface mejor los deseos de los consumidores que el café convencional.

¿Considera que el café local satisface mejor sus deseos en comparación con el café convencional?

381 respuestas

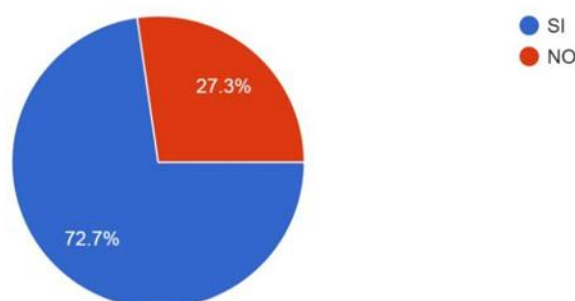


Figura 6. Resultados de la encuesta sobre la satisfacción de deseos con café local versus café convencional

Fuente: Elaboración propia

La figura N°6 muestra los resultados sobre la satisfacción de los deseos al comparar el café local con el café convencional o comercial. De los encuestados, el 72,7% afirmó que sí está satisfecho, mientras que el 27,3% expresó que no lo está. Estos resultados destacan la importancia de fomentar el consumo de café local, no solo por su sabor y calidad, sino también por el impacto positivo que puede tener en la comunidad y la economía local.

### 9.1.3. Propuesta de valor

La propuesta de valor de café Don Peki se basa en brindar un café artesanal, producido en la región amazónica boliviana por pequeños caficultores que emplea métodos tradicionales.

## 9.2. Potencial de mercado

El potencial de mercado de Café Don Peki está compuesto por un segmento de la población de entre 18 y 60 años que muestra una alta disposición para consumir y adquirir café artesanal. Este grupo demográfico abarca a jóvenes adultos y a profesionales en busca de calidad y autenticidad en sus productos. Además, se observa un creciente interés por el consumo de café local, lo que posiciona a Café Don Peki como una opción atractiva para aquellos que valoran no solo el sabor, sino también el impacto social y ambiental de sus elecciones. Al enfocarse en este público, Café Don Peki puede aprovechar la tendencia hacia un estilo de vida más consciente y el deseo de experiencias únicas en el consumo de café.

¿Cree que el interés por el café local ha aumentado en los últimos años?

381 respuestas

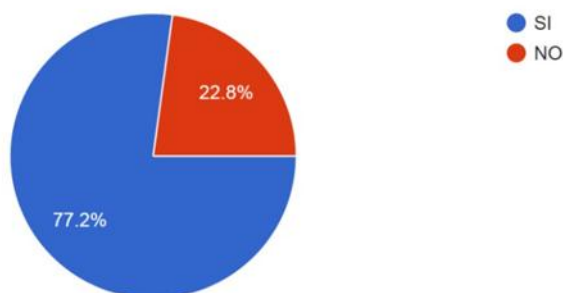


Figura 7. Interés por el café local en los últimos años.

Fuente: Elaboración propia

Como se ilustra en la figura N°7, el interés por el café local ha crecido notablemente en los últimos años, con un 77,2% de los encuestados afirmando que sí están interesados en consumir esta bebida, mientras que solo un 22,8% indicó que no. Este alto porcentaje de interés refleja una tendencia positiva hacia el consumo de café, lo que sugiere que los consumidores valoran cada vez más la calidad y la experiencia asociada a esta bebida. Esta información es crucial para Café Don Peki, ya que evidencia una oportunidad significativa para capitalizar sobre este creciente interés y posicionarse en un mercado en expansión.

### 9.2.1. La competencia

La competencia en Cobija se distingue por la amplia variedad de cafés disponibles en el mercado. Esta diversidad surge de la importación de café comercial proveniente de otros departamentos y del país vecino, lo que enriquece la oferta local y permite a los consumidores acceder a una gama más amplia de sabores y calidades. Esta situación, a su vez, impulsa a los productores locales a innovar y mejorar sus productos, buscando diferenciarse en un entorno cada vez más competitivo.

¿Qué tipo de café conoces? (opción multiple). Y si conoce otro puede anotar.

381 respuestas

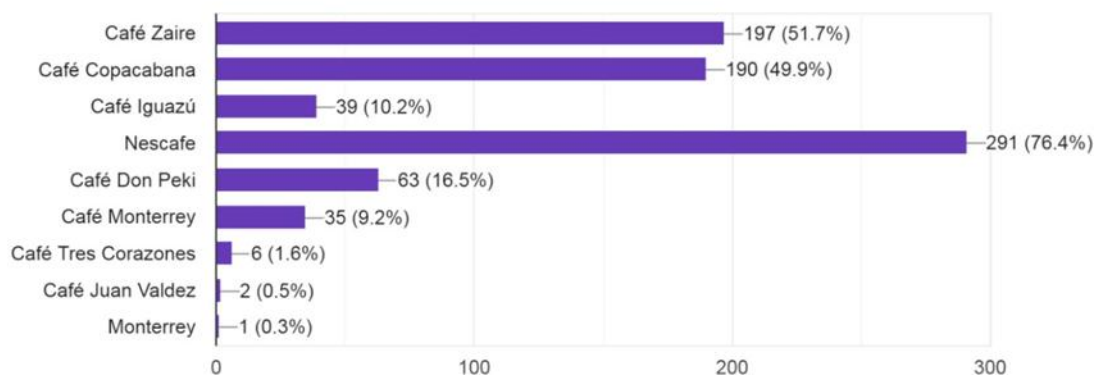


Figura 8. Conocimiento de Marcas de Café entre los Encuestados

Fuente: Elaboración propia

La figura N°8 analiza el conocimiento de diferentes marcas de café entre los encuestados, mostrando que el 76,4% reconoció a Nescafé como la más familiar. Café Zaire fue mencionado por el 51,7% y Café Copacabana por el 49,9%. Café Don Peki tuvo un reconocimiento del 16,5%, mientras que Café Iguazú y Café Monterrey alcanzaron el 10,2% y el 9,2%, respectivamente. Por último, Café Tres Corazones y Café Juan Valdez fueron citados por el 1,6% y el 0,5%. Estos resultados destacan las marcas más conocidas y sugieren oportunidades para mejorar la visibilidad de las menos reconocidas.

## 9.2.2. Barreras de entrada y de salida

### 9.2.2.1. Barrera de entrada

Las barreras de entrada para Café Don Peki en el Municipio de Porvenir incluyen altos costos de inversión inicial para infraestructuras y equipos, así como el cumplimiento de regulaciones locales relacionadas con la agricultura. Además, la falta de conocimiento del mercado y la dificultad para establecer una red de distribución pueden limitar la capacidad de la microempresa para competir efectivamente. La construcción de una marca sólida y el acceso a recursos naturales adecuados también son desafíos significativos.

### 9.2.2.2. Barrera de salida

No se presenta una barrera de salida significativa, ya que los gastos en materia prima, equipos y herramientas son inversiones recuperables a través de la venta de productos. Este modelo de negocio permite amortizar costos con el tiempo, favoreciendo a la estabilidad financiera. Así, si se cierra el negocio, la inversión se considera parte del ciclo comercial, minimizando las dificultades al salir del mercado.

## 9.3. Segmentación del mercado

Para identificar el público al que debe dirigirse la segmentación del mercado, utilizaremos dos enfoques distintos que serán fundamentales para alcanzar nuestro objetivo. Estos enfoques son:

Segmentación Demográfica:

La segmentación demográfica se centrará en identificar características específicas de los consumidores de Café Don Peki. Se hará énfasis en aspectos como la edad, sexo y ubicación geográfica. El público objetivo incluye principalmente a adultos jóvenes y adultos, de entre 18 y 60 años que valoran y están interesados en experiencias educativas sobre la producción del café.

Cual es tu Sexo

381 respuestas

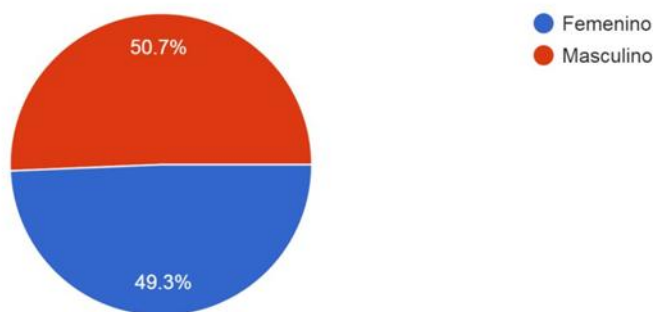


Figura 9. Distribución del sexo de los encuestados

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura N°9 se puede apreciar que el 50,7% de los hombres consume café, mientras que el 49,3% de las mujeres también lo hace. Esta ligera diferencia sugiere una tendencia similar en el consumo de café entre ambos géneros, lo que podría indicar que el café es una bebida popular y ampliamente aceptada en diferentes grupos demográficos.

¿a que grupo de edad pertenece?

381 respuestas

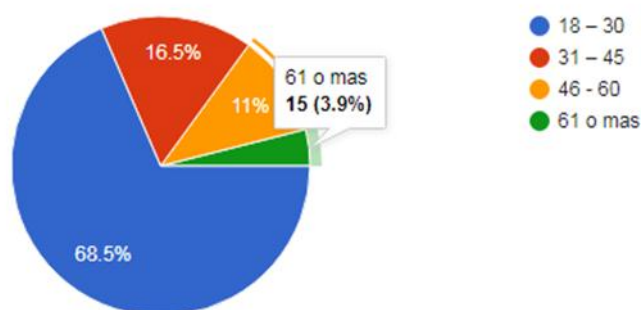


Figura 10. Público objetivo según edades

Fuente: Elaboración propia

La figura N°10 revela el perfil del público objetivo en el consumo y compra de café, destacando que el grupo de 18 a 30 años representa el 68,5% de los consumidores. Esta cifra indica una marcada preferencia por esta bebida en la juventud, impulsada por factores como la socialización y la búsqueda de energía. A continuación, el segmento de 31 a 45 años abarca el 16,5%, lo que sugiere que los adultos jóvenes también constituyen un mercado significativo, posiblemente motivados por su estilo de vida profesional. En contraste, los adultos de 46 a 60 años representan solo el 11%, mientras que el grupo de 61 años en adelante muestra un leve 4%, reflejando una notable disminución en el interés por el café a medida que se avanza en la vida. Este análisis sugiere que las estrategias de marketing deberían centrarse principalmente en los jóvenes y adultos jóvenes.

Segmentación Psicográfica:

La segmentación psicográfica de Café Don Peki se enfocará en identificar los criterios como el sabor, precio, origen y marca, así como en evaluar los niveles de satisfacción de los

consumidores potenciales, destacando su interés por la producción de café y la conexión con la naturaleza.

### **9.3.1. Potencial de venta**

El potencial de venta del café artesanal producido por Café Don Peki, es altamente prometedor y novedoso a nivel regional y nacional, dado que todo el proceso de producción se lleva a cabo de manera artesanal. Este café capta especialmente la atención de jóvenes adultos de 18 a 35 años según la encuesta, quienes buscan experiencias auténticas y están dispuestos a consumir y pagar por el producto.

### **9.3.2. Pronóstico de venta**

La proyección de ventas para la producción y comercialización de café en sus diversas presentaciones, incluyendo café artesanal molido y café artesanal en grano, está planificada para un horizonte de 5 años. Dado que Café Don Peki no cuenta con datos históricos archivados, se ha entrevistado al propietario, quien proporcionó datos empíricos para establecer el año base.

#### *9.3.2.1. Determinación del precio de venta*

El precio de venta del Café Don Peki se establece a partir de un análisis detallado que inicia con la evaluación de la cosecha de la materia prima y continúa con la determinación de los costos de producción. A partir de estos elementos, se calcula el costo unitario, lo que permite definir un precio de venta.

##### **a. Promedio de producción por planta**

Dado que la empresa no cuenta con datos históricos de producción, se aplicó un muestreo aleatorio simple con el objetivo de estimar cuántos kilogramos de café produce, en promedio, cada planta de café robusta. La plantación está compuesta por 13.600 plantas, distribuidas en 8 hectáreas. Como resultado del cálculo muestral, se determinó que era necesario evaluar 95 plantas seleccionadas aleatoriamente, cada una con un rendimiento distinto en kilogramos. A partir de esta muestra, se estimó un promedio de producción de 1,2 kilogramos por planta.

Este valor servirá como base para los análisis económicos y financieros que se desarrollarán en las siguientes etapas del estudio se aplicó un muestreo aleatorio simple.

Tabla 3. *Promedio de producción de café en estado de oro verde*

<b>Promedio kilos por planta de café robusto</b>	=	$\frac{\text{total kilos cosechados}}{\text{muestra}}$
<b>Promedio kilos por planta de café robusto</b>	=	$\frac{114}{95}$
<b>Promedio kilos por planta de café robusto</b>	=	1,2

Fuente: Elaboración Propia

#### b. Costo de Materia Prima

El cálculo del costo de la materia prima se realizó con base en el Resumen Técnico de Producción y Rendimiento de Café, considerando el rendimiento promedio por plantín y la cantidad total de plantines existentes en las 8 hectáreas cultivadas. Además, según el Boletín Nacional de Precios al Productor de octubre de 2024, el precio del café robusta en estado cereza en Bolivia fue de US\$26,00 por quintal. Este valor se utilizó como referencia para estimar el costo en esta etapa del proceso productivo, resultando en un costo total de materia prima de 64.571 bolivianos.

Tabla 4. *Resumen Técnico de Producción y Rendimiento de Café Robusta – De Plantación a Café Oro*

<b>Resumen Técnico de Producción y Rendimiento de Café Robusta – De Plantación a Café Oro</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Plantines por hectárea	1.700
Producción promedio por plantín (kg cereza)	1,2

Producción por hectárea (kg cereza)	2.040
Quintales por hectárea (1 qq = 46 kg)	44,35
Total de hectáreas cultivadas	8
Producción total (kg cereza)	16.320
Producción total (quintales)	355
Rendimiento de café cereza a café oro (%)	20%
Pérdida en el proceso de beneficiado (%)	80%
Producción total de café oro (kg)	3.264
Pérdida total de peso durante el proceso (kg)	13.056

---

Fuente: Elaboración Propia

$$\text{Costo de Materia Prima} = \text{costo de café robusto por quintal (26\$)} \times \text{quintales de producción de café robusto por hectárea (8 h.)}$$

$$\text{Costo de Materia Prima (Bs)} = 182 \times 355$$

$$\text{Costo de Materia Prima (Bs)} = \boxed{64.571}$$

c. Costo de producción y costo unitario

El costo total de producción del café molido asciende a Bs 216.103, compuesto por materia prima directa 64.571 Bs, mano de obra directa Bs 70.200 Bs y costos indirectos de fabricación Bs 81.332 Bs.

Tabla 5. Costo de café molido (Expresado en Bolivianos)

<b>COSTO DE PRODUCCION DE CAFÉ MOLIDO</b>		
Materia Prima Directa		64.571
materia prima directa	64.571	
<b>Total materia prima directa</b>		<b>64.571</b>
Mano de Obra Directa		70.200
operador de producción 1	17.550	
operador de producción 2	17.550	
operador de producción 3	17.550	
operador de producción 4	17.550	
<b>Total mano de obra directo</b>		<b>70.200</b>
Costos Indirectos de Fabricación		81.332
Bolsas Zipper 200 gr	8.568	
Bolsas Zipper 250 gr	13.056	
Bolsas Zipper 500 gr	2.840	
Guantes Desechables	40	
Cofias	30	
Cubre calzados	40	
Delantales	120	
Javoncillos	60	
Tohallas	100	
Etiqueta en adhesivo	52.878	
Electricidad	2.400	
agua	1200	
<b>Total costos indirectos de fabricación</b>		<b>81.332</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION</b>		<b>216.103</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°6 muestra el cálculo del costo unitario de producción del café, expresado en bolivianos por kilogramo (Bs/kg) y por gramo (Bs/g). Para obtener este valor, se dividió el costo total de producción 216.103 Bs entre la cantidad total producida 3.264 kg. Como resultado, se obtuvo un costo unitario de Bs 66,21 por kilogramo, equivalente a Bs 0,07 por gramo. Este valor representa el costo promedio de producir una unidad de producto, y sirve como base para establecer precios de venta y márgenes de ganancia.

Tabla 6. *Costo Unitario de Producción en (Bs/kg y g) (Expresado en Bolivianos)*

<b>Costo Unitario de Producción en (Bs/kg y g)</b>	
Costo Unitario	$= \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{cantidad total de unidades producidas (k)}}$
Costo Unitario	$= \frac{216.103}{3.264}$
Costo Unitario	$= \boxed{66,21} \text{ Bs/kg}$
Costo Unitario	$= \boxed{0,07} \text{ Bs/g}$

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7. *Detalle de Costos por Tipo de Presentación de Café (Expresados en Bolivianos)*

Ítem	Tipo de presentación	Costo Unitario por Gramos	Cantidad de Gramos	Costo Unitario
1	Café Molido 200 gramos	0,07	200	13,24
2	Café Molido 250 gramos	0,07	250	16,55

3	Café en Grano 500 gramos	0,07	500	33,10
---	-----------------------------	------	-----	-------

---

Fuente: Elaboración Propia

d. Costo total del producto terminado y precio de venta

La tabla muestra el costo total de producción terminada y el precio de venta unitario para cada presentación de café: molido 200 g a Bs 25 con un margen de utilidad, molido 250 g a Bs 35 y en grano 500 g a Bs 58. Estos valores son fundamentales para analizar la rentabilidad de cada producto.

Tabla 8. *Desglose de Producción de Café en Oro por Presentación de Producto (Expresado en Bolivianos)*

<b>Desglose de Producción de Café en Oro por Tipo de Producto</b>											
<b>Producto</b>	<b>Peso por Unidad (g)</b>	<b>Participación en la producción (%)</b>	<b>Cantidad total de Café (kg)</b>	<b>Número de Unidades</b>	<b>Costo Total general (Bs)</b>	<b>Costo total por producto (Bs)</b>	<b>Costo unitario de producto terminado (Bs)</b>	<b>margen de ganancia (bs)</b>	<b>Precio de venta unitario (Bs)</b>	<b>Total de ingresos por producto</b>	<b>Utilidad bruta por producto (Bs)</b>
Café Molido 200 g	0,2	35%	1.142	5.712	270.003	94.501	<b>16,54</b>	<b>8,27</b>	<b>25</b>	141.752	47.251
Café Molido 250 g	0,25	50%	1.632	6.528	270.003	135.002	<b>20,68</b>	<b>14,48</b>	<b>35</b>	229.503	94.501
Café en Grano 500 g	0,5	15%	490	979	270.003	40.500	<b>41,36</b>	<b>16,54</b>	<b>58</b>	56.701	16.200
<b>Total Unidades Producidas</b>			<b>3.264</b>	<b>13.219</b>				<b>Total ingresos y Utilidad Bruta</b>		<b>427.955</b>	<b>157.952</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 9.3.2.2. *Proyecciones de venta*

Para las proyecciones de ventas de Café Don Peki se utilizó una fórmula de proyección lineal, tomando como base información empírica proporcionada por el propietario ante la ausencia de datos históricos. Además, se aplicó una encuesta que indagó sobre la frecuencia de consumo y las presentaciones preferidas por los consumidores, lo que permitió estimar un promedio de demanda potencial. A partir de estos datos, se proyectó el comportamiento del mercado. Por otro lado, la oferta se estimó con base en el rendimiento promedio por planta. Esto permitió establecer la capacidad productiva del negocio. Finalmente, se consideró un incremento anual del 5% en la producción para reflejar un crecimiento sostenido.

Tabla 9. *Proyección de Demanda, Oferta, Demanda Insatisfecha y Capacidad Productiva de Café Don Peki*

<b>Año</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Oferta Proyectada</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Capacidad Productiva</b>
1	14.392	13.219	1.173	109%
2	15.112	13.880	1.232	114%
3	15.867	14.574	1.293	120%
4	16.661	15.303	1.358	126%
5	17.494	16.068	1.426	132%

Fuente: Elaboración Propia

## 9.4. **Cliente objetivo**

El cliente objetivo de Café Don Peki está compuesto por personas y familias que buscan adquirir café de calidad para su consumo diario. Este segmento incluye padres, parejas, hijos y otros miembros del núcleo familiar. La marca se enfoca principalmente en los consumidores del municipio de Cobija, donde, según la encuesta realizada, el 69 % del público objetivo se encuentra en el rango de edad de 18 a 30 años, tanto hombres como mujeres. Además, el 76 % de los encuestados indicó que el sabor es el principal criterio al momento de elegir un café, lo que resalta la importancia de ofrecer un producto con excelente calidad sensorial.

### 9.4.1. **Análisis de la Oferta y Demanda**

#### 9.4.1.1. *Oferta*

Se ha visto en el municipio de Cobija que existe una oferta muy alta de este producto, sin embargo, Café Don Peki se distingue en este entorno competitivo por su enfoque en la producción artesanal, lo que le permite ofrecer un producto diferenciado.

El producto está disponible en presentaciones que van desde granos enteros hasta café molido la oferta se complementa con la educación del proceso de producción de café artesanal.

En cuanto a la competencia, si bien existen otros productores en la región, lo que permite a Café Don Peki destacar en un mercado en el que la autenticidad y la conexión con el origen del producto son factores clave de decisión para el consumidor.

#### 9.4.1.2. *Demanda*

Se puede determinar que la demanda del Café Don Peki está impulsada por la calidad del producto, por las recomendaciones, por la aceptación que tuvo el producto en el municipio de Cobija, actualmente se observa un aumento en la preferencia por productos artesanales de origen local, como el café producido de manera tradicional lo que incrementa la demanda de café.

### **9.5. Estrategia de marketing**

La estrategia de marketing basada en las 4 P del marketing mix, propuesta en el plan de negocios, tiene como objetivo optimizar la promoción y comercialización del café producido por Café Don Peki en el municipio de Cobija. Se implementará una estrategia de marketing digital para posicionar la marca en internet mediante plataformas como Facebook, TikTok y WhatsApp, aprovechando su amplio alcance y capacidad de segmentación para una difusión más efectiva. Además, se aplicará una estrategia de fidelización que premie a los clientes recurrentes, incentivando su lealtad y recompra. Asimismo, se incorporará el marketing boca a boca, fomentando las recomendaciones de clientes satisfechos que ya conocen el producto y pueden actuar como embajadores de la marca, promoviendo el café a través de sus redes personales y fortaleciendo así el reconocimiento de Café Don Peki en el mercado local.

### 9.5.1. Producto

Café Don Peki ofrece un café de calidad, cultivado y producido de manera tradicional en la región de Santa Fe, municipio de Porvenir, en el departamento de Pando. Este café se caracteriza por su proceso artesanal, desde el cultivo hasta la cosecha y el tostado, lo que le otorga un perfil de sabor único y una excelente calidad.

El café es 100% de origen local, lo que responde a la creciente demanda. Además, se comercializa en diferentes presentaciones, incluyen granos enteros y café molido, permitiendo atender tanto a consumidores individuales como a establecimientos comerciales.

#### 9.5.1.1. Logotipo

El logotipo de Café Don Peki, parte de una lógica simple y nada compleja, pero con mucha creatividad, que permita a los clientes visualizar los significados atraíbles y su composición desde el reconocimiento de sus formas, sus colores, textos y contenidos fácilmente reconocibles e inigualables por los potenciales clientes consumidores.



Figura 11. Logo de Café Don Peki

Fuente: Elaboración Propia

El logo de Café Don Peki, que presenta una taza caliente junto con el nombre destacado y granos de café, tiene un significado simbólico profundo.

**Taza caliente:** Representa el momento de disfrute del café, evocando calidez, hospitalidad y tradición. La taza humeante transmite una experiencia acogedora, ideal para compartir en familia.

**Nombre "Don Peki":** El nombre "Don Peki" fue elegido en honor al fundador y propietario, Don Jorge Álvarez Najar, conocido cariñosamente como *Peki* en su entorno familiar y comunitario. Este nombre refleja cercanía, respeto y tradición, valores que también se transmiten a través del café que ofrece la marca.

**Granos de café:** Representan de forma directa el producto principal

**Colores del café:** Los tonos marrones y tierra reflejan la naturaleza del producto, evocando la riqueza y el sabor del café, así como su conexión con la tierra y la tradición agrícola.

En conjunto, el logo comunica una propuesta de valor centrada en la calidad, la calidez y la autenticidad del café.

#### 9.5.1.2. *Slogan*

¡Sabor natural en cada taza...!

#### 9.5.1.3. *Envase*

Los modelos de envases están disponibles en diversas presentaciones, empleando bolsas tipo Zipper con cierre hermético en colores dorado, negro y blanco.



*Figura 12.* Modelo de envase en Bolsa Zipper con cierre hermético de café tostado molido 200 y 250 gramos

Fuente: Elaboración Propia

La figura N°12 muestra el envase del café tostado molido, que combina funcionalidad y estética para asegurar la frescura del producto. Fabricada con un material que protege contra aire y humedad, la bolsa tiene un diseño atractivo y un cierre hermético tipo zipper que facilita su uso. Disponemos de presentaciones de 200 y 250 gramos, adaptándose a las necesidades de los consumidores, ya sea para uso personal o mayor suministro.



*Figura 13.* Modelo de envase en Bolsa Zipper con cierre hermético de café grano 500 gramos

Fuente: Elaboración Propia

La figura N°13 muestra el café en grano envasado en una bolsa zipper con cierre hermético, esencial para preservar su frescura y calidad al protegerlo de humedad y aire. La bolsa, fabricada con una barrera efectiva, presenta un diseño atractivo que capta la atención del consumidor. Este envase de 500 gramos combina funcionalidad, estética y practicidad, asegurando que el producto se mantenga en óptimas condiciones.



Figura 14. Modelo de envase en Bolsa Zipper con cierre hermético de café molido con azúcar 200 gramos.

Fuente: Elaboración Propia

La figura N°14 muestra el envase del café tostado molido con azúcar en una presentación de 200 gramos, que combina funcionalidad y estética para garantizar su frescura. Fabricada con un material que protege contra aire y humedad, la bolsa cuenta con un diseño atractivo y un cierre hermético tipo zipper para facilitar su uso. Este envase asegura que el producto llegue al consumidor en óptimas condiciones.

#### 9.5.1.4. *Presentación y diseño de la Etiquetas*

Las etiquetas constituyen los elementos impresos que acompañan al producto, proporcionando información al consumidor sobre su uso y preparación. Estas no solo son requeridas por normativa legal, sino que también desempeñan un papel crucial en la percepción que el consumidor tiene del producto. Por lo tanto, es fundamental diseñarlas con atención meticulosa y deliberación estratégica.

Asimismo, se puede mencionar que las etiquetas que se reflejan a continuación están bajo las normativas y requerimiento de Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG).

Están diseñadas a la expectativa de los clientes:

- Sesión publicitaria: Conocerán las marcas, las ventajas, atributos y tamaño de las imágenes.
- Sesión legal: Según Senasag los requisitos documentales para la aprobación de la etiqueta de alimento, son: fecha de vencimiento, modo de conservación, razón social, dirección, registro sanitario, Nit Nombre del producto y contenido neto y marca.
- Sesión informativa: Parte donde se encuentra el contenido alimenticio, método de preparación, grado de tueste, Sabor y Aroma

MODO DE CONSERVACIÓN  
LUGAR  
FRESCO Y SECO

R.S. SENASAG  
X-X-X-X XXXX

PJ\_008/2024  
05/03/2024

100%  
ELABORACIÓN  
ARTESANAL

CAFÉ  
TOSTADO  
... molido ...

Sabor natural en cada taza...!

**Peso NETO. 200 G.**

**PORVENIR - PANDO - BOLIVIA**

Es un café de la amazonia, cultivado y elaborado con pasión, fusionado con tradición de nuestra region Pandina.  
Granos recolectados del mejor cafetal de la familia Alvarez Freire, donde nuestra experiencia del cultivo de café robusta es aplicado ecológicamente y basado en sistemas agroforestales.

**INGREDIENTES:**  
Grano seleccionado de Café

**MÉTODOS DE PREPARACIÓN**

**CARACTERÍSTICAS**

**TUESTE** Medio  Alto

**MOLIENDA** Fina  Gruesa   
Meda  Grano

**Elaborado por:**  
**CAFÉ DON PEKI**

**Dirección:**  
Comunidad Santa Fé  
Municipio de Porvenir  
a 28 kilometros de Cobija

**LOTE:**

**FECHA DE VENC.:**

**PEDIDOS:** ☎ 67661925

📷 **Café Don Peki**

📘 **Café Don Peki**

Figura 15. Diseño de etiqueta en la presentación Café artesanal molido de 200 g

Fuente: Elaboración Propia

MODO DE CONSERVACIÓN  
LUGAR FRESCO Y SECO

R.S. SENASAG  
X-X-X-X XXXX

PJ. 008/2024  
05/03/2024

100%  
ELABORACIÓN  
ARTESANAL

**Café**  
**DON**  
**PEKI**

Sabor natural en cada taza...!

**CAFÉ TOSTADO**  
... molido ...

**Peso NETO. 250 G.**

**PORVENIR - PANDO - BOLIVIA**

*Es un café de la amazonia, cultivado y elaborado con pasión, fusionado con tradición de nuestra region Pandina.  
Granos recolectados del mejor cafetal de la familia Alvarez Freire, donde nuestra experiencia del cultivo de café robusta es aplicado ecológicamente y basado en sistemas agroforestales.*

**INGREDIENTES:**  
Grano seleccionado de Café

**MÉTODOS DE PREPARACIÓN**

**CARACTERÍSTICAS**

**TUESTE** Medio  Alto

**MOLIENDA** Fina  Gruesa   
Media  Grano

**Elaborado por:**  
**CAFÉ DON PEKI**

**Dirección:**  
Comunidad Santa Fé  
Municipio de Porvenir  
a 28 kilometros de Cobija

**LOTE:**

**FECHA DE VENC.:**

**PEDIDOS:** ☎ 67661925

📷 **Café Don Peki**

📘 **Café Don Peki**

Figura 16. Diseño de etiqueta en la presentación Café artesanal molido de 250 g

Fuente: Elaboración Propia

**MODO DE CONSERVACIÓN**  
LUGAR  
FRESCO Y SECO

R.S. SENASAG  
X-X-X-X XXXX

PJ. 008/2024  
05/03/2024

**100%**  
ELABORACIÓN  
ARTESANAL

**CAFÉ TOSTADO**  
... grano ...

**Café**  
**DON PEKI**

Sabor natural en cada taza...!

**Peso NETO. 500 G.**

**PORVENIR - PANDO - BOLIVIA**

*Es un café de la amazonia, cultivado y elaborado con pasión, fusionado con tradición de nuestra region Pandina.  
Granos recolectados del mejor cafetal de la familia Alvarez Freire, donde nuestra experiencia del cultivo de café robusta es aplicado ecológicamente y basado en sistemas agroforestales.*

**INGREDIENTES:**  
Grano seleccionado de Café

**MÉTODOS DE PREPARACIÓN**

**CARACTERÍSTICAS**

**TUESTE** Medio  Alto

**MOLIENDA** Fina  Gruesa   
Media  Grano

**Elaborado por:**  
**CAFÉ DON PEKI**

**Dirección:**  
Comunidad Santa Fé  
Municipio de Porvenir  
a 28 kilómetros de Cobija

**LOTE:**

**FECHA DE VENC.:**

**PEDIDOS:** 67661925 **Café Don Peki** **Café Don Peki**

Figura 17. Diseño de etiqueta en la presentación Café artesanal en grano de 500g

Fuente: Elaboración Propia

### 9.5.2. Análisis FODA

Es importante determinar aquellos factores internos y externos que afecta al posicionamiento del producto, considerando que a través de su fortaleza se puede hacer frente a su competencia con el fin de superar sus debilidades, aprovechando aquellas oportunidades.

<b>FORTELEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Disponibilidad de terreno para cultivo</li> <li>● Sabor único y diferenciado</li> <li>● Relación directa con los consumidores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Creciente interés por el café local y artesanal</li> <li>● Expansión a nuevos mercados</li> <li>● Expansión a ferias, eventos y ventas por internet</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Carretera en mal estado</li> <li>● Capacidad de producción limitada</li> <li>● Dependencia del clima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Competencia creciente</li> <li>● Cambios en el precio del grano o insumos</li> <li>● Bajo apoyo a productores locales frente a importaciones</li> </ul>

*Figura 18. Análisis FODA*

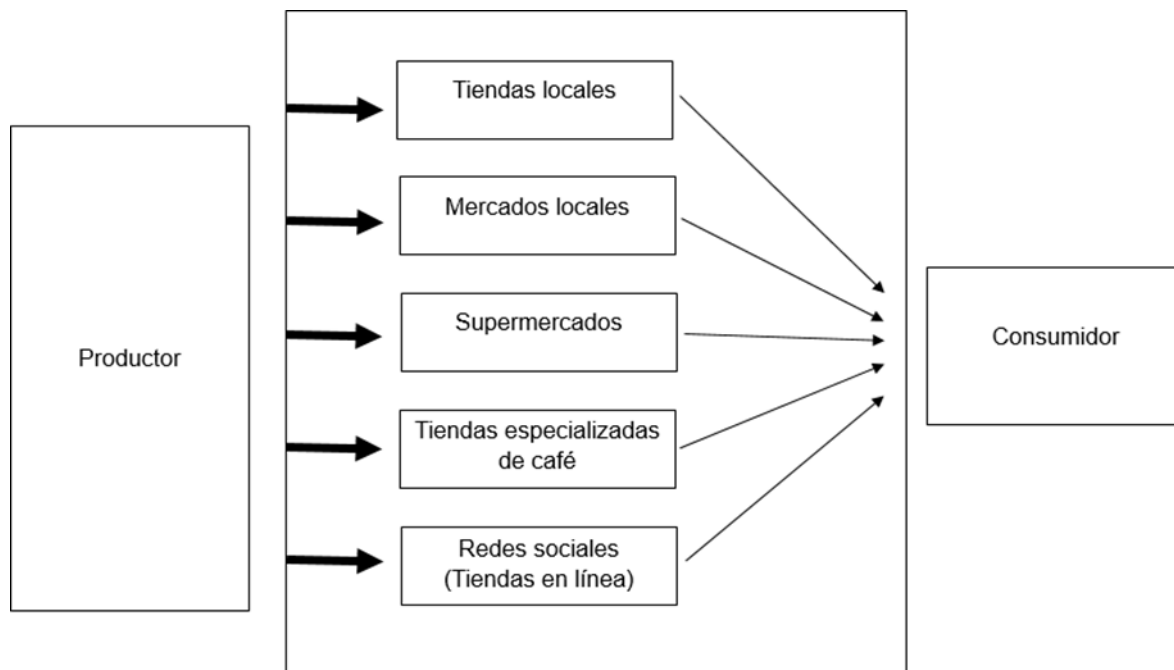
Fuente: Elaboración Propia

### 9.5.3. Precio

La segunda de las 4 P del marketing mix corresponde al precio, que es la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para adquirir el producto. Definir un precio adecuado para el producto es una parte relevante, ya que un precio poco acertado disminuye las oportunidades de venta y los beneficios del negocio. El precio se determinó en función a los costos de producción.

### 9.5.4. Plaza

La comercialización del café se realizará en tiendas locales, en mercados locales, en supermercados, en tiendas especializadas de café, por redes sociales (tiendas en línea) en el municipio de Cobija. Por lo tanto, para que el producto llegue a los consumidores finales, se ha seleccionado un canal de distribución indirecto productores, intermediarios y consumidores.



*Figura 19.* Canales de Comercialización del Café en Cobija

Fuente: Elaboración Propia

### **9.5.5. Promoción**

La estrategia de promoción para el Café Don Peki se fundamenta en pilares clave:

- Ofertas con descuento, Participación en ferias productivas y el uso de Marketing digital utilizando plataformas como Facebook, TikTok y WhatsApp.
- Participando en ferias productivas y las redes sociales brindando diferentes promociones para la difusión de sus productos.

¿Qué tipo de promoción le parecería más atractiva para incentivar la compra de café local?

381 respuestas

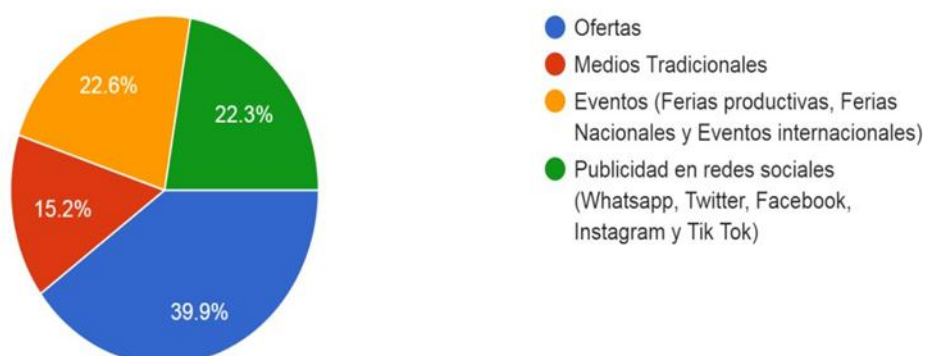


Figura 20. Tipo de promoción para incentivas la compra de café.

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que un 39.9% de los encuestados muestra una clara preferencia por recibir promociones a través de ofertas. Este dato resalta la efectividad de las estrategias de descuentos y promociones directas como un medio atractivo para captar la atención del público.

Por otro lado, un 22.6% de los participantes optan por la experiencia de eventos en ferias productivas. Este interés sugiere que los encuentros cara a cara y la interacción directa con los productos o servicios son valorados, permitiendo una conexión más personal con la marca.

Finalmente, el 22.3% de los encuestados prefiere recibir información a través de publicidad en plataformas digitales. Esto indica que el marketing digital sigue siendo un canal relevante y eficaz para llegar a los consumidores, aprovechando la versatilidad y el alcance que ofrecen estas plataformas.

Con la promoción de oferta, se impulsará la visibilidad a través de participaciones en eventos y ferias productivas, así como mediante publicidad en plataformas digitales. Esta estrategia nos permitirá conectar de manera efectiva con el público objetivo y potenciar el reconocimiento de la marca.

## 10. OPERACIONES

El esquema operativo ofrece una visión detallada de aspectos clave, incluyendo el diseño y desarrollo del producto, el proceso de producción y los equipos requeridos, tales como máquinas y vehículos. Asimismo, se contempla la gestión de insumos, el cálculo de la capacidad de producción y la estrategia de ubicación y distribución de la planta. Esta estructura integral garantiza un funcionamiento eficiente y optimizado, contribuyendo al logro de sus objetivos estratégicos.

### 10.1. Diseño y desarrollo de producto/servicio

Café Don Peki se dedica con pasión a la producción de café artesanal, utilizando métodos que respetan el medio ambiente. Su proceso se basa en técnicas sostenibles, como el "chaco sin quema", lo que les permite cultivar sin contaminar y preservar la riqueza de su entorno natural.

#### 10.1.1. Descripción técnica y funcional del producto.

##### 10.1.1.1. Descripción técnica y funcional del producto.

A continuación, se presenta una descripción técnica y funcional del Café Artesanal Don Peki, que resalta sus características, procesos de producción y beneficios. Esta información es fundamental para comprender la calidad y el valor del producto, así como su impacto en la comunidad local.

En la descripción técnica del producto de Café Don Peki se abordan aspectos como el nombre del producto, el tipo de café, el origen, el proceso de producción y la presentación, los cuales se detallarán a continuación en la tabla 8.

Figura 21. Descripción técnica del producto

Aspecto	Descripción
Nombre del producto	Café Don Peki
Tipo de café	Café Robusta
Origen	Cultivados en las parcelas de la Familia Alvarez Freire

	Comunidad Santa Fe, Municipio Porvenir
Proceso de producción	Recolección manual, despulpado, fermentación, secado al sol y tostado en lotes pequeños de manera artesanal.
Presentación	En grano y molido artesanal, empaques de 200 g, 250g y 500g en envase bolsa zipper con cierre hermetico para preservar frescura

Fuente: Elaboración Propia

En la descripción funcional del producto de Café Don Peki se abordan aspectos como el sabor, los usos, los beneficios, la experiencia y el impacto comunitario, los cuales se detallarán a continuación en la Tabla N°9.

Figura 22. Descripción funcional del producto

Aspecto	Descripción
Usos	Ideal para preparar café filtrado, por colador de tela y por goteo.
Sabor	Notas frutales, mas intenso y amargo.
Beneficios	100% artesanal, sin aditivos; apoya a productores locales y promueve prácticas sostenibles.
Experiencia	Ofrece una experiencia sensorial única que promueve el aprecio por el café artesanal y la cultura local
Impacto comunitario	Cada compra contribuye al sustento de los agricultores de la región.

Fuente: Elaboración Propia

### 10.1.2. Características de la calidad del producto

A continuación, se presentan las características del producto ofrecidos por el Café Artesanal Don Peki. Estas características no solo aseguran una experiencia excepcional para los clientes.

## Características del Producto

- **Sabor:** Notas frutales, mas intenso y amargo
- **Producción Sostenible:** Emplea prácticas agrícolas responsables que respetan el medio ambiente “chaco sin quema”.
- **Frescura Garantizada:** El proceso de tostado en lotes pequeños y los empaques en bolsa herméticos con cierre zipper aseguran la preservación de la frescura.
- **Impacto Comunitario:** El café Don Peki no solo se centra en la producción de un producto, sino que también promueve un impacto positivo en la comunidad local, al generar empleo y fomentar el desarrollo económico.

## 10.2. Proceso de producción

### 10.2.1. Proceso de producción de café Don Peki

#### 10.2.1.1. *Proceso de producción de café artesanal*

Fase 1°. Adquisición de la materia prima: Café Don Peki realiza la adquisición de la materia prima en el lugar de producción, previa revisión y evaluación del producto.

Fase 2°. Secado Natural: Los granos se secan de manera natural en camas africanas, permitiendo una adecuada deshidratación al sol.

Fase 3°. Trillado: Posteriormente, se realiza el trillado y el secado del cascarón en un proceso llamado tacu.

Fase 4°. Tostado: Los granos se tuestan en un horno artesanal, lo que realza sus sabores y aromas.

Fase 5°. Molienda: A continuación, se muelen los granos en un molidor manual, ajustando la textura según las necesidades del cliente.

Fase 6°. Empaquetado: El café se empaqueta en sus diferentes presentaciones, asegurando su frescura y calidad.

Fase 7°. Comercialización: Finalmente, el café se comercializa en ferias, tiendas de barrio y supermercados, alcanzando así a un amplio público.

## 10.2.2. Tipo de proceso

### 10.2.2.1. Flujograma de proceso de producción de café

El proceso a implementar consistirá en un flujograma del proceso de producción de café, que se llevará a cabo de la siguiente manera:

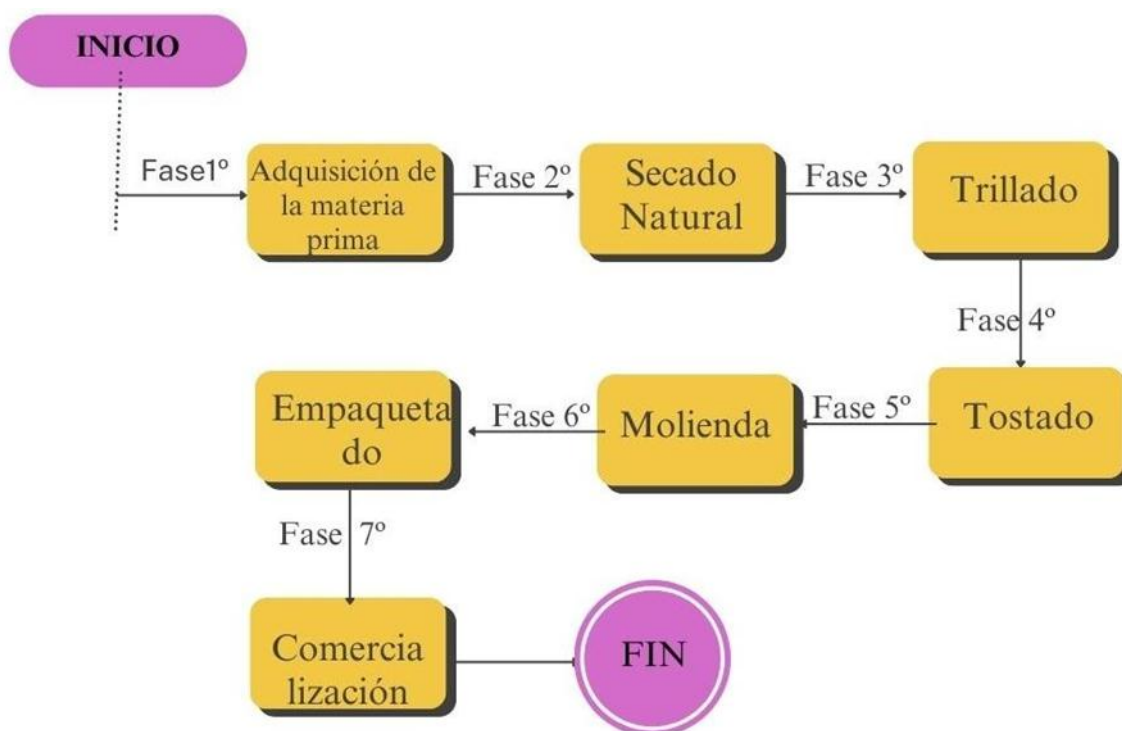


Figura 23. Flujograma de proceso de producción de café

Fuente: Elaboración Propia

### 10.2.3. Descripción detallada de fases y tareas por puesto

#### 10.2.3.1. Descripción detallada de fases de las tareas que realizan un trabajador por cada proceso de producción.

A continuación, se describirán en cada una de las tablas, las actividades que realizan cada puesto de trabajo, la cantidad de personas que participan y las horas de trabajo por hectárea en el proceso de producción.

Tabla 10. Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 1 del proceso de producción de café artesanal

<b>Adquisición de la materia prima</b>		
Actividad	Cantidad de personas	Horas de trabajo
Recibe los sacos de café.	4	8 horas/ha
Revisa y evalúa el producto que este en buen estado		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11. Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 2 del proceso de producción de café artesanal

<b>Secado Natural</b>		
Actividades	Cantidad de personas	Horas de trabajo

---

Supervisar el proceso de secado natural de los granos de café en camas africanas. Esta tarea implica asegurar que los granos se dispongan adecuadamente para maximizar la exposición al sol, permitiendo una deshidratación uniforme. Además, debe estar atenta a las condiciones climáticas, como la humedad y la temperatura, para garantizar que el proceso de secado se realice de manera óptima y así preservar la calidad del café.	2	8 horas/ha
---	---	------------

---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12. Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 3 del proceso de producción de café artesanal

---

<b>Trillado</b>		
Actividades	Cantidad de personas	Horas de trabajo
El trabajador encargado del trillado es responsable de separar los granos de café de su cascarón. Para ello, se utiliza una herramienta específica que es el tacu que permitan romper la cáscara sin dañar los granos en su interior. Durante este proceso, también se encarga de verificar la calidad de los granos, asegurándose de que estén en condiciones óptimas para los siguientes pasos.	2	17 horas/ha

---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13. Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 4 del proceso de producción de café artesanal

<b>Tueste</b>		
Actividades	Cantidad de personas	Horas de trabajo
El trabajador encargado del tostado es responsable de tostar los granos de café en un horno artesanal. Durante este proceso, se monitorea cuidadosamente el tiempo y la temperatura para asegurar que los granos alcancen el nivel de tueste deseado, realzando sus sabores y aromas característicos. También se encarga de mezclar los granos de manera uniforme para evitar que se quemen o se tuesten de manera desigual. El conocimiento y experiencia son cruciales, ya que su	2	36 horas/ha

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14. Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 5 del proceso de producción de café artesanal

<b>Molienda</b>		
Actividades	Cantidad de personas	Horas de trabajo

El trabajador encargado de la molienda es responsable de moler los granos de café en un molidor manual. Durante este proceso, ajusta la textura del café en función de las necesidades del cliente, ya sea para un molido más fino o más grueso. Debe prestar atención a la consistencia y asegura que el molido sea uniforme, lo que es esencial para la extracción adecuada de sabores durante la preparación del café.

2

40 horas/ha

---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15. Descripción de las actividades que realizan los trabajadores en la fase 6 del proceso de producción de café artesanal

<b>Empaquetado</b>		
Actividades	Cantidad de personas	Horas de trabajo
El trabajador encargado del empaquetado es responsable de empaquetar el café en sus diferentes presentaciones. Durante este proceso, se asegura de que cada paquete mantenga la frescura y calidad del producto.	2	11 horas/ha

---

Fuente: Elaboración Propia

### **10.3. Máquina, equipos, vehículo, otros similares.**

#### **10.3.1. Máquina, equipos, vehículo, otros similares del proceso de producción de café**

##### **Don Peki**

Café Don Peki, situada en el Municipio de Porvenir, se especializa en un proceso de producción artesanal que destaca la calidad y autenticidad del café local. Para optimizar sus operaciones y garantizar un producto excepcional, se considera la adquisición y uso de los siguientes recursos:

##### a) Máquinas

**Despulpadora:** Este equipo es esencial para eliminar la pulpa del grano de café, garantizando que se obtenga un producto de alta calidad para el siguiente proceso de elaboración.

**Secadoras Naturales o Camas Africanas:** Estas instalaciones permiten secar el café al sol, un método que ayuda a conservar las características organolépticas del grano, asegurando su sabor y aroma distintivos.

##### b) Equipos

**Horno de Leña:** Utilizado para el tostado del café, este equipo realza los sabores únicos del grano, aportando notas ahumadas que enriquecen la experiencia de degustación.

**Molino de Café Eléctrico:** Este dispositivo facilita una molienda rápida y uniforme, optimizando el proceso de preparación del café y mejorando la consistencia en el sabor.

**Mesa de Enfriamiento:** Superficie diseñada para enfriar los granos de café después del tostado, asegurando que se mantenga su frescura y calidad.

**Molino de Café Manual:** Ofrece la posibilidad de una molienda más controlada y artesanal, permitiendo a los productores personalizar la textura del café según sus preferencias.

##### c) Herramientas

**Tacu:** Utensilio tradicional utilizado para el trillado del café, indispensable en el proceso de separación del grano.

**Baldes:** Contenedores esenciales para el transporte y almacenamiento de granos, facilitando la logística en la producción.

**Yute:** Material utilizado para el embalaje de los granos de café, asegurando su protección durante el transporte.

**Cucharon de Madera:** Utensilio fundamental para la manipulación del café en la tostadora, evitando cualquier alteración en su sabor.

**Machetes:** Herramientas versátiles utilizadas para el corte y mantenimiento de las plantaciones de café, asegurando su óptimo crecimiento.

**Desbrozadora:** Herramienta específica para desmalezar y limpiar el área de cultivo, promoviendo un entorno saludable para las plantas.

**Azadón:** Utilizado para preparar el suelo y realizar diversas labores agrícolas, este implemento es clave en el cultivo del café.

**Pala:** Herramienta necesaria para mover tierra y otros materiales durante el proceso de cultivo, facilitando las labores agrícolas.

**Bocailobo:** Herramienta utilizada para excavar y preparar la tierra, esencial en las etapas iniciales del cultivo.

**Tijeras de Poda:** Herramienta fundamental para el cuidado de las plantas, permitiendo realizar cortes precisos que fomentan un crecimiento saludable.

**Podadora de Altura:** Herramienta diseñada para podar las partes superiores de las plantas de café, facilitando el acceso y mejorando la cosecha.

d) Vehículos


**Moto:** Vehículo ideal para el transporte ágil de insumos y productos en la zona, aumentando la eficiencia logística.

### 10.3.2. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción.

#### 10.3.2.1. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de las máquinas.

A continuación, se presenta una descripción de las características técnicas, físicas y funcionales de las máquinas utilizadas en la producción del café Don Peki. La tabla 3 detalla aspectos como la capacidad de producción, la eficiencia operativa y las especificaciones técnicas, permitiendo entender cómo cada máquina contribuye al proceso y asegurando la calidad del producto final.

Tabla 16. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de las máquinas

Máquina	Características Técnicas	Características Físicas	Características Funcionales	Capacidad de Producción
 Despulpadora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motor de alta eficiencia</li> <li>- Rodillos ajustables</li> <li>- Cumple con estándares de seguridad alimentaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño robusto</li> <li>- Construcción en acero inoxidable</li> <li>- Dimensiones adecuadas para espacios limitados</li> </ul>	Sistema de alimentación para granos  Separación rápida de la pulpa	Procesa varios quintales de café por hora
Secadoras Naturales (Camas Africanas)	Estructura ajustable  Materiales resistentes a la intemperie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño abierto y elevado</li> <li>- Superficie plana de madera con</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seca do mediante exposición al sol y</li> </ul>	Secan varios quintales de café simultáneamente



calamina  
 para  
 su  
 protección de  
 lluvia.



ire  
 -  
 uniforme  
 Seca  
 do

Fuente: Elaboración Propia


### 10.3.2.2. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de los equipos.

A continuación, se ofrece una descripción de las características técnicas, físicas y funcionales de los equipos empleados en la producción del café Don Peki. La tabla 4 detalla elementos como la capacidad de producción, la eficiencia operativa y las especificaciones técnicas, lo que permite comprender cómo cada equipo contribuye al proceso y garantiza la calidad del producto final.

Tabla 17. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de los equipos

Equipo	Características Técnicas	Características Físicas	Características Funcionales	Capacidad de Producción
 Horno de Leña	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Construido con materiales refractarios</li> <li>- Diseño eficiente para el uso de leña</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura robusta</li> <li>- Dimensiones que permiten un buen flujo de aire</li> <li>- Es de madera y mide 12 m de largo y 7 m de ancho, y utiliza calamina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizado para tostar café</li> <li>- Proporciona un sabor característico</li> </ul>	Capacidad para tostar varios kilogramos de café por ciclo
 Molino de Café Manual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mecanismo de molienda ajustable</li> <li>- Materiales duraderos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño compacto</li> <li>- Ligero y fácil de transportar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permite moler café de manera manual</li> <li>- Control sobre el grosor de la molienda</li> </ul>	Muele una cantidad limitada de café en cada uso, ideal para pequeñas

producciones





<p>Mesa de Enfriamiento</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Superficie diseñada para disipar el calor</li> <li>- Materiales que facilitan la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura plana y amplia</li> <li>- Generalmente de madera o metal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enfriamiento uniforme del café tostado</li> <li>- Previene la acumulación de humedad</li> </ul>	<p>Permite enfriar grandes cantidades de</p>
<p>Molino de Café Eléctrico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motor potente y eficiente</li> <li>- Ajuste de grosor de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño robusto y compacto</li> <li>- Construcción adecuada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Molienda rápida y uniforme</li> <li>- Ideal para</li> </ul>	<p>Capacidad para moler varios kilogramos de café por hora</p>





Fuente: Elaboración Propia

### 10.3.2.3. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de las herramientas.

A continuación, se expone en la siguiente tabla 5, una descripción de las características técnicas, físicas y funcionales de las herramientas empleados en la producción del café Don Peki.


Tabla 18. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales, capacidad de producción de las herramientas.

Herramienta	Características Técnicas	Características Físicas	Características Funcionales	Capacidad de Producción
<p>Tacu</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hecho de materiales resistentes a la corrosión</li> <li>- Diseño o ergonómico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructuralmente ligera y duradera</li> <li>- Tamaño adecuado para transporte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizado para trillar y descascarar</li> <li>- Fácil manejo</li> </ul>	Capacidad para trillar o pelar varios kilos de café y otros productos
<p>Baldes</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fabricados en plástico resistente</li> <li>- Capacidad variable (20-30 litros)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño o apilable</li> <li>- Livianos y fáciles de limpiar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usados para recoger y para el trabajo en el campo</li> </ul>	Capacidad para almacenar grandes volúmenes de café durante la cosecha
<p>Yute</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Material biodegradable</li> <li>- Resistente a la humedad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Textura robusta</li> <li>- Varias tamaños disponibles</li> </ul>	<p>Utilizado para empaquetar café</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Permite la ventilación del grano</li> </ul>	Ideal para almacenar
<p>Cucharón de Madera</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hecho de madera resistente</li> <li>- Diseño de un solo cuerpo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ligero</li> <li>- Fácil de manejar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usado para mover el café de las muestras se hornea.</li> </ul>	Eficaz para manejar porciones grandes de café

<p>Machetes</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hechos de acero de alta calidad</li> <li>- Mango ergonómico</li> </ul>	<p>Diseño robusto</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Longitud variable para diferentes usos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizados para la poda y limpieza de áreas de cultivo</li> <li>- Herramienta versátil en el campo</li> </ul>	<p>Permite realizar cortes precisos en grandes extensiones de terreno</p>
<p>Desbrozadora</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motor potente</li> <li>- Cuchillas intercambiables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño ligero</li> <li>- Estructura ergonómica para facilitar el uso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ideal para desmalezar y aumentar la eficiencia en el trabajo</li> </ul>	<p>Capacidad para limpiar grandes áreas en poco tiempo</p>
<p>Azadón</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cabeza de acero endurecido</li> <li>- Mango de madera o metal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura robusta</li> <li>- Fácil de manejar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usado para labrar la tierra y preparar el suelo para la siembra</li> </ul>	<p>Eficaz en la preparación de terrenos de varios metros cuadrados</p>
<p>Boca de lobo</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Material duradero</li> <li>- Diseño práctico para su uso en el campo</li> </ul>	<p>Estructura ligera</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variedad de tamaños</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usado para la excavación de hoyos para los plantines de café</li> </ul>	<p>Ideal para realizar grandes cantidades</p>

Fuente: Elaboración Propia

10.3.2.4. Descripción de características técnicas, físicas, funcionales del vehículo.

Vehículo	Características Técnicas	Características Físicas	Características Funcionales	Capacidad de Producción
 <p>Moto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motor de 150 a 250 cc</li> <li>- Transmisión automática manual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño compacto</li> <li>- Peso ligero que facilita su manejo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizada para transporte rápido de productos</li> <li>- Ideal para</li> </ul>	<p>Capacidad para transportar hasta 200 kg de carga y en distancias medias</p>

Fuente: Elaboración Propia

#### 10.4. Insumos

Los insumos para la producción y comercialización de café que se utilizan son:

Tabla 19. Los insumos para la producción y comercialización de café Don Peki (Expresado en bolivianos)

Nº	Producto	Unidad de Medida	Costos en Bs
1	Plantas de café	Unidad	10
2	Gasolina	Litros	3,74
3	Envase Bolsa Zipper con cierre hermético para 200 gr	Unidad	1,50
4	Envase Bolsa Zipper con cierre hermético para 250 gr	Unidad	2,70

5	Envase Bolsa Zipper con cierre hermético para 500 gr	Unidad	3,10
6	Etiqueta en adhesivo	unidad	2
7	Fertilizante	litro	180
8	Veneno para las plagas	litro	210

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 19, se cuenta que los insumos necesarios para llevar adelante con el proceso de producción y transformación de la materia prima.

#### 10.4.1. Descripción específica técnica, característica de calidad de los insumos

A continuación, se presenta varios cuadros que detallan la descripción técnica y las características de calidad de los diversos insumos utilizados en el proceso de producción, desde el inicio del proceso de café hasta los envases y materiales de etiquetado.

Tabla 20. Descripción técnica y las características del envase

<b>Envase Bolsa Zipper Con Cierre Hermético</b>	
<b>Características</b>	<b>Descripción</b>
<b>Tipo de envase</b>	Bolsa zipper
<b>Capacidad</b>	200 g., 250 g. y 500 g.
<b>Cerrar</b>	Cierre Zipper
<b>Ventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fácil de apilar</li> <li>- Ligero y resistente</li> <li>- Protección contra humedad y oxígeno</li> <li>- Reutilizable</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21. Descripción técnica y las características de la etiqueta en adhesivo

<b>ETIQUETA EN ADESIVO</b>	
<b>Características</b>	<b>Descripción</b>

<b>Tipo de producto</b>	Pegatina adhesiva
<b>Materiales</b>	Papel, vinilo, poliéster o materiales sintéticos.
<b>Impresión</b>	Puede incluir impresión digital
<b>Acabado</b>	Brillante, mate, o texturizado

---

Fuente: Elaboración Propia

#### **10.4.2. Proveedores**

Café Don Peki cuenta con la familia Álvarez Freire como su principal proveedor de materia prima, reconocida como uno de los mayores productores de café en la comunidad de Santa Fe. Además, algunos comunarios participan en actividades operativas, que van desde la cosecha de los granos hasta la atención a los visitantes, recibiendo una remuneración por las tareas que desempeñan.

En relación con los insumos, en un inicio, la institución de ACCESO fue la encargada de suministrar los plantines. Actualmente la misma microempresa comercializa plantines de la variedad robusta. Los insumos restantes, como los envases, son adquiridos a través de intermediarios provenientes de las ciudades de Santa Cruz y La Paz. Las etiquetas en adhesivos son provistas por HAZLO-CREATIVO, ubicado en Cobija. Por otro lado, los fertilizantes se obtienen en veterinarias de la región.

### **10.5. Planta: cálculo de la capacidad de producción, localización y distribución de planta**

#### **10.5.1. Planta: Cálculo de la capacidad de producción**

Se detalla el cálculo de la capacidad de producción de café en una parcela de catorce hectáreas (140,000 metros cuadrados). De estas, ocho hectáreas ya están en producción, mientras que las cuatro restantes están en crecimiento. Para las plantaciones de café, se establece una distancia de 2.5 metros entre cada planta, lo que permite un total de 1,700 plantas por hectárea de café robusta.

## 10.5.2. Localizada y distribución de planta

### 10.5.2.1. Macro localización

Café Don Peki, se encuentra en el departamento de pando, provincia Nicolás Suarez, del municipio de Porvenir como se muestra en el siguiente mapa.



Figura 24. Mapa del Departamento de PANDO, con sus cinco provincias

Fuente: Tribunal Electoral Departamento de Pando

### 10.5.3. Distribución de la pequeña empresa



Figura 25. Plano del proceso de producción.

Fuente: Tribunal Electoral Departamento de Pando

El plano del proceso de producción se divide en tres fases. La primera fase incluye el almacenamiento de la materia prima. La segunda fase se compone de dos camas africanas, cada una con dimensiones de 6 m por 3.5 m. Además, todo el ambiente de procesamiento abarca un área de 8.80 m por 5.70 m. A continuación, se detallan los diferentes espacios destinados a la transformación de la materia prima:

- Almacén de materia prima café en fruto
- Dos camas africanas

- Vestuario
- Área de recepción de grano
- Área de tostado
- Área de enfriado
- Área de molido
- Envasado
- Producto terminado

## CAPÍTULO 3

### 11. FINANZAS

A continuación, se presentará el estudio financiero del proyecto Café Don Peki, el cual constituye un componente fundamental para el desarrollo del plan de negocios. Este análisis comprende varios elementos clave: presupuesto de inversión, presupuesto de operaciones, presupuesto de costos de producción, financiamiento, resumen de costos e ingresos, estado de resultados, flujo de caja y evaluación financiera.

Cada uno de estos componentes permite estimar, de manera cuantitativa y monetaria, los costos asociados a la operación del proyecto y su proyección en el tiempo. A través de este estudio, es posible evaluar la viabilidad económica del negocio, analizar su rentabilidad y estimar el periodo de recuperación de la inversión, lo cual resulta esencial para la toma de decisiones estratégicas y la atracción de posibles inversionistas.

#### 11.1. Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión de la microempresa Café Don Peki se encuentra estructurado en dos componentes principales: presupuesto de inversión total y presupuesto de costo total, todos expresados en moneda nacional (bolivianos). Esta clasificación facilita una planificación más precisa y una asignación eficiente de los recursos financieros requeridos para la implementación y operación inicial del proyecto.

Se detalla de forma ordenada en los siguientes puntos:

##### 11.1.1. Presupuesto de inversión total

A continuación, se expone el presupuesto total de inversión, el cual se compone de tres elementos principales: inversión fija, inversión variable e inversión diferida.

Tabla 22. *Inversión Total (Expresados en Bolivianos)*

Ítem	Detalle	Inversión Total	
		Importe	%
1	Inversión Fija	91.430	64%
2	Inversión Variable	48.300	34%
3	Inversión Diferida	3.530	2%

**Total** **143.260** **100%**

Fuente: Elaboración Propia

#### 11.1.1.1. *Presupuesto de inversión fija*

Tabla 23. *Composición de la inversión fija del proyecto Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)*

Ítem	Detalle	Inversión Total	
		Importe	%
1	Terreno	8.500	9%
3	Obras Civiles	46.000	50%
4	Maquinaria y equipo	10.660	12%
5	Herramientas	8.270	9%
6	Transporte	18.000	20%
<b>Total de Inversión Fija</b>		<b>91.430</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 11.1.1.2. *Presupuesto de inversión variable*

Tabla 24. *Composición de la inversión variable del proyecto Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)*

Ítem	Detalle	Inversión Total	
		Importe	%
1	Plantines de Café Robusto y Arábico	48.300,00	100%
<b>Total de Inversión Variable</b>		<b>48.300</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 11.1.1.3. *Presupuesto de inversión diferida*

Tabla 25. *Composición de la inversión diferida del proyecto Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)*

Ítem	Detalle	Inversión Total	
		Importe	%
1	Marketing y Publicidad	1.800	51%
2	Legal	1730	49%
<b>Total de Inversión Diferida</b>		<b>3.530</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 11.1.2. **Presupuesto de costo total**

El presupuesto total contempla dos categorías esenciales de costos: fijos, que permanecen constantes independientemente del nivel de producción, y variables, que fluctúan según la demanda y la capacidad operativa.

Tabla 26. Presupuesto de costo total (Expresado en Bolivianos)

Detalle	Año				
	1	2	3	4	5
<b>Capacidad Productiva</b>	109%	114%	120%	126%	132%
<b>Demanda proyectada</b>	14.392	15.112	15.867	16.661	17.494
<b>Costos Fijos</b>	<b>124.100</b>	<b>117.345</b>	<b>110.637</b>	<b>103.997</b>	<b>97.444</b>
Sueldo y Salarios	105.300	105.300	105.300	105.300	105.300
Depreciación de activos	5.262	5.262	5.262	5.262	5.262
Costos Financieros	13.538	12.550	11.561	10.573	9.584
<b>Costos Variables</b>	<b>145.903</b>	<b>153.846</b>	<b>162.639</b>	<b>172.400</b>	<b>183.264</b>
Materia Prima	64.571	68.086	71.978	76.298	81.106
Insumos y Empaque	77.732	81.963	86.648	91.848	97.636
Suministro	3.600	3.796	4.013	4.254	4.522
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>270.003</b>	<b>271.190</b>	<b>273.276</b>	<b>276.397</b>	<b>280.708</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 11.1.2.1. Presupuesto de costo fijo

Tabla 27. Presupuesto de costo fijo (Expresado en Bolivianos)

Ítem	Detalle	Inversión Total	
		Importe	%
2	Sueldo y Salarios	105.300	85%
3	Depreciación de activos	5.262	4%
4	Costos Financieros	13.538	11%
	<b>Total de Costo Fijo</b>	<b>124.100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 11.1.2.2. Presupuesto de costo variable

Tabla 28. Presupuesto de costo variable (Expresado en Bolivianos)

Ítem	Detalle	Inversión Total	
		Importe	%
1	Insumos y Empaque	77.732	53%
2	Suministro	3.600	2%
4	Materia Prima	64.571	44%
	<b>Total de Costos Variable</b>	<b>145.903</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 11.2. Presupuesto de operaciones

En el presupuesto de operaciones se mencionaran los siguientes puntos:

### 11.2.1. Presupuesto de Inversiones

A continuación, se presentan los distintos tipos de presupuestos de inversión requeridos para la puesta en marcha del proyecto: inversión inicial, infraestructura, maquinaria y equipo, herramientas, transporte, marketing y ventas, y aspectos legales. Cada uno de estos componentes es fundamental, ya que permite planificar y asignar adecuadamente los recursos necesarios para garantizar el funcionamiento eficiente del negocio desde su fase inicial. Esta clasificación también facilita la toma de decisiones financieras, el control del gasto y la evaluación de la viabilidad económica del emprendimiento.

#### 11.2.1.1. Presupuesto de Inversión inicial

Tabla 29. Detalle de la inversión inicial en plantines para Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)

Ítem	Detalle	Cantidad	P/U	Total
1	plantines de café robusto	6500	7	45.500
2	plantines de café arabico	400	7	2.800
<b>Total de inversión de inicial</b>				<b>48.300</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 11.2.1.2. Presupuesto de inversión infraestructura

Tabla 30. Detalle de la inversión infraestructura para Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)

<b>Terreno</b>			
Detalle	Cantidad en h.	Sup. m <sup>2</sup>	Precio Bs
Terreno	50	500.000	8.500
<b>Infraestructura del ambiente de producción</b>			
Detalle	Cantidad	Sup. m <sup>2</sup>	Precio Bs
Almacén de materia prima café en fruto	1	36	4.000
camas africanas (madera)	2	21	2.000
vestuario	1	9	
Área de recepción de grano	1	10,83	40.000
Área de tostado	1	10,83	
Área de enfriado	1	7,125	

Área de molido	1	7,125	
Envasado	1	7,125	
Producto terminado	1	7,125	
<b>Total Inversión Infraestructura</b>			<b>46.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 11.2.1.3. Presupuesto de inversión de maquinaria y equipo

Tabla 31. Detalle de Presupuesto de inversión de maquinaria y equipo de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)

Ítem	Detalle	Cantidad	P/U	Total
1	Despulpadora de Café c/ motor	1	3600	3600
3	Horno a leña	1	300	300
4	Molino manual	2	195	390
5	Mesa de enfriamiento	1	150	150
6	Molino de café eléctrico	2	1500	3000
8	Tacu de madera	2	200	400
9	Balanza digital	2	150	300
10	Selladora	2	800	1600
11	Trilladora	1	920	920
<b>Total Inversión Maquinaria y equipo</b>				<b>10.660</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 11.2.1.4. Presupuesto de inversión de herramienta

Tabla 32. Detalle de Presupuesto de inversión de herramienta de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)

Ítem	Detalle	Cantidad	P/U	Total
1	Utensilios de madera y plástico	4	40	160
2	Tijeras de Poda	4	25	100
3	Podadora de Altura	3	40	120
4	Desbrozadora	2	3000	6000
5	Escoba	2	25	50
6	Machetes	8	45	360
7	Carretilla	4	250	1000
8	Boca de lobo	4	60	240
9	Azadón	4	60	240

**Total Inversión Herramienta 8.270**

Fuente: Elaboración Propia

11.2.1.5. *Presupuesto de inversión de transporte*

Tabla 33. *Detalle de Presupuesto de inversión de transporte de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)*

Ítem	Detalle	Cantidad	P/U	Total
1	Motocicleta	2	9.000	18.000
<b>Total Inversión transporte</b>				<b>18.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

11.2.1.6. *Presupuesto de inversión de marketing y ventas*

Tabla 34. *Detalle de Presupuesto de inversión de Marketing y Ventas de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)*

Ítem	Detalle	Cantidad	P/U	Total
1	Diseño de Marca (Logo y slogan)	1	300	300
2	Diseño de las etiquetas (tres presentaciones)	3	100	300
3	Creación de Página web, redes sociales	1	200	200
4	Publicidad (ferias, degustaciones)	2	500	1.000
<b>Total Inversión Marketing y Ventas</b>				<b>1.800</b>

Fuente: Elaboración Propia

11.2.1.7. *Presupuesto de inversión legal*

Tabla 35. *Detalle de Presupuesto de inversión de Legal de Café Don Peki (Expresado en Bolivianos)*

Ítem	Detalle	Cantidad	P/U	Total
1	Licencia de funcionamiento	1	250	250
2	Senasag	1	1350	1350

3	Constitución legal de Café Don Peki (SEPREC)	1	130	130
<b>Total Inversión Legal</b>				<b>1.730</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 11.2.2. Presupuesto de costo

A continuación, se presentan los presupuestos de costos relacionados con la producción del café Don Peki, clasificados en cuatro categorías principales: insumos y empaque, sueldos y salarios, suministros y depreciación de activos fijos. El presupuesto de insumos y empaque contempla los materiales indispensables para la elaboración y presentación del producto final. El presupuesto de sueldos y salarios considera la remuneración del personal involucrado en el proceso productivo, asegurando un funcionamiento eficiente. Por su parte, el presupuesto de suministros incluye los recursos auxiliares necesarios para las operaciones diarias. Finalmente, la depreciación de activos fijos refleja el desgaste contable de los bienes utilizados en la producción. La adecuada estructuración de estos costos permite estimar con precisión el costo total de producción, facilitando la planificación financiera y contribuyendo a la viabilidad del proyecto.

#### 11.2.2.1. Presupuesto de costos de insumos y empaque

Tabla 36. . Detalle de Presupuesto de costos de insumos y empaque (Expresado en Bolivianos)

Ítem	Detalle	Cantidad	P/U	Total
1	Bolsas Zipper 200 gr	5.712	1,5	8.568
2	Bolsas Zipper 250 gr	6.528	2	13.056
3	Bolsas Zipper 500 gr	979	2,9	2.840
4	Guantes Desechables	100	0,4	40
5	Cofias	100	0,3	30
6	Cubre calzados	100	0,4	40
7	Delantales	4	30	120
8	Javoncillos	12	5	60
9	Tohallas	4	25	100
10	Etiqueta en adhesivo	26.439	2	52.878
<b>Total Inversión Insumos y empaque</b>				<b>77.732</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 11.2.2.2. Presupuesto de sueldos y salarios

Tabla 37. Detalle de Presupuesto de costos de sueldos y salarios (Expresado en Bolivianos)

Planilla de sueldo y salario														
Cargos	Cantidad	Tipo de contrato de trabajo	Duración de trabajo	Periodo	Hrs. Trab.	Salario * día	Salario * Hrs	Sueldo * Hrs/mensual	Bono Frontera (20%)	Caja de salud (10%)	Total pagdo con beneficios	aporte a AFP (10%)	Total pagable liquido mensual	Sueldo* mensual/ anual
Operador de produccion 1 (Fase I,II y III)	1	contrato eventual por temporad	6	meses	1152	121,88	15,23	2500	500	250	3250	325	2925	17550
Operador de produccion 2 (Fase I,II y III)	1	contrato eventual por	6	meses	1152	121,88	15,23	2500	500	250	3250	325	2925	17550
Operador de produccion 3 (Fase I, IV, V)	1	contrato eventual por	6	meses	1152	121,88	15,23	2500	500	250	3250	325	2925	17550
Operador de produccion 4 (Fase I, V y VI)	1	contrato eventual por	6	meses	1152	121,88	15,23	2500	500	250	3250	325	2925	17550
Encargado de ventas y redes sociales	1	contrato eventual	12	meses	1152	121,88	15,23	2500	500	250	3250	325	2925	35100
<b>Total</b>	<b>5</b>													<b>105.300</b>

Fuente: Elaboración Propia

11.2.2.3. *Presupuesto de costos suministros*Tabla 38. *Detalle de Presupuesto de inversión de suministro (Expresado en Bolivianos)*

Ítem	Detalle	Unidad De Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
1	Electricidad	Mhz	12	200	2.400
2	Agua potable	Litros	12	100	1.200
3	Combustible	Litros	120	3,74	448,8
4	Comunicación (internet)	Globa	12	120	1.440
<b>Total Inversión de Suministro</b>					<b>3.600</b>

Fuente: Elaboración Propia

11.2.2.4. *Depreciación de activos*Tabla 39. *Depreciación de activos (Expresado en Bolivianos)*

Activo	Precio Inicial	Año de vida util	Cantidad	Depreciación Anual	Depreciación
Despulpadora de Café c/ motor	3600	5	1	720	720
Horno a leña	300	5	1	60	60
Molino manual	195	5	2	39	78
Mesa de enfriamiento	150	5	1	30	30
Molino de café eléctrico	1500	5	1	300	300
Tacu de madera	200	5	1	40	40
Balanza digital	150	5	3	30	90
Selladora	800	5	1	160	160
Trilladora	920	5	1	184	184
Motocicleta	9.000	5	2	1800	3.600
<b>Total Depreciacion Anual</b>					<b>5.262</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 11.3. Financiamiento

El financiamiento del proyecto se dividirá en dos etapas: la primera corresponde al aporte propio del propietario, que cubrirá el 70% de la inversión fija y diferida; la segunda etapa consistirá en un financiamiento otorgado por el banco PRODEM, que cubrirá el 30% restante, destinado a la inversión variable. Este financiamiento considerará aspectos clave como la tasa de interés, las garantías requeridas y las condiciones de pago.

Tabla 40. Resumen de inversión (Expresado en Bolivianos)

Ítem	Detalle	Inversión Total	
		Importe	%
1	Inversión Fija	91.430	64%
2	Inversión Variable	48.300	34%
3	Inversión Diferida	3.530	2%
	<b>Total</b>	<b>143.260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41. *Financiamiento del negocio (Expresado en Bolivianos)*

Ítem	Detalle	Inversiones Bs.	Inversiones %
1	Aporte propio	100.282	70%
2	Crédito	42.978	30%
	<b>Total</b>	<b>143.260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 42. *Condiciones de crédito (Expresado en Bolivianos)*

Condiciones de Crédito Banco Nacional	
Detalle	Activos
Monto de Crédito	42.978
Plazo	5 años
Tasa de Interés	11,50%
Forma de Pago	Mensual
Garantías	Personal

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43. *Amortización de capital (Expresado en Bolivianos)*

<b>Año</b>	<b>Saldo Capital Bs</b>	<b>Interes Bs</b>	<b>Amortización Capital Bs</b>	<b>Servicio Deuda Bs</b>
1	42.978	4.942	8.596	13.538
2	34.382	3.954	8.596	12.550
3	25.787	2.965	8.596	11.561
4	17.191	1.977	8.596	10.573
5	8.596	988	8.596	9.584
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>14.827</b>	<b>42.978</b>	<b>57.805</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 11.4. Resumen de Costos e Ingresos

### 11.4.1. Resumen de Costos

Tabla 44. *Resumen de costos (Expresados en Bolivianos)*

Detalle	Año				
	1	2	3	4	5
<b>Capacidad Productiva</b>	109%	114%	120%	126%	132%
<b>Demanda proyectada</b>	14.392	15.112	15.867	16.661	17.494
<b>Costos Fijos</b>	<b>124.100</b>	<b>117.345</b>	<b>110.637</b>	<b>103.997</b>	<b>97.444</b>
Sueldo y Salarios	105.300	105.300	105.300	105.300	105.300
Depreciación de activos	5.262	5.262	5.262	5.262	5.262
Costos Financieros	13.538	12.550	11.561	10.573	9.584
<b>Costos Variables</b>	<b>145.903</b>	<b>153.846</b>	<b>162.639</b>	<b>172.400</b>	<b>183.264</b>
Materia Prima	64.571	68.086	71.978	76.298	81.106
Insumos y Empaque	77.732	81.963	86.648	91.848	97.636
Suministro	3.600	3.796	4.013	4.254	4.522
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>270.003</b>	<b>271.190</b>	<b>273.276</b>	<b>276.397</b>	<b>280.708</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 11.4.2. Resumen de ingresos

Tabla 45. *Resumen de ingresos (Expresados en Bolivianos)*

Detalle	Año				
	1	2	3	4	5
<b>Capacidad Productiva</b>	109%	114%	120%	126%	132%
<b>Demanda proyectada</b>	14.392	15.112	15.867	16.661	17.494
<b>Ventas de los Productos</b>	427.955	451.251	477.044	505.674	537.540
<b>INGRESO TOTAL</b>	<b>427.955</b>	<b>451.251</b>	<b>477.044</b>	<b>505.674</b>	<b>537.540</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 11.5. Estado de resultados

Los estados de resultados de la microempresa Café Don Peki reflejan los ingresos y gastos proyectados durante su período de operación, permitiendo así determinar si la empresa obtendrá pérdidas o ganancias.

Tabla 46. Estado de resultados (Expresados en Bolivianos)

Detalle	Año				
	1	2	3	4	5
<b>Capacidad Productiva</b>	109%	114%	120%	126%	132%
<b>Demanda proyectada</b>	14.392	15.112	15.867	16.661	17.494
<b>Ingreso Brutos</b>	427.955	451.251	477.044	505.674	537.540
<b>Costos Totales</b>	270.003	271.190	273.276	276.397	280.708
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>157.952</b>	<b>180.061</b>	<b>203.767</b>	<b>229.277</b>	<b>256.832</b>
<b>(IVA 13%+IT 3%) 16% costo comercio</b>	68.473	72.200	76.327	80.908	86.006
<b>Utilidad imponible</b>	89.479	107.861	127.440	148.369	170.826
<b>IUE (25%)</b>	22.370	26.965	31.860	37.092	42.706
<b>Utilidad Neta</b>	<b>67.109</b>	<b>80.896</b>	<b>95.580</b>	<b>111.277</b>	<b>128.119</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 11.6. Flujo de caja

Las actividades financieras gestionadas por la microempresa son flujos efectivos que se describen a continuación. También se espera que los ingresos de Café Don Peki aumenten anualmente.

Tabla 47. *Flujo de caja (Expresado en Bolivianos)*

Detalle	Año					
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		<b>427.955</b>	<b>451.251</b>	<b>477.044</b>	<b>505.674</b>	<b>537.540</b>
Ventas		427.955	451.251	477.044	505.674	537.540
<b>COSTOS</b>	143.260	<b>270.003</b>	<b>276.957</b>	<b>284.762</b>	<b>293.534</b>	<b>303.410</b>
Inversión Fija	91.430	0	0	0	0	0
Inversión Variable	48.300	0	0	0	0	0
Inversión Diferida	3.530	0	0	0	0	0
<b>Costos Fijos</b>		<b>124.100</b>	<b>123.112</b>	<b>122.123</b>	<b>121.135</b>	<b>120.146</b>
Sueldo y Salarios		105.300	105.300	105.300	105.300	105.300
Depreciación de activos		5.262	5.262	5.262	5.262	5.262
Costos Financieros		13.538	12.550	11.561	10.573	9.584
<b>Costos Variables</b>		<b>145.903</b>	<b>153.846</b>	<b>162.639</b>	<b>172.400</b>	<b>183.264</b>
Materia Prima		64.571	68.086	71.978	76.298	81.106
Insumos y Empaque		77.732	81.963	86.648	91.848	97.636
Suministro		3.600	3.796	4.013	4.254	4.522
<b>FLUJO DE CAJA</b>	-143.260	<b>157.952</b>	<b>174.294</b>	<b>192.282</b>	<b>212.139</b>	<b>234.130</b>
IVA 13%		55.634	58.663	62.016	65.738	69.880
IT 3%		12.839	13.538	14.311	15.170	16.126
Utilidad Imponible		89.479	102.094	115.955	131.232	148.123
I.U.E		22.370	25.523	28.989	32.808	37.031
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-143.260</b>	<b>67.109</b>	<b>76.570</b>	<b>86.966</b>	<b>98.424</b>	<b>111.093</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 11.7. Evaluación financiera

Concluido el flujo de caja se aplica los criterios sobre la evaluación financiera, que se utilizan para saber si debería realizar el proyecto, los cuales son el TIR (Tasa Interna De Retorno) que incluye el rendimiento de una empresa para mantener su valor de mercado y VAN (Valor Actual Neto) permite calcular el valor de flujo presente y futuro de la empresa originados en base a la inversión.

Tabla 48. *Indicador financiero (Expresado en Bolivianos)*

<b>VAN</b>	<b>141.682</b>
<b>TIR</b>	<b>48%</b>
<b>RBC</b>	<b>1,99</b>

Fuente: Elaboración Propia

Como resultado del análisis financiero realizado para la microempresa Café Don Peki, utilizando los indicadores VAN, TIR y RBC, se concluye que el proyecto es altamente rentable y viable. El Valor Actual Neto (VAN) asciende a 141.682 Bs, lo que indica que, al descontar los flujos de caja futuros a la tasa de costo de capital, el proyecto generará un valor económico adicional positivo para la empresa. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 48%, superando ampliamente la tasa mínima aceptable, lo que refleja una sólida rentabilidad de la inversión. Por su parte, la Relación Beneficio/Costo (RBC) alcanza un valor de 1,99 bolivianos, lo que significa que por cada boliviano invertido, Café Don Peki obtendría un retorno de 1,99 bolivianos. En conjunto, estos indicadores respaldan de manera clara la conveniencia de ejecutar el proyecto, destacando tanto su atractivo económico como la eficiencia en el uso de los recursos.

## **12. SUPUESTOS Y ESCENARIOS**

Con el fin de anticiparse a posibles situaciones futuras, la microempresa Café Don Peki considera diversos escenarios y supuestos. Para ello, se realiza un análisis contemplando un escenario optimista y otro pesimista.

### **12.1. Supuestos de escenario pesimista**

En el escenario pesimista, se proyecta una reducción del 15% en la producción de café debido a condiciones climáticas adversas que afectan directamente el rendimiento de las plantaciones. Como consecuencia, se estima una disminución del 15% en los ingresos por ventas anuales. Asimismo, se prevé una reducción en el uso de empaques y materia prima, en correspondencia con la baja producción.

Tabla 49. Flujo de Caja de supuesto escenario pesimista (Expresado en Bolivianos)

Detalle	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		<b>363.863</b>	<b>382.056</b>	<b>404.979</b>	<b>429.278</b>	<b>455.034</b>
Ventas		363.863	382.056	404.979	429.278	455.034
<b>COSTOS</b>	<b>143.260</b>	<b>245.517</b>	<b>276.957</b>	<b>284.762</b>	<b>293.534</b>	<b>303.410</b>
Inversión Fija	91.430	0	0	0	0	0
Inversión Variable	48.300	0	0	0	0	0
Inversión Diferida	3.530	0	0	0	0	0
<b>Costos Fijos</b>		<b>124.100</b>	<b>123.112</b>	<b>122.123</b>	<b>121.135</b>	<b>120.146</b>
Sueldo y Salarios		105.300	105.300	105.300	105.300	105.300
Depreciación de activos		5.262	5.262	5.262	5.262	5.262
Costos financieros		13.538	12.550	11.561	10.573	9.584
<b>Costos Variables</b>		<b>121.417</b>	<b>153.846</b>	<b>162.639</b>	<b>172.400</b>	<b>183.264</b>
Materia prima		51.688	68.086	71.978	76.298	81.106
Insumos y Empaque		66.129	81.963	86.648	91.848	97.636
Suministros		3.600	3.796	4.013	4.254	4.522
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-143.260</b>	<b>118.345</b>	<b>105.099</b>	<b>120.217</b>	<b>135.743</b>	<b>151.624</b>
IVA 13%		47.302	49.667	52.647	55.806	59.154
IT 3%		10.916	11.462	12.149	12.878	13.651
Utilidad imponible		60.127	43.970	55.420	67.059	78.819
IUE		15.032	10.992	13.855	16.765	19.705
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-143.260</b>	<b>45.095</b>	<b>32.977</b>	<b>41.565</b>	<b>50.294</b>	<b>59.114</b>

Fuente: Elaboración Propia

### Evaluación financiero supuesto escenario pesimista

Como se observa en la tabla anterior, la producción presenta una disminución del 15%, lo que conlleva una reducción proporcional en las ventas.

Tabla 50. *Evaluación financiero supuesto escenario pesimista (Expresados en Bolivianos)*

<b>VAN</b>	<b>6.365</b>
<b>TIR</b>	<b>16,75%</b>
<b>BRC</b>	<b>1,04</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los indicadores financieros reflejan que el proyecto es rentable, aunque con márgenes ajustados. El Valor Actual Neto (VAN) de 6.365 Bs indica que, una vez descontados los costos y flujos futuros, el proyecto generará una ganancia neta positiva, aunque moderada. La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 16,75% supera la tasa mínima requerida, lo que confirma su viabilidad financiera. Por su parte, la Relación Beneficio-Costo (RBC) de 1,04 significa que por cada boliviano invertido, se recuperan 1,04, lo que demuestra una rentabilidad leve pero favorable. En conjunto, estos resultados permiten concluir que el proyecto es viable, aunque con una rentabilidad limitada.

### 12.2. Supuestos escenario optimista

El segundo supuesto plantea un escenario optimista, en el que se proyecta un incremento del 20% en las ventas anuales, impulsado por un aumento en la producción de café. Este crecimiento permitirá satisfacer la creciente demanda del producto en el mercado. Además, se prevé una reducción del 20% en el uso de insumos y materiales de empaque.

Tabla 51. Flujo de Caja de supuesto escenario optimista (Expresado en Bolivianos)

Detalle	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		<b>513.688</b>	<b>539.373</b>	<b>571.735</b>	<b>606.039</b>	<b>642.402</b>
ventas		513.688	539.373	571.735	606.039	642.402
<b>COSTOS</b>	<b>138.260</b>	<b>266.869</b>	<b>401.894</b>	<b>403.425</b>	<b>406.039</b>	<b>409.898</b>
Inversión Fija	86.430	0	0	0	0	0
Inversión Variable	48.300	0	0	0	0	0
Inversión Diferida	3.530	0	0	0	0	0
<b>Costos Fijos</b>		<b>124.100</b>	<b>123.112</b>	<b>122.123</b>	<b>121.135</b>	<b>120.146</b>
Sueldo y Salarios		105.300	105.300	105.300	105.300	105.300
Depreciacion de activos		5.262	5.262	5.262	5.262	5.262
Costos financieros		13.538	12.550	11.561	10.573	9.584
<b>Costos Variables</b>		<b>142.769</b>	<b>278.782</b>	<b>281.302</b>	<b>284.905</b>	<b>289.751</b>
Materia prima		64.610	3.796	4.013	4.254	4.522
Insumos y Empaque		74.559	271.190	273.276	276.397	280.708
Suministros		3.600	3.796	4.013	4.254	4.522
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-138.260</b>	<b>246.819</b>	<b>137.479</b>	<b>168.310</b>	<b>200.000</b>	<b>232.504</b>
IVA 13%		66.779	70.118	74.326	78.785	83.512
IT 3%		15.411	16.181	17.152	18.181	19.272
Utilidad imponible		164.629	51.180	76.832	103.033	129.720
IUE		41.157	12.795	19.208	25.758	32.430
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-138.260</b>	<b>123.472</b>	<b>38.385</b>	<b>57.624</b>	<b>77.275</b>	<b>97.290</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Evaluación financiero supuesto 2

Como se observa en la tabla anterior, se evidencia un aumento significativo en las ventas.

Tabla 52. *Evaluación financiero supuesto 2 (Expresados en Bolivianos)*

<b>VAN</b>	<b>128.572</b>
<b>TIR</b>	<b>53,35%</b>
<b>BRC</b>	<b>1,93</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los indicadores financieros reflejan que el proyecto es altamente rentable y viable. El Valor Actual Neto (VAN) de 128.572 Bs demuestra que el proyecto generará un valor significativo al descontar los flujos futuros. La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 53,35% supera ampliamente la tasa mínima requerida, lo que indica una rentabilidad excepcional. Además, la Relación Beneficio/Costo (RBC) de 1,93 señala que por cada unidad monetaria invertida se obtienen 1,93 unidades de retorno. En conjunto, estos resultados confirman que el proyecto es financieramente sólido y adecuado para su ejecución.

## CAPITULO 4

### **13. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL**

La administración organizacional significa centrarse en las tareas que se deben a los demás y a la organización como un todo, promoviendo un ambiente de confianza que atraiga talentos e identificando el éxito personal con el de la organización.

#### **13.1. Registro legal**

Para el correcto funcionamiento de la microempresa Café Don Peki, es fundamental cumplir con una serie de requisitos y normativas legales establecidas en la Constitución. A continuación, se detallarán las instituciones a las que se debe dirigir para realizar el registro legalmente:

- Inscripción y registro en SEPREC (Servicio Plurinacional de Registro de Comercio)
- Inscripción en Impuestos Nacional para obtener el respectivo NIT
- Licencia de funcionamiento municipal

Datos de la microempresa que lleva a cabo los lineamientos y procedimiento correctos de una empresa en Bolivia:

**Nombre de la Empresa:** Café Don Peki

**Número de Socios:** Una persona

**Tamaño de empresa:** Pequeña

**Tipo de organización empresarial:** Unipersonal

**Razón Social:** Café Don Peki

**Sector:** Primaria

**Rubro:** Agroalimentario

**Domicilio:** Comunidad Santa Fé

Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC)

Según el Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC, 2024), es la entidad pública descentralizada encargada principalmente, de administrar y ejercer funciones del Registro de Comercio en Bolivia.

El registro de la microempresa Café Don Peki, a través de la institución SEPREC, otorga la matrícula de comercio que confiere la calidad de comerciante con el reconocimiento legal del Estado Plurinacional de Bolivia para el desarrollo empresarial. Este proceso es fundamental para formalizar la actividad comercial y acceder a diversas oportunidades de crecimiento.

Las oficinas de SEPREC se encuentran en la Avenida Miguel Becerra Toranzo, distrito 1, manzano 15, predio 4, N° 61, zona Miraflores, Pando (frente al Banco Unión). En este lugar, la microempresa Café Don Peki debe presentar los siguientes requisitos necesarios para completar su registro y asegurar su funcionamiento legal en la cual realiza de manera virtual en la página web de la institución mencionada:

- Formulario Virtual de Inscripción con carácter de declaración jurada, con aprobación vía ciudadanía digital.
- Únicamente, en caso de ser empresa unipersonal regulada por Ley, cargar en formato PDF, la autorización emitida por el ente regulador

En el primer requisito, es necesario seguir y completar varios pasos, que incluyen: proporcionar datos de la empresa, información del propietario, dirección comercial, beneficiarios finales, documentación de soporte, revisión y aprobación. Finalmente, se realiza el pago de la solicitud, que corresponde a 130 bolivianos por la inscripción de comerciante individual empresa unipersonal.

### **Licencia de funcionamiento**

Las licencias de funcionamiento son emitidas por los Gobiernos Autónomos Municipales de cada ciudad, en este caso sería el de Porvenir, del cual se debe presentar una serie de requisitos

que acredite información fidedigna del negocio a ser aperturado para su verificación, evaluación y el otorgamiento del permiso correspondiente de manera legal. En este trámite intervienen la Dirección de Ingresos Municipales, la Unidad de Medio Ambiente y la Unidad de salud.

### 13.2. Organización empresarial

La organización empresarial es el proceso de ordenar y estructurar los recursos y funciones de una empresa para alcanzar sus objetivos. Es un elemento clave para el éxito de cualquier negocio, ya que permite a las empresas funcionar de manera eficiente y eficaz.

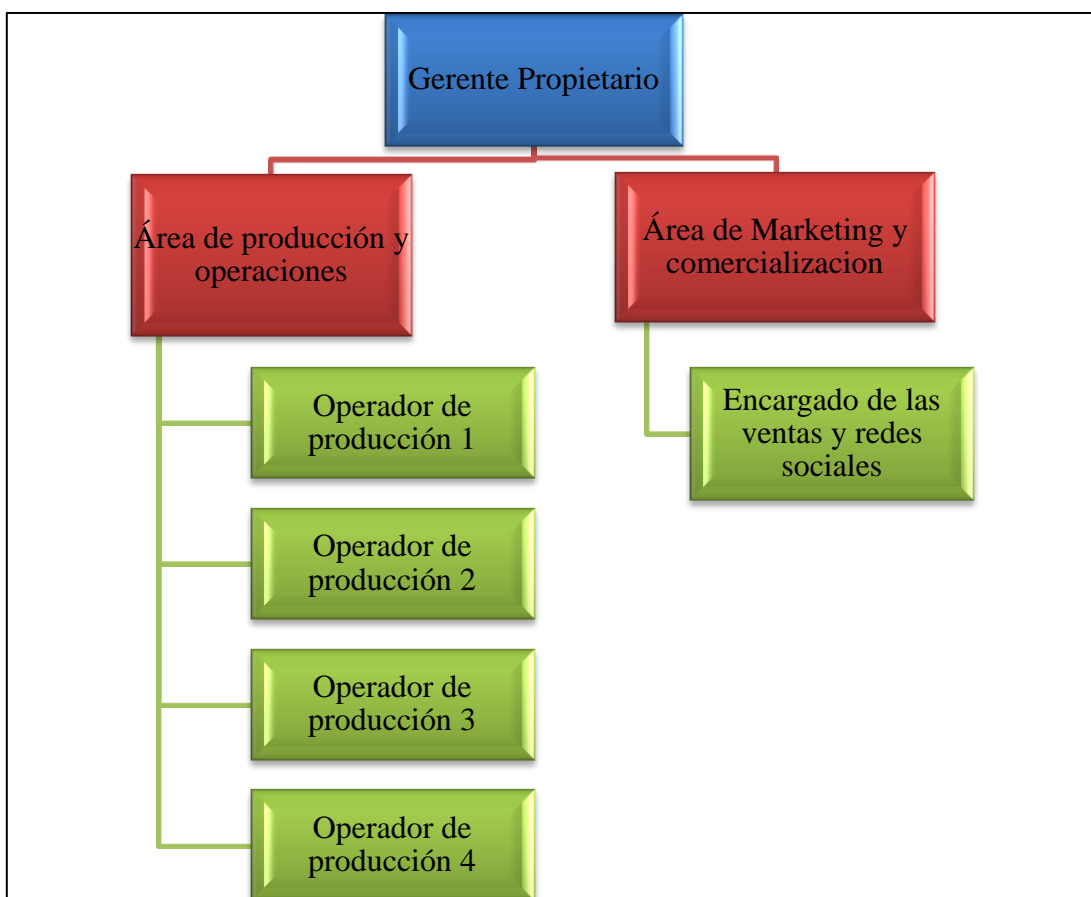


Figura 26. Organigrama

Fuente: Elaboración Propia

El organigrama de la microempresa unipersonal Don Peki es vertical, ya que representa una organización lineal, de arriba hacia abajo, en la que la cadena de mando cae en líneas. El

gerente del equipo se representa en la parte superior del organigrama y es el responsable de otras áreas que se representarán debajo de él y así sucesivamente.

### 13.3. Personal y procedimientos técnicos administrativos

En la microempresa Café Don Peki, el personal constituye un pilar fundamental para su funcionamiento y crecimiento. Desde la gerencia hasta el último encargado de producción, cada miembro del equipo cumple funciones clave que aportan al desarrollo integral de la empresa. Gracias a su compromiso, responsabilidad y trabajo coordinado, se garantiza la calidad del producto y la eficiencia en cada etapa del proceso, desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega final al cliente. A continuación, se presentan en la siguiente tabla las funciones asignadas a cada puesto.

Tabla 53. Perfil del Puesto – Gerente Propietario

Denominación	Gerente Propietario
<b>Nivel jerárquico:</b>	Dirección General
<b>Responsable de:</b>	Toda la empresa
<b>Funciones principales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="834 1171 1440 1245">● Tomar decisiones estratégicas y administrativas.</li> <li data-bbox="834 1318 1338 1360">● Supervisar todas las áreas operativas.</li> <li data-bbox="834 1402 1440 1476">● Coordinar la planificación y organización general.</li> <li data-bbox="834 1539 1349 1581">● Controlar el uso eficiente de recursos.</li> <li data-bbox="834 1654 1440 1728">● Representar legal y comercialmente a la empresa.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 54. Perfil del Puesto – Área de Producción

<b>Área de Producción</b>	
<b>Denominación</b>	<b>Encargados de producción 1 y 2</b>
<b>Nivel jerárquico:</b>	Operativo
<b>Responsable de:</b>	Realizar la fase 1,2 y 3 del proceso de producción <ul style="list-style-type: none"> <li>● Adquirir y recibir la materia prima (granos de café).</li> <li>● Realizar el secado natural en camas africanas.</li> </ul>
<b>Funciones principales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ejecutar el proceso de trillado del café.</li> <li>● Mantener limpio y ordenado el área de trabajo.</li> <li>● Registrar la producción diaria y reportar avances.</li> </ul>

---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 55. Perfil del Puesto – Área de Producción

<b>Área de Producción</b>	
<b>Denominación</b>	<b>Encargados de producción 3</b>
<b>Nivel jerárquico:</b>	Operativo
<b>Responsable de:</b>	Realizar la fase 1,4 y 5 del proceso de produccion <ul style="list-style-type: none"> <li>● Adquirir y seleccionar la materia prima (grano verde de café).</li> <li>● Realizar el tostado del café, controlando temperatura y tiempo.</li> </ul>
<b>Funciones principales:</b>	Ejecutar la molienda según el tipo de presentación (fino, medio, grueso). <ul style="list-style-type: none"> <li>● Verificar la calidad del producto en cada etapa del proceso.</li> <li>● Mantener en orden y limpieza los equipos y el área de trabajo.</li> </ul>

---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 56. Perfil del Puesto – Área de Producción

<b>Área de Producción</b>	
<b>Denominación</b>	<b>Encargados de producción 4</b>
<b>Nivel jerárquico:</b>	Operativo
<b>Responsable de:</b>	Realizar la fase 1,5 y 6 del proceso de producción
<b>Funciones principales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Adquirir y seleccionar la materia prima (grano de café).</li> <li>● Realizar la molienda del café según el tipo de presentación.</li> <li>● Empacar el café molido de acuerdo con los formatos establecidos.</li> <li>● Verificar la calidad del producto antes y después del empaque.</li> <li>● Mantener limpio y organizado el área y los equipos de trabajo.</li> </ul>

---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 57. Perfil del Puesto – Área de Marketing y Comercialización

<b>Área de Marketing y Comercialización</b>	
<b>Denominación</b>	Encargado de las ventas y redes sociales
<b>Nivel jerárquico:</b>	Operativo
<b>Responsable de:</b>	Promover y gestionar las ventas del café, tanto presencial como digital, y administrar la comunicación en redes sociales de la marca
<b>Funciones principales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Gestionar las ventas directas y por redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, etc.).</li> <li>● Atender a clientes, responder consultas y coordinar pedidos.</li> <li>● Crear y publicar contenido promocional en redes sociales.</li> <li>● Llevar el registro de ventas y reportes semanales.</li> <li>● Promover la participación en ferias, eventos y promociones.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

## **14. FUENTES DE INFORMACIÓN**

Las principales fuentes de información en una empresa unipersonal son el Balance General, el Estado de Resultados y el Flujo de Efectivo. Se constató que en muy bajo porcentaje el gerente propietario encuestado considera el Valor Económico Agregado para la toma de decisiones.

### **14.1. Fuentes Internas**

Primarias

Información obtenida directamente dentro de la microempresa, como entrevistas al fundador Don Jorge Álvarez Najjar, observación directa del proceso productivo y encuestas aplicadas a clientes frecuentes de Café Don Peki.

Secundarias:

Registros operativos actuales, anotaciones de ventas recientes, publicaciones en redes sociales de la empresa y aportes del personal involucrado en producción y ventas.

### **14.2. Fuentes Externas**

Primarias:

Encuestas aplicadas a consumidores externos en ferias y mercados de Cobija, entrevistas a potenciales distribuidores y observación de la competencia directa.

Secundarias:

Datos estadísticos del INE sobre el consumo de café en Bolivia, artículos en línea sobre tendencias del café local, y referencias de páginas web y redes sociales de otras marcas de café artesanal.

## CAPITULO 5

### **15. Conclusiones y recomendaciones**

#### **15.1. Conclusiones**

En conclusión, la elaboración del plan de negocio para Café Don Peki en el municipio de Porvenir ha establecido una dirección estratégica y objetivos claros que facilitarán el crecimiento y desarrollo de la asociación. Este plan proporciona un marco integral que abarca aspectos financieros, administrativos, operativos y legales, lo que permitirá a la asociación aprovechar sus fortalezas y oportunidades en el mercado del café artesanal.

El diagnóstico situacional de Café Don Peki, ha permitido identificar claramente las fortalezas y debilidades de la organización, así como las oportunidades y amenazas en su entorno. El análisis detallado reveló que en las áreas administrativas, financieras y legales se gestionaban de manera empírica, debido a la falta de registros históricos de datos. Este diagnóstico ha sido fundamental para desarrollar y establecer estrategias en cada uno de los aspectos mencionados.

El estudio de mercado concluyó que más del 72,7% de los encuestados afirmaron que el café local satisface sus deseos en comparación con el café comercial, lo que destaca la preferencia por productos artesanales. Además, el grupo objetivo de consumidores de 18 a 30 años representa el 68,5% del total. Es relevante señalar que, hasta el momento, no existe competencia directa para este tipo de café, lo que presenta una oportunidad significativa para expandir el mercado a nivel regional, nacional e internacional. Sin embargo, una de las principales amenazas identificadas son las posibles regulaciones desfavorables que podrían impactar su operación.

En el análisis económico-financiero se concluyó que las operaciones del fondo de inversión son significativas, con un monto total de 143.260 Bs. Además, la microempresa unipersonal presenta indicadores financieros favorables, con una tasa interna de retorno del 48%, superando ampliamente la tasa mínima aceptable. Asimismo, el valor actual neto es de 141.682 Bs, lo que indica que la inversión es viable y conveniente. En cuanto al cumplimiento

de las normativas legales, se inició la revisión de las etiquetas de acuerdo con las regulaciones de SENASAG para proceder con su registro.

## **15.2. Recomendaciones**

Las recomendaciones del presente trabajo de grado son las siguientes:

Se recomienda a Microempresa Café don Peki, Implementar un sistema de gestión que registre y analice datos históricos, facilitando la toma de decisiones informadas. Capacitar al personal en aspectos administrativos y financieros para mejorar la eficiencia operativa.

Se recomienda desarrollar una campaña de marketing enfocada en el público objetivo que es entre los 18 a 30 años, utilizando redes sociales y plataformas digitales para promover la singularidad del café artesanal. Organizar eventos y catas de café para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos consumidores.

Se recomienda buscar alianzas con otras organizaciones y empresas del sector que puedan potenciar la visibilidad y alcance de Don Peki en el mercado. Participar en ferias y eventos del sector para posicionar a nivel nacional la marca y establecer redes de contacto.

Se recomienda también, establecer indicadores de desempeño para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas y ajustar el plan de negocio según sea necesario. Realizar revisiones periódicas del plan para asegurarse de que se adapta a las condiciones del mercado y a las necesidades de los consumidores.

Se recomienda acelerar el proceso de registro de etiquetas y cumplir con las normativas del SENASAG para evitar inconvenientes legales que puedan afectar su comercialización.

Se recomienda realizar una investigación que identifique oportunidades para potenciar el desarrollo turístico relacionado con la Ruta del Café, aprovechando el potencial de la región como destino turístico. Así mismo Café Don Peki podrá no solo fortalecer su presencia en el mercado del café, sino también posicionar la región como un destino turístico atractivo para los amantes del café y la naturaleza, contribuyendo al desarrollo económico local y a la diversificación de sus fuentes de ingreso.

## REFERENCIA

- Águila, J. A. (2020). *La Asociación: Parte General*. Derecho de Sociedades Civil. párr. 1. Recuperado de: <https://almacenederecho.org/la-asociacion-parte-general>
- Alonso, k. (2022). Nuevas tecnologías mejoran el sector cafetalero. Párr.16. Recuperado de: <https://nicawomantech.com/2022/10/07/nuevas-tecnologias-mejoran-el-sector-cafetalero/>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos De Marketing*. Recuperado de: [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Arias, E. R. (2024). *¿Qué es el punto de equilibrio? Fórmulas, gráficos y ejemplos*. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Baldivieso, Gina. (2022). Bolivia aspira a lograr reconocimiento mundial para sus cafés especiales. Swissinfo.Ch. Párr.8. Recuperado de: <https://www.swissinfo.ch/spa/bolivia-aspira-a-lograr-reconocimiento-mundial-para-sus-caf%C3%A9s-especiales/47940708>
- Canal EL PUEBLO Digital. (2023). Bolivia logra \$us 7,7 millones en exportación de café. párr.1. Recuperado de: <https://ahoraelpueblo.bo/index.php/nacional/economia/bolivia-logra-us-7-7-millones-en-exportacion-de-cafe#:~:text=%E2%80%93El%20viceministro%20de%20Comercio%20Exterior,e n%20exportaciones%E2%80%9D%2C%20dijo%20Blanco.>
- Cotera Frete, A., & Simoncelli-Bourque, E. *Manual sobre comercio justo: Las bases de la comercialización*. Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (GRESPE). Recuperado de: <https://aprendizaje.mec.edu.py/aprendizaje/system/content/c171493/300%20%20Ciencias%20sociales/330%20-%20Economia/Comercio%20Justo/modulo1%20Base%20de%20la%20comercializaci on.pdf>

Educación para el Desarrollo FAUSTAPO. *Exportación de Café Pandino*. Obtenido de: <https://www.fundacionautapo.org/news/exportacion-de-cafe-pandino/>

Francisco, J. (2020). Segmentación de mercado. Economipedia. párr. 1. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/segmentacion-de-mercado.html>

González, S. *El café artesanal: una tendencia que va más allá del sabor*. beber-café. párr. 1.

Recuperado de: <https://beber-cafe.com/el-cafe-artesanal/>

Galán, J. S. (2024). *¿Qué es el coste o costo? Cómo afectan a las empresas y su tipos*. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>

Hirache, L. (2013). Area contabilidad NIF y costos, 1(5). Recuperado de: [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24516w/S9/El flujo caja como herramienta financiera.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24516w/S9/El_flujo_caja_como_herramienta_financiera.pdf)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Dirección De Marketing*. Recuperado de: [https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n\\_en\\_Marketing\\_Kotler\\_y\\_Keller\\_15va\\_edici%C3%B3n](https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n_en_Marketing_Kotler_y_Keller_15va_edici%C3%B3n)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Dirección De Marketing*. Recuperado de: [https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n\\_en\\_Marketing\\_Kotler\\_y\\_Keller\\_15va\\_edici%C3%B3n](https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n_en_Marketing_Kotler_y_Keller_15va_edici%C3%B3n)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016c). *Dirección De Marketing*. Recuperado de: [https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n\\_en\\_Marketing\\_Kotler\\_y\\_Keller\\_15va\\_edici%C3%B3n](https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n_en_Marketing_Kotler_y_Keller_15va_edici%C3%B3n)

Ley N° 351. “Ley de otorgación de personalidades jurídicas” Art. 1. (19 marzo 2013). Bolivia. Recuperado de:

<http://www.silep.gob.bo/facilitoTmp/50#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20personalidad%20jur%C3%ADdica,gubernamentales%2C%20iglesias%20y%20ag>

[rupaciones%20religiosas](#)

- Llamas, J. (2022). Gastos administrativos - Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/gastos-administrativos.html>
- Martín, D. (2024). *Recursos Humanos: definición, concepto y funciones*. Openhr. párr. 1. Recuperado de: <https://www.openhr.cloud/blog/recursos-humanos-funciones-dentro-de-la-empresa#que>
- Ministerio de Relaciones Exteriores (2018). *Elaborado por la Unidad de Análisis Político Económico Internacional - DGACI – VCEI*. Recuperado de: [https://www.cancilleria.gob.bo/BolivianTrade/sites/default/files/documento\\_Infogra/01\\_-INF%20CAFE%205%2014-01-2020.pdf](https://www.cancilleria.gob.bo/BolivianTrade/sites/default/files/documento_Infogra/01_-INF%20CAFE%205%2014-01-2020.pdf)
- Montes, J. (2019). *Evaluación Financiera Lean-Six Sigma*. Universidad De Los Andes. Pp. 6. Bogotá. Recuperado de: <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/993d4311-70a4-4d0a-8439-4a51aebd7201/content>
- Organizacional Internacional de Café (2024). *Informe del mercado de café*. Recuperado de: <https://www.icocoffee.org/documents/cy2023-24/cmr-0524-c.pdf>
- Orús, A. (2024). *Principales países exportadores de café a nivel mundial en función del valor de las exportaciones en 2023*. Statista. Párr.1 Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1287900/principales-paises-exportadores-de-cafe-a-nivel-mundial/>
- Pareja, C. (2024a). *¿Qué es la demanda?*. Economipedia. párr. 2. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Pareja, C. (2024b). *Oferta: Qué es y su relación con la demanda*. Economipedia. párr. 1. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Pareja, C. (2024c). *Marketing: Qué es, para qué sirve y sus estrategias*. Economipedia. párr.1. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/mercadotecnia-marketing.html>

Quiroa, M. (2024a). *¿Qué es el mercado? Para qué sirve, elementos, tipos y ejemplos*. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definicion/mercado>

## ANEXOS

## 1. Modelo de entrevista

## GUÍA DE ENTREVISTA

Entrevistado:.....

Entrevistador:.....

## Objetivo de la entrevista:

El objetivo de la entrevista es recabar información esencial sobre Café Don Peki para desarrollar un plan de negocio eficaz. Buscamos entender su visión, misión y desafíos con el fin de diseñar estrategias que potencien su crecimiento. Además, queremos profundizar en aspectos administrativos, económico- financieros y legales para asegurar una planificación integral y bien fundamentada.

1. ¿Cuál es su nombre completo, fecha de nacimiento y ocupación? ¿Cuántos miembros conforman su familia (madre, padre, hijos) y cuáles son sus nombres?
2. ¿Puede contarnos sobre el origen y la historia de Café Don Peki, así como cómo se obtuvo la inversión inicial para su creación?
3. ¿Café Don Peki tiene una misión, visión y valores claramente definidos? Si es así, proporcione una breve descripción de cada uno.
4. ¿Qué variedades de café produce la asociación (Café Arábica, Café Robusta, o ambas)? ¿Cuántas hectáreas cultiva en total y cuánto corresponde a cada variedad?
5. ¿Cuál es el período de cosecha del café y cuál es la cantidad promedio de café que cosechan durante cada ciclo?
6. ¿Cuáles son los principales productos y servicios que ofrece la asociación? Además,
7. ¿cómo se integra la Ruta del Café en la oferta de la asociación y qué beneficios aporta a la comunidad y a los visitantes?

8. ¿Puede describir el proceso de producción del café artesanal desde la siembra hasta la comercialización? ¿Qué tipo de herramientas o equipos utiliza en cada etapa del proceso?
9. ¿Qué técnicas o prácticas específicas utilizan para asegurar la calidad del café? ¿Cómo influyen estas prácticas en el producto final y en la percepción del cliente?
10. ¿Cuáles son los principales canales de distribución de sus productos y cómo llegan a sus clientes? ¿Cómo determina el precio de sus productos?
11. ¿Cumple la asociación con los requisitos legales y regulatorios para operar en la región? (Sí/No) ¿Dispone de algún documento legal que registre la existencia de la asociación? En caso afirmativo, ¿cuáles son?
12. ¿Cuántas personas trabajan actualmente en la asociación y qué roles desempeñan? ¿Cómo contribuyen estos empleados al funcionamiento general de la asociación?
13. ¿Cómo ha impactado la asociación en la comunidad local y en la promoción del café?

¡Gracias por su tiempo!

## 2. Modelo de encuesta



## CUESTIONARIO



Estimado(a) participante:

Le saludo cordialmente y espero que se encuentre bien. La presente encuesta forma parte de un estudio de mercado desarrollado para Café DON PEKI. Los datos recopilados serán utilizados exclusivamente con fines académicos en el marco de la obtención del título de Licenciatura en Administración de Empresas, perteneciente al Área de Ciencias Económicas, Administrativas y Financieras de la Universidad Amazónica de Pando.

Agradecemos de antemano su participación y le solicitamos que responda con sinceridad y precisión a las preguntas formuladas.

## I. DATOS GENERALES

1.Cuál es tu Sexo

Femenino

Masculino

2. ¿a qué grupo de edad pertenece?

18 – 30

31 – 45

46 – 60

61 o más

3. En que barrio te encuentras viviendo

R.....

## II. INFORMACIÓN

¿Cuál es su principal criterio al elegir un café? (opción multiple)

Sabor

Precio

Origen

Marca

¿Con qué frecuencia consume café?

- o Diariamente
- o Varias veces a la semana
- o Semanalmente
- o Rara vez
- o Nunca

¿Dónde suele comprar su café regularmente? (opción múltiple)

En Supermercados

En Tiendas de barrio

En Mercados locales

Directamente de productores locales

Por internet (tienda en línea)

¿Considera que el café local satisface mejor sus deseos en comparación con el café convencional?

Sí

No

¿Cree que el interés por el café local ha aumentado en los últimos años?

Sí

No

¿Qué tipo de café conoces? (opción múltiple). Y si conoce otro puede anotar.

Café Zaire

Café Copacabana

Café Iguazú

Nescafé

Café Don Peki

.....

¿Qué tipo de presentaciones de café compraría al mes de un productor local?

200 g – 15 bs

250 g – 20 bs

500 g – 35 bs

¿Qué tipo de promoción le parecería más atractiva para incentivar la compra de café local?

Ofertas

Medios Tradicionales

Eventos (Ferias productivas, Ferias Nacionales y Eventos internacionales)

Publicidad en redes sociales (Whatsapp, Twitter, Instagram y Tik Tok)

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

## 3. Ficha bibliográfica

Tabla 58. *Ficha bibliográfico del libro Marketing*

<b>Ficha Bibliográfico</b>	
<b>Autor</b>	philip kotler
<b>Nombre Del Libro</b>	marketing
<b>Título De Libro</b>	academia
<b>Fecha Mes Y Año</b>	2012
<b>Número De Pagina</b>	P. 274
<b>Edición</b>	Edit. Pearson
<b>Editorial</b>	Educación México
<b>Ciudad</b>	Guayaquil
<b>Pais</b>	México

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59. *Ficha bibliográfico del libro Fundamentos del Marketing*

<b>Ficha Bibliográfico</b>	
<b>Autor</b>	Diego Monferrer Tirado
<b>Nombre Del Libro</b>	Universidad Jaume I.
<b>Título De Libro</b>	Fundamentos Del Marketing
<b>Fecha Mes Y Año</b>	2013
<b>Número De página</b>	P. 51
<b>Edición</b>	?
<b>Editorial</b>	?
<b>Ciudad</b>	
<b>País</b>	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 60. *Ficha bibliográfico del libro Evaluación Financiera Lean-Six Sigma*

<b>Ficha Bibliográfico</b>	
<b>Autor</b>	Juanita Montes Arias
<b>Nombre Del Libro</b>	Universidad De Los Andes
<b>Título De Libro</b>	Evaluación Financiera Lean-Six Sigma
<b>Fecha Mes Y Año</b>	2019
<b>Número De Paginá</b>	P.6
<b>Edición</b>	?
<b>Editorial</b>	?
<b>Ciudad</b>	Bogotá
<b>Pais</b>	

Fuente: Elaboración Propia

#### 4. Fotografías de recopilación de datos

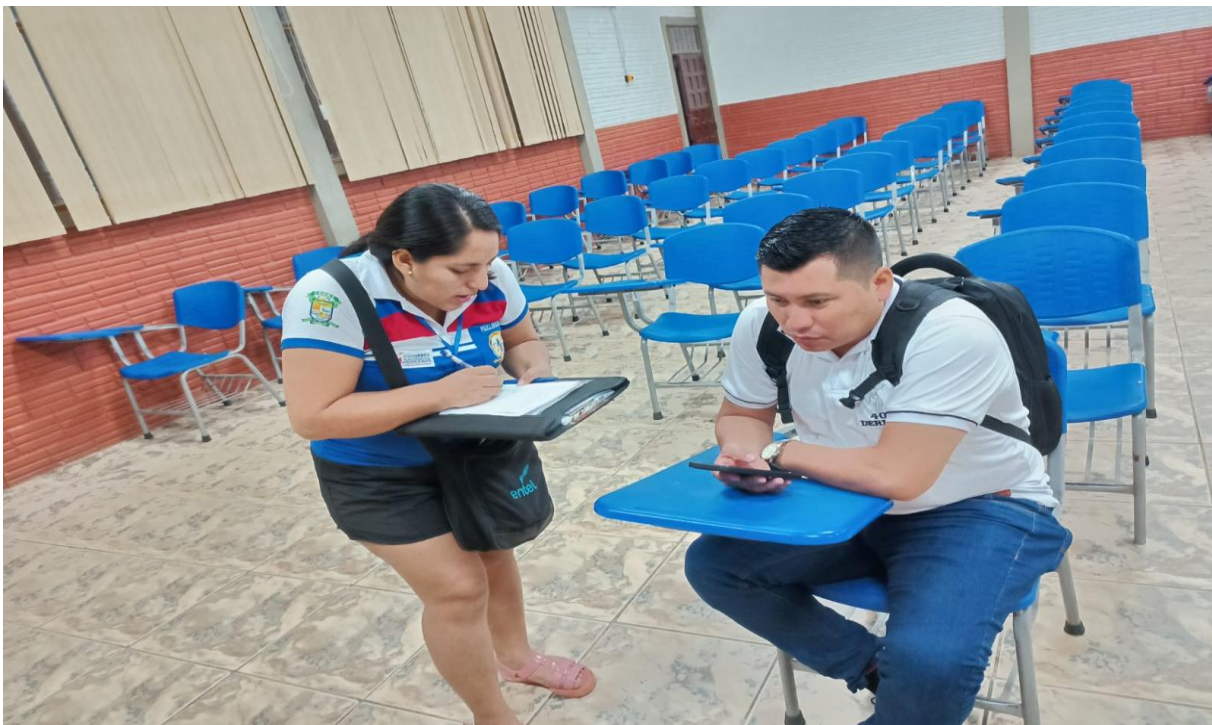


Figura 27. Realización de encuesta por la postulante Daniela Mollinedo Condori

Fuente: Elaboración Propia



Figura 28. Realización de encuesta por la postulante Xiomara Anahi Claire Quispe

Fuente: Elaboración Propia

