

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA



PLAN ESTRATÉGICO DE CAFÉ LOS ANDES DE JOSE ROSARIO
PERIODO 2024-2028

Presentado por:

TSU. EMILY GREYMAR BETANCOURT RODRIGUEZ.

TSU. MIGUEL ANGEL AMAYA.

TRUJILLO, VENEZUELA

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA



PLAN ESTRATÉGICO DE CAFÉ LOS ANDES DE JOSE ROSARIO
PERIODO 2024-2028

Trabajo Especial de Grado para optar al título de Licenciados En Contaduría Pública

Presentado por:

TSU EMILY GREYMAR BETANCOURT RODRIGUEZ.

TSU MIGUEL ANGEL AMAYA.

Tutor

TRUJILLO, VENEZUELA



VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Dra. María Teresa Bravo, Prof. Msc. Karla Dunn y Prof. Msc. Lisbett Cabrera, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **PLAN ESTRATÉGICO DE CAFÉ LOS ANDES DE JOSE ROSARIO PERÍODO 2024-2028**, que presenta la T.S.U. **BETANCOURT**

RODRÍGUEZ EMILY GREYMAR, portadora de la Cédula de Identidad No. **26.451.441**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con **DIEZ**

(10) puntos, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Mombuy, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los nueve días (09) días del mes de febrero del año dos mil veinticuatro.

Prof. Msc. Karla Dunn
C.I. 19.286.584
JURADO

Prof. Msc. Lisbett Cabrera
C.I. 13.461.549
TUTORA

Prof. Dra. María Teresa Bravo
C.I. 9.016.405
PRESIDENTE DEL JURADO

Msc. Héctor Antúnez
C.I. 9.364.278
DECANO



Prof. Msc. Zaida Kassar C.I.
9.175.011 VICERRECTORA
ACADÉMICA





VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Dra. María Teresa Bravo, Prof. Msc. Karla Dunn y Prof. Msc. Lisbett Cabrera, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **PLAN ESTRATÉGICO DE CAFÉ LOS ANDES DE JOSÉ ROSARIO PERÍODO 2024-2028**, que presenta el T.S.U. **AMAYA DELFIN**

MIGUELANGEL, portador de la Cédula de Identidad No. **25.865.388**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con **DIEZ (10) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Momboy, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los nueve días (09) días del mes de febrero del año dos mil veinticuatro.

Prof. Msc. Karla Dunn
C.I. 19.286.584
JURADO

Prof. Msc. Lisbett Cabrera
C.I. 13.461.549
TUTORA

Prof. Dra. María Teresa Bravo
C.I. 9.016.405
PRESIDENTE DEL JURADO



Prof. Msc. Héctor Antúnez
C.I. 9.764.278
JURADO



Prof. Msc. Zaida Kassar C.I.
175.011 VICERRECTORA
ACADÉMICA



DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso por guiar nuestros pasos y darnos la sabiduría y entendimiento necesario para alcanzar esta meta.

- ❖ A mi Mama Gregoria por siempre estar apoyándome en cada uno de mis pasos y por brindarme su amor, cariño, comprensión y por creer siempre en mí. Sin ti esto no fuese sido posible. Dios me la Cuide. Te Amo Enorme Mama.
- ❖ A mi papa Emigdio, por ser mi apoyo siempre y brindarme amor y cariño. Dios me lo Bendiga. Te Amo Papa.
- ❖ Mis Hermanos José y Francisco por su amor, cariño y apoyo Dios Me los Cuide Siempre. Los Amo Mucho.
- ❖ A mis Abuelos por ser mis ángeles en este recorrido.
- ❖ A mi Esposo Luis Graterol por su cariño, amor, apoyo Incondicional y por aconsejarme siempre que SI SE PUEDE. Dios me lo Bendiga Siempre. Te Amo.

Emily Betancourt

- ❖ Al Dios todo poderoso por la fortaleza y sabiduría dada en momento de desánimo y pruebas.
- ❖ A mis padres Leidy Delfín y José Amaya por ser mis guías, por acompañarme y ser el bálsamo que alivia mis cargas con palabras de aliento y motivación para salir adelante, a ustedes que son ejemplo de superación y dedicación.
- ❖ A mi hermana Yudeima Zarate con este logro espero que puedan sentirse regocijada de su hermano el cual le estima con aprecio infinito.
- ❖ A mis abuelos Silvia Gudiño y Guillermo delfín, que este logro académico los haga sentir orgullosos de mí.

Miguel Ángel Amaya

AGRADECIMIENTOS

- ❖ A Dios por Guiar nuestros pasos y darnos la dicha de Graduarnos y Cumplir con este Requisito.

- ❖ A la Universidad Valle del Momboy (UVM), y a sus profesores que forman parte de esta institución Gracias por Formarnos como Grandes profesionales.
- ❖ A toda nuestra Familia, Hermanos, padres abuelos por creer en nosotros y darnos su confianza y apoyo. Gracias.
- ❖ A nuestros compañeros de estudio por brindarnos su apoyo incondicional, para lograr este triunfo. Dios los Bendiga les deseo muchos ÉXITOS.
- ❖ A todos aquellos que de una u otra manera nos ofrecieron su confianza y apoyo y colaboración para que este sueño fuera posibles. Dios Les Pague.

Los Autores

RESUMEN

La investigación presente tiene como objetivo de proponer un plan estratégico de Café Los Andes de José Rosario Periodo 2024-2028, debido a que la empresa no cuenta con plan de marketing, no posee una plataforma para la publicidad en línea del producto de café, también la empresa no tiene un plan de negocio estructurado, pero si cuenta con un equipo de trabajo, aunque no tiene la capacitación suficiente, la presente investigación se planteó los objetivos estratégicos información Describir los mercados donde debe introducirse el producto de la empresa Café los Andes de José Rosario en los años 2024-2028 centrado en alcanzar resultados notables en sus acciones de mercadotecnia. Definir un plan de negocio la ejecución de la propuesta de la empresa Café los Andes de José Rosario en los próximos años 2024-2028 centrado en alcanzar resultados notables en sus acciones de mercadotecnia. Definir los objetivos estratégicos en la empresa Café los Andes de José Rosario en los próximos años 2024-2028 centrado en alcanzar resultados notables en sus acciones de mercadotecnia. Proponer nuevos métodos de video marketing de que fomenten la capacitación nuevos clientes en la empresa Café los Andes de José Rosario en los años 2024-2028 centrado en alcanzar resultados notables en sus acciones de mercadotecnia. La metodología implementada en esta investigación es bajo la modalidad de un proyecto factible, apoyado en una investigación de campo de naturaleza cuantitativa, con el uso del cuestionario como instrumento de recolección de información

Palabra Clave: Estrategia, negocio, ventas, marketing

ABSTRACT

The objective of the present research is to propose a strategic plan for Café Los Andes de José Rosario Period 2024-2028, because the company does not have a marketing plan, it does not have a platform for online advertising of the coffee product, also The company does not have a structured business plan, but it does have a work team, although it does not have sufficient training, this research set out the strategic objectives of information: Describe the markets where the company's product Café los Andes de José Rosario in the years 2024-2028 focused on achieving notable results in his marketing actions. Define a business plan for the execution of the proposal of the company Café los Andes de José Rosario in the coming years 2024-2028 focused on achieving notable results in its marketing actions. Define the strategic objectives of the company Café los Andes de José Rosario in the coming years 2024-2028 focused on achieving notable results in its marketing actions. Propose new video marketing methods that encourage the training of new clients in the company Café los Andes de José Rosario in the years 2024-2028 focused on achieving notable results in their marketing actions. The methodology implemented in this research is under the modality of a feasible project, supported by field research of a quantitative nature, with the use of the questionnaire as an instrument for collecting information

Keyword: Strategy, business, sales, marketing

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS	10
INDICE DE FIGURAS	11
INDICE DE ANEXOS	12
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	14
1.1 Idea actual de negocio Café Los Andes De José Rosario	14
1.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer	15
1.3 Equipo de trabajo	16
1.4 Diagnostico organizacional (Aplicación de Entrevistas)	18
1.5 Diagnostico situación contable-financiera (Aplicación de Indicadores)	19
1.5.1. Indicadores De Liquidez	19
1.5.2. Indicadores De Rentabilidad	19
1.5.3. Indicadores De Endeudamiento Y Eficiencia	19
1.6 Definición del problema	20
1.7 Propuesta de valor	21
1.8 Objetivos del trabajo de investigación	22
1.8.1 Objetivo general	22
1.8.2 Objetivos específicos	22

CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO	24
2.1 Análisis del macroentorno (PESTEL).	24
2.1.1. Entorno político	24
2.1.2. Entorno económico	24
2.1.3. Entorno social	24
2.1.4. Entorno tecnológico	25
2.1.5. Entorno ecológico	25
2.1.6. Entorno legal	26
2.1.7. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	26
2.2 Análisis del microentorno del sector: Fuerzas de Porter.	27
2.2.1. Negociación con proveedores	27
2.2.2. Negociación con clientes	27
2.2.3. Rivalidad entre competidores existentes	27
2.2.4. Desarrollo potencial de productos sustitutos	28
2.2.5. Entrada de nuevos competidores	28
2.2.6. Nivel de atraktividad de la industria	28
2.2.7. Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)	29
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	59
ANEXOS	62

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Matriz MEFE</i>	25
Tabla 2 <i>Matriz MEFI</i>	28
Tabla 3	38
Tabla 4	39
Tabla 5	40
Tabla 6 <i>Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos</i>	40
Tabla 7	46
Tabla 8	47
Tabla 9	52
Tabla 10	53
Tabla 11	56
Tabla 12	57
Tabla 13	60
Tabla 14	61
Tabla 15	63
Tabla 16	64
Tabla 17	65
Tabla 18	66
Tabla 19	67
Tabla 20	68
Tabla 21	69
Tabla 22	69

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	30
Figura 2 Cadena de valores	33
<i>Figura 3</i>	45

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Entrevista aplicada	61
Anexo 2 Logo empresarial	62
Anexo 3 Productos y sus presentaciones	62

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Idea actual de negocio Café Los Andes De José Rosario

La empresa Café los Andes José Rosario, fue creada por el Sr. José Rosario hace 25 años, siendo una empresa familiar, dedicada a la comercialización, producción y venta de café, siendo una empresa familiar, fundada por el José Rosario y su hijo, el mismo siendo profesor universitario tomo la iniciativa de crear esta empresa.

Para el año 2015, el Sr José junto a su hijo, crea la empresa, con la idea de brindar el mejor café molido de alta calidad en la ciudad de Maracaibo, principal mercado. Esta empresa, se encuentra ubicada en Calle Páez, Sector el Recodo Boconó, Estado Trujillo. Venezuela. Su nivel de ventas en los últimos 5 años, el año que presento ser todo un reto fue el 2020, a causa de la pandemia. Ente otros aspectos se mencionan a continuación:

MISION

Café Los Andes de José Rosario F.P es una empresa familiar procesadora y comercializadora de café tostado y molido, proporcionando productos de alta calidad en el mercado regional y nacional, satisfaciendo las mejores las expectativas de nuestro consumidores y clientes.

VISION

Consolidarnos como una marca líder en el mercado nacional e internacional, asegurándose de mantener un mejoramiento continuo de la fabricación del café gourmet, con un personal altamente capacitado manteniendo el compromiso del sabor de un buen café.

1.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer

Los productos que ofrecen son café, famoso por su excelencia, pureza y competitividad en el mercado. Se reconoce por su distintivo sabor, aroma y textura, que complace hasta los gustos más refinados. Hemos observado los productos de mayor demanda son:

- ✓ Café presentación gourmet 100 g: El tipo de Molido es fino.
- ✓ Café presentación gourmet 175 g: Grano de beneficio lavado y naturales ó blends.
Tostado medio oscuro. Molienda media a fina.
- ✓ Café presentación gourmet 250 g: Tostado medio oscuro.
- ✓ Café Tostado en Granos 1Kg: Grano selecto de beneficio lavado, Selección Manual Pre y Post -Tueste con características especiales del punto de tostado.

Así como también se detalla el de menor demandad:

- ✓ Café presentación gourmet 500 g: Tostado medio oscuro. Molienda media a fina.

1.3 Equipo de trabajo

Cuenta con una estructura organizativa compuesta por ocho (04) departamentos.

- ✓ Gerente General:

La responsabilidad principal del presidente es gestionar y supervisar todas las actividades de la empresa, incluyendo la planificación, organización, dirección, control y coordinación. Entre las tareas más importantes se encuentra la toma de decisiones clave y el control general de la empresa. Además, como accionista mayoritario, el presidente ostenta la máxima autoridad y tiene la responsabilidad de velar por los intereses de la empresa y sus accionistas.

✓ Departamento de Ventas:

Este departamento es fundamental para la generación de ingresos de la empresa. Las estrategias de ventas, establecer metas, y cultivar relaciones con clientes actuales y potenciales. Su objetivo es maximizar las ventas de los productos de café de la empresa, manteniendo al mismo tiempo la satisfacción del cliente.

✓ Departamento Administrativo:

Este departamento se encarga de las operaciones internas de la empresa, que incluyen la gestión financiera, la administración de recursos humanos, la gestión de compras y proveedores, entre otras responsabilidades. Su objetivo es asegurar que la empresa funcione de manera eficiente y cumpla con todas las regulaciones y obligaciones legales.

✓ Departamento de Producción:

Este departamento es el corazón de una empresa productora de café. Es responsable de todos los aspectos de la producción de café, desde la selección de los granos hasta el tueste y el empaquetado. Se encargan de supervisar la calidad del producto, la eficiencia de la producción y el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene. Un café de alta calidad de manera consistente y eficiente. Es responsable de monitorear y organizar los planes laborales del equipo de producción, gestionar el proceso de producción, y mantener registros de producción (diarios, semanales, mensuales y anuales).

✓ Departamento de Compras:

En una empresa productora de café, el Departamento de Compras juega un papel crucial. Este departamento es responsable de adquirir los suministros necesarios para la producción,

incluyendo la materia prima de alta calidad de proveedores confiables. Además, también puede estar a cargo de la adquisición de equipos, maquinaria y otros materiales necesarios para el proceso de producción. Su idea principal es asegurar que la empresa obtenga los mejores productos al precio más competitivo, contribuyendo así a la eficiencia y rentabilidad de la empresa. Debe también garantizar que todos los proveedores cumplan con las normas éticas y de calidad establecidas por la empresa.

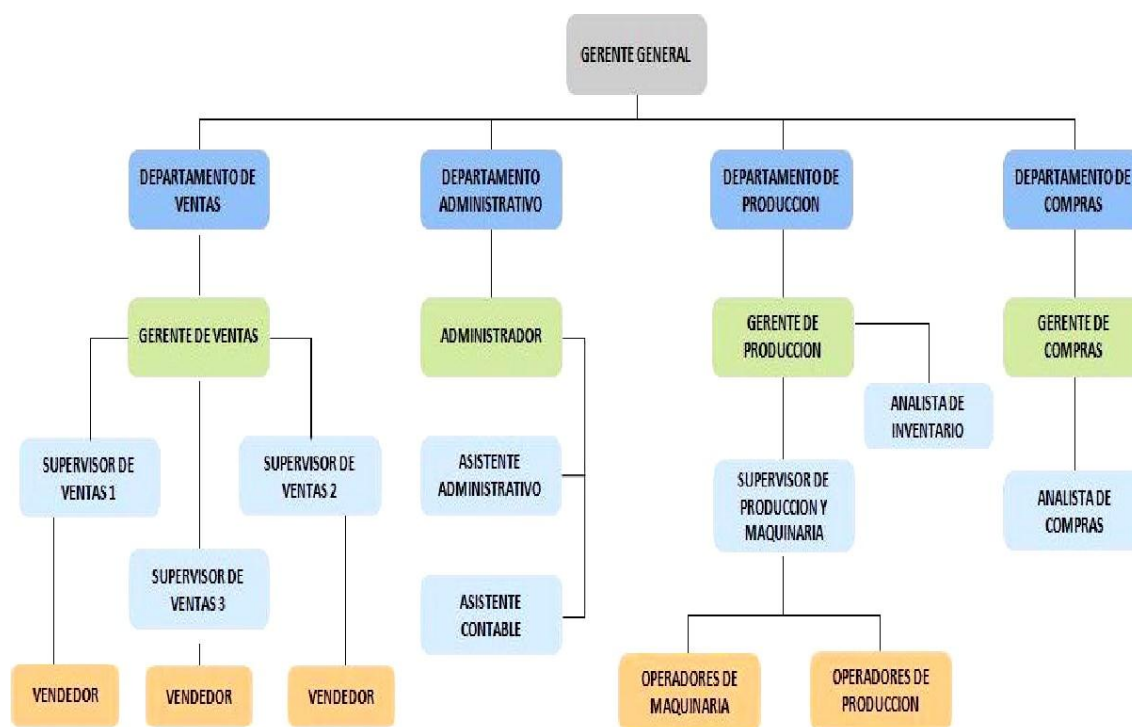


Figura 1 Organigrama

Fuente: Elaboración Propia (2023).

1.4 Diagnostico organizacional (Aplicación de Entrevistas)

La evaluación de la situación financiera y contable a través de la implementación de indicadores es un método que facilita el análisis y valoración de la estabilidad financiera de una

compañía. En este procedimiento, se emplean varios indicadores financieros y contables para recopilar información esencial sobre la organización para determinar cuál es rendimiento económico empresa. Aquí se presentan los resultados conseguidos al emplear indicadores para la evaluación:

1.5 Diagnostico situación contable-financiera (Aplicación de Indicadores)

El diagnóstico de la situación contable-financiera mediante la aplicación de indicadores es un proceso que permite evaluar y analizar la salud financiera de una empresa. Durante este proceso, se utilizan diversos indicadores financiero-contables para obtener información clave sobre la situación económica de la empresa y su desempeño financiero. Se detallan los resultados obtenidos al utilizar indicadores como método de evaluación:

1.5.1. Indicadores De Liquidez

Este análisis se enfoca en los activos de la empresa para valorar su habilidad para cumplir con sus compromisos y lograr sus objetivos (Párraga & Pinargote, 2020). El resultado de la prueba de liquidez inmediata fue de 0,70, lo que sugiere problemas respecto a la liquidez

1.5.2. Indicadores De Rentabilidad

Miden la eficiencia contable y financiera, donde la administración de la empresa, se mide la capacidad para generar rentabilidad y poder invertir un punto de equilibrio. Es decir, Estos indicadores se centran en la habilidad que tiene la organización para generar ganancias (Aguirre et al 2020). Se calculó el margen bruto empleando la fórmula de Ganancia Bruta dividida entre Ingresos Netos. El resultado indica que, después de pagar impuestos y otros gastos generales en 2022, la empresa tiene una ganancia razonable.

1.5.3. Indicadores De Endeudamiento Y Eficiencia

Este indicador es vital para valorar las fuentes de financiamiento (Ortiz, 2017). De acuerdo al cálculo de la rotación de proveedores, se observa una alta rotación. Por lo tanto, es crucial desarrollar nuevas estrategias contables para mejorar y mantener este indicador en niveles ideales.

1.6 Definición del problema

El problema de no tener una Planificación Estratégica en el área de marketing se refiere a no contar con un método estratégico y organizado que dirija las acciones de marketing de una organización. Esto significa que no se están estableciendo metas definidas, identificando oportunidades y retos, ni diseñando tácticas efectivas para lograr los objetivos de marketing. Sin una Planificación Estratégica en marketing, se pueden presentar varios problemas. Por ejemplo, la empresa puede estar malgastando recursos al invertir en actividades de marketing que no están alineadas con sus objetivos y no producen resultados concretos. Además, puede haber una falta de concentración y consistencia en las acciones de marketing, lo que complica el establecimiento de una sólida imagen de marca y la conexión con el público objetivo.

En las pequeñas y medianas empresas, es crucial operar con planes y estrategias bien trazados. La planificación estratégica juega un papel esencial en estas organizaciones, ya que proporciona un camino para lograr los objetivos estratégicos y enfrentar de manera eficiente los desafíos que podrían afectar su estabilidad (Moreno et al, 2018). Al establecer planes y estrategias bien diseñados, las empresas pueden avanzar de forma constante y manejar de manera inteligente los factores que podrían dañar su estabilidad.

El objetivo de los productos es garantizar la calidad del producto y mantener el compromiso con los clientes. A través del plan estratégico, se busca encontrar soluciones a los problemas identificados (Terán, 2018).

En lo que respecta a implementar un plan estratégico para abordar la falta de marketing, se busca realizar acciones específicas para superar estos retos y avanzar hacia una mayor estabilidad y prosperidad financiera de la empresa Café los Andes de José Rosario en los periodos comprendidos 2024-2028.

1.7 Propuesta de valor

Con el objetivo de abordar el problema identificado, como la falta de Planificación Estratégica en el área de marketing. La Planificación Estratégica es una herramienta esencial para alcanzar el éxito y la diferenciación en un mercado altamente competitivo. La propuesta de valor se basa en proporcionar un enfoque estratégico sólido y personalizado que permita a la empresa establecer una dirección clara y efectiva para sus actividades de marketing. Centrándonos en entender en profundidad las necesidades y objetivos de cada cliente. A través de un análisis exhaustivo del mercado, la competencia y las tendencias actuales, desarrollamos un plan estratégico que se adapta a las particularidades de la empresa. Basado en los siguientes pilares:

- ✓ **Identificación de oportunidades:** A través de un análisis detallado del mercado, identificamos las oportunidades clave para el crecimiento y expansión de la empresa. Esto incluye la identificación de segmentos de mercado rentables y la definición de estrategias efectivas para alcanzarlos.
- ✓ **Diferenciación competitiva:** Desarrollamos estrategias que permiten a las empresas destacarse de la competencia y posicionarse como líderes en su

industria. Esto implica la creación de propuestas de valor únicas y el desarrollo de mensajes persuasivos y convincentes para atraer a los clientes.

- ✓ Maximización del retorno de inversión: Buscamos optimizar el retorno de inversión de las actividades de marketing. Esto implica la asignación eficiente de recursos, la selección correcta de canales de comunicación y la implementación de tácticas que generen resultados medibles y sostenibles.
- ✓ Adaptabilidad y flexibilidad: Entendemos que el entorno empresarial y las necesidades del mercado son dinámicos. Por lo tanto, nuestro enfoque de Planificación Estratégica en marketing se basa en la adaptabilidad y la flexibilidad, permitiendo a las empresas ajustar su estrategia según sea necesario para mantenerse a la vanguardia y aprovechar las oportunidades emergentes.

En resumen, la propuesta de valor es la planeación estratégica de marketing que se basa en proporcionar un enfoque personalizado, identificar oportunidades clave, diferenciar a las empresas de la competencia, posicionarse en el mercado, maximizar la utilidad y ser adaptable a los cambios de mercado.

1.8.1 Objetivo general

Diseñar estrategias para optimizar, las operaciones comerciales en la empresa Café los Andes de José Rosario en los próximos años 2024-2028 centrado en alcanzar resultados notables en sus acciones de mercadotecnia.

1.8.2 Objetivos específicos

Describir los mercados donde debe introducirse el producto de la empresa Café los Andes de José Rosario en los años 2024-2028 centrado en alcanzar resultados notables en sus acciones de mercadotecnia.

Definir un plan de negocio la ejecución de la propuesta de la empresa Café los Andes de José Rosario en los próximos años 2024-2028 centrado en alcanzar resultados notables en sus acciones de mercadotecnia.

Definir los objetivos estratégicos en la empresa Café los Andes de José Rosario en los próximos años 2024-2028 centrado en alcanzar resultados notables en sus acciones de mercadotecnia.

Proponer nuevos métodos de video marketing de que fomenten la capacitación nuevos clientes en la empresa Café los Andes de José Rosario en los años 2024-2028 centrado en alcanzar resultados notables en sus acciones de mercadotecnia.

CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO

2.1 Análisis del macroentorno (PESTEL).

2.1.1. Entorno político

Los elementos políticos que afectan a las compañías incluyen aspectos como las políticas fiscales, tarifas comerciales, altos impuestos, burocracia y las restricciones impuestas por el gobierno. Estos factores políticos tienen un impacto notable de la empresa y pueden limitar su crecimiento. (Brambila, G. 2020). Es crucial que la empresa entiendan y se acomoden a estos factores para diseñar estrategias efectivas y afrontar los retos que surgen de ellos.

2.1.2. Entorno económico

En Venezuela, el Banco Central ha divulgado cifras que reflejan en el desarrollo de la economía en el año 2022. Según estos datos, el Producto Interno Bruto (PIB) se ha incrementado un 18,70%, es decir, Venezuela es considerada como el país que registro datos elevado en toda Latinoamérica en cuanto al producto interno. (Banco Central de Venezuela, 2022) Es relevante destacar factores como los modelos de oferta y demanda, la tasa de inflación y el incremento del dólar.

2.1.3. Entorno social

Actualmente, observamos cómo las empresas de servicios se incorporan más el uso de la TIC y plataformas como mercado libre, por tal motivo se manifiestan una aceptación favorable hacia el crecimiento del comercio electrónico venezolano. En el año 2021, hubo un aumento extraordinario del 2.000% en el crecimiento del comercio electrónico. Además, los datos indican

el cambio en los patrones de consumo y la confianza progresiva de los venezolanos en efectuar compras y transacciones online. (Ujueta, 2021). Igualmente, los factores antes mencionados, existen otros aspectos que también impactan en el ambiente empresarial. Por ejemplo, la crisis migratoria, las actitudes de los profesionales, la conciencia sanitaria y los altos niveles de depresión son factores relevantes a considerar en Latinoamérica.

2.1.4. Entorno tecnológico

En los últimos meses, se ha detectado un incremento positivo en la internet mediante fibra óptica. Estos proveedores brindan una conexión a internet más rápida y confiable en comparación con otras tecnologías. (Tendencia digitales, 2022). En conclusión, en el aumento de la oferta de internet por fibra óptica en los últimos meses ha estado impulsado por entidades privadas que reconocen la necesidad de proporcionar conexiones de alta calidad. Esta tecnología ofrece una experiencia de internet mejorada, con mayor velocidad y fiabilidad para los usuarios.

2.1.5. Entorno ecológico

Este entorno hace referencia al conjunto de elementos naturales que conforman el ambiente coexistimos. Incluye factores como el aire, el agua, el suelo, la vida silvestre y los ecosistemas. En la última década, la sociedad ha tomado mayor conciencia de proteger y mantener nuestro entorno ecológico. Las cuestiones ambientales, como en los cambios del clima, la contaminación, la deforestación y la pérdida de biodiversidad, han causado alarma a nivel mundial. (Observatorio de Ecología Política de Venezuela, 2022). Es vital la adopción de prácticas sostenibles y respetuosas con el entorno. Las empresas y organizaciones están tomando medidas para disminuir su impacto ecológico, como la utilización de energías limpias, adecuada de los desechos industriales y la preservación ambiental.

2.1.6. Entorno legal

Es fundamental que los empresarios estén al tanto de las leyes actuales en Venezuela con el propósito de operar de manera exitosa y garantizar los derechos laborales. (Otero, T. 2020)

2.1.7. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Esta herramienta permite realizar un análisis para evaluar los componentes externos que podrían ser muestra una matriz que representa las oportunidades y amenazas identificadas. Se obtiene un resultado de 2.90. Este resultado muestra que las oportunidades se están utilizando para contrarrestar las amenazas y minimizar su efecto.

Tabla 1

Matriz MEFE

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Oportunidades			
Comercio electrónico	0.10	4	0.40
Internet de Calidad	0.10	4	0.40
Actividades de impacto social	0.10	3	0.30
Educación ambiental	0.10	3	0.30
Nuevos equipos tecnológicos	0.15	4	0.60
Amenazas			
Altas tasas de los impuestos	0.10	2	0.20
Limitaciones	0.07	2	0.14
Tasa de Inflación	0.10	2	0.20
Aranceles comerciales	0.10	2	0.20
Políticas fiscales	0.08	2	0.16
Totales	1.00		2.90

Fuente: Elaboración Propia (2023)

2.2 Análisis del microentorno del sector

Este análisis implica una exploración detallada y cuantitativa para entender la habilidad de manejo de clientes, proveedores y otros elementos cruciales del negocio. Este proceso facilita

la identificación de factores que impactan y afectan las operaciones del negocio. (Kotler, 2020). Con los recursos proporciona una estimación del tonelaje de manejo de clientes, proveedores y otros elementos clave del negocio. Este estudio ayuda a identificar factores que influyen y afectan las operaciones, proporcionando datos vitales para decisiones estratégicas y la mejora continua del negocio.

2.2.1. Negociación con proveedores

Para proporcionar productos de alta calidad, es esencial contar con equipos de última tecnología. De garantizar y optimizar, estas prácticas contribuyen a optimizar costos y asegurar la disponibilidad de las materias primas de producción.

2.2.2. Negociación con clientes

Tiene el propósito crear una sociedad comercial que marque la diferencia de la competencia y así mejorar nuestros productos de demandan y las diferentes presentaciones del producto de café gourmet de alta calidad, contando con financiamiento y diferentes de formas de pago, ganar preferencia y de garantizar las ventas, abarcando así la población de supermercados, negocios, panaderías y abastos.

2.2.3. Rivalidad entre competidores existentes

En el campo, existe una competencia entre los competidores ya establecidos. Esto se debe a la demanda de café y la necesidad de encontrar un proveedor de confianza y eficiencia. Los competidores buscan destacar ofreciendo productos de calidad, y soluciones personalizadas para satisfacer las necesidades de sus clientes. Esta competencia motiva a mejorar constantemente, innovar y ofrecer un valor adicional para mantenerse en el mercado y atraer y retener a los clientes.

2.2.4. Desarrollo potencial de productos sustitutos

En el sector cafetalero, presenta algunas alternativas sustitutivas del café molido y tostado que pueden suponer amenaza competitiva ya que hay diversas presentaciones del café en las clientes como café expreso y café helado, de igual forma existen algunos productos similares que podemos hacer mención son el: te, chocolate, entre otros. La organización es consciente del mejoramiento continuo, de nuevos métodos y tecnologías que mejore los productos y se adapten a la necesidad del consumo poblacional, esto quiere decir desarrolla nuevas capacidades para ingresar nuevos productos al mercado.

2.2.5. Entrada de nuevos competidores

Nuevos competidores que se deben a el crecimiento del sector cafetalero donde surgen nuevos emprendimientos y marcas que compiten por un lugar en el comercio venezolano, esto nos conlleva a no descuidar su calidad y compromiso del producto para así mantener el posicionamiento ya alcanzado.

2.2.6. Nivel de atraktividad de la industria

En general, el elemento de innovación en nuestra estrategia se centrará en la promesa de servicio de venta, destacada por varios beneficios que mencionaremos a continuación:

- ✓ Ofertas especiales: En ciertas fechas, los clientes tendrán la facilidad de aprovechar descuentos y recibir regalos.
- ✓ Variedad de productos: Ampliaremos nuestra gama con la introducción de nuevos ítems como el café instantáneo.
- ✓ Excelencia: Nos comprometemos a proporcionar productos de la máxima calidad en todas sus distintas formas y presentaciones.

2.2.7 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Se propone realizar un análisis para examinar los elementos internos en la empresa, con el fin de marcar áreas de fortaleza y aquellas debilidades que requieren mejoras (Fred, 1997). La muestra una matriz que destaca estas fortalezas y debilidades. Se eligen 10 factores determinantes y se les otorga un peso y valor que refleja su nivel de impacto. En la media ponderada de estos valores resulta en 2.60.

Los resultados afirman de un análisis interno examina todas sus operaciones e identifica áreas en las que destacan (fortalezas) y donde podrían necesitar mejora (debilidades). Este tipo de análisis es esencial para la planificación estratégica y puede ayudar a una organización a tomar decisiones informadas sobre dónde concentrar sus recursos.

Tabla 2
Matriz MEFI

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Fortalezas			
consultas en colaboración con contadores aliados	0.15	3	0.45
nuevas herramientas y software contables	0.10	4	0.40
Mayor calidad en contabilidad.	0.15	3	0.45
establecer relaciones sólidas con sus clientes	0.10	4	0.40
gestión financiera adecuada	0.10	3	0.30
Debilidades			
Servicios similares	0.10	2	0.20
Nuevos Competidores en el estado	0.10	1	0.10
Servicios con menor costo	0.10	1	0.10
Atraso en la adquisición de nuevas tecnologías	0,10	2	0.20
Totales	1.00		2.60

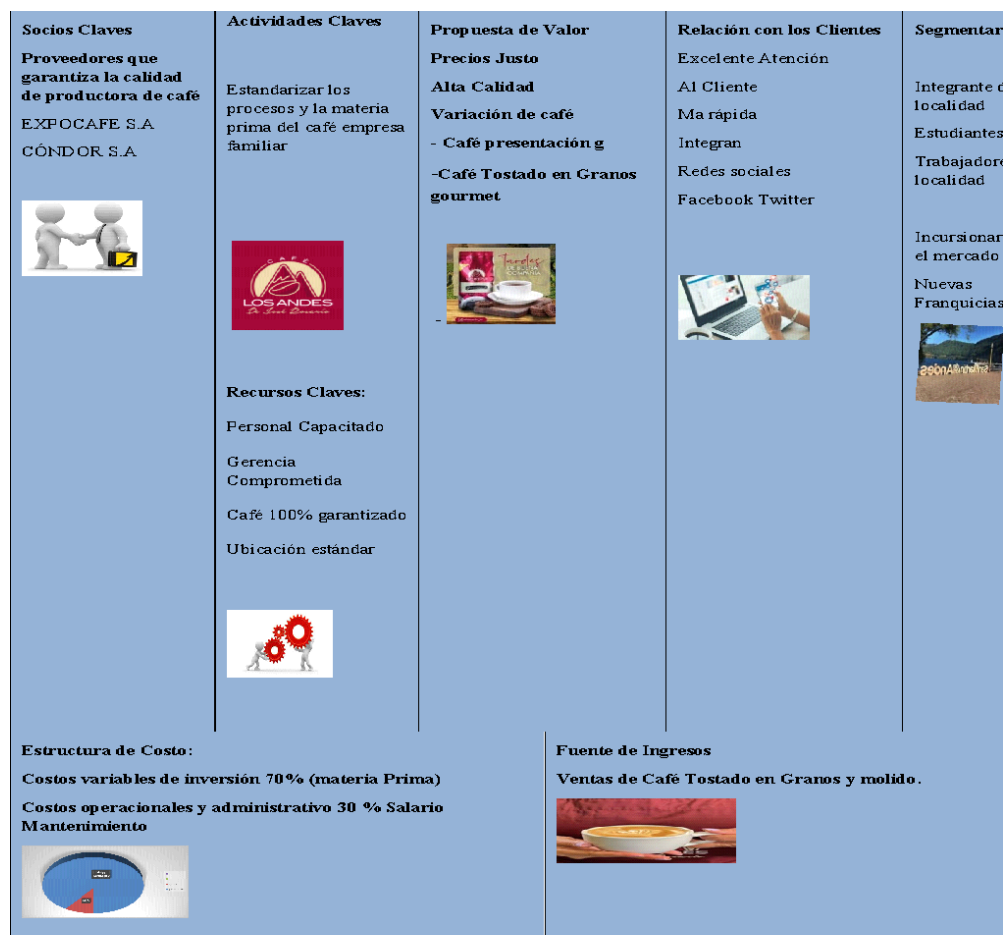
Fuente: Elaboración Propia (2023)

CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO

3.1 Modelo de negocio CANVAS.

Figura 1

Modelo de negocio CANVAS



Nota: Modelo de negocio CANVAS

Fuente: Elaboración propia (2023)

Socios Claves:

Para Café los Andes, su punto claves en la producción comercialización de café gourmet de la mejor calidad, sabor y aroma, sus principales proveedores son las empresas EXPOCAFE S.A, y CÓNDROR S.A, quienes le despachan los mejores componentes importante para empacar y combinar el café, también proveen las materias primas para el proceso, a la hora de comprar la materia prima como el grano de alta calidad, y también maquinaria y equipos para la fabricación.

Actividades Claves:

Las actividades claves de Café los Andes José Rosario, es ofrecer una excelente, gerencia, siendo una empresa familiar, Operadores, es el factor principal, que marca la diferencia, comprometidos con el trabajo en la actividad productiva y más alta calidad.

Recursos Clave

El recurso clave de Café los Andes, comienza desde el capital humano aportado, hasta la producción y empaque del café, la mano de obra, personal capacitado. Y atención al cliente, una excelente tecnología, redes sociales como Facebook, twitter, Instagram, recursos tecnológicos que actualmente son primordiales.

Propuesta de Valor:

Cuando se analiza, la potencia que tiene Café los Andes José Rosario, la misma está enfocada en la fabricación de café molido, de gran excelencia, pureza y alta calidad con una gran competencia en el mercado y siendo reconocido por su distintivo sabor, aroma y textura, que complace hasta los gustos más refinados y con una buena demanda.

Relación con los Clientes:

Para cumplir con los objetivos estratégicos de Café los Andes José Rosario, mantiene, un seguimiento de sus pedidos, en un poco tiempo, los retiros se hacen oportunamente y se fabrican en poco tiempo los pedidos, los clientes reciben los envíos y seguir aumentando cifras de ventas, llegar a más clientes a través del marketing digital.

Segmentación:

Café los Andes José Rosario, se enfoca como objetivo un modelo de segmentación, previsto en abarcar el mercado de bienes y servicio de producción, adecuándose a distribuir los productos que ofrece, y renovando los inventarios con la mayor calidad de café. Unos de los principales clientes está ubicado dentro de la localidad geográfica, con esto se pretende mantener una excelente relación y captar nuevos clientes, incrementando las ventas y dándole una satisfacción al cliente

Estructuras de Costos:

Entre los costó de café los andes, está dirigida la inversión de materia prima, y maquinarias para la producción en un 70%, el otro 30 % se divide entre gastos operacionales directos al mantenimiento y gasto del personal.

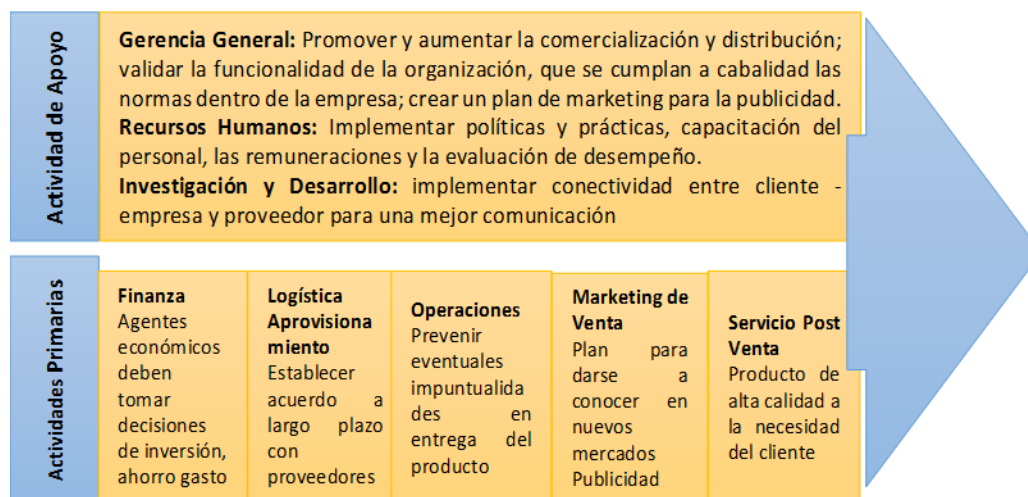
Fuente de Ingreso:

Los ingresos de ventas por café molido y tostado gourmet de alta calidad, con gastos mínimos de distribución y logística.

CADENAS DE VALORES DE CAFÉ LOS ANDES JOSÉ ROSARIO, C.A

Figura 2

Cadena de valores



Fuente: Elaboración propia (2023)

3.2 Análisis funcional.

Es un método que se utiliza como herramienta que permite conocer el funcionamiento y como se relacionan los procesos entre sí para poder analizar el rendimiento de la organización.

3.2.1. Gerencia de la empresa

Café los Andes José Rosario, cumple rigurosamente sus normas, también se lleva un excelente control interno, se caracteriza por ser proactivo, conectado en todas las decisiones y todos los requerimientos a corto mediano y largo plazo, por lo tanto, es necesario mantener una adecuada representación en las tomas de decisiones.

3.2.2. Recursos humanos

De este modo, la empresa Café los Andes José Rosario, implementa un conjunto de políticas fundamentadas en la cultura organizacional, orientado en los valores del personal, con el fin de cumplir sus objetivos, capacitación del personal, las remuneraciones y la evaluación de desempeño.

3.2.3. Investigación y desarrollo

La empresa Café los Andes José Rosario, tiene como objetivo fundamental la creatividad en innovación, creando estrategias que impulse en desarrollo tecnológico para aumentar sus ingresos y colocar el producto. En este sentido, para cumplir sus objetivos, y mejorar la calidad del producto, disminuir los costos, y dar un precio justo y aumentar su competencia.

3.2.4. Finanzas

Los Directivos, tiene que diseñar un plan estratégico que incremente las metas y oportunidades para mejorar sus ingresos, y así cumplir sus objetivo y posición. Para ello, cuenta con un equipo de trabajo capacitado, necesita implementar un sistema tecnológico que optimice los procesos, agilizar las cobranzas por medios de cronogramas de cobro y pago.

3.2.5. Logística y aprovisionamiento

La empresa Café los Andes José Rosario, C.A, para mejorar este proceso se pretende, implementar estrategias como mejorar la materia prima utilizada, mantener un stop de inventario, enfocare en la atención de los clientes, garantizar una buena respuesta de los proveedores, y actualizar los procesos.

3.2.6. Operaciones

Se pretende por medio de la producción, aumentar su rentabilidad y liquidez disminuir los procesos y organizar los inventarios, reduciendo los gastos; capacitando y motivando al personal operativo, reducir los tiempos de producción con mayor calidad, llevar una relación excelente con los proveedores para así mantener líneas de créditos.

3.2.7. Marketing y ventas

El Marketing, está enfocado en estrategias, para incrementar sus ventas y buscar una colocación en el mercado, manteniendo una cartera de cliente ya existente local y buscar nuevos clientes ampliando las fronteras de ventas, con una buena publicidad a nivel de redes sociales y capacitación de los empleados y mejores tratos

3.2.8. *Servicios postventa*

La empresa pretende mantener un servicio postventa ligado a la fidelidad de sus cliente, mejorar la atención, implementar promociones de ventas, hacer una publicidad puerta a puerta para tener mejor relación con el cliente y aumentar la cartera mediante seguimientos de ventas.

CAPÍTULO IV.

FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2024 – 2028

4.1 Objetivo general 2024 a 2028

Efectuar estrategia de marketing en Café los Andes José Rosario enfocado en incrementación de la venta y posicionarse en el mercado, durante los años 2024 a 2028.

4.2 Objetivos estratégicos 2024 a 2028.

- a. Desarrollar estrategias de comunicación para incrementar las ventas totales desde un 50% promedio anual del 2024-2028.
- b. Aumentar la rentabilidad y liquidez a partir de un 45% anual con tendencia hacia el crecimiento promedio desde los resultados anuales del 2024 a 2028
- c. Establecer la marca en la empresa a través de las nuevas tecnologías

4.3 Análisis de los Objetivos estratégicos 2024 a 2028.

Café los Andes José Rosario, C.A, para obtener un incremento y posicionarse se pretende optimizar la oferta de la variedad de producto, adecuando los servicios, al cliente ofreciendo mejores precios y así aumentar la preferencia en el mercado. De esta manera, se crearían nuevas oportunidades para la empresa en cuanto al crecimiento y competencia en el mercado ganando más cliente satisfechos.

Para cumplir con estos objetivos, la empresa debe invertir en campañas publicitarias, por medios de las redes sociales, y así abarcar el mercado de nuevos clientes. Para así, aumentar su rentabilidad y liquidez. Para precisar un proceso de negocio en la empresa Café los Andes José

Rosario, C.A, es necesario realizar un análisis absoluto de la situación actual de la empresa. Por lo tanto, es que detallar manifiestamente el proceso de producción.

CAPÍTULO V.

LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

5.1 Formulación de la estrategia

5.1.1 Matriz FODA cruzada (MFODA)

La Matriz FODA cruzada, es una estrategia que permite, analizar los objetivos de la organización. De este modo, disminuye las amenazas de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A.

Tabla 3

Matriz FODA Cruzada (MFODA)

Ambiente Interno	Fortalezas	Debilidades
Ambiente Externo	FO1 Consultas en colaboración con contadores aliados FO2. Nuevas herramientas y software contables FO3. Mayor calidad en el ámbito contable. FO4. Establecer relaciones sólidas con sus clientes gestión financiera adecuada	D1. Servicios similares D2. Nuevos Competidores en el estado D3. Servicios con menor costo D4. Atraso en la adquisición de nuevas tecnologías
Oportunidades:	Estrategias FO:	Estrategias DO:
O1. Comercio electrónico O2. Internet de Calidad O3. Actividades de impacto social O4. Educación ambiental O5. Nuevos equipos tecnológicos	FO1: Negociar con los proveedores que comercialicen el producto en otras ciudades. FO2: Motivar la compra de productos comunicando que garantice la producción del café FO3: Innovar en la línea de productos para poder ofrecer mayor variedad y disponibilidad en el mercado	DO1: Implementar un plan de ventas para captar mayor cuota en el mercado. DO2: Desarrollar promociones para motivar a los Clientes DO3: Mejorar el plan de producción y capacitación a los empleados

Amenazas	Estrategias FA: FA1: Realizar cronogramas de pago y cobro para mantener un flujo de caja. FA2 Desarrollar boletines informativos o de noticas acerca de las nuevas tendencias FA4: Desarrollar contenidos de calidad para cubrir las políticas fiscales	Estrategias DA: DO1: Los productos que tienen mayor margen de ganancias, realizar descuentos para incentivar la compra ofreciéndolo a pequeños productores DA3: Sistematizar los segmentos del mercado para el desarrollo de productos orientas a la necesidades de cada productor s.
-----------------	---	--

Leyenda:  = Desarrollo de productos;  = Mercado;  = Enfoque de costos;  = Diferenciación

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2. Matriz Interna – Externa (MIE)

Al concluir con la contrición de la matriz interna-externa se pudo conocer que el segmento direccional se ubica en el cuadrante, donde se proponen las estrategias de penetración en nuevos mercados, en fidelizar la mayor cantidad de clientes, en difundir una campaña publicitaria e integración horizontal

Tabla 4

Resumen MEFE Y MEFI

Matriz	Resultado
MEFE	2.90
MEFI	2.60

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5

Matriz Interna y externa

4	3	2	1	
3	I	II	III	2,90 Matriz Externa
2	IV	V	VI	
1	VII	VIII	IX	
2,60 matriz Interna				Crecer y construir Retener y mantener Eliminar o desinvertir

Fuente: Elaboración propia

5.2 Selección de la estrategia

5.2.1. Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos

Tabla X. Matriz de estrategias vs objetivos estratégicos

Tabla 6

Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos

Estrategias	Objetivos estratégicos	Efectuar un plan estratégico de marketing en Café los Andes José Rosario enfocado en incrementación de la venta y posicionarse e	Desarrollar estrategias de comunicación para incrementar las ventas totales desde un 50% promedio anual del 2024-2028.	Aumentar la rentabilidad y liquidez a partir de un 45% anual con tendencia hacia el crecimiento promedio desde los resultados anuales del 2024 a 2028	Establecer la marca de la empresa a través de las nuevas tecnologías en un lapso de 1 año.
Negociar con los proveedores que comercialicen el producto en otras ciudades		x		x	x
Motivar la compra de productos comunicando que garantice la producción del café		x	x	x	x
Crear variedad de productos para poder ofrecer en el mercado		x	x	x	

Implementar un plan de ventas para captar mayor cuota en el mercado	x	x	x	x
Desarrollar promociones para motivar a los Clientes	x			
Mejorar el plan de producción y capacitación a los empleados	x	x		x
Implementar publicidad en las redes sociales para más acercamiento a los clientes	x		x	
Realizar cronogramas de pago y cobro para mantener un flujo de caja		x	x	x
Desarrollar boletines informativos o de noticias acerca de las nuevas tendencias	x			
Desarrollar contenidos de calidad para cubrir las políticas fiscales	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia

5.2.2. *Estrategias seleccionadas*

La ejecución de las estrategias, es la procedencia para un objetivo esencial: de incrementar el negocio, y alcanzar una ventaja competitiva, y la mejor atención a los clientes para incrementar sus ventas de un producto de alta calidad. De este modo, se pueda mantener y aumentar su rentabilidad y liquidez.

CAPÍTULO VI.

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN

6.1 Plan funcional de marketing

6.1.1. *Situación actual de la gerencia de marketing*

En los actuales momentos la situación interna la empresa Café los Andes José Rosario, C.A., se puede determinar, que la misma no cuenta con un personal capacitado en las actividades de marketing, que puedan cumplir con los objetivos que se ha trazado la empresa. Por otra parte, las estrategias que se utilizan en la actualidad no tienen la suficiente constancia para afrontar los cambios económicos que enfrenta el país y por ende afecta directamente a la empresa.

Es por esta razón, que se plantió los objetivos estratégicos de marketing para la empresa Café los Andes José Rosario, C.A., de acuerdo al análisis interno y externo, que se realizaron en los capítulos anteriores, se pudo contactar toda la información necesaria para dar a conocer a la empresa y promocionarla en el mercado, generando más ventas, y por así aumentar su rentabilidad y liquidez.

Por lo tanto, la empresa Café los Andes José Rosario, C.A., puede tomar como oportunidad los escasos del producto de calidad y aceptación que afronta el país en estos momentos, Venezuela a través de la historia ha sido un país cafetero, es por esta razón que se puede impulsar las estrategias de marketing que promocionen y posicionen el producto en la mayoría de las tiendas y comercios, con este plan la empresa se insertaría en el mercado del país.

6.1.2. *Objetivos de marketing*

- Diseñar un plan de acción para promocionar el café los andes y así poder captar al cliente llevando un seguimiento y control eficiente para atender los requerimientos, de este modo generar más recursos económicos garantizando la estabilidad de la empresa.
- Promover los diferentes productos que brinda la empresa a nivel nacional mediante las redes sociales, de esta forma acceder al mercado con otros clientes.
- Aumentar las campañas publicitarias a nivel local y nacional para que otras redes de supermercados y comerciantes integren nuestro producto.
- Difundir información sobre las diferentes ofertas de precios que ofrece la empresa para incorporación del producto en el mercado
- Diseñar estrategias de marketing para fortalecer y promover el producto a nivel nacional e internacional y así abarcar nuevos mercados.

6.1.3. *Acciones estratégicas de marketing*

Estrategia de cartera

Esta estrategia de cartera, es la que se encarga de marcar el camino para establecer los mecanismos estratégicos de la empresa, revelando cada una de las necesidades de cada una de ellas y mostrar las diferentes combinaciones del producto que deberá desplegar la empresa. Para, Kotler, (1989), dice que la estrategia de mercadotecnia es la “lógica de mercadotecnia la cual el negocio espera lograr sus objetivos de mercadotecnia. La estrategia consta de estrategias de mercado meta, mezcla de mercadotecnia y nivel de gastos de mercadotecnia” (p.64 y 65).

Figura 3**Atractivo de Mercado**

Atractivo del Mercado	Alto	Seleccionar Beneficio	Invertir/Crecer	Invertir/Crecer
	Medio	Cosechar Desinvertir	● Producto Seleccionar Beneficio	Invertir/Crecer
	Bajo	Cosechar Desinvertir	Cosechar Desinvertir	Invertir/Crecer
		Débil	Media	Fuerte

Nota: Fuente: Elaboración Propia (2023)

Este tipo de estrategia de cartera, funciona como métodos, para ejecutar las posibles estrategias, que se van a utilizar en las recomendaciones para la toma de decisiones en la cartera de bienes de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A. Por lo tanto, las estrategias de marketing se comienzan a ejecutar de acuerdo a la Matriz McKinsey, para ello es necesario utilizar la información obtenida de las matrices EFE y EFI, que están vinculadas con los componentes internos y externos que se desplegaron en los capítulos anteriores donde se proyectaron los siguientes resultados en la matriz externa 2.90 y en la interna 2.45, estos resultados definen la ubicación en la gráfica McKinsey, en esta investigación la misma en la selección de beneficios ubicada en el segundo cuadrante, esta indica por medio del eje Y, que es atractiva en el mercado y es competitiva. De acuerdo a lo indicado, esta empresa se tiene que enfocar en potencial el crecimiento en el mercado.

Estrategia de segmentación, de posicionamiento y de fidelización

La estrategia de segmentación en el mercado, consiste en fragmentar a los clientes en distintos grupos, pero que tengan algún factor en común. Para Kotler (1989), señala que “la segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos”. (p.31).

De acuerdo, al mercado de clientes de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, se aplicarán estrategias en esta línea enfocadas en dos tipos por la necesidad y características de los clientes que son los clientes directos y los clientes indirectos los directos son aquellos que compra para revender y los indirectos son todos aquellos que compra el producto en supermercados, abastos, comercios entre otros.

En cuanto a la estrategia diferenciadas, se van a dirigir a cada uno de los segmentos de mercados con ofertas de precios para posicionar a la empresa en diferentes mercados y se va a enfocar en captar nuevos clientes e incorporarlos, y mantenerlos con un mejor trato y darle seguimiento de acuerdo a un cronograma de control eficiente.

La estrategia concentrada, se ejecutará en la oferta, de acuerdo a los diferentes tipos de productos acorde a las necesidades del consumidor y su capacidad económica, y poder incorporar diferentes presentaciones competitivas acorde con la realidad económica del país.

Estrategia posicional, se va a implementar un plan de marketing para abarcar el mercado y posicionarse como una empresa líder dentro de sus competidores tomando en consideración la opinión de los consumidores, en cuanto a la calidad, precio y presentación del producto, generando confianza, prestigio e imagen de la empresa.

Entre las estrategias de fidelización, con esta estrategia se busca conocer a los clientes en sus preocupaciones y necesidades con mayor profundidad creando empatía, y así fortalecer la relación haciendo que se vuelva más cercana y real beneficiando así a la empresa y al cliente.

Estrategia funcional

Con esta estrategia, se pretende brindar un plan de actividades día a día en todas las áreas operativas para establecer los recursos existentes de una forma óptima eficiente y eficaz, de esta forma apoyar y contribuir al logro de los objetivos planteados en las estrategias a nivel competitivo de la empresa, tocando cada una de las áreas funcionales, marketing, producción, recurso humano, operaciones, desarrollo e investigación, facilitando la comunicación entre cada uno de los departamentos.

6.1.4. Presupuesto

A continuación, se presenta la Tabla N° 7, con el plan funcional de marketing de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, el mismo esta expresado en dólares proyectado a cinco años vale la pena acotar, que en los actuales momentos en el país el diferenciar cambiario es diario acorde con la tasa del BCV.

Tabla 7

Presupuesto de Marketing de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A

PLAN DE MARKETING Acciones	Recursos	Costo unitario (\$)	Año 2024 (\$)	Año 2025 (\$)	Año 2026 (\$)	Año 2027 (\$)	Año 2028 (\$)
Diseñar un plan de acción para promocionar el café los andes y así poder captar al cliente	Contratar especialista en área de Publicidad en marketing	\$500,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00
Promover los diferentes productos que brinda la empresa	120 horas x 1 Diseñador de rede sociales	\$120,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00

Aumentar las campañas publicitarias a nivel local y nacional	Promotores 3 para campaña publicitaria puerta a puerta	\$20,00 x 3 = \$60,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
Difundir información sobre las diferentes ofertas de precios que ofrece la empresa	120 horas x 1 Personal Mercadeo	\$150,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
Diseñar estrategias de marketing para fortalecer y promover el producto	120 horas x 1 gerentes	\$150,00	\$3000,00				
TOTAL (\$)			\$5.980,00	\$2.980,00	\$2.980,00	\$2.980,00	\$2.980,00

Fuente: Elaboración propia.

6.1.5 Ejecución de tareas del plan de marketing.

Tabla 8

Ejecución de tareas de marketing de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A,

	Actividades	TIEMPO	RESPONSABLE
1	Diseñar un plan de acción	1 mes	
	– Contratación de Especialista		Gerente de Marketing
	– Evaluación de los Clientes		
	– Fraccionamiento de los Clientes		
	– Diagnóstico de la situación actual		
2	Promover los diferentes productos		
	– Elegir las estrategias para redes sociales	1 mes	Diseñador de la Redes Sociales
	– Crear y Monitorear campañas en las redes sociales		
3	Aumentar las campañas publicitarias	1 mes	Gerente de Marketing
	– Promocionar el café directamente con los consumidores		

4	Difundir información	1 mes	Gerente de Mercado
	– Evaluar el mercado para hacer oferta de precios e incrementar las ventas		
5	Diseñar estrategias de marketing	1 por mes	Gerente de Marketing
	– Promover el producto a nivel nacional e internacional y así abarcar nuevos mercados.		

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

6.2 Plan funcional de operaciones.

6.2.1. Situación actual de la gerencia de operaciones

En la actualidad, la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, tiene un plan funcional de operaciones muy elemental, por lo tanto, es supervisado y monitoreado por el gerente el cual no posee normativas de producción y comercialización de los objetivos a corto, mediano y largo plazo que cumplan con la gestión y planificación de la producción. Por lo tanto, es necesario implementar objetivos estratégicos para optimizar la operatividad de la empresa y, por ende, desplegar un nivel de eficiencia con una responsabilidad específica.

Los gerentes, de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, tienen el compromiso de general nuevas ideas innovadora para mejorar los procesos productivos con un resultado de producto de calidad y excelencia. Esto se debe realizar, mediante la colaboración de todos los trabajadores, gerentes, socios involucrados en el desarrollo competitivo de la empresa.

En la necesidad de mantener, un producto de calidad y que se podría catalogar de primera necesidad, de acuerdo a la cultura del venezolano, el café ha tomado un gran impulso en las actividades productivas del país, lo cual se busca la competitividad y mantenerse en el mercado con nuevas tecnologías, con un personal capacitado para brindar un mejor servicio y producto de calidad con precios accesible para todo público.

6.2.2. Objetivos de operaciones

- Mejorar el aspecto presencial de la marca de café en los puntos de ventas.
- Fortalecer los procesos asegurando el cumplimiento de la producción más eficiente.
- Garantizar que los equipos estén en buenos estados para el proceso productivo y los miembros tengan una misma visión.

- Involucrar a todos los miembros de la empresa en el desarrollo productivo desde la cadena de suministro de compra, logística, transporte y almacenaje hasta llegar a la atención del cliente.
- Capitalizar nuevos puntos de ventas para expandir las ventas y mantener un incremento de la rentabilidad de la empresa.

6.2.3. Desarrollo de la estrategia de operaciones

Para llegar a cumplir, con todos los objetivos planteados en el plan de funcionamiento operacional y desarrollar las estrategias que están ligadas al marketing de la empresa, se deben optimizar los procesos coyunturales de la producción y todos los involucrados en pro del crecimiento de la empresa tomando como prioridad la competitividad vinculada a la capacitación y fidelidad de los procesos.

Estrategia de costos – capacidad

Tomando en consideración, la información de los costos extraída de la contabilidad de la empresa, se van a tomar decisiones que conduzcan a la gerencia a darle valor a la empresa. Por lo tanto, se debe de hacer un análisis donde se identifique las operaciones de valor y las operaciones de menor valor estimulando la primera y mitigando la segunda, con esto se busca aumentar la cadena de valor de la empresa.

De esta manera, se busca la toma de decisiones desde una perspectiva del costo tomando en consideración la situación estratégica para conducir y responder de una forma ágil y rápida a los cambios que puedan darse en su entorno, generando así una ventaja competitiva sostenible y como consecuencia un retorno más rápido de la inversión.

Estrategia calidad – procesos

Esta estrategia, le va a permitir a la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, enfatizar en la importancia del trabajo de cada uno de sus empleados, por el puesto que desempeña y de esta manera reconocer su labor y motivarlos a aumentar la producción. Asimismo, mejorar las operaciones de contacto directo con el cliente en representación de las ventas.

La creación de estas estrategias, es una metodología que va a permitir, que los trabajadores asuman el compromiso de implementar, innovar según su capacitación, creatividad y experiencia en cargo que desempeña dentro de la empresa. Por otra parte, se busca promover la capacitación en nuevas técnicas para todos los empleados de la empresa manteniéndose al día con las nuevas tendencias, igualmente hacer seguimiento a todos los indicadores para mantener datos actualizados que permitan a tomar decisiones de futuras estrategias.

Estrategia de flexibilidad – capacidad

Ante los grandes incrementos de competencias y globalización del mercado de café, la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, tiene que adaptarse a estos entornos de manera efectiva a través de flexibilidad estratégicas como un requisito necesario y a así mantenerse en el mercado, aplicando la capacidad de gestión y de reacción a un entorno estable. En estos momentos, el país afronta un entorno extremadamente cambiante, si la empresa alcanza controlar las estrategias de flexibilidad a través de una responsabilidad y capacitación dinámica de la gestión la empresa se mantendrá el mercado competitivo.

6.2.4. Presupuesto

A continuación, se presenta la tabla N° 8, con el presupuesto del plan funcional de operaciones de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A,

Tabla 9

Presupuesto del Plan de Funcional de Operaciones de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A.

<u>PLAN DE OPERACIONES</u> Acciones	Recursos	Costo unitario (\$)	Año 2024 (\$)	Año 2025 (\$)	Año 2026 (\$)	Año 2027 (\$)	Año 2028 (\$)
Mejorar el aspecto presencial de la marca	20 horas x 1 asesor	\$150,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$600,00	\$600,00
Fortalecer los procesos	72 horas x 10 personal	\$100,00	\$1000,00	\$1000,00	\$1000,00	\$1000,00	\$1000,00
Garantizar que los equipos estén en buenos estados	72 horas x 2 técnicos	\$80,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00
Involucrar a todos los miembros de la empresa	72 horas x 2 facilitador	\$120,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
Capitalizar nuevos puntos de ventas para expandir las ventas	20 horas x 1 asesor	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00		
TOTAL (\$)			\$1.880,00	\$1.880,00	\$1.880,00	\$2.000,00	\$2.000,00

Fuente: Elaboración propia.

6.2.5 Ejecución de tareas del plan de operaciones.

Tabla 10

Ejecución de tarea del Plan de Operaciones de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A

	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE
1	Asistencia Publicitaria en los puntos de Ventas	1 semana	Gerencia de Venta
2	Seguimiento y control de los procesos	2 mensual	Gerencia de Producción
3	Revisión técnica de los equipos	1 mensual	Gerencia de Producción
4	Talleres cursos de capacitación Comunicacionales	3 meses	Gerencia de Recursos Humanos
5	Implementar puntos de ventas en nuevos locales	6 meses	Gerencia de Venta

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

6.3 Plan funcional de recursos humanos

6.3.1. Situación actual de la gerencia de recursos humanos

La gerencia de recursos humanos, de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, a tenido que afrontar diferentes retos importantes en la relación con los trabajadores, debido que ha tenido que ir adaptándose a las necesidades de la empresa y sus trabajadores, esto constituye un factor importante en el proceso de producción.

En este mismo sentido, la empresa formaliza un gran esfuerzo para adaptarse a los constante cambios que enfrenta la competitividad y posicionamiento en el mercado y tratar de mantenerse a nivel local y nacional.

Por otra parte, cuyas premisas incidirán en cuestiones tan importantes como el rendimiento laboral, el clima de trabajo, las funciones de cada empleado, los protocolos de resolución de conflictos, etcétera. Razón de más para elaborarlo con mimo.

Los constantes cambios, no solo abarca la tecnología la producción y el mercado también influyen en la gerencia de recursos humano en la calidad, capacitación, conocimiento y cantidad, que tiene que afrontar, es por ello, que se ha visto afectada en hacer frente a estos cambios y colocar a la empresa en un nivel de crecimiento y mantenerlo, la gerencia tiene que actualizar su modelo vigente en la práctica que hoy tiende a favorecer las condiciones humanas de los trabajadores y por ende la rentabilidad de la empresa.

6.3.2. Objetivos de recursos humanos

- Implementar un programa de capacitación y adiestramiento para toda la empresa a fin de la satisfacción laboral y el cumplimiento de las normas establecidas por la empresa.

- Garantizar contrataciones correctas y retener el talento humano de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- Promover el crecimiento de las personas con reconocimiento y motivación a los trabajadores de la empresa.
- Fomentar los canales y medios de captación de nuevos trabajadores, así como utilizar nuevos criterios en el proceso de selección.
- Motivar a los trabajadores con beneficios económicos acorde a la producción de la empresa.

6.3.3. Estrategias

Objetivo 1: Implementar un programa de capacitación y adiestramiento para toda la empresa a fin de la satisfacción laboral y el cumplimiento de las normas establecidas por la empresa.

- Con esta estrategia: Se pretende capacitar al personal en cuanto al proceso de producción, manteniendo un personal calificado, y así generar una producción eficiente y de calidad.

Objetivo 2: Garantizar contrataciones correctas y retener el talento humano de acuerdo a las necesidades de la empresa.

- Estrategia para la contratación de personal calificado se trata de los propósitos implícitos en los propios objetivos de la empresa. Se refieren a la productividad, la satisfacción laboral y el cumplimiento de las normas establecidas por la organización entre otros.

Objetivo 3: Promover el crecimiento de las personas con reconocimiento y motivación a los trabajadores de la empresa.

- Estrategia para evitar la fuga de talentos, modificar las políticas de retribución, mejorar la motivación del personal.

Objetivo 4: Fomentar los canales y medios de captación de nuevos trabajadores, así como utilizar nuevos criterios en el proceso de selección.

- Estrategia para no tener perdida en los procesos de reclutamiento son único y no tiene por qué perseguir los mismos objetivos que el anterior.

Objetivo 5: Motivar a los trabajadores con beneficios económicos acorde a la producción de la empresa.

- Estrategia que darle bonos, esparcimiento, y recreación a los trabajadores acorde a la producción .

6.3.4. Presupuesto

A continuación, se presenta en la Tabla N° 16, el plan operativo de Recursos Humano de Café los Andes José Rosario, C.A.

Tabla 11

Plan de operaciones de Recursos Humanos de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A

Plan de Talento Humano	Recursos	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Acciones						
Contratación de asesores	40 horas x 2	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000
Contratación de soporte técnico	40 hora x 2	\$1.440	\$1.440	\$1.440	\$1.440	\$1.440
Contratación de Facilitadores	10 hora x 2	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200
Contratación de Promotores	20 hora x 3	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600
Total		\$11000	\$3000	\$3000	\$3000	\$3000

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

6.3.5 Ejecución de tareas del plan de Recursos Humanos.

Tabla 12

Executivo de Recursos Humanos de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A,

	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE		
1	Conformar el área de soporte tecnológico	Tiempo completo	Gerencia Humano	de	Recurso
2	Programa Capacitación y Adiestramiento	1 mes	Gerencia Humano	de	Recurso
3	Promover motivación	3 meses	Gerencia Humano	de	Recurso
4	Actividades Recreativas	1 mes	Gerencia Humano	de	Recurso
5	Contratación de Personal	Sujeta a la necesidad	Gerencia Humano	de	Recurso

Nota: Fuente: *Elaboración Propia*

6.4 Plan de responsabilidad social empresarial (RSE)

6.4.1. Situación actual de la RSE

Ante la iniciativa, de implementar un programa de Responsabilidad Social empresarial en la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, para el desarrollo integral, se tiene que tomar en cuenta el valor agregado, que la empresa integre dentro los sistemas de gestión, la innovación es una alternativa que va a permitir que la gerencia se adapte a los cambios que demanda la globalización en los actuales momentos.

En los actuales momentos, la Responsabilidad Social empresarial, ha ido tomando auge dentro de las empresas que imparten estos programas, para alcanzar un impacto positivo dentro de sus intereses, permitiendo dar un valor agregado sostenible en la gestión teniendo una buena relación para lograr cumplir sus objetivos y metas. Es por ello, que la empresa Café los Andes

José Rosario, C.A, necesita implantar, un programa de RSE, y así administrar y comercializar sus productos.

Sin embargo, pese a los esfuerzos que la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, ha realizado para implementar un plan de RSE, aún le falta desarrollar algunas acciones que son necesarias en la práctica como las acciones sociales, iniciativas de recursos humano y algunas actividades de relaciones comunitaria, negocios, y desarrollo sostenible para la organización en general.

6.4.2 *Objetivos de RSE*

- Aplicar medidas para la integración de los equipos de trabajos en la empresa, haciendo jornadas de juegos para semana santa, carnal y navidad con uniformes de publicidad y propaganda de la empresa.
- Implementar medidas con compensación económicas, con formación gratuita como inglés, computación, y brindar un comedor a los trabajadores
- Desarrollar un proyecto de medioambiente, de reforestación y plantación en parque con los trabajadores y la comunidad.
- Proporcionar, donaciones sociales de bolsas de alimentos, para trabajadores y la comunidad más necesitada.
- Crear un plan de equidad e igualdad salarial ajustado al desempeño y nivel de los trabajadores así atraer más talento humano definiendo el nivel de responsabilidad con los puestos de trabajo.

6.4.3. *Actividades de RSE*

Objetivo 1: Aplicar medidas para la integración de los equipos de trabajos en la empresa, haciendo jornadas de juegos para semana santa, carnal y navidad con uniformes de publicidad y propaganda de la empresa.

- Realizar torneos y juego en espacios libres con los trabajadores en las vacaciones, así hacer propaganda de los productos y hacer que la comunidad participe.

Objetivo 2: Implementar medidas con compensación económicas, con formación gratuita como inglés, computación, y brindar un comedor a los trabajadores.

- Promover curso a los trabajadores de idiomas como inglés, computación gratuita a los trabajadores.

Objetivo 3: Desarrollar un proyecto de medioambiente, de reforestación y plantación en parque con los trabajadores y la comunidad.

- Efectuar programas donde participen los trabajadores y la comunidad donde se valla a parques a plantar árboles y reforestación

Objetivo 4: Proporcionar, donaciones sociales de bolsas de alimentos, para trabajadores y la comunidad más necesitada.

- Hacer donaciones de bolsas con alimentos a personas más necesitadas de la comunidad

Objetivo 5: Crear un plan de equidad e igualdad salarial ajustado al desempeño y nivel de los trabajadores así atraer más talento humano definiendo el nivel de responsabilidad con los puestos de trabajo más necesitada.

- Promover a los trabajadores de acuerdo a sus puestos de trabajo ofreciendo una equidad con salarios justos.

6.4.4. Presupuesto

En la siguiente tabla N° 13, se presenta el presupuesto de responsabilidad social de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A,

Tabla 13

Presupuesto de Plan de Responsabilidad Social de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A

Plan de Responsabilidad Social empresarial Acciones	Recursos	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Jornada de Compartir		\$600	\$600	\$600	\$600	\$600

Jornadas de Bienestar Social		\$500	\$500	\$500	\$500	\$500
	20 hora x	\$150		\$150		\$150
Contratar a facilitadores, para realizar charlas, talleres de s	1 Facilitador					
	Total	\$1.250	\$1.100	\$1.250	\$1.100	\$1.250

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

6.4.5. Ejecución de tareas del plan de RSE.

Tabla 14

Ejecución de tarea del Plan de Responsabilidad Social de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A

	ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
1	Jornada de Compartir	Fines de Semana	General de RSE
2	Jornada de Bienestar Social	Cada 3 meses	General de RSE
3	Jornadas de Reforestación	1 una vez por mes	Gerentes
4	Talleres y charlas capacitación	Cada 3 meses	Gerente de Recursos Humanos

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

6.5 Plan funcional de finanzas y evaluación financiera

Para la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, es de gran importancia al plan financiero, es un documento que demuestra la situación económica y financiera, que va a permitir realizar los diferentes análisis que le va a permitid realizar las diferentes inversiones, y de esta manera tomar las decisiones correctas y necesarias para establecer los objetivos a corto y mediano plazo, referente a la situación financiera que le va permitir desarrollar su negocio.

6.5.1. Situación actual de la gerencia financiera

La empresa Café los Andes José Rosario, C.A, en la actualidad, enfrenta diferentes dificultades, debido a que enfrenta el país en los actuales momentos, como la inflación, la falta de materia prima, la escasez para desarrollar los mismo, y por tratar de competir y mantenerse en el mercado, hace que tomen decisiones prácticas que pueden llevar un mejor manejo de los recursos.

Asimismo, la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, ha buscado una posición económica y financiera con liquidez y rentabilidad, que le permita mantener una producción de mercancía de alta calidad y con diversos productos, tomando decisiones que puedan llevar a una excelente posición financiera

Una posición de mantener un equilibrio económico y financiero donde tenga un margen que pueda invertir y agrandar su negocio, incrementando sus ventas con las captaciones de nuevos clientes, de esta forma posicionarse en el mercado, contando con una capacidad para pagar sus deudas, y rentabilidad y liquidez

6.5.2. *Objetivos de finanzas*

- Incrementar los movimientos de caja
- Diversificar las fuentes de ingreso
- Avalar la sostenibilidad financiera
- Cronogramas de presupuesto mensuales
- Crear fondos de divisas para emergencias

6.5.3. *Inversión en activos 2024-2028*

Es necesario para La empresa Café los Andes José Rosario, C.A, invertir en activo fijo en los primeros años modernizando su equipo de producción, adquiriendo nuevas tecnologías para el área administrativa que puedan simplificar los procesos y aumentar los niveles de ventas, su desarrollo y funcionamiento.

Tabla 15

Inversiones de activo fijo de Café los Andes José Rosario, C.A 2024-2028

INVERSIONES	Inicio de Actividades	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Vida Útil
Activo No Corriente							
Maquinarias y Equipos		\$9.000					10
Equipo de Computación	\$900	\$2.100					10
Mobiliario	\$1.250						
Total Activo No Corriente	\$2.150						
Activo Corriente							
Capital de Trabajo							
Caja y Banco	\$2.850						
Total Activo Corriente	\$2.850						
Total Inversiones	\$5.000	\$11.100					

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

6.5.4. Proyección de ventas 2024-2028

La empresa mantiene, una producción constante para cubrir los pedidos, de las diferentes presentaciones de café con unas ventas en los diferentes rubros aproximadamente de \$22.000 mensual. el cual se proyecta en un incremento del 25% para el primer año con una adicional del 15% por año. Se presenta la proyección de las ventas 2024-2028, tomando en consideración la producción que se tiene en los inventarios.

Tabla 16

Proyección de venta de Café los Andes José Rosario, C.A 2024-2028

Ventas /Ingresos	Unidad	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Presentación						
Café						
100 gramos	Unidad	2.350	2.702	3.107	3.573	4.108
	Precio de Venta	\$1	\$1	\$1	\$1	\$1
	Ingreso	\$2.350	\$2.702	\$3.107	\$3.573	\$4.108
250 gramos	Unidad	3.000	3.460	3.979	4.575	5.261
	Precio	\$3	\$3	\$3	\$3	\$3
	Ingreso	\$9.000	\$10.350	\$11.937	\$13.725	\$15.783
500 gramos	Unidad	1.300	1.495	1.719	1.976	2.272
	Precio	\$5	\$5	\$5	\$5	\$5
	Ingreso	\$6.500	\$7.475	\$8.595	\$9.880	\$11.360
1 kilo	Unidad	1.250	1.437	1.652	1.899	2.183
	Precio	\$10	\$10	\$10	\$10	\$10
	Ingreso	\$12.500	\$14.370	\$16.520	\$18.990	\$21.830
Meses						
Porcentaje de Venta						
Total		\$30.350	25%	40%	40%	40%
			\$34.897	\$40.159	\$46.168	\$53.081

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

Las ventas proyectadas para la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, representa un incremento de un 25% con un 15% adicional por año para los próximos 5 años. De esta manera,

se estima un ingreso de las ventas, para cumplir con los objetivos estratégico planteados, y así cumplir con las operaciones de la empresa.

6.5.5. Proyección de costos y gastos operativos 2024-2028

La empresa Café los Andes José Rosario, C.A, proyecta los gastos operativos, que se presentan es los diferentes, gastos de producción y administrativo operativos que cubren las actividades, para ofrecer un producto de alta calidad, y así incrementar sus ventas en un mercado tan competitivo como es el café en Venezuela.

Tabla 17

Proyección del Costo y Gasto de Operaciones de Café los Andes José Rosario, C.A

Calculo Intermedio del Gasto						
Personas	Datos	Años 2024	Años 2025	Años 2026	Años 2027	Años 2028
Salario Mensual	\$130	\$4.500	\$7.450	\$9.985	\$10.280	\$13.564
Total, Gasto de Personal		\$4.500	\$7.450	\$9.985	\$10.280	\$13.564
Otros Gastos						
Electricidad	30	\$460	\$514	\$718	\$788	\$983
Teléfonos/ Internet	40	\$280	\$572	\$841	\$937	\$944
Agua	20	\$240	\$336	\$470	\$659	\$922
Materiales de Oficina	30	\$460	\$524	\$616	\$788	\$883
Material de Producción	40	\$480	\$572	\$641	\$817	\$944
Plan Funcional Marketing		\$5.980,00	\$2.980,00	\$2.980,00	\$2.980,00	\$2.980,00
Plan Funcional de operaciones		\$1.880,00	\$1.880,00	\$1.880,00	\$2.000,00	\$2.000,00
Plan Funcional de Recursos Humanos		\$11.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000
Plan de Responsabilidad Empresarial		\$1.250	\$1.100	\$1.250	\$1.100	\$1.250
Total, Otros Gastos		\$26.530	\$18.928	\$22.381	\$23.349	\$27.470
Impuestos		\$4.856	\$5.598	\$6.425	\$7.387	\$8.493
Total, Gastos		\$31.386	\$24.526	\$28.806	\$30.736	\$35.963

Nota: Fuente: Elaboración Propia (2023)

Esto, representan lo que necesita para la producción diaria, al igual se hace la proyección para los años continuos 2024-2028, tomando en consideración los factores externos como la inflación, que afronta el país, igualmente se tomaron en cuentas las diferentes planificaciones que se plantearon en los objetivos estratégico para que la empresa sea mas productiva en los próximos 5 años

6.5.6. Cálculo del capital de trabajo 2024-2028

Los recursos financieros, del capital de trabajo están refleja en las necesidades necesaria de Café los Andes José Rosario, C.A, en cuanto a los activos que, para responder a los deudas o pasivos de la misma, es necesario las inversiones que haga la empresa en activos fijo para garantizar el aumento de la producción dándole valor a corto plazo y mediano plazo.

Tabla 18

Cálculo de Café los Andes José Rosario, C.A 2024-2028

Cálculo del Capital Trabajo	Inicio	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Total Activo	\$10.950	\$96.538	\$107.638	\$117.638	\$129.885	\$138.435
Total Pasivo	\$10.950	\$75.150	\$81.245	\$88.518	\$92.769	\$97.834
Capital de Trabajo	\$ 0	\$21.388	\$26.393	\$29.120	\$37.116	\$40.601

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

6.5.7. Estructura y opciones de financiamiento 2024-2028

La empresa Café los Andes José Rosario, C.A, mantiene una estructura financiera, que depende de la producción, para dar cumplimiento o sus objetivos comerciales de incrementar sus ventas y colar el producto en el mercado competitivo, con los recursos económicos, el objetivo es optimizar e incrementar las ganancias en busca de una rentabilidad.

Tabla 19

Estructura de Financiamiento de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, 2024-2028

Financiación	Inicio de Actividades	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Ingresos por Ventas		\$30.330	\$34.987	\$40.159	\$46.168	\$53.081
Inventario de Producción						
Inversión en Activo Fijo		\$5.000	\$8.450	\$5.000	\$8.750	\$9.815
			\$11.100			
Total Financiamiento		\$35.330	\$54.537	\$45.519	\$54.918	\$62.896

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

En cuanto a las estructuras de opciones financiera la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, se encuentran dirigida al incremento de la producción, y a las inversiones de maquinara y equipo que van optimizar las ventas proyectando a un crecimiento productivo en un mercado tan competitivo como es el café dándole calidad al producto reduciendo los procesos.

6.5.8. Estado de resultado proyectado 2024-2028.

La proyección de los estados financiero de ganancias y pérdidas de Café los Andes José Rosario, C.A determinan el desarrollo en los próximos 5 años como la empresa al aplicar los objetivos con una planificación estratégica de sus operaciones, va obteniendo mas crecimiento en sus ganancias, y a si mantenerse estable financiera y económicamente en el tiempo.

Tabla 20*Estado de Resultado Proyectado de Café los Andes José Rosario, C.A 2024-2028*

Café los Andes José Rosario, C. A					
Cuenta de Resultado	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Ventas	\$30.330	\$34.987	\$40.159	\$46.168	\$53.081
Inventario de Producción	\$5.000	\$8.450	\$5.000	\$8.750	\$9.815
Ingresos	\$35.330	\$43.437	\$45.159	\$54.918	\$62.896
Gasto de Personal	\$4.500	\$7.450	\$9.985	\$10.280	\$13.564
Otros Gastos	\$26.530	\$18.928	\$22.381	\$23.349	\$27.470
EBITDA	\$31.030	\$26.378	\$32.366	\$33.629	\$41.034
Depreciación y Amortización	\$215	\$1.325	\$1.325	\$1.325	\$1.325
Gastos de Financiero	\$5	\$10	\$10	\$10	\$10
BAI	\$31.250	\$27.713	\$33.701	\$34.964	\$42.369
Impuesto	\$4.856	\$5.598	\$6.425	\$7.387	\$8.493
Resultado	\$-776	\$10.126	\$5.033	\$12.567	\$12.034

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)***6.5.9. Estado de situación financiera proyectado 2024-2028.**

El balance general demuestra la estructura financiera de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, demostrando el comportamiento financiero esperando en los activos, pasivo y capital para un tiempo determinado, al analizar los estados financieros en los próximos 5 años en que posición financiera se encuentra la empresa y así poder tomar las diferentes decisiones de inversión y ampliar la empresa.

Tabla 21*Estado Financiero de Café los Andes José Rosario, C.A, proyectado 2024-2028*

Café los Andes José Rosario, C.A, Balance General Proyectado desde el 2024 hasta el 2028						
Balance Provisional	Inicio	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Maquinaria y Equipos	\$2.150	\$13.250	\$13.250	\$13.250	\$13.250	\$13.250
Depreciación	\$215	\$1.325	\$1.325	\$1.325	\$1.325	\$1.325

Total Activo No Corriente	\$2.350	\$14.575	\$14.575	\$14.575	\$14.575	\$14.575
Existencia	\$5000	\$5.000	\$8.450	\$5.000	\$8.750	\$9.815
Caja	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850
Ingreso		\$30.330	\$34.987	\$40.159	\$46.168	\$53.081
Total Activo Corriente	\$7.850	\$38.180	\$46.287	\$48.009.	\$57.768	\$65.746
Total Activo	\$10.200	\$52.755	\$60.862	\$62.584	\$72.343	\$80.321
Reserva	\$1.020	\$5.275	\$6.086	\$6.258	\$7.234	\$8.032
Resultado del Ejercicio		\$-776	\$10.126	\$5.033	\$12.567	\$12.034
Capital	\$9.180	\$48.256	\$44.649	\$51.293	\$52.542	\$60.254
Total Corriente		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Pasivo y Capital	\$10.200	\$52.755	\$60.862	\$62.584	\$72.343	\$80.321

Nota: Fuente: Elaboración Propia (2023)

Al observar el estado financiero, se puede demostrar el incremento del capital social de Café los Andes José Rosario, C.A, y como los ingresos van aumentando, a las estrategias planteadas por las ventas, en los cinco (5) años, para optimizar las operaciones del fondo de capital y poder invertir en maquinaria y equipo que puedan aumentar la producción.

6.5.10. Flujo de caja proyectado 2024-2028.

Tabla 22

Flujo de Caja de proyectado la empresa Café los Andes José Rosario, C.A 2024-2028

Flujo de Caja	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Ingresos por ventas	\$30.330	\$34.987	\$40.159	\$46.168	\$53.081
Préstamos Bancarios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Créditos Proveedor	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Ingresos	\$30.330	\$34.987	\$40.159	\$46.168	\$53.081
Salida de Recursos					
Costo de Servicio	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Dividendos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Presupuesto de RH	\$4.500	\$7.450	\$9.985	\$10.280	\$13.564
Gastos de Venta	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

Otros Gastos	\$26.530	\$18.928	\$22.381	\$23.349	\$27.470
Gastos por Impuesto	\$4.856	\$5.598	\$6.425	\$7.387	\$8.493
Inversiones					
Total Salida de Recurso	\$35.706	\$31.976	\$38.791	\$41.016	\$49.527
Variación del Capital	\$-5.376	\$3.011	\$1.368	\$5.152	\$3.554

Nota: Fuente: *Elaboración Propia (2023)*

El flujo de caja proyectado, de Café los Andes José Rosario, C.A, desde el 2024 - 2028, se puede observar que la empresa cubre sus gastos operacionales de forma ligera si afectar las ganancias, en consecuencia y el crecimiento aumenta para poder cubrir las obligaciones contraídas.

6.5.11. Punto de Equilibrio 204-2028

Para tener un punto de equilibrio la empresa a empresa debe mantener un mínimo de ventas de treinta y cuatro mil novecientos ochenta y siete (\$34.987), en este punto la empresa cubre todos sus compromisos de gastos para seguir operando con inventario de producción que le garantiza estabilidad económica, pero para tener más ganancia debe mantener un ritmo de producción, constante desde un 25% a un 40%, y así cubrir las demandas de los clientes.

6.5.11. Indicadores de rentabilidad 2024-2028.

La ratio de rentabilidad nos va indicar el fundamento calculando la rentabilidad total de los activos, y así demuestras que la empresa es rentable, de estos indicadores demuestran la rentabilidad en los siguientes 5 años proyectados, esto indica que la empresa tiene la capacidad suficiente para cubrir sus gastos y brindar un beneficio para los socios y trabajadores, y la capacidad para invertir.

CONCLUSIONES

Al presentar la siguiente investigación, arrojó las conclusiones siguientes:

Con respecto al primer objetivo estratégico, describir los mercados donde debe introducirse el producto de la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, no se tiene un plan estratégico de marketing, para colocar los productos en el mercado, debido a que la empresa vendía en zona local, y no le daba mucha importancia a la publicidad y propaganda, a pesar que el producto es de alta calidad, no invertía en marketing, ni en nuevas tecnologías para dar a conocer el producto de esta formas la ventas tiende a bajar, ya que el café es un producto que se pudiera decir de primera necesidad en el país y tiene mucha competencia en el mercado. Con este plan se pretende implantar una publicidad digital en las redes sociales para dar a conocer el producto a nivel nacional e internacional, hacer promociones en los supermercados, centros comerciales, y con esto aumentar su clientela.

Para el segundo objetivo, definir un plan de negocio la ejecución, el desarrollo de un plan de negocio es un poco complejo, dentro del estudio se produjeron aspectos clave para la empresa Café los Andes José Rosario, C.A, como el desarrollo de tareas en el plan operativo y administrativo, buscando principalmente la factibilidad de hacer crecer el negocio dándole un giro a la empresa en cuanto a la calidad del servicio de la empresa en cuanto a la colocación del producto en el mercado. Presentando un documento donde se tenga un plan de negocio bien estructurado y enfocado en el éxito de la empresa.

De esta manera, se puede decir que factores importantes afectan la empresa de manera directa, como la falta de un control y normativas interno que ayude a enmarcar normar entre los empleados, y por otra parte la actualización tecnológica adecuada, para la producción, permitiendo posicionar a la empresa a incrementar sus ventas y disminuir sus costos.

RECOMENDACIONES

Entre las recomendaciones, se debe crear un equipo integrados con los gerentes, que puedan tomar decisiones en cuanto a los planes estratégicos propuestos y ponerlas en prácticas, de este modo darle valor a la empresa, generando más productividad en un tiempo real, a su vez dar a conocer a la empresa en el mercado, y colocar el producto en todo el país, de esta forma incrementaría sus ventas, y por ende podrían implementar las otras estrategia como la del plan de responsabilidad social empresarial, para ayudar a la comunidad y mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, haciendo que se sientan más comprometido con la empresa. Enviar la planificación estructurada actualmente de acuerdo a los presupuestos establecidos, para equilibrar económicamente la empresa.

Es necesario enfatizar en dentro de la estructura de negocio, seleccionar y contratación de personal calificado, es preciso tener políticas de selección muy precisas en las áreas claves, ya que la naturaleza del negocio necesita un personal comprometido y de confianza a quienes se le pueda delegar las responsabilidades para las tomas de decisiones correcta tomando en cuenta el mejoramiento de la producción del producto.

También debe, transformar las debilidades que actualmente presenta en fortalezas para garantizar un excelente desenvolvimiento de las actividades, aprovechando al máximo aquellos factores externos que fueron investigados y que se encuentran vinculados de manera directa a la empresa y sobre todo que se presentan como oportunidades que ayudan al desenvolvimiento de la misma.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Gutierrez, J. Percy, J. (2020). *Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones.* [Artículo Científico].
<http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p18.pdf>
- Aguirre, C. Barona, C. Dávila, G. (2020). *La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial* [Artículo Científico].
https://www.redalyc.org/pdf/212/21233043009.pdfhttps://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1396
- Terán, A. (2018) *Propuesta de implementación de un plan estratégico para el restaurante Las Brochetas de David ubicada en la ciudad de Quito* [Artículo Científico].
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14929>
- Brambila, G (2020, 14 de Febrero). *Análisis PESTEL de Venezuela* pais.es.leyderecho.org
<https://pais.es.leyderecho.org/analisis-pestel-de-venezuela/>
- Ujueta, R. (2021, 15 de Noviembre). Cámara Venezolana de Comercio Electrónico
 cavecom-e <https://cavecom-e.org.ve/>
- Tendencia digitales (2022) *Penetración y usos de internet en Venezuela 2022*
<https://tendenciasdigitales.com/penetracion-y-usos-de-internet-en-venezuela-2022/>
- Observatorio de Ecología Política de Venezuela (2022, 24 de Marzo)
<https://www.ecopoliticavenezuela.org/2022/03/24/el-oep-continua-en-el-2022-exigiendo-medidas-urgentes-contra-el-cambio-climatico-en-venezuela/>
- Otero, T. (2020, 23 de Enero). *Entorno Jurídico en Venezuela* pais.es.leyderecho.org
<https://pais.es.leyderecho.org/entorno-juridico-en-venezuela/>

D'Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico: un enfoque de gerencia*. Pearson Educación de México S. A

Ujueta, R. (2021, 15 de Noviembre). Cámara Venezolana de Comercio Electrónico
cavecom-e <https://cavecom-e.org.ve/>

Tendencia digitales (2022) *Penetración y usos de internet en Venezuela 2022*

<https://tendenciasdigitales.com/penetracion-y-usos-de-internet-en-venezuela-2022/>

Observatorio de Ecología Política de Venezuela (2022, 24 de Marzo)

<https://www.ecopoliticavenezuela.org/2022/03/24/el-oep-continua-en-el-2022-exigiendo-medidas-urgentes-contr-el-cambio-climatico-en-venezuela/>

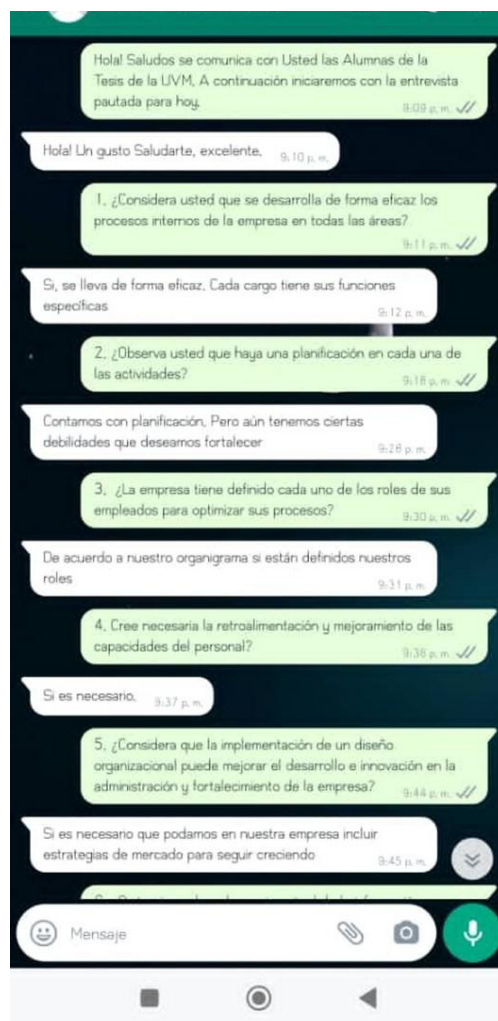
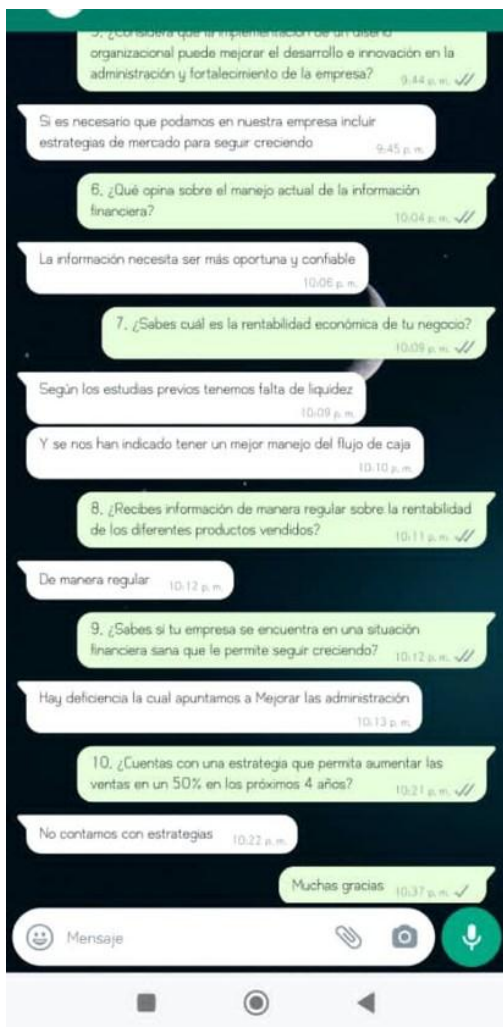
Otero, T. (2020, 23 de Enero). *Entorno Jurídico en Venezuela paises.leyderecho.org*

<https://paises.leyderecho.org/entorno-juridico-en-venezuela/>

Kotler, P. (2020). *Dirección de Marketing, Conceptos Esenciales*. 1ªed. Mexico : Prentice Hall

ANEXOS

Anexo 1 Entrevista aplicada



Fuente: Betancourt, Amaya. (2023)

Anexo 2 Logo empresarial



Fuente: Betancourt, Amaya. (2023)

Anexo 3 Productos y sus presentaciones



Fuente: Betancourt, Amaya. (2023)