

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN TPF-501
MODALIDAD:
PLAN DE NEGOCIO



PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE CARNE ESPECIAL DE RES “RAZA BRAHMAN” EN EL MUNICIPIO
DE ENTRE RÍOS

POR: CAYO MARTINEZ EDIL RAMIRO

DOCENTE GUÍA: LIC. ARAOZ MONTOYA LUIS

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

Octubre de 2020

TARIJA-BOLIVIA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, mis padres por todo el apoyo incondicional en estos años de estudio, sus consejos, su comprensión, amor y ayuda en todo momento, mi hermano por su contante apoyo y cariño brindado durante el desarrollo de mi trabajo

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento especial:

A Dios por permitirme llegar hasta este lugar de mi formación académica.

A mi familia por creer en mí, en que lograría poder llegar hasta aquí, por su comprensión, su amor incondicional en el proceso de mis estudios.

A cada uno de mis docentes que me impartieron su conocimiento y experiencia y me inculcaron en mi formación.

A todos mis amigos, amigas por todos esos momentos de amistad brindados.

PENSAMIENTO

Ningún soñador es pequeño y ningún sueño
es demasiado grande.

Jorge Siles

ÍNDICE

1.1. ANTECEDENTES DEL SECTOR.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.2.3. OBJETIVOS.....	5
1.2.3.1. OBJETIVO GENERAL	5
1.2.3.2. OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN	5
1.2.3.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
1.3. JUSTIFICACIÓN	6
1.3.1. Justificación teórica.....	6
1.3.2. Justificación Social.....	6
1.3.3. Justificación Práctica	7
1.4. METODOLOGÍA.....	7
1.4.1. DISEÑO EXPLORATORIO	8
1.4.2. DISEÑO DESCRIPTIVO	8
2. DIAGNÓSTICO	9
2.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA.....	9
2.1.1. Historia de la empresa	9
2.1.2. Análisis de la industria	10
2.1.3. Productos ofrecidos	11
2.1.4. Información económica y financiera.....	11
2.2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	15
a) Factores económicos.....	15

□ SITUACIÓN ECONÓMICA	16
□ ANÁLISIS DEL TIPO DE CAMBIO	17
□ ANÁLISIS DE LA INFLACIÓN	17
□ CRECIMIENTO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO NACIONAL, DEPARTAMENTAL Y DEL SECTOR AVÍCOLA.....	19
b) Factor social	20
□ DEMOGRÁFICO	20
□ CULTURAL.....	21
c) Factores políticos	22
d) Factores tecnológicos.....	23
e) Factores ambientales	24
2.2.1. SÍNTESIS DEL MACROENTORNO	25
2.4. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....	28
2.4.1. FUERZAS COMPETITIVAS PROPUESTAS POR PORTER.....	28
2.4.1.1. AMENAZAS DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES ...	28
a) Curva de experiencia.....	28
b) Inversión necesaria	29
c) Identificación de la marca	30
2.4.1.2. AMENAZAS DE POSIBLES PRODUCTOS SUSTITUTOS	30
2.4.1.3. PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES	31
a) Con los proveedores de materia prima.....	32
b) Proveedores de recursos humanos	33
c) Proveedores de maquinaria y equipo	33

d) Proveedores de servicios básicos	34
2.4.1.4. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES	34
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	35
3.1.INTRODUCCIÓN.....	35
3.2.PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL.....	35
3.2.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	35
3.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	36
3.2.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.2.4. OBJETIVO GENERAL	36
3.2.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	36
3.2.6. DISEÑO DEL CUESTIONARIO	37
3.3.DETERMINACION DE LA POBLACIÓN DE ESTUDIO.....	38
3.3.1. POBLACIÓN	39
3.3.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	39
3.4.ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS	41
3.4.1. ¿USTED CONSUME CARNE?.....	41
3.4.2. ¿QUÉ TIPO DE CARNE CONSUME CON MAYOR FRECUENCIA?.....	42
3.4.3. ¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME LA CARNE DE RES? .	43
3.4.4. ¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA COMPRA CARNE DE RES? 44	44
3.4.5. ¿CUÁL ES LA CANTIDAD DE CARNE DE RES QUE USTED COMPRA NORMALMENTE?	45
3.4.6. ¿CÓMO CALIFICA USTED LA CARNE DE RES?	46

3.4.7.	¿AL MOMENTO DE COMPRAR CARNE DE RES POR CUÁL DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS USTED OPTARÍA POR COMPRAR?.....	47
3.4.8.	¿USTED ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR CARNE DE RES ESPECIAL, RICA EN SABOR, CON BUENA TEXTURA EN GRASA, BUEN SABOR, ENTRE OTROS?.....	48
3.4.9.	¿QUÉ TIPO DE CORTES DE CARNE DE RES COMPRA CON MAYOR FRECUENCIA?.....	49
3.4.10.	¿NORMALMENTE CUANTO PAGA EL KILO DE CARNE DE RES? 50	
3.4.11.	¿USTED QUÉ PRECIO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN KILO DE CARNE DE RES ESPECIAL PARA ASADO QUE SEA (FRESCA, BLANDA, DE BUEN SABOR, ENTRE OTROS)?.....	52
3.4.12.	¿A QUÉ LUGARES FRECUENTA MÁS PARA COMPRAR CARNE DE RES?	53
3.4.13.	¿USTED POR QUÉ FRECUENTA MÁS EN ESTOS SITIOS PARA LA COMPRA DE CARNE DE RES?	54
3.4.14.	¿CUÁL ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE MAYORMENTE UTILIZA?	55
3.4.15.	¿MEDIANTE QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN LE GUSTARÍA INFORMARSE SOBRE LA VENTA DE CARNE DE RES?.....	56
3.4.16.	¿POR QUÉ NO CONSUME CARNE DE RES?.....	57
3.5.	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN BASE A LA POBLACION DE CONSUMO FINAL.	58
3.6.	ENTREVISTAS CON INTERMEDIARIOS.	60
3.7.	ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	62

3.8.DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	63
3.9.DETERMINACION DE LA OFERTA.....	64
4. PLAN DE MARKETING.....	68
4.1.PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA.....	68
4.1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA	68
4.2.GESTIÓN EMPRESARIAL	69
4.2.1. Visión, Misión Objetivos y Valores de la Empresa	69
a) Propuesta De Misión	69
b) Visión.....	70
c) Establecimiento de objetivos y metas para la empresa	70
d) Valores que comparte la empresa.....	71
4.2.1.1. Ventaja Competitiva.....	72
4.3.MERCADO META	73
4.4.MARKETING MIX.....	74
a) PRODUCTO	74
b) PRECIO.....	77
c) PLAZA	78
d) PROMOCIÓN	80
4.5.PRESUPUESTO DE MARKETING	82
5. PLAN DE OPERACIONES.....	83
5.1.Estudio Técnico.	83
5.1.1. Localización del proyecto	83
5.1.2. TAMAÑO DEL PROYECTO	86
5.2.Infraestructura e instalaciones:.....	87

5.3. Plan de producción	92
5.4. INGENIERIA DEL PROYECTO	93
5.4.1. Cadena productiva:	93
5.5. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES EN LA PROPIEDAD	101
6. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS.....	103
6.1. OBJETIVO DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS.....	104
6.1.1. Objetivo general.	104
6.1.2. Objetivos específicos.....	104
6.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL	105
6.2.1. Estructura Organizacional	105
6.3. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS Y MANUAL DE FUNCIONES	107
6.3.1. MANUAL DE FUNCIONES.	108
6.3.2. Proceso de integración del personal.	123
a) Reclutamiento.	124
b) Selección.....	125
c) Contratación.....	128
d) Inducción.....	129
e) Capacitación.....	129
f) Evaluación y desempeño.	130
6.4. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.	131
7. PLAN FINANCIERO	133
7.1. Objetivos del área financiera	133
1.1.1 Objetivo general	133
7.1.1. Objetivos específicos.....	133
7.2. Determinación de la inversión total.....	134
7.2.1. Inversión en Activos Fijos.....	134
a) Inversión en terreno	134
b) Inversión en infraestructura	135

c)	Inversión en vehículo.....	136
d)	Inversión en maquinaria y equipo.....	136
e)	Inversión en herramientas.....	138
f)	Inversión en muebles y enseres.....	140
g)	Inversión Equipo de computación	141
	7.2.2. INVERSIÓN DIFERIDA	142
	7.2.3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	144
	7.2.4. INVERSIÓN TOTAL	144
	7.3.FINANCIAMIENTO	145
	7.4.DETERMINACIÓN DE COSTO DE PRODUCCIÓN.....	145
	7.4.1. DETERMINACIÓN DE COSTOS VARIABLES	146
a)	Costo variable de producción de forraje.....	146
b)	Costo variable de producción de grano	146
c)	Costo variable de insumos de biosanidad.....	147
d)	Determinación del costo total variable.....	148
	7.4.2. COSTOS FIJOS ANUALES	148
a)	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	148
b)	GASTOS DE PRODUCCION	149
c)	GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	149
d)	GASTOS EN SUELDOS Y SALARIOS	150
e)	GASTOS FINANCIEROS.....	151
f)	DEPRECIACIÓN	152
g)	DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL FIJO ANUAL.....	152
	7.4.3. TOTAL COSTO VARIABLE Y COSTO FIJO ANUAL	153
	7.5.COSTO TOTAL UNITARIO	153
a)	Costo variable unitario.....	153
b)	Costo fijo unitario.....	154
c)	Costo unitario de producción.....	154
	7.6.INGRESOS PROYECTADOS	155

7.7.COSTOS VARIABLES PROYECTADOS	157
7.8.FLUJO DE CAJA	158
7.9.INDICADORES DE RENTABILIDAD.....	160
7.9.1. Valor Actual Neto	160
7.9.2. Tasa Interna de Retorno.....	160
7.9.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	161
8. PLAN DE CONTINGENCIAS E IMPLEMENTACIÓN.....	162
8.1.PLAN DE CONTINGENCIAS	162
8.1.1. PLAN DE ACCIÓN DEL AREA ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS.....	162
8.1.2. PLAN DE ACCIÓN PARA EL ÁREA MARKETING	163
8.1.3. PLAN DE ACCIÓN PARA EL ÁREA DE PRODUCCIÓN	164
8.1.4. PLAN DE ACCIÓN PARA EL PLAN FINANCIERO.....	165
8.2.PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	165
8.2.1. PREORGANIZACIONAL.....	165
8.2.2. MARKETING	166
8.2.3. RECURSOS HUMANOS.....	167
8.2.4. PRODUCCIÓN.....	167
8.2.5. FINANZAS.....	168
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	170