

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II – ADM 599
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PREPARACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE DESAYUNOS PERSONALIZADOS EN LA CIUDAD DE TARIJA**

POSTULANTE:

BUSTAMANTE JAIME PAOLA ADRIANA

DOCENTE GUÍA:

LIC. ARAOZ MONTOYA LUIS

Trabajo de profesionalización, presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO” como requisito para optar al grado académico de licenciatura en Administración de Empresas.

JULIO DE 2021
TARIJA - BOLIVIA

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer principalmente a Dios quien con su bendición me ha permitido hoy llegar a cumplir un sueño más, por ser mi apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A mis padres Luis Bustamante y Elisa Jaime por ser mi pilar fundamental, por apoyarme en todo lo que me propongo, por ayudarme en hacer realidad mi propia empresa, por ser mis motivadores día a día y creer en mí siempre. Agradezco a mis docentes de la carrera de Administración de Empresas por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi formación profesional, principalmente agradezco al licenciado Luis Araoz Montoya quien me ha guiado con la enseñanza de su valioso conocimiento, su paciencia, su dedicación y apoyo incondicional.

A Víctor Pereira que siempre estuvo a mi lado motivándome día a día a seguir creciendo y apoyándome a cumplir mis sueños.

A mis compañeros con los que compartí dentro y fuera de las aulas, especialmente a Selva Orozco una gran amiga que siempre me apoyo y motivo todos los días y a Gabriela Espíndola una amiga incondicional que se convirtió en mi hermana.

A mis amigas del colegio que ahora son mis hermanas del alma Mariana Chamón, Karen Tavera y Lucia Ávila que siempre estuvieron a mi lado apoyándome en todo momento.

Y por último quiero agradecerme a mí por luchar día a día para salir adelante y trabajar duro para conseguir todo lo que me propongo, hoy puedo decir que me siento orgullosa por todo lo que he logrado en el camino de esta vida, por tener mi propio negocio y por tener el entusiasmo de seguir emprendiendo y creciendo profesionalmente, aún falta una vida por recorrer, este es el comienzo y espero que Dios me permita lograr y cumplir mis sueños.

DEDICATORIA

Dedico principalmente a Dios por haberme dado salud y por permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres Luis y Elisa quienes con su amor, esfuerzo y apoyo incondicional estuvieron siempre, hoy puedo decirles “lo logre” y quiero que siempre se sientan orgullosos de mí, que su hija daría todo por ustedes los quiero mucho.

Índice de Contenido:

<u>I. PLAN DE TRABAJO</u>	1
<u>1.1. Antecedentes</u>	1
<u>1.2. Justificación o fundamentación</u>	2
<u>1.3. Planteamiento del problema</u>	3
<u>1.3.1. Identificación de los síntomas de la industria</u>	3
<u>1.3.2. Identificación de necesidades insatisfechas de un mercado objetivo</u>	4
<u>1.3.3. Descripción general de la idea de negocio</u>	4
<u>1.3.4. Oportunidades del mercado</u>	5
<u>1.4. Objetivos de investigación</u>	5
<u>1.4.1. Objetivo general</u>	5
<u>1.4.2. Objetivos específicos</u>	6
<u>1.5. Metodología y técnicas de investigación</u>	6
<u>1.5.1. Tipo de investigación</u>	6
<u>1.5.2. Determinación del universo de estudio</u>	7
<u>1.5.3. Determinación de la técnica de muestreo</u>	7
<u>1.5.4. Determinación del tamaño de la muestra</u>	7
<u>1.5.5. Instrumentos para la recopilación de la información</u>	8
<u>1.6. Delimitación de la investigación</u>	8
<u>II. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO</u>	10
<u>2.1. Análisis del contexto</u>	10
<u>2.1.1. Análisis del entorno mediato del negocio</u>	10
<u>2.1.2. Análisis del entorno inmediato del negocio</u>	15
<u>2.1.3. Análisis FODA</u>	20
<u>2.2. Naturaleza del negocio</u>	22

<u>2.2.1. Descripción del producto o idea del negocio</u>	22
<u>2.2.2. Justificación de la empresa</u>	22
<u>III. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</u>	24
<u>3.1. Investigación de mercados</u>	24
<u>3.1.1. Proyecto de investigación de mercados</u>	24
<u>3.1.2. Diseño de la investigación</u>	27
<u>3.1.3 Técnica de muestreo a emplear</u>	28
<u>3.1.3. Participación de la Competencia en el Mercado</u>	50
<u>3.1.4. Riesgos y oportunidades de mercado</u>	51
<u>3.1.5. Conclusiones de la investigación de mercados</u>	53
<u>IV. PLAN DE MARKETING</u>	55
<u>4.1. Función del marketing</u>	55
<u>4.1.1. Objetivos de marketing</u>	55
<u>4.1.2. Segmentos del mercado</u>	55
<u>4.2.3. Determinación de la tasa de crecimiento de la demanda</u>	56
<u>4.2.4. Marketing Mix</u>	56
<u>4.2.5. Estrategias de posicionamiento</u>	59
<u>4.2.6. Estrategias de crecimiento</u>	64
<u>4.2.7. Plan y Estrategia de ventas para la introducción al mercado</u>	65
<u>4.2.8. Estrategias de marketing ecológico y social</u>	65
<u>4.3. Metodología CANVAS para la gestión de proyectos</u>	66
<u>4.3.1. Diseño de la tabla lienzo</u>	66
<u>4.3.2. Marco lógico</u>	69
<u>4.4. Función del marketing</u>	70
<u>4.4.1. Objetivo general</u>	70

4.4.2. Análisis de necesidades	71
4.4.3. Comportamiento del consumidor	71
4.4.4. Ventaja competitiva	73
V. PLAN DE PRODUCCIÓN	74
5.1. Objetivos del área de producción	74
5.2. Experiencia de los mentores	74
5.3. Ingeniería del producto	74
5.3.1. Tamaño, forma y dimensiones	74
5.3.2. Peso neto	74
5.3.3. Diseño del empaque	75
5.4. Descripción del proceso de producción	76
5.4.1. Tipo de proceso	76
5.4.2. Flujo del proceso	76
5.5. Diseño del servicio	76
5.5.1. Atributos básicos del producto-servicio	76
5.5.2. Atributos añadidos del producto-servicio	77
5.5.3. Diagrama de flujo del servicio	79
5.6. Requerimientos de la tecnología	80
5.7. Administración de materiales	82
5.7.1. Necesidad de Materia prima	82
5.7.2. Proveedores negociables	83
5.7.3. Sistema de compras	83
5.8. Capacidad Productiva	83
5.9. Localización de la empresa	83
5.9.1. Macro localización del proyecto	83

5.9.2. Micro localización del proyecto	84
5.10. Diseño y distribución de planta	85
5.11. Higiene y seguridad industrial	85
5.12. Control de calidad	86
5.12.1. Antes del proceso productivo	86
5.12.2. Durante el proceso productivo	86
5.12.3. Después del proceso productivo	86
5.13. Plan de producción anual	86
5.14. Programa de producción	87
5.15. Costos de Producción	87
5.15.1. Costos fijos	87
5.15.2. Costos variables	89
5.15.3. Costo total de producción	91
5.16. Ciclo de vida del proyecto	92
VI. PLAN ORGANIZACIONAL	93
6.1. Objetivos del Plan Organizacional	93
6.2. Marco legal de la organización	93
6.2.1. Persona natural	93
6.2.2. Registro en Fundempresa	93
6.2.3. Registro de Comercio	94
6.2.4. Licencia de funcionamiento	94
6.2.5. Caja Nacional de Salud (CNS)	96
6.2.6. Ministerio de Trabajo	97
6.2.7. Registro en Impuestos Nacionales	97
6.3. Marco de Referencia Estratégica	98

6.3.1. Declaración de la misión	98
6.3.2. Declaración de la visión	99
6.3.3. Políticas	99
6.3.4. Valores de la empresa	99
6.4. Objetivos de la Empresa	100
6.4.1. Objetivo General de la Empresa	100
6.4.2. Objetivos estratégicos de la empresa	100
6.5. Diseño organizacional	100
6.5.1. Estructura organizacional	100
6.5.2. Descripción de puestos	101
6.5.3. Proceso de integración del personal	103
6.6. Administración de Sueldos y Salarios	106
6.6.1. Escala Salarial	106
6.6.2. Presupuesto Escala Salarial	107
VII. PLAN FINANCIERO	108
7.1. Objetivos del área financiera	108
7.2. Determinación del costo total y unitario	108
7.2.1. Costos fijos	109
7.2.2. Costos variables	111
7.2.3. Costo total de producción	113
7.3. Determinación del precio de venta	114
7.4. Proyección	114
7.5. Ingeniería Financiera	115
7.5.1. Estructura del Capital de Trabajo	115
7.5.2. Requerimiento de activos fijos	116

7.5.3. Estructura de Inversión	118
7.5.4. Fuente de Financiamiento	119
7.5.5. Estructura de Inversión y Financiamiento	119
7.6. Análisis Financiero	121
7.6.1. Balance de Apertura	121
7.6.2. Flujo de caja	122
7.7. Indicadores financieros	123
7.7.1. Valor actual neto (VAN)	124
7.7.2. Tasa interna de retorno (TIR)	125
7.7.3. Relación beneficio costo (B/C)	126
7.7.4. Periodo de recuperación de inversión (PRI)	126
7.7.5. Punto de equilibrio	127
VIII. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO	129
8.1. Cronograma de Gantt	129
8.2. Plan de Contingencia	129
8.2.1. Principales Riesgos	129
8.2.2. Monitoreo y Control del Riesgo	130
8.2.3. Acciones Correctivas	131
VII. CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS	132
VIII. RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS	133
IX. BIBLIOGRAFÍA Y WEB GRAFÍA	134
Referencia bibliográfica	134
Referencia web gráfica	135

Nómina de Anexos:

<u>Anexo 1: Determinación de la Población</u>	2
<u>Anexo 2: Entrevista para la Gerente Propietaria de Honey Love</u>	4
<u>Anexo 3: Encuesta sobre el consumo de desayunos</u>	5
<u>Anexo 4: Portafolio de Productos</u>	10
<u>Anexo 5: Detalles de los Productos</u>	12
<u>Anexo 6: Resultados de la encuesta</u>	16
<u>Anexo 7: Resultados de la Entrevista</u>	31
<u>Anexo 8: Catalogo del Día de la Madre</u>	33

Índice de Figuras:

Figura 1: Pregunta 1	29
Figura 2: Pregunta 2	30
Figura 3: Pregunta 3	31
Figura 4: Pregunta 4	32
Figura 5: Pregunta 5	33
Figura 6: Pregunta 6	34
Figura 7: Pregunta 7	35
Figura 8: Pregunta 8	36
Figura 9: Pregunta 9	37
Figura 10: Pregunta 10	38
Figura 11: Pregunta 11	39
Figura 12: Pregunta 12	40
Figura 13: Pregunta 13	41
Figura 14: Pregunta 14	42
Figura 15: Pregunta 15	43
Figura 16: Pregunta 16	44
Figura 17: Pregunta 17	45
Figura 18: Pregunta 18	46
Figura 19: Pregunta 19	46
Figura 20: Pregunta 20	47
Figura 21: Pregunta 21	47
Figura 22: Pregunta 22	48
Figura 23: Pregunta 23	48
Figura 24: Participación de la Competencia	50
Figura 25: Oportunidad de Expansión	51
Figura 26: Oportunidad de Satisfacción	52
Figura 27: Oportunidad de Medios de Comunicación	53
Figura 28: Pirámide de Necesidades	71
Figura 29: Flujograma del Proceso	76
Figura 30: Flujograma de Atención	79

Figura 31: Organigrama de Dolce Pecatto	100
Figura 32: Niveles de la Empresa	106

Índice de Ilustraciones:

<u>Ilustración 1: Desayuno Premium de Dolce Pectato</u>	57
<u>Ilustración 3: Logotipo de la Empresa</u>	60
<u>Ilustración 4: Perfil de Facebook</u>	62
<u>Ilustración 5: Perfil de Instagram</u>	63
<u>Ilustración 6: Caja de madera</u>	75
<u>Ilustración 7: Desayunos Dolce Pectato</u>	75
<u>Ilustración 8: Macro Localización</u>	84
<u>Ilustración 9: Micro Localización</u>	84
<u>Ilustración 10: Distribución Interna</u>	85

Índice de Tablas:

Tabla 1: Vivienda de la población	16
Tabla 2: Edades de la población	16
Tabla 3: Población estudiantil de Tarija	17
Tabla 4: Situación de hogar del mercado	17
Tabla 5: Servicios Básicos de la Población	17
Tabla 6: Fuerzas de Porter	20
Tabla 7: Análisis FODA	20
Tabla 8: Características de la Población	27
Tabla 9: Proyección de Producción	56
Tabla 10: Precios Estimados	58
Tabla 11: Metodología CANVAS	66
Tabla 12: Objetivos del Proyecto	69
Tabla 13: Detalles Técnicos del Extractor de Zumo	80
Tabla 14: Detalles Técnicos del Extractor de Jugos	80
Tabla 15: Detalles Técnicos de la Licuadora	81
Tabla 16: Detalles Técnicos de la Heladera	81
Tabla 17: Detalles Técnicos de la Cocina	81
Tabla 18: Detalles Técnicos del Horno Industrial	82
Tabla 19: Equipos de Computación	82
Tabla 20: Detalles Materia Prima	83
Tabla 21: Detalles de Producción	86
Tabla 22: Proyección de Producción	87
Tabla 23: Costos Indirectos de Fabricación	87
Tabla 24: Costos de Mano de Obra	88
Tabla 25: Costo de Aportes de Ley	88
Tabla 26: Detalles de Inversión	89
Tabla 27: Costos de Materia Prima	90
Tabla 28: Costos de Insumos de Decoración	90
Tabla 29: Costos Indirectos del Producto	91
Tabla 30: Costo Total de Producción	91

<u>Tabla 31: Ciclo de Vida del Proyecto</u>	92
<u>Tabla 32: Evaluación de la Misión</u>	98
<u>Tabla 33: Descripción de Puestos</u>	101
<u>Tabla 34: Costos de Mano de Obra</u>	107
<u>Tabla 35: Costos de Aportes de Ley</u>	107
<u>Tabla 36: Plan de Producción</u>	108
<u>Tabla 37: Costos Fijos de Producción</u>	109
<u>Tabla 38: Costos de Mano de Obra</u>	110
<u>Tabla 39: Costos de Aportes de Ley</u>	110
<u>Tabla 40: Detalles de Inversión y Depreciación</u>	111
<u>Tabla 41: Costo de Materia Prima</u>	112
<u>Tabla 42: Costo de Insumos de Decoración</u>	112
<u>Tabla 43: Costos Indirectos del Producto</u>	113
<u>Tabla 44: Costo Total de Producción</u>	113
<u>Tabla 45: Detalles del Costo de Producción y Precio de Venta</u>	114
<u>Tabla 46: Proyección de Producción</u>	114
<u>Tabla 47: Proyección de Ingresos</u>	115
<u>Tabla 48: Proyección de Egresos</u>	115
<u>Tabla 49: Inversión Diferida</u>	115
<u>Tabla 50: Requerimiento de Equipos de Cocina</u>	116
<u>Tabla 51: Requerimientos de Herramientas de Cocina</u>	117
<u>Tabla 52: Requerimiento de Equipos de Oficina</u>	117
<u>Tabla 53: Requerimiento de Herramientas de Oficina</u>	118
<u>Tabla 54: Inversión Total</u>	118
<u>Tabla 55: Detalles del Financiamiento</u>	119
<u>Tabla 56: Plan de Pagos del Crédito</u>	120
<u>Tabla 57: Resumen del Crédito</u>	121
<u>Tabla 58: Balance de apertura</u>	121
<u>Tabla 59: Flujo de Caja con Impuestos</u>	123
<u>Tabla 60: Valor Actual Neto</u>	124
<u>Tabla 61: Tasa Interna de Retorno</u>	125

<u>Tabla 62: Beneficio sobre Costo</u>	126
<u>Tabla 63: Periodo de Recuperación de la Inversión</u>	126
<u>Tabla 64: Costos de la Producción de Desayunos</u>	127
<u>Tabla 65: Cronograma de Implementación</u>	129