

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MATERIA DE**  
**TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II**



**PROYECTO: PLAN DE NEGOCIOS PARA IMPLEMENTAR UN  
SISTEMA DE ENGORDE BOVINOS A CORRAL EN LA REGIÓN DE TIGUIPA –  
PROV. GRAN CHACO**

**ELABORADO POR:**

**FERNANDEZ APARICIO ELVIO RUBEN**

**GARCIA COLQUE DIONEL**

**DOCENTE LIC. LUIS ARAOZ MONTOYA**

Trabajo de profesionalización de la materia de "Taller de profesionalización II" como requisito para obtener la Licenciatura en Administración de Empresas

**TARIJA – BOLIVIA**

.....  
MSc. Lic. Said Luis Aráoz Montoya

DOCENTE DE GUIA

.....  
MSc. Lic. Marlene Buitrago Pacheco

DECANO

FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONOMICAS Y FINANCIERAS

.....  
MSc. Lic. Víctor John Vaca Jerez

VICEDECANO

FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONOMICAS Y FINANCIERAS

.....  
MSc. Lic Víctor John Vaca Jerez

DIRECTOR DPTO. DE ADMINISTRACION Y ADMINISTRACION APLICADA

APROBADO POR:

TRIBUNAL:

.....  
TRIBUNAL

MSc: Lic. Víctor John Vaca jerez

.....  
TRIBUNAL

LIC. Marcelo Fernando Michaga Castellón

## **PENSAMIENTO**

El sabio no dice todo lo piensa,  
Pero siempre piensa todo lo que  
dice

(Aristóteles)

El mundo que hemos creado es un  
Proceso de nuestro pensamiento.  
No se puede cambiar sin cambiar  
nuestra forma de pensar

(Albert Einstein)

## **AGRADECIMIENTO**

Al concluir una etapa maravillosa de nuestras vidas queremos extender un profundo agradecimiento, a quienes hicieron posible este sueño, aquellos que junto a nosotros caminaron en todo momento siempre fueron inspiración, apoyo y fortaleza. Esta mención en especial para Dios y mis padres, mis hermanos. Muchas gracias a ustedes por demostrarnos que “El verdadero amor no es otra cosa que el deseo inevitable de ayudar al otro para que este se supere”.

Mi gratitud también a la Universidad Juan Misael Saracho, agradecimiento sincero al asesor de mi tesis, Lic. Luis Araoz Montoya, gracias a cada docente quienes con su apoyo y enseñanza constituyen la base de mi vida profesional.

**Gracias infinitas a todos**

## INDICE

<b>1.2. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
1.3.1. Descripción del problema .....	3
1.3.2. Identificación de síntomas de la industria.....	3
1.3.3. Identificación de Necesidades Insatisfechas de un mercado objetivo.....	3
1.3.4. Descripción general de la idea de negocio .....	4
1.3.5. Oportunidades del Mercado .....	4
<b>1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>5</b>
1.4.1. Objetivo General .....	5
1.4.2. Objetivos Específicos .....	5
<b>1.5. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>6</b>
<b>1.7. MARCO TEORICO:.....</b>	<b>6</b>
<b>II. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO .....</b>	<b>16</b>
2.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO .....	16
2.1.1.1. Análisis del entorno político .....	16
2.1.1.2. Análisis Económico.....	17
2.1.1.3. Análisis Social.....	19
2.1.1.4. Tecnológico .....	19
2.1.1.5. Ambiental .....	20
<b>2.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO .....</b>	<b>20</b>
2.1.2.1. Consumidores .....	20
2.1.2.2. Competidores Actuales .....	20
2.1.2.3. Competidores Potenciales.....	21
2.1.2.4. Intermediarios .....	21
<b>2.1.2.5. Productos Sustitutos .....</b>	<b>21</b>
2.1.2.6. Proveedores.....	21
<b>2.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO .....</b>	<b>22</b>
2.2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DEL NEGOCIO .....	22
2.2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA .....	22
2.2.2.1. Nombre de la Empresa.....	22
2.2.2.2. Tipo de Empresa .....	22
2.2.2.3. Ubicación y Tamaño.....	23
<b>2.2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL .....</b>	<b>23</b>
2.2.3.1 Misión, Visión y valores de la empresa: .....	23
2.2.3.2. Objetivos Estratégicos de la empresa. ....	24
2.2.3.3 Ventajas Competitivas.....	25
<b>III. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>26</b>

<b>3.1.</b>	<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....</b>	<b>26</b>
3.1.1.	Proyecto de Investigación de Mercados .....	26
3.1.1.2.	Planteamiento del Problema .....	26
3.1.1.3.	Pregunta Científica de Investigación .....	26
3.1.1.4.	Planteamiento de la hipótesis .....	26
3.1.1.5.	Objetivos de la Investigación de Mercados .....	27
3.1.1.6.	Métodos y técnicas de Investigación de Mercados .....	27
3.1.2.1.	Recopilación de la información .....	28
3.1.2.1.1.	Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra .....	28
3.1.2.1.2.	Las Encuestas .....	30
3.1.2.1.3.	La entrevista .....	31
3.1.2.2.	Presentación y Análisis de Resultados .....	31
3.1.2.3.	Resultados de las entrevistas .....	36
3.1.3.	Participación de la Competencia en el mercado .....	37
3.1.4.	Conclusiones de la investigación .....	37
<b>3.2.</b>	<b>FUNCIÓN DEL MARKETING .....</b>	<b>38</b>
3.2.1.	Objetivos de marketing .....	38
	Objetivo general .....	38
4.2	Objetivos específicos .....	38
3.2.2.	Segmentos de Mercado .....	38
3.2.2.1.	Segmento Geográfico .....	38
3.2.2.2.	Segmento Demográfico .....	38
3.2.3.	Marketing Mix para cada segmento .....	38
	PRODUCTO .....	38
	Descripción del producto .....	38
	Tamaño .....	39
	Raza y tipo de toros .....	39
	PRECIO .....	39
	PLAZA Y CANAL DE DITRIBUCION .....	40
	PROMOCION .....	40
3.2.4	Estrategias de Posicionamiento .....	40
3.2.4.1.	Imagen de la empresa .....	40
3.2.4.2.	Marketing electrónica .....	41
3.2.4.3.	Estrategia de Promoción de ventas .....	41
3.2.4.4.	Estrategia publicitaria .....	42
3.2.5.	Estrategias de Crecimiento .....	42
3.2.6.	Estrategia de diferenciación .....	42
3.2.7.	Determinación de la tasa de Crecimiento de la Demanda .....	43
3.2.8.	Plan y Estrategia de Ventas para la introducción al mercado .....	44
3.2.9.	Estrategias de Marketing ecológico y social .....	44
3.2.10.	Presupuesto de Marketing .....	45
<b>IV.</b>	<b>PLAN DE PRODUCCIÓN .....</b>	<b>46</b>
<b>4.1.</b>	<b>Objetivos del área de producción. ....</b>	<b>46</b>
<b>4.2.</b>	<b>INGENIERÍA DEL PRODUCTO .....</b>	<b>46</b>
<b>4.3.</b>	<b>DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN .....</b>	<b>47</b>
4.3.1.	Tipo de Proceso .....	47
4.3.2.	Flujograma del Proceso .....	48

<b>4.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA .....</b>	<b>49</b>
4.4.1. Requerimiento de Equipos y Maquinarias .....	49
<b>4.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES .....</b>	<b>51</b>
4.5.1. Necesidad de materia prima .....	51
4.5.2. Proveedores negociables (para que insumos o materiales).....	52
4.5.3. Sistema de Compras (cual será las formas de pago, contratos, logística).....	52
<b>4.6. CAPACIDAD PRODUCTIVA .....</b>	<b>52</b>
<b>4.7. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....</b>	<b>53</b>
<b>4.8. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS .....</b>	<b>54</b>
<b>4.9. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL .....</b>	<b>55</b>
<b>4.10. CONTROL DE CALIDAD.....</b>	<b>55</b>
<b>4.11. COSTOS DE PRODUCCIÓN.....</b>	<b>56</b>
<b>V.                    <i>PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS</i>....</b>	<b>57</b>
<b>5.1.                OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>57</b>
5.2.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones.....	59
5.2.3. Proceso de Integración del Personal .....	60
<b>5.3.                ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS .....</b>	<b>64</b>
5.3.1. Escala Salarial .....	64
5.3.2. Planilla de Sueldos y Salarios con aportes labores .....	65
<b>VI.                    <i>PLAN FINANCIERO</i> .....</b>	<b>66</b>
<b>6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA .....</b>	<b>66</b>
<b>6.2. Determinación de la inversión total.....</b>	<b>66</b>
<b>6.3. Requerimiento de activos fijos.....</b>	<b>67</b>
<b>6.4. Requerimiento de activos diferidos .....</b>	<b>68</b>
<b>6.5. Requerimiento de activos corrientes .....</b>	<b>68</b>
<b>6.6. Capital de trabajo .....</b>	<b>69</b>
<b>6.7. Fuentes de financiamiento .....</b>	<b>69</b>
<b>6.8. Depreciación de los activos .....</b>	<b>70</b>
<b>6.9. Deuda bancaria .....</b>	<b>71</b>
<b>6.10. Punto de equilibrio.....</b>	<b>71</b>
<b>6.11. Balance de apertura .....</b>	<b>72</b>
<b>6.12. Flujo de caja económico.....</b>	<b>73</b>
6.13.1. Valor actual neto (VAN).....	74

6.13.2. Tasa de interés de retorno (TIR) .....	74
6.13.3. Beneficio costo (B/c) .....	75
6.13.4. Periodo de recuperación (PRI) .....	75
<b>VII. CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.....</b>	<b>76</b>
<b>VIII. RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.....</b>	<b>77</b>
<b>IX. BIBLIOGRAFÍA Y WEBLOGRAFÍA.....</b>	<b>78</b>
<b>MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>80</b>
<b>Obligaciones Fiscales .....</b>	<b>80</b>
Alcaldía Municipal .....	92
Servicio de Impuestos Nacionales .....	93
Fundempresa .....	94
Administradora de Fondo de Pensiones .....	95
Ministerio de trabajo.....	96
Caja nacional de salud .....	97