

UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**EMPRENDIMIENTO DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMBUTIDOS EN
LA COMUNIDAD DE CAMPO LARGO, MUNICIPIO DE CARAPARÍ DEL
DEPARTAMENTO DE TARIJA**

Por: CRUZ FERNANDEZ ROCIO ROSALBA

Trabajo de Profesionalización presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO” como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

AGOSTO de 2021
TARIJA-BOLIVIA

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico a mis padres (Rigoberto y Benita), por mostrarme el camino hacia la superación.

A mis hermanos (Edwin y albita), por brindarme su tiempo y un hombro para descansar.

A mi hijita Maylin por ser la motivación y fortaleza de cada día.

A mi pareja Bladimir Guzmán por brindarme todo su amor y apoyo en cada momento.

A toda mi familia y amigos por permitirme aprender más de la vida a su lado.

Esto es posible gracias a ustedes.

PERFIL DE INVESTIGACIÓN.....	18
1. ANTECEDENTES.....	1
2. JUSTIFICACIÓN	3
2.1. Justificación Teórica.....	3
2.2. Justificación Práctica	4
2.3. Justificación Social	4
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
3.1. Identificación de Síntomas de la Industria	4
3.2. Identificación de Necesidades Insatisfechas de un Mercado Objetivo.....	5
3.3. Descripción General de la Idea de Negocio	6
3.4. Oportunidades del Mercado.....	8
4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	8
4.1. Objetivo General.....	8
4.2. Objetivos Específico.....	8
5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	9
5.1. Tipo de Investigación	9
5.2. Fuentes de Información	9
5.3. Determinación del Universo de Estudio.....	10
5.4. Definición de la Población Meta	10

6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
6.1. Delimitación Temática	11
6.2. Delimitación Geográfica.....	11
6.3. Delimitación Temporal.....	11
CAPÍTULO I: ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	1
1.1. ANÁLISIS GENERAL (MACROENTORNO)	12
1.1.1. Factor Político.....	12
1.1.2. Factor Económico.....	13
1.1.3. Factor Social	16
1.1.4. Factor Tecnológico	17
1.1.5. Factor Ambiental	18
1.2. ANÁLISIS PARTICULAR (MICROENTORNO-INDUSTRIAL).....	20
1.2.1. Clientes y Consumidores	20
1.2.2. Competidores Actuales.....	20
1.2.3. Productos Sustitutos	24
1.2.4. Productos Complementarios.....	24
1.2.5. Proveedores.	24
1.3. NATURALEZA DEL NEGOCIO	25
1.3.1. Descripción del Producto o Idea del Negocio	26
1.3.2. Justificación de la Empresa	26

1.3.3. Nombre de la Empresa	27
1.3.4. Tipo de Empresa.....	28
1.3.5. Ubicación y Tamaño.....	28
1.4. GESTIÓN EMPRESARIAL.....	29
1.4.1. Misión.....	29
1.4.2. Visión.....	29
1.4.3. Valores.....	29
1.4.4. Objetivos Estratégicos de la Empresa.	30
1.4.5. Ventajas Comparativas	31
1.4.6. Ventajas Competitivas.....	31
CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	1
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	32
2.1.1. Problema Gerencial	33
2.1.2. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados	33
2.1.3. Pregunta Científica de Investigación	34
2.1.4. Planteamiento de la Hipótesis.....	34
2.1.5. Objetivos de la Investigación de Mercados.....	34
2.1.6. Diseño de Investigación.....	35
2.1.7. Recopilación de la Información.....	36
2.1.8. Determinación de la Población.....	37

2.1.9. Tamaño de la Muestra de la Ciudad de Tarija.....	39
2.1.10. Presentación y Análisis de Resultados de la encuesta.....	41
2.1.11. Participación de la Competencia en el mercado.....	75
2.1.12. Riesgos y oportunidades del mercado.....	75
2.2. ANÁLISIS F.O.R.D. INDUSTRIAL.....	76
2.2.1. Factores Internos.....	76
2.2.2. Factores Externos.....	77
2.3. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	78
3.1. OBJETIVOS DE MARKETING.....	80
3.1.1. Objetivo General.....	80
3.1.2. Objetivos Específicos.....	80
3.1.3. Segmentos de Mercado.....	81
3.1.4. Marketing Mix.....	82
3.1.5. Estrategia de Ingreso de Mercado.....	90
3.1.6. IMAGEN DE LA EMPRESA.....	95
3.1.7. Plan de ventas para la introducción al mercado.....	96
3.1.8. Presupuesto de Marketing.....	96
4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	98
4.1.1. Objetivo General.....	98
4.1.2. Objetivos Específicos.....	98

4.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO	99
4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	104
4.3.1. Tipo de Proceso	105
4.3.2. Flujograma del Proceso	105
4.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA.....	112
4.4.1. Equipos y Maquinarias	112
4.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES	118
4.5.1. Necesidad de materia prima	118
4.5.2. Proveedores negociables.....	118
4.5.3. Sistema de Compras	119
4.6. CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	119
4.7. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	121
4.8. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS	122
4.9. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL	123
4.10. CONTROL DE CALIDAD	125
4.11. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	127
4.12. COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	130
5.1. OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS	133
5.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	134
5.2.1. Estructura Organizacional	134

5.2.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones	136
5.2.3. Proceso de Integración del Personal	142
5.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	146
5.3.1. Escala Salarial.....	147
5.3.2. Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios	147
5.4. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	149
5.4.1. Obligaciones Fiscales	149
6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA	154
6.1.1. Objetivo General.....	154
6.1.2. Objetivos Específicos	154
6.2. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA	155
6.3. ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO.....	156
6.4. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA	159
6.4.1. Precio con factura	160
6.5. BREAK EVEN FÍSICO Y MONETARIO.....	160
6.6. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS.....	162
6.7. INGENIERÍA FINANCIERA	162
6.7.1. Inversiones.....	163
6.7.2 Fuentes de Financiamiento	169
6.7.3. Balance de Apertura	170

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Variación Acumulada del Producto Interno Bruto de Bolivia (al segundo semestre 2020 – en porcentaje).....	14
Gráfico 2 Variación Acumulada y Variación a Similar Periodo (a julio 2020 – en porcentaje).....	15
Gráfico 3 Logotipo del Competidor SOFÍA	21
Gráfico 4 Logotipo del Competidor BANDY	21
Gráfico 5 Logotipo del Competidor TORITO	22
Gráfico 6 Logotipo del Competidor STEGE	22
Gráfico 7 Logotipo del Competidor PIO RICO.....	23
Gráfico 8 Logotipo del Competidor HESSE	23
Gráfico 9 Procesos de la Investigación de Mercados	33
Gráfico 10 Factores del Marketing Mix.....	83
Gráfico 11 Chotizo de Cerdo	84
Gráfico 12 Enrollado de Cerdo.....	85
Gráfico 13 Queso de Cerdo.....	86
Gráfico 14 Acuerdos Estratégicos con Canales de TV	92
Gráfico 15 Acuerdos Estratégicos con Negocios y Programas Reconocidos en Tarija ...	93
Gráfico 16 Puntos Móviles de la Empresa RICOCER	94
Gráfico 17 Creación de Página de Facebook para la Empresa RICOCER.....	94
Gráfico 18 Logotipo “Embutidos RICOCER”	95
Gráfico 19 Valor Nutricional de la Carne de Cerdo	99

Gráfico 20 Etiqueta del Chorizo de Cerdo.....	101
Gráfico 21 Etiqueta del Queso de Cerdo	101
Gráfico 22 Etiqueta del Enrollado de Cerdo.....	102
Gráfico 23 Embace y Etiquetado del Chorizo de Cerdo (en diferentes cantidades).....	102
Gráfico 24 Embace y Etiquetado del Queso de Cerdo (en diferentes cantidades)	103
Gráfico 25 Embace y Etiquetado del Enrollado de Cerdo (en diferentes cantidades)....	104
Gráfico 26 Flujograma de Procesos para los Chorizos de Cerdo	105
Gráfico 27 Flujograma de Procesos para el Queso de Cerdo	107
Gráfico 28 Flujograma de Procesos para el Enrollado de Cerdo.....	110
Gráfico 29 Balanza	112
Gráfico 30 Molino.....	113
Gráfico 31 Cúter	113
Gráfico 32 Mezcladora	114
Gráfico 33 Embutidora	114
Gráfico 34 Rebanadora de Carne.....	115
Gráfico 35 Descueradora de Cerdo.....	115
Gráfico 36 Prensadora.....	116
Gráfico 37 Marmitas de Cocción.....	116
Gráfico 38 Empacadora al Vacío y Etiquetadora	117
Gráfico 39 Cámara de Refrigeración	117
Gráfico 40 Macro Localización	121
Gráfico 41 Micro Localización.....	122
Gráfico 42 Diseño y Distribución de la Planta y Oficinas.....	122

Gráfico 43 Organigrama Empresa de Embutidos "RICOCER"	135
Gráfico 44 Proceso de Integración del Personal	142
Gráfico 45 Sistema Contable MÓNICA.....	155
<i>Gráfico 46 Balance de Apertura - Empresa "RICOCER"</i>	<i>171</i>

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Información Nutricional - Productos RICOCER.....	7
Tabla 2 Resumen de las Fuerzas de Michael Porter	25
Tabla 3 Marketing Mix Para El Plan De Negocio	87
Tabla 4 Lista De Precios con Factura Por (Kg) De Cada Producto Para El Intermediario (Distribuidoras De La Ciudad De Tarija).....	87
Tabla 5 Lista De Precios En (Kg) De Cada Producto De Cerdo Para El Cliente Final....	88
Tabla 6 Estrategia De Precios	88
Tabla 7 Estrategia De Promoción	89
Tabla 8 Canal de Distribución – Empresa RICOCER.....	90
Tabla 9 Estrategia De Distribución.....	90
Tabla 10 Proyección De Ventas Para 5 Años	96
Tabla 11 Presupuesto De Marketing (Expresado en bolivianos).....	97
Tabla 12 Datos De Los Incrementos De Compradores Posibles En Cada Año.....	120
Tabla 13 Capacidad Productiva Estimada	120
Tabla 14 Programa de Producción Del Chorizo de Cerdo.....	127
Tabla 15 Programa de Producción del Enrollado de Cerdo.....	128

Tabla 16 Programa de Producción del Queso de Cerdo	129
Tabla 17 Costo Total de la Producción de Embutidos.....	130
Tabla 18 Manual de Funciones: Gerente (Propietario).....	137
Tabla 19 Manual de Funciones: jefe de Producción.....	138
Tabla 20 Manual de Funciones: jefe de Comercialización y Marketing	139
Tabla 21 Manual de Funciones: jefe Administrativo y Financiero.....	140
Tabla 22 Manual de Funciones: Operarios	141
Tabla 23 Salarios del Personal de la Empresa de Embutidos "RICOCER".....	147
Tabla 24 Aportes Laborales y Patronales para el Establecimiento de las Planillas	148
Tabla 25 Planilla de Sueldos y Salarios	149
Tabla 26 Gastos de Constitución y Organización.....	153
Tabla 27 Determinación del Costo Total (Chorizo)	156
Tabla 28 Determinación del Costo Total (Enrollado).....	157
Tabla 29 Precio de Venta.....	159
Tabla 30 Precio Con Factura.....	160
Tabla 31 Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias "RICOCER"	161
Tabla 32 Punto de Equilibrio en Kilogramos "RICOCER"	161
Tabla 33 Proyección de Ingresos	162
Tabla 34 Inversión en Infraestructura	163
Tabla 35 Inversión en Servicios Básico.....	164
Tabla 36 Inversión en Maquinaria y Equipo.....	165
Tabla 37 Muebles y Enseres de Administración.....	166
Tabla 38 Equipo de Computación.....	166

Tabla 39 Resumen de Activos Fijos	167
Tabla 40 Gastos de Constitución y Organización.....	167
Tabla 41 Inversión en el Capital de Trabajo.....	168
Tabla 42 Material de Escritorio	168
Tabla 43 Sueldos Mensuales del Personal de la Empresa “RICOCER”	169
<i>Tabla 44 Fuente de Financiamiento</i>	<i>170</i>
<i>Tabla 45 Estructura de Inversión y Financiamiento</i>	<i>172</i>
<i>Tabla 46 Flujo de Caja Proyectado.....</i>	<i>173</i>