

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN G-1  
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA -  
COMERCIALIZADORA DE HOJA DE COCA MACHUCADA EN LA  
CIUDAD DE VILLAZÓN.**

**Postulante:**

**DAIANA TITO JACINTO**

**Docente Guía:**

**MSc. 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.**

**TARIJA - BOLIVIA**

**Agosto de 2021**

V°B°

---

MSc. Lic. Luis Araoz Montoya

**DOCENTE GUÍA**

---

MSc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega

**DECANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

---

MSc. Lic. Víctor Vargas Rivera

**VICEDECANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

---

MSc. Lic. Víctor Jonh Vaca Jerez

**DIRECTOR DPTO. ADM. EMPRESAS Y ADM. APLICADA**

**APROBADO POR:**

**TRIBUNAL:**

---

MSc. Lic. Raúl Gerónimo Soto

**TRIBUNAL**

---

Lic. Paola R. Verdún Camacho

**TRIBUNAL**

Daiana Tito Jacinto

CELULAR: +591 74248858

E-MAIL: [daianita5959@gmail.com](mailto:daianita5959@gmail.com)



## **ADVERTENCIA**

*El tribunal calificador de este trabajo no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el mismo, siendo éstas de responsabilidad absoluta del autor.*

## ***DEDICATORIA***

*A mis padres Gumercindo Tito y  
Elisa Jacinto, por todo su amor,  
apoyo, comprensión y sacrificio,  
porque ellos son la motivación  
de mi vida mi orgullo de ser lo  
que seré.*

*A mi hermano Franz Tito,  
porque es la razón de sentirme  
tan orgullosa de culminar mi  
meta, gracias por confiar  
siempre en mí.*

*A mi familia y amigos que de una  
y otra manera me apoyaron  
siempre.*

## ***AGRADECIMIENTO***

*A DIOS, por haberme iluminado y permitirme seguir adelante, con sabiduría, paciencia y hacer realidad unas de mis aspiraciones.*

*A MIS PADRES, por ser los principales promotores de mis sueños, gracias a ellos por cada día confiar yx/ creer en mí y en mis expectativas, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante para poder culminar dicho objetivo.*

*AL LIC. ARAOZ MONTOYA LUIS, un agradecimiento especial, por ser parte fundamental de la culminación de este proyecto, por haberme brindado sus conocimientos con sus experiencias.*

***PENSAMIENTO***

*El desprecio con el que algunas personas hablan de la gente que no tiene estudios demuestra precisamente que tenerlos no garantiza ser inteligentes.*

***Steven Pinker***

## INDICE

1.	ANTECEDENTES .....	1
2.	JUSTIFICACIÓN .....	2
	Justificación Teórica.....	2
	Justificación Práctica.....	3
	Justificación Social.....	3
	Justificación Económica.....	3
3.	IDEA DE NEGOCIO.....	4
4.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	5
	Identificación del Problema.....	5
	Formulación del Problema .....	6
5.	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	6
	Objetivo General .....	6
	Objetivos Específicos .....	6
6.	DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN .....	7
	Investigación Exploratoria.....	7
	Investigación Descriptiva .....	7
	Población y Muestra.....	8
	Técnicas e instrumentos para la recolección de datos .....	9
7.	ALCANCE ESPACIAL Y TEMPORAL .....	9
	Delimitación Geográfica .....	9
	Delimitación Teórica.....	9
	Delimitación Temporal.....	9



CAPÍTULO I.....	10
ANÁLISIS DEL CONTEXTO .....	10
8. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO.....	10
Análisis PESTA .....	10
Análisis Político-Legal .....	10
Análisis Económico.....	12
Análisis Socio-Cultural .....	17
Análisis Tecnológico.....	20
Análisis Ambiental .....	21
9. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO .....	21
Poder de negociación de los proveedores.....	22
Poder de negociación de los consumidores .....	23
Amenaza de los productos sustitutos.....	24
Análisis de la competencia actual.....	25
Análisis de la competencia potencial .....	25
CAPÍTULO II .....	27
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	27
10. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	27
Problema de Decisión Gerencial .....	27
Problema de Investigación de Mercados.....	27
Hipótesis de Investigación de Mercados .....	27
Objetivos de Investigación de Mercado .....	27
Determinación de la población.....	28

Determinación de la Muestra.....	28
Recopilación de la Información.....	29
Análisis e interpretación de resultados .....	30
Conclusiones de Investigación de mercados .....	44
FASE DE LA PROPUESTA .....	46
CAPÍTULO III .....	46
11. NATURALEZA DEL NEGOCIO .....	46
Descripción de la idea de negocio .....	46
Nombre de la empresa .....	47
Tipo y tamaño de empresa.....	47
Ubicación.....	48
CAPÍTULO IV .....	49
MARCO FILOSOFICO .....	49
Visión .....	49
Misión .....	49
Valores .....	49
Objetivos de la empresa .....	50
Objetivo General .....	50
Objetivos Específicos .....	50
CAPÍTULO V .....	51
ÁREAS DE LA EMPRESA.....	51
12. PLAN DE MARKETING .....	51
Objetivo del plan de marketing .....	51

Necesidades de los clientes .....	51
Mercado meta .....	52
Estrategias de marketing.....	52
Marketing Mix.....	52
13. Presupuesto de la implementación del plan marketing.....	59
14. PLAN DE OPERACIONES .....	61
Descripción del proceso de producción del producto.....	61
Proceso de Producción.....	64
Tecnología.....	66
Equipos e Instalaciones .....	66
Materia Prima .....	68
Capacidad instalada.....	69
Localización de la Empresa.....	71
Diseño y distribución de oficinas .....	72
15. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS .....	73
Objetivos del área de Recursos Humanos .....	73
Aspectos legales para la formalización de la Empresa.....	73
Presupuesto para la formalización de la empresa.....	75
Estructura Organizacional .....	75
Manual de Funciones.....	77
Política de ética y conducta empresarial .....	81
Reglamento interno de personal de la empresa Tittos.....	82
Proceso de integración de personal .....	89

Administración de Sueldos y Salarios .....	91
Evaluación del Desempeño .....	92
16. PLAN FINANCIERO .....	94
Objetivos del plan financiero.....	94
Sistemas contables de la empresa.....	94
Inversiones y Financiamientos .....	94
Inversión Fija o Tangible.....	95
Inversión Diferida o Intangible.....	96
Capital de Trabajo.....	97
Financiamiento.....	98
Total de Inversión .....	98
Depreciación de activos fijos.....	98
Determinación de la Demanda .....	99
Costos y gastos fijos y variables.....	100
Flujo de Caja Económico .....	103
Evaluación Financiera .....	105
Conclusiones del plan financiero.....	107
CAPÍTULO VI.....	108
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	108
17. CONCLUSIONES .....	108
18. RECOMENDACIONES .....	110
BIBLIOGRAFÍA .....	111
ANEXOS .....	115

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Crecimiento Del Producto Interno Bruto (Anual) 1989-2019.....	13
Cuadro 2 Proyecciones del crecimiento del producto interno bruto de Bolivia y Países de la región 2020 (En Porcentaje).....	14
Cuadro 3 índice de precios al consumidor, variación porcentual mensual, acumulada y a doce meses, 2019 y 2020 (Índice 2016=100 y en porcentaje) .....	15
Cuadro 4 Municipio De Villazón: Proyecciones De Población 2017-2020 (En Número) .....	18
Cuadro 5 Modelo de las 5 fuerzas de Porter .....	22

## **INDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Ubicación de la Empresa.....	48
Ilustración 2 Etiqueta y Logotipo.....	54
Ilustración 3 Envase .....	55
Ilustración 4 Diagrama del proceso de producción.....	64
Ilustración 5 Localización.....	71
Ilustración 6 Distribución de Espacios de la tienda y área de producción .....	72
Ilustración 7 Organigrama de la empresa Tittos .....	76

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Edad de personas encuestadas.....	30
Tabla 2 Sexo de las personas encuestadas .....	31
Tabla 3 Ocupación actual.....	32
Tabla 4 Consumo de hoja coca .....	33
Tabla 5 Frecuencia de compra .....	34
Tabla 6 Circunstancia de compra.....	35
Tabla 7 Consumo de hoja machucada.....	36
Tabla 8 Atención de las empresas existentes .....	37
Tabla 9 Preferencia de sabores.....	38
Tabla 10 Preferencias del cliente al momento de compra.....	39
Tabla 11 Momento de compra .....	40
Tabla 12 Medios tradicionales de información .....	41
Tabla 13 Frecuencia de redes sociales .....	42
Tabla 14 Aceptación del nuevo emprendimiento.....	43
Tabla 15 Calculo Precio.....	56
Tabla 16 Presupuesto del Plan Marketing.....	59
Tabla 17 Requerimiento de materia prima e insumos de producción .....	62
Tabla 18 Maquinaria y equipo .....	66
Tabla 19 Muebles y enseres .....	67
Tabla 20 Equipo de computación.....	67
Tabla 21 Equipo e instalaciones.....	67
Tabla 22 Gastos administrativos .....	68
Tabla 23 Materia Prima e Insumos requeridos para los productos .....	69
Tabla 24 Capacidad Instalada de la hoja de coca machucada.....	70

Tabla 25 Producción de cada sabor mensual .....	70
Tabla 26 Presupuesto .....	75
Tabla 27 Manual de funciones de Administración .....	78
Tabla 28 Manual de funciones de Ventas y Marketing.....	79
Tabla 29 Manual de Funciones de área operativa.....	80
Tabla 31 Presupuesto de Mano de Obra .....	91
Tabla 32 Evaluación del desempeño.....	93
Tabla 33 Maquinaria y equipo .....	95
Tabla 34 Muebles y enseres .....	95
Tabla 35 Equipo de computación.....	96
Tabla 36 Equipo e instalaciones.....	96
Tabla 37 Inversión Diferida .....	97
Tabla 38 Presupuesto de capital de Trabajo.....	97
Tabla 39 Presupuesto de Inversión .....	98
Tabla 40 Depreciación .....	98
Tabla 41 Determinación de la demanda.....	99
Tabla 42 Proyección de la Demanda.....	99
Tabla 43 Sueldos y salarios.....	100
Tabla 44 Gastos administrativos .....	101
Tabla 45 Gastos de comercialización.....	101
Tabla 46 Costos variables unitarios del producto .....	102
Tabla 47 Costos fijos unitarios del producto.....	102
Tabla 48 Flujo de caja.....	104
Tabla 49 Evaluación financiera.....	105
Tabla 50 Evaluación del tipo de empresa según su magnitud.....	105



Tabla 51 Evaluación legal de la gestión tributaria ..... 106

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Edad de personas encuestadas.....	30
Gráfico 2 Sexo de las personas encuestadas .....	31
Gráfico 3 Ocupación actual.....	32
Gráfico 4 Consumo de hoja coca .....	33
Gráfico 5 Frecuencia de compra .....	34
Gráfico 6 Circunstancia de compra.....	35
Gráfico 7 Consumo de hoja machucada.....	36
Gráfico 8 Atención de las empresas existentes .....	37
Gráfico 9 Preferencia de sabores.....	38
Gráfico 10 Preferencias del cliente al momento de compra.....	39
Gráfico 11 Momento de compra .....	40
Gráfico 12 Medios tradicionales de información .....	41
Gráfico 13 Frecuencia de redes sociales .....	42
Gráfico 14 Aceptación del nuevo emprendimiento .....	43
Gráfico 15 Canales de distribución que la empresa utilizara para vender la hoja machucada.....	57

## INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Historia de la hoja de coca .....	115
ANEXO 2 Crecimiento del PIB (INE).....	116
ANEXO 3 Proyección del PIB (Banco Mundial) .....	117
ANEXO 4 Registro de la población boliviana.....	118
ANEXO 5 Población matriculada.....	119
ANEXO 6 Población habilitada para emitir su voto.....	120
ANEXO 7 Encuesta piloto.....	121
ANEXO 8 Encuesta para investigación de mercados.....	123
ANEXO 9 Presupuesto publicidad en redes .....	128
ANEXO 10 Maquinaria y equipo .....	129
ANEXO 11 Planilla de sueldos y salarios.....	131

