

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TALLER DE PROFESIONALIZACION
PLAN DE NEGOCIOS



**“DISEÑO DE UN EMPRENDIMIENTO DE UNA MALTEADA DE QUINUA PARA
LA CIUDAD DE TARIJA”**

Por:

GUNAR ROCABADO MARTINEZ

Grupo: 4

Docente Guía: MSc. Lic. IMER ADIN COLQUE ALACONA

Tesis presentada a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

TARIJA - BOLIVIA

Diciembre de 2018

DEDICATORIA:

Nuestra vida es un constante caminar que se hace un poco más sencillo cuando se cuenta con la compañía de seres maravillosos que cada día brindan un apoyo incondicional; en mi vida eh tenido eh tenido el privilegio de contar con cada uno de ellos; Dios es el mejor de mis amigos, la luz que ilumina mi camino en momentos de oscuridad y la fuerza que me hace continuar en la construcción de mis sueños; Mis padres y hermanos que con su apoyo incondicional me brindan la seguridad e inspiración para luchar juntos por el sueño que uno tiene; Y para mi novia e hija Johana y Moyra quienes son el pilar fundamental para seguir adelante con las metas que me propuse.

Para todos ellos mi bendición y agradecimiento infinitos

INDICE

	Pág.
IINTRODUCCION.	1
1.1. ANTECEDENTES.	1
1.2. JUSTIFICACION.	3
1.2.1. Justificación Teórica.	4
1.2.2. Justificación Práctica.	6
1.2.3. Justificación Social.	7
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	8
1.3.1. Idea de Negocio.	10
1.3.2. Necesidades de Mercado.	11
1.3.3. Identificación del Problema.	12
1.3.4. Definición del Problema.	13
1.3.5. Formulación del Problema.	13
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.	13
1.4.1. Objetivo General.	13
1.4.2. Objetivos Específicos.	14
1.5. METODOLOGIA DE INVESTIGACION.	14
1.5.1. Estudio Exploratorio	14
1.5.2. Estudio Descriptivo	15
1.5.3. Estudio Explicativo	15
1.5.4. Técnica para recolección de la información	15
1.5.4.1. Fuentes Primarias	15
1.5.4.2. Fuentes secundarias	16
1.6. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION.	16
1.6.1. Delimitación Geográfica.	16
1.6.2. Delimitación Teórica.	17
1.6.3. Delimitación Espacio-Temporal.	17
CAPITULO II	19
NATURALEZA DEL NEGOCIO	19
2.1. IDEA DEL NEGOCIO.	19

2.2.	Justificación de Empresa.	20
2.3.	Nombre de la Empresa.	21
2.4.	Tipo de Empresa.	22
2.5.	Definición Del Negocio.	22
2.6.	Localización.	23
2.7.	Macro – Localización.	24
2.8.	Micro – Localización.	24
	CAPITULO III	25
	ANALISIS DEL CONTEXTO	25
3.1.	Introducción.	25
3.2.	Análisis del Macroentorno del Negocio.	25
3.2.1.	Político.	26
3.2.2.	Económico.	28
3.2.3.	Social – Cultural.	32
3.2.4.	Tecnológico.	34
3.2.5.	Ambiental.	37
3.3.	ANALISIS DEL MICROENTORNO DEL NEGOCIO.	39
3.4.1.	Las Cinco Fuerzas de Porter.	39
3.4.1.1.	Amenaza de entrada de nuevos competidores.	40
3.4.1.2.	Rivalidad entre competidores existentes.	41
3.4.1.3.	Poder de negociación con los proveedores.	42
3.4.1.4.	Poder de negociación de los compradores o clientes.	44
3.4.1.5.	Amenaza de productos sustitutos de la malteada de quinua.	44
	CAPITULO IV	47
	PLAN DE MARKETING	47
4.1.	El Marketing.	47
4.2.	Determinación de los objetivos del área de marketing.	48
4.3.	Investigación de Mercados.	49
4.3.1.	Proyecto de Investigación de Mercados.	49
4.3.1.1.	Problema Gerencial.	49
4.3.1.2.	Problema de Investigación de Mercados	49
4.3.1.3.	Pregunta Científica de Investigación.	50
4.3.1.4.	Planteamiento de la Hipótesis.	50

4.3.2.	Objetivos de la Investigación de Mercados.	51
4.3.3.	Diseño de la Investigación de Mercados.	52
4.3.3.1.	Recopilación de información	54
4.3.3.2.	Determinación de la Población	55
4.3.3.3.	Fórmula para el cálculo de la Muestra	56
4.3.3.5.	Presentación de los Resultados de la Encuesta	61
4.3.4.	Conclusiones de la Investigación de Mercados.	72
4.4.	Estrategias de Marketing.	73
4.4.1.	Mercado Potencial.	74
4.4.2.	Segmentación del Mercado.	74
4.5.	Marketing mix.	75
4.5.1.	Producto.	76
4.5.1.1.	Etapa de Introducción.	76
4.5.1.2.	Etapa de Crecimiento	77
4.5.1.3.	Etapa de Madurez	78
4.5.1.4.	Etapa de Declinación	78
4.5.2.	Precio.	78
4.5.3.	Plaza.	79
4.5.4.	Promoción.	80
4.5.4.1.	Estrategia de Publicidad en Unidades Educativas.	80
4.5.4.2.	Estrategia de Publicidad en Parques de Diversión y en Fechas Festivas de la Ciudad de Tarija	80
4.5.4.3.	Estrategia de Publicidad en Agencias Lácteas, Centros de Juegos Electrónicos y Almacenes de Mayor Afluencia.	81
4.5.5.	Imagen Corporativa.	81
4.5.6.	Marca.	82
4.5.7.	Slogan.	82
4.5.8.	Logo.	82
4.5.9.	Resumen del Marketing Mix.	83
4.6.	Estrategias de Marketing	83
4.6.1.	La Estrategia del Ingreso.	83
4.6.2.	El Posicionamiento.	83
	CAPITULO V	85
	PLAN DE PRODUCCION.....	85

5.1.	Diseño y Desarrollo del Producto.	85
5.1.1.	Descripción Técnica.	86
	Fuente: Elaboración Propia	88
5.1.2.	Descripción Funcional	88
5.2.	Característica de la Calidad del Producto.	89
5.2.1.	Características del Producto. ¿Qué es?	90
5.2.2.	Funciones. ¿Qué hace?	90
5.2.3.	Beneficios. ¿Qué necesidades satisface?	91
5.3.	Proceso de Producción	91
5.3.1.	Tipo de Proceso	91
5.3.2.	Diagrama de Explosión.	92
5.3.3.	Diagrama de Especificaciones.	93
5.3.4.	Hoja de Operaciones y Ruta.	94
5.3.5.	Diagrama de Flujo del Proceso.	95
5.3.6.	Descripción de Fases y Tareas por Puesto.	96
5.3.7.	Descripción Detallada de Actividades durante el Proceso de Producción de la Malteada.98	
5.4.	Personal, Cargos y Funciones	105
5.5.	Máquinas, Equipos, Vehículos y Otros Similares.	106
5.5.1.	Maquinaria y Equipo.	106
5.5.2.	Vehículo.	110
5.5.3.	Materiales.	111
5.6.	Descripción de Materia Prima e Insumos.	113
5.6.1.	Materia Prima.	113
5.6.2.	Insumos	115
5.7.	Proveedores	117
5.7.1.	Proveedores de Materia Prima e Insumos	117
5.8.	Programación de la Producción	119
5.9.	Inventarios.	120
5.10.	Planta.	120
5.10.1.	Tamaño. Cálculo de la Capacidad de Producción.	121
5.10.2.	Localización de la Planta.	122

CAPITULO VI.....	124
PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS	124
6.1. Diseño Organizacional.	125
6.1.1. Cultura Organizacional.	125
6.1.2. Estructura Organizacional.	127
6.2. Manual de funciones.	128
6.2.1. Proceso de integración de Personal.	132
6.2.1.1. Reclutamiento.	132
6.2.1.2. Selección.	133
6.2.1.3. Contratación.	135
6.2.1.4. Inducción.	135
6.2.1.5. Capacitación.	135
6.2.1.6. Evaluación y Desempeño.	136
6.3. Normas del Personal.	137
6.4. Políticas del Personal.	138
6.5. Administración de sueldos y salarios.	138
6.5.1. Planilla de Sueldos.	140
6.6. Gestión del Capital Humano.	142
6.7. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.	144
6.7.1. Personería Jurídica.	144
6.7.2. Registro Legal.	145
6.7.3. Fundempresa.	146
6.7.4. Servicio de Impuestos Nacionales	146
6.7.5. Gobierno Municipal.	147
6.7.6. Caja Nacional de Salud.	148
6.7.7. Requisitos para Empresas:	148
6.7.8. Requisitos para Afiliación del Trabajador.	148
6.7.9. Administradoras de Fondo de Pensiones ⁴⁸ . (BBVA Previsión AFP S.A. Y FUTURO de Bolivia S.A.)	148
6.7.10. Ministerio de Trabajo.	149
CAPITULO VII	150
PLAN FINANCIERO	150
7.1. ESTUDIO ECONOMICO – FINANCIERO.	150

7.1.1.	Inversión y Financiamiento.	150
7.1.2.	Inversión Fija o Tangible.	150
7.1.3.	Inversión Diferida o Intangible.	150
7.2.	OBJETIVOS DE AREA FINANCIERA.	151
7.3.	Tasas Impositivas y Laborales.	151
7.4.	Presupuesto de Inversión.	152
7.4.1.	Aporte Propio	154
7.4.2.	Préstamo Bancario	154
7.4.3.	Activos Fijos	155
7.4.4.	Balance de Apertura.	155
7.4.5.	Presupuesto de Operaciones	157
7.4.6.	Proyección de la Producción a Cinco Años.	157
7.4.7.	Programa y Proyección de Ventas	158
7.4.8.	Ingresos por Ventas al Primer Año.	158
7.4.9.	Ingreso y Proyección de Ventas a Cinco Años.	159
7.5.	Presupuesto de Producción	160
7.5.1.	Costo Materia Prima e Insumos	160
7.5.2.	Costo Materia Prima e Insumos al Primer Año	160
7.5.3.	Costo Mano de Obra Directa	162
7.5.4.	Servicios Básicos para Producción.	162
7.5.5.	Costo de Administración y Comercialización	163
7.5.6.	Costo Servicios Básicos para Administración y Comercialización	164
7.5.7.	Gastos Diversos	164
7.5.8.	Gastos Generales	165
7.5.9.	Costos de Publicidad	166
7.6.	Depreciaciones	167
7.7.	Costo, Precio y Punto de Equilibrio.	168
7.8.	Estructura de Inversión y Financiamiento.	170
7.9.	Ingresos y Egresos Extraordinarios.	171
7.9.1.	Egresos Extraordinarios.	171
7.10.	Capital de Trabajo.	172
7.11.	Flujo de Caja.	172
7.12.	Evaluación Financiera.	173

CONCLUSIONES.....	175
RECOMENDACIONES	176
BIBLIOGRAFIA.....	177