

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN G. 5

MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**“EMPRENDIMIENTO DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE
LADRILLOS Y TEJAS EN LA COMUNIDAD DE BERQUE – VILLAZÓN”**

POR:

TARCAYA QUIQUINTE CESAR JUAN

DOCENTE GUÍA:

MSC. LIC. IMER ADÍN COLQUE

Trabajo de Grado, presentado a consideración de la **“UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO”**, como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas

Abril de 2014

TARIJA — BOLIVIA

DEDICATORIA

A mi padre: Eulogio Tarcaya y a mi madre Teófila Quiquinte por ser los pilares fundamentales en mi formación académica, que con tanto amor y esfuerzo me apoyaron incondicionalmente en cada etapa de mi vida.

RESUMEN EJECUTIVO

INDÍCE DE CONTENIDO

PLAN DE TRABAJO

	Pág.
1. ANTECEDENTES DEL SECTOR	1
1.1. JUSTIFICACIÓN	2
1.2.1. Justificación teórica	3
1.2.2. Justificación practica.....	3
1.2.3. Justificación social.....	3
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.3.1 Necesidades específicas insatisfechas:.....	5
1.3.2. Ventajas competitivas	6
1.3.3. Identificación del mercado meta.....	6
1.3.4. Descripción de la idea de negocio	6
1.4. OPORTUNIDAD DE MERCADO.....	7
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.5.1. Objetivo General	8
1.5.2. Objetivos específicos.....	8
1.6. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.6.1. Técnicas de recopilación de datos e instrumentos.....	9
1.7. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.7.1. Alcance teórico	10
1.7.2. Alcance temporal	10
1.7. 3. Alcance espacial	10
2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO.....	11

2.1.1. Político.....	11
2.1.2. Económico.....	12
2.1.2.1. Producto interno bruto deBolivia:	12
2.1.2.2. PIB del departamento de Potosí:.....	12
2.1.2.3. La economía del municipio de Villazón:	13
2.1.2.4. Tasa de desempleo:	15
2.1.2.5. Salario Mínimo Nacional:.....	15
2.1.2.6. Inflación:	15
2.1.2.7. Social	16
2.1.3 Demografía:	16
2.1.4. Tecnológico	16
2.1.5. Ambiental	17
2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO.....	17
2.2.1. Consumidores	18
2.2.2. Competidores actuales	18
2.2.3. Competidores potenciales	19
2.2.4. Productos sustitutos.....	20
2.2.5. Proveedores	21
2.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO	22
2.3.1. Riesgos:	22
2.3.2. Oportunidades:.....	23
2.4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DE NEGOCIO	23
2.5. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	24
2.5.1. Nombre de la empresa.....	24

2.5.2. Tipo de empresa.....	25
2.5.3. Ubicación y tamaño.....	25
2.5.3.1. Comunidad de Berque	25
2.5.3.2. Accesibilidad a la comunidad de Berque y Yacimientos.....	25
2.5.3.3. Propiedad adquirida para el presente emprendimiento:.....	26
2.6. GESTIÓN EMPRESARIAL	27
2.6.1. Visión, misión y valores de la empresa	27
2.6.1.1. Visión	27
2.6.1.2. Misión	27
2.6.1.3. Políticas	27
2.6.1.4. Valores	28
2.6.2. Ventajas competitivas	29
3.1. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	30
3.1.1. Problema de decisión gerencial.....	31
3.1.2. Problema de investigación de mercado	31
3.1.3. Pregunta científica de investigación de mercado.....	32
3.1.4. Planteamiento de hipótesis.....	32
3.1.5. 2 Objetivos específicos	33
3.1.6. Métodos y técnicas de investigación de mercados	33
3.1.6.1. El proceso de estudio de mercado comprende:.....	33
3.1.6.2. Planificación del estudio:	33
3.1.7. Diseño de investigación de mercado	33
3.1.7.1. La Metodología Cuantitativa:	34
3.1.7. 2. La metodología de campo:	34

3.1.7.3. Muestreo probabilístico:	34
3.1.8. Recopilación de la información	35
3.1.8.1 Información primaria.....	35
3.1.8.2 Información secundaria.....	35
3.1.9. Determinación de la población y tamaño de la muestra	35
3.1.9.1. Población Objetivo:	35
3.1.9.2. Tamaño de la muestra	36
3.1.10. Diseño de las encuestas:	37
3.1.10.1. Formulación de las encuestas:.....	37
3.1.11. Presentación y análisis de resultados.....	37
3.1.11.1. Análisis de Demanda.....	44
3.1.11.2. Análisis de la oferta.....	45
3.1.12. Participación de la competencia en el mercado	46
3.1.13. Riesgos y oportunidades del mercado	46
3.1.14. Conclusión de la investigación de mercados	47
3.2. FUNCIÓN DE MARKETING	47
3.2.1. Objetivos de marketing	47
3.2.2. Estrategias de marketing	48
3.2.2.1. Estrategias de precios:	48
3.2.2.2. Estrategias de distribución:.....	48
3.2.2.3. Estrategias de promoción:	49
3.2.2.4. Estrategias de comunicación:	50
3.2.2.5. Estrategias de servicios:	50
3.2.2.6. Estrategias de posicionamiento:	51

3.2.3. Mercado meta y/o segmentación:	52
3.2.4. Marketing mix:	52
3.2.4.1. Producto:.....	52
3.2.4.2. Precio:.....	53
3.2.4.3. Plaza:.....	53
3.2.4.4. Promoción:.....	54
3.2.5. Plan de ventas para la introducción al mercado:	55
3.2.6. Presupuesto de marketing:	55
4.3. OBJETIVOS DEL AREA DE PRODUCCIÓN	56
4.4. INGENIERÍA DEL PRODUCTO	56
4.4.1. Características técnicas del producto.....	56
4.5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	57
3.5.1. Tipo de proceso:	57
4.5.1.1. Explotación de la cantera:.....	58
4.5.1.2. Maduración:	58
4.5.1.3. Tratamiento mecánico previo (molienda):.....	59
4.5.1.4. Amasado o mezclado:.....	59
4.5.1.5. Amasadora:.....	60
4.5.1.6. Moldeado:.....	61
4.5.1.7. Extrusora:	61
4.5.1.8. Corte:	61
4.5.1.9. Secado:.....	61
4.5.1.10. Cocción:.....	62
4.5.1.11. Almacenaje y descarga del ladrillo y teja.....	63

4.5.2. Flujograma del proceso	64
4.6. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	65
4.6.1. Equipo e Maquinaria. (Ver anexo)	66
3.6.1.1. Caseta alimentador:.....	66
4.6.1.1. Triturador:.....	66
4.6.1.2. Malla criba:.....	67
4.6.1.3. Batidora doble eje:	67
4.6.1.4. Extrusora:	68
4.6.1.5. Cortadora de columnas de arcilla:	69
4.6.1.6. Cortadora de bloques frescos:.....	69
4.6.1.7. CÁMARA DE SECADO	70
4.7. HORNOS PARA EL PROCESO DE QUEMA	70
4.7.1. DE PARRILLA	70
4.7.2. CLAMP ESCOCÉS MODIFICADO	71
4.7.3. HORNOS HOFFMAN	72
4.7.4. HORNOS DE TÚNEL	73
4.8. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES.....	74
4.8.1. Necesidad de materia prima.....	74
4.8.2. Insumos:.....	75
4.8.3. Proveedores negociables:	75
4.8.4 Sistema de compras.....	76
4.9. ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS	76
4.10. CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	77
4.11. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	78