

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**TÍTULO "PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ENERGIZANTE DE NARANJA CON MIEL DE
ABEJA"**

Realizado por: Albino Silvera Yovana

Ayma Yucra Emma

Revisado por: Adrián Silisque Mamani

Trabajo de investigación presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTONOMA "JUAN MISAEL SARACHO" como requisito para optar el grado académico de licenciatura de Administración de Empresas.

TARIJA - BOLIVIA

AGOSTO DE 2014

DEDICATORIA:

A nuestros padres y a toda mi familia, quienes nos dieron siempre una voz de aliento en los momentos más difíciles.

CAPÍTULO I
ANÁLISIS DEL CONTEXTO

1.ÁMBITO DEL NEGOCIO.....	1
1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO	1
1.1.1. Factor Político – Legal.....	1
1.1.2. Factor Económico	2
☉ Producto Interno Bruto	2
☉ PIB Per Cápita.....	3
☉ Nivel de Ingresos (salario mínimo nacional)	4
☉ Tasa de Desempleo	5
☉ La Inflación	6
☉ Índice del Precio al Consumidor (IPC)	7
1.1.3. Factor Tecnológico	7
1.1.4. Factor Socio-Cultural.....	8
☉ Población	8
1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO.....	9
1.2.1. Proveedores	9
☉ Maquinaria.....	10
☉ Material Auxiliar.....	10
☉ Equipos	10
☉ Materia Prima e Insumos.....	10
☉ Otros	11
1.2.2. Clientes	11
1.2.3. Competencia.....	11

• Competencia directa	12
• Competencia indirecta	12
1.2.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	12
1.3.SÍNTESIS CONCLUSIVA DEL ANALISIS DEL ENTORNO.....	13

CAPÍTULO II

PLAN DE MARKETING

2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	15
2.1.1. IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
2.1.2. PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL.....	15
2.1.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	15
2.1.4. HIPÓTESIS	16
2.1.5. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	16
2.1.5.1. Objetivo General	16
2.1.5.2. Objetivos Específicos.....	16
2.1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
2.1.6.1. Tipo de Investigación.....	16
• Investigación Exploratoria	16
• Investigación Descriptiva	17
2.1.6.2. Fuentes de Información.....	17
• Fuentes Primarias.....	17
• Fuentes Secundarias	17
2.1.7. MEDIOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	17
2.1.8. PROCESO DE DISEÑO MUESTRAL	18
• Definición de la población	19

• Marco de la muestra	19
• Técnicas de muestreo.....	20
• Tamaño de la muestra	20
• Ejecución del proceso de muestreo	20
• Resultados de la investigación de mercados.....	21
• Codificación	21
• Tabulación e interpretación	21
2.1.9. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN REALIZADA.....	27
2.1.10. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA	28
2.2. PLAN DE MARKETING	32
2.2.1. OBJETIVOS DE MARKETING	32
2.2.2. SEGMENTO DE MERCADO	33
• Segmentación Geográfica	33
• Segmentación Demográfica	33
• Segmentación Psicografica	33
2.2.3. LOGO	34
2.2.4. ESLOGAN.....	34
2.2.5. MARKETING MIX	34
2.2.5.1. Producto	34
2.2.5.2. Precio.....	35
2.2.5.3. Plaza	36
2.2.5.4. Promoción	37
2.2.5.5. Publicidad.....	38
2.2.6. ESTRATEGIA DE MARKETING.....	38
2.2.6.1. Estrategia de posicionamiento	38

2.2.6.2. Estrategia de diferenciación.....	39
2.2.7. PRESUPUESTO DE MARKETING	39

CAPÍTULO III

PLAN DE OPERACIONES

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	41
3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	42
3.3. DESCRIPCIÓN DE LA GRÁFICA DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	45
3.4. CAPACIDAD TECNOLÓGICA	48
3.5. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	48
3.5.1. Maquinaria y Equipo	49
3.6. PLAN DE PRODUCCIÓN	50
3.6.1. Requerimiento de Producción	51
3.6.1.1. Materia Prima Requerida.....	51
3.6.1.2. Mano de Obra Actual	51
3.6.1.3. Mano de Obra Directa	51
3.6.1.4. Mano de Obra Indirecta	51
3.6.1.5. Otros Gastos.....	51
☉ Suministros y Servicios.....	51
☉ Depreciaciones	52
☉ Mantenimientos	52
3.6.2. Requerimiento de Materiales para el Proceso Productivo	53
3.7. LOCALIZACIÓN.....	54

CAPÍTULO IV

ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO

4.1. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	55
4.1.1. Razón Social	55
4.2. MARCO DE REFERENCIA DEL FUNCIONAMIENTO	56
📍 Misión	56
📍 Visión	56
📍 Valores	56
4.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA	57
4.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	57
4.5. MANUAL DE FUNCIONES	59
4.6. FUERZA DE TRABAJO	62
4.7. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	63
4.7.1. Presupuesto del personal	64

CAPÍTULO V

PLAN FINANCIERO

5.1. OBJETIVOS DE FINANZAS	65
5.2. ESTRUCTURA DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	65
📍 Inversión Fija	63
📍 Maquinaria	66
📍 Herramientas	66
📍 Muebles y Enseres	67
📍 Resumen de la Inversión Fija	67
5.2.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	68

5.3. CAPITAL DE TRABAJO	69
Ⓢ Materiales Directos	69
Ⓢ Materiales Indirectos de Fabricación	69
Ⓢ Resumen de Capital de Trabajo	70
5.4. FINANCIAMIENTO	71
Ⓢ Mano de Obra Directa	72
Ⓢ Gastos de Administración	72
Ⓢ Gasto de Venta	73
5.5. DETERMINACIÓN DE COSTOS	73
Ⓢ Costo de Producción	73
Ⓢ Depreciaciones	75
5.6. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA	76
Ⓢ Determinación del costo unitario de producción.....	76
Ⓢ Determinación del precio de venta unitario sin factura.....	76
Ⓢ Determinación del precio de venta con factura.....	76
5.7. FLUJO DE CAJA (ESCENARIO OPTIMISTA).....	77
5.8. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO.....	78
Ⓢ Costo de Capital	78
Ⓢ Valor Actual Neto (V.A.N.)	78
Ⓢ Tasa Interna de Retorno (T.I.R.)	78
Ⓢ Periodo de Recuperación de la Inversión	79
5.9. PUNTO DE EQUILIBRIO	80
5.10. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	81
5.10.1 Análisis del Escenario Normal.....	81
Ⓢ Valor Actual Neto (V.A.N.)	81
Ⓢ Tasa Interna de Retorno (T.I.R.)	82

5.10.2. Análisis del Escenario Pesimista	82
• Valor Actual Neto (V.A.N.)	83
• Tasa Interna de Retorno (T.I.R.).....	83
5.11. ANÁLISIS DE RIESGO DEL NEGOCIO	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N ° 1

CRECIMIENTO DEL PIB REAL3

CUADRO N ° 2

DESEMPLEO EN BOLIVIA6

CUADRO N° 3

POBLACION DE LA PROVINCIA CERCADO PROYECTADAS DESDE EL AÑO
2015 AL 201930

CUADRO N ° 4

DEMANDA POR SEMANA PROYECTADA PARA EL 2015.....30

CUADRO N°5

CANTIDAD DEMANDAD SEGÚN LOS ESENARIOS (expresados en unidades)31

CUADRO N° 6

PROYECCION DE LA DEMANA PARA LOS CINCO AÑOS31

CUADRO N °7

LINEA DE ACCION DE LA ESTRATEGIA.....39

CUADRO N ° 8

DETALLE DE LA MAQUINARIA RESPECTO A SU CAPACIDAD48

CUADRO N° 9

DESCRIPCION DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO49

CUADRO N ° 10

CAPACIDAD PRODUCTIVA DE LA MICROEMPRESA50

CUADRO N°11

PLAN DE PRODUCCIÓN PARA LOS PROXIMOS CINCO AÑOS.....50

CUADRO N° 12

PLAN DE PRODUCCIÓN Y REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA E
INSUMOS52

CUADRO N° 13	
PRESUPUESTO DE PERSONAL	64
CUADRO N° 14	
COSTO DE LA MAQUINARIA	66
CUADRO N° 15	
COSTO DE LAS HERRAMIENTAS.....	66
CUADRO N° 16	
COSTO DE LOS MUEBLES Y ENSERES	67
CUADRO N° 17	
RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA	67
CUADRO N° 18	
INVERSIÓN DIFERIDA.....	68
CUADRO N° 19	
COSTO DE LOS MATERIALES DIRECTOS	69
CUADRO N° 20	
COSTO DE LOS MATERIALES INDIRECTOS	70
CUADRO N° 21	
RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO	70
CUADRO N° 22	
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	71
CUADRO N° 23	
APORTE DE LOS SOCIOS.....	71
CUADRO N° 24	
MANO DE OBRA DIRECTA	72
CUADRO N° 25	
GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	72
CUADRO N° 26	
GASTO DE VENTA	73
CUADRO N° 27	
COSTO DE PRODUCCION ANUAL.....	74
CUADRO N° 28	
CALCULO DE LA DEPRECIACION.....	75

CUADRO N° 29	
FLUJO DE CAJA (Escenario Optimista)	77
CUADRO N° 30	
PERIODO DE RECUPERACION	79
CUADRO N°31	
FLUJO DE CAJA (Escenario Normal)	81
CUADRO N°32	
FLUJO DE CAJA (Escenario Pesimista)	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	
INGRESO REAL PER CÁPITA	4
GRÁFICO N° 2	
SALARIO MÍNIMO NACIONAL	5
GRÁFICO N° 3	
TASA DE INFLACIÓN	6
GRÁFICO N° 4	
POBLACIÓN POR DEPARTAMENTO SEGÚN LOS CENSOS DEL 2001 Y 2012	9

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

GRÁFICO N° 1	
PREGUNTA 1. ¿USTED CONSUME BEBIDAS ENERGIZANTES?	22
GRÁFICO N° 2	
PREGUNTA 2. ¿QUÉ TIPO DE BEBIDA ENERGIZANTE CONSUME MÁS?	22
GRÁFICO N° 3	
PREGUNTA 3. ¿CON QUE FRECUENCIA LOS CONSUME?	2
GRÁFICO N° 4	
PREGUNTA 4:¿CUÁNTAS UNIDADES CONSUME DE BEBIDAS ENERGIZANTES AL MES?	23

GRÁFICO N° 5	
PREGUNTA 5. ¿POR QUÉ MOTIVOS CONSUME LAS BEBIDAS ENERGIZANTES?	24
GRÁFICO N° 6	
PREGUNTA 6 ¿QUÉ ATRIBUTOS CONSIDERA DETERMINANTE AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL PRODUCTO?	24
GRÁFICO N° 7	
PREGUNTA 7. ¿EN QUÉ OCASIONES USTED CONSUME LAS BEBIDAS ENERGIZANTE?	25
GRÁFICO N° 8	
PREGUNTA 8 ¿SI EXISTIERA EN NUESTRA CIUDAD UNA NUEVA BEBIDA ENERGIZANTE VITAMINICO ESTARIA DISPUESTA A CONSUMIR ES NUEVO PRODUCTO	25
GRÁFICO N° 9	
PREGUNTA 9 ¿CÓMO LE GUSTARÍA EL ENVASE PARA ESTE NUEVO PRODUCTO?	26
GRÁFICO N° 10	
PREGUNTA 10 ¿EN QUE LUGARES USTED ADQUIERE LAS BENIDAS ENERGIZANTES?	26
GRÁFICO N° 11	
PREGUNTA 11 ¿CUÁL ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DE SU MAYOR PREFERENCIA?	27
GRÁFICO N° 12	
CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO	36
FLUJOGRAMA N° 1	
GRAFICO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN	44

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1	PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD (expresado en bolivianos)	40
TABLA N° 2	MAQUINARIAS Y EQUIPO	53
TABLA N° 3	REQUERIMIENTO DE EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES	54

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1	45
FIGURA N° 2	45
FIGURA N° 3	45
FIGURA N° 4	46
FIGURA N° 5	46
FIGURA N° 6	46
FIGURA N° 7	47
FIGURA N° 8	47
FIGURA N° 9	58