

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO PRE Y POST
NATAL EN LA CIUDAD DE TARIJA”**

DOCENTE GUÍA: MSC. LIC. LUIS ENRIQUE GUTIÉRREZ PÉREZ

POSTULANTES: FARFÁN ALEMÁN MARIA ANGELA
JIMÉNEZ ALARCÓN CLARISSA

TARIJA – BOLIVIA

ABRIL, 2014

V°B°

Msc. Lic. Luis Enrique Gutiérrez Pérez

PROFESOR GUÍA

Msc. Lic. Carlos Cabrera Iñiguez

**DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

Msc. Lic. Ronald Delgado

**VICEDECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

Msc. Lic. Hernán Flores

**DIRECTOR a.i. DEL DEPARTAMENTO
DE ADM. DE EMPRESAS**

APROBADA POR:

Msc. Lic. Teresa Maldonado de Martínez

Msc. Lic. Pilar Baldiviezo Mogro

DEDICATORIA

Esta tesis la dedicamos a Dios, quién nos guio por el buen camino, nos dio fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándonos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Para nuestros padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por apoyarnos con los recursos necesarios para estudiar. Nos han dado valores, principios, carácter, empeño, perseverancia, coraje para conseguir nuestros objetivos. A nuestros hermanos por estar siempre presentes, acompañándonos.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos infinitamente a Dios, por darnos la oportunidad de llegar a esta etapa de la vida, por sus bendiciones, cuidados y guía incondicional.

A nuestras familias por el apoyo, paciencia y confianza que han sabido brindarnos y sobre todo el amor el cual ha sido un pilar fundamental para el logro de este objetivo.

Un sincero agradecimiento a la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho por haberme formado como profesional.

A nuestro licenciado Luis Enrique Gutiérrez, por su constante apoyo, en el desarrollo de este trabajo.

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”. **Thomas Chalme**

ÍNDICE

	Pg.
RESUMEN EJECUTIVO	
PERFIL	
I. INTRODUCCIÓN	1
II. JUSTIFICACIÓN	2
a. Justificación social	2
2.1. Justificación práctica	4
2.2. Justificación teórica	4
I. IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO Y DEL PROBLEMA	5
3.1. Fundamentos del problema que se conocen	5
3.2. Identificación del mercado objetivo insatisfecho	6
3.3. Necesidades insatisfechas	8
3.3.1. Ventajas competitivas del satisfactor	8
3.3.2. Descripción general del satisfactor o idea de negocio	9
3.4. Oportunidades del negocio	10
3.5. Formulación del problema	12
IV. DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS	12
4.1. Objetivo General	12
4.2. Objetivos específicos	12
V. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	13
5.1. Tipo de estudio	13
5.1.1. Exploratorio o formulatorio	13
5.1.2. Descriptivo	13
5.2. Método de investigación	13
5.2.1. Método Inductivo	13
5.2.2. Método Deductivo	14
5.3. Fuentes de información	14
5.3.1. Fuentes secundaria	14
5.3.1.1. Externos	14
5.3.2. Fuentes primarias	15
5.3.2.1. Entrevistas	15
5.3.2.2. Aplicación de Encuestas	15
5.3.2.3. Realización de cuestionario	14
VI. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	15
6.1. Alcance temporal	15
6.2. Alcance espacial	15

PRIMERA PARTE

MARCO TEÓRICO

CAPITULO I	16
1. PLAN DE NEGOCIOS	16
1.1. Introducción	16
1.2. Definición del plan de negocio	16
1.3. Importancia del plan de negocio	17
1.4. Características de un plan de negocio	18
1.5. Usos del plan de negocios	18
1.6. Estructura del plan de negocio	19
2. PLAN DE MARKETING	21
2.1. MARKETING MIX	22
2.1.1. Las Cuatro P's	22
2.1.2. Las Cuatro C's	23
2.1.2.1. Producción	23
2.1.2.2. Localización	24
2.1.3. Las Cinco P's de la Gestión de Operaciones	24
2.1.4. La estructura	24
3. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	25
3.1. MERCADO	25
3.2. ACTORES DE MERCADO	26
3.3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO	27
3.3.1. Segmentación geográfica.	27
3.3.2. Segmentación demográfica	27
3.3.3. Segmentación psicográfica	27
3.3.4. Segmentación por conducta	28
3.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	28
3.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	29
3.5.1. Objetivo social	29
3.5.2. Objetivo económico	29
3.5.3. Objetivo administrativo	29
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	30
4.1.1. El organigrama	31
4.1.2. Los Recursos Humanos	32
4.1.3. La estructura de personal	32
5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	34
5.1. INTRODUCCIÓN	34
5.2. LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	31

5.3. ESTRATEGIA	34
5.4. PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	35
5.4.1. Desarrollo De Una Visión Y Misión	36
5.4.2. Fijación De Objetivos	36
5.5. FORMULACIÓN DE UNA ESTRATEGIA	37
5.5.1. Tipos De Estrategias	37
5.5.1.1. Las Estrategias de Integración	38
5.5.1.2. Las estrategias de Diversificación	38
5.5.1.3. Las estrategias defensivas	39
5.5.1.4. Las Estrategias Genéricas	39
6. PLAN DE PRODUCCIÓN	40
7. PLAN FINANCIERO	42
CAPITULO II	43
2. GENERALIDADES DE CENTRO PRE Y POST NATAL	43
2.1. EMPRESA	43
2.2. ADMINISTRACIÓN	43
2.3. PROCESOS ADMINISTRATIVOS	44
2.4. FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	44
2.4.1. Planeación	44
2.4.2. Organización	45
2.4.3. Dirección	45
2.4.4. Control	45
3. PSICOPROFILAXIS OBSTÉTRICA	45
3.1. Definición	45
3.2. Objetivos	46
4. CENTRO	46
4.1. CENTRO INTEGRAL PRE Y POST NATAL	47
4.2. GIMNASIA PRE NATAL	48
4.3. GIMNASIA POST NATAL	
CAPITULO III	50
3. ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO	50
3.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	50
3.1.1. ENTORNO POLÍTICO – LEGAL	50
3.1.2. ENTORNO ECONÓMICO	51
3.1.3. ENTORNO SOCIAL - DEMOGRÁFICO– CULTURAL	55
3.1.3.1. Factores Sociales	55
3.1.3.2. Factores demográfico	56

3.1.3.3.Factor Culturales	56
3.1.1. ENTORNO TECNOLÓGICO	52
3.1.2. ENTORNO AMBIENTAL	58
3.2. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS	59

SEGUNDA PARTE

MARCO PRÁCTICO

CAPÍTULO IV	63
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	63
4.1.INTRODUCCIÓN	63
4.2. PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL	65
4.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	65
4.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	65
4.5. HIPÓTESIS	65
4.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	66
4.6.1. Objetivo general	66
4.6.2. Objetivos específicos	66
4.7. METODOLOGÍA	66
4.7.1. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	66
4.7.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA O EXPERIMENTAL	67
4.8. FUENTES DE INFORMACIÓN	67
4.8.1. FUENTES PRIMARIAS	67
4.8.2. FUENTES SECUNDARIAS	68
4.9. DISEÑO DEL CUESTIONARIO	68
4.10. PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA	68
4.10.1. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN META	68
4.10.2. MARCO DE LA MUESTRA	69
4.10.3. TÉCNICA DE MUESTREO A EMPLEAR	70
4.10.4. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	70
4.10.5. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA	72
4.10.6. ANÁLISIS DE RESULTADOS	73
4.10.7. ENTREVISTA A MEDICO GINECOSBTETRAS	99

TERCERA PARTE

PROPUESTA

CAPITULO V	101
-------------------	------------

5. PLAN DE NEGOCIOS	101
FASE ESTRATÉGICA	101
5.1. Introducción	101
5.2.Nombre de la empresa	102
5.3.Descripción de la empresa	102
5.4.Tipo de empresa	109
5.5. Visión y misión de la empresa	109
5.5.1. Visión	109
5.5.2. Misión	109
5.5.3. Valores	110
5.5.4. Objetivo general	111
5.5.5. Objetivos específicos	111
FASE OPERATIVA	112
6. PLAN DE MARKETING	112
6.1. Objetivos de marketing	112
6.2. Elección de una estrategia de marketing	113
6.2.1. Estratega de diferenciación	113
6.2.2. Estrategia de desarrollo de servicios	114
6.2.3. Estructura de mercado	115
6.2.4. Análisis de la demanda	116
6.2.5. Las 4 P's	117
6.2.5.1. Producto	117
6.2.5.2. Plaza	118
6.2.5.3. Precio	118
6.2.5.4. Promoción	119
6.2.6. Segmentación de mercado	121
6.2.7. Plan de ventas para la introducción al mercado	122
6.2.8. Presupuesto de marketing	123
6.3. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	123
6.3.1. Localización y distribución de la planta	123
6.3.2. Tecnología y equipamiento de la planta	123
6.3.3. Plan de producción	130
6.3.4. Proceso de la operación	131
6.3.5. Requerimiento de materiales de producción	133
6.3.6. Costo de Operación	135
6.4. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	136
6.4.1. Integración del personal	136
6.4.2. Identificación de los recursos humanos	142

6.4.3. Estructura organizacional	143
6.4.4. Funciones del nivel de decisión y del personal Administrativo	144
6.4.4.1. Gerente general	144
6.4.4.2. Contador	145
6.4.4.3. Secretaría - recepcionista	145
6.4.4.4. Auxiliar de secretaria	146
6.4.5. Funciones del personal en el departamento de Producción	146
6.4.5.1. Médico gineobstetra	146
6.4.5.2. Médico Pediatra	147
6.4.5.3. Entrenadores	147
6.4.5.4. Psicólogo	148
6.4.5.5. Nutricionista	149
6.4.5.6. Fisioterapeuta	149
6.5. Limpieza y mantenimiento	150
PLAN FINANCIERO - ECONÓMICO	151
6.5.1. Objetivo general	151
6.5.1.1. Objetivos específicos	151
6.5.2. Sistema contable de la empresa	151
6.5.2.1. Contabilidad de la empresa	151
6.5.2.2. Catálogo de cuentas	153
6.5.2.3. Software a utilizar	158
6.5.3. Inversiones	160
6.5.3.1. Inversiones fijas	160
6.5.3.2. Inversiones diferidas	162
6.5.4. Financiamiento	164
7. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA	164
7.1.1. Análisis de ingresos y otros ingreso	165
7.1.2. Análisis de costos	167
7.1.2.1. Costos fijos	167
7.1.2.2. Determinación del costo total unitario	170
7.1.2.3. Determinación del precio de venta	171
7.1.2.4. Precio con factura I.V.A. (impuesto al valor agregado)	171
7.1.2.5. Precio con I.T. (Impuesto a las Transacciones 3%)	171
7.1.2.6. Punto de equilibrio	172
7.1.3. Estado de resultados	173
7.1.4. Flujo de caja	174
7.1.5. Periodo de recuperación	175
7.1.6. Calculo del VAN y la TIR	175
7.1.7. Balance Inicial	177

7.2.Análisis jurídico – legal	178
7.2.1. Introducción	178
7.2.2. Obligaciones fiscales	178
7.2.2.1.Fundemepresa	179
7.2.2.2.Servicio de impuestos nacionales	180
7.2.2.3.Gobierno municipal	181
7.2.2.4. Caja nacional de salud	182
7.2.2.5.Administradoras de fondo de pensiones	183
7.2.2.6.Ministerio de trabajo	183
CONCLUSIONES	186
RECOMENDACIONES	187
ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1: BOLIVIA: población femenina de 15 años o más, según lugar de atención del ultimo parto, censos 2001 y 2012	5
Cuadro N°2: BOLIVIA: población femenina de 15 años o más, por lugar de atención del ultimo parto, según censo y grupo de edad, censos 2001 y 2012	6
Cuadro N°3: TARIJA: distribución de edades departamento Tarija - Área urbana censos 2001 y 2012	7
Cuadro N°4: BOLIVIA: índice de masculinidad, censo 1976 – 2012	12
Cuadro N°5: Distribución de edades del departamento de Tarija - área urbana	69
Cuadro N°6: Número de las mujeres a encuestar	72
Cuadro N°7: Edad	73
Cuadro N°8: Ocupación	75
Cuadro N°9: Estado Civil	76
Cuadro N°10: Preparación física y psicológica	77
Cuadro N°11: Riesgo de realizar ejercicio físico	78
Cuadro N° 12: Información de un especialista	79
Cuadro N° 13: Indicación del médico	80
Cuadro N° 14: Utilizaría los servicios	81
Cuadro N° 15: Frecuencias \$Servicios	82
Cuadro N° 16: Precio dispuesto a pagar	83
Cuadro N° 17: Medios de comunicación preferidos	84
Cuadro N° 18: Televisión - Frecuencias \$Canales	85
Cuadro N° 19: Radio - Frecuencias \$Radios	87
Cuadro N° 20: Periódico - Frecuencias \$Periódico	88
Cuadro N° 21: Horario de televisión de preferencia	89
Cuadro N° 22: Horario de radio de preferencia	90
Cuadro N° 23: Horario de internet de preferencia	91
Cuadro N° 24: Horario de periódico de preferencia	92

Cuadro N° 25: Búsqueda de información de un producto o servicio	93
Cuadro N° 26: Ingreso familiar promedio mensual	94
Cuadro N° 27: Edad – Riesgo de realizar ejercicio físico	95
Cuadro N° 28: Utilizaría los servicios – Edad	96
Cuadro N° 29: Ingreso familiar promedio mensual – Edad	97
Cuadro N° 30: Información de un especialista - Utilizaría los servicios	98
Cuadro N° 31: Presupuesto de marketing	122
Cuadro N° 31: Descripción de la tecnología y equipamiento	124
Cuadro N° 33: Equipamiento del área administrativa	126
Cuadro N° 34: Plan de producción	130
Cuadro N° 35: Capacidad productiva	131
Cuadro N° 36: Flujograma	132
Cuadro N° 37: Costo de la operación de Muebles y enseres	135
Cuadro N° 38: Costo de la operación de Equipo de computación	135
Cuadro N° 39: Costo de la operación de Maquinaria y equipo	135
Cuadro N° 40: Proceso de contratación del personal	141
Cuadro N° 41: Estructura organizacional	143
Cuadro N° 42: Inversión fija	161
Cuadro N° 43: Inversión fija Muebles y enseres	161
Cuadro N° 44: Inversión fija Equipo de computación	161
Cuadro N° 45: Inversión fija Maquinaria y equipo	161
Cuadro N° 46: Obras civiles e instalaciones	162
Cuadro N° 47: Remodelación de edificio	162
Cuadro N° 48: Inversión diferida	162
Cuadro N° 49: Cuadro resumen de la inversión	163
Cuadro N° 50: Cálculo de las depreciaciones	164
Cuadro N° 51: Amortización de la deuda	164
Cuadro N° 52: Precios de los Servicios prestados	165
Cuadro N° 53: Ingreso mensual	166
Cuadro N° 54: Proyección de los ingresos	166

Cuadro N° 55: Tarifa COSAALT	167
Cuadro N° 56: Tarifa SETAR	167
Cuadro N° 57: Tarifa EMTAGAS	167
Cuadro N° 58: Servicios básicos	168
Cuadro N° 59: Materiales e insumos	168
Cuadro N° 60: Alquiler del edificio	168
Cuadro N° 61: Clasificación de los costos según su variabilidad	169
Cuadro N° 62: Estado de resultados	173
Cuadro N° 63: Flujo de caja	174
Cuadro N° 64: Periodo de recuperación	175
Cuadro N°65: Balance inicial	177

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Edad	74
Gráfico N° 2: Ocupación	75
Gráfico N° 3: Estado Civil	76
Gráfico N° 4: Preparación física y psicológica	77
Gráfico N° 5: Riesgo de realizar ejercicio físico	78
Gráfico N° 6: Información de un especialista	79
Gráfico N° 7: Indicación del médico	80
Gráfico N° 8: Utilizaría los servicios	81
Gráfico N° 9: Frecuencias \$Servicios	82
Gráfico N° 10: Precio dispuesto a pagar	83
Gráfico N° 11: Medios de comunicación preferidos	84
Gráfico N° 12: Televisión - Frecuencias \$Canales	86
Gráfico N° 13: Radio - Frecuencias \$Radios	87
Gráfico N° 14: Periódico - Frecuencias \$Periódico	88
Gráfico N° 15: Horario de televisión de preferencia	89
Gráfico N° 16: Horario de radio de preferencia	90
Gráfico N° 17: Horario de internet de preferencia	91
Gráfico N° 18: Horario de periódico de preferencia	92
Gráfico N° 19: Búsqueda de información de un producto o servicio	93
Gráfico N° 20: Ingreso familiar promedio mensual	94
Cuadro N° 21: Edad – Riesgo de realizar ejercicio físico	95
Cuadro N° 22: Utilizaría los servicios – Edad	96
Gráfico N° 23: Ingreso familiar promedio mensual – Edad	97
Gráfico N° 24: Información de un especialista - Utilizaría los servicios	98

PERFIL

PRIMERA PARTE
MARCO TEÓRICO

SEGUNDA PARTE
MARCO PRÁCTICO

TERCERA PARTE
PROPUESTA

CAPITULO V
FASE ESTRATÉGICA

CAPITULO VI
FASE OPERATIVA