

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN**

**MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS**



**“PLAN DE NEGOCIO PARA EVALUAR LA VIABILIDAD  
ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE LA MIEL DE ABEJA EN TARIJA”**

**POR:**

**MERCADO ORTEGA DEYVID JUNIOR**

**PAZ ABAN MAYRA SOLEDAD**

**DOCENTE GUÍA: LIC. LUIS ENRIQUE GUTIEREZ**

**GRUPO: 2**

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**

**Abril, 2014**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedicamos a Dios quién supo guiarnos por el buen camino.

Este trabajo va dedicado también a nuestros padres por brindarnos su apoyo incondicional, y comprensión en todo momento.

<b>ÍNDICE</b>	<b>Pág.</b>
I.PERFIL DEL PROYECTO .....	1
1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2.JUSTIFICACIÓN.....	3
1.2.1. Justificación Social .....	4
1.2.2. Justificación Practica .....	4
1.2.3. Justificación Teórica .....	5
1.3.IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.3.1. Fundamentos del problema que se conocen.....	5
1.3.2. Identificación del mercado objetivo insatisfecho .....	7
1.3.3. Necesidades insatisfechas .....	7
1.3.3.1.Ventajas competitivas del satisfactor .....	8
1.3.3.2.Descripción general del satisfactor o idea de negocio .....	8
1.3.4. Oportunidades del negocio .....	9
1.3.5. Formulación del problema .....	10
1.4. OBJETIVOS .....	10
1.4.1. Objetivo General.....	10
1.4.2. Objetivos Específicos.....	10
1.5. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	10
1.5.1. Tipos de Estudio .....	10
1.5.1.1.Descriptivo .....	10
1.5.1.2. Correlacional .....	11
1.5.2. Métodos de investigación .....	11
1.5.2.1. Método Deductivo .....	11
1.5.2.2.Método Inductivo .....	11
1.5.3. Fuentes de información.....	12
1.5.3.1. Fuentes secundarias .....	12
1.5.3.2.Fuentes primarias.....	12
1.5.3.2.1. Entrevistas.....	12
1.5.3.2.2. Aplicación de Encuestas .....	13
1.6.ALCANCE DE LA INVESTIGACION .....	13

1.6.1. Alcance Espacial.....	13
1.6.2. Alcance Temporal.....	13
II. MARCO TEÓRICO.....	14
2.1. PLAN DE NEGOCIOS.....	14
2.1.1. Introducción .....	14
2.1.2. ¿Qué es un Plan de Negocios?.....	14
2.1.3. Definición de Plan de Negocios.....	15
2.1.4. Importancia de un Plan de Negocios .....	17
2.1.5. Funciones de un plan de negocios .....	18
2.1.6. Beneficios de un Plan de Negocios.....	19
2.1.7. Objetivos de un plan de Negocios .....	19
2.1.8. Características de un Plan de negocios .....	20
2.1.9. Ventajas de la Utilización de un Plan de Negocios .....	20
2.1.10. Esquema-resumen del Plan de Negocio.....	22
2.2.GENERALIDADES DE LA APICULTURA.....	27
2.2.1. Historia.....	27
2.2.2. La apicultura .....	28
2.2.3. La Abeja.....	28
2.2.4. Miel de Abeja.....	29
2.2.4.1.Proceso de Obtención .....	30
2.2.4.2.Composición físico-química .....	31
2.2.4.3.Aplicaciones terapéuticas.....	31
2.2.4.4.Clasificaciones de la miel .....	32
III. ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO.....	34
3.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO .....	34
3.1.1. Entorno político – legal.....	34
3.1.2. Entorno económico .....	35
3.1.2.1.Producto interno bruto .....	36
3.1.2.2.Índice de inflación.....	37
3.1.2.3.Desempleo.....	38
3.1.3. Entorno social - demográfico – cultural.....	39
3.1.3.1. Factores sociales .....	39

3.1.3.2.Factores demográficos .....	40
3.1.3.3.Factores culturales .....	42
3.1.4. Entorno tecnológico .....	43
3.1.5. Entorno ambiental.....	46
3.2.ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS.....	48
3.2.1. Rivalidad entre competidores actuales el sector .....	48
3.2.2. Ingreso potencial de nuevos competidores .....	49
3.2.3. Presiones competitivas de productos sustitutos .....	52
3.2.4. Poder de negociación con los proveedores .....	53
3.2.5. Poder de negociación con los compradores .....	54
IV. INVESTIGACION DE MERCADO .....	55
4.1. INTRODUCCIÓN .....	55
4.2.PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL .....	56
4.3.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	56
4.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	57
4.5.HIPÓTESIS.....	57
4.6.Objetivos de la investigación de mercado .....	58
4.6.1. Objetivo General.....	58
4.6.2. Objetivos Específicos.....	58
4.7.METODOLOGÍA.....	58
4.7.1. Investigación exploratoria.....	58
4.7.2. Investigación descriptiva .....	58
4.8.FUENTES DE INFORMACIÓN .....	58
4.8.1. Fuentes primarias .....	58
4.8.2. Fuentes secundarias .....	58
4.9. DISEÑO DE CUESTIONARIO .....	59
4.10.PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA .....	59
4.10.1. Definición de la población meta. ....	59
4.10.2. Marco de la muestra.....	59
4.10.3. Técnica de muestreo a emplear.....	60
4.10.4. Determinación del tamaño de la muestra.....	61
4.10.5. Aplicación de la encuesta.....	61

4.10.6. Interpretación de resultados .....	62
4.10.6.1.Demanda potencial .....	62
4.10.6.2.Frecuencia de Compra.....	65
4.10.6.3.Hábitos de consumo .....	67
4.10.6.4.Lugar de compra.....	71
4.10.6.5.Razón de consumo .....	73
4.10.6.6.Factores que influyen en la compra.....	74
4.10.6.7.Envase de preferencia.....	77
4.10.6.8.Consumidores y No consumidores .....	79
4.10.6.9.Consumidores y No consumidores .....	81
4.10.6.10. Ingreso aproximado .....	83
4.10.6.11. Consumo Anual en Kilogramos .....	84
4.11. Conclusiones.....	85
V. FASE ESTRATEGICA .....	87
5.1. INTRODUCCIÓN.....	87
5.2.NOMBRE DE LA EMPRESA .....	88
5.3.DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA .....	88
5.4.TIPO DE EMPRESA.....	88
5.5.VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA.....	89
5.5.1. Visión.....	89
5.5.2. Misión.....	89
5.6.OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	89
5.6.1. Objetivo general.....	89
5.6.2. Objetivos específicos .....	89
VI. FASE OPERATIVA .....	91
6.1. PLAN DE MARKETING.....	91
6.1.1. Elección de una estrategia de marketing.....	92
6.1.1.1.Estrategia de diferenciación.....	92
6.1.1.2.Estrategia nicho de mercado .....	93
6.1.1.3.Objetivos del plan estratégico de marketing .....	94
6.1.1.4. Ciclo de vida del producto.....	95
6.1.2. Estructura del mercado .....	98

6.1.2.1. Mercado formal .....	98
6.1.2.2. Mercado informal .....	99
6.1.3. Análisis de la demanda .....	100
6.1.4. Las 4 P's .....	100
6.1.4.1. Producto.....	101
6.1.4.2. Precio .....	105
6.1.4.3. Plaza.....	106
6.1.4.4. Promoción.....	108
6.1.5. Segmentación del mercado .....	115
6.2. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES .....	115
6.2.1. Localización y distribución de la planta .....	116
6.2.1.1. Localización .....	116
6.2.1.2. Distribución de la planta .....	116
6.2.2. Tecnología y equipamiento de la planta .....	124
6.2.3. Plan de producción.....	125
6.2.3.1. Plan de manejo de las colmenas .....	125
6.2.3.2. Operaciones en planta relacionadas con la producción de miel. ....	128
6.2.4. Requerimiento de materiales de producción.....	132
6.2.4.1. Insumos y Equipamiento Básico .....	132
6.2.5. Sistema de Calidad.....	138
6.2.7. Capacidad Productiva.....	140
6.3. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y DE RECURSOS HUMANOS .....	141
6.3.1. Identificación de los recursos humanos .....	141
6.3.1.1. Definición del Cargo .....	141
6.3.1.2. Perfil del Cargo .....	142
6.3.2. Estructura organizacional.....	142
6.3.3. Estructura departamental .....	143
6.3.4. Análisis y descripción de los puestos .....	145
6.3.5. Proceso de integración de personal.....	158
6.3.6. Administración de sueldos y salarios.....	161
6.3.6.1. Escala Salarial.....	161
6.3.6.2. Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios .....	162

6.4.PLAN FINANCIERO – ECONÓMICO.....	163
6.4.1. Objetivo general.....	163
6.4.2. Sistema contable de la empresa .....	164
6.4.2.1.Contabilidad de la empresa.....	165
6.4.2.2.Catálogo de cuentas .....	165
6.4.2.3.Software a utilizar.....	166
6.4.3. Inversiones .....	168
6.4.3.1.Inversiones fijas.....	168
6.4.3.2.Inversiones diferidas.....	170
6.4.3.3.Cuadro resumen de inversión .....	171
6.4.4. Análisis de costos.....	172
6.4.5. Financiamiento.....	174
6.4.6. Análisis de ingresos .....	174
6.4.7. Punto de Equilibrio .....	176
6.4.8. Flujo de caja.....	179
6.4.9. Calculo del VAN y TIR .....	180
6.4.10. Periodo de recuperación .....	180
VII. ANÁLISIS JURÍDICO – LEGAL.....	181
7.1.1. Introducción .....	181
7.1.2. Obligaciones fiscales .....	182
7.1.3. Fundempresa.....	182
7.1.4. SIN (Servicio De Impuestos Nacionales) .....	183
7.1.5. Gobierno Municipal.....	183
7.1.6. Caja de Salud .....	184
7.1.7. AFP .....	184
7.1.8. Ministerio de trabajo.....	185
CONCLUSIONES .....	186
RECOMENDACIONES.....	187
BIBLIOGRAFÍA .....	188
ANEXOS	