

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CATERING DE COMIDA Y
BEBIDAS SALUDABLES PARA EVENTOS INFANTILES EN LA PROVINCIA
CERCADO**

POSTULANTES: CRUZ ELIA ELVA

QUIRA HUALLPA CLAUDIA ARMINDA

DOCENTE GUIA: LIC. RIOS MOLINA LUZ DANIELA

Perfil a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO a la carrera de Administración de Empresas, como requisito para continuar con la investigación y presentar a los tribunales designados.

Septiembre 2019
TARIJA-BOLIVIA

V.B.

M. S.c. Lic. Luz Daniela Ríos Molina

DOCENTE GUÍA

M. Sc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega

DECANO

**FACULTAD CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

M. Sc. Lic. Víctor Vargas Rivera

VICEDECANO

**FACULTAD CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

M.Sc. Víctor John Vaca Jerez

DIRECTOR DE DEPARTAMENTO

ADMINISTRACIÓN Y ADM APLICADA

APROBADO POR:

TRIBUNAL:

Lic. Freddy Riera

TRIBUNAL

Lic. Tatiana Martínez Maldonado

TRIBUNAL

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	3
1.2.1. <i>Justificación Económica</i>	3
1.2.1. <i>Justificación Social</i>	3
1.2.3. <i>Justificación Práctica</i>	3
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.3.1. <i>Identificación de la oportunidad</i>	4
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.4.1. <i>Objetivo de estudio</i>	5
1.4.2. <i>Campo de acción</i>	5
1.5. OBJETIVOS	5
1.5.1. <i>Objetivo general</i>	5
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>	5
1.6. DISEÑO METODOLÓGICO	6
1.6.1. <i>Tipo de investigación</i>	6
1.6.2. <i>Fuentes de información</i>	7
1.6.3. <i>Población y muestra</i>	8
1.6.4. <i>Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos</i>	9
1.7. ALCANCE ESPACIAL Y TEMPORAL.....	10
1.7.1. <i>Delimitación geográfica</i>	10
1.7.2. <i>Delimitación teórica</i>	10
1.7.3. <i>Delimitación temporal</i>	10
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO (PESTA)	12
2.1. FACTOR POLÍTICO-LEGAL	12
2.2. FACTOR ECONÓMICO	15
2.3. FACTOR SOCIAL.....	19
2.4. FACTOR TECNOLÓGICO.....	21
2.5. FACTOR AMBIENTAL	22
2.6. MATRIZ MACROECONÓMICO	24
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO (LAS 5 FUERZAS DE PORTER)	26
3.1. AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	27
3.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	28
3.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	29
3.4. AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	29
3.5. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	30
3.6. MATRIZ DEL MICRO ENTORNO	31
4. EL PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA	33
4.1. VISIÓN	33
4.2. MISIÓN.....	33
4.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	33
4.4. ESTRATEGIA DEL NEGOCIO	33
4.5. UBICACIÓN Y TAMAÑO	35

4.5.1. Ubicación.....	35
4.5.2. Tamaño	36
4.6. VALORES	36
5. PLAN DE MARKETING	39
5.1. OBJETIVOS DE MARKETING.....	39
5.2. MEZCLA DE MARKETING	39
5.2.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	39
5.2.2. PRODUCTO.....	40
5.2.3. PRECIO.....	44
5.2.4. PLAZA	46
5.2.5. PROMOCIÓN.....	46
6. INVESTIGACION DE MERCADO	47
6.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	48
6.1.1. Objetivo general.....	48
6.1.2. Objetivos específicos	48
6.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	48
6.2.1. Investigación exploratoria.....	48
6.2.2. La investigación descriptiva	49
6.2.3. Determinación de la población.....	49
6.2.4. Determinación de la muestra	50
6.3. INSTRUMENTO.....	50
6.3.1. RESULTADOS OBTENIDOS	51
6.3.2. CONCLUSIONES	58
7. ÁREA DE PRODUCCIÓN	61
7.1. OBJETIVOS DE OPERACIÓN	61
7.2. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	61
7.2.1. EQUIPO E INSTALACIONES.....	61
7.2.2. MATERIA PRIMA.....	63
7.3. CAPACIDAD INSTALADA	67
7.4. DISEÑO, DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINA	68
7.5. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO	69
7.5.1. FLUJO GRAMA	69
7.5.2. Diagrama de Flujo de Producción	72
8. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	74
8.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE LA ORGANIZACIÓN	74
8.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	74
8.3.1. NIVEL ESTRATÉGICO	75
8.3.2. NIVEL DIRECTIVO.....	76
8.3.3. NIVEL OPERATIVO	77
8.4. CAPTACIÓN DE PERSONAL	80
8.4.1. Reclutamiento	80
8.4.2. Selección.....	80
8.4.3. Contratación.....	81
8.4.4. Inducción	82

8.5. DESARROLLO DE PERSONAL.....	82
8.6. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	82
8.7. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.	84
8.8. RELACIONES DE TRABAJO	84
8.9. CULTURA ORGANIZACIONAL	85
8.10. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	86
8.10.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL	86
PLAN FINANCIERO	93
9. PLAN FINANCIERO	94
9.1. INVERSIÓN INICIAL.....	94
9.1.1. INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES.....	94
9.1.2. INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN	95
9.1.3. INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO.....	95
9.1.4. INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS	96
9.1.5. INVERSIÓN DIFERIDA.....	96
9.2. CAPITAL DE TRABAJO	97
9.3. INVERSIÓN INICIAL.....	98
9.4. DETERMINACIÓN DE COSTO TOTAL.....	98
9.4.1. COSTO VARIABLE.....	98
9.5. COSTO VARIABLE TOTAL	101
9.5.1. COSTO VARIABLE POR PAQUETES	102
9.5.2. DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS	102
9.6. DEPRECIACIÓN.....	103
9.7. SUELDOS Y SALARIOS	104
9.8. DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS UNITARIOS	105
9.9. ASIGNACION DE COSTOS FIJOS POR PAQUETES.....	105
9.10. DETERMINACIÓN DE COSTO TOTAL Y DE VENTA POR PAQUETE	106
9.11. PRECIO DE VENTA	107
9.12. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	107
9.13. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	108
9.14. PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	108
9.15. FLUJO DE CAJA	109
9.16. INDICADORES FINANCIEROS	110
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	112
BIBLIOGRAFÍA.....	115
21. ANEXOS	119

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien nos dio la vida y nos ha acompañado durante nuestros estudios, dándonos inteligencia y salud.

A nuestros padres y hermanos, quienes nos han brindado su apoyo todo el tiempo.

A la Lic. Luz Daniela Ríos Molina nuestra docente guía por la paciencia prestada para que este trabajo sea recurso de mejora.

PENSAMIENTO

“Yo hago lo que usted no puede, y usted hace lo que yo no puedo.

Juntos podemos hacer grandes cosas”.

Madre Teresa de Calcuta.