

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



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ORÉGANO EN LA CIUDAD DE TARIJA,  
PROVINCIA CERCADO**

**POR:**

**ANALIA BELEN FLORES DIAZ**

Proyecto 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 2022

**TARIJA - BOLIVIA**

## DEDICATORIA

A Dios, por permitir llegar hasta este momento hermoso, por los momentos de dolor y de alegría que me ha enseñado a valorarlo y respetarlo todos los días de mi vida, a mis padres, por el apoyo incondicional en el transcurso estudiantil, con sus consejos que me han permitido elegir una carrera de formación profesional, a mis docentes por su esfuerzo de enseñarnos, por su sabiduría que nos transmitieron en cada momento de las clases

## INDICE DE CONTENIDO

PERFIL DE INVESTIGACIÓN.....	1
1. JUSTIFICACIÓN.....	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
2.1. Identificación de Necesidades Insatisfechas del Mercado Objetivo .....	3
3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	5
3.1. Objetivo General .....	5
3.2. Objetivos Específicos .....	5
4. MARCO METODOLÓGICO .....	6
4.1. Investigación Exploratoria.....	6
4.2. Investigación Concluyente - Descriptivo .....	6
4.3. Métodos de Investigación.....	7
4.4. Técnicas de Investigación.....	7
4.5. Fuentes de Recolección de Datos.....	7
5. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	8
5.1. Alcance Temporal .....	8
5.3. Alcance Espacial .....	8
CAPÍTULO I: ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	10
1.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO .....	10
1.1.1. Factor Político Legal .....	10
1.1.2. Factor Económico.....	13
1.1.3. Factor Social – Cultural.....	15

1.1.4. Factor Tecnológico.....	17
1.2. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO.....	18
1.2.1. Consumidores.....	18
1.2.2. Competidores.....	19
1.2.3. Amenaza de Nuevos Entrantes.....	19
1.2.3. Proveedores.....	21
1.2.4. Productos Sustitutos.....	23
1.2.5. Resumen de las 5 Fuerzas de Porter.....	25
1.3. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	26
CAPÍTULO II: PLAN DE MARKTETING.....	1
2.1. OBJETIVOS DE MARKETING.....	28
2.1.1. Objetivo General.....	28
2.1.2. Objetivos Específicos.....	28
2.2. ESTUDIO DE MERCADO.....	29
2.2.1. Problema Gerencial.....	29
2.2.2. Identificación del Problema.....	30
2.2.3. Formulación del Problema.....	30
2.2.4. Hipótesis.....	30
2.2.5. Objetivos del Estudio de Mercado.....	31
2.2.6. Metodología de la Investigación.....	31
2.2.7. Diseño de Investigación.....	32

2.2.8. Cálculo de la Muestra.....	33
3.2.10. Presentación de los Resultados (Mediante gráficos estadísticos).....	35
2.2.10. Conclusiones del Estudio de Mercado .....	66
2.2.11. Estimación De La Demanda.....	69
2.2.12. Proyección de la Demanda .....	70
2.3. SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING .....	72
2.3.1. Segmentos de Mercado.....	73
2.3.2. Marketing Mix para cada Segmento.....	74
2.3.3. Estrategia de Penetración de Mercado .....	80
2.4. PRESUPUESTO DE MARKETING .....	84
CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES .....	1
3.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	86
3.1.1. Objetivo General .....	86
3.1.2. Objetivos Específicos .....	86
3.2. DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO .....	86
3.2.1. Propiedades Nutricionales.....	87
4.2.2. Valor Nutricional del Orégano .....	88
3.2.3. Diseño de la Etiqueta del Producto .....	89
3.2.4. Presentación del producto: .....	89
3.3. REQUERIMIENTOS DE PRODUCCIÓN.....	90
3.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA .....	91

3.4.1. Equipos y Maquinarias .....	91
3.5. CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN .....	93
3.6. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	94
3.7. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS .....	95
3.8. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	96
3.8.1. Tipo de Proceso .....	96
3.8.2. Proceso de Agro Producción .....	99
3.9. MATERIAS PRIMAS EMPLEADAS EN EL PROCESO .....	101
3.10. MATERIALES .....	102
3.10.1. Necesidad de materia prima .....	102
3.10.2. Proveedores negociables .....	102
3.10.3. Sistema de Compras .....	102
3.11. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL .....	102
3.12. CONTROL DE CALIDAD .....	103
3.13. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN .....	105
CAPÍTULO IV: PLAN ORGANIZACIONAL .....	107
4.1. ASPECTOS LEGALES DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA .....	107
4.1.1. Marco de Referencia Estratégica .....	107
4.2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA .....	108
4.2.1. Objetivo General .....	108
4.2.2. Objetivos Específicos .....	108
4.3. ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO .....	109

4.4. DISEÑO ORGANIZACIONAL .....	109
4.4.1. Estructura Organizacional .....	110
4.4.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones .....	113
4.4.3. Proceso de Integración del Personal.....	120
4.5. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS .....	123
4.5.1. Escala Salarial .....	124
4.5.2. Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios .....	124
4.6. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN .....	127
4.6.1. Obligaciones Fiscales .....	127
CAPÍTULO V: PLAN FINANCIERO .....	61
5.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA .....	129
5.1.1. Objetivo General .....	129
5.1.2. Objetivos Específicos .....	129
5.2. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL .....	129
5.2.1. Inversión Fija.....	130
5.2.2. Inversión Diferida.....	133
5.2.3. Inversión en Capital de Trabajo .....	133
5.2.4. Total Inversión.....	134
5.3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....	134
5.4. ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO .....	135
5.5. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	136
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO FÍSICO Y MONETARIO .....	137

5.7. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS .....	139
5.8. ESTRUCTURA FINANCIERA.....	140
5.8.1. Balance de Apertura .....	140
5.8.2. Indicadores Financieros Escenario Probable.....	143
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	145
6.1 CONCLUSIONES.....	149
6.2 RECOMENDACIONES .....	150
BIBLIOGRAFÍA Y WEBLOGRAFÍA.....	149

## INDICE DE CUADROS

CUADRO 1 CRECIMIENTO DEL PIB REAL .....	14
CUADRO 2 TARIJA: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN TOTAL, SEGÚN EDAD DE 2012 y 2021.....	16
CUADRO 3 MAQUINARIAS NECESARIAS .....	22
CUADRO 4 INSUMOS PARA LA PRODUCCION.....	23
CUADRO 5 RESUMEN DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	25
CUADRO 6 PASOS PARA LA INVESTIGACION DE MERCADO .....	29
CUADRO 7 CALCULO DE LA MUESTRA.....	35
CUADRO 8 PROYECCION DE LA DEMANDA OPTIMISTA.....	71
CUADRO 9 PROYECCION DE LA DEMANDA EN UNIDADES DE PRODUCCION.....	71
CUADRO 10 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PESIMISTA .....	72
CUADRO 11 PRECIOS DEL OREGANO ENVASADO .....	78
CUADRO 12 PRESUPUESTO DE MARKETING (En bolivianos).....	85
CUADRO 13 PROPIEDADES NUTRICIONALES – PRODUCTO ORÉGANO.....	87
CUADRO 14 DESCRIPCION TECNICA DE LAS MAQUINARIAS Y EQUIPO.....	90



CUADRO 15	MUEBLES Y MOBILIARIO .....	93
CUADRO 16	CAPLCULO DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA .....	93
CUADRO 17	PROCESO PRODUCTIVO DEL OREGANO .....	98
CUADRO 18	PROGRAMA DE PRODUCCION .....	105
CUADRO 19	HABER BASICO - EL TAMBO .....	124
CUADRO 20	APORTES LABORALES Y PATRONALES PARA EL ESTABLECIMIENTO DE LAS PLANILLAS .....	125
CUADRO 21	PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS - EL TAMBO.....	126
CUADRO 22	PLANILLA DE SUELDOS CON AGUINALDO .....	127
CUADRO 23	OBLIGACIONES FISCALES PARA UNA EMPRESA UNIPERSONAL.....	128
CUADRO 24	OBLIGACIONES SOCIALES - EL TAMBO .....	128
CUADRO 25	INVERSION DE MAQUINARIA Y EQUIPO (EN BOLIVIANOS) .....	131
CUADRO 26	INVERSION EN MUEBLES Y ENSERES (EN BOLIVIANOS).....	132
CUADRO 27	EQUIPO DE COMPUTACION (EN BOLIVIANOS) .....	132
CUADRO 28	INVERSION DIFERIDA (EN BOLIVIANOS).....	133
CUADRO 29	INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO (EN BOLIVIANOS) .....	134
CUADRO 30	TOTAL INVERSION - EL TAMBO (EN BOLIVIANOS) .....	134
CUADRO 31	FUENTE DE FINANCIAMIENTO (EN BOLIVIANOS) .....	135
CUADRO 32	COSTO DE PRODUCCIÓN (EN BOLIVIANOS).....	136
CUADRO 33	PRECIO DE VENTA – OREGANO EL TAMBO .....	137
CUADRO 34	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES - “EL TAMBO” .....	139
CUADRO 35	PROYECCION DE INGRESOS EN BOLIVIANOS .....	140
CUADRO 36	FLUJO DE CAJA PROYECTADO – ESCENARIO PROBABLE .....	142
CUADRO 37	INDICADORES FINANCIEROS ESCENARIO PROBABLE .....	143
CUADRO 38	FLUJO DE CAJA PROYECTADO – ESCENARIO MALO .....	145
CUADRO 39	INDICADORES FINANCIEROS DEL ESCENARIO MALO .....	146
CUADRO 40	FLUJO DE CAJA PROYECTADO – ESCENARIO ÓPTIMO.....	147
CUADRO 41	INDICADORES FINANCIEROS DEL ESCENARIO ÓPTIMO.....	148

## INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	OREGANO SECO EN HOJA.....	75
GRÁFICO 2	PRESENTACION DEL PRODUCTO.....	76
GRÁFICO 3	ETIQUETA DEL PRODUCTO OREGANO.....	76
GRÁFICO 4	LOGO DE LA EMPRESA EL TAMBO.....	77
GRÁFICO 5	SEGUNDO LOGO IDENTIFICATIVO DE LA EMPRESA EL TAMBO.....	77
GRÁFICO 6	CANAL DE DISTRIBUCION – EMPRESA EL TAMBO.....	80
GRÁFICO 7	PUBLICIDAD RADIAL.....	82
GRÁFICO 8	RADIO TROPICAL.....	83
GRÁFICO 9	RADIO PACHAMAMA.....	83
GRÁFICO 10	EXHIBIDORES DEL PRODUCTO.....	84
GRÁFICO 11	VALORES NUTRICIONALES DEL OREGANO.....	88
GRÁFICO 12	DISEÑO DE LA ETIQUETA - PRODUCTO ORÉGANO.....	89
GRÁFICO 13	PRESENTACION DEL PRODUCTO OREGANO.....	89
GRÁFICO 14	LOCALIZACION DE LA EMPRESA.....	94
Gráfico 15	DISEÑO Y DISTRIBUCION DE LA PLANTA.....	95
Gráfico 16	FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA EL ORÉGANO.....	97
GRÁFICO 17	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA DE ORÉGANO “EL TAMBO”.....	112
GRÁFICO 18	PROCESO DE INTEGRACION DE PERSONAL.....	120
GRÁFICO 19	BALANCE DE APERTURA - EL TAMBO.....	141