

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



ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TÉ DE PLANTAS NATURALES

POSTULANTES:

CAMPERO CARRASCO IRMA

CARDOZO RAMOS SANDRA ROXANA

DOCENTE GUÍA:

LIC. VARGAS RIVERA VICTOR JORGE

Tarija – Bolivia

Marzo 2022

Dedicatoria

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios quien como guía bendijo siempre el caminar de nuestras vidas, y con mucho cariño a nuestros padres que con su apoyo incondicional permitieron que podamos culminar nuestra carrera profesional y el apoyo de nuestros docentes que permitieron alcanzar con éxito una vida académica.

INDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I: PERFIL DE INVESTIGACIÓN	13
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. JUSTIFICACIÓN O FUNDAMENTACIÓN.....	2
1.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	3
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.4.1. Identificación de las necesidades	4
1.4.2. Formulación del problema.....	4
1.5. OBJETIVOS	5
1.5.1. Objetivo General	5
1.5.2. Objetivos específicos	5
1.6. MARCO METODOLÓGICO	5
1.6.1. Investigación Exploratoria	5
1.6.2. Investigación Descriptiva	6
1.7. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.7.1. Alcance Temporal	6
1.7.2. Alcance Espacial.....	6
CAPITULO II: DIAGNÓSTICO DEL MERCADO	7
2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO	7
2.1.1. Factor Político - Legal	7
2.1.2. Factor Social - Cultural.....	17
2.1.3. Factor Tecnológico.....	19
2.1.4. Factor Ambiental	21
2.2. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL CONTEXTO	22
2.2.1. Oportunidades y amenazas	22
2.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO.....	23
2.3.1. Poder de negociación de los clientes.....	23
2.3.2. Revalidad entre los competidores existentes	23
2.3.3. Amenaza de nuevos entrantes	27
2.3.4. Amenaza de productos o servicios sustitutos	28
2.3.5. Poder de negociación con los proveedores	30

2.3.5. Resumen de las 5 Fuerzas de Michael Porter	31
CAPITULO III: PLAN DE NEGOCIOS	32
3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	33
3.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	33
3.2.1. Formulación del Problema	33
3.2.2. Objetivos de la Investigación de Mercado	33
3.3. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	34
3.3.1. Fuentes de Información	34
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	35
3.4.1. Definición de la Población Meta	35
3.4.2. Cálculo de la Muestra	36
3.4.3. Determinación del Tamaño de la Muestra	36
3.5. TRABAJO DE CAMPO	37
3.5.1. Diseño del Cuestionario	38
3.5.2. Presentación de los Resultados	38
3.5.3. Conclusiones de la Investigación	83
3.6. ANÁLISIS F.O.R.D. INDUSTRIAL	84
3.6.1. Factores Internos	85
3.6.2. Factores Externos	86
CAPITULO IV: PLAN DE MARKETING	27
4.1. DISEÑO Y ESTRUCTURA DEL PLAN DE MARKETING	87
4.1.1. Objetivos de Marketing	87
4.1.2. Mercado Potencial	88
4.1.3. Estimación de la Demanda Potencial	88
4.1.4. Proyección de la Demanda en Unidades de Producción	89
4.2. MARKETING MIX	89
4.2.1. Producto	90
4.2.2. Precio	96
4.2.3. Plaza/Canal de Distribución	98
4.2.4. Promoción	99
4.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING	102

4.3.1. Misión de la Empresa.....	102
4.3.2. Visión de la Empresa	102
4.3.3. Objetivo Corporativo	103
4.4. ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO.....	103
4.4.1. Objetivo.....	103
4.4.2. Problema.....	103
4.4.3. Meta.....	103
4.4.4. Nombre de la Estrategia	103
4.4.5. Políticas	103
4.4.6. Tácticas.....	104
4.4.7. Actividades.....	106
4.4.8. Resultados Esperados	109
4.5. ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN.....	109
4.6. PREPUESTO DE MARKETING.....	110
CAPITULO V: PLAN DE PRODUCCIÓN	111
5.1. PLAN DE PRODUCCIÓN	111
5.2. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	111
5.2.1. Objetivo General	111
5.2.2. Objetivos Específicos.....	111
5.3. DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	111
5.3.1. Descripción de Insumos.....	112
5.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	113
5.5. DIAGRAMA DE PROCESOS.....	113
5.5.1. Tipo de Proceso.....	114
5.5.2. Esquemmatización del proceso de producción.....	116
5.6. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	117
5.7. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES.....	125
5.7.1. Necesidad de Materia Prima.....	125
5.7.2. Proveedores (Materia Prima e Insumos).....	125
5.7.3. Sistema de Compra	126
5.8. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	126

5.9. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LAS INSTALACIONES.....	127
5.10. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	128
5.10.1. Higiene Personal.....	128
5.10.2. Higiene de las Instalaciones de la Empresa y Maquinaria	130
5.11. CONTROL DE CALIDAD	131
CAPITULO VI: PLAN ORGANIZACIONAL.....	132
6.1. ASPECTOS LEGALES DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA EMPRESA ...	132
6.2. MARCO DE REFERENCIA ESTRATÉGICA.....	133
6.2.1. Misión.....	133
6.2.2. Visión	134
6.2.3. Valores de la Empresa	134
6.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA	134
6.3.1. Objetivo General	134
6.3.2. Objetivos Estratégicos	134
6.4. PERFIL DEL CLIENTE.....	135
6.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	135
6.5.1. Diseño Organizacional.....	136
6.6. MANUAL DE FUNCIONES PARA LA ORGANIZACIÓN.....	137
6.7. PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL	147
6.7.1. Reclutamiento	147
6.7.2. Selección	147
6.7.3. Socialización (inducción).....	148
6.7.4. Orientación sobre el Departamento y el Puesto.....	149
6.7.5. Evaluación de Desempeño	149
6.8. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	150
6.8.1. Escala Salarial	150
6.8.2. Propuesto de mano de obra o planilla de sueldos y salarios	151
CAPITULO VII: PLAN FINANCIERO	110
7.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	154
7.1.1. Objetivo General	154
7.1.2. Objetivos Específicos.....	154

7.2. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA	155
7.3. ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO	156
7.4. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	159
7.4.1. Precio con Factura y sin Factura	160
7.5. PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES Y BOLIVIANOS.....	160
7.6. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS	161
7.7. ESTRUCTURA FINANCIERA	162
7.7.1. Inversiones.....	162
7.7.2 Fuentes de Financiamiento.....	167
7.7.3. Balance de Apertura	167
7.7.4. Estructura de Inversión y Financiamiento	169
7.8. FLUJOS DE CAJA PARA UNA VIDA UTIL DE CINCO AÑOS	169
7.9. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO PARA CINCO AÑOS	171
7.10. ANÁLISIS DE ESCENARIOS.....	172
7.11. INDICADORES FINANCIEROS – ESCENARIO MALO	174
7.12. INDICADORES FINANCIEROS ESCENARIO ÓPTIMO.....	177
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	179
Conclusiones	179
Recomendaciones.....	180

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Nivel Salarial Según Periodos de 1991-2020.....	14
Ilustración 2 Té Windsor	24
Ilustración 3 Té Paris.....	25
Ilustración 4 Yervas Naturales.....	26
Ilustración 5 El Café	28
Ilustración 6 Jugos y Licuados.....	29

Ilustración 7 La Leche	29
Ilustración 8 Género de los Encuestados	39
Ilustración 9 Edad por Rangos	40
Ilustración 10 Consumo de Plantas Naturales.....	41
Ilustración 11 Gráfico de Barras – Consumo de Plantas Naturales.....	43
Ilustración 12 Gráfico de Barras – Que el Té tenga Sabor Agradable y Delicioso	45
Ilustración 13 Gráfico de Barras – Que el Té tenga Propiedades que Regulen y Corrijan la Digestión	47
Ilustración 14 Gráfico de Barras – Que el Té tenga Propiedades Adelgazantes	49
Ilustración 15 Gráfico de Barras – El Té a un Precio Justo	51
Ilustración 16 Gráfico de Barras – Un Té para cada Problema de Salud	53
Ilustración 17 Gráfico de Barras - Información de los Beneficios del Té en Medio9s Digitales	55
Ilustración 18 Calificación Total de la Pregunta ¿Un Té de Plantas Naturales debería tener Varios Beneficios para la Salud?	56
Ilustración 19 Gráfico de Barras – Razón 1 por las que las Personas toman Té	58
Ilustración 20 Gráfico de Barras - Razón 2 por las que Tomaría Té.....	60
Ilustración 21 Gráfico de Barras - Razón 3 por las que Tomaría Té.....	62
Ilustración 22 Gráfico de Barras - Frecuencia de Consumo	64
Ilustración 23 Gráfico de Barras - Nombre del Producto es Importante	66
Ilustración 24 Gráfico de Barras - La Empresa sea Confiable y con Autorización de Autoridades en Salud.....	68

Ilustración 25 Gráfico de Barras - La Presentación del Producto debe ser en Saquitos para Infusión.....	70
Ilustración 26 Gráfico de Barras - El Producto no tenga Químicos y sea 100% Natural.....	72
Ilustración 27 Gráfico de Barras - El Producto no tenga Efecto Rebote o Contraindicaciones.....	74
Ilustración 28 Calificación Total de la Pregunta ¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?.....	75
Ilustración 29 Gráfico de Barras - Punto de Venta	77
Ilustración 30 Gráfico de Barras - Publicidad Tradicional	79
Ilustración 31 Gráfico de Barras - Publicidad Digital.....	81
Ilustración 32 Gráfico de Barras - Opciones para Tratar una Enfermedad.....	83
Ilustración 33 Características del Producto TÉ NUTRIDELGAZAN.....	90
Ilustración 34 Diseño del Empaque del Producto TÉ NUTRIDELGAZAN	93
Ilustración 35 Logotipo del Producto TÉ NUTRIDELGAZAN.....	95
Ilustración 36 Acuerdos Estratégicos	104
Ilustración 37 Distribuidores	105
Ilustración 38 Comercialización	105
Ilustración 39 Actividades	106
Ilustración 40 Publicidad.....	107
Ilustración 41 Página de Facebook	107
Ilustración 42 Publicidad Radial.....	108
Ilustración 43 Tarjetas de Presentación	108

Ilustración 44 Diagrama de Procesos de Producción	114
Ilustración 45 Proceso Productivo	116
Ilustración 46 Maquinaria de Lavado.....	117
Ilustración 47 Capacidad del LHC 300	119
Ilustración 48 Maquinaria de Secado	120
Ilustración 49 Maquinaria de Triturado	121
Ilustración 50 Máquina de Empacado	123
Ilustración 51 Mapa Macro Localización de la Empresa.....	126
Ilustración 52 Distribución Física de la Planta de Producción	127
Ilustración 53 Organigrama de la Empresa	136
Ilustración 54 Sistema Contable MÓNICA.....	156

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Impuesto de Ley Vigentes	11
Tabla 2 Variables Macroeconómicas de Bolivia 2018 y 2019	15
Tabla 3 Tarija: Población Total Proyectada, Provincia Cercado.....	19
Tabla 4 Análisis de los Competidores	27
Tabla 5 Resumen de las 5 Fuerzas de Michael Porter.....	31
Tabla 6 Cálculo del Tamaño de la Muestra	37
Tabla 7 Indicador Alpha de Cronbach	38
Tabla 8 Género de los Encuestados	38
Tabla 9 Edad por Rangos.....	39



Tabla 10 Consumo de Plantas Naturales	40
Tabla 11 Frecuencias Consumo de Plantas Naturales.....	42
Tabla 12 Té de Plantas Naturales – Sabor Agradable y Delicioso	44
Tabla 13 Té de Plantas Naturales - Propiedades que Regulen y Corrijan la Digestión	46
Tabla 14 Té de Plantas Naturales – Propiedades Adelgazantes.....	48
Tabla 15 Té de Plantas Naturales – Un Precio Justo	50
Tabla 16 Té de Plantas Naturales – Para cada Problema de Salud.....	52
Tabla 17 Té de Plantas Naturales – Información de los Beneficios del Té en Medio9s Digitales.....	54
Tabla 18 Calificación Total de la Pregunta 3 Tipo Likert	55
Tabla 19 Razón 1 por las que Tomaría Té	57
Tabla 20 Razón 2 por las que Tomaría Té	59
Tabla 21 Razón 3 por las que Tomaría Té	61
Tabla 22 Frecuencia de Consumo.....	63
Tabla 23 Té de Plantas Naturales - Nombre del Producto es Importante	65
Tabla 24 Té de Plantas Naturales - La Empresa sea Confiable y con Autorización de Autoridades en Salud.....	67
Tabla 25 Té de Plantas Naturales - La Presentación del Producto debe ser en Saquitos para Infusión.....	69
Tabla 26 Té de Plantas Naturales - El Producto no tenga Químicos y sea 100% Natural.....	71



Tabla 27 Té de Plantas Naturales - El Producto no tenga Efecto Rebote o Contraindicaciones.....	73
Tabla 28 Calificación Total de la Pregunta 6 Tipo Likert	75
Tabla 29 Té de Plantas Naturales - Punto de Venta	76
Tabla 30 Té de Plantas Naturales - Publicidad Tradicional	78
Tabla 31 Té de Plantas Naturales - Publicidad Digital.....	80
Tabla 32 Té de Plantas Naturales - Opciones para Tratar una Enfermedad.....	82
Tabla 33 Proyección de la Demanda en Unidades de Producción.....	89
Tabla 34 Propiedades de las Plantas Naturales para la Elaboración del Té	91
Tabla 35 Precios de Venta Por Mayor y Menor	97
Tabla 36 Marketing Mix - TÉ NUTRIDELGAZAN	97
Tabla 37 Canales de Distribución - TÉ NUTRIDELGAZAN.....	98
Tabla 38 Canal de Distribución - TÉ NUTRIDELGAZAN	99
Tabla 39 Canales de Comunicación - TÉ NUTRIDELGAZAN	100
Tabla 40 Programación de Promociones - TÉ NUTRIDELGAZAN.....	101
Tabla 41 Estrategias de Promoción - TÉ NUTRIDELGAZAN.....	102
Tabla 42 Presupuesto De Marketing (Expresado en bolivianos)	110
Tabla 43 Capacidad Técnica - Máquina de Embalaje	124
Tabla 44 Haber Básico - Empresa de "FLOR DEL CAMPO".....	151
Tabla 45 Descuentos Laborales y Patronales Empresa FLOR del CAMPO	152
Tabla 46 Planilla de Sueldos y Salarios Empresa FLOR del CAMPO.....	153
Tabla 47 Materia Prima para NUTRIDELGAZAN	157
Tabla 48 Costo de Producción NUTRIDELGAZAN	158

Tabla 49 Costo de Ventas NUTRIDELGAZAN	159
Tabla 50 Precio Con Factura y Sin Factura.....	160
Tabla 51 Proyección de la Demanda en Bolivianos	162
Tabla 52 Inversión en Servicios Básico	163
Tabla 53 Inversión en Maquinaria y Equipo	164
Tabla 54 Muebles y Enseres de Administración.....	165
Tabla 55 Equipo de Computación	166
Tabla 56 Gastos de Constitución y Organización.....	166
Tabla 57 Fuente de Financiamiento	167
Tabla 58 Balance de Apertura - Empresa "FLOR del CAMPO".....	168
Tabla 59 Estructura de Inversión y Financiamiento.....	169
<i>Tabla 60 Flujo de Caja Proyectado – Escenario Probable</i>	<i>170</i>
Tabla 61 Indicadores Financieros - Escenario Probable	171
Tabla 62 Flujo de Caja Proyectado - Escenario Malo.....	173
Tabla 63 Indicadores Financieros - Escenario Malo; Error! Marcador no definido.	
Tabla 64 Flujo de Caja Proyectado - Escenario Óptimo.....	176
Tabla 65 Indicadores Financieros - Escenario Óptimo	177