

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

MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN

MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA
PROCESADORA DE CARNES FRÍAS EN LA PROVINCIA
CERCADO”**

ELABORADO POR:

**ARENAS FLORES LUIS ALFREDO
BOLÍVAR CABELLO OSCAR**

DOCENTE: Lic. JAVIER CASTELLANOS ZAMORA

Diciembre 2012

TARIJA - BOLIVIA

DEDICATORIA

La tesis la dedicamos con todo el amor y cariño a Dios por ayudarnos siempre a levantarnos en los fracasos, por dejarnos aprender de ellos y principalmente por permitirnos realizar el sueño más importante de la vida.

Y a nuestras familias por darnos su apoyo comprensión y paciencia para que pudiésemos concluir con nuestros estudios siendo esta evidencia de su gran amor ¡gracias!.

Y por último a todos aquellos que creyeron en mí y contribuyeron de una u otra forma a convertir este ideal en una realidad.

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas a las que nos gustaría agradecer por su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de la vida algunas están aquí con nosotros y otras en el recuerdo y el corazón. Sin importar en donde estén queremos darles las gracias por formar parte de nuestras vidas por todo lo que significaron en ella y por todas sus bendiciones que trajeron consigo

PENSAMIENTO

Enseñar no es una función vital porque no tiene el fin en sí mismo, la función vital es aprender...

Aristóteles

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1. Antecedentes	1
2. Justificación	3
3. Planteamiento del problema	4
3.1. Formulación del problema	5
4. Objetivos	5
4.1. Objetivos generales	5
4.2. Objetivos específicos	6
5. Metodología de la investigación	6
5.1. Alcance	9

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL MACROENTORNO E INVESTIGACION DE MERCADO

1.1. Análisis del macroentorno	10
1.1.1. Análisis PESTA	10
1.1.1.1 Análisis del entorno político legal	12
1.1.1.2. Análisis del entorno económico	13
1.1.1.3. Análisis del entorno social	16
1.1.1.4. Análisis del entorno tecnológico	17
1.1.1.5. Análisis del entorno ambiental	18
1.2. Análisis del Mercado	19
1.2.1. Investigación de mercado	19
1.2.1.1. Problema de investigación de mercado	19
1.2.1.2. Formulación del problema de mercado	19
1.2.1.3. Pregunta de investigación de mercado	20
1.2.1.4. Hipótesis	20
1.2.2. Objetivos del análisis de mercado	20
1.2.2.1. Objetivo general	20
1.2.2.2. Objetivos específicos	20
1.2.2.3. Diseño de la investigación	20
1.2.2.4. Determinación del tamaño de la muestra	21
1.2.2.4.1. Formulación del tamaño de muestra	21
1.2.3. Análisis de resultados	22
1.2.4. Perfil del consumidor y comprador	34
1.2.5. Análisis de la competencia	35
1.2.6. Análisis de los proveedores	38
1.2.7. Análisis de la demanda.	38

CAPÍTULO II
PLAN DE MARKETING

2.1. Marketing mix	44
2.1.2. Objetivos del marketing	44
2.1.3. Mezcla comercial.....	44
2.1.3.1. Producto	45
2.1.3.2. Precio	47
2.1.3.3. Plaza	48
2.1.3.4. Promoción	48

CAPÍTULO III
PLAN DE PRODUCCIÓN

3.1. Objetivos de la producción	50
3.2. El producto	50
3.2.1. Descripción física	50
3.2.2. Conservación y almacenamiento	51
3.2.3. Empaque y presentación.....	51
3.2.4. Vida útil.....	51
3.3. Procesos de producción.....	51
3.3.1. Proceso de adquisición.....	52
3.3.2. Proceso de entrada.....	52
3.3.3. Proceso productivo general.....	52
3.3.3. Proceso de producción por producto.....	54
3.4. Capacidad y localización geográfica de la planta	58
3.4.1. Necesidades de infraestructura y equipamiento.....	59
3.4.2. Necesidades de maquinaria y equipos.....	60
3.4.3. Necesidades de transporte	62
3.4.4. Necesidades de equipo de Computación	62
3.4.5. Necesidades de herramientas de trabajo	62
3.4.6. Necesidades de la fuerza de trabajo y servicios	63
3.4.7. Necesidades inventario de la materia prima.....	64
3.5. Control de calidad.....	65
3.6. Plan de producción.....	73

CAPÍTULO IV

ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

4.1. La organización y la fuerza de trabajo	74
4.1.1. Naturaleza del negocio	74
4.1.2. Misión, visión y valores de la empresa	74
4.1.2.1. Misión	74
4.1.2.2. Visión.....	74
4.1.2.3. Valores	75
4.2. Objetivos de la empresa	76
4.2.1. Objetivo general	76
4.2.2. Objetivos específicos	76
4.3. Estructura organizacional	77
4.3.1. Organigrama propuesto	77
4.4. Detalle de la planilla de sueldos del personal requerido	77
4.5. Descripción de puesto	80
4.5.1. Gerente general	80
4.5.2. Contabilidad	80
4.5.3. Jefe de producción	81
4.5.4. Jefe de marketing y ventas	82
4.5.5. Compras y logística	82
4.5.6. Operarios	83
4.5.7. Responsable de ventas	84
4.5.8. Responsable de distribución	85

CAPITULO V

ASPECTOS LEGALES

5.1. Aspectos legales	86
5.1.1. Instituciones que regulan la función empresarial.....	86
5.1.1.1. Funda empresa.	87
5.1.1.2. Servicios de impuestos nacionales	87
5.1.1.3. Gobierno municipal	88
5 1 1 4. Caja nacional de salud.	90
5.1.1.5. Administradora de fondos de pensiones AFP	91
5.1.1.6. Ministerio de trabajo.	91

CAPÍTULO VI
PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Plan financiero	92
6.1.1. Balance de apertura	92
6.2. Inversiones del plan de negocios.	93
6.3. Presupuesto de inversión	95
6.4. Cronograma de inversiones	95
6.5. Fuentes de financiamiento	96
6.5.1. Servicio de la deuda.	97
6.5.2. Cálculo de las depreciaciones	98
6.6.1. Determinación de los costos unitarios de producción	98
6.6.2. Cálculo del precio de venta con y sin factura	100
6.6.3. Presupuesto de ingresos y egresos mensuales y anuales	101
6.6.4. Método de objeto del gasto.	103
6.6.5. Estado de pérdidas y ganancias.	107
6.6.6. Flujo de fondos anuales	107
6.7. Evaluación.....	108
6.7.1. Valor actual neto.....	108
6.7.2. Tasa interna de retorno.	109
6.7.3. Periodo de recuperación.	110
6.7.4. Punto de equilibrio.	110

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1	
Crecimiento promedio proyectado de las empresas	2
Anexo N° 2	
Crecimiento poblacional proyectado de Bolivia	3
Anexo N° 3	
Condiciones de actividad según sexo	3
Anexo N° 4	
Ingreso promedio en la ocupación principal según sexo	4
Anexo N° 5	
Detalle de los intereses activos y pasivos vigentes	14
Anexo N° 6	
Población por familias de la ciudad de Tarija	21
Anexo N° 7	
Encuesta de sondeo para mercadeo	22
Anexo N° 8	
Cálculo de la muestra; encuestas y resultados obtenidos que se hizo para la determinación de la demanda	39
Anexo N° 9	
Costos de promoción del producto	49
Anexo N° 10	
El proceso productivo como sistema	50
Anexo N° 11	
Procesos de adquisición	52
Anexo N° 12	
Procesos de entrada	52
Anexo N° 13	
Cotización de la maquinaria y equipo	61
Anexo N° 14	
Frecuencia de compra de insumos	64

Anexo N° 15	
Índices de precios al consumidor	64
Anexo N° 16	
Detalle del costo de materia prima por producto	64
Anexo N° 17	
Registros en el sistema integral de pensiones	91
Anexo N° 18	
Registro obligatorio de empleadores	91
Anexo N° 19	
Cotización de préstamo bancario	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	
Crecimiento del PIB en Bolivia	12
Gráfico N° 2	
Evolución de la tasa de inflación mensual	15
Gráfico N° 3	
Evolución de la tasa de inflación medida a 12 meses	15
Gráfico N° 4	
Población según género	23
Gráfico N° 5	
Rango de edad de los encuestados	23
Gráfico N° 6	
Consumo de productos cárnicos	24
Gráfico N° 7	
Frecuencia de consumo de productos cárnicos	24
Gráfico N° 8	
Preferencia de productos cárnicos	25

Gráfico N° 9	
Precio como factor de importancia de compra	26
Gráfico N° 10	
Calidad como factor de importancia de compra	26
Gráfico N° 11	
Marca como factor de importancia de compra	27
Gráfico N° 12	
Preferencia de marcas de productos cárnicos	27
Gráfico N° 13	
Frecuencia de compra de productos cárnicos	28
Gráfico N° 14	
Preferencia del lugar de compra de embutidos	29
Gráfico N° 15	
Numero de personas por familia	29
Gráfico N° 16	
Rango del ingreso mensual	30
Gráfico N° 17	
Cantidad de dinero gastado en embutidos	30
Gráfico N° 18	
Disposición a probar nuevos productos	31
Gráfico N° 19	
Factores de importancia para la compra de embutidos	31
Gráfico N° 20	
Medios de información más utilizadas	32
Gráfico N° 21	
Factores por que no consume cárnicos	33
Gráfico N° 22	
Punto de equilibrio	110

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama N° 1

Proceso productivo general 57

Diagrama N° 2

Distribución de la planta I 58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1

Crecimiento de la población urbana y rural (Tarija) 17

Tabla N° 2

Promedio de ventas semanales y mensuales por producto 39

Tabla N° 3

Demanda anual de los embutidos (mortadela y chorizo parrillero)..... 41

Tabla N° 4

Determinación de la participación en el mercado..... 43

Tabla N° 5

Necesidades de infraestructura..... 59

Tabla N° 6

Detalle del costo de infraestructura 59

Tabla N° 7

Detalle del costo de maquinaria y equipo..... 61

Tabla N° 8

Detalle del costo del vehículo..... 62

Tabla N° 9

Detalle del costo del equipo de computación 62

Tabla N° 10	
Detalle del costo de herramientas de trabajo	62
Tabla N° 11	
Detalle del costo de operaciones	63
Tabla N° 12	
Detalle del costo total de la materia prima de producción	65
Tabla N° 13	
Detalle del plan de producción	73
Tabla N° 14	
Detalle de la planilla de sueldos	78
Tabla N° 15	
Costos incurridos en el plan de negocios.....	94
Tabla N° 16	
Plan de inversión.	95
Tabla N° 17	
Cronograma de inversiones	96
Tabla N° 18	
Estructura de financiamiento	97
Tabla N° 19	
Servicio de la deuda	98
Tabla N° 20	
Calculo de la depreciación	98
Tabla N° 21	
Clasificación de los costos variables y fijos	99
Tabla N° 22	
Costo total de producción	100
Tabla N° 23	
Presupuesto de ingresos y egresos mensuales y anuales	102
Tabla N° 24	
Ingresos anuales	103

Tabla N° 25	
Costo de producción	103
Tabla N° 26	
Determinación de la base imponible	104
Tabla N° 27	
Método del objeto del gasto de producción	105
Tabla N° 28	
Ventas anuales	106
Tabla N° 29	
Estado de pérdidas y ganancias	107
Tabla N° 30	
Flujo de fondos anuales	108
Tabla N° 31	
Análisis del punto de equilibrio	110
Tabla N° 32	
Evaluación financiera de dos gestiones	111