

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**“CREACION DE UN OSARIO DE MASCOTAS EN LA
CIUDAD DE TARIJA”**

DOCENTE GUIA: LIC. ADRIAN SILISQUE MAMANI

POR:

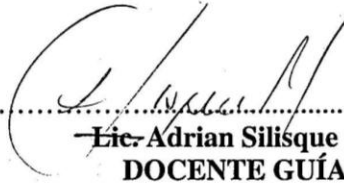
AYALA LOPEZ YESENIA

MENDOZA SANCHEZ LEINNY

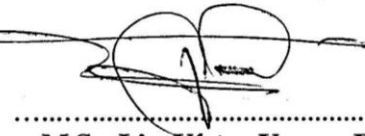
Trabajo de Profesionalización presentado a consideración de la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho” como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.


**TARIJA-BOLIVIA
2012**

V°B°


.....
Lic. Adrian Silisque M.
DOCENTE GUÍA

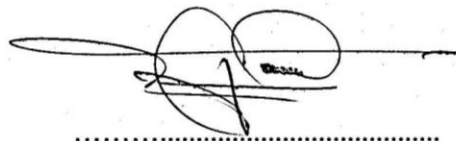

.....
M.Sc. Lic. Bernardo Muñoz Vargas
DECANO DE LA F.C.E Y F.


.....
M.Sc. Lic. Víctor Vargas Rivera
VICEDECANO DE LA F.C.E Y F.


.....
M. Sc. Lic. Waldo Gumiel Vela
Director del Departamento de Administración y Administración Aplicada

APROBADO POR:

TRIBUNAL:


.....
M.S.c. Lic. Víctor Vargas


.....
Lic. Edelberto Valdez

El presidente del tribunal y el tribunal calificador del presente trabajo, no se solidariza con la forma, términos y expresiones vertidas en el trabajo, siendo este únicamente responsabilidad del autor.

DEDICATORIA

A Dios, a nuestros padres y amigos por el cariño, comprensión que nos tuvieron y nos tienen, por infundirnos animo y valor para hacer realidad esta aspiración de culminar nuestra formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Nuestros más sinceros agradecimientos a los docentes por su apoyo incondicional y colaboración en la realización de este trabajo.

INDICE
PERFIL DEL PLAN DE NEGOCIO

1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION.....	10
2 NECESIDADES INSATISFECHAS	11
3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
4 OBJETIVOS	11
4.1 <i>Objetivo genérico</i>	<i>12</i>
4.2 <i>Objetivos específicos</i>	<i>12</i>
5 METODOLOGIA	12

CAPITULO I

ANÁLISIS DEL ÁMBITO DEL NEGOCIO

1 ANÁLISIS DEL ÁMBITO DE NEGOCIO	15
1.1 <i>Descripción y características de la idea de negocio.....</i>	<i>15</i>
1.2 <i>Posibles clientes</i>	<i>15</i>
1.3 <i>Descripción del servicio a ofrecer</i>	<i>15</i>
1.3.1 <i>Venta definitiva del terreno</i>	<i>16</i>
1.3.2 <i>Alquiler temporal del terreno.....</i>	<i>16</i>
1.4 <i>Beneficios para el cliente</i>	<i>16</i>
1.5 <i>Análisis del ámbito del negocio.....</i>	<i>16</i>
1.5.1 <i>Características del entorno mediato.....</i>	<i>16</i>
1.5.2 <i>Variables económicas</i>	<i>16</i>
1.5.2.1 <i>Nivel de ingresos</i>	<i>17</i>
1.5.2.2 <i>PIB Per cápita.....</i>	<i>17</i>
1.5.2.3 <i>Inflación.....</i>	<i>18</i>
1.5.3 <i>Variables socio – culturales.....</i>	<i>18</i>
1.5.3.1 <i>Crecimiento demográfico</i>	<i>18</i>
1.5.3.2 <i>Cambios en el estilo de vida.....</i>	<i>19</i>
1.5.4 <i>Características del entorno inmediato.....</i>	<i>19</i>
1.5.4.1 <i>La Competencia actual y potencial</i>	<i>19</i>
1.5.4.2 <i>Los Sustitutos</i>	<i>20</i>
1.5.4.3 <i>Los clientes.....</i>	<i>20</i>
1.5.4.4 <i>Los Proveedores</i>	<i>20</i>
1.6 <i>Síntesis del análisis del ámbito del negocio</i>	<i>21</i>

CAPITULO II

ANÁLISIS DE MERCADO

2 ANÁLISIS DE MERCADO	23
2.1 <i>Problema de decisión gerencial.....</i>	<i>23</i>
2.2 <i>Problema de investigación de mercado</i>	<i>23</i>
2.3 <i>Objetivos del análisis de mercado.....</i>	<i>23</i>
2.3.1 <i>Objetivo general.....</i>	<i>23</i>
2.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	<i>23</i>
2.4 <i>Hipótesis.....</i>	<i>24</i>
2.5 <i>Selección y diseño de los instrumentos de investigación.....</i>	<i>24</i>
2.5.1 <i>Determinación del tamaño de muestra.....</i>	<i>24</i>
2.5.1.1 <i>Calculo del tamaño de muestra.....</i>	<i>24</i>
2.5.1.2 <i>Población objeto de estudio.....</i>	<i>25</i>

2.6	<i>Tabulación y análisis de datos</i>	27
2.7	<i>Conclusiones</i>	37
2.8	<i>Análisis de la demanda</i>	38
2.8.1	Análisis de la demanda del crecimiento de perros con hogar	39
2.8.2	Análisis de la demanda del crecimiento de gatos con hogar	40
2.8.3	Determinación y proyección de la demanda.....	41
2.8.4	Proyección de la demanda de Perros muertos con hogar.....	42
2.8.4.1	Escenario pesimista	42
2.8.4.2	Escenario optimista	43
2.8.5	Proyección de la demanda de Gatos muertos con hogar	43
2.8.5.1	Escenario pesimista	43
2.8.5.2	Escenario optimista	44
2.8.6	Total Proyección de la Demanda Anual	44
2.9	<i>Verificación de la hipótesis</i>	45

CAPITULO III

PLAN DE MARKETING

3	PLAN DE MARKETING	47
3.1	<i>Objetivos de plan de marketing</i>	47
3.2	<i>Estrategia de posicionamiento</i>	48
3.3	<i>Marketing Mix (4 P's)</i>	49
3.3.1	Producto (servicio).....	49
3.3.2	Precio	50
3.3.3	Plaza.....	52
3.3.4	Promoción.....	52
3.3.4.1	Publicidad.....	53
3.3.4.2	Relaciones Públicas.....	53
3.3.4.3	Promoción de Ventas.....	53
3.4	<i>Valor agregado o Valor Añadido</i>	54
3.5	<i>Presupuesto</i>	54

CAPITULO IV

PLAN DE PRODUCCION

4	PLAN DE PRODUCCIÓN	56
4.1	<i>Descripción del producto (servicio)</i>	56
4.2	<i>Proceso de producción</i>	57
4.2.1	Control de Calidad.....	59
4.2.2	Capacidad instalada	60
4.2.3	Localización.....	61
4.2.4	Distribución física del ambiente	62
4.2.5	Requerimientos	63

CAPITULO V

ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO

5	ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO	66
5.1	<i>Características de organización de la Empresa</i>	66
5.1.1	Razón social y constitución de la empresa	66

5.1.2	Marco referencial de funcionamiento.....	68
5.1.3	Estructura organizacional	69
5.1.4	Fuerza de trabajo.....	72

**CAPITULO VI
PLAN FINANCIERO**

6	PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO	74
6.1	<i>Determinación de costo.....</i>	74
6.1.1	Costo de servicio.....	74
6.1.2	Costo de comercialización	75
6.1.3	Costo de administración.....	75
6.1.4	Costo de financiamiento	76
6.1.5	Determinación del costo del funcionamiento	77
6.2	<i>Determinación de inversiones</i>	77
6.2.1	Inversiones fijas y diferidas	78
6.3	<i>Precio de venta.....</i>	79
6.4	<i>Capital de trabajo.....</i>	79
6.5	<i>Ingresos anuales proyectados</i>	79
6.5.1	Flujo de caja.....	80
6.5.2	Cálculo del costo de oportunidad.....	83
6.5.3	Periodo de recuperación.....	83
6.6	<i>ANÁLISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS BAJO UN ESCENARIO PESIMISTA.....</i>	84
6.6.1	Valor Actual Neto (VAN) Financiero	84
6.6.2	Tasa Interna de Retorno (TIR) Financiero.....	84
6.6.3	Rentabilidad neta	84
6.7	<i>ANÁLISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS BAJO UN ESCENARIO OPTIMISTA</i>	85
6.7.1	Valor Actual Neto (VAN) Financiero	85
6.7.2	Tasa Interna de Retorno (TIR) Financiero.....	85
6.7.3	Rentabilidad neta	85
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
7.1	<i>Conclusiones.....</i>	86
7.2	<i>Recomendaciones</i>	87
	BIBLIOGRAFÍA.....	88
	ANEXO	89

ÍNDICE DE TABLAS

	PÁG.
Tabla 1	
Población familias e ingresos de las clases sociales.....	17
Tabla 2	
Análisis de la demanda	38
Tabla 3	
Análisis del crecimiento de la demanda de perros con hogar, ciudad de Tarija.....	39
Tabla 4	
Análisis de la demanda del crecimiento de gatos con hogar, ciudad de Tarija.....	40
Tabla 5	
Proyección y demanda de perros que mueren.....	42
Tabla 6	
Proyección y demanda de gatos que mueren.....	43
Tabla 7	
Total proyección de la demanda anual.....	44
Tabla 8	
Precios de los servicios	51
Tabla 9	
Presupuesto Campaña Publicitaria.....	54
Tabla 10	
Requerimiento de terrenos y obras civiles.....	63
Tabla 11	
Requerimiento de equipos, muebles y herramientas	64
Tabla 12	
Requerimiento de servicios básicos	64
Tabla 13	
Personal necesario para el funcionamiento del osario	72
Tabla 14	
Costos del servicio.....	74
Tabla 15	
Costos de comercialización.....	75
Tabla 16	
Costos administrativos	75
Tabla 17	
estructura de financiamiento.....	76
Tabla 18	
Amortización del crédito bancario en (Bs.)	77
Tabla 19	
Cálculo del funcionamiento.....	77
Tabla 20	
Depreciación de equipos y muebles.....	78
Tabla 21	
Precio de alquiler del servicio.....	79
Tabla 22	
Demanda anual.....	80

Tabla 23	
Ingresos del Osario	80
Tabla 24	
Flujo de caja anual (escenario pesimista).....	81
Tabla 25	
Flujo de caja anual (escenario optimista).....	82
Tabla 26	
Periodo de recuperacion.....	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	PÁG.
GRÁFICO 1	
¿En qué rango de edad se encuentra usted?.....	27
GRÁFICO 2	
¿Cuál es su ocupación?.....	28
GRÁFICO 3	
¿tiene usted mascota?.....	29
GRÁFICO 4	
¿Qué especie de mascota tiene y cuantos?.....	29
GRÁFICO 5	
¿Destina Ud. Algún monto de dinero para la alimentación y/o cuidado de su mascota?.....	30
GRÁFICO 6	
¿Cuánto de dinero mensualmente es destinado para la alimentación y/o cuidado de su mascota?	31
GRÁFICO 7	
¿Recorre a servicios exclusivos para su mascota?.....	31
GRÁFICO 8	
¿Alguna vez se murió su mascotas?.....	32
GRÁFICO 9	
¿Qué hizo o que haría con los restos de su mascota?.....	32
GRÁFICO 10	
¿Si existiría un cementerio de mascotas, sepultaría a su mascota ahí?.....	33
GRÁFICO 11	
¿Por qué sepultaría a su mascota en el cementerio?.....	34
GRÁFICO 12	
¿Dónde le gustaría que este ubicado el cementerio de mascotas?.....	34
GRÁFICO 13	
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio (m2) en caso que el terreno sea alquilado por un año?.....	35
GRÁFICO 14	
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio (m2) si Ud. Realizaría la compra definitiva del terreno?.....	35
GRÁFICO 15	
¿Cómo preferiría adquirir el terreno para sepultar a su mascota?.....	36
GRÁFICO 16	
Indicar porque medio de comunicación se informa de algún evento con mayor frecuencia.....	36
GRÁFICO 17	
Análisis comparativo de perros adultos y perros que mueren con hogar.....	39
GRÁFICO 18	
Análisis comparativo de gatos adultos y gatos que mueren con hogar.....	40
GRÁFICO 19	
Slogan de la empresa.....	48
GRÁFICO 20	
Nombre y logo de la empresa.....	48
GRÁFICO 21	
Servicios que se ofrecen.....	49
GRÁFICO 22	
Canal Distribución del servicio.....	52
GRÁFICO 23	
Ubicación donde estará instalado el cementerio de mascotas.....	61
GRÁFICO 24	
Distribución delas instalaciones del osario de los animales.....	62
GRÁFICO 25	
Tramites imprescindibles para la constitución de la en	67
GRÁFICO 26	
Estructura organizativa de la empresa.....	69

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	PÁG.
Numero de familias en la ciudad de tarija.....	26
Cuadro 2	
Descripción de la prestación del servicio.....	58
Cuadro 3	
Cálculo de la capacidad instalada m2.....	60
Cuadro 4	
Costo de los trámites, ministerio de trabajo.....	67

ÍNDICE DE ANEXOS

TASA DE INFLACION	ANEXO 1
ENCUESTA PILOTO	ANEXO 2
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	ANEXO 3
CENSO N°1 REALIZADO POR SEDES Y EMAT	ANEXO 4
FAMILIAS QUE TIENEN SUS NECESIDADES BASICAS SATISFECHAS	ANEXO 5
ESCALA DE BIENESTAR DE LA CUIDAD DE TARIJA	ANEXO 6
COTIZACIÓN PAQUETE PUBLICITARIO	ANEXO 7
COTIZACIÓN PRECIO DEL TERRENO	ANEXO 8
COTIZACIÓN SEMBRADO DE CÉSPED	ANEXO 9
COTIZACIÓN INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA	ANEXO 10
COTIZACIÓN PORTONES METÁLICOS	ANEXO 11
COTIZACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	ANEXO 12
COTIZACIÓN CÁMARA FOTOGRÁFICA	ANEXO 13
COTIZACIÓN IMPRESORAS CANON	ANEXO 14
COTIZACIÓN MUEBLES PARA OFICINAS	ANEXO 15
COTIZACIÓN JUEGO DE LIVING	ANEXO 16
COTIZACIÓN MUEBLES	ANEXO 17
COTIZACIÓN HERRAMIENTAS	ANEXO 18
NIT DE LA EMPRESA	ANEXO 19
PRESUPUESTO DE INVERSIONES	ANEXO 20