

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MATERIA: TPF 501 TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN

MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**EMPRESA MICROPROCESADORA DE
PULPA DE FRUTA CONGELADA**

Docente: Lic. Imer Adín Colque

Elaborado por: Flores Velásquez Osmar Alan
Vicker Rico Grover Samuel

Proyecto de Investigación presentada a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

TARIJA – BOLIVIA
Diciembre 2012

.....
MSc. Lic. Adin Colque Alanoca
PROFESOR GUÍA

.....
MSc. Lic. Bernardo Muñoz Vargas
DECANO
FACULTAD CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

.....
MSc. Lic. Víctor Vargas Rivera
VICE-DECANO
FACULTAD CIENCIAS
ECONOMICAS Y FINANCIERAS

APROBADO POR:

TRIBUNAL:

.....
MSc. Lic. Victor Vargas Rivera

.....
MSc. Lic. Milvian Ramírez

El tribunal calificador de este trabajo no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el mismo, siendo estas de responsabilidad absoluta del autor.

DEDICATORIA:

*A toda nuestra familia por brindarnos
su apoyo incondicional, y comprensión
en todo momento.*

AGRADECIMIENTOS:

A Dios por permitirme concluir mi trabajo de tesis, soñar y creer en la vida.

A mis padres, hermanos (as) y novia por su gran apoyo incondicional.

Al Lic. Adín Colque A. por brindarme su confianza como mentor y guía, sobre todo por su digna amistad.

PENSAMIENTO:

La organización es la clave del éxito, ya que nos ayuda a desarrollarnos de manera más eficiente y eficaz. (Anónimo)

INDICE GENERAL

	Pág.
I. PERFIL DEL TRABAJO	
1.1. ANTECEDENTES DEL SECTOR.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	2
1.3. PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.3.1. Necesidades Insatisfechas.....	4
1.3.1.1. Ventajas competitivas del satisfactor.....	5
1.3.1.2. Identificación del Mercado Objetivo Insatisfecho.....	6
1.3.1.3. Descripción general del satisfactor o idea de negocio.....	6
1.3.2. Oportunidades del Mercado.....	6
1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	7
1.4.1. Objetivo General.....	7
1.4.2. Objetivos Específicos.....	7
1.5. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN.....	7
1.6. ALCANCE O DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
II. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO	
2.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	9
2.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO.....	9
2.1.1.1. Político.....	9
2.1.1.2. Económico.....	12
2.1.1.3. Social.....	14
2.1.1.4. Tecnológico.....	15
2.1.1.5. Ambiental.....	16
2.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO.....	17
2.1.2.1. Consumidores.....	18
2.1.2.2. Competidores Actuales.....	18
2.1.2.3. Competidores Potenciales.....	18
2.1.2.4. Productos Sustitutos.....	19
2.1.2.5. Proveedores.....	19
2.1.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	20
2.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	22
2.2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DEL NEGOCIO.....	22
2.2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	23
2.2.2.1. Nombre de la Empresa.....	23
2.2.2.2. Tipo de Empresa.....	23
2.2.2.3. Ubicación y Tamaño.....	23

2.2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL.....	25
2.2.3.1. Visión, Misión y Valores de la empresa.....	25
2.2.3.2. Objetivos Estratégicos de la empresa.....	25
2.2.3.3. Ventajas Competitivas.....	26

III. PLAN DE MARKETING

3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	28
3.1.1. Proyecto de Investigación de Mercados.....	28
3.1.1.1. Problema Gerencial.....	28
3.1.1.2. Problema de Investigación de Mercados.....	28
3.1.1.3. Pregunta Científica de Investigación.....	28
3.1.1.4. Planteamiento de la hipótesis.....	29
3.1.1.5. Objetivos de la Investigación de Mercados.....	29
3.1.1.6. Métodos y técnicas de Investigación de Mercados.....	29
3.1.2. Diseño de Investigación.....	29
3.1.2.1. Recopilación de la información.....	30
3.1.2.1.1. Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra.....	30
3.1.2.1.2. Las Encuestas.....	34
3.1.2.1.2.1. La entrevista.....	34
3.1.2.2. Presentación y Análisis de Resultados.....	34
3.1.3. Participación de la Competencia en el mercado.....	53
3.1.4. Riesgo y oportunidades del mercado.....	55
3.1.5. Conclusiones de la investigación de mercados.....	56
3.2. FUNCIÓN DEL MARKETING.....	56
3.2.1. Objetivos de marketing.....	57
3.2.2. Estrategias de marketing.....	57
3.2.3. Mercado Meta y/o Segmentación.....	59
3.2.4. Marketing Mix.....	59
3.2.5. Marketing social.....	65
3.2.6. Plan de Ventas para la introducción al mercado.....	65
3.2.7. Presupuesto de Marketing.....	66

IV. PLAN DE PRODUCCIÓN

4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	68
4.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	68
4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	71
4.3.1. Tipo de Proceso.....	77
4.3.2. Flujograma del Proceso.....	78
4.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA.....	79

4.4.1. Suministro de Producción.....	80
4.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES.....	80
4.5.1. Necesidad de materia prima.....	80
4.5.2. Proveedores negociables.....	81
4.5.3. Sistema de Compras.....	81
4.6. ADMINISTRACION DE INVENTARIOS.....	81
4.7. CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	82
4.8. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	84
4.9. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS.....	84
4.10. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	86
4.11. CONTROL DE CALIDAD.....	88
4.11.1 Programa Integral de Control de Calidad.....	88
4.11.2 Control de Calidad para la Elaboración de Pulpas de Frutas Congeladas.....	88
4.12. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	89
4.13. COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	89

V. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

5.1. OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS.....	92
5.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	92
5.2.1. Estructura Organizacional.....	93
5.2.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones.....	93
5.2.3. Proceso de Integración del Personal.....	101
5.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	102
5.3.1. Escala Salarial.....	102
5.3.2. Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios.....	103
5.4. GESTIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL.....	104
5.5. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	104
5.5.1. Obligaciones Fiscales.....	105
5.5.1.1. Fundempresas.....	105
5.5.1.2. Servicio de Impuestos Nacionales.....	106
5.5.1.3. Alcaldía Municipal.....	106
5.5.1.4. Caja Nacional de Salud.....	107
5.5.1.5. Administradora de Pensiones.....	107
5.5.1.6. Ministerio de Trabajo.....	108
5.5.2. Presupuesto de Gastos de Organización.....	109

VI. PLAN FINANCIERO

6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	110
6.2. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO.....	110

6.2.1 Estructura de inversión.....	110
6.3 FUENTE DE FINANCIAMIENTO.....	111
6.4 PLAN DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO BANCARIO.....	112
6.5 PROGRAMA DE INGRESOS Y COSTOS.....	113
6.6 EL FLUJO DE CAJA.....	115
6.7 INDICADORES ECONOMICOS Y FINANCIEROS.....	116
6.7.1.1 Valor Actual Neto (VAN).....	116
6.7.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	117
6.7.1.3 BENEFICIO-COSTO.....	117
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	119

ANEXOS