

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



**MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS
TÍTULO: CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
JUGOS EN BASE A LA SEMILLA DE CHIA.**

Por:

LILIANA GAMARRA URZAGASTE

DOCENTE GUIA:

SILISQUE ADRIAN

Tesis presentada a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

AGOSTO 2012

TARIJA – BOLIVIA

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

DEDICATORIAS:

A mis hermanos, a mí abuelita y
a mi cuñado, por apoyarme en cada paso
que doy y por brindarme infinitas
oportunidades, para avanzar y ser quien
soy el día de hoy.

A mis amigos que tuvieron palabras de
Apoyo durante mis estudios.

A mi mama Elena (+), la persona que me
Guía y colabora en todo momento.

AGRADECIMIENTOS:

A Dios, por sus infinitas bendiciones.

A mi familia, como agradecimiento
a su esfuerzo, amor y apoyo
incondicional, durante mi formación
tanto personal como profesional.

A mis docentes, Lic. Adrian Silisque,
Lic. Adin Colque, Lic. Jhon Vaca,

Lic. Waldo Gumiel por brindarme su guía
y sabiduría en el desarrollo de este
trabajo y en la vida universitaria.

Al Taller de la Carrera de Ingeniería de
Alimentos de la U.A.J.M.S.

PENSAMIENTO:

La oscuridad es efectivamente penosa para la mente, como lo es para el ojo, pero sacar la luz de la oscuridad, por el esfuerzo que sea, ha de ser deleitable y producir regocijo.

David Hume

INDICE

INTRODUCCION

1. ANTECEDENTES.....	i
2. JUSTIFICACION.....	ii
3. NECESIDADES INSATISFECHOS.....	iii
3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	iv
3.2. OBJETIVOS DE INVESTIGACION.....	v
3.2.1. OBJETIVO GENERICO.....	v
3.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	v
4. METODOLOGIA.....	vi

CAPITULO I

ANALISIS DEL CONTEXTO

1. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	1
1.1. ANALISIS DEL AMBITO DEL NEGOCIO.....	2
1.2. ANALISIS DEL ENTORNO MEDIATO.....	3
1.2.1. FACTOR ECONOMICO.....	3
1.2.2. FACTOR TECNOLOGICO.....	15
1.2.3. ENTORNO SOCIO-CULTURAL.....	16
1.3. ANALISIS DEL ENTORNO INMEDIATO.....	19
1.3.1. CLIENTES.....	19
1.3.2. COMPETIDORES ACTUALES.....	20
1.3.2.1. COMPETIDORES DIRECTOS.....	20
1.3.2.2. COMPETIDORES INDIRECTOS.....	21
1.3.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	23
1.3.4. PROVEEDORES.....	24
1.4. SINTESIS DEL ANALISIS DEL ENTORNO.....	25

CAPITULO II

INVESTIGACION DE MERCADOS

2. PROYECTO DE INVESTIGACION DE MERCADOS.....	28
2.1. PROBLEMA DE DECISION GERENCIAL.....	28
2.2. PROBLEMA DE INVESTIGACION DE MERCADOS.....	28
2.3. PREGUNTA DE INVESTIGACION.....	29
2.4. HIPOTESIS.....	29
2.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS.....	30
2.6. DISEÑO DE INVESTIGACION.....	30
2.6.1. MUESTREO.....	31
2.6.2. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	31
2.7. RECOPIACION Y ANALISIS DE DATOS.....	34
2.7.1. CONSUMO DE JUGOS ENVASADOS.....	34
2.7.2. CONOCIMIENTO DE LA SEMILLA DE CHIA.....	35
2.7.3. CONOCIMIENTO DE LAS BONDADDES NUTRICIONALES DE LA SEMILLA DE CHIA.....	36
2.7.4. CONSUMO DE CHIA EN BASE A SUS BONDADDES.....	37
2.7.5. PREFERENCIA DEL ENDULZANTE DEL JUGO DE CHIA.....	38
2.7.6. NUMERO DE PERSONAS QUE CONSUMEN JUGOS ENVASADOS.....	39
2.7.7. LOS JUGOS ENVASADOS UNA BUENA OPCION.....	40
2.7.8. MARCAS DE PREFERENCIA DE LOS JUGOS ENVASADOS.....	41
2.7.9. PRESENTACION DE LOS JUGOS ENVASADOS.....	42
2.7.10. SABOR DE PREFERENCIA DE LOS JUGOS ENVASADOS.....	43
2.7.11. TAMAÑO DE PREFERENCIA DE LOS JUGOS ENVASADOS.....	44
2.7.12. PRECIO DE LOS JUGOS ENVASADOS.....	45
2.7.13. ADQUISICION SEMANAL DE JUGOS ENVASADOS.....	46
2.7.14. RAZON POR LA QUE CONSUMEN JUGOS ENVASADOS.....	47
2.7.15. MEDIOS DE COMUNICACIÓN MAS UTILIZADOS.....	48
2.8. ANALISIS DE LA DEMANDA.....	54
CONCLUSIONES.....	58

CAPITULO III

PLAN DE MARKETING

3.1. OBJETIVOS DE MARKETING.....	60
3.2. ELECCION DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING.....	61
3.3. ESTRATEGIA DE MERCADO.....	62
3.4. MEZCLA DE MARKETING.....	64
3.5. POLITICAS DE PRECIOS.....	71
3.6. SISTEMAS Y PLAN DE VENTAS.....	72
3.7. PRESUPUESTO.....	72

**CAPITULO IV
PLAN DE PRODUCCION**

4.1. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO.....	74
4.2. CAPACIDAD.....	78
4.3. LOCALIZACION.....	79
4.4. PROCESO DE PRODUCCION.....	80
4.5. REQUERIMIENTO.....	83

**CAPITULO V
ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO**

5.1. NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	88
5.1.1. NOMRE DE LA EMPRESA.....	88
5.2. MISION Y VISION DE LA EMPRESA.....	89
5.2.1. MISION.....	89
5.2.2. VISION.....	89
5.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	90
5.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	90
5.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICO.....	90
5.4. ORGANIZACIÓN.....	90
5.4.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	91
5.5. DETALLE DE LA FUERZA DE TRABAJO.....	92
5.6. PERSONAL NECESARIO.....	93
5.6.1. DESCRIPCION DE PUESTOS.....	93
5.6.1.1. PERFIL DEL DIRECTORIO.....	94
5.6.1.2. PERFIL DEL GERENTE GENERAL.....	94
5.6.1.3. PERFIL DEL ENCARGADO DE VENTAS.....	96
5.6.1.4. PERFIL DEL ENCARGADO DE PRODUCCION.....	97
5.6.1.5. PERFIL DEL AYUFANTE DE PRODUCCION.....	97
5.7. CAPTACION DE PERSONAL.....	98
5.7.1. RECLUTAMIENTO.....	98
5.7.2. CONTRATACION.....	99
5.7.3. INDUCCION.....	101
5.7.3.1. MOTIVACION DE LA FUERZA DE TRABAJO.....	102
5.7.3.2. EVALUACION DEL DESEMPEÑO.....	104

CAPITULO VI

ASPECTOS LEGALES

6.1. OBLIGACIONES FISCALES.....	106
6.1.1. FUNDEMPRESA.....	107
6.1.2. SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES.....	107
6.1.3. GOBIERNO MUNICIPAL.....	107
6.1.4. CAJA NACIONAL DE SALUD.....	108
6.1.5. ADMINISTRADORA DE FONDO DE PENSIONES.....	108
6.1.6. MINISTERIO DE TRABAJO.....	109

CAPITULO VII

PLAN FINANCIERO

7. OBJETIVOS DEL AREA DE FINANZAS.....	110
7.1. DETERMINACION DE LOS COSTOS.....	110
7.1.1. COSTO DE PRODUCCION.....	110
7.1.2. COSTO DE COMERCIALIZACION.....	111
7.1.3. COSTO DE ADMINISTRACION.....	112
7.1.4. COSTO TOTAL.....	113
7.2. COSTO UNITARIO DE PRODUCCION.....	113
7.3. COSTO DE INVERSION TOTAL.....	114
7.3.1. INVERSION FIJA.....	114
7.3.2. INVERSION DIFERIDA.....	116
7.3.3. OTRA INVERSION.....	117
7.4. FINANCIAMIENTO.....	118
7.5. PRECIO DE VENTA.....	120
7.6. INGRESOS ANUALES PROYECTADOS.....	122
7.7. FLUJO DE CAJA.....	124
7.8. PERIODO DE RECUPERACION.....	125
7.9. INDICADORES.....	126
7.9.1. VALOR ACTUAL NETO.....	126
7.9.2. TASA INTERNA DE RETORNO.....	127
7.10. ANALISIS DE ESCENARIOS.....	127

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA