

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



PLANTA PRODUCTORA DE TÉ ECOLÓGICO
“VIDA TÉ” S.R.L.

ELABORADO POR: Guerrero Ríos Oliver Eric

DOCENTE: Lic. Adín Colque Alanoca

Proyecto de investigación 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

Diciembre, 2012

DEDICATORIA

A mi madre Aydee Flora Ríos que me brinda
incondicionalmente su apoyo para seguir adelante.

A mi padre Bernabé Guerrero que desde el cielo me
protege y acompaña en todo momento..

“Oliver Eric Guerrero Ríos”

INDICE

PERFIL

1.1. ANTECEDENTES DEL SECTOR.	1
1.2. JUSTIFICACIÓN.	2
1.2.1. Justificación tecnológica.....	2
1.2.2. Justificación económica.....	3
1.2.3. Justificación teórica.	3
1.2.4. Justificación social.	4
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.3.1. Formulación del Problema.....	5
1.3.2. Necesidades insatisfechas.	5
1.3.3. Ventajas competitivas del satisfactor.	6
1.3.4. Identificación del mercado objetivo insatisfecho.....	6
1.3.5. Descripción general del satisfactor o idea de negocio	9
1.3.6. Oportunidades del mercado.	9
1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.	11
1.4.1. Objetivo general.	11
1.4.2. Objetivos específicos.....	11
1.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	11
1.6. DELIMITACIÓN DE LA INFORMACIÓN.	13
1.6.1. Alcance teórico.	13
1.6.2. Alcance temporal.	13
1.6.3. Alcance espacial-geográfico.	13
2.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	14
2.1.1. Análisis del entorno mediato del negocio.....	14
2.1.1.1. Político.....	14

2.1.1.2. Económico.	21
2.1.1.3. Social.	29
2.1.1.4. Tecnológico.....	31
2.1.1.5. Ambiental.....	32
2.1.2. Análisis del entorno inmediato del negocio.....	34
2.1.2.1. Consumidores.....	34
2.1.2.2. Competidores actuales.....	34
2.1.2.3. Competidores potenciales.	35
2.1.2.4. Productos sustitutos.....	35
2.1.2.5. Proveedores.....	35
NATURALEZA DEL NEGOCIO	
2.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	37
2.2.1. Descripción del producto o idea del negocio.....	37
2.2.2. Justificación de la empresa.	37
2.2.2.1. Nombre de la empresa.	38
2.2.2.2. Tipo de empresa.	39
2.2.2.3. Ubicación y tamaño.....	40
2.2.3. Gestión empresarial.....	41
2.2.3.1. Visión, misión y valores de la empresa.	41
2.2.3.3. Ventajas competitivas.....	42
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	
3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	46
3.1.1. Proyecto de investigación de mercados.....	46
3.1.1.1. Problema gerencial.	47
3.1.1.2. Problema de investigación de mercados.....	47
3.1.1.3. Pregunta científicas de investigación.	47
3.1.1.4. Planteamiento de la hipótesis.....	48
3.1.1.5. Objetivos de la investigación de mercados.....	48
3.1.1.6. Métodos y técnicas de investigación de mercados.....	48
3.1.2. Diseño de investigación	50

3.1.2.1. Recopilación de la información.	50
3.1.2.1.1. Determinación de la población y el tamaño de la muestra.	50
3.1.2.1.2. Las encuestas.....	51
3.1.2.2. Presentación y análisis de resultados.....	53
3.1.3. Participación de la competencia en el mercado.	75
3.1.5. Conclusiones de la investigación de mercados.....	76

PLAN DE MARKETING

3.2. FUNCIÓN DEL MARKETING.....	79
3.2.1. Objetivos de marketing.....	79
3.2.2. Estrategias de marketing.....	79
3.2.3. Mercado meta y/o segmentación.....	82
3.2.4. Marketing mix.....	84
3.2.6. Plan de Ventas para la introducción al mercado.....	89
3.2.7. Presupuesto de Marketing.	90

PLAN DE PRODUCCIÓN

4.1. OBJETIVOS DEL AREA DE PRODUCCION.....	91
4.2 .INGENIERIA DEL PRODUCTO.	91
4.3. DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION.....	99
4.3.1. Tipo de proceso.....	99
4.3.2 Flujo grama del proceso.	105
4.4. CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA.....	105
4.4.1. Maquinaria y equipo.....	106
4.5. ADMINISTRACION DE MATERIALES.....	106
4.5.1. Necesidad de materia prima.....	107
4.5.2. Proveedores negociables.....	107
4.5.3. Sistema de compras.	107

4.6. ADMINISTRACION DE INVENTARIOS.	107
4.7. CAPACIDAD PRODUCTIVA.	108
4.8. LOCALIZACION DE LA EMPRESA.	108
4.9. DISEÑO Y DISTRIBUCION DE PLANTA Y OFICINAS.	108
4.10. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.	109
4.11. CONTROL DE CALIDAD.	109
4.12. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.	110

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS.

5.1. OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS.	111
5.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL.	111
5.2.1. Estructura organizacional.	111
5.2.2. Descripción de puestos o manual de funciones.	113
5.2.3. Proceso de integración del personal (desde de reclutamiento hasta evaluación).	114
5.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS 116	116
5.3.1. Escala salarial.	116
5.3.2. Presupuesto de mano de obra o planilla de sueldos y salarios.	118
5.4. GESTIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL Y/O GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.	118
5.5. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.	120
5.5.1. Servicio de impuestos nacionales.	120
5.5.1. Obligaciones fiscales.	120
5.5.1.1. Alcaldía municipal.	120
5.5.1.2. Servicio de impuestos nacionales.	120
5.5.1.3. Fundempresas.	121
5.5.1.4. Administradora de fondo de pensiones (AFP).	122

5.5.1.5. Ministerio de trabajo.....	123
5.5.1.6. Caja nacional de salud.....	123
5.5.1.7. Otros.....	124

PLAN FINANCIERO.

6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	125
6.2. FORMACIÓN Y APOORTE DE CAPITAL.....	125
6.3. CALCULO DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN POR CAJA.....	130
6.3.1 Precio de venta	130
6.4. BALANCE INICIAL.....	131
6.5. CRÉDITOS (prestamos).....	132
6.6. DETERMINACIÓN DE COSTOS DE LA EMPRESA.....	132
6.7. CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN ANUAL.....	133
6.8. CÁLCULO DEL VALOR RESIDUAL (VR).....	134
6.9. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS DE LA EMPRESA.....	134
6.10. CÁLCULO DEL PAGO DE IT Y DEL IVA.....	135
6.11. FLUJO DE CAJA.....	137
6.11. DIVIDENDOS DE LOS SOCIOS.....	138
6.12. CALCULO DEL VAN (valor actual neto).....	138
6.13. CALCULO DE LA TIR (Tasa Interna de Retorno).....	139
6.14. CÁLCULO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.....	139
6.11. CÁLCULO DE LA RENTABILIDAD.....	142
7. COCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	143
7.1. CONCLUSIONES.....	143
7.2. RECOMENDACIONES.....	144

ANEXOS

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

BIBLIOGRAFÍA