

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



**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MATE DE MANZANILLA EN LA  
CIUDAD DE TARIJA”**

Por:

**MUR VELASQUEZ CHARITO NICOLAZA**

**VALDEZ BARCA AMANDA ROSELY**

**DOCENTE GUÍA:**

**ADRIAN SILISQUE MAMANI**

abril de 2019

TARIJA – BOLIVIA

**DEDICATORIA:**

*Principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de nuestros anhelos más deseados.*

*A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años y por ayudarnos a llegar hasta aquí.*

**AGRADECIMIENTO:**

*Agradecemos a todos los docentes, quienes, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, nos motivaron a al desarrollo como personas y profesionales, en la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”, a los que hoy manifestamos nuestro reconocimiento y estima.*

***PENSAMIENTO:***

*Reunirse en equipo es el principio.*

*Mantenerse en equipo es el progreso.*

*Trabajar en equipo asegura el éxito.*

*(Henry Ford)*

## INDICE

<b>1. INTRODUCCION</b> .....	<b>1</b>
<b>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>1</b>
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	<b>2</b>
<b>3.1. Objetivo General</b> .....	<b>2</b>
<b>3.2. Objetivos Específicos</b> .....	<b>2</b>
<b>4. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>5. NECESIDADES A SER SATISFECHAS</b> .....	<b>4</b>
<b>6. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>5</b>
<b>6.1. Investigación exploratoria</b> .....	<b>5</b>
<b>6.2. Investigación descriptiva</b> .....	<b>5</b>
<b>7. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>7.1. Alcance Teórico</b> .....	<b>5</b>
<b>7.2. Alcance Temporal</b> .....	<b>6</b>
<b>7.3. Alcance Espacial.</b> .....	<b>6</b>
<b>7.4. Alcance Geográfica</b> .....	<b>6</b>
<b>1. ANALISIS DEL CONTEXTO</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1. análisis del entorno mediato</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1.1. Factor político legal</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1.2. Factor económico</b> .....	<b>10</b>
<b>1.1.3. Factores demográficos</b> .....	<b>12</b>
<b>1.1.4. Factor socio cultural</b> .....	<b>13</b>
<b>1.1.5. Factor ambiental</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2. análisis del entorno inmediato</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2.1. clientes</b> .....	<b>15</b>
<b>1.2.2. Competidores</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2.3. Nuevos entrantes</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2.4. Proveedores</b> .....	<b>17</b>
<b>1.2.3. Sustitutos</b> .....	<b>18</b>

1.3.	síntesis del análisis del entorno inmediato.....	18
1.3.1.	Poder de Negociación con los clientes.....	18
1.3.2.	Poder de Negociación con la Competencia .....	18
1.3.3.	Amenazas de los nuevos entrantes .....	18
1.3.4.	Análisis con los Proveedores .....	18
1.3.5.	Amenaza de productos Sustitutos .....	19
2.	INVESTIGACION DE MERCADOS.....	20
2.1.	planteamiento del problema de investigación .....	20
2.2.	problema de decisión gerencial .....	21
2.3.	problema de investigación de mercados.....	21
2.4.	preguntas de investigación.....	21
2.5.	formulación de la hipótesis .....	22
2.6.	objetivos de la investigación de mercados .....	22
2.6.1.	Objetivo general.....	22
2.6.2.	Objetivos específicos .....	23
2.7.	métodos de investigación.....	23
2.7.1.	Investigación descriptiva.....	23
2.7.2.	Técnicas de recolección de datos .....	23
2.8.	diseño de investigación.....	23
2.8.1.	Determinación de la población y tamaño de la muestra .....	24
2.8.2.	Población sujeta a estudio .....	24
2.8.3.	Técnica de Muestreo .....	24
2.8.4.	Cálculo de la muestra.....	24
2.8.5.	La encuesta .....	25
2.9.	presentación y análisis de resultados .....	25
2.10.	determinación de la demanda.....	39
2.10.1.	Proyección de la Demanda .....	40
2.11.	plan de marketing.....	41
2.11.1.	estrategias de mercado .....	41
2.11.1.1.	estrategia de diferenciación .....	42

2.11.1.2.	estrategia de posicionamiento.....	44
2.11.2.	segmentación de mercado .....	45
2.11.3.	marketing mix.....	46
2.11.3.1.	Producto.....	46
2.11.3.2.	Precio .....	48
2.11.3.3.	Plaza.....	48
2.11.3.4.	Promoción .....	49
2.11.4.	Resultados esperados .....	52
3.	PLAN DE OPERACIONES .....	52
3.1.	descripción del producto.....	52
3.2.	descripción del proceso de producción.....	52
3.3.	flujograma del proceso de producción .....	54
3.4.	diagrama de flujo de proceso .....	55
3.5.	determinación de la capacidad de producción .....	¡Error! Marcador no definido.
3.6.	ubicación de la empresa .....	57
3.7.	diseño y distribución de la planta y oficinas.....	58
3.7.1.	tamaño del terreno .....	58
3.7.2.	Distribución interna de las instalaciones de la planta .....	58
3.8.	características de la tecnología.....	60
3.9.	higiene y seguridad industrial.....	60
3.9.1.	Higiene .....	61
3.9.2.	Seguridad .....	61
3.10.	control de calidad .....	61
3.10.1.	Antes del proceso de producción:.....	61
3.10.2.	Durante el proceso productivo: .....	61
3.10.3.	Después del proceso productivo .....	62
4.	PLAN ORGANIZACIONAL Y LEGAL .....	63
4.1.	justificación de la empresa.....	63
4.2.	Nombre de la empresa .....	63

4.3.	Tipo de empresa.....	63
4.4.	gestión empresarial .....	64
4.4.1.	Misión .....	64
4.4.2.	Visión .....	64
4.4.3.	Valores de la empresa .....	64
4.5.	Objetivos estratégicos de la empresa.....	65
4.5.1.	Objetivo general.....	65
4.5.2.	Objetivos específicos .....	65
4.5.3.	Ventajas competitivas .....	66
4.6.	diseño organizacional.....	66
4.6.1.	Estructura organizacional.....	66
4.6.1.1.	Nivel estratégico .....	66
4.6.1.2.	Nivel táctico.....	67
4.6.1.3.	Nivel operacional.....	67
4.7.	manual de funciones .....	67
4.8.	Proceso de integración del personal .....	71
4.8.1.	Remuneración .....	72
4.9.	aspectos legales de la constitución de la empresa .....	73
4.9.1.	Tipo de sociedad.....	73
4.9.2.	Constitución legal de la empresa en Bolivia .....	74
4.9.3.	Registro en Fundaempresa.....	74
4.9.4.	Servicio De Impuestos Nacionales (S.I.N.).....	75
4.9.5.	Honorable Alcaldía Municipal .....	75
4.9.6.	Afiliación a la Caja Nacional de Salud .....	75
4.9.7.	Inscripción al Ministerio de Trabajo.....	76
4.10.	leyes y registros que regulan el proyecto .....	76
a)	Ley General del Trabajo.....	76
b)	SENASAG .....	78
5.	PLAN FINANCIERO.....	79
5.1.	Objetivos del área financiera .....	79



<b>5.2.</b>	<b>Determinación de la inversión total .....</b>	<b>79</b>
<b>5.2.1.</b>	<b>Inversión en Activos Fijos .....</b>	<b>79</b>
<b>5.2.1.1.</b>	<b>Inversión en maquinaria y equipo .....</b>	<b>79</b>
<b>5.2.1.2.</b>	<b>Inversión en herramientas.....</b>	<b>80</b>
<b>5.2.1.3.</b>	<b>Inversión en muebles y enceres .....</b>	<b>81</b>
<b>5.2.1.4.</b>	<b>Inversión Equipo de computación .....</b>	<b>82</b>
<b>5.2.1.5.</b>	<b>total, de inversión en activos fijos .....</b>	<b>82</b>
<b>5.2.2.</b>	<b>inversion diferida .....</b>	<b>82</b>
<b>5.2.3.</b>	<b>inversión en capital de trabajo .....</b>	<b>83</b>
<b>5.2.4.</b>	<b>inversión total .....</b>	<b>84</b>
<b>5.3.</b>	<b>financiamiento .....</b>	<b>86</b>
<b>5.4.</b>	<b>costo de producción .....</b>	<b>90</b>
<b>b.</b>	<b>costos fijos unitarios.....</b>	<b>91</b>
<b>5.5.</b>	<b>ingresos proyectados .....</b>	<b>92</b>
<b>5.6.</b>	<b>costos variables proyectados .....</b>	<b>94</b>
<b>5.7.</b>	<b>flujo de caja .....</b>	<b>94</b>
<b>5.8.</b>	<b>indicadores de rentabilidad.....</b>	<b>94</b>
<b>5.8.1.</b>	<b>valor actual neto (van) .....</b>	<b>95</b>
<b>5.8.2.</b>	<b>tasa interna de retorno (tir).....</b>	<b>95</b>
<b>5.8.3.</b>	<b>relación costo beneficio .....</b>	<b>95</b>
<b>5.8.4.</b>	<b>periodo de recuperación.....</b>	<b>95</b>
<b>5.9.</b>	<b>Análisis Financiero .....</b>	<b>95</b>
<b>6.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>98</b>
<b>7.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>98</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1. PIB Departamental (2015-2017) .....</b>	<b>11</b>
<b>Tabla 2. Indicadores demográficos (2014-2020).....</b>	<b>13</b>
<b>Tabla 3. Proveedores de la materia prima .....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 4. Mercado potencial.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 5. Preferencia del producto .....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 6. Lugar de compra .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 7. Demanda potencial.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 8. Demanda Efectiva .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 9. Frecuencia de consumo.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 10. Precio del producto .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 11. Factores determinantes del producto .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 12. Consumo por temporadas .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 13. Medios de información del producto.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 14. Preparación de la infusión de manzanilla.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 15. Preparación del mate de manzanilla .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 16. Sabor agradable de la manzanilla .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 17. Determinación de la Demanda.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 18. Proyección de la demanda .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 19. Diagrama de flujo.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 20. Determinación de la capacidad de producción.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 21. Remuneración mensual .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 22. Vacaciones Laborales .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 23. Inversión en maquinaria y equipo .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 24. Inversión en herramientas.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 25. Inversión en muebles y enceres.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 26. Inversión equipo de computación .....</b>	<b>82</b>

<b>Tabla 27. Total inversión en activos fijos.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 28. Inversión diferida.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 29. Determinación en capital de trabajo .....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 30. Costo variables unitarios .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 31. Costos variables indirectos.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 32. Costos variables unitario .....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 33. Gastos administrativos.....</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 34. Gastos de comercialización por año .....</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 35. Gastos de sueldos y salarios.....</b>	<b>88</b>
<b>Tabla 36. Depreciación .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 37. Costo fijo total unitario.....</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 38. Costo total y unitario .....</b>	<b>90</b>
<b>Tabla 39. Ingresos proyectados.....</b>	<b>91</b>
<b>Tabla 40. Costos variables proyectados .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabla 41. Flujo de caja .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 42. Valor actual neto (VAN).....</b>	<b>94</b>
<b>Tabla 43. Tasa interna de retorno TIR.....</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 44. Relacion costo beneficio.....</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 45. Periodo de recuperación .....</b>	<b>96</b>

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1. PIB Anual (2014-2017)</b> .....	<b>10</b>
<b>Figura 2. Variación porcentual de la inflación acumulada (2010-2017)</b> .....	<b>12</b>
<b>figura3.estrategiadediferenciación</b> .....	<b>42</b>
<b>figura4.isologotipodearomasmate</b> .....	<b>45</b>
<b>figura5.etiquetadematedemanzanilla</b> .....	<b>45</b>
<b>Figura 6. Marketing mix</b> .....	<b>46</b>
<b>Figura 7. Envase del mate de manzanilla</b> .....	<b>48</b>
<b>Figura 8. Canal indirecto de distribución</b> .....	<b>49</b>
<b>Figura 9. Banner de la publicidad</b> .....	<b>50</b>
<b>Figura 10. Polera de las impulsadoras</b> .....	<b>51</b>
<b>Figura 11. Stand de Promociones de Aromas Mate</b> .....	<b>51</b>
<b>Figura 12. Flujograma del Proceso de Producción</b> .....	<b>55</b>
<b>Figura 13. Organigrama</b> .....	<b>56</b>