

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO**



**PLAN DE NEGOCIO DE UN CENTRO DE REHABILITACIÓN EN
FISIOTERAPIA Y KINESIOLOGIA “FISIOMÉDIC TARIJA” EN LA CIUDAD DE
TARIJA**

DOCENTE GUÍA: LIC. LUIS ARAOZ MONTOYA

POR: LÓPEZ FLORES CHARLES ABIMAEL
LÓPEZ FLORES SAÚL JOSUÉ

GRUPO: 5

Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar al grado de Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**Mayo 2019
TARIJA-BOLIVIA**

Vº.Bº.

DOCENTE GUIA

Msc. Lic. Luís Araoz Montoya

DECANO F.C.E.F.

MSc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega

VICEDECANO F.C.E.F.

MSc. Lic. Víctor Vargas Rivera

**DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

MSc. Lic. John Víctor Vaca Jerez

APROBADO POR:

MSc. Lic. Luz Daniela Ríos Molina

TRIBUNAL

Msc. Lic. Víctor Hugo Romero

TRIBUNAL

El tribunal calificador del presente trabajo de profesionalización, no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el presente trabajo, siendo esta responsabilidad de los autores.

AGRADECIMIENTOS:

A Dios por habernos dado el don de la vida y guiarnos hacia el alcance de nuestros objetivos propuestos.

A nuestro docente guía Lic. Luís Araoz Montoya por orientarnos con paciencia y dedicación durante el proceso de la realización del presente trabajo.

DEDICATORIA:

El presente trabajo está dedicado a nuestros Padres, Hermanos y amigos por su constante apoyo los cuales fueron impulsores de nuestra formación universitaria.

PENSAMIENTO:

“Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar el bello y maravilloso mundo del saber”.

Albert Einstein

INDICE

Dedicatorias

Agradecimientos

Resumen Ejecutivo

<u>INTRODUCCIÓN</u>	1
1.1. <u>ANTECEDENTES</u>	2
1.2. <u>JUSTIFICACIÓN</u>	5
1.2.1. <u>Justificación Teórica</u>	5
1.2.2. <u>Justificación Práctica</u>	6
1.2.3. <u>Justificación Académica</u>	6
1.2.4. <u>Justificación Profesional</u>	7
1.3. <u>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	7
1.3.1. <u>Formulación Del Problema</u>	9
1.4. <u>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</u>	9
1.4.1. <u>Objetivo General</u>	9
1.4.2. <u>Objetivos Específicos</u>	9
1.5. <u>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</u>	10
1.6. <u>ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN</u>	11
1.6.1. <u>Alcance Espacial</u>	11
1.6.2. <u>Alcance Temporal</u>	11
<u>NATURALEZA DE NEGOCIO</u>	12
2.1. <u>DESCRIPCION DEL NEGOCIO</u>	12
2.1.1. <u>Terapias</u>	12
2.2. <u>JUSTIFICACION DE LA EMPRESA</u>	13
2.2.1. <u>Nombre de la Empresa</u>	14
2.2.2. <u>Logotipo</u>	15
2.2.3. <u>Eslogan</u>	15
2.2.4. <u>Tipo de Empresa</u>	15
2.2.5. <u>Tamaño y Ubicación</u>	16

2.3.	<u>FILOSOFIA EMPRESARIAL</u>	16
2.3.1.	<u>Misión</u>	16
2.3.2.	<u>Visión</u>	17
2.3.3.	<u>Valores</u>	17
2.4.	<u>OBJETIVOS DE LA EMPRESA</u>	18
2.5.	<u>VENTAJAS COMPETITIVAS</u>	19
 <u>ANÁLISIS DEL ENTORNO</u>		20
3.1.	<u>MACROENTORNO</u>	20
3.1.1.	<u>Factor político – legal</u>	20
3.1.2.	<u>Factor económico</u>	20
3.1.3.	<u>Factor demográfico</u>	21
3.1.4.	<u>Factor tecnológico</u>	22
3.1.5.	<u>Factor ambiental</u>	23
3.2.	<u>MICROENTORNO</u>	23
3.2.1.	<u>Amenaza de entrada de nuevos competidores</u>	23
3.2.2.	<u>Amenazas de productos sustitutos</u>	24
3.2.3.	<u>Poder de negociación de los compradores</u>	24
3.2.4.	<u>Poder de Negociación con los proveedores</u>	25
3.2.5.	<u>Rivalidad entre competidores existentes</u>	26
 <u>ESTUDIOS DE MERCADO</u>		28
4.1.	<u>DEFINICION DEL PROBLEMA</u>	28
4.1.1.	<u>Problema de Decisión Gerencial</u>	29
4.1.2.	<u>Problema de Investigación de Mercados</u>	29
4.2.	<u>FORMULACION DEL PROBLEMA</u>	29
4.3.	<u>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</u>	29
4.3.1.	<u>Objetivo General</u>	29
4.3.2.	<u>Objetivo Especifico</u>	30
4.4.	<u>POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO</u>	30
4.4.1.	<u>Mercado objetivo</u>	30
4.4.2.	<u>Segmentación de Mercado</u>	31

4.4.3.	<u>Población sujeta a estudio</u>	32
4.5.	<u>PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA</u>	32
4.5.1.	<u>Técnicas de Muestreo</u>	32
4.5.2.	<u>Determinación del tamaño de la muestra</u>	32
4.5.3.	<u>Diseño de la encuesta</u>	34
4.6.	<u>TRABAJO DE CAMPO</u>	34
4.6.1.	<u>Preparación e interpretación de resultados</u>	35
4.6.2.	<u>Resultados de la investigación</u>	35
4.7.	<u>CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</u>	52
 <u>PLAN DE MARKETING</u>		53
5.1	<u>OBJETIVOS DE MARKETING</u>	54
5.1.1.	<u>Objetivos a Corto Plazo</u>	54
5.1.2.	<u>Objetivos a Mediano Plazo y Largo Plazo</u>	54
5.2.	<u>ESTRATEGIAS DE MARKETING</u>	54
5.2.1	<u>Producto-servicio</u>	54
5.1.2	<u>Estrategia de promoción</u>	55
5.2.3	<u>Estrategia de plaza</u>	56
5.2.4	<u>Estrategia de precios</u>	56
5.3.	<u>PLAN DE VENTAS</u>	56
5.4.	<u>PRESUPUESTO DE MARKETING</u>	58
 <u>PLAN DE OPERACIONES</u>		59
6.1.	<u>INGENIERIA</u>	59
6.1.1.	<u>Descripción física de los equipos para el servicio</u>	60
6.1.2	<u>Presupuesto de los equipos y maquinas</u>	64
6.1.3.	<u>Descripción y diseño de los procesos de servicio</u>	65
6.1.4.	<u>Tratamiento de Fisioterapia</u>	65
6.2.	<u>FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DE TRATAMIENTO MÉDICO</u>	66
6.3.	<u>PROCESOS DE APOYO</u>	67
6.4.	<u>LOCALIZACIÓN</u>	68
6.4.1.	<u>Ubicación</u>	68

6.4.2.	<u>Distribución del centro de Fisioterapia</u>	69
	<u>ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS</u>	71
7.1.	<u>OBJETIVOS DE AREA DE RECURSOS HUMANO</u>	71
7.2.	<u>DISEÑO ORGANIZACIONAL</u>	71
7.2.1.	<u>Estructura Organizacional</u>	72
7.2.2.	<u>Manual de funciones</u>	73
7.3.	<u>PROCESO DE INTEGRACION DE PERSONAL</u>	78
7.4.	<u>ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS</u>	80
7.4.2.	<u>Presupuesto de mano de obra o planilla de sueldo y salarios</u>	81
7.5.	<u>MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN</u>	82
7.5.1.	<u>Obligación Fiscales</u>	82
7.5.1.2.	<u>Servicio de Impuesto Nacional</u>	83
7.5.1.3.	<u>Alcaldía Municipal</u>	83
7.5.1.4.	<u>Caja Nacional de Salud</u>	84
7.5.1.7.	<u>Afiliación al colegio de Fisioterapia (COFIKTARIJA)</u>	86
7.5.1.8.	<u>Presupuesto de Gasto de Organización</u>	87
	<u>ESTUDIO FINANCIERO</u>	87
8.1.	<u>OBJETIVOS FINANCIEROS</u>	88
8.2.	<u>SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA</u>	88
8.3.	<u>ESTIMACION DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO</u>	80
8.4.	<u>DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA</u>	89
8.6.	<u>PROYECCION DE LOS INGRESOS</u>	92
8.7.	<u>INGENIERIA FINANCIERA</u>	93
8.7.1.	<u>Estructura del capital de trabajo</u>	93
8.7.2.	<u>Requerimiento de activos fijos e intangibles</u>	95
8.7.3.	<u>Estructura de inversión</u>	97
8.7.4.	<u>Fuente de financiamiento</u>	98
8.7.5.	<u>Balance de apertura</u>	98
8.8.	<u>FLUJO DE CAJA</u>	100
8.9.	<u>INDICADORES DE EVALUACION DEL NEGOCIO</u>	100

8.9.1.	<u>El VAN</u>	100
8.9.2.	<u>La TIR</u>	101
8.9.3.	<u>Beneficio Costo</u>	102
8.9.4.	<u>Periodo de Recuperación de la Inversión</u>	103
8.10.	<u>ANALISI DE SENSIBILIDAD</u>	104
8.10.1.	<u>Rentabilidad</u>	104
 <u>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>		106
9.1	<u>CONCLUSIONES</u>	106
9.2	<u>RECOMENDACIONES</u>	108
 <u>BIBLIOGRAFÍA Y WEBLOGRAFIA</u>		110
 <u>ANEXOS</u>		