

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN G-4
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



EMPRENDIMIENTO DE UNA GRANJA DE POLLOS
NUTRITIVOS EN LA CIUDAD DE TARIJA

DOCENTE GUÍA: MSc. LIC. IMER ADÍN COLQUE ALANOCA

ELABORADO POR:

CYNTHIA DANIELA ALCOBA ALVAREZ
MARIA ELENA ALEJANDRO FLORES

Trabajo de profesionalización bajo la modalidad Plan de Negocio, presentado a la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho” como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

TARIJA – BOLIVIA
17 DE DICIEMBRE, 2013

V°B°

MSc. Lic Imer Adín Colque Alanoca

DOCENTE GUÍA

MSc. Lic. José Berdeja Taboada

DECANO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y FINANCIERAS a.i.

MSc. Lic. Waldo Gumiel Vela

VICE DECANO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS a.i.

MSc. Lic. Victor Vargas Rivera

DIRECTOR

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

MSc. Lic. Hernan Flores Rivera

TRIBUNAL 1

MSc. Lic. Daniel Jijena Michel

TRIBUNAL 2

*El tribunal calificador del plan de negocios
no se solidariza con la forma, término,
modos y expresiones vertidas en el trabajo,
siendo las mismas únicamente
responsabilidad absoluta del autor.*

DEDICATORIA

Principalmente dedico mi tesis a DIOS verdadera fuente de amor y sabiduría, por ser mi maestro que siempre estuvo a mi lado guiándome y fortaleciéndome para lograr terminar con satisfacción y éxito mi Profesión.

incondicional para estudiar, dándome el mejor regalo que es el ESTUDIO, sin importar nuestras diferencias, en cuyo vivir me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita de la dulce fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribar miedos.

A mis hermanos Silvia y Daniel ya que estuvieron en los momentos difíciles, ayudándome de una u otra manera para que siga adelante en mis estudios, siendo ellos la fuerza de voluntad que tenía en mi mente, muchas veces poniéndose en el papel de padre y madre.

Al hombre que me dio la vida Jorge Juan Alcoba Zenteno, el cual a pesar de haberlo perdido a muy temprana edad, ha estado siempre cuidándome y guiándome desde el cielo.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

Cynthia Daniela Alcoba Álvarez

DEDICATORIA

A DIOS: Por haberme dado la fortaleza, sabiduría y paciencia necesaria día a día en la elaboración de mi trabajo y no dejarme caer en las dificultades, más aun ayudarme a cumplir una más de nuestras metas de nuestras vidas.

A mis seres Queridos: Isabel Flores Martínez y Cristian Alejandro por su gran apoyo incondicional en cada uno del cumplimiento de mis sueños y por estar en los buenos y malos momentos que se presentan en mi vida.

María Elena Alejandro Flores

AGRADECIMIENTO

A ti Dios mío, por darme la oportunidad de estudiar y culminar con éxito mis estudios, por mi vida, que la he vivido junto a ti. Gracias por iluminarme, darme fuerzas y por permitirme caminar por tu sendero.

A ti Mami:María Zenteno, por tu incondicional apoyo, tanto al inicio como al final de mi carrera; por estar pendiente de mí a cada momento. Gracias Mamita por ser ejemplo de arduo trabajo y tenaz lucha en la vida; has sido, eres y serás el pilar de mi vida.

Al Lic. MSc. Imer Adin Colque Alanoca, por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia, su amabilidad, su disposición, su enseñanza, su motivación y el tiempo que me dedicó ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

A mi hermana Silvia Alcoba por tu motivación y buen sentido del humor que muchas veces me liberaron de las presiones y el estrés

A mi familia, tíos y primos, porque de una u otra forma, con su apoyo moral me han incentivado a seguir adelante, a lo largo de toda mi vida.

Cynthia Daniela Alcoba Álvarez

AGRADECIMIENTO

A Lic. Adin Colque: Por brindarme su tiempo, amistad y apoyo en la realización del presente trabajo.

A: Todas aquellas personas que hicieron posible este proyecto, Gracias!!!.

María Elena Alejandro Flores

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Páginas
RESUMEN EJECUTIVO	1
PLAN DE INVESTIGACIÓN	
1.1. ANTECEDENTES DEL SECTOR	2
1.2. JUSTIFICACIÓN	5
1.2.1. Justificación Teórica.	5
1.2.2. Justificación Práctica.....	7
1.2.3. Justificación social.	9
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.3.1. Identificación del problema.....	10
1.3.2. Identificación del mercado objetivo insatisfecho.....	12
1.3.3. Necesidades insatisfechas.	13
1.3.4. Ventajas Competitivas del producto idea de negocio	15
1.3.5. Descripción general del producto o idea de negocio.	16
1.3.6. Oportunidades del mercado.....	17
1.4.OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. Objetivo general	18
1.4.2. Objetivos específicos	18
1.5.METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.6.ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.6.1. Alcance teórico.....	20
1.6.2. Alcance espacial o geográfico.....	21
1.6.3. Alcance temporal	21

CAPÍTULO I	Páginas
ANÁLISIS DEL CONTEXTO	
1.1.INTRODUCCIÓN	22
1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO	22
1.2.1. Político	23
1.2.2. Económico.....	25
1.2.2.1. Producto Interno Bruto de Tarija	31
1.2.3. Social-Cultural.	34
1.2.4. Tecnológico.....	41
1.2.5. Ambiental.....	44
1.3. SÍNTESIS DEL MACROENTORNO”ANÁLISIS PESTA”	48
1.3.1. Político.	48
1.3.2. Económico.....	49
1.3.3. Social.....	50
1.3.4. Tecnológico.....	51
1.3.5. Ambiental.....	52
1.4. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO DE NEGOCIO	55
1.4.1. Las cinco fuerzas de Michael Porter	55
1.4.1.1. Amenazas de entradas de los nuevos competidores.....	56
1.4.1.2. Rivalidad entre competidores existentes.....	57
1.4.1.3. Poder de negociación de los proveedores	58
1.4.1.4. Poder de negociación de los compradores o clientes	61
1.4.1.5. Amenazas de productos sustitutos de los pollos nutritivos.....	63

CAPÍTULO II	
NATURALEZA DE NEGOCIO	
2.1.DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DEL NEGOCIO.....	68
2.2.JUSTIFICACIÓN DE LA CREACION DEL NEGOCIO	71
2.2.1. Nombre de la Empresa	74
2.2.2. Tipo de Empresa	74
2.2.3. Definición del negocio	75
2.2.4. Localización	75
2.2.4.1. Macro-localización.....	76
2.2.4.2. Micro-localización	76

CAPÍTULO III GESTIÓN EMPRESARIAL

3.1. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y POLÍTICAS DE LA GRANJA DE POLLOS NUTRITIVOS “CHURO POLLO S.R.L.....77	77
3.2. OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE LA AVICOLA “CHURO POLLO S.R.L.”79	79
3.3. UBICACIÓN Y TAMAÑO80	80
3.4. VENTAJAS COMPETITIVAS83	83

CAPÍTULO IV INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO85	85
4.1.1. Proyecto de investigación86	86
4.1.1.1. Problema Gerencial.....87	87
4.1.1.2. Planteamiento del problema de investigación de mercados.....87	87
4.1.1.3. Pregunta científica de investigación.....88	88
4.1.1.4. Planteamiento de la hipótesis.....88	88
4.1.2. Objetivos de investigación de mercado.....88	88
4.1.3. Diseño de la investigación de mercado.....89	89
4.1.3.1. Recopilación de información91	91
4.1.3.2. Determinación de la población y el tamaño de muestra92	92
4.1.3.3. Diseño de la encuesta99	99
4.1.3.4. Presentación y análisis de los resultados.....100	100
4.1.3.5. Participación de la competencia en el Mercado114	114
4.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO FODA117	117
4.2.1. Factores Internos Controlables.....117	117
4.2.1.1. Fortaleza.....117	117
4.2.1.2. Debilidades.....117	117
4.2.2. Factores Externos Incontrolables118	118
4.2.2.1. Amenazas118	118
4.2.2.2. Oportunidades119	119
4.3. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO121	121

CAPÍTULO V PLAN DE MARKETING

5.1. EL MARKETING.....	123
5.2. OBJETIVO DEL MARKETING.....	124
5.3. ESTRATEGIA DE MARKETING.....	125
5.3.1. Estrategia de competitividad.....	125
5.3.2. Estrategia de posicionamiento.....	125
5.3.3. Estrategia de diferenciación.....	127
5.3.4. Estrategia de benchmarking.....	128
5.4. MERCADO META.....	128
5.5. MARKETING MIX.....	129
5.5.1. Producto.....	130
5.5.1.1. Definición del producto.....	130
5.5.2. Precio.....	132
5.5.3. Plaza.....	133
5.5.4. Promoción.....	135
5.5.4.1. Imagen corporativa.....	138
5.5.5. Resumen del marketing mix.....	141
5.6. MARKETING SOCIAL.....	142
5.7. PLAN DE VENTA PARA LA INTRODUCCIÓN AL MERCADO.....	143
5.8. PRESUPUESTO DE MARKETING.....	144

CAPITULO VI PLAN DE PRODUCCIÓN

6.1. OBJETIVOS DE LA PRODUCCIÓN.....	145
6.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	146
6.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	151
6.3.1. Tipos de procesos.....	152
6.4. ACTIVIDADES PREVIAS AL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	152
6.4.1. Preparación de los galpones para el recibimiento de los pollos.....	152
6.5. CARACTERÍSTICAS DE LA TEGNOLOGÍA.....	154
6.5.1. Equipos para el galpón.....	154
6.5.2. Maquinaria.....	159
6.6. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	159
6.6.1. Proceso de crianza.....	159
6.6.1.1. Recibo de los pollos.....	159
6.6.2. Distribución del alimento.....	166

6.6.2.1. Nutrición y alimento de las aves	166
6.6.2.1.1. El aprovechamiento de los alimentos.....	166
6.6.2.2. Preparación del pollo para su faenamiento	180
6.6.3. Proceso de faenamiento.....	180
6.7. ESTABLECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE FAENEO.....	193
6.7.1. Otras áreas y servicios (maquinarias, calderos y vestuarios).....	195
6.8. HIGIENE DEL ESTABLECIMIENTO DE FAENAMIENTO	195
6.9. SEGURIDAD INDUSTRIAL”PERSONAL” PARA EL FAENEO	198
6.10. CONTROL DE CALIDAD DEL FAENAMIENTO	200
6.10.1. Control de calidad considerando ciertos parámetros de la crianza de pollo	201
6.10.2.1. Practica de Bioseguridad.....	208
6.11. RIESGO DE PRODUCCIÓN	209
6.11.1. Otros riesgos y factores de prevención	217
6.12. INSTALACIONES E INFRAESTRUCTURA	219
6.13. ETAPAS DE CRECIMIENTO POR SEMANA	226
6.14. ADMINISTRACION DE LOS MATERIALES.....	227
6.14.1. Necesidad de materia prima	227
6.14.2. Proveedores Negociables	227
6.14.3. Sistema de compra	228
6.15. ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS.....	228
6.16. CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	228
6.16.1. Cantidad de pollos por semana	229
6.17. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	233
6.18. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINA.....	234
6.18.1. Distribución del equipo dentro del galpón de postura	234
6.18.2. Distribución física de las oficinas	235
6.18.3. Diseño y distribución general de la planta	237
6.18.4. Distribución del área de faenamiento.....	239
6.19. COSTO DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER TRIMESTRE.....	241
6.20. FLUJOGRAMA DE PROCESOS	248
6.21. CONCLUSION DEL PLAN DE PRODUCCIÓN	251

CAPÍTULO VII

PLAN ORGANIZACIONAL DE RECURSOS HUMANOS

7.1. OBJETIVO DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS.....	253
7.1.1. Objetivo general	253
7.1.2. Objetivo específico.....	253
7.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL	254

7.2.1. Estructura Organizacional.....	254
7.3. DESCRIPCION DE PUESTOS Y MANUAL DE FUNCIONES.....	258
7.4. MANUAL DE FUNCIONES	259
7.4.1. Proceso de Integración del Personal	289
7.4.1.1. Reclutamiento	290
7.4.1.2. Selección	291
7.4.1.3. Contratación	295
7.4.1.4. Inducción.....	296
7.4.1.5. Capacitación.....	296
7.4.1.6. Evaluación y Desempeño.....	297
7.5. NORMAS DEL PERSONAL	297
7.6. POLÍTICAS DEL PERSONAL.....	298
7.7. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	298
7.7.1. Escala salarial.....	299
7.7.2. Planilla de sueldos.....	301
7.8. GESTIÓN DE CAPITAL INTELECTUAL	303
7.9. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	304
7.9.1. Obligaciones fiscales.....	305

CAPÍTULO VIII PLAN FINANCIERO

8.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA	323
8.2. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	324
8.2.1. Inversión fija o tangible	324
8.2.2. Inversión diferida o intangible	324
8.2.3. Capital de Trabajo.....	324
8.3. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA	325
8.4. COSTO TOTAL UNITARIO	325
8.4.1. Proyección de los costos anuales	326
8.5. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	327
8.5.1. Precio sin factura.....	327
8.5.2. Precio con factura.....	328
8.6. PUNTO DE EQUILIBRIO	329
8.7. PROYECCIONES DE LOS INGRESOS	331
8.8. INGENIERÍA FINANCIERA	331
8.8.1. Presupuesto de capital.....	332
8.8.2. Requerimiento de activos fijos intangibles	337
8.8.3. Estructura de capital de trabajo.....	338

8.8.4. Estructura de inversión.....	345
8.8.5. Estructura de financiamiento.....	346
8.8.6. Amortización de la deuda.....	351
8.9. FLUJO DE CAJA	353
8.9.1. Flujo de caja económico.....	353
8.9.2. Flujo de caja financiero.....	358

CAPÍTULO IX ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

9.1. INTRODUCCIÓN	362
9.2. VARIABLES DE SENSIBILIDAD	362
9.3. ANALISIS DE SENSIBILIDAD POR INCREMENTO EN EL PRECIO	363
9.4. ANALISIS DE SENSIBILIDAD POR INCREMENTO 4.8% EN LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES	371
9.5. ANALISIS DE SENSIBILIDAD POR INCREMENTO DE LA DEMANDA EN UN 20%	379
9.6. ANALISIS DE SENSIBILIDAD POR INFLACIÓN DEL 7.13%	387

CAPÍTULO X CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1. CONCLUSIONES	397
10.2. RECOMENDACIONES	400
BIBLIOGRAFÍA	
WEBLOGRAFÍA	
ANEXOS	