

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

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ASIGNATURA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN

MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE MALTA
DE QUINUA EN LA CIUDAD DE TARIJA**

POR: MAMANI HUATA MARÍA LIZETH

Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la “**Universidad Autónoma Juan Misael Saracho**” como requisito para optar el grado académico de licenciatura en Administración de Empresa.

TARIJA-BOLIVIA

2013

DEDICATORIA

A toda mi familia por brindarme su apoyo incondicional y comprensión en todo momento.

ÍNDICE

PERFIL DEL PLAN DE NEGOCIOS

Pagina

1	INTRODUCCION	1
2	JUSTIFICACIÓN	2
	2.1. Justificación teorica.....	5
	2.2. Justificación metodologica.....	6
	2.3. Justificación social.....	6
3	NECESIDADES INSATISFECHAS	6
4	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
	4.1 Identificación del problema.....	7
	4.2 Planteamiento del problema.....	8
	4.3. Formulacion del Problema.....	10
5	OBJETIVOS	10
	5.1 Objetivo General.....	10
	5.2 Objetivos Específicos	10
6	METODOLOGÍA	11

CAPITULO I

ANALISIS DEL ÁMBITO DEL NEGOCIO

1	ANALISIS DEL ÁMBITO DEL NEGOCIO.....	12
2	ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	12
	2.1. Análisis del entorno mediato	12
	2.1.1. Análisis del factor Político – Legal.....	13
	2.1.2. Análisis del factor económico.....	15
	2.1.3. Análisis del factor demográfico socio – cultural.....	23
	2.1.4. Análisis del factor tecnológico.....	25
	2.2. Análisis del entorno inmediato.....	26
	2.2.1. Proveedores.....	26
	2.2.2. Clientes.....	29
	2.2.3. Competidores actuales.....	30
	2.2.4. Productos sustitutos.....	30
	2.3. Síntesis del análisis del contexto	31

CAPITULO II

PLAN DE MARKETING

1	INTRODUCCION.....	34
2	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	34
	2.1 Problema de Decisión Gerencial	34
	2.2 Preguntas de Investigación de mercados.....	35
	2.3 Hipótesis	35
	2.4. Objetivos de la investigación.....	35

2.5. Metodología de Investigación.....	36
2.6. Proceso del diseño de la muestra	37
2.7. Diseño de cuestionario.....	43
2.8. Ejecución del proceso de muestreo.....	44
2.9. Estimación de la demanda.....	63
2.10. Conclusiones de la investigación de mercados.....	68
3. PLAN DE MARKETING.....	70
3.1. Objetivos del Plan de Marketing	70
3.2. Estrategia de Marketing	71
3.3 Marketing Mix (4P's).....	72
3.3.1 Producto	73
3.3.2 Precio	76
3.3.3 Plaza.....	77
3.3.4 Promoción	79

CAPITULO III PLAN DE OPERACIONES

1. INTRODUCCIÓN	81
2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	81
3. PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA MALTA DE QUINUA.....	82
3.1. Tipo de proceso.....	82
3.2. Flujo grama del proceso.....	83
3.3. Descripción del proceso de producción.....	84
4. PLAN DE PRODUCCIÓN.....	88
5. REQUERIMIENTO DE HORAS, MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	90
6. TECNOLOGÍA Y EQUIPAMIENTO DE LA PLANTA.....	97
6.1. Maquinaria para el proceso de producción.....	97
6.2. Requerimiento de personal.....	97
6.3. Equipamiento de la empresa.....	98
7. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	99
8. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	100
8.1. Localización geográfica de la empresa.....	100
8.2. Ubicación de la empresa.....	101
8.3. Distribución de las instalaciones de la empresa.....	101

CAPITULO IV ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO

1. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCION DE LA EM PRESA	103
1.1. Razón social de empresa	103
1.2. Aspectos legales para constitución de la empresa	104
1.3. Marco referencial de funcionamiento.....	104
1.3.1. Misión.....	105

1.3.2. Visión.....	105
1.3.3. Valores.....	105
1.3.4. Objetivos de la empresa.....	106
1.3.4.1. Objetivo General.....	106
1.3.4.2. Objetivos específicos.....	106
1.3.5. Estructura Organizacional.....	107
1.3.6. Descripción de puestos.....	108
1.3.7. Fuerza de trabajo.....	112

CAPITULO V PLAN FINANCIERO

1. INTRODUCCION.....	113
2. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE INVERSION TOTAL.....	113
2.1. Presupuesto de inversión.....	115
3. FUENTE DE FINANCIAMIENTO.....	116
3.1. Plan de amortización.....	117
4. BALANCE DE APERTURA.....	118
5. DETERMINACIÓN DE COSTOS.....	119
5.1. Costos fijos.....	119
5.2. Costos variables.....	124
5.3. Costo de producción, costos operativos y costo total.....	124
5.3.1. Costo de producción.....	125
5.3.2. Costos operativos.....	126
5.3.3. Costo total y costo unitario.....	126
6. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA CON Y SIN FACTURA.....	126
6.1. Precio de venta sin factura.....	126
6.2. Precio de venta con factura.....	127
7. INGRESOS.....	128
8. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	128
9. ESTADO DE RESULTADOS.....	129
10. FLUJO DE CAJA.....	130
10.1. Indicadores económicos y financieros.....	131
10.1.1. Valor Actual Neto.....	131
10.1.2. Tasa Interna de Retorno Financiero.....	132
11. PLAN DE IMPLANTACIÓN DE LA EMPRESA.....	132
12. PLAN DE RIESGOS DE LA EMPRESA.....	133
CONCLUSIONES.....	135
RECOMENDACIONES.....	136
BIBLIOGRAFÍA.....	137
ANEXOS	