

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



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE
FIDEOS FORTIFICADOS CON HARINA DE AMARANTO

Por:

TATIANA LIZVET POMA MALLCU

MIRTHA ABIGAIL SÁNCHEZ OCHOA

DOCENTE GUÍA: MSC. LIC. IMER ADÍN COLQUE ALANOCA

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

TARIJA – BOLIVIA
DICIEMBRE, 2013

DEDICATORIA:

Dedicamos este logro a Dios, nuestro gran tesoro, gran fortaleza y luz en nuestros caminos.

A nuestros Padres por todo su amor, apoyo, paciencia y colaboración.

Y hermanos por acompañarnos en esta etapa tan importante y formadora de nuestras vidas.

ÍNDICE GENERAL

	PÁGINAS
PERFIL DE INVESTIGACIÓN	
1. ANTECEDENTES DEL SECTOR	1
2. JUSTIFICACIÓN	3
2.1. Justificación Teórica.....	3
2.2. Justificación Práctica.....	4
2.3. Justificación Económica.....	4
2.4. Justificación Comercial	5
2.5. Justificación social	5
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
3.1. Necesidades Insatisfechas	8
3.2. Ventajas competitivas del satisfactor	8
3.3. Identificación del Mercado Objetivo Insatisfecho	9
3.4. Descripción general de la idea de negocio	9
3.5. Oportunidades del Mercado	11
4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	12
4.1. Objetivo General	12
4.2. Objetivos Específicos.....	12
5. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN.....	12
6. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
6.1. Teórico	13
6.2. Temporal.....	13
6.3. Espacial	13

FASE ESTRATEGICA

CAPITULO I ANÁLISIS DEL CONTEXTO

1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	14
1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO	14
1.1.1. Político	14
1.1.2. Económico	17
1.1.3. Social.....	22
1.1.4. Tecnológico.....	24
1.1.5. Ambiental.....	25
1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO	26
1.2.1. Consumidores	26
1.2.2. Competidores actual.....	26
1.2.3. Competidores potenciales	28
1.2.4. Productos sustitutos	28
1.2.5. Proveedores.....	28
1.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO	29

CAPITULO II NATURALEZA DEL NEGOCIO

2. NATURALEZA DEL NEGOCIO	33
2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DEL NEGOCIO	33
2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	34
2.2.1. Nombre de la empresa	34
2.2.2 Tipo de empresa	34
2.2.3. Ubicación y tamaño	35
2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL.....	36
2.3.1. Visión, misión y valores de la empresa.....	36
2.3.2. Objetivos estratégicos de la empresa	38
2.3.3. Ventajas competitivas	38

CAPITULO III
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	40
3.1. Proyecto de investigación de mercados	40
3.1.1. Problema gerencial.....	40
3.1.2. Problema de investigación de mercados	40
3.1.3. Pregunta científica de investigación	40
3.1.4. Planteamiento de la hipótesis.....	41
3.1.5. Objetivos de la investigación de mercados	41
3.1.6. Métodos y técnicas de investigación de mercados.....	41
3.2. Diseño de investigación	42
3.2.1 Recopilación de la información	43
3.2.1.1 Determinación de la población y el tamaño de la muestra.....	43
3.2.1.2. Las encuestas	45
3.3. Presentación y análisis de resultados	45
3.4. Participación de la competencia en el mercado	55
3.5. Riesgo y oportunidades del mercado	55
3.6. Verificación de la hipótesis.....	56
3.7. Conclusiones de la investigación de mercados	56
3.8. Tamaño del mercado.....	58

FASE OPERATIVA

CAPITULO I
PLAN DE MARKETING

1. PLAN DE MARKETING.....	61
1.1. Objetivos de marketing	61
1.2. Estrategias de marketing	62
1.3. Mercado meta y/o segmentación.....	67
1.3.1. Mercado Meta	67
1.3.2. Segmentación.....	67
1.4. Marketing mix.....	68

1.4.1. Producto	68
1.4.2. Precio	73
1.4.3. Promoción	77
1.4.4. Plaza.....	80
1.5. Marketing social.....	83
1.6. Plan de ventas para la introducción al mercado	83
1.7. Presupuesto de marketing	84

CAPITULO II
PLAN DE PRODUCCIÓN

2. PLAN DE PRODUCCION.....	85
2.1. Objetivos del área de producción.....	85
2.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	85
2.2.1. Estudio de la materia prima	85
2.2.1.1. Descripción de la materia prima e insumos	86
2.3. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES.....	91
2.3.1. Necesidad de materia prima.....	91
2.3.2. Proveedores negociables	92
2.3.3. Sistema de compras.....	92
2.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	93
2.4.1. Tipo de proceso.....	101
2.4.2. Flujo grama del proceso	102
2.4.3. Programa de producción	104
2.5. Características de la tecnología.....	105
2.5.1. Equipos e maquinarias	105
2.6. ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS	108
2.7. Capacidad productiva.....	109
2.8. Localización de la empresa	109
2.9. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINA1.....	110
2.10. Higiene y seguridad industrial	112
2.10.1. Control de higiene de la fábrica	112

2.10.2. Seguridad industria	113
2.11. Control de calidad	114

CAPITULO 111

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

3. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS.....	115
3.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS	115
3.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL	116
3.2.1. Estructura organizacional.....	116
3.2.2. Descripción de puestos o manual de funciones.....	118
3.2.3. Proceso de integración del personal.....	121
3.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	126
3.3.1. PRESUPUESTO DEL PERSONAL.....	127

CAPITULO 1V

ASPECTOS LEGALES

4. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	128
4.1. TIPO DE SOCIEDAD	128
4.2. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA EN BOLIVIA	128
4.3. Obligaciones fiscales	129
4.3.1. Funde empresas.....	129
4.3.2. Servicio de impuestos nacionales	130
4.3.3. Gobierno municipal	132
4.3.4. Caja nacional de salud	132
4.3.5. Administradora de fondo de pensiones	132
4.3.6. Ministerio de trabajo	133
4.3.7. Leyes y normas que regulan a la empresa.....	133

CAPITULO V
PLAN FINANCIERO

5. PLAN FINANCIERO.....	141
5.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	141
5.2. ESTRUCTURA DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	141
5.2.1. Inversión Fija	142
5.2.2. Inversión Diferida	145
5.2.3. Capital De Trabajo	146
5.2.4. Financiamiento.....	147
5.3. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA.....	150
5.4. CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN	152
5.5. AMORTIZACIONES.....	154
5.6. FLUJO DE CAJA	155
5.6.1. Evaluación financiero	159
5.6.1.1. Calculo del VAN financiero	161
5.6.1.2. Calculo de la TIR financiera	161
5.6.1.3. Periodo de Recuperación de la Inversión.....	162
5.6.1.4. Análisis de Sensibilidad	163
5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO	166
5.8. BALANCE DE APERTURA	167

CAPITULO VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	168
6.1. Conclusiones	168
6.2. Recomendaciones	169
Bibliografía	
Anexo	

ÍNDICE DE CUADROS	PÁGINAS
CUADRO 1 Tasas Activa.....	20
CUADRO 2 Tasas Pasivas.....	20
CUADRO 3 Competidores Actuales.....	27
CUADRO 4 Proveedores de Maquinaria, Equipo e Insumos.....	28
CUADRO 5 Consumo aparente anual.....	59
CUADRO 6 Proyeccion de la demanda	60
CUADRO 7 Programa de marketing.....	66
CUADRO 8 Precio de fideos importados.....	73
CUADRO 9 Precios de fideos nacionales.....	74
CUADRO 10 Precio de fideos regionales.....	74
CUADRO 11 Unidades a producir.....	75
CUADRO 12 Costos de producción.....	76
CUADRO 13 Centros de comercializacion en la ciudad de Tarija.....	81
CUADRO 14 Margenes brutos de comercialización de fideos.....	82
CUADRO 15 Plan de venta anual.....	84
CUADRO 16 Presupuesto de Marketing.....	84
CUADRO 17 Materia prima	91
CUADRO 18 Proveedores negociables.....	92
CUADRO 19 Sistema de Compra.....	93

CUADRO 20	Resumen del proceso de producción de los fideos.....	100
CUADRO 21	Descripcion de proveedores de maquinaria y equipo.....	105
CUADRO 22	Costo de maquinaria y equipo.....	106
CUADRO 23	Presupuesto de la mano del personal.....	127
CUADRO 24	Dias de vacaciones que tiene un trabajador.....	135
CUADRO 25	Costo de la infraestructura.....	142
CUADRO 26	Costo de la Maquinaria.....	143
CUADRO 27	Costo de herramientas.....	143
CUADRO 28	Costo de muebles y enseres.....	144
CUADRO 29	Costo del vehiculo.....	144
CUADRO 30	Resumen de inversión fija.....	145
CUADRO 31	Inversión diferida.....	145
CUADRO 32	Costo de los materiales directos.....	146
CUADRO 33	Costo de materiales indirectos de fabricación.....	147
CUADRO 34	Resumen de capital de trabajo.....	147
CUADRO 35	Estructura del financiamiento.....	148
CUADRO 36	Mano de obra directa.....	148
CUADRO 37	Gastos de administración.....	149
CUADRO 38	Gasto en ventas.....	149
CUADRO 39	Costo de producción.....	150

CUADRO 40	Depreciación muebles y enseres.....	152
CUADRO 41	Depreciación de la maquinaria y equipo.....	153
CUADRO 42	Depreciación de las instalaciones.....	153
CUADRO 43	Resumen de la depreciación de los activos fijos.....	153
CUADRO 44	Amortización de la deuda.....	154
CUADRO 45	Proyección de los ingresos efectivos (2014-2018).....	156
CUADRO 46	Materia primas proyectada (2014).....	157
CUADRO 47	Materia primas proyectada (2015).....	157
CUADRO 48	Materia primas proyectada (2016).....	158
CUADRO 49	Materia primas proyectada (2017).....	158
CUADRO 50	Materia primas proyectada (2018).....	159
CUADRO 51	Periodo de recuperación.....	162

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1	Sondeo sobre el conocimiento del amaranto
ANEXO 2	Sondeo sobre la afinidad nutricional de su hogar
ANEXO 3	Cuadro de nutrición
ANEXO 4	Tabla de comparacion nutricional del amaranto
ANEXO 5	Crecimiento de la economia de Bolivia (PIB)
ANEXO 6	Tasaa Activas y Pasivas
ANEXO 7	Tasa de crecimiento de la población
ANEXO 8	Consumo Mundial del Fideo
ANEXO 9	Consumo Nacional del Fideo
ANEXO 10	Encuesta piloto para determinar la muestra
ANEXO 11	Encuesta de Investigación de Mercado
ANEXO 12	Propuesta para el programa de marketing
ANEXO 13	Amaranto en comparación con otros cereales
ANEXO 14	Maquinaria
ANEXO 15	Método de evaluación de desempeño del personal
ANEXO 16	Requisitos de fundempresa
ANEXO 17	Requisitos del Servicio de Impuestos Nacionales
ANEXO 18	Requisitos del Gobierno Municipal
ANEXO 19	Requisito para la Caja Nacional de Salud

- ANEXO 20** Requisitos para AFP's
- ANEXO 21** Requisitos para el Ministerio de Trabajo
- ANEXO 22** Requisitos para el (SENASAG)