

**UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO**

**Facultad de Ciencias Económicas y Financieras**

**Administración de Empresas**



**Materia:** Trabajo de Profesionalización

**Modalidad:** Plan de Negocios

**Título:** Industrialización del té de zanahoria, apio y manzanilla

**Postulantes:** Amador Rios Roxana

Rodríguez Flores Jheny J.

**Docente guía:** Lic. Adrian Silisque Mamani

Dedicatoria.

Queremos dedicar a nuestros padres de familia  
por habernos impulsado en la realización del plan  
de negocios

### Agradecimientos.

Expresamos nuestros agradecimientos ya Dios quien fue el que nos dio valor y fuerza en todo momento y al licenciado Adrian Silisque por apoyarnos en la realización de la tesis.

## INDICE

### CAPITULO I

NATURALEZA DEL PROYECTO.....	1
1.1. DESCRIPCION DEL NEGOCIO .....	1
1.2. JUSTIFICACION DE LA EMPRESA.....	1
1.3. NOMBRE DE LA EMPRESA. ....	2
1.4. DESCRIPCION DE LA EMPRESA. ....	2
1.4.1. Tipo de empresa.....	2
1.4.2. Ubicación y tamaño de la empresa. ....	2
1.5. MISION DE LA EMPRESA.....	3
1.6. OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	3
1.7. VENTAJAS COMPETITIVAS.....	5
1.8. ANALISIS DE LA INDUSTRIA.....	5
1.8.1.1. CLIENTES .....	6
1.8.1.2. COMPETIDORES .....	7
1.8.1.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS .....	8
1.8.1.4.1. Productos sustitutos similares directos:.....	8
1.8.1.4.2. Productos sustitutos indirectos:.....	8
ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO .....	9
1.8.2.1. ASPECTO POLÍTICO LEGAL.....	9

1.8.2.2. ASPECTO ECONÓMICO.....	10
1.8.2.3. ASPECTO SOCIO-CULTURAL .....	13
1.8.2.4. ASPECTO TECNOLÓGICO.....	15
1.8.2.5. ASPECTO AMBIENTAL.....	15
 CAPITULO II	
MERCADO.....	18
2.1. OBJETIVOS DE LA MERCADOTECNIA. ....	18
2.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO. ....	18
2.2.1. Tamaño del mercado y Características del segmento. ....	18
2.2.2. Consumo aparente. ....	19
2.2.3. Demanda potencial.....	19
2.3. ESTUDIO DE MERCADO .....	20
2.3.1. Naturaleza y proceso de la investigación de mercados .....	20
2.3.2. Definición del problema de investigación de mercados.....	20
2.3.3. Desarrollo del plan de investigación .....	21
2.3.4. Diseños de la investigación .....	22
2.3.4.1. Definición del alcance de la investigación a realizar .....	22
2.3.5. Diseño del cuestionario .....	22
2.3.6. Plan de muestreo .....	23
2.4. ANÁLISIS DE DATOS. ....	28

2.6. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO .....	40
2.6.1. DISTRIBUCION Y PUNTOS DE VENTA. ....	40
2.6.2. PROMOCION.....	41
2.6.3. PUBLICIDAD.....	42
2.6.4. FIJACION Y POLITICAS DE PRECIOS. ....	43
2.7. PLAN DE INTRODUCCION AL MERCADO .....	44
2.8. RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO .....	44
2.9. SISTEMA Y PLAN DE VENTAS .....	45
CAPITULO III	
PRODUCCION.....	47
3.1. ESPECIFICACION DEL PRODUCTO. ....	47
3.1.1. <i>Té de Zanahoria.</i> .....	47
3.1.2. <i>Té de Apio.</i> .....	48
3.1.3. <i>Té de Manzanilla.</i> .....	49
3.2. DESCRIPCION DEL PROCESO.....	50
3.3. CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA. ....	52
3.4. EQUIPO Y HERRAMIENTAS. ....	54
3.5. PLAN DE PRODUCCION .....	55
3.5.1. Materia prima. ....	56
3.5.2. Unidades producidas día y año.....	57

3.6. IDENTIFICACION DE PROVEEDORES.....	58
3.7. CAPACIDAD INSTALADA.....	58
3.8. UBICACIÓN DE LA EMPRESA O PLANTA.....	58
CAPITULO IV	
ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO .....	59
4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN. ....	59
4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. ....	59
4.2.1. Que es un organigrama.....	60
4.3. DESCRIPCION POR PUESTO. ....	61
4.4. SELECCIÓN DE PERSONAL .....	66
4.5.1. Reclutamiento. ....	66
4.5.2. Selección.-.....	67
4.5.3. Contratación.....	68
4.5.4. Inducción. ....	68
4.5. MANO DE OBRA.....	68
4.6. SUELDOS Y SALARIOS .....	69
4.7. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN. ....	70
4.7.1. CONSTITUCIÓN LEGAL.- .....	70

## CAPITULO V

FINANZAS.....	72
5.1.    BALANCE DE APERTURA .....	72
5.2.    PRESUPUESTO.....	73
5.3.    DETERMINACION DE COSTOS .....	74
5.3.1. <i>Costos de Producción y Clasificación según su Variabilidad.</i> .....	74
5.3.2.    COSTOS DE ADMINISTRACION Y COMERCIALIZACION .....	76
5.3.3.    COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.....	77
5.4.    PLAN DE INVERSION .....	77
5.4.1.    CAPITAL DE TRABAJO.....	77
5.4.2.    ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO .....	78
5.5.    DETERMINACION DE FLUJOS DE CAJA .....	79
5.5.1.    ANALISIS DE INDICADORES FINANCIEROS .....	81
5.6.    ESTADOS DE RESULTADOS .....	83
5.7.    PUNTO DE EQUILIBRIO.....	84
5.8.    ANALISIS DE RIESGO .....	85
5.9.    PLAN DE IMPLANTACION .....	88

## BIBLIOGRAFIA

## ANEXOS



## INDICE DE CUADROS

Cuadro N°1 La inflación en Bolivia.....	10
Cuadro N°2 PIB per cápita de Bolivia y Tarija.....	11
Cuadro N°3 Tasa de desempleo .....	12
Cuadro N°4 Crecimiento poblacional .....	13
Cuadro N°5 Migración .....	14
Cuadro N°6 Matriz FODA .....	16
Cuadro N°7 Instrumentos de medición. ....	23
Cuadro N° 8 Precios y descuentos.....	46
Cuadro N° 10 Especificación del Apio .....	48
Cuadro N° 11 Especificación de la Manzanilla.....	49
Cuadro N° 12 Especificación de la tecnología .....	52
Cuadro N° 13 Equipo y herramientas.....	54
Cuadro N° 14 Costos de la materia prima .....	55
Cuadro N°15 Materia prima .....	56
Cuadro N° 16 Determinación de unidades producidas año.....	57
Cuadro N° 17 Costo total por unidades producidas año .....	57

Cuadro N° 18 Capacidad de las maquinas .....	58
Cuadro N° 19 Empleados requeridos .....	68
Cuadro N° 20 Planilla de sueldos y salarios.....	69
Cuadro N° 21 Trámites para la apertura de un negocio .....	71
Cuadro N° 22 Presupuesto de Materia Prima.....	73
Cuadro N° 23 Presupuesto de Sueldos y Salarios .....	73
Cuadro N° 24 Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación .....	74
Cuadro N° 25 Clasificación de Costos según su Variabilidad .....	75
Cuadro N° 26 Costos variables .....	75
Cuadro N° 27 Costos fijos.....	75
Cuadro N° 28 Costos de Administración .....	76
Cuadro N° 29 Costos de Comercialización .....	76
Cuadro N° 30 Capital de trabajo .....	77
Cuadro N° 31 Crédito.....	78
Cuadro N° 32 Cuotas de pago e intereses .....	78
Cuadro N° 33 Aporte de capital social .....	79
Cuadro N° 34 Cantidad precio e ingresos .....	79
Cuadro N° 35 Flujos de caja.....	80
Cuadro N° 36 Indicadores financieros .....	82
Cuadro N° 37 Periodo de recuperación.....	82

Cuadro N° 38 Estado de Resultados.....	83
Cuadro N° 39 Cuadro de Escenarios .....	85
Cuadro N° 40 Escenario pesimista.....	86
Cuadro N° 41 Escenario optimista .....	87
Cuadro N° 42 Actividades.....	88
Cuadro N° 43 Grafica del plan de implantación .....	89

## INDICE DE FIGURAS

Fig. N° 1 Consumo del Té de sopar .....	28
Fig. N° 2 Frecuencia de consumo .....	29
Fig. N° 3 Productos sustitutos .....	30
Fig. N° 4 Miembros de la familia que consumen .....	31
Fig. N° 5 Importancia de cada factor.....	32
Fig. N° 6 Variedades de Té .....	33
Fig. N° 7 Lugares y tiempo de compra .....	34
Fig. N° 8 El empaque del producto .....	35
Fig. N° 9 Cantidad del producto.....	36
Fig. N° 10 Publicidad del producto .....	37
Fig. N° 11 Precio del producto.....	38
Fig. N° 12 Promociones del producto .....	39
Fig. N° 13 Canales de distribución.....	41
Fig. N° 14 Diagrama del proceso de producción .....	50
Cuadro N°15 Materia prima .....	56
Fig. N° 15 Organigrama .....	60