

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA «JUAN MISAEL SARACHO»
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN G-1



MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO

**«PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE SEMILLA DE UVA
PRENSADO EN FRÍO EN EL VALLE CENTRAL DE TARIJA»**

Presentado por:

ROBERTO RUIZ CATOIRA

DOCENTE GUÍA: ADRIÁN SILISQUE MAMANI

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 Empresas.

Diciembre de 2021

TARIJA – BOLIVIA

El presente trabajo está dedicado a mi madre, Prof.^a María Elena Catoira López, por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

ÍNDICE

Advertencia

Dedicatoria

Agradecimiento

Resumen Ejecutivo

CONTENIDO

PÁGINAS

INTRODUCCION

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	I
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	II
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	IV
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	IV
2.1. Objetivo General	IV
2.2. Objetivos Específicos	IV
3. NECESIDADES PERCIBIDAS A SER SATISFECHAS	V
4. JUSTIFICACIÓN	VI
4.1. Justificación Practica	VI
4.2. Justificación Social.....	VI
4.3. Justificación Ambiental	VI
5. MARCO METODOLÓGICO.....	VII
5.1. Nivel de Investigación	VII
5.2. Diseño de la Investigación:	VII

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DEL CONTEXTO

1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DEL NEGOCIO	1
1.1.1. Factor Legal del Sistema Político	1
1.1.2. Factor Económico.....	4
1.1.3. Factor Demográfico Social	6
1.1.4. Factor Tecnológico	7
1.1.5. Factor Ecológico y Medio Ambiental.....	9
1.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL NEGOCIO.....	9
1.2.1. Los Clientes.....	9
1.2.2. Los Proveedores	11
1.2.3. Los Competidores.....	11

1.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL CONTEXTO	14
--	-----------

CAPÍTULO 2: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y PLAN DE MARKETING

2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	16
2.1.1. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercado.....	16
2.1.2. Definición y Formulación del Problema de Investigación de Mercado	18
2.1.3. Problema de Decisión Gerencial o Administrativa	20
2.1.4. Formulación del Problema de Investigación de Mercados.....	20
2.1.5. Componentes Específicos del Problema de Investigación de Mercado	21
2.1.6. Preguntas de Investigación de Mercados.....	21
2.1.7. Formulación de la Hipótesis de Investigación	22
2.1.8. Objetivos de la Investigación de Mercados	22
2.1.9. Metodología de la Investigación de Mercado	23
2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	24
2.2.1. Recopilación de la Información.....	25
2.2.2. Determinación de la Población y el Tamaño de la Muestra	26
2.2.3. Presentación y Análisis de Resultados	30
2.2.4. Conclusión de la Investigación de Mercados.....	45
2.2.5. Estimación de la Demanda en el Año Cero y la Tasa de Crecimiento de la Demanda	46
2.3. PLAN DE MARKETING	51
2.3.1. Objetivos del Plan Marketing.....	51
2.3.2. Mercado Objetivo.....	51
2.3.3. Segmentación de Mercado	52
2.3.4. Arquetipo de Cliente	53
2.3.5. Marketing Mix Estratégico.....	54
2.3.6. Costos de Marketing	60

CAPÍTULO 3: PLAN DE OPERACIONES

3.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE OPERACIONES.....	63
3.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO	63
3.2.1. Diseño y Especificaciones del Producto	63
3.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	66
3.3.1. Estrategia del Tipo de Proceso	66
3.3.2. Diagrama del Proceso	67

3.4.	EQUIPOS Y MATERIALES	69
3.5.	MATERIA PRIMA.....	75
3.6.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	75
3.7.	LOCALIZACION DE LA PLANTA	77
3.8.	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	78
3.9.	CONTROL DE CALIDAD.....	79
3.10.	PLAN DE OPERACIONES	80
3.10.1.	Valores de Entrada	80
3.10.2.	Valores Derivados	81
3.10.3.	Costos Calculados del Plan de Operaciones	82
3.11.	COSTO DE LA MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIAL DE PRODUCCION.....	83

CAPÍTULO 4: PLAN DE ORGANIZACIÓN

4.1.	OBJETIVOS DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN.....	84
4.2.	MARCO DE FUNCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	84
4.3.	DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	85
4.3.1.	Organigrama Funcional	85
4.3.2.	Manual de Funciones	86
4.4.	ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN.....	91
4.4.1.	Obligaciones Fiscales y Sanitarias.....	91
4.1.2.	Costos Organizacionales	96

CAPÍTULO 5: PLAN FINANCIERO

5.1.	OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERO.....	97
5.2.	CAPITAL DE INVERSIÓN.....	97
5.2.1.	Inversión de Activos Fijos.....	98
5.2.2.	Inversión de Activos Diferidos	100
5.2.3.	Inversión de Activos Corrientes	100
5.2.4.	Importe Base para el CF-IVA del Capital de Inversión.....	101
5.2.5.	Depreciación de Activos Fijos.....	101
5.3.	ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	102
5.3.1.	Fuentes de Financiamiento	103
5.3.2.	Amortización del Crédito	104
5.4.	ESTRUCTURA DE COSTOS.....	105

5.4.1. Costos Fijos.....	105
5.4.2. Costos Variables.....	110
5.4.3. Costo Total y Unitario.....	113
5.4.4. Costos Anuales Proyectados.....	115
5.4.5. Estructura del Capital de Trabajo.....	118
5.5. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	120
5.5.1. Precio con y sin Factura.....	120
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO FISICO Y MONETARIO.....	121
5.7. INGRESOS PROYECTADOS.....	122
5.10. FLUJOS DE CAJA PROFORMA.....	128
5.10.1. Flujo de Caja Económico Proforma.....	128
5.11. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO.....	131
5.11.1. Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC).....	131
5.11.2. El VPN.....	134
5.11.3. La TIR.....	135
5.11.4. El IR.....	135
5.11.5. El PRI.....	136
5.11.6. Dividendos.....	137
5.11.7. Apalancamiento Operativo y Financiero del Proyecto.....	137
5.12. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO.....	140
5.12.1. Cuando el Precio se Modifica.....	140
5.12.2. Cuando la Inversión Cambia.....	141
5.12.3. Cuando los Costos se Modifican.....	141
5.12.4. Conclusiones del Análisis de Sensibilidad.....	142
5.13. SÍNTESIS DEL PLAN FINANCIERO.....	144
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	145
BIBLIOGRAFÍA.....	148
ANEXOS	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO	PÁGINAS
GRÁFICO N°1	5
GRÁFICO N°2	35
GRÁFICO N°3	36
GRÁFICO N°4	53
GRÁFICO N°5	55
GRÁFICO N°6	56
GRÁFICO N°7	57
GRÁFICO N°8	65
GRÁFICO N°9	68
GRÁFICO N°10	77
GRÁFICO N°11	78
GRÁFICO N°12	86

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	PÁGINAS
CUADRO N°1	10
CUADRO N°2	12
CUADRO N°3	13
CUADRO N°4	26
CUADRO N°5	40
CUADRO N°6:	42
CUADRO N°7:	43
CUADRO N°8	44
CUADRO N°9	48
CUADRO N°10	50
CUADRO N°11	52
CUADRO N°12	60
CUADRO N°13	61
CUADRO N°14	62
CUADRO N°15:	70
CUADRO N°16	71
CUADRO N°17	72
CUADRO N°18	73
CUADRO N°19	74
CUADRO N°20	76
CUADRO N°21	81
CUADRO N°22	83
CUADRO N°23	87
CUADRO N°24	88
CUADRO N°25	89
CUADRO N°26	90
CUADRO N°27	93
CUADRO N°28	96
CUADRO N°29	99
CUADRO N°30	100

CUADRO N°31	101
CUADRO N°32	101
CUADRO N°33	102
CUADRO N°34	102
CUADRO N°35	104
CUADRO N°36	106
CUADRO N°37	106
CUADRO N°38	107
CUADRO N°39	108
CUADRO N°40	109
CUADRO N°41	110
CUADRO N°42	111
CUADRO N°43	112
CUADRO N°44	113
CUADRO N°45	114
CUADRO N°46	114
CUADRO N°47	115
CUADRO N°48	116
CUADRO N°49	116
CUADRO N°50	117
CUADRO N°51	117
CUADRO N°52	118
CUADRO N°53	119
CUADRO N°54	120
CUADRO N°55	121
CUADRO N°56	122
CUADRO N°57	123
CUADRO N°58	123
CUADRO N°59	124
CUADRO N°60	124
CUADRO N°61	125
CUADRO N°62	126
CUADRO N°63	127

CUADRO N°64	129
CUADRO N°65	130
CUADRO N°66	133
CUADRO N°67	134
CUADRO N°68	136
CUADRO N°69	136
CUADRO N°70	138
CUADRO N°71	139
CUADRO N°72	141
CUADRO N°73	141
CUADRO N°74	142
CUADRO N°75	143

ÍNDICE DE FÓRMULAS

FÓRMULA	PÁGINAS
FÓRMULA N°1	27
FÓRMULA N°2	28
FÓRMULA N°3	49
FÓRMULA N°4	121
FÓRMULA N°5	122
FÓRMULA N°6	131
FÓRMULA N°7	132
FÓRMULA N°8	134
FÓRMULA N°9	135