

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
“FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS”
CARRERA “ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS”
TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN**



MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE GOMITAS HECHAS A BASE DE JUGO DE SÁBILA
EN LA CIUDAD DE TARIJA, PROVINCIA CERCADO”**

POR:

AGUILERA VILLA GLENDA SUSANA

DOCENTE GUÍA:

LIC. LUIS ARAOZ MONTOYA

**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.**

TARIJA - BOLIVIA

JULIO DE 2019

Se advierte que las opiniones, ideas o afirmaciones hechas en el presente proyecto son de exclusiva responsabilidad de la autora.

AGRADECIMIENTO:

A Dios, por darme las fuerzas necesarias para seguir siempre hacia adelante y no rendirme ante dificultades, por orientar mi camino

A mis padres y hermanas, por su incondicional apoyo y por la oportunidad de realizar mi Plan de Negocios, por la confianza y cariño que siempre me demuestran.

A mi docente guía, por su paciencia y colaboración constante en la orientación necesaria para llevar a cabo este trabajo.

DEDICATORIA:

A mis padres, hermanas y a mi pareja, quienes confiaron en mí, me apoyaron y acompañaron día tras día, durante el proceso para culminar este proyecto.

Al docente guía, quien compartiendo sus conocimientos e ideas pudo colaborar con la culminación de este proyecto.

PENSAMIENTO:

Durante mucho tiempo, los expertos, la gente que se supone que está capacitada para deciros qué hacer, os dirán que no sois capaces de hacer algo incluso cuando sepáis que sí lo sois. Y muchas veces serán vuestros propios amigos... los que os digan que sí lo podéis hacer.

(Mark Zuckerberg)

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1

PERFIL DE LA INVESTIGACIÓN

	Página
1.-PERFIL DEL PROYECTO	1
1.1. ANTECEDENTES	1
1.2. JUSTIFICACIÓN DE TRABAJO	3
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.3.1 Preguntas de investigación	5
1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	6
1.4.1 Objetivo general	6
1.4.2 Objetivos específicos	6
1.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.6. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.6.1. Alcance Teórico	7
1.6.2. Alcance Temporal	7
1.6.3. Alcance Espacial	8

CAPÍTULO 1

ANÁLISIS DEL CONTEXTO

1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO	9
1.1.ANÁLISIS DEL CONTEXTO MEDIATO DEL NEGOCIO	9
1.1.1. Factor político-legal	9
1.1.2. Factor económico	14
1.1.3. Factor social demográfico	16
1.1.4. Factor tecnológico	17
1.1.5. Factor ambiental	18
1.2.ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO	21
1.2.1. Consumidores	21

1.2.2. Competidores actuales	21
1.2.3. Competidores potenciales	22
1.2.4. Intermediarios.....	23
1.2.5. Productos sustitutos.....	24
1.2.6. Productos complementarios.....	24
1.2.7. Proveedores	24
1.3.SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	28

CAPÍTULO II

NATURALEZA DEL NEGOCIO

2. NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	30
2.1.DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DE NEGOCIO	30
2.1.1. Sábila (aloe vera)	30
2.1.2. Clasificación botánica.....	31
2.1.3. Composición de la hoja de sábila	32
2.1.4. Composición química de la sábila	32
2.1.4.1.Componentes de la sábila	33
2.1.4.2.Compuestos químicos de la sábila y su función.....	34
2.1.4.3.Propiedades de la sábila.....	34
2.1.5. Gelatina sin sabor	35
2.2.JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	36
2.2.1. Nombre de la empresa.....	36
2.2.2. Tipo de empresa.....	36
2.2.3. Ubicación y tamaño	37
2.3.GESTIÓN EMPRESARIAL	37
2.3.1. Visión, misión y valores de la empresa	37
2.3.2. Objetivos estratégicos de la empresa	39
2.3.3. Ventajas competitivas.....	39

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	41
3.1.PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	41
3.1.1. Problema gerencial.....	41
3.1.2. Problema de investigación de mercado	41
3.1.3. Preguntas de investigación.....	41
3.1.4. Planteamiento de la hipótesis.....	42
3.1.5. Objetivos de la investigación	42
3.1.6. Métodos y técnicas de investigación.....	43
3.2.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.2.1. Recopilación de la información	44
3.2.1.1.Determinación de la población y el tamaño de la muestra.....	45
3.2.1.2.Las encuestas	47
3.2.1.3.Observación	47
3.3.PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	48
Resultados de las encuestas.....	48
Resultado de la observación.....	62
3.4.PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO	65
3.5.RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO	65
3.6.VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	67
3.7.CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	67
3.8.TAMAÑO DEL MERCADO.....	69

CAPÍTULO IV

PLAN DE MÁRKETING

4. PLAN DE MÁRKETING	71
4.1.OBJETIVOS DE MÁRKETING	71
4.2.SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	71
4.2.1. Mercado meta	71

4.2.2. Segmentación geográfica.....	72
4.2.3. Segmentación demográfica	72
4.2.4. Segmentación pictográfica	73
4.3.MÁRKETING MIX	73
4.3.1. Producto	73
4.3.2. Precio	75
4.3.3. Promoción.....	77
4.3.4. Estrategia de plaza.....	80
4.3.5. Estrategia de posicionamiento	81
4.3.5.1.Imagen de la empresa	81
4.3.5.2.Estrategia de diferenciación	81
4.3.5.3.Estrategia publicitaria	82
4.3.5.4.Estrategia de promoción y ventas	82
4.3.5.5.Estrategia de crecimiento	83
4.4.MÁRKETING SOCIAL	83

CAPÍTULO V

PLAN DE PRODUCCIÓN

5. PLAN DE PRODUCCIÓN	84
5.1.OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	84
5.2.INGENIERÍA DEL PRODUCTO	84
5.3.DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	85
5.3.1. Tipos de procesos	88
5.3.2. Flujograma del proceso.....	89
5.4.CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	91
5.4.1. Requerimiento de equipos y maquinaria.....	91
5.5.ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES	93
5.5.1. Necesidad de la materia prima	93
5.5.2. Proveedores negociables.....	94
5.5.3. Sistemas de compras.....	94

5.6.ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS.....	94
5.7.CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	95
5.8.LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	95
5.9.DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y OFICINAS.....	96
5.10. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	98
5.10.1. Control de higiene.....	98
5.10.2. Seguridad industrial.....	100
5.11.CONTROL DE CALIDAD.....	101

CAPÍTULO VI

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

6. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS.....	102
6.1.OBJETIVOS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS.....	102
6.2.DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	102
6.2.1. Estructura organizacional.....	102
6.2.2. Descripción de puestos o manual de funciones.....	104
6.2.3. Proceso de integración del personal.....	106
6.3.ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	112
6.3.1. Presupuesto del salario para el personal.....	113

CAPÍTULO VII

ASPECTOS LEGALES

7. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	114
7.1.TIPO DE SOCIEDAD.....	114
7.2.CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.....	114
7.3.OBLIGACIONES FISCALES.....	115
7.3.1. FUNDEMPRESA.....	115
7.3.2. Servicio de Impuestos Nacionales.....	116
7.3.3. Gobierno Municipal.....	118

7.3.4. Caja Nacional de Salud	118
7.3.5. Administración de fondo de pensiones	118
7.3.6. Ministerio de Trabajo	119
7.3.7. Leyes y normas que regulan al proyecto	119

CAPÍTULO VIII

PLAN FINANCIERO

8. PLAN FINANCIERO.....	123
8.1.OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA	123
8.2.ESTRUCTURA DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	123
8.2.1. Inversión fija	123
8.2.2. Inversión diferida	127
8.2.3. Capital de trabajo.....	127
8.2.4. Financiamiento.....	128
8.3.DETERMINACIÓN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN.....	130
8.4.DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	130
8.5.CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN.....	131
8.6.BALANCE DE APERTURA.....	132
8.7.FLUJO DE CAJA.....	133
8.7.1. Evaluación Financiera.....	135
8.7.1.1.Cálculo de VAN y TIR	136
8.7.1.2.Periodo de recuperación de la inversión.....	136
8.7.1.3.Análisis de sensibilidad	138
8.8.PUNTO DE EQUILIBRIO	140

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA Y WEB GRAFÍA

ANEXOS