

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

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE SNACKS DE ALOE VERA EN LA PROVINCIA CERCADO-TARIJA**

**POR: FLORES FLORES MARISOL
DOCENTE GUÍA: PILAR BALDIVIESO MOGRO**

Modalidad de graduación (Tesis, Tesina o Proyecto de Grado) presentada a consideración de la "UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO", como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en

**TARIJA-BOLIVIA
DICIEMBRE 2022**

DEDICATORIA

Primeramente, esto va para mi padre Santo Dios Rey Universo, por haberme regalado a los mejores padres del mundo, y por haberme dado las capacidades, la inteligencia y enseñarme mediante su libro sagrado el cómo irme por el camino correcto

A mi Madre, mi Padre que son mi ejemplo de vida por haberme enseñado valores éticos y morales, y por ese apoyo incondicional hasta lograr mis objetivos convirtiéndose así en el pilar fundamental y la principal inspiración para lograr mis metas, a mi madrina que siempre estuvo aconsejándome y siempre me guiaron por el buen camino

Por último, a todas esas personas que creyeron en mí y que siempre estuvieron para decirme que no me rinda, que siga en adelante, y que lograré mis metas.

INDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I PERFIL DE INVESTIGACIÓN	13
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES	2
1.2.1. Producción de Aloe Vera	3
1.3. JUSTIFICACIÓN	5
1.3.1. Justificación Teórica.....	5
1.3.2. Justificación Práctica	6
1.3.3. Justificación Social	6
1.3.4. Justificación Ambiental.....	6
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.4.1. Identificación	8
1.4.2. Formulación del Problema	8
1.4.3. Descripción de la Idea de Negocio	9
1.5. OBJETIVOS DE INVESTIGACION	10
1.5.1. Objetivo General.....	10
1.5.2. Objetivos Específicos	10
1.6. NECESIDADES PERCIBIDAS A SER SATISFECHAS	10
1.7. MARCO METODOLÓGICO.....	16
1.7.1. Tipos de Investigación.....	16
1.7.2. Métodos o Técnicas de Investigación.....	16
1.7.3. Técnicas y Procedimientos.....	16
1.7.4. Diseño de Investigación	17
1.7.5. Fuentes de Información.....	18

1.8. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION	18
1.8.1. Geográfica	18
1.8.2. Teórica	18
1.8.3. Temporal	18
CAPÍTULO II ANÁLISIS DEL CONTEXTO	19
2.1. ANALISIS DEL MACRO ENTORNO DEL NEGOCIO	19
2.1.1. Factor Político/Legal	19
2.1.2. Factor Económico	19
2.1.3. Factor Social/Cultural.....	20
2.1.4. Factor Tecnológico	20
2.1.5. Factor Ecológico/Ambiental	21
2.2. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO.....	21
2.2.1. Los Clientes.....	21
2.2.2. Los Proveedores.....	21
2.2.3. Los Competidores	22
2.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL CONTEXTO	22
CAPÍTULO III INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING	23
3.1. INVESTIGACION DE MERCADO.....	23
3.1.1. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercado	23
3.1.2. Definición y Formulación del Problema de Investigación de Mercado ..	23
3.1.3. Problema de Decisión Gerencial o Administrativa	23
3.1.4. Formulación del Problema de Investigación de Mercados	24
3.1.5. Preguntas de Investigación de Mercados	24
3.1.6. Formulación de la Hipótesis de Investigación	24
3.1.7. Objetivos de la Investigación de mercados	24

3.1.8. Metodologías de la Investigación de Mercados	24
3.1.9. Diseño de la Investigación de Mercados	25
3.1.10. Recopilación de la Información	25
3.1.11. Determinación de la Población y el Tamaño de la Muestra	26
3.1.12. Población y Muestra	27
3.1.13. Presentación de los Resultados	27
Tabla 1. Razón de compra de (snacks de Aloe Vera)	40
3.1.14. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	47
3.2. PLAN DE MARKETING	47
3.2.1. Objetivos del Plan de Marketing	47
3.2.2. Mercado Objetivo	47
3.2.3. Segmentación de Mercado	47
3.2.4. Arquetipo de Cliente.....	48
3.2.5. Marketing Mix Estratégico	49
3.2.6. Presupuesto de Marketing	54
CAPÍTULO IV PLAN DE OPERACIONES	55
4.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE OPERACIONES	55
4.2. INGENIERIA DEL PRODUCTO	55
4.2.1. Diseño y especificaciones del Producto	55
4.2.2. TABLA DE VALORES NUTRICIONALES	57
4.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN	58
4.3.1. Descripción de los procesos	58
4.3.2. Estrategia del Tipo de Proceso.....	59
4.3.3. Diagrama del Proceso Productivo	60
4.4. EQUIPO Y MATERIALES	62

4.4. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL	64
4.4.1. Estimación de la Demanda	65
4.5. MATERIA PRIMA	66
4.6. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	66
4.7. LOCALIZACION DE LA PLANTA.....	67
4.8. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	68
4.8.1. Diseño de la Planta de Producción	68
4.9. CONTROL DE CALIDAD	68
4.10. PLAN DE OPERACIONES	69
4.10.1. Costos del Plan de Operaciones	70
4.11. COSTOS DE LA MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIALES	70
CAPÍTULO V PLAN DE ORGANIZACIÓN	73
5.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN.....	73
5.2. MARCO DE FUNCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	73
5.2.1. MISIÓN.....	73
5.2.2. VISIÓN	73
5.2.3. VALORES DE LA EMPRESA	73
5.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	74
5.3.1. Objetivo General.....	74
5.3.2. Objetivos Específicos	74
5.4. DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	74
5.4.1. Organigrama Funcional.....	74
5.3.2. Manual de Funciones.....	76
5.5. PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL	79
5.5.1. Reclutamiento	79

5.5.2. Selección	80
5.6. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCION	81
5.6.1. Obligaciones Fiscales y Sanitarias	81
5.6.2. Requisitos para afiliación del trabajador	83
5.7. GASTOS DE CONSTITUCIÓN	86
5.8. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	87
CAPÍTULO VI PLAN FINANCIERO	89
6.1. OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERO	89
6.1.1. Estimación del Precio y la Demanda	89
6.2. CAPITAL DE INVERSIÓN	89
6.2.1. Inversión en Activos Fijos	89
6.2.2. Inversión de Activos Diferidos	91
6.2.3. Inversión de Activos Corrientes	91
6.3. BALANCE DE APERTURA	92
6.4. FLUJO DE CAJA PROYECTADO ESCENARIO PROBABLE.....	93
6.4.1. Indicadores Financieros - Escenario Probable.....	94
6.5. FLUJO DE CAJA PROYECTADO ESCENARIO MALO (80% DEL PROBABLE)	95
6.5.1. Indicadores Financieros - Escenario Malo (80% del Probable)	96
6.6. FLUJO DE CAJA PROYECTADO ESCENARIO ÓPTIMO (120% DEL PROBABLE)	97
6.6.1. Indicadores Financieros - Escenario Óptimo (120% del Probable)	98
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES	100
BIBLIOGRAFÍA	i

Libros.....	i
Tesis revisadas	i
WEBLOGRAFÍA	ii
ANEXOS.....	iii

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Importadores de Aloe Vera en el Mundo	4
Tabla 2 Componentes químicos de la planta de Aloe Vera (Dagne y col,2000; Choi y Chung, 2003; Ni y col., 2004;Hamman, 2008).	12
Tabla 3 Consume Snacks saludables	25
Tabla 4 Arquetipo de Cliente - Cliente Ideal	48
Tabla 5 Presupuesto De Marketing (Expresado en bolivianos).....	54
Tabla 6 Equipo y Materiales Necesarios para la Inversión	62
Tabla 7 Estimación de la Demanda a Cinco Años (En unidades de Producto)	65
Tabla 8 Descripción Materia Prima	66
Tabla 9 Capacidad de Producción	67
Tabla 10 Plan de Operaciones Versus Unidades Producidas.....	69
Tabla 11 Costo del Plan de Operaciones.....	70
Tabla 12 Costo de la Maquinaria y Equipo.....	70
Tabla 13 Cantidad Promedio de Materia Prima por Mes	71
Tabla 14 Equipo de Computación	71
Tabla 15 Muebles y Enseres	72
Tabla 16 Inversión en Indumentaria de Bioseguridad (Expresado En bolivianos) ..	72
Tabla 17 Manual de Funciones	76
Tabla 18 Presupuesto del Plan Organizacional (Expresado en bolivianos)	86
Tabla 19 Planilla de Sueldos Y Salarios (Expresado en bolivianos).....	87
Tabla 20 Planilla de Sueldos y Salarios	88
Tabla 21 Estimación de la Demanda a Cinco Años (En bolivianos)	89
Tabla 22 Requerimientos de Activos Fijos (Expresado en bolivianos)	90

Tabla 23 Inversión en Activos Diferidos (Expresado en bolivianos).....	91
Tabla 24 Inversión en Activos Corrientes.....	91
Tabla 25 Balance de Apertura - Empresa FIORISOL SRL.....	92
Tabla 26 Flujo de Caja Proyectado - Escenario Probable.....	93
Tabla 27 Indicadores Financieros - Escenario Probable	94
Tabla 28 Flujo de Caja Proyectado - Escenario Malo.....	95
Tabla 29 Indicadores Financieros - Escenario Probable	96
Tabla 30 Flujo de Caja Proyectado - Escenario Óptimo	97
Tabla 31 Indicadores Financieros - Escenario Óptimo	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura del Aloe Vera	13
Figura 2 Aloe Vera - Materia Prima.....	15
Ilustración 3 Marca y Representación de la Empresa	49
Ilustración 4 Slogan y Logotipo.....	50
Ilustración 5 Canal de Distribución Directo	51
Ilustración 6 Canal de Distribución Indirecto	52
Carro kurbnbima Ilustración 7 Carro de Distribución Modelo.....	52
Ilustración 8 Materia Prima.....	55
Ilustración 9 Modelo de Empaque.....	56
Ilustración 10 Etiqueta del Producto de Aloe Vera	56
Ilustración 11 Logotipo del Producto de Aloe Vera.....	57
Ilustración 12 Logotipo 2 del Producto de Aloe Vera.....	57
Ilustración 13 Diagrama de Operaciones de Snacks de Aloe Vera Deshidratada	61
Ilustración 14 Geolocalización de la Empresa FIORISOL	67
Ilustración 15 Distribución de la Planta de Producción	68
Ilustración 16 Organigrama de la Empresa FIORISOL	75