

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE NARANJA NATURAL EN EL
MERCADO LOCAL DE LA CIUDAD DE TARIJA”**

Por:

Valeriano Baldiviezo Sergio Paul

DOCENTE GUÍA: MSc. Lic. Adrián Silisque Mamani

Proyecto de 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

Febrero 2019

DEDICATORIA:

A MIS PADRES

Este proyecto se lo dedico a mis Padres ya que gracias a ellos que siempre están apoyándome incondicionalmente. Se los dedico a ellos porque mis padres son personas que me enseñaron a desafiar los retos y alcanzar mis metas. Es por esa razón que hoy me encuentro dedicándoles este proyecto gracias por desear y anhelar lo mejor para mí, gracias por cada consejo y por cada una de sus palabras que me guiaron durante mi vida, gracias a ello pude culminar este meta tan importante para mí.

DEDICATORIA:

A MIS HERMANOS

Se lo dedico a mis hermanos porque de alguna u otra forma ellos han influido en mi vida con el tiempo, experiencia y confianza que tenían hacia mí, es por eso que se lo dedico a ellos.

DEDICATORIA:

A MI PAREJA

La ayuda que me has brindado ha sido sumamente importante, estuviste a mi lado inclusive en los momentos y situaciones más tormentosas, siempre ayudándome. No fue sencillo culminar con este proyecto, sin embargo, siempre fuiste muy motivadora y esperanzadora, me decías que lo lograría perfectamente.

Me ayudaste hasta donde fuiste posible, incluso más que eso.

Muchas gracias, Amor.

DEDICATORIA:

A DIOS

Primeramente, se lo dedico a Dios porque a él le debo todo lo que tengo y todo lo que soy, gracias a él que me regala sabiduría, entendimiento y conocimiento día a día: gracias a él que me fortalece y me llena de oportunidades cada mañana. Y porque no dedicárselo si gracias a él yo tengo el privilegio de presentar este proyecto tan importante en mi vida.

ÍNDICE

Introducción.....	1
1. Planteamiento del problema.....	2
1.1. Formulación del problema	5
2. Justificación	5
3. Objetivos	6
Objetivo general	6
Objetivo específico.....	6
4. Necesidades que se espera satisfacer	7
5. Marco metodológico.....	7
6. Alcance	8

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO E INMEDIATO

1. Político - Legal	9
2. Económico	11
3. Social	14
4. Tecnológico.....	14
5. Ambiental.....	15
ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO	15
1. Consumidores	15
2. Competidores	16
3. Proveedores	17

CAPÍTULO II

PLAN DE MARKETING

1. Investigación de mercado	18
1.1. Diseño de investigación de mercado	18
1.1.1. Identificación del problema	18
1.1.2. Definición del problema.....	19
1.1.3. Problema gerencial	20

1.1.4.	Pregunta de investigación.....	20
1.2.	Planteamiento de la hipótesis	20
1.3.	Objetivos de la investigación de mercados.....	20
	Objetivo General	21
	Objetivos Específicos.....	21
1.4.	Diseño de investigación.....	21
1.4.1.	Recopilación de la información	22
1.4.1.1.	Determinación de la población y el tamaño de la muestra	23
1.4.1.2.	Ejecutar el proceso de muestro.....	24
1.4.1.3.	Encuesta.....	24
1.4.1.4.	Análisis e interpretación de los datos de la encuesta.....	24
1.4.1.5.	Conclusiones de la investigación de mercado	31
1.5.	Estimación de la demanda	31
1.6.	Desarrollo del plan de marketing.....	35
1.6.1.	Objetivos del plan de marketing	35
1.6.2.	Estrategia de marketing	35
1.6.3.	Ventajas competitivas.....	37
1.6.4.	Marketing mix	38
1.6.5.	Perfil del cliente	41
1.7.	Segmentación de mercado	41

CAPÍTULO III

PLAN DE PRODUCCIÓN

1.	Descripción del producto.....	43
2.	Proceso de producción	46
3.	Características de la tecnología aplicada	50
4.	Capacidad de producción	52
5.	Mantenimiento de equipo	54
6.	Equipo de oficina	54
7.	Localización	54

8. Instalación de mantenimiento y servicio de oficina	55
---	----

CAPÍTULO IV

PLAN ORGANIZACIONAL Y PLAN DE TRABAJO

1. Aspectos legales de constitución de la empresa.....	57
1.1. Instituciones que regulan la función empresarial.....	58
1.2. Marco de referencia de funcionamiento de la empresa	58
2. Objetivos de la empresa.....	59
2.1. Objetivo general.....	59
2.2. Objetivos específicos	59
3. Estructura organizacional	59
4. Descripción de puestos o manual de funciones	60

CAPÍTULO V

PLAN FINANCIERO

1. Objetivos del área financiera.....	65
2. Estructura de inversión y financiamiento	65
3. Financiamiento.....	70
4. Determinación de costos	75
5. Determinación del precio de venta	78
6. Flujo de caja.....	79
7. Indicadores de evaluación del negocio	83

Conclusiones.

Recomendaciones.

Bibliografía.