

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II**  
**MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO**



**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE PALETAS DE HELADO ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE TARIJA”**

**ELABORADO POR:**

PORCO CRUZ DINA MAYLYL

**DOCENTE GUÍA:** Lic. BALDIVIEZO MOGRO ROXANA PILAR

**TARIJA-BOLIVIA**

**2024**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado primeramente a Dios, por estar en cada proceso del trabajo.

A mi familia por el apoyo incondicional que me dieron. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando tanto a mi formación profesional y como ser humano.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I .....	1
INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. ANTECEDENTES .....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	3
1.2.1. Justificación Teórica.....	3
1.2.2. Justificación Práctica .....	3
1.2.3. Justificación Social.....	3
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
1.3.1. Identificación de Necesidades Insatisfechas de un mercado objetivo.....	4
1.3.2. Descripción general de la idea de negocio .....	4
1.3.3. Oportunidades del Mercado.....	5
1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	5
1.4.1. Objetivo General.....	5
1.4.2. Objetivos Específicos .....	5
1.5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	6
1.5.1. Investigación Exploratoria.....	6
1.5.2. Investigación Descriptiva .....	6
1.5.3. Fuentes de Información.....	6
1.6. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	7
1.6.1. Alcance Espacial.....	7
CAPÍTULO II .....	8

ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	8
2.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	8
2.1.1. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO .....	8
2.1.2. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO.....	14
2.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	29
2.2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DEL NEGOCIO .....	29
2.2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA .....	31
2.2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL.....	32
CAPÍTULO III.....	35
PLAN DE MARKETING .....	35
3.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING .....	35
3.1.1. Determinación de la demanda.....	35
3.1.2. Demanda potencial según los resultados de la investigación de mercados.....	36
3.1.3. Análisis de proyección de la demanda por escenarios .....	36
3.1.4. Segmento de mercado.....	37
3.1.5. Marketing Mix.....	39
3.1.6. Presupuesto de Marketing .....	47
CAPÍTULO IV .....	48
PLAN DE PRODUCCIÓN.....	48
4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN .....	48
4.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO .....	49

4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	49
4.3.1. Proceso de producción .....	49
4.3.2. Flujograma del Proceso.....	50
4.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA .....	52
4.4.1. Requerimiento de Equipos y Maquinarias .....	52
4.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES .....	55
4.5.1. Necesidad de materia prima.....	55
4.5.2. Proveedores.....	56
4.5.3. Sistema de Compras .....	57
4.6. CAPACIDAD PRODUCTIVA .....	57
4.7. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	58
4.8. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS .....	59
4.9. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL .....	61
4.10. CONTROL DE CALIDAD .....	62
CAPÍTULO V .....	63
PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS .....	63
5.1. OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS.....	63
5.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	63
5.2.1. Estructura Organizacional .....	64
5.2.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones .....	66
5.2.3. Proceso de Integración del Personal.....	69

5.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	70
5.3.1. Planilla de Sueldos y Salarios .....	70
1.4. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN .....	71
5.4.1. Registros de constitución legal.....	71
CAPÍTULO VI .....	78
PLAN FINANCIERO.....	78
6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	78
6.2. Inversión total.....	78
6.2.1. Inversión fija .....	78
6.2.2. Inversión diferida .....	81
6.3. INGENIERÍA FINANCIERA.....	82
6.3.1. Estructura del Capital de Trabajo .....	82
6.3.2. Inversión total requerida .....	84
6.3.3. Fuentes de Financiamiento .....	84
6.4. Elaboración de flujos de caja .....	87
6.4.1. Determinación de costos .....	87
6.5. Determinación del precio de venta.....	88
6.5.1 Costo variable unitario.....	89
6.5.2. Punto de equilibrio .....	89
6.5.3. Depreciación de activos .....	90
6.5.4. Proyección de los ingresos .....	90

6.6. Flujos de caja con el escenario esperado.....	91
6.7. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO .....	93
6.7.1. VAN .....	93
6.7.2. TIR .....	93
6.7.3. PRI.....	94
6.7.4. Análisis de la sensibilidad del negocio .....	95
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	100
7.1. Conclusiones .....	100
7.2. Recomendaciones.....	101
8. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	102
8.1. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	102
8.2. WEBGRAFIA .....	103
<b>ANEXOS</b> .....	104

### **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Competencia directa.....	10
Tabla 2 Competencia indirecta.....	11
Tabla 3 Proveedores.....	12
Tabla 4 Análisis de las oportunidades y amenazas del micro entorno.....	13
Tabla 5 Impuestos de ley.....	15
Tabla 6 Análisis de oportunidades y amenazas del macro entorno.....	28
Tabla 7 Demanda proyectada a 5 años con 3 escenarios.....	37