

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN

MODALIDAD: “PLAN DE NEGOCIO”

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS DE REPARACIÓN
Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR EN LA CIUDAD DE TARIJA**

“REPAIRMAN”

Por: Jesús Iván León Copa

Maycol Zenteno Cardozo

Docente guía: Lic. Adrián Silisque



REPAIRMAN

La solución para tu hogar

FEBRERO 2020

Tarija – Bolivia

ADVERTENCIA

El tribunal calificador del presente trabajo no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el presente trabajo, siendo estas únicamente responsabilidad del autor.

DEDICATORIA

A Dios por mostrarnos día a día que con humildad, paciencia y sabiduría que todo es posible.

A nuestros padres quienes con su amor, apoyo y comprensión incondicional estuvieron siempre a lo largo de nuestra vida estudiantil; a ellos que siempre tuvieron una palabra de aliento en los momentos difíciles y que han sido incentivo de nuestras vidas.

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento muy especial al Lic. Adrián Silisque por su colaboración, dedicación y apoyo brindado en el desarrollo del presente trabajo y a los tribunales examinadores quienes viabilizaron la culminación del trabajo.

Tabla de contenido

PERFIL DEL TRABAJO

..... 1

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL ENTORNO 8

1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO EXTERNO. – 8

1.1. Factor político legal. – 8

1.2. Factor económico. – 9

1.1.5. FACTOR DEL AMBIENTE SOCIO –CULTURAL. - 14

1.1.6. AMBIENTE TECNOLÓGICO. – 15

1.1.7. FACTOR AMBIENTAL. – 15

1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO 16

1.2.1. PROVEEDORES 17

1.2.2. CLIENTES. 18

1.2.3. COMPETIDORES 19

1.2.4. PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS. - 22

1.3. SINTESIS DEL ANALISIS DEL ENTORNO 23

1.3.1. OPORTUNIDADES: 23

1.3.2. RIESGOS: 24

CAPITULO II

PLAN DE MARKETING 25

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO 25

2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 25

2.1.1. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO 25

2.1.2. HIPÓTESIS 26

2.1.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO 26

2.1.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN 27

2.1.4.1. Diseño de investigación descriptiva 27

2.1.4.2. Técnica a emplear para recolección de datos. - 27

2.1.4.3. Técnica de muestreo a emplear. - 27

2.1.5. PROCESO DE LA DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA 27

2.1.5.1. Definición de la población 28

2.1.5.2. Determinación de la muestra 28

2.1.5.3. Cálculo del tamaño de la muestra. 28

2.1.6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS 30

2.2. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA 42

2.3. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING 44

<u>2.3.2. ELECCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING</u>	44
<u>2.3.2.1. ESTRATEGIA DE LA MEZCLA DE MARKETING</u>	44
<u>PRODUCTO</u>	45
1Producto principal	45
2Productos auxiliares.....	45
3Productos de apoyo.....	45
<u>PRECIO</u>	45
<u>PLAZA (DISTRIBUCIÓN)</u>	47
<u>PROMOCIÓN (COMUNICACIÓN)</u>	48
<u>PROMOCIONES DE LA EMPRESA</u>	51

CAPITULO III

<u>PLAN DE OPERACIONES</u>	53
<u>3.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO</u> -.....	53
3.1.1. Descripción del servicio. -	53
<u>3.2. PROCESOS DE LA EMPRESA</u>	54
<u>3.4. DIAGRAMAS DE FLUJO</u>	59
<u>3.5. CAPACIDAD, HERRAMIENTAS E INSTALACIONES DE LA EMPRESA</u>	63
<u>MUEBLES Y EQUIPOS DE ESCRITORIO DE LA EMPRESA</u>	79
3.5.3. <u>INSTALACIONES DE LA EMPRESA</u>	79
3.5.4. <u>LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA</u>	80

CAPITULO IV

<u>PLAN DE ORGANIZACIÓN - FUERZA DE TRABAJO</u>	83
<u>4.1. ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA</u>	83
<u>4.1.1. RAZÓN SOCIAL</u>	83
<u>4.1.2. TIPO DE EMPRESA</u>	83
<u>4.1.3. TAMAÑO DE LA EMPRESA</u>	84
<u>4.1.4. MISIÓN</u>	84
<u>4.1.5. VISIÓN</u>	84
<u>4.1.6 OBJETIVOS DE LA EMPRESA</u>	85
<u>Objetivo general</u>	85
<u>Objetivos específicos</u> 85	

<u>4.1.7. POLÍTICAS DE LA EMPRESA</u>	85
<u>4.1.8. PRINCIPIOS Y VALORES</u>	86
<u>4.1.9. REGISTROS LEALES</u>	87
<u>4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</u>	87
<u>4.3. MANUAL DE FUNCIONES</u>	89
<u>4.4. REMUNERACIÓN</u>	96

CAPITULO V

5 PLAN FINANCIERO	98
<u>5.1 OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA</u>	98
<u>5.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL</u>	98
<u>5.2.1 Inversión en Activos Fijos</u>	98
<u>5.3 TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</u>	104
<u>5.4 INVERSION DIFERIDA</u>	105
<u>5.5 INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO</u>	106
<u>INVERSIÓN TOTAL</u>	107
<u>FINANCIAMIENTO</u>	108
<u>COSTO DE PRODUCCION</u>	108
<u>COSTOS FIJOS UNITARIOS</u>	108
<u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u>	109
<u>GASTOS DE COMERCIALIZACION</u>	110
<u>GASTOS EN SUELDOS Y SALARIOS</u>	111
<u>DEPRECIACIÓN</u>	112
<u>COSTO FIJO UNITARIO</u>	113
<u>COSTO TOTAL Y UNITARIO</u>	113
<u>5.6. INGRESOS PROYECTADOS</u>	115
<u>5.7 FLUJO DE CAJA</u>	116
<u>5.8. INDICADORES DE RENTABILIDAD</u>	118