

**UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**  
**TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II**  
**PROYECTO DE GRADO**



**"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
VASOS HECHOS A BASE DE BOTELLAS DE VIDRIO EN LA CIUDAD DE  
TARIJA"**

**Por:**

**BONILLAS JEREZ NELVA**

Trabajo de Profesionalización presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO” como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**Mayo 2021**

**TARIJA-BOLIVIA**

### **Dedicatoria**

Dedico esta tesis a mi madre, por haberme apoyado en cada uno de mis pasos y enseñarme buenos valores, por la motivación constante que permitieron que hoy en día sea la persona que soy y por su amor incondicional.

# INDICE

Antecedentes .....	1
Justificación o fundamentación .....	2
Justificación teórica.....	2
Justificación practica .....	2
Justificación social.....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
FORMULACION DEL PROBLEMA .....	3
Objetivos de la investigación .....	3
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos .....	3
Métodos y técnicas de investigación .....	4
Delimitación de la investigación .....	4
Delimitación Geográfica.....	4
Delimitación del universo. ....	4
Delimitación Temporal.....	5
Delimitación Teórica. ....	5
<b>1 Marco teórico .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Plan de negocios .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 Marketing digital .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Definición de investigación .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 El estudio de mercado.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5 Proceso de la investigación de mercado .....</b>	<b>7</b>
<b>1.6 Definición de mercado .....</b>	<b>7</b>
<b>1.7 Definición de población y muestra .....</b>	<b>7</b>
<b>1.8 Estudio de ingeniería .....</b>	<b>8</b>
<b>1.9 El estudio organizacional administrativo .....</b>	<b>8</b>
<b>1.10 El estudio de la localización.....</b>	<b>8</b>
<b>1.11 El estudio financiero .....</b>	<b>9</b>
<b>1.12 Estudio de sensibilidad .....</b>	<b>9</b>
<b>1.13 VAN.....</b>	<b>9</b>

1.14	TIR .....	10
1.15	Factibilidad.....	10
1.15	Vida útil de las botellas de vidrio.....	10
1.16	Ventajas de las botellas de vidrio.....	11
1.17	Clasificación de las botellas de vidrio.....	11
1.18	Efectos del vidrio en el medio ambiente.....	12
2	ANALISIS DEL CONTEXTO.....	13
2.1	ANALISIS DEL MACROENTORNO.....	13
2.1.1	Entorno político- legal .....	13
2.1.2	Entorno económico.....	17
2.1.3	Entorno socio-culturales.....	21
2.1.4	Entorno tecnológico .....	22
2.1.5	Entorno ambiental .....	24
2.1.6	Fuerzas socio-culturales .....	25
2.1.7	Matriz de evaluación de factores externos.....	26
2.1.8	Método para la evaluación de los factores externos.....	26
2.1.9	Conclusión del macro entorno .....	29
2.2.6.	Rivalidad entre competidores.....	32
2.2.7.	Conclusiones del micro entorno.....	32
2.3.	NATURALEZA DEL NEGOCIO .....	32
2.3.1.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	32
2.3.2.	Nombre de la empresa .....	33
2.3.3.	Tipo de empresa .....	33
2.3.4.	GESTIÓN EMPRESARIAL.....	34
3.	PLAN DE MARKETING.....	36
3.1.1.	INVESTIGACION DE MERCADO.....	36
3.1.2.	Problema gerencial .....	36
3.1.3.	Problema de investigación de mercados .....	36
3.1.4.	Objetivo general .....	36
3.1.5.	Objetivos específicos.....	36
3.1.6.	Determinación de la población y tamaño de la muestra .....	37
3.1.7.	Presentación y análisis de los resultados.....	39

3.1.8.	Conclusiones de la investigación de mercados .....	51
3.2.	<b>FUNCION DEL MARKETING .....</b>	51
3.2.1.	Objetivo general .....	51
3.2.2.	Objetivos específicos.....	51
3.2.3.	Segmentos de mercado .....	51
3.2.4.	MARKETING MIX.....	52
3.2.5.	Precio .....	52
3.2.6.	Plaza.....	52
3.2.7.	Promoción .....	53
3.2.8.	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.....	53
3.2.9.	Slogan.....	54
3.2.10.	Marketing digital.....	54
3.2.11.	Estrategia de crecimiento .....	54
3.2.12.	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA Y TASA DE CRECIMIENTO.....	55
3.2.13.	Presupuesto de marketing.....	56
4.	<b>PLAN DE PRODUCCIÓN.....</b>	57
4.1.	Objetivos .....	57
4.1.1.	Objetivo general .....	57
4.1.2.	Objetivos específicos.....	57
4.2.	<b>INGENIERIA DEL PRODUCTO .....</b>	57
4.2.1.	Diseño del producto .....	57
4.3.	<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN .....</b>	59
4.4.	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA .....</b>	60
4.4.1.	Requerimiento de equipos y maquinaria.....	60
4.4.2.	Lista de equipos y materiales.....	61
4.4.3.	COSTOS EN MAQUINARIA Y EQUIPO.....	62
4.4.4.	COSTOS DE MUEBLES Y ENSERES .....	63
4.5.	<b>ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES.....</b>	63
4.5.1.	Necesidad de materia prima.....	63
4.5.2.	Proveedores negociables (para que insumos o materiales).....	64
4.5.3.	COSTO DE MATERIA PRIMA .....	64
4.6.	<b>CAPACIDAD PRODUCTIVA .....</b>	64

4.7.	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	65
4.8.	DISEÑO Y DISTRIBUCION DE LA EMPRESA .....	68
4.9.	HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL .....	69
5.	PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMAMOS .....	71
5.1.	Objetivo general .....	71
5.2.	Objetivos específicos .....	71
5.3.	DISEÑO ORGANIZACIONAL .....	71
5.3.1.	Organigrama .....	71
5.3.2.	Descripción de puestos.....	72
5.3.3.	Proceso de integración del personal .....	75
5.4.	ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS.....	77
5.4.1.	Sistema de remuneraciones.....	77
5.4.2.	Presupuesto de mano de obra o planilla de sueldos y salarios .....	78
5.5.	MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	79
5.5.1.	Obligaciones fiscales .....	79
	Pasos para sacar NIT en Bolivia .....	81
5.5.2.	Gastos de organización.....	85
6.	PLAN FINANCIERO .....	86
6.1.	OBJETIVO GENERAL .....	86
6.2.	OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	86
6.3.	ESTIMACION DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO .....	86
6.3.1.	Proyección de costos anuales .....	86
6.3.2.	Estimación de Costos fijos .....	86
6.3.3.	Estimación de Costos variables .....	87
6.3.4.	Estimación del costo total .....	88
6.3.5.	Estimación del costo unitario.....	88
6.4.	DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA .....	89
6.4.1.	Precio con factura .....	89
6.5.	BREAK EVEN (punto de equilibrio) .....	90
6.6.	PROYECCION DE LOS INGRESOS .....	90
6.7.	INGENIERIA FINANCIERA .....	91
6.7.1.	Estructura del capital de trabajo .....	91

6.7.2.	Estructura de inversiones .....	92
6.7.3.	Fuentes de financiamiento .....	93
	Financiamiento con crédito .....	94
	Amortización del financiamiento.....	94
6.7.4.	Estructura de inversión y financiamiento .....	95
6.8.	FLUJOS DE CAJA PARA UNA VIDA UTIL DE CINCO AÑOS.....	96
6.9.	INDICADORES DE EVALUACION .....	98
6.9.1.	EL VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	98
6.9.2.	LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	98
6.9.3.	PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI) .....	99
6.10.	Análisis de la sensibilidad.....	100
6.10.1.	Análisis de sensibilidad de los costos .....	100
6.10.2.	Análisis de sensibilidad de los ingresos .....	100
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	101
7.1.	CONCLUSIONES.....	101
7.2.	RECOMENDACIONES.....	102
8.	Bibliografía y webgrafía .....	103
9.	Bibliografía .....	103
9.1.	Webgrafía .....	
	Anexos.....	

## ÍNDICE DE GRAFICOS

<b>GRAFICO N°1: Género de personas encuestadas.....</b>	<b>38</b>
<b>GRAFICO N° 2: Edad de personas encuestadas.....</b>	<b>39</b>
<b>GRAFICO N° 3: Aceptacion de uso del producto.....</b>	<b>40</b>
<b>GRAFICO N° 4: Intension de compra del producto.....</b>	<b>41</b>
<b>GRAFICO N° 5: Factor importante en un producto.....</b>	<b>42</b>
<b>GRAFICO N° 6: Preferencia de color.....</b>	<b>43</b>
<b>GRAFICO N° 7: Cantidad de compra de vasos de vidrio.....</b>	<b>44</b>
<b>Grafico N° 8: Frecuencia de compra.....</b>	<b>45</b>
<b>GRAFICO N° 9: Precio de compra.....</b>	<b>46</b>
<b>GRAFICO N° 10: Lugar de compra.....</b>	<b>47</b>
<b>GRAFICO N° 11: USO de medio de comunicación.....</b>	<b>48</b>
<b>GRAFICO N° 12: Red social más usada.....</b>	<b>49</b>
<b>GRAFICO N° 13: Diseño del logotipo.....</b>	<b>52</b>
<b>GRAFICO N° 14: Diseño de los vasos en tres colores de botellas recicladas.....</b>	<b>57</b>
<b>GRAFICO N° 14: Dimensiones del producto.....</b>	<b>57</b>
<b>GRAFICO N° 15: Distribución de la empresa.....</b>	<b>67</b>
<b>GRAFICO N° 16: Seguridad industrial.....</b>	<b>68</b>
<b>GRAFICO N° 16: Organigrama.....</b>	<b>70</b>