

**UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO” FACULTAD
DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN TPF-599
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE AGUA PURIFICADA
EMBOTELLADA EN LA CIUDAD DE TARIJA
POR:**

**QUINTANILLA VEGA GERMÁN
RAMIREZ ALTAMIRANO MILTON DIEGO**

DOCENTE GUÍA:

LIC. SILISQUE MAMANI ADRIAN

**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 Empresa.**

TARIJA – BOLIVIA

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a mi padre German Quintanilla Chumacero que me dio su apoyo incondicional; gracias por ser parte de mi vida y ayudarme en esta etapa de mi profesionalización.

German Quintanilla Vega

DEDICATORIA

A mis padres y a mi hermana quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme moral y psicológicamente.

Milton Diego Ramirez Altamirano

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	3
4.1. OBJETIVO GENERAL	4
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4

CAPÍTULO I: NATURALEZA DEL NEGOCIO

1.1. NATURALEZA DEL NEGOCIO	5
1.1.1. Descripción del producto o idea del negocio.....	5
1.1.2. Justificación del negocio.....	6
1.1.3. Nombre de la empresa	6
1.1.4. Tipo de empresa.....	6
1.2. UBICACIÓN Y TAMAÑO	6
1.3. GESTIÓN EMPRESARIAL	7
1.3.1. Misión	7
1.3.2. Visión.....	7
1.3.3. Valores de la empresa	7
1.3.4. Objetivos estratégicos de la empresa	8
1.3.5. Ventajas competitivas	8

CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING

2.1. PLAN DE MARKETING.....	9
2.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	9
2.2.1. Problema de decisión gerencial	9
2.2.2. Problema de investigación de mercados	9
2.2.3. Preguntas de investigación.....	10
2.2.4. Objetivo de la investigación	10
2.2.5. Diseño de la investigación de mercados	11
2.2.5.1. Exploratoria	11
2.2.5.2. Descriptiva	11

2.2.6. Enfoque de investigación.....	11
2.2.7. Población y muestra.....	11
2.2.7.1 Población: Familias de la ciudad de Tarija zona urbana	11
2.2.7.2. Muestra: Familias de la ciudad de Tarija zona urbana	12
2.2.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
2.2.9. Recursos necesarios	15
2.2.10. Cronograma de actividades.....	15
2.2.11. Herramientas de investigación.....	15
2.2.11.1. Encuesta dirigida.....	15
2.2.11.2. Entrevista dirigida.....	15
2.2.12. Presentación y análisis de resultados	16
2.3. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.....	31
2.3.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	32
2.4. OBJETIVOS DE MARKETING.....	35
2.4.1. ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE MARKETING.....	35
2.4.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING INTENSIVAS.....	35
2.4.3. ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN.....	36
2.4.4. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	36
2.4.4.1. Decisiones de Marca.....	37
2.4.4.2. Identificador gráfico	37
2.4.4.3. Envase y etiqueta	38
2.4.4.4. Campaña publicitaria	39
2.5. MARKETING OPERATIVO.....	40
2.5.1. PRODUCTO.....	40
2.5.1.1. Flor del Servicio.....	41
2.5.2. PRECIO	42
2.5.2.1. Precio Promocional.....	42
2.5.3. PLAZA.....	42
2.5.4. PROMOCIÓN	43
2.5.4.1. Ofertas y Descuentos	43
2.5.4.2. Publicidad	44

2.5.5. PERSONAL.....	47
2.5.5.1. Imagen Corporativa	47
2.5.5.2. Buena presencia	48
2.6. COMERCIALIZACIÓN	49
CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES	
3.1. PLAN DE OPERACIONES	50
3.1.1. ACTIVIDADES DEL PLAN DE OPERACIONES	50
3.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	50
3.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN	52
3.3.1. DIAGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	55
3.4. INSTALACIÓN.....	57
3.5. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA.	59
3.6. MAQUINARIA Y EQUIPOS	60
CAPÍTULO IV: PLAN ORGANIZACIONAL	
4.1. PLAN ORGANIZACIONAL	62
4.1.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN	62
4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	62
4.2.1. NIVELES JERÁRQUICOS.....	63
4.3. MANUAL DE FUNCIONES.....	63
CAPÍTULO V: PLAN FINANCIERO	
5.1. PLAN FINANCIERO.....	70
5.1.1. OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERO.....	70
5.2. DETALLE DE LA INVERSIÓN TOTAL	70
5.2.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	70
5.2.1.2. Total, Inversión en Activos Fijos.....	72
5.2.2. INVERSIÓN DIFERIDA	72
5.2.3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	73
5.2.4. INVERSIÓN TOTAL.....	74
5.3. FINANCIAMIENTO	74
5.3.1. AMORTIZACIÓN.....	74
5.4. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	75

5.4.1. COSTOS VARIABLES.....	75
5.4.2. COSTOS FIJOS.....	76
5.4.2.1. Total Costos Fijos.....	78
5.4.3. OTROS EGRESOS.....	79
5.4.4. PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	80
5.4.4.1. Escenario pesimista.....	80
5.4.4.2. Escenario Moderado.....	81
5.5. FLUJO DE CAJA.....	83
5.5.1. Flujo de caja pesimista.....	83
5.5.2. Flujo de caja moderado.....	84
5.6. INDICADORES FINANCIEROS.....	86
5.6.1. Indicadores financieros (escenario pesimista).....	86
5.6.2. Indicadores financieros (escenario moderado).....	87
5.6.3. Punto de equilibrio.....	88
CONCLUSIONES.....	90
RECOMENDACIONES.....	92
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: PROYECCIONES DE POBLACIÓN, 2012 – 2030 (EN MILES DE HABITANTES	3
GRÁFICO N° 2: EL CONSUMO DE AGUA ES:	16
GRÁFICO N° 3: SE CONSUME AGUA DE:.....	17
GRÁFICO N° 4: EL AGUA PURIFICADA SE CONSUME POR:	18
GRÁFICO N° 5: PRESENTACIÓN EN QUE USUALMENTE SUELE COMPRAR AGUA PURIFICADA.....	19
GRÁFICO N° 6: FRECUENCIA CON LA QUE COMPRA GARRAFÓN (20 LITROS) DE AGUA PURIFICADA EMBOTELLADA.....	20
GRÁFICO N° 7: LA PRINCIPAL MANERA DE CONSUMIR AGUA EN CASA ES:..	21
GRÁFICO N° 8: MARCAS DE AGUA PURIFICADA EMBOTELLADA	23
GRÁFICO N° 9: MARCA DE AGUA EMBOTELLADA DE PREFERENCIA	24
GRÁFICO N° 10: GRADO DE SATISFACCIÓN CON LA MARCA DE SU PREFERENCIA.....	25
GRÁFICO N° 11: INTERES EN CONSUMIR PRODUCTOS DE UNA NUEVA PLANTA DE AGUA PURIFICADA.....	26
GRÁFICO N° 12: ATRIBUTOS QUE VALORAN DEL PRODUCTO Y SERVICIO....	27
GRÁFICO N° 13: DISTRITO.....	28
GRÁFICO N° 14: PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL.....	89

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1: FAMILIAS DE LA CIUDAD DE TARIJA POR DISTRITO ZONA URBANA.....	12
CUADRO N° 2: MUESTRA POR DISTRITO EN LA CIUDAD DE TARIJA ZONA URBANA.....	13
CUADRO N° 3: DETALLE DE LA MUESTRA.....	14
CUADRO N° 4: RESUMEN DE DISEÑO METODOLÓGICO	14
CUADRO N° 5: IMPORTANCIA DEL CONSUMO DEL AGUA	16
CUADRO N° 6: PRINCIPAL MANERA DE CONSUMIR AGUA EN CASA	17
CUADRO N° 7: OPINIÓN ACERCA DE AGUA PURIFICADA EMBOTELLADA.....	18
CUADRO N° 8: SE COMPRA AGUA PURIFICADA EN LAS SIGUIENTES CANTIDADES:.....	19
CUADRO N° 9: COMPRA DE GARRAFÓN DE (20 LITROS).....	20
CUADRO N° 10: LEALTAD HACIA UNA MARCA.....	21
CUADRO N° 11: MARCAS DE AGUA PURIFICADA EMBOTELLADA	22
CUADRO N° 12: MARCA DE PREFERENCIA	24
CUADRO N° 13: SATISFACCIÓN CON LA MARCA DE PREFERENCIA.....	25
CUADRO N° 14: CONSUMO DE AGUA PURIFICADA DE UNA NUEVA PLANTA	26
CUADRO N° 15: ATRIBUTOS RELACIONADOS AL PRODUCTO Y SERVICIO	27
CUADRO N° 16: PREGUNTA N°12- DISTRITO	28
CUADRO N° 17: PREGUNTA N°13- EDAD	29
CUADRO N° 18: DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.....	31
CUADRO N° 19: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	32
CUADRO N° 20: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL ESCENARIO OPTIMISTA POR UNIDADES DE VENTA MENSUAL	33
CUADRO N° 21: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL ESCENARIO PESIMISTA POR UNIDADES DE VENTA MENSUAL	33
CUADRO N° 22: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL ESCENARIO MODERADO POR UNIDADES DE VENTA MENSUAL.....	34
CUADRO N° 23: PROYECCIÓN DE DEMANDA POR UNIDADES DE VENTA ANUALES.....	34

CUADRO N° 24: CARACTERÍSTICAS DEL AGUA PURIFICADA	51
CUADRO N° 25: DIAGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN	56
CUADRO N° 26: CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	57
CUADRO N° 27: MATRIZ DE REFERENCIA.....	58
CUADRO N° 28: MANUAL DE FUNCIONES GERENTE GENERAL	64
CUADRO N° 29: MANUAL DE FUNCIONES DEL CONTADOR.....	65
CUADRO N° 30: MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE PRODUCCIÓN	66
CUADRO N° 31: MANUAL DE FUNCIONES PARA EL TÉCNICO DE MANTENIMIENTO	67
CUADRO N° 32: MANUAL DE FUNCIONES DE OPERARIOS	68
CUADRO N° 33: MANUAL DE FUNCIONES DE DISTRIBUIDORES	69
CUADRO N° 34: INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO (BS).....	70
CUADRO N° 35: INVERSIÓN EN VEHÍCULO (BS).....	71
CUADRO N° 36: INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES (BS).....	71
CUADRO N° 37: INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN (BS)	72
CUADRO N° 38: INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS FIJOS (BS).....	72
CUADRO N° 39: INVERSIÓN DIFERIDA (BS)	72
CUADRO N° 40: INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO (BS)	73
CUADRO N° 41: INVERSIÓN TOTAL (BS).....	74
CUADRO N° 42: FINANCIAMIENTO (BS).....	74
CUADRO N° 43: TABLA DE AMORTIZACIÓN MÉTODO FRANCÉS (BS).....	75
CUADRO N° 44: COSTOS VARIABLES DIRECTOS (BS)	75
CUADRO N° 45: COSTOS VARIABLES INDIRECTOS (BS).....	76
CUADRO N° 46: COSTO VARIABLE UNITARIO (BS).....	76
CUADRO N° 47: COSTOS DE INSTALACIONES (BS)	77
CUADRO N° 48: SUELDOS Y SALARIOS (BS)	77
CUADRO N° 49: GASTOS ADMINISTRATIVOS (BS).....	78
CUADRO N° 50: COSTO VARIABLE UNITARIO DE RECARGA DE AGUA (BS) ...	78
CUADRO N° 51: COSTO VARIABLE UNITARIO DE BOTELLÓN Y DISPENSADOR + RECARGA DE AGUA (BS).....	79
CUADRO N° 52: BENEFICIOS SOCIALES (BS)	79

CUADRO N° 53: DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS (BS).....	80
CUADRO N° 54: PROYECCIÓN DE VENTAS DE RECARGA DE AGUA (ESCENARIO PESIMISTA) (BS).....	80
CUADRO N° 55: PROYECCIÓN DE VENTAS BOTELLÓN Y DISPENSADOR + RECARGA DE AGUA (ESCENARIO PESIMISTA) (BS).....	81
CUADRO N° 56: PROYECCIÓN DE VENTAS DE RECARGA DE AGUA (ESCENARIO MODERADO) (BS)	82
CUADRO N° 57: PROYECCIÓN DE VENTAS BOTELLÓN Y DISPENSADOR + RECARGA DE AGUA (ESCENARIO MODERADO) (BS).....	82
CUADRO N° 58: FLUJO DE CAJA PESIMISTA (BS).....	83
CUADRO N° 59: FLUJO DE CAJA MODERADO (BS).....	84
CUADRO N° 60: INDICADORES FINANCIEROS (ESCENARIO PESIMISTA).....	86
CUADRO N° 61: INDICADORES FINANCIEROS (ESCENARIO MODERADO)	87
CUADRO N° 62: PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	88

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1: MAPA DE POSICIONAMIENTO	37
FIGURA N° 2: IMAGOTIPO	38
FIGURA N° 3: ENVASE Y ETIQUETA	39
FIGURA N° 4: COMPONENTES DE LA FLOR DEL SERVICIO	41
FIGURA N° 5: UBICACIÓN	43
FIGURA N° 6: TICKETS DE OFERTA	44
FIGURA N° 7: PÁGINA DE FACEBOOK	47
FIGURA N° 8: PÁGINA DE INSTAGRAM	47
FIGURA N° 9: ARTE PUBLICITARIO	48
FIGURA N° 10: IMAGEN CORPORATIVA	49
FIGURA N° 11: PRODUCTO	50
FIGURA N° 12: PURIFICACIÓN DEL AGUA	53
FIGURA N° 13: UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA INSTALACIÓN	58
FIGURA N° 14: INSTALACIONES	59
FIGURA N° 15: ORGANIGRAMA	62

NÓMINA DE ANEXOS

ANEXO N° 1: OTROS PROVEEDORES

ANEXO N°2: PRUEBA PILOTO Y CRONOGRAMA

ANEXO N°3: MODELO DE ENCUESTA A FAMILIAS

ANEXO N°4: MODELO DE ENTREVISTA A EXPERTO EN INGENIERÍA INDUSTRIAL

ANEXO N°5: ENTREVISTA A EXPERTO EN INGENIERÍA INDUSTRIAL

ANEXO N°6: ANÁLISIS DEL CONTEXTO

ANEXO N°7: MUEBLES Y ENSERES

ANEXO N°8: MATERIAL DE LIMPIEZA Y BIOSEGURIDAD

ANEXO N° 9: TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

ANEXO N°10: PRO-FORMA DE COTIZACIÓN TANQUE

ANEXO N° 11: PRO-FORMA DE COTIZACIÓN BOMBA CENTRÍFUGA

ANEXO N°12: PRO-FORMA DE COTIZACIÓN EQUIPO DE PURIFICACIÓN DE AGUA

ANEXO N°13: PRO-FORMA DE LLENADORA

ANEXO N°14: PRO-FORMA DE EQUIPO DE LABORATORIO

ANEXO N°15: MÉTODO FRANCÉS

ANEXO N° 16: MÉTODO ALEMÁN

ANEXO N°17: FORMULAS DE INDICADORES