

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

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACION**

**MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO**



**IMPLEMENTACIÓN DE SERVICIOS DE TRANSACCIONES FINANCIERAS A  
TRAVÉS DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES**

**“BILLETERA MÓVIL”**

**REALIZADO POR:**

**JACINTO MANCILA ABRAHAM CARLOS**

**SALINAS TACEÓ IGOR**

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

**TRABAJO DE PROFESIONALIZACION 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**

**2018**

**DEDICATORIA:**

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo éste trabajo ha sido posible gracias a ellos.

### **AGRADECIMIENTO:**

*Un trabajo de investigación es también fruto del reconocimiento y del apoyo vital que nos ofrecen las personas que nos estiman, sin el cual no tendríamos la fuerza y la energía que nos anima a crecer como personas y como profesionales, gracias particularmente a toda mi Familia y a todos mis docentes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.*

**PENSAMIENTO:**

*Los hombres y pueblos en decadencia viven  
acordándose de dónde vienen;*

*Los hombres geniales y pueblos fuertes sólo  
necesitan saber a dónde van.*

*(Anónimo)*

# INDICE DE CONTENIDO

<b>ANTECEDENTES</b> .....	1
<b>1. JUSTIFICACION</b> .....	3
<b>1.1 JUSTIFICACION TEORICA</b> .....	3
<b>1.2 JUSTIFICACION PRÁCTICA</b> .....	4
<b>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	4
<b>2.1 FORMULACION DEL PROBLEMA</b> .....	6
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	6
<b>3.1 OBJETIVO GENERAL</b> .....	6
<b>3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	6
<b>4. MARCO METODOLOGICO</b> .....	6
<b>4.1 SEGÚN EL NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	7
<b>4.2 SEGÚN EL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	7
<b>4.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b> .....	7
<b>4.4 INSTRUMENTOS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS</b> .....	8
<b>5. ALCANCE</b> .....	8
<b>CAPÍTULO I: ANÁLISIS DEL CONTEXTO</b> .....	9
<b>1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO</b> .....	9
<b>1.1.1 FACTOR LEGAL</b> .....	9
<b>1.1.2 FACTORES ECONÓMICOS</b> .....	11
<b>1.1.3 FACTOR DEMOGRÁFICO</b> .....	11
<b>1.1.4 FACTOR TECNOLÓGICO</b> .....	12
<b>1.1.5 FACTOR AMBIENTAL</b> .....	13
<b>1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO</b> .....	13
<b>1.2.1 CONSUMIDORES</b> .....	13
<b>1.2.2 COMPETIDORES</b> .....	14
<b>1.2.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS</b> .....	17
<b>1.3 SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO</b> .....	18
<b>1.3.1 OPORTUNIDADES</b> .....	18
<b>1.3.2 RIESGOS</b> .....	20
<b>CAPÍTULO II: PLAN ORGANIZACIONAL (FUERZA DE TRABAJO)</b> .....	22
<b>2.1 ASPECTOS LEGALES DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA</b> .....	22
<b>2.1.1 MODELO DE NEGOCIO</b> .....	22

<b>TABLA II.1 CARACTERÍSTICAS DE LA S. R. L.</b> .....	22
<b>2.2 MARCO DE REFERENCIA ESTRATÉGICA</b> .....	23
2.2.1 Misión .....	24
2.2.2 Visión .....	24
2.2.3 Valores .....	24
<b>2.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA</b> .....	25
2.3.1 OBJETIVO GENERAL .....	25
2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	25
<b>2.4 ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO</b> .....	25
<b>2.5 MANUAL DE FUNCIONES PARA LA ORGANIZACIÓN</b> .....	26
2.5.1 GERENCIA GENERAL .....	26
2.5.2 GERENCIA ADMINISTRATIVA .....	27
2.5.3 EJECUTIVOS COMERCIALES .....	27
2.5.4 ASISTENTES DE SERVICIO AL CLIENTE .....	27
2.5.5 CHOFER .....	28
<b>2.6 PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL DEL PROYECTO</b> .....	28
2.6.1 RECLUTAMIENTO .....	28
2.6.2 SELECCIÓN .....	28
2.6.3 SOCIALIZACIÓN (INDUCCIÓN) .....	29
2.6.4 ORIENTACIÓN SOBRE EL DEPARTAMENTO Y EL PUESTO .....	29
2.6.5 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO .....	30
<b>CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING</b> .....	31
3.1 OBJETIVOS DE MARKETING .....	31
3.2 ESQUEMA DE PRESENTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING .....	32
3.3 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	33
3.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	34
3.4.1 OBJETIVO GENERAL .....	34
3.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	34
3.5 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	35
3.5.1 EXPLORATORIA .....	35
3.5.2 DESCRIPTIVA .....	35
3.5.3 EXPLICATIVA .....	35
3.5.4 FUENTES DE INFORMACIÓN .....	35
3.6 PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA .....	36

<b>3.6.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN META</b> .....	36
<b>3.6.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA</b> .....	36
<b>3.6.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO</b> .....	38
<b>3.7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO</b> .....	40
<b>3.7.1 EDAD EL ENCUESTADO</b> .....	40
Tabla III.1 Edad .....	40
Figura 3.1 Edad .....	40
<b>3.7.2 GÉNERO DEL ENCUESTADO</b> .....	41
Tabla III.2 Sexo .....	41
Figura 3.2 Sexo .....	41
<b>3.7.3 GRADO DE INSTRUCCIÓN DEL ENCUESTADO</b> .....	42
Tabla III.3 Grado de instrucción .....	42
Figura 3.3 Grado de instrucción .....	42
<b>3.7.4 TRANSACCIONES QUE REALIZA POR MEDIO DE LA BANCA</b> .....	43
Tabla III.4 ¿Realiza usted transacciones con la banca? .....	43
Figura 3.4 ¿Realiza usted transacciones con la banca? .....	43
<b>3.7.5 FORMA EN QUE UTILIZA EL CELULAR</b> .....	44
Tabla III.5 ¿En qué forma usa el Celular?.....	44
Figura 3.5 ¿En qué forma usa el Celular?.....	44
<b>3.7.6 USO DE LA BILLETERA MÓVIL</b> .....	45
Tabla III.6 ¿Le gustaría utilizar la billetera móvil que combina banca y celular? .....	45
Figura 3.6 ¿Le gustaría utilizar la billetera móvil que combina banca y celular? .....	45
<b>3.7.7 FRECUENCIA POSIBLE DE USO</b> .....	46
Tabla III.7 ¿Con qué frecuencia utilizaría (o usa) la billetera móvil?.....	46
Figura 3.7 ¿Con qué frecuencia utilizaría (o usa) la billetera móvil? .....	46
Debido a las múltiples actividades que cada encuestado realiza a la pregunta respondieron:46	
<b>3.7.8 MONTO POSIBLE DESTINADO AL USO DE LA BILLETERA MÓVIL</b> .....	47
Tabla III.8 ¿Generalmente qué monto dispondría para una billetera móvil cada mes? .....	47
Figura 3.8 ¿Generalmente qué monto dispondría para una billetera móvil? .....	47
<b>3.7.9 RAZÓN PARA UTILIZAR LA BILLETERA MÓVIL</b> .....	48
Tabla III.9 ¿Cuál es la razón de utilizar la billetera móvil?.....	48
Figura 3.9 ¿Cuál es la razón de utilizar la billetera móvil?.....	48
<b>3.7.10 CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES DE LA BILLETERA MÓVIL</b> .....	49
Tabla III.10 Califique según su importancia.....	49
Figura 3.10 Califique según su importancia .....	49

<b>3.7.11 MEDIOS DE DIFUSIÓN DE LA BILLETERA MÓVIL</b> .....	50
<b>Tabla III.11 ¿Cuál de estos medios considera usted adecuado para dar a conocer la Billetera Móvil?</b> .....	50
<b>Figura 3.11 ¿Cuál de estos medios considera usted adecuado para dar a conocer la Billetera Móvil?</b> .....	50
<b>3.7.12 CONCLUSIONES</b> .....	51
<b>3.8 ESTIMACION DE LA DEMANDA</b> .....	52
<b>3.9 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</b> .....	52
<b>Tabla II.12 Proyección de la Demanda (2019-2023)</b> .....	52
<b>3.10 COMPONENTES DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA</b>	53
<b>3.11 ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO</b> .....	53
<b>3.11.1 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN</b> .....	53
<b>3.12 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO</b> .....	54
<b>3.12.1 IMAGEN CORPORATIVA</b> .....	55
<b>3.12.2 SELECCIONAR LOS MERCADOS META</b> .....	55
<b>3.12.3 MEZCLA DE MARKETING BAJO EL ENFOQUE DEL NEUROMARKETING</b> .....	57
<b>2.12.4 EL PRODUCTO</b> .....	58
<b>3.12.5 EL PRECIO</b> .....	58
<b>Tabla III.1 Tarifario de la Billetera Móvil</b> .....	60
<b>3.12.6 LA PLAZA</b> .....	61
<b>2.5.7 LA PROMOCIÓN</b> .....	62
<b>CAPÍTULO IV: PLAN DE PRODUCCIÓN</b> .....	70
<b>4.1 OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN</b> .....	70
<b>4.2 DESCRIPCION DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO</b> .....	70
<b>4.3 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA</b> .....	70
<b>4.3.1 DISEÑO DE OFICINA</b> .....	71
<b>Figura 4.1: DISEÑO DE LAS OFICINAS</b> .....	71
<b>4.4 REQUERIMIENTOS DE PRODUCCIÓN</b> .....	71
<b>4.4.1 APP BILLETERA MÓVIL</b> .....	71
<b>4.4.2 RED DE AGENCIAS BANCARIAS</b> .....	72
<b>4.4.3 RED DE AGENCIAS COMERCIALES</b> .....	72
<b>4.5 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN</b> .....	72
<b>Tabla IV.2 Distribución de Frecuencias de transacciones</b> .....	73
<b>4.6 DEMANDA ESPERADA</b> .....	73



<b>4.7 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCCIÓN</b> .....	73
<b>4.7.1 DESCARGA DE LA APLICACIÓN</b> .....	74
<b>4.7.2 LLENADO DEL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN AL SISTEMA</b> .....	74
<b>4.7.3 VERIFICACIÓN EN LA AGENCIA FINANCIERA.</b> .....	75
<b>4.7.4 PRIMERA CARGA</b> .....	75
<b>4.7.5 TRANSACCIONES</b> .....	75
<b>4.8 DIAGRAMA DE PROCESO</b> .....	76
<b>CAPÍTULO V: PLAN FINANCIERO</b> .....	77
<b>5.1 OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA</b> .....	77
<b>5.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL</b> .....	79
<b>Tabla 17. Inversión total</b> .....	79
<b>5.3 INVERSIÓN FIJA</b> .....	79
<b>Tabla 18. Inversión Fija</b> .....	80
<b>5.3.1 Vehículo</b> .....	80
<b>5.3.2 Equipos de Computación</b> .....	80
<b>Tabla 19. Equipos de Computación</b> .....	80
<b>5.3.3 Equipos de Oficina</b> .....	80
<b>Tabla 20. Equipos de Oficina</b> .....	80
<b>5.3.4 Muebles y Enseres de Oficina</b> .....	81
<b>Tabla 21. Muebles y enseres de Oficina</b> .....	81
<b>5.3.6 Aplicación Móvil</b> .....	81
<b>Tabla 22. Aplicación móvil</b> .....	81
<b>5.4 INVERSIÓN DIFERIDA</b> .....	81
<b>Tabla 23. Inversión Diferida</b> .....	81
<b>5.5 CAPITAL DE TRABAJO</b> .....	82
<b>Tabla 24. Inversión Corriente</b> .....	82
<b>5.6 FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b> .....	82
<b>Tabla 25. Fuentes de Financiamiento</b> .....	82
<b>5.6.1 TABLA DE AMORTIZACIÓN</b> .....	82
<b>Tabla 26. Tabla de Préstamo</b> .....	83
<b>5.7 ESTIMACIÓN DEL INGRESO</b> .....	83
<b>Tabla 27. Tabla de Ingresos</b> .....	83
<b>5.8 FLUJOS DE CAJA PARA VIDA ÚTIL DE CINCO AÑOS</b> .....	84
<b>Tabla 28. Flujo de efectivo a 5 años</b> .....	84

<b>5.9 INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO</b> .....	84
<b>5.9.1 CÁLCULO DEL VAN (VALOR ACTUAL NETO)</b> .....	84
<b>5.9.2 CÁLCULO DE LA TIR (tasa interna de retorno)</b> .....	85
<b>5.9.3 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (P.R.I)</b> .....	85
<b>6. CONCLUSIONES</b> .....	87
<b>7. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	88
<b>8. ANEXOS</b> .....	90