

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN**  
**GRUPO 2**  
**MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CIGARRILLOS  
ELECTRÓNICOS EN LA CIUDAD DE TARIJA**

**ELABORADO POR:           RODRIGO RAMIRO FRONTANILLA SALAZAR**  
**VERÓNICA MISHEL PÉREZ RIERA**

**DOCENTE GUÍA:           LIC. LUZ DANIELA RÍOS MOLINA**

**Trabajo de profesionalización presentado a consideración a la UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO carrera de Administración de Empresas, como requisito para obtener la Licenciatura en Administración de Empresas.**

**SEPTIEMBRE DE 2020**

**TARIJA – BOLIVIA**

V°B°

.....

Lic. Luz Daniela Ríos Molina

DOCENTE GUÌA

.....

.....

Sc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega

DECANO DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS

ECONOMICAS Y FINANCIERAS

Sc. Lic. Víctor Vargas Rivera

VICEDECANO DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS

ECONOMICAS Y FINANCIERAS

.....

Sc. Lic. Víctor Jhon Vaca Jerez

DIR. DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION

APROBADO POR:

TRIBUNAL:

.....

Lic. Tatiana Martínez Maldonado

TRIBUNAL 1

.....

Lic. Said Luis Araoz Montoya

TRIBUNAL 2

### **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de plan de negocios lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.*

*A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser sus hijas, son los mejores padres.*

*A nuestros hermanos (as) por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.*

### **AGRADECIMIENTO**

*Agradecemos a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras de la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, a la Licenciada Daniela Ríos tutora de nuestro Proyecto de Plan de Negocios quien ha guiado con su paciencia y su rectitud como docente, y a los habitantes de la ciudad de Tarija por su valioso aporte para nuestra investigación.*

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
1. Introducción .....	2
2. Antecedentes .....	3
3. Identificación de la oportunidad.....	4
4. Descripción de la idea de negocio .....	5
5. Formulación del problema .....	5
6. Justificación .....	5
6.1. Justificación teórica.....	5
6.2. Justificación práctica .....	5
6.3. Justificación social .....	6
7. Delimitación o alcance .....	6
8. Cálculo de la muestra .....	7
9. Objetivos.....	8
9.1. Objetivo general.....	8
10. Metodología de la investigación.....	9
10.1. Diseño de investigación.....	9
10.2. Diseño exploratorio .....	9
10.3. Diseño descriptivo.....	10
10.4. Métodos .....	10
10.5. Técnica .....	10
Capítulo II: Macro entorno .....	11
1. Análisis pesta .....	12
1.1. Análisis político – legal .....	12
1.2. Análisis económico .....	16
1.3. Análisis social .....	18
1.4. Análisis tecnológico .....	20
1.5. Análisis ambiental.....	20

Capítulo III: Micro entorno.....	23
1. Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....	24
1.1. Poder de negociación de los clientes .....	24
1.2. Rivalidad entre las empresas competidoras .....	25
1.3. Amenazas de los nuevos entrantes .....	25
1.4. Poder de negociación de los proveedores.....	26
1.5. Amenaza de productos sustitutos.....	26
1.6. Conclusiones del Micro Entorno.....	27
Capítulo IV: Estudio de Mercado .....	29
1. Objetivos de la investigación de mercado .....	30
1.1. Objetivo general.....	30
1.2. Objetivos específicos .....	30
2. Selección de la muestra .....	30
3. Trabajo de campo .....	32
4. Resultados obtenidos .....	32
5. Conclusiones .....	39
<b>CAPITULO V: NATURALEZA DEL NEGOCIO.....</b>	<b>41</b>
1. Naturaleza del negocio .....	42
1.2. Nombre de la empresa .....	42
1.3. Tipo y tamaño de la empresa .....	43
1.4. Ubicación.....	43
2. Marco filosofico.....	44
2.2. Visión .....	44
2.3. Misión.....	44
2.4. Valores.....	44
2.5. Objetivos de la empresa.....	45
2.5.1. Objetivo general.....	45
2.5.2. Objetivos específicos.....	45
<b>CAPÍTULO VI: PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>46</b>
1. Áreas de la empresa.....	47

2. Plan de marketing .....	47
2.1. Objetivo del plan de marketing .....	47
2.2. Necesidades de los clientes.....	47
3. Mercado meta .....	47
4. Estrategias de marketing.....	47
5. Estrategias de la matriz de Ansoff.....	48
5.1. Estrategia de penetración de mercado .....	48
5.2. Estrategia de Desarrollo de nuevos mercados .....	48
5.3. Estrategia de Desarrollo de productos.....	48
5.4. Estrategia de Diversificación .....	49
6. Marketing Mix. ....	50
6.1. Producto .....	50
6.2. Precio.....	50
6.3. Plaza	50
6.4. Promoción.....	51
7. Presupuesto de la implantación del plan marketing .....	52
<b>CAPÍTULO VII: PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>54</b>
1. Plan de operaciones .....	55
2.1. Objetivo del Plan de Operaciones .....	55
2.2. Prestación de servicios .....	55
2.3. Tecnología .....	55
2.4. Equipos e Instalaciones .....	56
2.6. Proveedores .....	58
2.7. Capacidad instalada.....	58
2.8. Diseño y distribución de oficinas.....	58
<b>CAPÍTULO VIII: PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>60</b>
1. Plan organizacional y de recursos humanos .....	61
2.1. Objetivos del área de Recursos Humanos .....	61
2.2. Aspectos legales para la formalización de la Empresa.....	61
3. Estructura Organizacional .....	64

4. Horarios de Trabajo.....	65
5. Manual de Funciones.....	65
6. Proceso de integración de personal .....	69
7. Administración de Sueldos y Salarios .....	70
7.1. Planilla d Sueldos y Salarios.....	72
8. Evaluación del Desempeño .....	72
<b>CAPÍTULO IX: PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>74</b>
1. Plan financiero .....	75
1.1. Objetivos del plan financiero .....	75
1.2. Sistemas contables de la empresa .....	75
1.3.1. Inversión Fija o Tangible .....	75
1.3.2 Inversión Diferida o Intangible .....	77
1.3.3.    Capital de Trabajo .....	78
2. Financiamiento.....	80
2.1. Depreciación de activos fijos.....	80
2.3. Costos y gastos fijos y variables .....	81
3. Flujo de Caja Económico .....	90
3.1. Evaluación Financiera.....	91
<b>Capítulo X: Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>93</b>
1.    Conclusiones .....	94
2.    Recomendaciones.....	95
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>96</b>



## ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. Encuesta dirigida a personas mayores de 18 años que consumen cigarrillos en la ciudad de Tarija .....	99
ANEXO B Diferencia Entre fumar y Vapear .....	101
Anexo C: Cuestionario .....	101
Anexo D Planilla de sueldos y salarios.....	105
Anexo E Catálogo de productos.....	106

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO N° 1 Variación del PIB Tarijeño por sector económico .....	17
GRÁFICO N° 2 TARIJA: PROYECCIONES DE POBLACIÓN, 2012 - 2030.....	19
GRÁFICO N° 3 Número de vaporizadores Adultos que fuman cigarrillos electrónicos (millones).....	24
GRÁFICO N° 4 Consume o no cigarrillos tradicionales.....	32
GRÁFICO N° 5 Motivos por los que consume cigarrillo tradicional .....	33
GRÁFICO N° 6 Frecuencia que consume cigarrillos tradicionales.....	33
GRÁFICO N° 7 Conocimiento del cigarrillo electrónico .....	34
GRÁFICO N° 8 Lugares donde vendan cigarrillos electrónicos .....	34
GRÁFICO N° 9 Lugares que conoce donde vendan cigarrillos electrónicos.....	35
GRÁFICO N° 10 Consumo actual de cigarrillos electrónicos .....	35
GRÁFICO N° 11 Factores las cuales le llevo a consumir cigarrillo electrónico .....	36
GRÁFICO N° 12 Grado de importancia al momento de elegir un cigarrillo electrónico ....	36
GRÁFICO N° 13 Grado de importancia al momento de comprar un producto.....	37
GRÁFICO N° 14 Rango de edad.....	38
GRÁFICO N° 15 Ocupación de los encuestados.....	38
GRÁFICO N° 16 Sexo .....	39
GRÁFICO N° 17 Logo de la empresa.....	42
GRÁFICO N° 18 Ubicación de la empresa .....	43
GRÁFICO N° 19 Matriz Ansoff.....	49
GRÁFICO N° 20 Proceso de venta por solicitud del cliente .....	50
GRÁFICO N° 21 Distribución hacia los posibles departamentos a distribuir .....	51
GRÁFICO N° 22 Diseño y distribución de oficinas .....	59
GRÁFICO N° 23 Organigrama de la empresa Vaporium S.R.L .....	65

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
TABLA N° 1 CUADRO DE ANALISIS PESTA .....	22
TABLA N° 2 Tabla de análisis de PORTER.....	27
TABLA N° 3 Presupuesto del plan de Marketing.....	52
TABLA N° 4 Muebles y encerres .....	56
TABLA N° 5 Equipo de computación .....	56
TABLA N° 6 Equipo e instalaciones .....	57
TABLA N° 7 Gastos Administrativos.....	57
TABLA N° 8 Manual de funciones, Gerente General.....	66
TABLA N° 9 Manual de funciones, Contador .....	67
TABLA N° 10 Manual de funciones, para Vendedor .....	68
TABLA N° 11 Presupuesto de mano de obra.....	71
TABLA N° 12 Beneficios Sociales .....	72
TABLA N° 13 Evaluación del desempeño al personal .....	73
TABLA N° 14 Inversión en equipo de computación .....	76
TABLA N° 15 Inversión en Herramientas .....	76
TABLA N° 16 Inversión en Muebles y encerres .....	77
TABLA N° 17 Inversión Diferida o Intangible .....	78
TABLA N° 18 Capital de trabajo.....	79
TABLA N° 19 Total de inversiones .....	79
TABLA N° 20 Depreciación de activos fijos .....	80
TABLA N° 21 Determinación de valor residual.....	81
TABLA N° 22 Presupuesto de mano de obra.....	82
TABLA N° 23 Beneficios Sociales .....	83
TABLA N° 24 Gastos administrativos-por año .....	83
TABLA N° 25 Gastos de Comercialización .....	84
TABLA N° 26 INVERSIONES DEL PRODUCTO.....	85
TABLA N° 27 Proyección de la demanda.....	86
TABLA N° 28 Identificación de tributos aduaneros y otros gastos.....	87
TABLA N° 29 Precio de venta del producto .....	89
TABLA N° 30 APORTE DE LOS SOCIOS .....	90
TABLA N° 31 Flujo de caja .....	91
TABLA N° 32 Evaluación financiera .....	91
TABLA N° 33 Evaluación del tipo de empresa según su magnitud .....	92