

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONFECCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE JEANS DE VARÓN EN LA CIUDAD DE
TARIJA”**

POR:

CAMACHO GOMES EVELYN JENNIFER

DOCENTE GUÍA:

LIC. LUZ DANIELA RIOS MOLINA

**Trabajo de profesionalización, presentado a considerar de la “UNIVERSIDAD
AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO “como requisito para optar el Grado
Académico de Licenciatura de Administración de Empresas.**

TARIJA - BOLIVIA

MAYO DE 2022

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mis padres y hermano ya que ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo todo el tiempo motivándome a seguir adelante y no rendirme en el camino.

A mis tíos y tías que me ayudaron en el transcurso de los años de la carrera preocupándose por mí dándome ánimos y desearme siempre lo mejor.

ÍNDICE
CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	3
1.2.1. Justificación Teórica.....	3
1.2.2. Justificación Práctica.....	4
1.2.3. Justificación Científica	4
1.2.4. Justificación Económica.....	4
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.3.1. Identificación del Problema.....	5
1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	9
1.4.1. Objetivo General	9
1.4.2. Objetivos Específicos	9
1.5. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	10
1.5.1. Tipo de Investigación	10
1.5.2. Métodos y Técnicas	11
1.5.2.1. Métodos Teóricos	11
1.5.2.2. Métodos Empíricos	11
1.5.3. Diseño de la Investigación.....	12
1.6. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.6.1. Geográfico	13
1.6.2. Teórico.....	13
1.6.3. Temporal	13

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	14
2.1. ANÁLISIS PESTA.....	14
2.1.1. Entorno Político – Legal.....	14
2.1.2. Entorno Económico	16
2.1.3. Entorno Social.....	17
2.1.4. Entorno Tecnológico.....	18
2.1.5. Entorno Ambiental.....	19

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

3. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	24
3.1ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	24
3.1.1. Rivalidad interna entre competidores	24
3.1.2. Amenaza de entrada de nuevos competidores	25
3.1.3. Amenaza de productos sustitutos.....	26
3.1.4. Poder de negociación de los proveedores	27
3.1.5. Poder de negociación de los consumidores	27

CAPÍTULO IV

NATURALEZA DEL NEGOCIO

4. NATURALEZA DEL NEGOCIO	31
4.1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DEL NEGOCIO.....	31
4.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	31
4.2.1. Nombre de la Empresa.....	31

4.2.2. Tipo de Empresa	31
4.2.3. Tamaño	32
4.3. GESTIÓN EMPRESARIAL	32
4.3.1. Visión, Misión y Valores de la empresa	32
4.3.2. Objetivos de la empresa	33
4.3.3. Estrategias de diferenciación	34

CAPÍTULO V

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	35
5.1. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	35
5.1.1. Planteamiento del problema de Investigación de Mercados.....	35
5.1.2. Formulación del problema.....	35
5.1.3. Pregunta Científica de Investigación	36
5.1.4. Planteamiento de la hipótesis.....	36
5.1.5. Objetivos de la Investigación de Mercados	37
5.1.6. Métodos y técnicas de Investigación de Mercados.....	38
5.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	38
5.2.1. Recopilación de la información.....	38
5.2.1.1. Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra.....	39
5.2.1.2. La Encuesta.....	42
5.3. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	42
5.4. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	64

CAPÍTULO VI

PLAN DE MARKETING

6. PLAN DE MARKETING.....	68
6.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	68
6.2. SEGMENTOS DE MERCADO.....	68
6.2.1. Segmento Geográfico	68
6.2.2. Segmento Demográfico	68
6.2.3. Segmento Psicográfico	69
6.3. MARKETING MIX	69
6.3.1. Producto.....	69
6.3.2. Precio.....	76
6.3.3. Plaza	77
6.3.4. Promoción	78
6.4. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.....	84
6.5 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	84
6.6. DETERMINACIÓN Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	85
6.7. PRESUPUESTO DE MARKETING	89

CAPÍTULO VII

PLAN DE PRODUCCIÓN

7. PLAN DE PRODUCCIÓN.....	91
7.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	91
7.2.1. Diseño del producto.....	91
7.2.2. Diseño del empaque.....	94
7.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	95

7.3.1. Tipo de Proceso.....	95
7.3.2. Flujograma del Proceso.....	95
7.3.4. Descripción del proceso del producto.....	99
7.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	102
7.4.1. Requerimiento de Equipos y Maquinarias.....	102
7.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES	105
7.5.1. Necesidad de materia prima.....	105
7.5.2. Proveedores negociables.....	109
7.5.3. Sistema de Compras.....	111
7.6. CAPACIDAD PRODUCTIVA	111
7.7. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	113
7.7.1. Ubicación de la empresa.....	113
7.7.2. Ubicación de los puntos de venta	114
7.8. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA	115
7.9. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	116
7.12. COSTOS DE PRODUCCIÓN	118

CAPÍTULO VIII

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

8. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS	126
8.1 OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS.....	126
8.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL	126
8.2.1. Estructura Organizacional.....	126
8.2.2. Manual de Funciones.....	127
8.2.3. Proceso de Integración del Personal	135

8.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	137
8.3.1. Escala Salarial.....	137
8.3.2. Planilla de Sueldos y Salarios.....	139
8.4. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	142
8.4.1. Obligaciones Fiscales	142

CAPÍTULO IX

PLAN FINANCIERO

9. PLAN FINANCIERO.....	144
9.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	144
9.2. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN.....	144
9.3.1. Inversión de Costos Fijos.....	144
9.3.2. Inversión de Costos Diferidos	149
9.3. INVERSIÓN TOTAL	151
9.4. FUENTE DE FINANCIAMIENTO.....	151
9.5. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN	152
9.5.1. Costos Fijos.....	152
9.5.2. Costos Variables	155
9.5.3. Costo Total.....	155
9.6. BALANCE DE APERTURA.....	156
9.7. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA	157
9.7.1. Precio de Costo Unitario.....	157
9.7.2. Precio de Costo de Venta.....	157
9.7.3. Precio de Venta con Factura	158
9.8. PUNTO DE EQUILIBRIO	159

9.5. PROYECCIÓN DE VENTAS 161

9.7. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO 163

9.8. FLUJO DE CAJA FINANCIERO 164

9.9. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO..... 165

 9.9.1. Valor Actual Neto (VAN)..... 165

 9.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)..... 166

 9.9.3. Beneficio Costo..... 167

 9.9.5. Periodo de Recuperación (PRI) 168

9.10. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 169

 9.10.1. Proyección de Ventas (Escenario Pesimista)..... 170

 9.10.2. Flujo de Caja Económico (Escenario Pesimista)..... 171

 9.10.3. Indicadores de Evaluación del Negocio (Escenario Pesimista)..... 172

 9.10.4. Proyección de Ventas (Escenario Optimista) 175

 9.10.5. Flujo de Caja Económico (Escenario Optimista) 176

 9.10.6. Indicadores de Evaluación del Negocio (Escenario Optimista) 177

CONCLUSIONES.....

RECOMENDACIONES.....

BIBLIOGRAFÍA.....

WEBLIOGRAFÍA.....

ANEXOS.....

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 EVALUACIÓN DEL IMPACTO DEL ANÁLISIS PESTA	20
CUADRO N° 2 IMPACTO DEL ANÁLISIS PESTA	22
CUADRO N° 3 EVALUACIÓN DE LAS CINCO FUERZAS DEPORTES	28
CUADRO N° 4 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	30
CUADRO N° 5 POBLACIÓN DE VARONES	39
CUADRO N° 6 RESULTADO DE PREUBA PILOTO	40
CUADRO N° 7 RESULTADO DE PRUEBA PILOTO	40
CUADRO N° 8 USO DE PANTALÓN JEANS	43
CUADRO N° 9 IMPORTANCIA AL VESTIR	44
CUADRO N° 10 MOTIVO DE COMPRA	45
CUADRO N° 11 OPCIONES DE COMPRA.....	46
CUADRO N° 12 CALIDAD DE PANTALONES JEANS NACIONALES	47
CUADRO N° 13 FRECUENCIA DE COMPRA	48
CUADRO N° 14 COMPRA DE PANTALONES JEANS	50
CUADRO N° 15 LUGARES DE COMPRA DE PANTALONES JEANS	51
CUADRO N° 16 FACTORES DE IMPORTANCIA AL MOMENTO DE COMPRA	53
CUADRO N° 17 MARCAS DE PREFERENCIA	55
CUADRO N° 18 TIPOS DE JEANS	57
CUADRO N° 19 PRECIO	58
CUADRO N° 20 ACEPTACIÓN EN EL MERCADO	59
CUADRO N° 21 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	60
CUADRO N° 22 PROMOCIONES	61
CUADRO N° 23 EDAD	62
CUADRO N° 24 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	64
CUADRO N° 25 COMPROBACIÓN DE OBJETIVOS ESPECIFICOS	66
CUADRO N° 26 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	70
CUADRO N° 27 ESTILOS DE PANTALONES	72
CUADRO N° 28 COMPARACIÓN DE PRECIOS	76

CUADRO N° 29 DATOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	86
CUADRO N° 30 MÉTODO DE RATIOS EN CADENA	86
CUADRO N° 31 FRECUENCIA DE COMPRA	87
CUADRO N° 32 FRECUENCIA DE COMPRA ANUAL	88
CUADRO N° 33 PROYECCION DE DEMANDA	88
CUADRO N° 34 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN REDES SOCIALES	89
CUADRO N° 35 PRESUPUESTO PARA LA INVERSIÓN EN MERCHANDISING	90
CUADRO N° 36 DESCRIPCIÓN DE MODELO DE PANTALÓN N°1	92
CUADRO N° 37 DESCRIPCIÓN DE MODELO DE PANTALÓN N°2	93
CUADRO N° 38 DESCRIPCIÓN DE MODELO DE PANTALÓN N°3	93
CUADRO N° 39 FLUJO DEL PROCESO POR PRENDA DESDE LA OBTENCIÓN DE LA MATERIA PRIMA HASTA LA VENTA DEL PRODUCTO TERMINADO.....	95
CUADRO N° 40 DESCRIPCIÓN Y TIEMPO DE PROCESO	99
CUADRO N° 41 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	102
CUADRO N° 42 EQUIPO MOVILIARIO Y DE OFICINA	103
CUADRO N° 43 MATERIA PRIMA	105
CUADRO N° 44 INSUMOS Y ACCESORIOS.....	106
CUADRO N° 45 HERRAMIENTAS DE TRABAJO.....	108
CUADRO N° 46 PROVEEDORES.....	110
CUADRO N° 47 CAPACIDAD TEORICA.....	111
CUADRO N° 48 CAPACIDAD EFECTIVA.....	112
CUADRO N° 49 CAÁCIDAD REAL.....	112
CUADRO N° 50 COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO	119
CUADRO N° 51 COSTO DE MUEBLES Y ENSERES	120
CUADRO N° 52 COSTO DE EQUIPO DE COMPUTACION.....	120
CUADRO N° 53 HERRAMIENTAS DE TRABAJO.....	121
CUADRO N° 54 INSUMOS DE BIOSEGURIDAD.....	122
CUADRO N° 55 MATERIAL DE ESCRITORIO.....	122

CUADRO N° 56 COSTO DE MATERIA PRIMA	123
CUADRO N° 57 COSTO DE INSUMOS	124
CUADRO N° 58 MATERIAL DE LIMPIEZA.....	125
CUADRO N° 59 GERENTE GENERAL	128
CUADRO N° 60 JEFE DE PRODUCCIÓN	129
CUADRO N° 61 DISEÑADOR	131
CUADRO N° 62 OPERARIO DE CONFECCIÓN	132
CUADRO N° 63 OPERARIO DE ACABADO Y EMPAQUE.....	133
CUADRO N° 64 CONTADOR	134
CUADRO N° 65 ESCALA SALARIAL	138
CUADRO N° 66 APORTES PATRONALES.....	139
CUADRO N° 67 APORTES LABORALES	139
CUADRO N° 68 PLANILLA DE APORTES LABORALES	140
CUADRO N° 69 PLANILLA DE APORTES PATRONALES.....	140
CUADRO N° 70 COSTO TOTAL EN SUELDOS Y SALARIOS	141
CUADRO N° 71 MUEBLES Y ENSERES	145
CUADRO N° 72 EQUIPO DE COMPUTACIÓN	145
CUADRO N° 73 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	146
CUADRO N° 74 INSUMOS DE BIOSEGURIDAD	146
CUADRO N° 75 HERRAMIENTAS DE TRABAJO.....	147
CUADRO N° 76 MATERIAL DE INSTALACIÓN	148
CUADRO N° 77 INVERSIÓN FIJA.....	148
CUADRO N° 78 INVERSIÓN TOTAL.....	151
CUADRO N° 79 FUENTE DE FINANCIAMIENTO	152
CUADRO N° 80 APORTE DE SOCIOS	152
CUADRO N° 81 SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS COSTOS FIJOS	153
CUADRO N° 82 SUELDOS Y SALARIOS ANUAL.....	154
CUADRO N° 83 COSTOS VARIABLES.....	155
CUADRO N° 84 COSTO TOTAL	155
CUADRO N° 85 PRECIO DE COSTO UNITARIO	157

CUADRO N° 86 PRECIO DE COSTO DE VENTA.....	158
CUADRO N° 87 PRECIO DE VENTA CON FACTURA	159
CUADRO N° 88 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	160
CUADRO N° 89 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	160
CUADRO N° 90 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	161
CUADRO N° 91 PROYECCIÓN DE COSTOS	162
CUADRO N° 92 FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (ESCENARIO ESPERADO)	163
CUADRO N° 93 FLUJO DE CAJA FINANCIERO (ESCENARIO ESPERADO)	164
CUADRO N° 94 PROYECCIÓN DE VENTAS (ESCENARIO PESIMISTA)	170
CUADRO N° 95 FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (ESCENARIO PESIMISTA)	171
CUADRO N° 96 PROYECCIÓN DE VENTAS (ESCENARIO OPTIMISTA)	175
CUADRO N° 97 FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (ESCENARIO OPTIMISTA)	176

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 USO DE PANTALONES JEANS	43
GRÁFICO N° 2 IMPORTANCIA AL VESTIR.....	44
GRÁFICO N° 3 MOTIVO DE COMPRA	45
GRÁFICO N° 4 OPCIONES DE COMPRA	46
GRÁFICO N° 5 CALIDAD DE PANTALONES JEANS NACIONALES.....	47
GRÁFICO N° 6 FRECUENCIA DE COMPRA	49
GRÁFICO N° 7 COMPRA DE PANTALONES JEANS	50
GRÁFICO N° 8 LUGARES DE COMPRA DE PANTALONES DE JEANS	52
GRÁFICO N° 9 FACTORES DE IMPORTANCIA AL MOMENTO DE COMPRAR	54
GRÁFICO N° 10 MARCAS DE PREFERENCIA.....	56
GRÁFICO N° 11 TIPOS DE JEANS	57
GRÁFICO N° 12 PRECIO	59
GRÁFICO N° 13 ACEPTACIÓN EN EL MERCADO	60
GRÁFICO N° 14 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	61
GRÁFICO N° 15 PROMOCIONES	62
GRÁFICO N° 16 EDAD.....	63
GRÁFICO N° 17 LOGOTIPO.....	73
GRÁFICO N° 18 SLOGAN	74
GRÁFICO N° 19 DISEÑO DE ETIQUETA DE CUERO	74
GRÁFICO N° 20 DISEÑO DE ETIQUETA COLGANTE	75
GRÁFICO N° 21 DISEÑO DE ETIQUETAS INTERNAS.....	75
GRÁFICO N° 22 CANAL DIRECTO.....	77
GRÁFICO N° 23 CANAL INDIRECTO CORTO.....	78
GRÁFICO N° 24 DISEÑO DE PERFIL DE FACEBOOK	79
GRÁFICO N° 25 DISEÑO DE PERFIL DE INSTAGRAM	80
GRÁFICO N° 26 DISEÑO DE PERFIL DE WHATSAPP BUSINESS.....	81
GRÁFICO N° 27 DISEÑO DE LETRERO DE SONDER JEANS	82
GRÁFICO N° 28 DISEÑO DE TARJETAS DE PRESENTACIÓN.....	83

GRÁFICO N° 29 BOLSA PARA EMPACAR PANTALONES	94
GRÁFICO N° 30 DISEÑO DE BOLSA DE VENTA DE SONDER JEANS	94
GRÁFICO N° 31 CROQUIS DE LA EMPRESA	113
GRÁFICO N° 32 CROQUIS DE PUNTO DE VENTA.....	114
GRÁFICO N° 33 DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA	115
GRÁFICO N° 34 ORGANIGRAMA	127
GRÁFICO N° 35 PROCESO DEL MARCO LEGAL	143

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 MATRIZ DE ANÁLISIS PESTA	152
ANEXO N° 2 PRUEBA PILOTO (CUESTIONARIO).....	158
ANEXO N° 3 RESULTADO DE PRUEBA PILOTO	159
ANEXO N° 4 CUESTIONARIO DIRIGIDO A VARONES DE LA CIUDAD DE TARIJA	160
ANEXO N° 5 MAQUINARIA Y EQUIPO CARACTERISTICAS	166
ANEXO N° 6 REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE UNA EMPRESA	168
ANEXO N° 7 CALCULOS PARA EL DESARROLLO DEL FLUJO DE CAJA ..	173