

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II
GRUPO 1 MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
MANUFACTURERA DE ROPA DE MUJERES EMBARAZADAS PARA TARIJA**

POR:

FORONDA CERROGRANDE VANIA

BURGOS NOGALES LUIS ANGEL

DOCENTE GUÍA:

LIC. ALEMAN CASTILLO ROXANA

**TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN PRESENTANDO A CONSIDERACIÓN
DE LA “UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO”, COMO
REQUISITO PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TARIJA-BOLIVIA

2023

DEDICATORIA:

Este proyecto de grado se lo dedico con todo mi corazón a Dios quien me acompaña y siempre me ayuda a seguir mi adelante; de manera especial a nuestros queridos padres por todo su esfuerzo y sacrificio pues sin ellos no lo habría logrado; hermanos mayores quienes son fuente de inspiración y fortaleza para continuar y de los que siempre están a nuestro lado en las buenas y malas.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por su amor y bondad, porque siempre está presente en todo momento de mi vida guiándome en mi camino y por permitirme tener y disfrutar de nuestras familias.

ÍNDICE

PLAN DE NEGOCIO

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1	ANTECEDENTES.....	1
1.2	DEFINICIÓN DE LA IDEA	4
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.3.1	Planteamiento del problema.....	5
1.3.2	Formulación del problema	6
1.3.3	Delimitación del problema.....	7
1.4	OBJETIVOS	7
1.5	NECESIDADES A SATISFACER CON LA IDEA DE NEGOCIO.....	8
1.6	JUSTIFICACIÓN.....	9
1.6.1	Justificación teórica	9
1.6.2	Justificación práctica	10
1.6.3	Justificación social.....	10
1.7	MARCO METODOLÓGICO.....	11
1.7.1	Tipo de investigación.....	11
1.7.2	Método	12
1.7.3	Diseño de investigación	12

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL CONTEXTO

2.1	ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO (PESTA)	15
2.1.1	Factor político-legal.....	15
2.1.2	Factor económico	16
2.1.3	Factor social-cultural	20
2.1.4	Factor tecnológico	22
2.1.5	Factor ambiental	23
2.1.6	Conclusiones	24
2.2	ANÁLISIS DE MICROENTORNO	25
2.2.1	Poder de negociación de proveedores.....	25

2.2.2	Poder de negociación con los clientes	26
2.2.3	Amenazas de nuevos competidores	28
2.2.4	Comparación de competidores	33
2.2.5	Amenazas de productos sustitutos	34
2.2.6	Conclusiones del análisis del micro entorno	35
2.3	SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO	36

CAPÍTULO III

NATURALEZA DEL NEGOCIO

3.1	DEFINICIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	39
3.1.1	Nombre de la empresa	39
3.1.2	Tipo de empresa	39
3.1.3	Gestión empresarial	39
3.1.4	Visión	39
3.1.5	Misión	40
3.1.6	Valores	40
3.1.7	Objetivo general	41
3.1.8	Objetivos específicos	41
3.1.9	Ventajas competitivas	41

CAPÍTULO IV

PLAN DE MARKETING

4.1	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	43
4.1.1	Fundamentación	43
4.1.2	Formulación del problema	44
4.1.3	Preguntas de investigación de mercados	44
4.1.4	Objetivo General	44
4.1.5	Objetivos específicos	44
4.2	DISEÑO DE POBLACIÓN Y LA MUESTRA	45
4.2.1	Población y muestra	45
4.2.2	Técnica de muestreo a emplear	46
4.2.3	Determinación del tamaño de la muestra	46
4.2.4	Recopilación de información	48

4.2.5	Análisis e interpretación de resultados.....	48
4.3	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	64
4.4	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	65
4.5	FUNCIÓN DE MARKETING.....	67
4.5.1	Objetivo general	67
4.5.2	Objetivos específicos	67
4.5.3	Marketing estratégico.	68
4.5.4	Segmento de mercado.....	68
4.5.5	Estrategias de diferenciación.....	69
4.5.6	Estrategia de posicionamiento.....	69
4.5.7	Marketing mix	71
4.5.7.1	Producto	71
4.5.7.2	Plaza o canales de distribución.....	74
4.5.7.3	Promoción	77
4.5.7.4	Precio	79

CAPÍTULO V

PLAN DE PRODUCCIÓN

5.1	OBJETIVOS DEL PLAN DE OPERACIONES	81
5.2	INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	81
5.2.1	Diseño y especificaciones del producto	84
5.3	PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	84
5.3.1	Descripción del proceso de producción.....	84
5.4	TIPO DE PROCESO.....	86
5.4.1	Diagrama del proceso	86
5.4.2	Diagrama del proceso de adquisición de materia prima.	86
5.4.3	Proceso de producción y comercialización.....	87
5.4.4	Diagrama de almacenamiento	88
5.4.5	Proceso de venta.....	89
5.5	CARACTERÍSTICA DE LA TECNOLOGÍA.....	90
5.5.1	Equipo y materiales	90
5.5.2	Administración de materiales.....	94
5.5.2.1	Necesidad de materia prima	94

5.5.3	Proveedores negociables	98
5.5.4	Sistema de compras	98
5.6	CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	98
5.7	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	99
5.7.1	Diseño y distribución de la planta	99

CAPÍTULO VI

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

6.1	OBJETIVOS	102
6.2	DISEÑO ORGANIZACIONAL	102
6.2.1	Organigrama.....	102
6.3	MANUAL DE FUNCIONES	104
6.3.1	Proceso de integración del personal	113
6.3.2	Reclutamiento.....	113
6.3.3	Presentación de los postulantes al cargo	113
6.3.4	Evaluación.....	113
6.3.5	Entrevistas	113
6.3.6	Selección del personal	114
6.3.7	Contratación	114
6.3.8	Capacitación	115
6.3.9	Evaluación del desempeño.....	115
6.4	ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	115
6.4.1	Escala salarial.....	115
6.5	OBLIGACIONES FISCALES Y REGLAMENTARIAS	116
6.5.1	SEPREC Bolivia.....	116
6.5.2	Servicio de Impuestos Nacionales SIN.....	118
6.5.3	Gobierno Autónomo Municipal de Tarija (GAMT).....	119
6.5.4	Caja Nacional de Salud “CNS”.....	119
6.5.5	Ministerio de Trabajo	120
6.5.6	SENAPI.....	121
6.6	PRESUPUESTO DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN	123

CAPÍTULO VII

PLAN FINANCIERO

7.1.1	Objetivo general	125
7.1.2	Objetivos específicos	125
7.2	CAPITAL DE INVERSIÓN.....	126
7.2.1	Activos fija	126
7.2.2	Equipo de computación	127
7.2.3	Muebles y enseres.....	127
7.2.4	Total, de activos fijos.....	128
7.2.5	Activos diferidos	128
7.2.6	Capital de trabajo.....	128
7.2.7	Requerimiento para el capital de trabajo	129
7.2.8	Planilla de sueldos y salarios.....	129
7.2.9	Inversión total.....	135
7.2.10	Depreciación de los activos fijos	136
7.3	ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	136
7.3.1	Fuentes de financiamiento	137
7.3.2	Amortización del Crédito.....	138
7.4	Estructura de costos.....	138
7.4.1	Costos fijos anuales	138
7.4.2	COSTOS VARIABLES.....	140
7.5	PRECIO UNITARIO.....	140
7.5.1	Total, de los Costos variables-año.....	144
7.6	DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	144
7.7	BALANCE DE APERTURA	145
7.8	FLUJO DE CAJA.....	146
7.9	INDICADORES DE EVALUACIÓN	147
7.9.1	Costo de capital promedio ponderado (CCPP)	147
7.9.2	Valor actual neto (VAN).....	147
7.9.3	La Tasa Interna de Retorno (TIR)	148
7.9.4	Beneficio-Costo (B/C).....	148
7.9.5	El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	149

7.9.6 Determinación del Punto de equilibrio	149
Conclusiones	151
Recomendaciones.....	154
Bibliografía	156
Web grafía	157

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	El producto interno bruto “PIB” y el PIB per cápita de Bolivia.....	19
Tabla 2	Análisis externo PESTA	24
Tabla 3	Proveedores para la empresa.....	26
Tabla 4	Resumen de los competidores.....	33
Tabla 5	Conclusión del análisis micro entorno.....	35
Tabla 6	Cuadro muestral	46
Tabla 7	Tamaño de la población y proporción esperada.	47
Tabla 8	Aceptación del producto.	49
Tabla 9	Cálculo de la necesidad.	66
Tabla 10	Cálculo de la disponibilidad.....	66
Tabla 11	Cálculo del deseo.	67
Tabla 12	Cálculo de la demanda estimada.	67
Tabla 14	Proceso de producción y comercialización.....	87
Tabla 15	Proceso de almacenamiento.....	88
Tabla 16	Proceso de venta.....	89
Tabla 17	Equipamiento necesario.....	90
Tabla 18	Insumos	94
Tabla 19	Materia prima directa.....	97
Tabla 20	Materia prima indirecta	97
Tabla 21	Proveedores	98
Tabla 22	Manual de funciones del gerente.	105
Tabla 23	Manual de funciones del asesor legal.	106
Tabla 24	Manual de funciones del jefe de producción.	107
Tabla 25	Manual de funciones del supervisor de la calidad.	108
Tabla 26	Manual de funciones del diseñador.	109
Tabla 27	Manual de funciones del jefe de marketing.	110
Tabla 28	Manual de funciones del jefe de recursos humanos.....	111
Tabla 29	Manual de funciones del jefe de administración y finanzas.	112
Tabla 30	Planilla de sueldos y salarios mensuales.....	116
Tabla 31	Costo total de responsabilidades.	123

Tabla 32	Costos de la inversión fija.	126
Tabla 33	Costos del equipo de computación.	127
Tabla 34	Costos de muebles y enseres.	127
Tabla 35	Total de los costos de la inversión fija.	128
Tabla 36	Activos diferidos.	128
Tabla 37	Cálculo de la planilla de sueldos.	129
Tabla 38	Cálculo de los sueldos con liquido pagable.	130
Tabla 39	Aporte patronal.	131
Tabla 40	Calculo de las provisiones de los sueldos y salarios.	132
Tabla 41	Total de los sueldos y salarios.	132
Tabla 42	Costos de los gastos administrativos.	134
Tabla 43	Costos del servicio básico.	134
Tabla 44	Costo total del capital de trabajo.	135
Tabla 45	Inversión total.	135
Tabla 46	Depreciación de activos fijos.	136
Tabla 47	Cálculo de estructura de inversión y fuentes de financiamiento.	137
Tabla 48	Inversión propia.	137
Tabla 49	Amortización.	138
Tabla 50	Costos fijos.	139
Tabla 51	Costos de variables.	140
Tabla 52	Blusas.	141
Tabla 53	Calza.	141
Tabla 54	Vestido.	142
Tabla 55	Pantalón.	143
Tabla 56	Short.	143
Tabla 57	Costo variable.	144
Tabla 58	Precio de venta de las prendas.	144
Tabla 59	Balance de apertura.	145
Tabla 60	Flujo de caja de "MOMMY`STYLE".	146
Tabla 61	Periodo de recuperación de la inversión.	149

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Índice de Precio del Consumidor (IPC) de Bolivia (2020-2021).....	20
Figura 2 Logo de la empresa MAMIS	29
Figura 3 Logo de la empresa BRITNEY	30
Figura 4 Logo de la empresa MIMITOS	31
Figura 5 Logo de la empresa MAMUCHA.....	32
Figura 6 Aceptación del producto.....	49
Figura 7 Preferencia de la moda.....	50
Figura 8 Frecuencia de prendas.....	51
Figura 9 Adaptación del estilo.	52
Figura 10 Prioridad de prenda.	53
Figura 11 Medio de publicidad.	54
Figura 12 Medios de compra.....	55
Figura 13 Medios de pago.	56
Figura 14 Disponibilidad a pagar.	57
Figura 15 Probabilidad de compra virtual.....	58
Figura 16 Estatus de trabajo.....	59
Figura 17 Nivel de ingreso.....	60
Figura 18 Hijos.	61
Figura 19 Estado civil.....	62
Figura 20 Edad.	63
Figura 21 Logo de la empresa.	70
Figura 22 Diseño de la etiqueta de la empresa.	72
Figura 23 Diseño de empaque y rotulado.	73
Figura 24 Diseño de la página web.	76
Figura 25 Diseño de empaque y rotulado	79
Figura 26 Casual.....	82
Figura 27 Vintage.....	82
Figura 28 Romántico.....	83
Figura 29 Clásico.....	83
Figura 30 Deportivo.	84

Figura 31	Proceso de producción.....	85
Figura 32	Proceso de adquisición de materia prima.....	86
Figura 33	Croquis de la ubicación de MOMMY`STYLE.....	99
Figura 34	Diseño y distribución de la empresa.	100
Figura 35	Organigrama de MOMMY`STYLE.....	103