

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ADM599 TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II G-3**  
**PROYECTO DE GRADO**



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS FEMENINOS DE  
CUERO VEGETAL A BASE DE ORUJO DE UVA EN LA  
CIUDAD DE TARIJA**

**Elaborado por:**

**CARLA LILIANA ORTIZ LIMACHI**

**DOC. GUIA: LIC. IMER ADÍN COLQUE ALANOCA**

Proyecto de grado presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO, como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**octubre de 2023**

**TARIJA- BOLIVIA**

### **DEDICATORIA**

Este proyecto va dedicado a las personas que me ayudan y me motivan a seguir estudiando, especialmente a mis padres que me apoyan día a día a esforzarme con mis estudios y me impulsan a seguir mis sueños.

## INDICE

Advertencia	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Pensamiento	
Resumen	
INTRODUCCION .....	1
1.    ANTECEDENTES.....	1
2.    JUSTIFICACION .....	3
2.1.    Justificación Practica.....	3
2.2.    Justificación Social.....	4
2.3.    Justificación Ambiental.....	4
3.    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	5
3.1.    Determinación del problema y oportunidades .....	5
3.2.    Descripción de la idea .....	8
3.3.    Identificación de necesidades del mercado .....	8
4.    OBJETIVOS DE INVESTIGACION .....	10
4.1.    objetivo general.....	11
4.2.    objetivo específicos.....	11
5.    METODOLOGIA Y TECNICAS DE INVESTIGACION .....	11
5.1.    método exploratorio .....	12
5.2.    método descriptivo .....	12
6.    FUENTES DE INFORMACION.....	12
6.1.    fuentes primarias .....	12

6.2.	fuentes secundarias.....	12
7.	TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS .....	13
7.1.	Encuesta.....	13
7.2.	Entrevista.....	13
7.3.	Cuestionario .....	13
8.	POBLACION Y MUESTRA.....	14
9.	DELIMITACION.....	14
9.1.	limite sustantivo .....	14
9.2.	limite espacial.....	14
9.3.	límite temporal .....	14
CAPITULO 1. ANALISIS DEL CONTEXTO .....		16
1.1.	ANALISIS DEL MACROENTORNO DEL NEGOCIO .....	16
1.1.1.	Factor político - Legal .....	16
1.1.2.	Factor económico .....	18
1.1.3.	Factor Social.....	22
1.1.4.	Factor tecnológico .....	24
1.1.5.	Factor ecológico .....	25
1.2.	ANALISIS DEL MICROENTORNO DEL NEGOCIO.....	25
1.2.1.	Clientes.....	26
1.2.2.	Los proveedores.....	26
1.2.3.	Nuevos competidores .....	27
1.2.4.	Productos Sustitutos .....	27
1.2.5.	Rivalidad entre Competidores .....	27

1.3. SISNTESIS DEL ANALISIS DEL CONTEXTO .....	28
CAPITULO 2. NATURALEZA DEL NEGOCIO .....	31
2.1. idea del negocio.....	31
2.2. tipo de empresa .....	31
2.3. Ubicación y Tamaño .....	32
2.4. Misión .....	32
2.5. Visión .....	32
2.6. Objetivos .....	33
2.7. Valores .....	33
CAPITULO 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y PLAN DE MARKETING.	36
3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	36
3.1.1. Planteamiento del problema.....	36
3.1.2 Formulación del problema .....	37
3.1.3 Problema de decisión gerencial o administrativa.....	37
3.1.4. Preguntas de investigación de mercado .....	37
3.1.5. Formulación de la Hipótesis de Investigación .....	38
3.1.6. Objetivos de la Investigación de Mercados .....	38
3.1.6.1 General .....	38
3.1.6.2. Específicos .....	39
3.1.6. Metodología de la Investigación de Mercado. ....	39
3.1.6.1. Investigación exploratoria.....	39
3.1.6.2. Investigación descriptiva.....	39
3.1.6.3. Técnicas de recolección de datos .....	39

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	40
3.2.1. Recopilación de la Información .....	40
3.2.2. Determinación de la Población y el Tamaño de la Muestra.....	41
3.2.3. Presentación y Análisis de Resultados.....	44
3.2.4. Conclusión de la Investigación de Mercados.....	60
3.2.5. Análisis de la demanda.....	61
3.2.5.1. Demanda verdadera.....	61
3.2.5.2. Demanda proyectada.....	63
3.2.6. Estimación de la demanda en el año Cero .....	65
3.2.7 Estimación de la tasa de crecimiento de la demanda .....	66
3.3 Plan De Marketing .....	67
3.3.2. mercado objetivo.....	69
3.3.3. Segmentación de mercado.....	69
3.3.4. marketing mix Estratégico .....	71
3.3.4.1. producto.....	71
3.3.4.2. Precio.....	75
3.3.4.3. Plaza o canales de distribución .....	77
3.3.4.4 promoción .....	80
3.3.5. costos de marketing.....	82
CAPITULO 4. PLAN DE OPERACIONES.....	85
4.1. Objetivos del plan de operación.....	85
4.2. ingeniería del producto.....	85
4.2.1. Diseño y especificaciones del producto .....	85

4.3. proceso de producción.....	93
4.3.1. descripción del proceso de producción .....	93
4.3.2. Flujograma del proceso .....	95
4.4. Equipos y maquinarias .....	98
4.5. materia prima .....	106
4.5.1. Proveedores negociables .....	107
4.6. Capacidad de producción .....	108
4.7. localización de la Planta.....	111
4.8. Diseño y distribución de la planta.....	112
4.9. Control de calidad .....	114
4.10. Costo De La Maquinaria Equipo Y Material De Producción .....	115
CAPITULO 5. PLAN DE ORGANIZACIÓN .....	120
5.1    Objetivos Del Plan De Organización .....	120
5.2 Marco De Funcionamiento Estratégico.....	120
5.3. Diseño Organizacional .....	121
5.3.1 Organigrama Funcional.....	121
5.3.2. Manual de Funciones. ....	122
5.4. Aspectos Legales De Constitución.....	131
5.4.1. Obligaciones Fiscales.....	132
5.4.1.1 Servicio Plurinacional De Registro De Comercio ....	132
5.5.1.2 Impuestos Nacionales.....	133
5.5.1.3 Licencia de funcionamiento .....	135
5.5.1.4 SENAPI.....	136

5.5.1.5 Caja Nacional De Salud .....	137
5.5.1.6 AFP .....	138
5.1.2. Costos Organizacionales. ....	140
<b>CAPITULO 6. PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>142</b>
6.1. Objetivos Del Plan Financiero .....	142
6.2. Capital De Inversión .....	142
6.2.1. Inversión de activos fijos .....	143
6.2.2 Inversión de Activos Diferidos .....	145
6.2.3 Inversión de Activos Corrientes.....	145
6.2.4 Depreciación de Activos Fijos .....	146
6.3 Estructura De Inversión Y Financiamiento.....	146
6.3.1. Fuentes de Financiamiento.....	147
6.3.2. Amortización del Crédito.....	148
6.4 Estructura De Costos.....	149
6.4.1. Costos Fijos.....	149
6.4.2 Costos Variables.....	150
6.4.3. Costo total y Unitario.....	154
6.5 Determinación del precio de venta.....	155
6.5.1 precio con y sin factura .....	156
6.6 Balance Inicial.....	1
6.7 Flujo de caja Económico.....	2
6.8 Indicadores de evaluación del negocio .....	1
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>1</b>



RECOMENDACIONES ..... 2

BIBLIOGRAFIA..... 3

WEBLOGRAFIA..... 4

ANEXOS..... 8

## INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 TARIJA – URBANA: POBLACIÓN SEGÚN CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, 4T – 2022.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 2 TARIJA: PROYECCION DE LA POBLACION TOTAL E INDICADORES DEMOGRÁFICOS, 2012-2022.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 3 CALCULO DE LA POBLACION OBJETO DE STUDIO .....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 4 Datos para calcular el tamaño de la muestra .....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 5 Edad.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 6 Situacion laboral.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 7 Ingreso Economico Mensual .....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 8 Pregunta N° 1 ¿Usted utiliza accesorios de cuero (carteras, cinturones, bolsos, billeteras, otros)?.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 9 Pregunta N° 2 ¿Con que frecuencia usted compra accesorios de cuero? ..</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 10 Pregunta N° 3 ¿Cuál es el accesorio de cuero de su preferencia? .....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 11 Pregunta N° 4 ¿De qué marca suele comprar los accesorios de cuero? ..</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 12 Pregunta N° 5 ¿Cuál es el atributo de mayor importancia que considera usted a la hora de comprar accesorios de cuero? .....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 13 Pregunta N° 6 ¿Cuál es el diseño de su preferencia en los accesorios de cuero?.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 14 Pregunta N° 7 ¿A través de qué medios usted prefiere comprar los accesorios de cuero?.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 15 Pregunta N° 8 ¿Cuáles son los medios publicitarios de tu preferencia? ..</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 16 Pregunta N° 9 ¿Ha comprado anteriormente o estaría dispuesta a comprar productos que no atenten contra el medio ambiente?.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 17 Pregunta N° 10 ¿alguna vez ha escuchado sobre el cuero vegetal (hechos a base de fibras vegetales)? .....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 18 Pregunta N° 11 .....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 19 Pregunta N° 12 .....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 20 PIB a precios corrientes por actividad económica .....</i>	<i>61</i>

<i>Tabla 21 Consumo per cápita anual de los productos .....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 22 Proyección de la demanda del periodo 2023- 2030.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 23 Evaluación de mercados.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 24 Tasa de crecimiento poblacional.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 25 Mercado objetivo (proyección).....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 26 Segmentación del mercado .....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 27 Precios según datos de encuestas.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 28 Ficha técnica de cartera N°1 de VinEModa.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 29 Ficha técnica de cartera N°2 de VinEModa.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 30 Ficha técnica de cartera N°3 de VinEModa.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 31 Ficha técnica de mochila N°1 de VinEModa .....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 32 Ficha tecnica de mochula N 2 de VinEModa .....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 33 Ficha técnica de billetera N°1 de VinEModa.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 34 Ficha tecnica de Billetera N° 2 de VinEModa .....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 35 Maquinaria y equipo.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 36 Herramientas y materiales.....</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 37 Muebles y enseres .....</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 38 Indumentaria Laboral.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 39 Maquinaria y equipo para el área administrativa .....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 40 Tiempo para la elaboración de 32 m<sup>2</sup> de cuero vegetal .....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 41 Tiempo para la elaboracion de cartera, mochila y Billetera .....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 42 Capacidad de produccion de accesorios de cuero vegetal VinEModa ...</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 43 Lotes de produccion mensual y annual para cada producto.....</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 44 Costo de la maquinaria, equipo y material de produccion .....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 45 Materiales directos mensuales para fabricar los accesorios femeninos.</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 46 Manual de funciones del Gerente General.....</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 47 Manual de funciones del encragdo de produccion.....</i>	<i>124</i>
<i>Tabla 48 Manual de funciones del encargado de Mrketing y ventas .....</i>	<i>125</i>
<i>Tabla 49 Manual de funciones del Diseñador.....</i>	<i>126</i>
<i>Tabla 50 Manual de funciones de Operarios.....</i>	<i>128</i>

Tabla 51	<i>Manual de funciones de los costureros</i>	129
Tabla 52	<i>Manual de funciones del vendedor</i>	130
Tabla 53	<i>Costos Organizacionales</i>	140
Tabla 54	<i>Activos Fijos</i>	143
Tabla 55	<i>Activos Diferidos</i>	145
Tabla 56	<i>Activos corrientes</i>	145
Tabla 57	<i>Depreciacion De Activos Fijos</i>	146
Tabla 58	<i>Formación de capital social</i>	147
Tabla 59	<i>Estructura De Inversión Y Financiamiento</i>	147
Tabla 60	<i>Amortizacion De Credito</i>	148
Tabla 61	<i>Planilla de sueldos y salarios</i>	149
Tabla 62	<i>Servicios y otros costos indirectos</i>	150
Tabla 63	<i>Costos Variables para la elaboracion de 12.096 unidades de carteras</i>	151
Tabla 64	<i>Costos Variables para la elaboracion de 4032 mochilas</i>	152
Tabla 65	<i>Costos variables para la elaboración de 4032 Billeteras</i>	153
Tabla 66	<i>Costo Variable Unitario -Año de Apertura</i>	154
Tabla 67	<i>Costos Fijos Año de Apertura</i>	155
Tabla 68	<i>Costo Unitario VineModa</i>	155
Tabla 69	<i>Precion con y sin factura en el año de apertura</i>	156
Tabla 70	<i>Flujo de Caja Economico</i>	2
Tabla 71	<i>Evaluacion de la rentabilidad economica y financiera</i>	1