

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



**PLAN DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTAR LA PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE RESINA  
EPOXI EN LA CIUDAD DE TARIJA**

**AUTOR:**

**RETAMOZO CORTEZ MARCELO  
TEJERINA RETAMOZO ANGEL MARCELO**

**DOCENTE GUÍA: LIC. IMER ADÍN COLQUE ALANOCA**

Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MÍSAEL SARACHO”, como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**Diciembre 2023  
TARIJA-BOLIVIA**

### **DEDICATORIA:**

Dedico mi tesis principalmente a Dios, por darme la fuerza necesaria para culminar esta meta.

A nuestros padres, por acompañarnos en cada paso que damos en la búsqueda de ser mejor persona y profesional.

A nuestros hermanos, por todo su apoyo incondicional, espero les sirva de ejemplo de que todo se puede lograr.

A mi compañero de tesis, quien me hacía reaccionar cuando pensaba que no podía continuar.

**INDICE**  
**PERFIL DEL PROYECTO**

<b>1. ANTECEDENTES.....</b>	<b>2</b>
<b>2. JUSTIFICACION.....</b>	<b>4</b>
2.1. <b>Justificación Práctica. ....</b>	<b>5</b>
2.2. <b>Justificación Social. ....</b>	<b>5</b>
2.3. <b>Justificación Científica. ....</b>	<b>5</b>
<b>3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>5</b>
3.1. <b>Descripción De La Idea. ....</b>	<b>6</b>
3.2. <b>Necesidades De Mercado. ....</b>	<b>6</b>
3.3. <b>Oportunidades De Negocio.....</b>	<b>7</b>
<b>4. OBJETIVOS DE INVESTIGACION. ....</b>	<b>7</b>
4.1. <b>Objetivo General. ....</b>	<b>7</b>
4.2. <b>Objetivo Específico.....</b>	<b>7</b>
<b>5. MARCO METODOLOGÍA.....</b>	<b>8</b>
5.1. <b>Tipos De Investigación. ....</b>	<b>8</b>
5.2. <b>Métodos Y Técnicas.....</b>	<b>8</b>
5.2.1. <b>Datos Secundarios. ....</b>	<b>9</b>
5.2.2. <b>Datos Primarios.....</b>	<b>9</b>
5.2.3. <b>Método De Encuestas. ....</b>	<b>9</b>
5.2.4. <b>Población Y Muestreo. ....</b>	<b>9</b>
<b>6. LÍMITES Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN. ....</b>	<b>10</b>

<b>6.1.</b>	<b>Alcance Temporal.....</b>	<b>10</b>
<b>6.2.</b>	<b>Alcance Espacial.....</b>	<b>10</b>
<b>6.3.</b>	<b>Alcance Teórico: .....</b>	<b>10</b>

**ANALISIS DEL AMBITO O CONTEXTO DEL NEGOCIO ..... 13**

<b>1.1.</b>	<b>ANALISIS DE MACROENTORNO DEL NEGOCIO.....</b>	<b>13</b>
1.1.1.	Factor Legal Del Sistema Político. ....	13
1.1.2.	Factor Económico. ....	16
1.1.3.	Factor Demográfico Social.....	21
1.1.4.	Factor Tecnológico. ....	22
1.1.5.	Factor Ecológico Y Medio Ambiental. ....	25
<b>1.2.</b>	<b>ANALISIS DEL MICROENTORNO DEL NEGOCIO.....</b>	<b>26</b>
1.2.1.	Los Clientes. ....	26
1.2.2.	Los Proveedores. ....	27
1.2.3.	Los Competidores. ....	28
<b>1.3.</b>	<b>SINTESIS DEL ANALISIS DEL CONTEXTO.....</b>	<b>29</b>
1.3.1.	Oportunidades: .....	29
1.3.2.	Riesgos: .....	30

**CAPITULO II**

**INVESTIGACION DE MERCADOS Y PLAN DE MARKETING**

<b>INVESTIGACION DE MERCADOS Y PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>33</b>	
<b>2.1. INVESTIGACION DE MERCADOS.....</b>	<b>33</b>	
2.1.1.	Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados.....	33
2.1.2.	Definición y Formulación del Problema de Investigación de Mercados.....	35
2.1.3.	Problema de Decisiones Gerencial o Administrativa.....	35
2.1.4.	Formulación del Problema de Investigación de Mercados.....	35
2.1.5.	Componentes Específicos del Problema de Investigación.....	35
2.1.6.	Preguntas de Investigación de Mercados.....	36

2.1.7. Formulación de la Hipótesis de Investigación.....	37
2.1.8. Objetivo de la Investigación de Mercado.....	37
2.1.9. Metodología de la Investigación.....	38
<b>2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS.....</b>	<b>39</b>
2.2.1. Recopilación de la Investigación.....	39
2.2.2. Determinación de la Población y el Tamaño de la Muestra.....	40
2.2.3. Presentación y Análisis de Resultados.....	44
2.2.4. Conclusiones de la Investigación de Mercados.....	59
<b>2.3. PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>60</b>
2.3.1. Objetivos del Plan de Marketing.....	60
2.3.2. Mercado Objetivo.....	61
2.3.3. Segmento de Mercado.....	61
2.3.4. Marketing Mix Estratégico.....	62
2.3.5. Costo de Marketing.....	68

## **CAPITULO III**

### **PLAN DE OPERACIONES**

<b>PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>70</b>
<b>3.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE OPERACIONES.....</b>	<b>70</b>
<b>3.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....</b>	<b>70</b>
3.2.1. Diseño y Especificaciones del Producto .....	70
<b>3.3. PROCESO DE PRODUCCION .....</b>	<b>74</b>
3.3.1. Estrategia del Tipo de Proceso .....	74
3.3.2. Diagrama del Proceso.....	75
<b>3.4. EQUIPOS Y MATERIALES.....</b>	<b>76</b>
<b>3.5. MATERIA PRIMA.....</b>	<b>81</b>
<b>3.6. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....</b>	<b>82</b>
<b>3.7. LOCALIZACION DE LA PLANTA.....</b>	<b>83</b>

<b>3.8. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....</b>	<b>84</b>
<b>3.9. CONTROL DE CALIDAD .....</b>	<b>85</b>
<b>3.10. PLAN DE OPERACIONES.....</b>	<b>86</b>
<b>3.10.1. Valores de Entrada .....</b>	<b>87</b>
<b>3.10.2. Valores Derivados .....</b>	<b>88</b>
<b>3.10.3. Costos Calculados del Plan de Operaciones.....</b>	<b>89</b>
<b>3.11. COSTO DE LA MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIAL DE PRODUCCION. ....</b>	<b>89</b>

## **CAPITULO IV**

### **PLAN DE ORGANIZACIÓN**

<b>PLAN DE ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>92</b>
<b>4.1. OBJETIVO DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>92</b>
<b>4.2. MARCO DE FUNCIONAMIENTO ESTRATEGICO.....</b>	<b>92</b>
<b>4.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>93</b>
<b>4.3.1. Organigrama Funcional.....</b>	<b>93</b>
<b>4.3.2. Manual de Funciones. ....</b>	<b>95</b>
<b>4.4 ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCION.....</b>	<b>101</b>
<b>4.4.1 Obligaciones Fiscales U Sanitarias.....</b>	<b>101</b>
<b>4.5. PRESUPUESTO DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>103</b>

## **CAPITULO V**

### **PLAN FINANCIERO**

<b>PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>106</b>
<b>5.1. OBJETIVO DEL AREA FINANCIERA.....</b>	<b>106</b>
<b>5.2. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA.....</b>	<b>106</b>

<b>5.3. ESTIMACIÓN DEL COSTOS FIJOS.....</b>	<b>106</b>
<b>5.4. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA. ....</b>	<b>107</b>
<b>5.4.1. Precio Con Factura. ....</b>	<b>108</b>
<b>5.6. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS.....</b>	<b>111</b>
<b>5.6.1. Valor Futuro. ....</b>	<b>111</b>
<b>5.7. INGENIERÍA FINANCIERA.....</b>	<b>115</b>
<b>5.7.1. Estructura del Capital de Trabajo. ....</b>	<b>115</b>
<b>5.7.2. Requerimiento de Activos Fijos e Intangibles.....</b>	<b>116</b>
<b>5.7.3. Estructura de Inversiones. ....</b>	<b>117</b>
<b>5.7.4. Fuentes de Financiamiento.....</b>	<b>117</b>
<b>5.8. FLUJOS DE CAJA PARA UNA VIDA UTIL DE CINCO AÑOS. ....</b>	<b>119</b>
<b>5.9. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO PARA CINCO AÑOS.....</b>	<b>120</b>
<b>5.9.1. El VAN.....</b>	<b>120</b>
<b>5.9.2. La TIR. ....</b>	<b>120</b>
<b>5.9.3. B/C.....</b>	<b>121</b>
<b>5.9.4. PRI.....</b>	<b>121</b>
<b>5.9.5. Tasa De Actualización.....</b>	<b>121</b>

## INDICE DE CUADROS

<b>CUADRO N°1. Tarija: población según condición de actividad, 4t-2022. (en número de personas) .....</b>	<b>18</b>
<b>CUADRO N°2. Tarija: crecimiento y participación del producto interno bruto, según actividad económica, 2021 (en porcentaje).....</b>	<b>19</b>
<b>CUADRO 3. Tarija: producto interno bruto per cápita 2012 – 2021. (en dólares estadounidenses) .....</b>	<b>20</b>
<b>CUADRO N°4. Posibles clientes de muebles hechos de resina epoxi en la ciudad de tarija .....</b>	<b>26</b>
<b>CUADRO N°5. Cálculo de la población objeto de estudio.....</b>	<b>40</b>
<b>CUADRO N°6. Conocimiento sobre los muebles de resina epoxi.....</b>	<b>44</b>
<b>CUADRO N°7. Medios por los cuales conoce los muebles de resina epoxi ...</b>	<b>45</b>
<b>CUADOR N°8. Propiedad de algún mueble de resina epoxi .....</b>	<b>46</b>
<b>CUADRO N°9. Interés en adquirir muebles de resina epoxi.....</b>	<b>47</b>
<b>CUADRO N°10. Tipo de mueble a adquirir del cliente .....</b>	<b>48</b>
<b>CUADOR N°11. Factor a considerar al momento de adquirir de un mueble</b>	<b>49</b>
<b>CUADRO N°12. Motivos de compra de los muebles de resina epoxi .....</b>	<b>50</b>
<b>CUADRO N°13. Conocimiento de empresa de muebles de resina epoxi en tarija</b>	<b>51</b>
<b>CUADRO N°14. Oportunidad de restaurar sus muebles con resina .....</b>	<b>52</b>



<b>CUADRO N°15. Calificación de los muebles con diseño de resina.....</b>	<b>53</b>
<b>CUADRO N°16. Ubicación para tienda de muebles de resina epoxi.....</b>	<b>54</b>
<b>CUADRO N°17. Precios aproximados que estarían dispuestos a pagar .....</b>	<b>55</b>
<b>CUADRO N°18. Genero.....</b>	<b>57</b>
<b>CUADRO N°19. Edad. ....</b>	<b>58</b>
<b>CUADRO N°20. Segmento del mercado de muebles de resina epoxi .....</b>	<b>62</b>
<b>CUADRO N°21. Resumen esquematizado – estrategia de marketing mix....</b>	<b>67</b>
<b>CUADRO N°22. Costo de marketing.....</b>	<b>68</b>
<b>CUADRO N°:24. Maquinaria y equipos. (exp. En bs.).....</b>	<b>77</b>
<b>CUADRO N°25. Materiales. (exp. En bs.).....</b>	<b>78</b>
<b>CUADRO N°26. Indumentaria laboral. (exp. En bs.).....</b>	<b>79</b>
<b>CUADRO N°27. Muebles y enseres. (exp. En bs.).....</b>	<b>80</b>
<b>CUADRO N°28. Material de limpieza (exp. En bs.).....</b>	<b>81</b>
<b>CUADRO N°29. Capacidad de producción .....</b>	<b>82</b>
<b>CUADRO N°32. Manual de funciones – gerente propietario .....</b>	<b>95</b>
<b>CUADRO N°33. Manual de funciones – administrador de rrhh.....</b>	<b>96</b>
<b>CUADRO N°34. Manual de funciones – encargado de comercialización.....</b>	<b>98</b>

<b>CUADRO N°35. Manual de funciones – encargado de producción .....</b>	<b>99</b>
<b>CUADRO N°36. Manual de funciones – ayudantes de producción .....</b>	<b>100</b>
<b>CUADRO N°37. Presupuesto general del plan de organización.....</b>	<b>104</b>
<b>CUADRO N°38. Costos fijos .....</b>	<b>107</b>
<b>CUADRO N°39. Estructura del capital de trabajo .....</b>	<b>115</b>
<b>CUADRO N°41. Estructura de inversión .....</b>	<b>117</b>

## INDICE DE GRAFICO

<b>GRAFICO N°1: Evolucion del pib a precios constantes (\$us mm).....</b>	<b>21</b>
<b>GRAFICO N°2: conocimiento sobre los muebles de resina epoxi .....</b>	<b>44</b>
<b>GRAFICO N°3:medios por los cuales conoce los muebles de resina epoxi ...</b>	<b>45</b>
<b>GRAFICO N°4: propiedad de algun mueble de resina epoxi .....</b>	<b>46</b>
<b>GRAFICO N°5: interes en adquerir muebles de resina epoxi .....</b>	<b>47</b>
<b>GRAFICO N°6: Tipo de mueble a adquerir del cliente .....</b>	<b>48</b>
<b>GRAFICO N°7: Factor a conciderar al momento de adquerir un mueble ...</b>	<b>50</b>
<b>GRAFICO N°8: Motivos de compra de los muebles de reina epoxi .....</b>	<b>51</b>
<b>GRAFICO N°9: Conocimiento de empresa de muebles de resina epoxi en tarija</b>	<b>52</b>
<b>GRAFICO N°10: Oportunidad de restaurar sus muebles con resina .....</b>	<b>53</b>
<b>GRAFICO N°11: Calificacion de los muebles con resina epoxi .....</b>	<b>54</b>
<b>GRAFICO N°12: Ubicacion para tienda de muebles de resina epoxi .....</b>	<b>55</b>
<b>GRAFICO N°13: Precio aproximados que estarian dispuestos a pagar .....</b>	<b>56</b>
<b>GRAFICO N°14: Genero .....</b>	<b>57</b>
<b>GRAFICO N°15: Edad.....</b>	<b>58</b>
<b>GRAFICO N°16: Logotopo de empresa .....</b>	<b>64</b>

<b>GRAFICO N°17: Distribucion del producto .....</b>	<b>65</b>
<b>GRÁFICO N°18: Catálogo de diseños de muebles de resina epoxi .....</b>	<b>72</b>
<b>GRÁFICO N°19: Croquis de ubicación de la planta .....</b>	<b>83</b>
<b>GRÁFICO N°20: Distribución de la planta.....</b>	<b>84</b>
<b>GRAFICO N°21: Organigrama funcional.....</b>	<b>94</b>