

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



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE VELAS ARTESANALES COMO
AROMATERAPIA, PARA LA CIUDAD DE TARIJA, PROVINCIA
CERCADO**

ELABORADO POR:

FLORES CRUZ DAYSI

RIVERA RUEDA ESTHER PAMELA

DOCENTE GUÍA: Lic. SILISQUE MAMANI ADRIAN

TARIJA-BOLIVIA

2023

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a nuestros padres y docentes que durante nuestra formación académica nos apoyaron y motivaron. De igual manera va dedicado a todos aquellos estudiantes que emprendan un proyecto en sus vidas.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I PERFIL DE INVESTIGACIÓN

	Página
1.1. ANTECEDENTES	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	2
1.2.1 Justificación Teórica.....	2
1.2.2 Justificación Práctica	2
1.2.3 Justificación Social	2
1.3. PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.3.1. Identificación de Síntomas de la Industria	3
1.3.2. Identificación de Necesidades Insatisfechas del Mercado Objetivo	4
1.3.3. Descripción General de la Idea de Negocio	5
1.3.4. Oportunidades del Mercado.....	5
1.3.5. Formulación del Problema.....	6
1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	6
1.4.1. Objetivos.....	7
1.5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	7
1.5.1. Investigación Exploratoria.....	7
1.5.2. Investigación Descriptiva	7
1.5.3. Fuentes de Información	8
1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.6.1. Alcance Temporal.....	8
1.6.2. Alcance Espacial.....	8

CAPÍTULO II ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO

	Página
II. ANÁLISIS DEL CONTEXTO	9
2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO.....	9
2.1.1. Factor Político - Legal	9
2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO.....	19
2.2.1. Consumidores	19
2.2.2. Competidores Actuales.....	20
2.2.3. Competidores Potenciales	21
2.2.4. Intermediarios	22
2.2.5. Productos Sustitutos	22
2.2.6. Productos Complementarios.....	23
2.2.7. Proveedores	24
2.4. NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	26
2.4.1. Descripción del producto o idea del negocio	26

CAPÍTULO III PLAN DE MARKETING

	Página
III. PLAN DE MARKETING	29
3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	29
3.1.1. Proyecto de Investigación de Mercados	29
3.1.2. Problema Gerencial	29
3.1.3. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados	30
3.1.4. Pregunta Científica de Investigación.....	30
3.1.5. Planteamiento de la Hipótesis.....	30
3.1.6. Métodos y técnicas de Investigación de Mercados	31

3.1.7. Diseño de Investigación	32
3.1.8. Determinación de la Población.....	32
3.1.9. Tamaño de la Muestra	33
3.1.10. Las Encuestas	34
3.1.11. El Cuestionario	34
3.1.12. Presentación y Análisis de Resultados	34
3.1.13. Conclusiones de la Investigación de Mercados.....	36
3.2. PLAN DE MARKETING	37
3.2.1. Objetivos de Marketing	37
3.2.2. Segmentos de Mercado.....	38
3.2.3 Determinación de la Demanda	39
3.2.4. Marketing Mix Estratégico.....	40
3.3.3. Marketing Digital	45
3.4. PRESUPUESTO DE MARKETING	47

CAPÍTULO IV PLAN DE PRODUCCIÓN

	Página
IV. PLAN DE PRODUCCIÓN	49
4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	49
4.1.1. Objetivos.....	49
4.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	49
4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	52
4.3.1. Tipo de Proceso	52
4.3.2. Flujograma del Proceso	54
4.4. RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN	54
4.4.1. Requerimiento de Herramientas	55

4.4.2. Requerimiento de Equipo de Computación.....	56
4.4.3. Muebles y enseres.....	56
4.4.4. Requerimiento de indumentaria de seguridad	57
4.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES.....	58
4.5.1. Necesidad de materia prima:	59
4.5.2. Proveedores negociables.....	59
4.5.3. Sistema de Compras	59
4.5.4. Capacidad Productiva.....	59
4.6. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	60
4.7. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	62
4.8. CONTROL DE CALIDAD.....	63
4.9. PLAN DE PRODUCCIÓN ANUAL	64
4.10. PLANEACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	64

CAPÍTULO V. PLAN ORGANIZACIONAL Y FUERZA DE TRABAJO

	Página
V. PLAN ORGANIZACIONAL Y FUERZA DE TRABAJO	66
5.1. OBJETIVOS.....	67
5.2. MARCO DE FUNCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	67
5.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL	68
5.3.1. Organigrama funcional.....	68
5.3.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones	69
5.3.3. Escala Salarial.....	72
5.4. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN	73
5.4.1. Obligaciones Fiscales	73
5.4.2. Alcaldía Municipal	74

5.4.3. Servicio de Impuestos Nacionales	75
5.4.4. Seprec	76
5.4.5. Ministerio de Trabajo	76

CAPÍTULO VI. PLAN FINANCIERO

	Página
VI. PLAN FINANCIERO	78
6.1. OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERA	78
6.2. INVERSIONES	78
6.3. CAPITAL DE TRABAJO	78
6.4. INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	79
6.4.1. Inversión en Activos Diferidos	81
6.5. FUENTES DE FINANCIAMIENTO	82
6.6. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	82
6.7. ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO	83
6.7.1. Determinación del costo total y unitario	84
6.7.2. Determinación del precio de venta	85
6.7.3. Precio con Factura y sin Factura	86
6.8. PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES Y BOLIVIANOS	86
6.9. PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES	87
6.10. FLUJOS DE CAJA PARA UNA VIDA ÚTIL DE 3 AÑOS	88
6.11. ANÁLISIS FINANCIERO - ESCENARIO PROBABLE	89
6.12. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - ESCENARIO PÉSIMO	90
6.13. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - ESCENARIO ÓPTIMO	91
6.14. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	92

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

	Página
VII. CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS	94
VIII. RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	95

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ANEXO N° 1 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN LEGAL

ANEXO N° 2 ENCUESTA PILOTO DEL PRODUCTO A PERSONAS DE
ENTORNO

ANEXO N° 3 CUESTIONARIO

ANEXO N° 4 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
TABLA 1 Impuesto de Ley Vigentes.....	11
TABLA 2 Indice De Precios Al Consumidor.....	13
TABLA 3 Tasa De Desocupacion	14
TABLA 4 PIB Por Actividad Economica	15
TABLA 5 PIB Por Gasto.....	16
TABLA 6 Identificación de los Clientes Potenciales.....	19
TABLA 7 Identificación de Competidores Actuales	20
TABLA 8 Identificación de productos sustitutos.....	22
TABLA 9 Materia Prima.....	27
TABLA 10 Determinación de la Muestra	33
TABLA 11 Resultados y análisis del cuestionario.....	34
TABLA 12 Determinacion De Segmento De Mercado	38
TABLA 13 Determinación de la Demanda Potencial	40
TABLA 14 Presupuesto de Marketing (expresado en bolivianos).....	48
TABLA 15 Análisis de las Características del Producto.....	50
TABLA 16 Características y Composición del Producto.....	51
TABLA 17 Proceso de Producción	52
TABLA 18 Requerimiento de Herramientas.....	55
TABLA 19 Requerimiento de Equipo de Computación	56
TABLA 20 Requerimiento de Muebles y Enseres	57
TABLA 21 Requerimiento de Indumentaria de Bioseguridad.....	58
TABLA 22 Capacidad de Producción en Unidades	60
TABLA 23 Distribución de las Instalaciones.....	62

TABLA 24 Descripción del Plan de Producción	64
TABLA 25 Determinación de la Producción Planeada.....	65
TABLA 26 Organigrama Funcional.....	68
TABLA 27 Descripción de Puestos - Gerente General	69
TABLA 28 Descripción de Cargos - Contador	70
TABLA 29 Descripción de Cargos - Obrero.....	71
TABLA 30 Descripción de Cargos - Asistente de Ventas	72
TABLA 31 Haber Básico Del Personal.....	73
TABLA 32 Costos Diferidos o de Constitución.....	77
TABLA 33 Capital de Trabajo	79
TABLA 34 Inversión en Activos Fijos.....	79
TABLA 35 Inversión en Equipo de Computación	80
TABLA 36 Inversión en Equipamiento y Seguridad	80
TABLA 37 Inversión en Muebles y Enseres.....	81
TABLA 38 Inversión en Activos Diferidos	81
TABLA 39 Fuente de Financiamiento	82
TABLA 40 Estructura de Inversión y Financiamiento.....	82
TABLA 41 Requerimiento Materia Prima	83
TABLA 42 Determinación del Costo de Producción.....	85
TABLA 43 Determinación del Costo Unitario de Producción	85
TABLA 44 Determinación del Precio de Venta.....	86
TABLA 45 Determinación el Precio con factura y sin factura	86
TABLA 46 Proyección de Costos Anuales	87
TABLA 47 Flujo de Caja Financiero para 5 Años	88
TABLA 48 Indicadores Financieros - Escenario Probable	89

TABLA 49 Indicadores Financieros - Escenario Pésimo.....	90
TABLA 50 Análisis Financiero - Escenario Óptimo	91
TABLA 51 Resultados del Análisis de Sensibilidad.....	92
TABLA 52 Producción en Unidades Físicas por Escenario.....	93

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 VELAS ARTESANALES CATEDRAL.....	21
ILUSTRACIÓN 2 PRINCIPAL PROVEEDOR ITZAE	24
ILUSTRACIÓN 3 PRINCIPAL PROVEEDOR ENOVINT	25
ILUSTRACIÓN 4 NOMBRE DE LA EMPRESA – AROMAZEN.....	41
ILUSTRACIÓN 5 SLOGAN DE LA EMPRESA	41
ILUSTRACIÓN 6 LOGOTIPO DE LA EMPRESA AROMAZEN.....	42
ILUSTRACIÓN 7 DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO DIRECTO.....	43
ILUSTRACIÓN 8 DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO INDIRECTO	43
ILUSTRACIÓN 9 CREACIÓN DE LA EMPRESA DE AROMAZEN EN FACEBOOK	45
ILUSTRACIÓN 10 CREACIÓN DE PÁGINA WEB DE LA EMPRESA AROMAZEN	46
ILUSTRACIÓN 11 WHATSAPP BUSINESS DE LA EMPRESA AROMAZEN	47
ILUSTRACIÓN 12 FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE AROMAZEN ...	54
ILUSTRACIÓN 13 MACRO LOCALIZACIÓN	61
ILUSTRACIÓN 14 MICRO LOCALIZACIÓN.....	62
ILUSTRACIÓN 15 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA	63
ILUSTRACIÓN 16 OBLIGACIONES FISCALES	74