

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PLAN DE NEGOCIOS**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE JABONES ARTESANALES A BASE DE QUINA, EN LA CIUDAD DE  
TARIJA, PROVINCIA CERCADO”**

**AUTOR: CRISTINA ACHÁ GALLARDO**

**Tarija - Bolivia**

**2023**

***DEDICATORIA:***

El presente trabajo es dedicado con todo mi corazón a mis padres; quienes me inspiraron a continuar hasta el final de mis metas.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>I PERFIL DEL TRABAJO .....</b>	<b>1</b>
1.1. ANTECEDENTES .....	2
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	3
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
<i>1.3.1. Identificación de Necesidades Insatisfechas de un mercado objetivo .....</i>	<i>4</i>
<i>1.3.2. Descripción general de la idea de negocio.....</i>	<i>5</i>
<i>1.3.3. Oportunidades del Mercado .....</i>	<i>5</i>
1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	6
<i>1.4.1. Objetivo General .....</i>	<i>6</i>
<i>1.4.2. Objetivos Específicos.....</i>	<i>6</i>
1.5. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN.....	7
<i>1.5.1 Tipo de investigación.....</i>	<i>7</i>
1.5.1.1 Descriptivo .....	7
1.5.1.2 Analítico.....	7
<i>1.5.2 Enfoque de investigación.....</i>	<i>8</i>
1.5.2.1 Enfoque cualitativo.....	8
1.5.2.2 Enfoque cuantitativo.....	8
<i>1.5.3 Técnicas de investigación.....</i>	<i>8</i>
1.5.3.1 Encuesta. ....	9
1.5.3.2 Observación directa.....	9
<i>1.5.4 Instrumentos de Investigación .....</i>	<i>9</i>
1.5.4.1 Revisión documental .....	9
1.5.5 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	10

1.5.5.1 Población.....	10
3.6.2 Muestra.....	10
1.6. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	12
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
2.1 EL JABÓN.....	14
2.1.1 Técnicas de Elaboración .....	15
2.1.1.1 Proceso en Frío.....	15
2.1.1.2 Método de Remoldelado.....	15
2.1.1.3 Método de la Glicerina .....	15
2.1.2 La Saponificación.....	16
2.1.2.1 Saponificación en frío .....	16
2.1.2.2 Saponificación en caliente .....	16
2.2 BENEFICIOS DE LOS JABONES NATURALES .....	16
2.2.1 La mayoría tienen ingredientes de origen natural.....	16
2.2.2 No suelen tener conservadores ni aditivos.....	17
2.2.3 Remueven las impurezas de la piel.....	17
2.2.4 Ayudan a calmar la piel.....	17
2.2.5 Nutren la piel con vitaminas que le regresan elasticidad .....	17
2.2.6 Hidratan y evitan la resequedad en la piel .....	18
2.2.7 Equilibran el pH de la piel .....	18
2.2.8 Son respetuosos con el medio ambiente.....	18
2.2 VIDA ÚTIL DEL JABÓN ARTESANAL .....	18
2.3 PRODUCTOS NATURALES.....	19
<b>III. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO .....</b>	<b>20</b>

3.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	21
<i>3.1.1. Análisis del micro entorno.....</i>	<i>21</i>
3.1.1.1. Clientes.....	21
3.1.1.2. Competencia.....	22
3.1.1.3. Intermediarios .....	24
3.1.1.4. Proveedores .....	24
<i>3.1.2. Análisis del macro entorno.....</i>	<i>27</i>
3.1.2.1. Político .....	27
3.1.2.2. Económico.....	29
3.1.2.3. Social.....	35
3.1.2.4. Tecnológico.....	39
2.1.2.5. Ambiental.....	41
<i>3.1.3. Análisis FODA.....</i>	<i>42</i>
3.1.3.1 Fortalezas .....	43
3.1.3.2 Debilidades.....	43
3.1.3.3 Oportunidades .....	43
3.1.3.4 Amenazas .....	43
3.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	45
<i>3.2.1. Descripción del producto o idea del negocio.....</i>	<i>45</i>
3.2.1.1 Beneficios y Ventajas .....	46
3.2.1.2 Componentes básicos del Jabón artesanal de Quina .....	47
3.2.1.3 Tipo de Jabón Artesanal .....	48
3.2.1.4 Empaque del Jabón artesanal.....	49
3.2.1.5 Aromaticidad del Jabón artesanal .....	49
<i>3.2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA .....</i>	<i>49</i>

3.2.2.1. Nombre de la Empresa .....	50
3.2.2.2. Tipo de Empresa.....	50
3.2.2.3. Ubicación y Tamaño .....	51
3.2.3. <i>Gestión empresarial</i> .....	51
3.2.3.1. Visión, Misión y Valores.....	51
3.2.3.2. Claves de gestión.....	53
3.2.3.3 Ventajas Competitivas.....	54
<b>CAPÍTULO IV - PLAN DE MARKTETING.....</b>	<b>56</b>
4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	57
4.1.1. <i>Proyecto de Investigación de Mercados</i> .....	57
4.1.1.1. Problema .....	57
4.1.1.2. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados .....	57
4.1.1.3. Pregunta Científica de Investigación .....	57
4.1.1.4. Planteamiento de la hipótesis .....	57
4.1.1.5 Determinación de variables .....	57
4.1.1.5. Objetivos de la Investigación de Mercados (General y Específicos) .....	58
4.1.1.6. <i>Objetivos específicos</i> .....	58
4.1.1.6. Métodos y técnicas de Investigación de Mercados .....	58
3.1.2. <i>Diseño de Investigación</i> .....	59
3.1.2.1. Recopilación de la información.....	59
ENCUESTA DIRIGIDA A PERSONAS DE 18 AÑOS ADELANTE EN LA CIUDAD DE TARIJA .....	59
3.1.2.2. Presentación y Análisis de Resultados (Gráficos estadísticos e interpretación) .....	63

3.1.3. Conclusiones de la investigación de mercados.....	77
3.2. FUNCIÓN DEL MARKETING.....	79
3.2.1. Segmentación de Mercado.....	79
3.2.1.1 Mujeres Ejecutivas .....	80
3.2.1.2 Mujeres Escolares .....	80
3.2.1.3 Segmento Infantil .....	81
3.2.1.4 Hombres Ejecutivos .....	81
3.2.1.5 Personas con Quemaduras y heridas en la piel .....	81
3.2.3. Marketing Mix.....	81
3.2.3.1 Producto .....	82
3.2.4. Estrategias de Promoción.....	83
3.2.4.1 Desarrollo de mercados .....	83
<b>CAPÍTULO IV PLAN DE PRODUCCIÓN.....</b>	<b>88</b>
4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	89
4.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO (DISEÑO Y ESPECIFICACIONES).....	89
4.2.1 Descripción técnica del producto .....	89
4.3.2 Características de la calidad del producto .....	90
4.3.3 Características del producto .....	91
4.3.3.1 Beneficios de la Quina para la piel .....	91
4.3.3.2 Forma de presentación.....	91
4.4. DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	92
4.4.1 Obtención de la materia prima.....	94
4.4.2 Lavado y secado de la corteza de la Quina .....	94
4.4.3 Molienda de la corteza Quinua .....	94

4.4.4 Mezcla y solidificación .....	94
4.4.5 Acabado.....	95
4.4.6. Flujograma del Proceso .....	95
4.5. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA .....	96
4.5.1. Requerimiento de Equipos y Maquinarias .....	94
4.6 ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES .....	98
4.6.1. Necesidad de materia prima .....	98
4.6.2. Proveedores.....	99
4.8. CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	99
4.9. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	101
4.10. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS.....	102
4.10.1 Tamaño.....	102
4.10.2 Relación tamaño- mercado.....	102
4.10.3 Relación tamaño- materia prima.....	102
4.10.4 Relación tamaño- tecnología.....	103
4.10.5 Distribución de la planta .....	103
4.10.6 Áreas de los procesos de producción.....	104
4.11. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	105
4.12. CONTROL DE CALIDAD (ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE PROCESO).....	106
<b>CAPÍTULO V. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>107</b>
5.1. OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS .....	108
5.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL .....	108
5.2.1. Estructura Organizacional (Niveles jerárquicos y organigrama) .....	109
5.2.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones .....	110



5.2.2.1 Descripción y perfil de puestos.....	110
5.2.2.2 Manual de funciones por puestos .....	112
5.2.3. <i>Proceso de Integración del Personal (Desde de Reclutamiento hasta Evaluación del desempeño)</i> .....	114
5.2.4 <i>Metodologías de motivación</i> .....	115
5.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	117
5.3.1. <i>Escala Salarial</i> .....	117
5.3.2. <i>Planilla de Sueldos y Salarios</i> .....	117
5.4. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN .....	118
5.4.1. <i>Registros de constitución legal</i> .....	118
5.4.1.1. Alcaldía Municipal.....	118
5.4.1.2. Servicio de Impuestos Nacionales .....	119
5.4.1.3. SEPREC - Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (antes FUNDEMPRESA).....	120
<b>CAPÍTULO VI. PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>121</b>
6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	122
6.2. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA .....	122
6.3. <i>ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO</i> .....	122
6.3.1 <i>Costos variables</i> .....	122
6.3.1.1 Proveedores.....	122
6.3.1.2 Costos de materia Prima .....	123
6.3.1.3 Gastos indirectos de Producción.....	124
6.3.1.4 Costo de mano de obra .....	125
6.3.2 <i>Activos Fijos</i> .....	126

6.3.2.1 Costo total de equipo de producción.....	126
6.4. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA .....	127
6.5. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS.....	127
6.6. INGENIERÍA FINANCIERA.....	128
6.6.2. <i>Requerimiento de Activos Fijos</i> .....	128
6.6.3. <i>Estructura de Inversiones</i> .....	129
6.6.4 <i>Flujo de caja</i> .....	129
6.6.5. <i>Balance de Apertura</i> .....	98
6.7. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO .....	99
6.7.1. <i>VAN</i> .....	99
6.7.2. <i>TIR</i> .....	100
6.7.3. <i>B/C</i> .....	101
6.7.4. <i>PUNTO DE EQUILIBRIO FÍSICO Y MONETARIO</i> .....	102
6.8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO .....	103
<b>CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PLAN DE</b>	
<b>NEGOCIOS.....</b>	<b>105</b>
7.1 CONCLUSIONES .....	106
7.2 RECOMENDACIONES .....	106
<b>VIII. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....</b>	<b>108</b>
BIBLIOGRAFÍA.....	109
<b>ANEXOS.....</b>	<b>98</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 DATOS DE LA MUESTRA.....	11
TABLA 2 COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA .....	23
TABLA 3 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES .....	26
TABLA 4: ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR BOLIVIA 2021 – 2022.....	32
TABLA 5: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN TARIJEÑA SEGÚN MUNICIPIO .....	35
TABLA 6: FACTORES SOCIALES, CULTURALES Y DEMOGRÁFICOS.....	38
TABLA 7: FACTORES TECNOLÓGICOS.....	41
TABLA 8: ANÁLISIS FODA JABONES ARTESANALES A BASE DE QUINA .....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: LOGO DE LA EMPRESA .....	50
------------------------------------	----

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR SEGÚN CIUDADES CAPITALES Y CONURBACIONES ENERO DE 2022.....	32
GRÁFICO 2: AUMENTO SALARIAL DE 2006 AL 2023 .....	34
GRÁFICO N°3 USO DE JABÓN .....	63
GRÁFICO N°4 FRECUENCIA DE USO DE JABÓN.....	64
GRÁFICO N°5 LUGARES DE COMPRA.....	65
GRÁFICO N°6 PREFERENCIAS EN TIPOS DE JABÓN.....	66
GRÁFICO N°7 ATRIBUTOS QUE TOMA EN CUENTA EL CONSUMIDOR.....	68

GRÁFICO N°8 PRODUCTOS SUSTITUTOS DEL JABÓN .....	69
GRÁFICO N°9 PORCENTAJE DE INTERÉS EN COMPRAR JABÓN ARTESANAL DE QUINA	70
GRÁFICO N°10 MEDIOS DE PREFERENCIA PARA RECEPCIONAR PUBLICIDAD .....	71
GRÁFICO N°11 SEXO DEL ENCUESTADO.....	73
GRÁFICO N°12 TIPOLOGÍA - PROMEDIO DE PERSONAS POR HOGARES .....	74
GRÁFICO N°13 RANGO DE EDAD DEL ENCUESTADO .....	75
GRÁFICO N°14 PRECIO QUE ESTÁN DISPUESTO A PAGAR POR JABÓN DE QUINA .....	76

## **ANEXOS**

ANEXO 1 PROCESO DE PRODUCCIÓN JABÓN ARTESANAL.....	98
ANEXO 2 STAND PARA VENTA DE JABONES QUINA .....	103
ANEXO 3 ESTRUCTURA ORGÀNIA DE JABÓN.....	104
ANEXO 4 SAPONIFICACIÒN.....	105
ANEXO 5 DOSIFICACIÒN DE JABONES .....	106
ANEXO 6 EMPAQUES DE JABONES SUSTENTABLES .....	108