

UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOLSAS OXO-
BIODEGRADABLES EN LA CIUDAD DE TARIJA”**

DOCENTE GUÍA: MSc. LIC. LUIS ENRIQUE GUTIÉRREZ PÉREZ

POSTULANTES: MAMANI RÍOS DANIA JULIETA

MARAZ CASTILLO ALDA VANEZA

TARIJA-BOLIVIA

DICIEMBRE, 2012

V°B°

MSc. Lic. Luis Enrique Gutiérrez Pérez

PROFESOR GUÍA

MSc. Lic. Bernardo Muñoz Vargas

**DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS Y FINANCIERAS**

MSc. Lic. Víctor Vargas Rivera

**VICEDECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS Y FINANCIERAS**

**MSc. Lic. Waldo Gumiel Vela
DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE
ADMINISTRACIÓN Y**

APROBADA POR:

TRIBUNAL:

**MSc. Lic. Imer Adín Colque
Alanoca**

MSc. Lic. Milvian Ramírez Llanque

DEDICATORIA:

Este trabajo, lo dedico a mis padres por su apoyo incondicional brindado durante esta etapa de mi vida.

Alda Vaneza Maraz Castillo

AGRADECIMIENTO:

En primer lugar a Dios por sus bendiciones, por el don de la vida, y sobre todo por guiar mi camino, a mi familia por su constante apoyo amor y confianza, al Lic. Enrique Gutiérrez por su cooperación y dedicación; y finalmente al Lic. Adín Colque y Lic. Milvian Ramírez por su valiosa retroalimentación para mejorar el presente trabajo.

Alda Vaneza Maraz Castillo

Dedicatoria:

A todas aquellas personas
emprendedoras y creativas que
necesiten una idea para invertir o
un apoyo que les permita construir
sus sueños.

Dania Julieta Mamani Ríos

Agradecimiento:

“Un gracias” de corazón a mis padres.

A mi padre por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mi madre por apoyarme.

A ambos por regalarme el tiempo necesario para estudiar y llegar a la profesionalización.

Dania Julieta Mamani Ríos

“Pensar es el trabajo más arduo que existe. Por eso es que tan pocas personas se dedican a él.”

HENRY FORD

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOLSAS
OXO- BIODEGRADABLES EN LA CIUDAD DE TARIJA”**

| ÍNDICE | Páginas |
|---|----------------|
| RESUMEN EJECUTIVO | |
| PERFIL | |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. JUSTIFICACIÓN | 2 |
| III. PROBLEMÁTICA | 3 |
| IV. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 5 |
| 4.1. Identificación del mercado objetivo insatisfecho | 7 |
| 4.2. Necesidades insatisfechas | 7 |
| 4.2.1. Ventajas competitivas del satisfactor | 8 |
| 4.2.2. Descripción general del satisfactor o idea del negocio | 9 |
| 4.3. Oportunidades del negocio | 10 |
| 4.4. Formulación del problema | 10 |
| V. OBJETIVOS | 11 |
| 5.1. Objetivo General | 11 |
| 5.2. Objetivos Específicos | 11 |
| VI. ALCANCE | 12 |
| 6.1 Alcance Espacial y temporal | 12 |
| 6.2 Alcance Sectorial | 12 |
| VII. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 12 |
| 7.1. Fuentes Primaria | 13 |
| 7.2. Fuentes Secundaria | 13 |
| 7.2.1. Fuentes Externas | 13 |
| PRIMERA PARTE MARCO PRÁCTICO | |
| CAPÍTULO I: ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL | |
| 1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO | 14 |
| 1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO | 14 |
| 1.1.1. Entorno político – legal | 14 |
| 1.1.2. Entorno económico | 16 |
| 1.1.3. Entorno social demográfico – cultural | 19 |
| 1.1.4. Entorno tecnológico | 21 |
| 1.1.5. Entorno ambiental – natural | 22 |
| 1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO | 24 |
| 1.2.1. Clientes | 24 |
| 1.2.2. Competidores Actuales | 25 |
| 1.2.3. Competidores Potenciales | 25 |

| | |
|--|----|
| 1.2.4. Productos Sustitutos | 25 |
| 1.2.5. Proveedores | 26 |
| 1.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS | 27 |
| 1.4. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL | 28 |

CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN | 30 |
| 2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO | 30 |
| 3. PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL | 31 |
| 4. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO | 31 |
| 5. HIPÓTESIS | 31 |
| 6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | 31 |
| 6.1. Objetivo general | 31 |
| 6.2. Objetivos específicos | 32 |
| 7. METODOLOGÍA | 32 |
| 7.1. Investigación exploratoria | 32 |
| 7.2. Investigación descriptiva | 33 |
| 8. FUENTES DE INFORMACIÓN | 33 |
| 8.1. Primaria | 33 |
| 8.2. Secundaria | 34 |
| 9. DISEÑO DE CUESTIONARIO | 34 |
| 10. PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA | 34 |
| 10.1. Definición de la población meta | 34 |
| 10.2. Marco de la muestra | 35 |
| 10.3. Técnica de muestreo a emplear | 37 |
| 10.4. Determinación del tamaño de la muestra | 37 |
| 10.5. Interpretación de resultados | 38 |
| 11. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA | 64 |
| 12. PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO | 67 |
| 12.1. Canales de distribución de la competencia | 69 |
| 13. RIESGO Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO | 70 |
| 14. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO | 71 |

SEGUNDA PARTE

PROPUESTA

CAPÍTULO III: FASE ESTRATÉGICA

| | |
|--|----|
| 1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO | |
| 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DEL NEGOCIO | 73 |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA | 73 |
| 1.2.1. Nombre de la Empresa | 73 |
| 1.2.2. Tipo de Empresa | 73 |
| 1.2.3. Ubicación y Tamaño | 74 |
| 1.3. GESTIÓN ESTRATÉGICA | 74 |
| 1.3.1. Visión, Misión y Valores de la empresa | 74 |

| | |
|---|-----|
| 1.3.2. Objetivos de la empresa. | 75 |
| 1.3.2.1. Objetivo General | 75 |
| 1.3.2.2. Objetivos a corto plazo | 75 |
| 1.3.2.3. Objetivos mediano plazo | 75 |
| 1.3.2.4. Objetivos a largo plazo | 75 |
| CAPÍTULO IV: FASE OPERATIVA | |
| 1. PLAN DE MARKETING | 77 |
| 1.1. INTRODUCCIÓN | 77 |
| 1.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING | 77 |
| 1.2.1. Estrategia para el desarrollo de nuevos productos | 77 |
| 1.2.2. Estrategia de Marketing concentrado | 78 |
| 1.3. MERCADO META Y/O SEGMENTACIÓN | 79 |
| 1.4. ESTRUCTURA DEL MERCADO | 80 |
| 1.4.1. Competencia Perfecta: | 80 |
| 1.5. LAS 4P'S O MARKETING MIX | 81 |
| 1.5.1. Producto | 81 |
| 1.5.1.1. Modelo del producto | 83 |
| 1.5.2. Precio | 84 |
| 1.5.3. Plaza | 86 |
| 1.5.4. Promoción | 87 |
| 1.5.4.1. Marketing Directo | 87 |
| 1.5.4.2. Publicidad | 89 |
| 1.5.4.3. Relaciones Públicas | 90 |
| 1.6. PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD | 90 |
| 2. PLAN DE PRODUCCIÓN | 91 |
| 2.1. INTRODUCCIÓN | 91 |
| 2.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO | 91 |
| 2.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN | 93 |
| 2.3.1. Tipo de Proceso | 93 |
| 2.3.2. Flujograma del Proceso | 94 |
| 2.3.2.1. Compra y recepción de materia prima | 95 |
| 2.3.2.2. Traslado de resina de polietileno al negocio | 95 |
| 2.3.2.3. Traslado de la resina de polietileno a la máquina de extrusión | 95 |
| 2.3.2.4. Extrusión y enrollado | 95 |
| 2.3.2.5. Traslado de rollos de película de polietileno al área de impresión | 97 |
| 2.3.2.6. Armado de rodillos impresores y preparación de tintas | 97 |
| 2.3.2.7. Impresión sobre la película de polietileno | 98 |
| 2.3.2.8. Traslado de rollos impresos al área de sellado y corte de película | 99 |
| 2.3.2.9. Sellado y corte de película | 99 |
| 2.3.2.10. Acomodo de producto terminado y empaquetado | 100 |
| 2.4. TECNOLOGÍA Y EQUIPAMIENTO DE LA PLANTA | 101 |
| 2.4.1. Equipos e Maquinarias | 101 |

| | |
|---|-----|
| 2.4.1.1. Extrusadora | 102 |
| 2.4.1.2. Impresora | 103 |
| 2.4.1.3. Máquina selladora y cortadora | 104 |
| 2.4.1.4. Micro Calibrador | 105 |
| 2.4.1.5. Compresor de aire | 106 |
| 2.5. CAPACIDAD PRODUCTIVA | 107 |
| 2.6. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA | 108 |
| 2.7. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS | 108 |
| 2.8. PLANIFICACION DE LA PRODUCCIÓN | 110 |
| 2.8.1. Planificación agregada | 111 |
| 2.8.2. Programa maestro | 113 |
| 2.9. REQUERIMIENTO DE MATERIALES | 115 |
| 2.9.1. Necesidad de materia prima | 115 |
| 2.9.1. Proveedores negociables | 119 |
| 2.9.1. Sistema de Compras | 122 |
| 2.10. ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS | 123 |
| 2.11. COSTOS DE OPERACIÓN | 124 |
| 2.12. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL | 125 |
| 2.13. CONTROL DE CALIDAD | 126 |
| 3. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS | 127 |
| 3.1. INTRODUCCIÓN | 127 |
| 3.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS | 127 |
| 3.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 127 |
| 3.4. MANUAL DE CARGOS | 128 |
| 3.5. MANUAL DE FUNCIONES | 133 |
| 3.6. PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL | 138 |
| 3.6.3. Reclutamiento | 138 |
| 3.6.4. Selección | 139 |
| 3.6.5. Técnica de selección: Entrevista | 140 |
| 3.6.6. Contratación | 140 |
| 3.6.7. Inducción | 141 |
| 3.6.8. Capacitación Del Personal | 141 |
| 3.6.9. Evaluación del desempeño | 141 |
| 3.6.10. Administración de sueldos y salarios | 142 |
| 4. PLAN FINANCIERO | 143 |
| 4.1. INTRODUCCIÓN | 143 |
| 4.2. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA | 143 |
| 4.3. COSTO TOTAL Y UNITARIO | 144 |
| 4.4. PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES | 152 |
| 4.5. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA | 153 |
| 4.5.1. Precio con factura | 154 |
| 4.5.2. Precio con I.T. | 155 |
| 4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO | 155 |
| 4.7. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS | 158 |

| | |
|---|-----|
| 4.8. INGENIERÍA FINANCIERA | 159 |
| 4.8.1. Estructura del Capital de Trabajo | 159 |
| 4.8.2. Requerimiento de Activos Fijos e Intangibles | 160 |
| 4.8.3. Estructura de Inversiones | 161 |
| 4.8.4. Fuentes de Financiamiento | 162 |
| 4.8.5. Balance de Apertura | 164 |
| 4.8.6. Estructura de Inversión y Financiamiento | 165 |
| 4.8.7. Estado de Resultado | 165 |
| 4.8.7. Flujo de caja | 166 |
| 4.8.9. Indicadores de evaluación del negocio | 168 |
| 4.8.9.1. El VAN | 168 |
| 4.8.9.2. La TIR | 169 |
| 4.8.9.3. Periodo de recuperación | 169 |
| 4.8.9.4. Análisis de sensibilidad del negocio | 170 |
| 4.8.9.4.1. Rentabilidad | 170 |
| 4.8. Riesgos y estrategias de salida | 170 |
| 5. ANÁLISIS JURÍDICO – LEGAL | 172 |
| 5.1. OBLIGACIONES FISCALES | 172 |
| 5.1.2. Fundempresa | 173 |
| 5.1.3. Servicio de impuestos municipales (SIN) | 173 |
| 5.1.4. Gobierno Municipal | 173 |
| 5.1.5. Caja Nacional de Salud | 174 |
| 5.1.6. Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP's) | 174 |
| 5.1.7. Ministerio de Trabajo | 174 |
| 5.1.8. Registro Ambiental Industrial (R.A.I.) | 174 |
| CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | |
| 1. CONCLUSIONES | 175 |
| 2. RECOMENDACIONES | 177 |
| BIBLIOGRAFÍA | |
| ANEXOS | |

ÍNDICE DE CUADROS

| | Páginas |
|--|----------------|
| Cuadro N°1: TAMAÑO DE LA POBLACIÓN | 35 |
| Cuadro N°2: INTERVALO DE DEMANDA POR PAQUETE/SEMANA DE BOLSAS PLÁSTICAS | 64 |
| Cuadro N°3: CANTIDAD DEMANDADA PAQUETE/SEMANA DE BOLSAS PLÁSTICAS EN LOS NEGOCIOS COMERCIALES ENCUESTADOS | 65 |
| Cuadro N°4: PROYECCIÓN EN CINCO AÑOS DE LA DEMANDA DE BOLSAS PLÁSTICAS POR LAS EMPRESAS COMERCIALES EN LA CIUDAD DE TARIJA | 67 |
| Cuadro N°5: PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO TARIJEÑO | 68 |
| Cuadro N°6: RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO | 70 |
| Cuadro N°7: COSTOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN | 90 |
| Cuadro N°8: PROYECCIÓN DE LA PROPUESTA DE OFERTA DE BOLSAS OXO-BIODEGRADABLES | 107 |
| Cuadro N°9: RECURSOS HUMANOS NECESARIOS EN EL PROCESO PRODUCTIVO | 112 |
| Cuadro N°10: TIPOS DE BOLSA OXO-BIODEGRADABLE A FABRICAR | 113 |
| Cuadro N°11: PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN ANUAL DE BOLSAS PAQUETE POR TIPO DE PRODUCTO | 114 |
| Cuadro N°12: PRODUCCIÓN MENSUAL, SEMANAL Y POR DÍA DE BOLSAS OXO-BIODEGRADABLES PAQUETE POR TIPO DE PRODUCTO | 115 |
| Cuadro N°13: REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS | 119 |
| Cuadro N°14: PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA | 120 |
| Cuadro N°15: COSTOS DE LA MATERIA PRIMA | 144 |
| Cuadro N°16: COSTO MANO DE OBRA DIRECTA | 145 |
| Cuadro N°17: CALCULO DEL REQUERIMIENTO Y COSTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN LA PRODUCCIÓN | 145 |
| Cuadro N°18: TARIFA DE SERVICIO DE AGUA Y ALCANTARILLADO COSAALT LTDA. CATEGORÍA INDUSTRIAL I (BS.) | 146 |
| Cuadro N°19: COSTO DE LOS INSUMOS | 146 |
| Cuadro N°20: RESUMEN DE LOS COSTOS VARIABLES (BS.) | 146 |
| Cuadro N°21: COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS | 147 |
| Cuadro N°22: COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA (BS.) | 147 |
| Cuadro N°23: OTROS GASTOS INDIRECTOS | 148 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro N°24: DETALLE DE COSTOS DE PUBLICIDAD | 148 |
| Cuadro N°25: CÁLCULO DE DEPRECIACIONES | 149 |
| Cuadro N°26: RESUMEN DE LOS COSTOS FIJOS (BS.) | 149 |
| Cuadro N°27: PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES DE LA PRODUCCIÓN DE BOLSAS OXO-BIODEGRADABLES | 152 |
| Cuadro N°28: PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES DE LA PRODUCCIÓN DE BOLSAS OXO-BIODEGRADABLES | 152 |
| Cuadro N°29: TIPOS DE BOLSA A FABRICAR | 153 |
| Cuadro N°30: DETERMINACION DE LOS INGRESOS ANUALES | 158 |
| Cuadro N°31: ESTRUCTURA DEL CAPITAL DE TRABAJO | 159 |
| Cuadro N°32: RESUMEN DEL COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO | 160 |
| Cuadro N°33: REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLES | 161 |
| Cuadro N°34: ESTRUCTURA DE INVERSIONES | 161 |
| Cuadro N°35: CAPITAL SOCIAL Y APORTES POR LOS SOCIOS | 163 |
| Cuadro N°36: ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO | 165 |
| Cuadro N°37: ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO | 166 |
| Cuadro N°38: FLUJO DE CAJA | 167 |

ÍNDICE DE GRÁFICAS

| | Páginas |
|--|----------------|
| Gráfico N°1: DISTRIBUCIÓN PROPORCIONAL POR RUBRO | 38 |
| Gráfico N°2: TIPO DE BOLSA UTILIZADA EN LOS NEGOCIOS COMERCIALES | 38 |
| Gráfico N°3: TIPO DE BOLSA UTILIZADA POR RUBRO COMERCIAL | 39 |
| Gráfico N°4: MARCA DE BOLSA UTILIZADA EN LOS NEGOCIOS COMERCIALES | 40 |
| Gráfico N°5: MARCA DE BOLSA UTILIZADA POR RUBRO | 41 |
| Gráfico N°6: RAZONES DE ELECCIÓN DE LA MARCA POR LOS NEGOCIOS COMERCIALES | 42 |
| Gráfico N°7: PROVEEDORES DE BOLSAS PARA LOS NEGOCIOS COMERCIALES | 42 |
| Gráfico N°8: PROVEEDORES DE BOLSAS POR RUBRO | 43 |
| Gráfico N°9: CANTIDAD DE BOLSAS DEMANDADAS POR LOS NEGOCIOS COMERCIALES POR SEMANA | 44 |
| GRÁFICO N°10: CANTIDAD DE BOLSAS DEMANDADAS POR RUBRO POR SEMANA | 45 |
| Gráfico N°11: TAMAÑO DE BOLSA DEMANDADA POR NEGOCIO COMERCIAL | 46 |

| | |
|--|----|
| Gráfico N°12: TAMAÑO DE BOLSA DEMANDADA POR CADA RUBRO | 47 |
| Gráfico N°13: PRECIO DE COMPRA DE BOLSAS DEMANDADAS POR NEGOCIO COMERCIAL | 47 |
| Gráfico N°14: PRECIO DE COMPRA DE BOLSAS DEMANDADAS POR RUBRO | 48 |
| Gráfico N°15: FORMA DE PAGO DE LAS BOLSAS DEMANDADAS POR LOS NEGOCIOS COMERCIALES | 49 |
| Gráfico N°16: FORMA DE PAGO POR LAS BOLSAS DEMANDADAS POR RUBRO | 50 |
| Gráfico N°17: TIPO DE SERVICIO DE ENTREGA POR PARTE DE LOS PROVEEDORES | 50 |
| Gráfico N°18: TIPO DE SERVICIO DE ENTREGA DE LOS PROVEEDORES POR RUBRO | 51 |
| Gráfico N°19: COMO ES EL SERVICIO DE ENTREGA PUERTA A PUERTA | 52 |
| Gráfico N°20: COMO ES EL SERVICIO DE ENTREGA PUERTA A PUERTA POR RUBRO | 52 |
| Gráfico N°21: TIPO DE IMAGEN DE IMPRESIÓN EN BOLSAS UTILIZADAS POR NEGOCIO COMERCIAL | 53 |
| Gráfico N°22: TIPO DE IMAGEN DE IMPRESIÓN EN BOLSAS UTILIZADAS POR RUBRO | 54 |
| Gráfico N°23: CONTACTO CON EL(LOS) PROVEEDOR(ES) DE LAS BOLSAS POR NEGOCIO | 55 |
| Gráfico N°24: CONTACTO CON EL(LOS) PROVEEDOR(ES) DE LAS BOLSAS POR RUBRO | 55 |
| Gráfico N°25: CARACTERÍSTICAS QUE MÁS INTERESAN EN UNA BOLSA POR LOS NEGOCIOS COMERCIALES | 56 |
| Gráfico N°26: CARACTERÍSTICAS QUE MAS INTERESAN EN UNA BOLSA POR RUBRO | 57 |
| Gráfico N°27: CONOCIMIENTO DE LAS BOLSAS OXO-BIODEGRADABLES POR PARTE DE LOS NEGOCIOS COMERCIALES | 58 |
| Gráfico N°28: CONOCIMIENTO DE LAS BOLSAS OXO-BIODEGRADABLES POR RUBRO | 58 |
| Gráfico N°29: DISPOSICIÓN DE COMPRA POR LAS BOLSAS OXO-BIODEGRADABLES | 59 |
| Gráfico N°30: DISPOSICIÓN DE COMPRA POR LAS BOLSAS OXO-BIODEGRADABLES POR RUBRO | 60 |
| Gráfico N°31: ELECCIÓN DE UNA BOLSA QUE TENGA EL LOGO DE SU EMPRESA CON UNA IMAGEN ECOLÓGICA | 61 |
| Gráfico N°32: ELECCIÓN DE UNA BOLSA QUE TENGA EL LOGO DE SU EMPRESA CON UNA IMAGEN ECOLÓGICA SEGÚN RUBRO | 62 |
| Gráfico N°33: COLORES ELEGIDOS EN UNA BOLSA POR NEGOCIO COMERCIAL | 63 |
| Gráfico N°34: COLORES ELEGIDOS EN UNA BOLSA SEGÚN EL RUBRO | 63 |

COMERCIAL

| | |
|---|-----|
| Gráfico N°35: CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE TARIJA | 69 |
| Gráfico N° 36: SEGMENTACIÓN DE MERCADO | 80 |
| Gráfico N° 37: CANAL DE DISTRIBUCIÓN | 86 |
| Gráfico N° 38: PUNTO DE EQUILIBRIO | 157 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | Páginas |
|--|----------------|
| Figura N°1: EXTRUSORA DE POLIETILENO | 96 |
| Figura N°2: GLOBO DE POLIETILENO PRODUCIDO POR LA EXTRUSADORA | 97 |
| Figura N°3: SUPERVISIÓN DEL PRODUCTO TERMINADO | 100 |
| Figura N°4: PERFIL DE MÁQUINA EXTRUSADORA SJ-65 DE FILM DE UNA CAPA | 103 |
| Figura N°5: MÁQUINA IMPRESORA FLEXOGRÁFICA | 104 |
| Figura N°6: MÁQUINA SELLADO Y CORTADORA DE BOLSAS DE PLÁSTICO | 105 |
| Figura N°7: COMPRESOR DE AIRE SULLAIR 185 JD | 106 |
| Figura N°8: DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA | 110 |