

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



“Plan de negocio para la elaboración y comercialización de Jabón Artesanal”

ELABORADO POR:

RODRIGUEZ RUIZ RUTH JIMENA

VEGA MENDOZA SANTUZA ISABEL

DOCENTE: Lic. Adrián Silisque Mamani

Trabajo de investigación presentado a consideración de la “**Universidad Autónoma Juan Misael Saracho**” como requisito para optar el grado académico de licenciatura en administración de empresa.

Diciembre-2012
TARIJA-BOLIVIA

El tribunal calificador del presente trabajo, no se solidariza con la forma, términos y expresiones vertidas en el trabajo, siendo éstos únicamente responsabilidades de sus autores.

DEDICATORIA

Con el sentimiento más profundo de admiración y agradecimiento dedicamos este trabajo a nuestros padres y hermanos. Que nos brindaron todo el apoyo, cariño y comprensión.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente a Dios, por el don de la vida, por haber puesto en nosotras fe y sabiduría lo que nos fortaleció y nos dio perseverancia para alcanzar los objetivos más anhelados.

A nuestros padres y hermanos por todo el apoyo y sacrificio que realizaron para hacer realidad esta aspiración.

A la universidad Juan Misael Saracho y los docentes por habernos formado.

Al docente guía Lic. Adrián Silisque Mamani, nuestra gratitud por brindarnos su tiempo, apoyo y experiencia profesional al asesoramiento de este trabajo.

PENSAMIENTO

La vida no es como debe ser: Es como es. El modo en que nos enfrentamos a ella es lo que establece la diferencia

Virginia Satir

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

	Pág.
1 INTRODUCCIÓN	i
2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	ii
2.1 <i>Formulación del problema</i>	<i>iii</i>
3 OBJETIVOS	iii
3.1 <i>Objetivo general</i>	<i>iii</i>
3.2 <i>Objetivo específico</i>	<i>iii</i>
4 JUSTIFICACIÓN	iv
5 NECESIDAD QUE SE ESPERA SATISFACER	v
6 MARCO METODOLÓGICO	v
6.1 <i>Profundidad de la investigación</i>	<i>v</i>
6.2 <i>Diseño de la investigación</i>	<i>vi</i>
7 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	vi
7.1 <i>Contenido temático</i>	<i>vi</i>
7.2 <i>Alcance espacial</i>	<i>vi</i>
7.3 <i>Alcance Temporal</i>	<i>vii</i>

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL ENTORNO DE NEGOCIO

1 ANÁLISIS DEL ÁMBITO DEL NEGOCIO	1
1.1 <i>Análisis del entorno mediato</i>	<i>1</i>
1.1.1 <i>Factor político- legal</i>	<i>1</i>
1.1.1.1 <i>Norma ISO 9000</i>	<i>2</i>
1.1.1.2 <i>La ISO 9001</i>	<i>2</i>
1.1.1.3 <i>NORMA ISO 14000</i>	<i>3</i>
1.1.2 <i>Factor Económico</i>	<i>3</i>
1.1.2.1 <i>La Inflación</i>	<i>3</i>
1.1.2.2 <i>Índice del precio al consumidor (IPC)</i>	<i>4</i>
1.1.2.3 <i>Producto Interno Bruto (PIB)</i>	<i>5</i>
1.1.2.4 <i>Ingreso per cápita</i>	<i>5</i>
1.1.2.5 <i>Nivel de ingresos por estratos familiares</i>	<i>7</i>
1.1.3 <i>Factor demográfico</i>	<i>7</i>
1.1.3.1 <i>Población del departamento de Tarija</i>	<i>8</i>
1.1.3.2 <i>Hábitos de compra con relación al jabón</i>	<i>8</i>
1.2 <i>Análisis del ámbito inmediato</i>	<i>8</i>
1.2.1 <i>Los Proveedores</i>	<i>9</i>
1.2.2 <i>Los clientes</i>	<i>9</i>
1.2.3 <i>La competencia actual y potencial</i>	<i>10</i>
1.2.4 <i>Productos Sustitutos</i>	<i>10</i>
1.3 <i>Síntesis de análisis del entorno</i>	<i>11</i>

CAPÍTULO II INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Pág.

2	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	13
2.1	<i>Investigación de mercado.....</i>	13
2.1.1	<i>Problema de Decisión Gerencial.....</i>	13
2.1.2	<i>Planteamiento del problema.....</i>	13
2.1.3	<i>Preguntas de Investigación.....</i>	14
2.1.4	<i>Hipótesis.....</i>	14
2.1.5	<i>Objetivos del estudio de mercado</i>	14
2.1.5.1	<i>Objetivo General.....</i>	14
2.1.5.2	<i>Objetivos Específicos.....</i>	14
2.1.6	<i>Metodología de Investigación.....</i>	14
2.1.6.1	<i>Investigación exploratoria.....</i>	15
2.1.6.2	<i>Investigación descriptiva.....</i>	15
2.1.7	<i>Diseño del cuestionario</i>	16
2.1.8	<i>Proceso de diseño de la muestra</i>	16
2.1.8.1	<i>La población objetivo</i>	16
2.1.8.2	<i>El marco muestral utilizado</i>	16
2.1.8.3	<i>Muestreo estratificado.....</i>	17
2.1.8.4	<i>Estimación del tamaño de la muestra</i>	17
2.1.8.5	<i>Tamaño de muestra por estrato</i>	19
2.2	<i>Resultados de la investigación de mercado</i>	20
2.3	<i>Estimación de la demanda potencial</i>	29
2.4	<i>Conclusiones de la investigación de mercado</i>	30

CAPÍTULO III PLAN DE OPERACIONES

Pág.

3	PLAN DE OPERACIONES	32
3.1	<i>Características del producto</i>	32
3.2	<i>Usos del jabón artesanal elaborado a base aceite reciclado.....</i>	33
3.3	<i>Producto a ofertar</i>	33
3.4	<i>Proceso de producción.....</i>	34
3.5	<i>Descripción del proceso de producción.....</i>	35
3.5.1	<i>Adquisición de materia prima.....</i>	35
3.5.2	<i>Pesado de materia prima.....</i>	36
3.5.3	<i>Fundido</i>	36
3.5.4	<i>Adición de materia prima e insumos</i>	37
3.5.5	<i>Mezclado y agitado.....</i>	37
3.5.6	<i>Adición de colorante.....</i>	38
3.5.7	<i>Tamizado</i>	38
3.5.8	<i>Moldeo.....</i>	38
3.5.9	<i>Enfriamiento.....</i>	39
3.5.10	<i>Desmolde.....</i>	39

3.5.11	<i>Cortado</i>	40
3.5.12	<i>Acabado</i>	40
3.5.13	<i>Control de calidad</i>	41
3.5.14	<i>Empacado y etiquetado</i>	41
3.1	<i>Capacidad instalada</i>	42
3.2	<i>Rendimiento de la materia prima en la producción</i>	43
3.3	<i>Requerimientos de materia prima</i>	44
3.4	<i>Requerimiento de insumos</i>	44
3.5	<i>Requerimientos de equipos</i>	44
3.6	<i>Requerimiento de personal</i>	45
3.7	<i>Muebles y enseres</i>	45
3.8	<i>Localización de la empresa</i>	46
3.8.1	<i>Localización geográfica de las instalaciones</i>	46
3.9	<i>Distribución de las instalaciones</i>	47
3.10	<i>Plan de producción</i>	47

CAPÍTULO IV PLAN DE ORGANIZACIÓN

4	PLAN DE ORGANIZACIÓN	50
4.1	<i>Aspectos legales de constitución</i>	50
4.2	<i>Nombre y logo de la empresa</i>	50
4.3	<i>Marco referencial de funcionamiento</i>	51
4.3.1	<i>Misión</i>	51
4.3.2	<i>Visión</i>	51
4.3.3	<i>Objetivos de la empresa</i>	51
4.4	<i>Estructura organizacional</i>	52
4.5	<i>Descripción del personal de la empresa</i>	53
4.6	<i>Remuneración del personal</i>	54

CAPÍTULO V PLAN DE MARKETING

5	PLAN DE MARKETING	56
5.1	<i>Objetivos de marketing</i>	56
5.2	<i>Segmentación de mercado</i>	56
5.3	<i>Líneas estratégicas que seguirá la empresa</i>	57
5.3.1	<i>Estrategia de posicionamiento</i>	58
5.3.2	<i>Ventaja diferencial</i>	59
5.3.3	<i>Marketing Mix (4 P's)</i>	59
5.3.3.1	<i>Producto</i>	60
5.3.3.2	<i>Precio</i>	60
5.3.3.3	<i>Plaza</i>	61
5.3.3.4	<i>Promoción</i>	62

CAPÍTULO VI PLAN FINANCIERO

	Pág.
6 PLAN FINANCIERO	65
6.1 <i>Determinación del costo</i>	65
6.1.1 <i>Costo de producción</i>	65
6.1.1.1 <i>Determinación del costo unitario del producto</i>	66
6.1.2 <i>Costo de comercialización</i>	67
6.1.3 <i>Costo de Administración</i>	68
6.1.4 <i>Costo de funcionamiento</i>	69
6.2 <i>Determinación de inversiones</i>	69
6.2.1 <i>Inversión Tangible (fija) e intangible (diferida)</i>	69
6.2.2 <i>Capital de trabajo</i>	70
6.3 <i>Precio de venta</i>	71
6.4 <i>Presupuesto de ingresos y egresos de la empresa</i>	71
6.5 <i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	72
6.6 <i>Flujo de caja</i>	73
6.7 <i>Calculo de indicadores</i>	75
6.7.1 <i>Valor Actual Neto (VAN) Financiero</i>	75
6.7.2 <i>Tasa Interna de Retorno (TIR) Financiero</i>	75
6.8 <i>Periodo de recuperación del capital</i>	76
6.9 <i>Punto de equilibrio (relación entre ingresos y egresos)</i>	76

CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
7.1 <i>Conclusiones</i>	78
7.2 <i>Recomendaciones</i>	79
BIBLIOGRAFÍA.....	80
ANEXOS.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	
Índice precios al consumidor.....	4
GRÁFICO 2	
Producto interno bruto (PIB) de Tarija.....	5
GRÁFICO 3	
Ingreso per cápita de Bolivia.....	6
GRÁFICO 4	
Ingreso per cápita con relación a Bolivia – Tarija.....	6
GRÁFICO 5	
¿Cuántos miembros integran su familia?.....	20
GRÁFICO 6	
¿Cuál de estos jabones mencionados utiliza más en su familia?.....	21
GRÁFICO 7	
¿El jabón que Ud. utiliza cubre con todas sus expectativas en cuanto a la limpieza?	22
GRÁFICO 8	
¿Cuál de los siguientes factores Ud. considera determinante para decidir comprar jabón?.....	23
GRÁFICO 9	
¿Cuántas unidades de jabón aproximadamente consume durante un año?.....	24
GRÁFICO 10	
¿Al momento de utilizar el jabón que es lo que usted espera recibir?.....	25
GRÁFICO 11	
¿Si tuviese la oportunidad de comprar en el mercado un jabón artesanal con las mismas y/o mejores características de los actuales existentes en el mercado, Ud. compraría?.....	26
GRÁFICO 12	
¿Con qué características y/o atributos le gustaría que contara el jabón artesanal?.....	27
GRÁFICO 13	
¿De cuantos gramos le gustaria que fuera la presentacion del jabon artesanal?.....	28
GRÁFICO 14	
¿En qué tipo de material usted prefiere que sea el empaque del jabón artesanal?.....	29
GRÁFICO 15	
Presentación del producto	32
GRÁFICO 16	
Producto a ofertar.....	33
GRÁFICO 17	
Proceso de producción del jabón artesanal	34
GRÁFICO 18	
Localización de las oficinas y centro de producción de la empresa.....	46
GRÁFICO 19	
Ubicación de la empresa.....	47
GRÁFICO 20	
Distribución de las instalaciones.....	47
GRÁFICO 21	
Organigrama de la empresa.....	52
GRÁFICO 22	
Canal de distribución del producto.....	62
GRÁFICO 23	
Punto de equilibrio producto.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	
Nivel de ingresos de las clases sociales.....	7
Tabla 2	
Población del departamento de Tarija hasta año 2010.....	8
Tabla 3	
Empresas actuales en el mercado.....	10
Tabla 4	
Asignación proporcional de encuestas.....	19
Tabla 5	
Obtención del jabón	43
Tabla 6	
Producto obtenido	43
Tabla 7	
Requerimiento de aceite reciclado mensual	44
Tabla 8	
Requerimiento de aceite reciclado anual.....	44
Tabla 9	
Requerimiento de insumos.....	44
Tabla 10	
Requerimiento de equipo	45
Tabla 11	
Personal necesario para el funcionamiento de la empresa.....	45
Tabla 12	
Requerimiento de muebles y enseres.....	45
Tabla 13	
Plan de producción (q) para los próximos 5 años.....	48
Tabla 14	
Manual de funciones del personal de la empresa.....	53
Tabla 15	
Requerimientos de la fuerza de trabajo para la empresa, en Bs.....	54
Tabla 16	
Segmentación de mercado, según varios criterios.....	57
Tabla 17	
Precios de la competencia.....	61
Tabla 18	
Presupuesto de la promoción	63
Tabla 19	
Proyección de los costo de producción anual.....	65
Tabla 20	
Personal que trabaja en el área de producción	66
Tabla 21	
Insumos necesarios para la producción del jabón artesanal.....	66
Tabla 22	
Costo de producción para la gestión 2013.....	67
Tabla 23	
Costo mensual y anual del personal de ventas y comercialización	68

Tabla 24	
Presupuesto de publicidad (Expresado en Bs).....	68
Tabla 25	
Detalle del costo de administración (expresado en bs).....	68
Tabla 26	
Inversión fija (Expresado en Bs).....	70
Tabla 27	
Precio de venta del producto, más margen de utilidad	71
Tabla 28	
Presupuesto de ingresos y egresos	72
Tabla 29	
Estado de Resultados (Expresado en Bs).....	73
Tabla 30	
Flujo de caja (Expresado en Bs).....	74

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1

REGLAMENTACIÓN DE LA LEY N° 1333 DEL MEDIO AMBIENTE

ANEXO 2

TASA DE
INFLACIÓN

ANEXO 3

OFERTA DE MATERIA PRIMA “CROCAN POLLO”

ANEXO 4

ENCUESTA

ANEXO 5

NUMERO DE FAMILIAS POR DISTRITO

ANEXO 6

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA POR
ESTRATO

ANEXO 7

RESULTADOS Y TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

ANEXO 8

TRAMITES IMPRESCINDIBLE PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

ANEXO 9

CALCULO DE
DEPRECIACIONES