

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIOS**



**“EMPRENDIMIENTO DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE BOLSAS  
Y CAJAS ECOLÓGICAS EN BASE A PAPEL Y CARTÓN RECICLADO”**

**POR:**

**RENGIFO PALACIOS MELISA GABRIELA**

**Trabajo de Investigación presentado a consideración de la  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”  
como requisito para optar el grado académico de Licenciatura de  
Administración de Empresas.**

**Diciembre 2013**

**TARIJA-BOLIVIA**

*DEDICATORIA:*

*Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.*

*Papá y mamá*

## **INDICE DE CONTENIDO**

### **AGRADECIMIENTO**

### **PENSAMIENTO**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

<b>1. PERFIL DEL PLAN DE NEGOCIO.....</b>	<b>1</b>
2. JUSTIFICACION.....	1
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
3.1.Formulación del problema.....	4
4. OBJETIVOS.....	4
4.1. Objetivo Genérico.....	5
4.2.Objetivos Específicos.....	5
5. MARCO METODOLOGICO.....	5
5.1.Nivel de Investigación.....	5
5.2.Diseño de Investigación.....	6
6. ALCANCE.....	6
6.1.Alcance Teórico.....	6
6.2.Alcance Temporal.....	6
6.3.Alcance Espacial.....	6
7. CRONOGRAMA.....	7

## **CAPITULO I**

### **ANALISIS DEL CONTEXTO**

1. AMBITO DEL NEGOCIO.....	8
1.1.ANALISIS DEL ENTORNO MEDIATO.....	8
1.1.1. Factor Político-Legal.....	9
1.1.2. Factor Económico.....	12
1.1.2.1.Producto Interno Bruto.....	12
1.1.2.2.Inflación.....	13
1.1.3. Factor Socio-Cultural.....	14
1.2.ANALISIS DEL ENTORNO INMEDIATO.....	15
1.2.1. Proveedores.....	15
1.2.2. Competidores.....	16
1.2.3. Clientes.....	16
1.2.4. Productos Sustitutos.....	17
1.3.ANALISIS DE LAS OPORTUNIDADES Y RIESGOS.....	18

## **CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO**

2. ESTUDIO DE MERCADO.....	19
2.1.INVESTIGACION DE MERCADOS.....	19
2.1.1. Planteamiento del problema.....	19
2.1.1.1.Formulación del problema.....	20
2.1.2. Hipótesis.....	20
2.1.3. Objetivos de investigación.....	20
2.1.4. Preguntas de investigación.....	21
2.1.5. Metodología de la investigación.....	21
2.1.6. Definición del mercado meta.....	21
2.1.7. Determinación del tamaño de la muestra.....	22
2.1.8. Tabulación y análisis de datos.....	27
2.1.9. Conclusiones .....	39
2.2.PLAN DE MARKETING .....	40
2.2.1. Producto.....	40
2.2.2. Precio.....	41
2.2.3. Plaza.....	41
2.2.4. Promoción.....	42
2.3.MARKETING SOCIAL.....	42
2.4.DETERMINACION DE LA DEMANDA.....	43

## **CAPITULO III PLAN DE OPERACIONES**

3. PLAN DE OPERACIONES.....	44
3.1.DESCRIPCION DEL PRODUCTO.....	44
3.2.DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	44
3.2.1. Descripción del proceso.....	45
3.2.2. Grafico del proceso.....	46
3.3.CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	46
3.4.LOCALIZACION.....	47
3.5.PLAN DE PRODUCCION .....	48
3.6.PLAN DE REQUERIMIENTO DE INSUMOS.....	49

**CAPITULO IV  
ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO**

4. ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO.....	51
4.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	51
4.1.1. Razón social.....	51
4.1.2. Naturaleza de la empresa .....	52
4.1.3. Misión.....	52
4.1.4. Visión.....	53
4.1.5. Valores de la empresa.....	53
4.1.6. Objetivos estratégicos.....	53
4.1.7. Ventajas competitivas.....	54
4.1.8. Organigrama.....	54
4.2. CANTIDAD DE PERSONAL.....	54
4.3. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS Y MANUAL DE FUNCIONES.....	55

**CAPITULO V  
PLAN FINANCIERO**

5. PLAN FINANCIERO.....	58
5.1. INVERSIÓN.....	58
5.1.1. Inversión en activo fijo.....	58
5.1.2. Inversión en activo diferido.....	60
5.1.3. Capital de operaciones.....	61
5.1.4. Resumen de inversión.....	62
5.1.5. Financiamiento.....	63
5.2. INGRESOS.....	64
5.3. COSTOS.....	64
5.4. GASTOS OPERATIVOS.....	67
5.5. DEUDA BANCARIA.....	68
5.6. FLUJO DE CAJA.....	69
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>73</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>74</b>