

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



**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE SERVICIOS EN
MANTENIMIENTOS Y/O REFORMAS DE VIVIENDAS EN LA CIUDAD DE
TARIJA**

DOCENTE GUÍA: LIC. ARAOZ MONTOYA SAID LUIS

ESTUDIANTE: TORREZ TEJERINA YESENIA

Trabajo de profesionalización II presentado a consideración de la “Universidad Autónoma Juan Misael Saracho” como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

MARZO - 2021

TARIJA-BOLIVIA

Lic. Said Luis Araoz Montoya

DOCENTE GUÍA

M.Sc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega

DECANO

M.Sc. Lic. Víctor Jorge Vargas Rivera

VICEDECANO

M.Sc. Lic. Víctor John Vaca Jerez

Jefe De Departamento De Administración Y Administración Aplicada

APROBADO POR:

TRIBUNAL

M.Sc. Lic. Víctor Jorge Vargas Rivera

TRIBUNAL I

M.Sc. Lic. Daniela Ríos Molina

TRIBUNAL II

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado con amor a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, a mis Padres José Torrez y Leyla Tejerina, mi hermano que son el motor fundamental de mi vida, a mis amigos, a mis docentes que siempre me comparten sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por darme vida, salud y sabiduría, además de su infinita bondad y amor y por estar conmigo en cada paso que doy, e iluminar mi mente y por haberme puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de mi estudio.

A mis Padres y Hermano

Que siempre me apoyaron incondicionalmente día a día ya que son el pilar fundamental, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia, y mi empeño, y todo ello de una manera desinteresada y lleno de amor.

A mis Docentes.

En especial a mi docente guía, Por el tiempo y esfuerzo que dedicaron a compartir sus conocimientos, sin su instrucción profesional no habría llegado a este nivel. Quienes brindaron dedicación al impartir su cátedra de tal forma que lo aprendido sea utilizado en la vida real, por el apoyo brindado, Gracias.

PENSAMIENTO

Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado, un esfuerzo total es una victoria completa.

“Mahatma Gandhi”

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN EJECUTIVO | 13 |
| CAPÍTULO I | 1 |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1. ANTECEDENTES..... | 1 |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN..... | 2 |
| 1.2.1. Justificación práctica | 2 |
| 1.2.2. Justificación metodológica | 3 |
| 1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 3 |
| 1.3.1. Identificación del Problema..... | 3 |
| 1.3.2. Formulación del Problema..... | 4 |
| 1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN | 4 |
| 1.4.1. Objetivo general | 4 |
| 1.4.2. Objetivos específicos | 5 |
| 1.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 5 |
| 1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 6 |
| 1.6.1. Delimitación teórica | 6 |
| 1.6.2. Delimitación geográfica | 6 |
| 1.6.3. Delimitación temporal | 6 |
| CAPÍTULO II | 7 |
| MARCO TEÓRICO | 7 |
| 2.1. DEFINICIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS..... | 7 |
| 2.2.1. Elementos de un plan de negocios | 7 |
| 2.2.2. Para qué sirve un plan de negocios..... | 8 |
| 2.2.3. Importancia de un plan de negocios | 8 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.2.4. | Plan de negocios en la construcción | 8 |
| 2.3. | CONSTRUCCIÓN..... | 9 |
| 2.3.1. | Tipos de construcciones..... | 9 |
| 2.3.2. | Vivienda..... | 10 |
| 2.3.3. | Tipo de vivienda | 10 |
| 2.3.4. | Infraestructura..... | 11 |
| 2.3.5. | Mantenimiento | 11 |
| 2.3.5.1. | Tipos de Mantenimiento..... | 11 |
| 2.3.6. | Reformas..... | 12 |
| 2.4. | ANÁLISIS DEL CONTEXTO | 13 |
| 2.4.1. | Macroentorno..... | 14 |
| 2.4.2. | Micro entorno | 15 |
| 2.5. | INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | 17 |
| 2.5.1. | Mercado | 18 |
| 2.5.2. | Definición del problema..... | 18 |
| 2.5.3. | Planteamiento del problema | 18 |
| 2.5.4. | Formulación del problema..... | 18 |
| 2.5.5. | Diseño de la investigación..... | 19 |
| 2.5.5.1. | Recopilación de datos..... | 20 |
| 2.6. | PLAN DE MARKETING | 21 |
| 2.6.1. | Mercado meta | 21 |
| 2.6.2. | Marketing Mix..... | 24 |
| CAPÍTULO III | | 27 |
| ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL | | 27 |
| 3.1. | INTRODUCCIÓN | 27 |
| 3.2. | ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO | 27 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 3.2.1. | Análisis del entorno Político – Legal | 27 |
| 3.2.2. | Análisis del entorno Económico..... | 29 |
| 3.2.3. | Análisis del entorno Socio – Cultural..... | 31 |
| 3.2.4. | Análisis del entorno Tecnológico..... | 32 |
| 3.2.5. | Análisis del entorno Ambiental | 33 |
| 3.3. | ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO | 35 |
| 3.3.1. | Poder de negociación con los clientes | 35 |
| 3.3.2. | Poder de negociación con los proveedores..... | 36 |
| 3.3.3. | Amenaza de entrada de nuevos competidores | 37 |
| 3.3.4. | Amenaza de productos o servicios sustitutos | 38 |
| 3.3.5. | Rivalidad entre competidores | 38 |
| 3.4. | Conclusiones del análisis Porter..... | 39 |
| 3.5. | ANÁLISIS FODA..... | 39 |
| CAPÍTULO IV..... | | 41 |
| INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | | 41 |
| 4.1. | INTRODUCCIÓN | 41 |
| 4.2. | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 41 |
| 4.2.1. | Formulación del Problema..... | 41 |
| 4.3. | OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | 42 |
| 4.3.1. | Objetivo general | 42 |
| 4.3.2. | Objetivos específicos..... | 42 |
| 4.4. | METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN | 42 |
| 4.4.1. | Fuentes de información | 43 |
| 4.4.2. | Fuentes primarias..... | 43 |
| 4.4.3. | Fuentes Secundarias | 44 |

| | | |
|--------|--|-----------|
| 4.5. | PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA..... | 44 |
| 4.6. | TÉCNICA DE MUESTREO A EMPLEAR | 44 |
| 4.6.1. | Determinación del tamaño de la muestra | 46 |
| 4.7. | TRABAJO DE CAMPO | 46 |
| 4.7.1. | Tabulación y análisis de datos | 46 |
| 4.7.2. | Conclusiones de la investigación..... | 52 |
| | CAPÍTULO V | 54 |
| | PROPUESTA | 54 |
| | PLAN DE MARKETING | 54 |
| 5.1. | INTRODUCCIÓN | 54 |
| 5.2. | OBJETIVOS DE MARKETING | 54 |
| 5.3. | MERCADO POTENCIAL..... | 54 |
| 5.4. | ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DEL MERCADO META/OBJETIVO..... | 56 |
| 5.5. | PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | 56 |
| 5.5.1. | Producto..... | 57 |
| 5.5.2. | Precio | 60 |
| 5.5.3. | Plaza (distribución)..... | 61 |
| 5.5.4. | Promoción..... | 61 |
| 5.6. | ESTRATEGIAS DE MARKETING..... | 62 |
| 5.6.1. | Estrategias de diferenciación | 63 |
| 5.7. | PRESUPUESTO DE MARKETING | 63 |
| | PLAN DE PRODUCCIÓN | 64 |
| 6.1. | INTRODUCCIÓN | 64 |
| 6.2. | OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN | 64 |

| | | |
|--------|---|-----------|
| 6.3. | DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO..... | 64 |
| 6.3.1. | Descripción del servicio | 65 |
| 6.4. | DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN..... | 67 |
| 6.5. | DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS | 70 |
| 6.6. | CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA | 70 |
| 6.7. | ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES | 70 |
| 6.7.1. | Necesidad de materia prima | 70 |
| 6.7.2. | Proveedores (materia prima e insumos) | 71 |
| 6.7.3. | Sistema de compra..... | 72 |
| 6.8. | CAPACIDAD E INSTALACIONES DE LA EMPRESA | 73 |
| 6.8.1. | Capacidad | 73 |
| 6.8.2. | Instalaciones de la empresa | 73 |
| 6.9. | LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA | 74 |
| 6.10. | HIGIENE Y SEGURIDAD LABORAL..... | 75 |
| 6.11. | CONTROL DE CALIDAD..... | 76 |
| | PLAN ORGANIZACIONAL | 78 |
| 7.1. | INTRODUCCIÓN | 78 |
| 7.2. | ASPECTOS LEGALES DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA..... | 78 |
| 7.3. | MARCOS DE REFERENCIA ESTRATÉGICA..... | 79 |
| 7.3.1. | Misión..... | 79 |
| 7.3.2. | Visión | 79 |
| 7.3.3. | Valores de la empresa..... | 79 |
| 7.4. | OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA | 80 |
| 7.4.1. | Objetivo general | 80 |

| | | |
|--------|--|-----------|
| 7.4.2. | Objetivos específicos..... | 80 |
| 7.5. | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 81 |
| 7.6. | DISEÑO ORGANIZACIONAL | 83 |
| 7.7. | MANUAL DE FUNCIONES PARA LA ORGANIZACIÓN..... | 84 |
| 7.8. | PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL..... | 90 |
| 7.8.1. | Reclutamiento..... | 90 |
| 7.8.2. | Selección..... | 91 |
| 7.8.3. | Contratación | 91 |
| 7.8.4. | Socialización (inducción) | 91 |
| 7.8.5. | Capacitación | 92 |
| 7.8.6. | Desarrollo personal..... | 92 |
| 7.8.7. | Evaluación de desempeño | 93 |
| 7.9. | ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS | 93 |
| 7.9.1. | Escala salarial | 93 |
| 7.9.2. | Presupuesto de mano de obra o planilla de sueldos y salarios | 95 |
| | PLAN FINANCIERO | 96 |
| 8.1. | INTRODUCCIÓN | 96 |
| 8.2. | OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA..... | 96 |
| 8.3. | DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL | 96 |
| 8.4. | INVERSIÓN FIJA | 97 |
| 8.5. | INVERSIÓN DIFERIDA..... | 97 |
| 8.6. | CAPITAL DE TRABAJO..... | 98 |
| 8.7. | FUENTES DE FINANCIAMIENTO | 99 |
| 8.8. | COSTO DE PRODUCCIÓN | 99 |
| 8.9. | INGRESOS PROYECTADOS | 99 |

| | | |
|---|---|------------|
| 8.10. | BALANCE DE APERTURA..... | 101 |
| 8.11. | FLUJO DE CAJA..... | 102 |
| 8.12. | INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO | 103 |
| 8.12.1. | Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Costo/ Beneficio y Período de Recuperación..... | 103 |
| CAPITULO VI..... | | 104 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | | 104 |
| 9.1. | CONCLUSIONES | 104 |
| 9.2. | RECOMENDACIONES | 105 |
| BIBLIOGRAFÍA | | 106 |
| WEB BIBLIOGRAFÍA..... | | 107 |
| ANEXOS | | 108 |