

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TALLER DE PROFECIONALIZACIÓN ADM 599

MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
ROPA FORMAL FEMENINA EN LA CIUDAD DE TARIJA”**

POR:

AVILA PRIETO HUMBERTO DANIEL

MICHEL ROMERO MELISSA NAIR

DOCENTE GUIA:

LIC. BALDIVIEZO MOGRO ROXANA PILAR

**Proyecto de grado, presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar grado académico de
licenciatura en Administración de empresas**

TARIJA-BOLIVIA

2024

DEDICATORIA

A nuestras familias por su apoyo y cariño incondicional, durante todo este camino, por estar a nuestro lado en todo momento con sus consejos y palabras que nos hicieron una mejor persona y de una forma u otra que nos acompañaron en nuestras metas y sueños.

AGRADECIMIENTO

A nuestras familias por su apoyo y cariño incondicional, durante todo este camino, por estar a nuestro lado en todo momento con sus consejos y palabras que nos hicieron una mejor persona y de una forma u otra que nos acompañaron en nuestras metas y sueños.

Agradecemos a todos los docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarnos como personas y profesionales en la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.

INDICE

1.	CAPITULO I INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	ANTECEDENTES	2
1.2	DEFINICION DE LA IDEA	3
1.3	DELIMITACION	4
1.3.1	LIMITE SUSTANTIVO.....	4
1.3.2	LIMITE ESPACIAL.....	4
1.3.3	LIMITE TEMPORAL	5
1.4	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.5	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.6	OBJETIVOS.....	6
1.6.1	OBJETIVO GENERAL	6
1.6.2	OBJTIVOS ESPECÍFICOS.....	6
1.7	NECESIDADES A SATISFACER CON LA IDEA DE NEGOCIO	7
1.8	JUSTIFICACIÓN	7
1.8.1	JUSTIFICACIÓN TEORICA.....	7
1.8.2	JUSTIFICACIÓN SOCIAL	10
1.8.3	JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA.....	10
1.9	METODOLOGÍA.....	11
1.9.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	11
1.9.2	POBLACIÓN Y MUESTRA	12
1.9.3	FUENTES DE INFORMACIÓN	14
2	CAPITULO II ANALISIS DEL MACRO Y MICROENTORNO	15
2.1	ANALISIS DEL MACRO Y MICROENTORNO	16

2.2	MACROENTORNO.	16
2.2.1	FACTOR POLÍTICO LEGAL.	16
2.2.2	FACTOR ECONÓMICO	17
2.2.3	FACTOR SOCIAL	22
2.2.4	FACTOR TECNOLÓGICO	22
2.2.5	FACTOR AMBIENTAL	24
2.3	MICROENTORNO	25
2.3.1	RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES	25
2.3.2	ADVERTENCIA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	30
2.3.3	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	31
2.3.4	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	32
3	CAPITULO III NATURALEZA DEL NEGOCIO	36
3.1	DEFINICIÓN DE NEGOCIO	37
3.1.1	NOMBRE DE LA EMPRESA	37
3.1.2	TIPO DE EMPRESA	37
3.1.3	GESTIÓN EMPRESARIAL	37
3.1.4	MISIÓN	37
3.1.5	VISIÓN	37
3.1.6	VALORES	37
3.1.7	OBJETIVO GENERAL	38
3.1.8	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	38

4 CAPITULO IV INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y PLAN DE

4.1	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	41
4.1.1	FUNDAMENTACIÓN	41
4.1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	42
4.1.3	DEFINICIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	43
4.1.4	PROBLEMA GERENCIAL.....	44
4.1.5	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO 44	
4.1.6	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	44
4.1.7	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	45
4.1.8	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	45
4.1.9	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	46
4.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	47
4.2.1	RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	48
4.2.2	DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y EL TAMAÑO DE LA MUESTRA	49
4.2.3	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	52
4.3	CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	61
4.4	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.....	62
4.5	PLAN DE MARKETING	64
4.5.1	OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	64
4.5.2	MERCADO OBJETIVO	65

4.5.3	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	65
4.5.4	BUYER PERSONA	65
4.5.5	ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN	66
4.5.6	ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO	67
4.5.7	MARKETING MIX	68
4.5.8	COSTOS DEL MARKETING	74
5	CAPITULO V PLAN DE OPERACIONES	76
5.1	OBJETIVO DEL PLAN DE OPERACIONES	77
5.2	INGENIERÍA DEL PRODUCTO	77
5.2.1	DISEÑO DEL PRODUCTO	77
5.2.2	DISEÑO DEL EMPAQUE	81
5.3	PROCESO DE PRODUCCIÓN	82
5.3.1	TIPO DE PROCESO	82
5.3.2	DIAGRAMA DE PROCESOS	82
5.4	MAQUINARIA Y EQUIPO	88
5.5	INSUMOS	98
5.6	CÁLCULO DE CAPACIDAD PRODUCTIVA	99
5.6.1	PROCESO DE CONFECCION	99
5.7	LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	100
5.8	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	102
5.9	COSTOS DE PLANTA DE OPERACIONES	102
6	CAPITULO VI PLAN ORGANIZACIONAL	105
6.1	PLAN ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS	106

6.2	OBJETIVO GENERAL	106
6.2.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	106
6.3	DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	106
6.3.1	ORGANIGRAMA.....	106
6.3.2	MANUAL DE FUNCIONES	107
6.4	PROCESO DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL.....	116
6.4.1	RECLUTAMIENTO	116
6.4.2	SELECCIÓN	117
6.4.3	INTRODUCCIÓN O INDUCCIÓN	118
6.4.4	CAPACITACIÓN Y DESARROLLO	118
6.4.5	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO Y CAPACITACIÓN CONTINUA	118
6.5	ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	119
6.5.1	ESCALA SALARIAL.....	119
6.6	MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN	121
6.6.1	OBLIGACIONES FISCALES Y REGLAMENTARIAS.....	121
6.6.2	SEPREC BOLIVIA	121
6.6.3	SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES SIN	122
6.6.4	MINISTERIO DE TRABAJO.....	122
6.6.5	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DE LA ALCALDÍA.....	123
6.6.6	SENAPI	123
7	CAPITULO VII PLAN FINANCIERO	126
7.1	PLAN FINANCIERO.....	127
7.2	OBJETIVO GENERAL	127

7.2.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	127
7.3	CAPITAL DE INVERSIÓN	127
7.3.1	INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	127
7.3.2	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	128
7.3.3	COSTOS DE MUEBLES Y ENSERES.....	128
7.3.4	TOTAL DE LOS COSTOS FIJOS.....	131
7.3.5	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	132
7.3.6	INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	132
7.3.7	INVERSIÓN DE ACTIVOS CORRIENTES	133
7.4	INVERSION TOTAL.....	134
7.5	FUENTE DE FINANCIAMIENTO.....	134
7.5.1	PRESTAMO BANCARIO	135
7.5.2	APORTE DE LOS SOCIOS.....	136
7.6	ESTRUCTURA DE COSTOS	136
7.6.1	COSTOS FIJOS.....	136
7.7	FLUJO DE CAJA.....	139
7.7.1	INDICADORES DE EVALUACIÓN.....	141
7.8	INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO.....	141
7.8.1	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	141
7.8.2	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	142
7.8.3	BENEFICIO-COSTO (B/C).....	142
7.8.4	PERIODO DE RECUPERACIÓN (PRI)	143
7.9	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO.	143

7.9.1	CUANDO EL PRECIO SE MODIFICA.....	143
7.9.2	CUANDO LA INVERSIÓN CAMBIA.	144
7.9.3	CUANDO LOS COSTOS DE MODIFICAN.	145
8	CAPITULO IX PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	148
8.1	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	149
8.1.1	OBJETIVOS	149
8.1.2	PLANIFICACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN	149
8.1.3	RESPONSABLES	150
8.1.4	ACTIVIDADES NECESARIAS A DESARROLLAR.....	150
8.1.5	DESARROLLO DEL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	151
8.1.6	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN	152
9	CAPITULO IX PLAN DE CONTINGENCIA.....	155
9.1	PLAN DE CONTINGENCIA	156
9.2	OBJETIVOS DEL PLAN DE CONTINGENCIA	156
9.3	FACTORES DE RIESGO	157
9.4	ESTRATEGIAS DE RESPUESTA.....	157
9.5	PLAN DE EMERGENCIAS	158
10	CAPITULO X CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	160
10.1	CONCLUSIONES.....	161
10.2	RECOMENDACIONES	162
	BIBLIOGRAFÍA.....	165
	ANEXOS.....	169

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 CROQUIS DE "ELEGANCIA TARIJEÑA"	101
Ilustración 2 diseño y distribución	102
Ilustración 3 ORGANIGRAMA	107
Ilustración 4 MANUAL DE FUNCIONES GERENTE GENERAL.....	108
Ilustración 5 MANUAL DE FUNCIONES CONTADOR	109
Ilustración 6 MANUAL DE FUNCIONES VENDEDOR.....	110
Ilustración 7 JEFE DE PRODUCCIÓN(OPERARIO 1)	111
Ilustración 8 MANUAL DE FUNCIONES OPERARIO 2.....	114
Ilustración 9 MANUAL DE FUNCIONES OPERARIO3	115
Ilustración 10 COSTOS ORGANIZACIONALES	125
Ilustración 11 HERRAMIENTAS DE CONFECCIÓN.....	130
Ilustración 12 INVERSIÓN TOTAL	134

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 CÁLCULO DE LA NECESIDAD	62
TABLA 2 CÁLCULO DE FRECUENCIA DE COMPRA	63
TABLA 3 CÁLCULO DE GASTO PROMEDIO	63
TABLA 4 CÁLCULO DEL DESEO DE COMPRA	63
TABLA 5 CÁLCULO DE LA DEMENADA ESTIMADA	63
TABLA 6 LOGO DE LA EMPRESA	69
TABLA 7 PRESUPUESTO DE INVERSION EN REDES SOCIALES (EXPRESADO EN BOLIVIANOS).....	74

TABLA 8 PRESUPUESTO PARA LA INVERSIÓN EN MERCHANDISING

(EXPRESADO EN BS)	75
TABLA 9 TRAJE DE BLUSA/ CAMISA Y PANTALÓN	78
TABLA 10 TRAJE DE BLAZER Y PANTALÓN	78
TABLA 11 TRAJE DE CHAQUETA Y PANTALÓN	79
TABLA 12 TRAJE SASTRE (SACO Y PANTALÓN)	80
TABLA 13 BOLSA PARA EL EMPAQUE.....	81
TABLA 14 BOLSA DE VENTA.....	81
TABLA 15 FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN	87
TABLA 16 MAQUINARIA	88
TABLA 17 HERRAMIENTAS	92
TABLA 18 EQUIPO INMOVILIARIO Y DE OFICINA	95
TABLA 19 CAPACIDAD TEÓRICA.....	100
TABLA 20 MAQUINARIA Y EQUIPO	102
TABLA 21 HERRAMIENTAS	103
TABLA 22 EQUIPO DE COMPUTACIÓN	128
TABLA 23 MUEBLES Y ENSERES.....	128
TABLA 24 MATERIAL DE INSTALACIÓN.....	129
TABLA 25 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	129
TABLA 26 COSTO FIJO	131
TABLA 27: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	132
TABLA 28 COSTOS DIFERIDOS	132
TABLA 29 CAPITAL DE TRABAJO	133

TABLA 30 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA	135
TABLA 31 APOORTE DE SOCIOS	136