

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE “CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS”
CARRERA: “ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS”
MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II (ADM 599)
PROYECTO DE GRADO



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA
LÍNEA SKIN CARE PARA LAS MUJERES EMBARAZADAS DE LA PROVINCIA
CERCADO- TARIJA**

ELABORADO POR:

- AUCACHI SALOMÓN ALONDRA
- MAMANI RAMOS EVELIN PAMELA

DOCENTE GUIA:

- LIC. ROXANA PILAR VALDIVIEZO

“Proyecto de grado presentado a consideración de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas”

TARIJA – BOLIVIA

13/ABRIL/2023

DEDICATORIA:

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer. A mis padres que, con apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

Alondra Aucachi Salomón.

El presente proyecto lo dedico a todas las personas que me apoyaron en este proceso de formación, primordialmente a mis padres que me apoyaron de una u otra manera a pesar de los problemas que tuvieron, a mí misma por continuar este camino de formación, por no dormir por terminar tareas o proyectos, por superar mis ataques de ansiedad, estar de pie firme dando lo poco o mucho, por último pero no menos importante a todas las personas que hicieron posible que llegara a este punto de mi vida en este proceso de aprendizaje.

Evelin Pamela Mamani Ramos.

INDICE

PERFIL DEL TRABAJO	1
1.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	4
2.1. Objetivo General.....	4
2.2. Objetivos Específicos.....	4
3. NECESIDADES PERCIBIDAS A SER SATISFECHAS	4
4. JUSTIFICACION.....	6
4.1. Justificación Práctica	6
4.2. Justificación Social.....	6
5. MARCO METODOLÓGICO.....	6
5.1. Nivel de investigación.....	6
5.2. Diseño de la investigación	6
5.2.1. Fuente Primaria.....	7
5.2.2 Técnica.....	7
5.2.3 Fuente Secundaria.....	7
6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
6.1. Delimitación Geográfica	7
6.2. Delimitación Temática.....	7
6.3. Delimitación Temporal.....	8
CAPITULO I.....	9
ANÁLISIS DEL CONTEXTO	9
1.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO DEL NEGOCIO	9
1.1.1. Factor Político- Legales.....	9
1.1.2. Factor Económico.....	12
1.1.3. Factor Social-cultural.....	16
1.1.4. Factor Tecnológico	20
1.1.5. Factor Ecología y medio ambiental	22
1.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	23
1.2.1. Los clientes	23
1.2.2. Los proveedores.....	26

1.2.3. Los competidores.....	29
1.3. Síntesis del análisis de contexto en la matriz FODA.....	32
CAPITULO II	34
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	34
2.1. INVESTIGACION DE MERCADO	34
2.1.1. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercado	34
2.1.2. Definición y Formulación del problema de investigación de mercado	34
2.1.3. Problema de decisión gerencial o administrativa.....	34
2.1.4. Formulación del problema de investigación de mercados	34
2.1.5. Formulación de la hipótesis de Investigación	35
2.1.6. Objetivos de la Investigación de mercados.....	35
2.1.9. Metodologías de la Investigación de Mercados	35
2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS.....	36
2.2.1. Recopilación de la Información	36
2.2.2. Determinación de la Población y el tamaño de la muestra	36
2.2.3. Presentación y análisis de resultados.....	37
2.2.4. Conclusiones de la Investigación de mercados	50
2.2.5. Estimación de la Demanda en el año cero y la tasa de crecimiento de la demanda	50
CAPITULO III.....	53
PLAN DE MAKETING.....	53
3. PLAN DE MAKETING	53
3.1. Objetivos del plan de Marketing.....	53
3.1.1. Objetivos específicos.....	53
3.2. Mercado objetivo	53
3.3 Segmentación de mercado	53
3.5. Marketing MIX.....	54
3.5.1. Producto	54
3.5.2. Precio	63
3.5.3. Plaza / Distribución	63
3.5.4. Promoción.....	64
3.7. Costos de Marketing	66
CAPITULO IV.....	67

PLAN DE OPERACIONES	67
4.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE OPERACIONES	67
4.1.1. Objetivos específicos.....	67
4.2. FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS.....	67
4.2. PROCESO DE IMPORTACIÓN.....	69
4.2.5. Recepción de la mercancía:	69
4.3. FLUJOGRAMA DE PROCESO DE IMPORTACION.....	69
4.4 CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO.....	71
4.5. LOCALIZACIÓN	72
4.6. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA.....	73
4.7. CONTROL DE CALIDAD	73
4.8. COSTOS DE LA MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIALES	74
4.8.1. Requerimiento de muebles y enseres	74
4.8.2. Requerimiento de equipo de computación	76
4.8.3. Requerimiento de vehículo.....	77
CAPITULO V	78
PLAN DE ORGANIZACIÓN	78
5.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN	78
5.2. MARCO DE FUNCIONAMIENTO ESTRATEGICO	78
5.2.1. Misión	78
5.2.2. Visión	78
5.2.3. Objetivos.....	78
5.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	79
5.3.1. Organigrama Funcional.....	79
5.4. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	81
5.4.1. Obligaciones Fiscales y sanitarias.....	87
CAPITULO VI.....	97
PLAN FINANCIERO	97
6.1. OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERO	97
6.2. CAPITAL DE INVERSIÓN.....	97
6.2.1. Inversiones activas fijos.....	97
6.2.2. Inversión de Activos Diferidos	98

6.2.3. Inversión de Activos Corrientes.....	99
6.2.4. Depreciación de Activos Fijos	100
6.3. ESTRUCTURA DE INVERSION Y FINACIAMIENTO	101
6.3.1. Fuentes de financiamiento	101
6.3.2. Amortización del crédito.....	102
6.4. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	103
6.4.1. Costos Fijos.....	103
6.4.2. Costos Variables.....	104
6.4.3. Costo Total y Unitario.....	105
6.4.4. Costos anuales Proyectados	105
6.4.5. Estructura del Capital de Trabajo	106
6.5. DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA.....	107
6.5.1. Precio con y sin factura	107
6.6. PUNTO DE EQUILIBRIO FISICO Y MONETARIO	108
6.7. INGRESOS PROYECTADOS.....	109
6.8. FLUJOS DE CAJA PROFORMA	110
6.8.1. Flujo de caja económica proforma	110
6.9. INDICADORES DE EVALUACION DEL NEGOCIO	111
6.10. VAN.....	111
6.11. TIR	111
6.12. Índice de Costo – Beneficio (B/C).....	111
6.13. ANALISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO	112
6.13.1. Cuando el precio se modifica	112
6.13.2. Cuando la inversión cambia.....	114
6.13.3. Cuando los costos se modifican.....	116
CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	118
CONCLUSIÓN.....	118
WEBLOGRAFIA	121

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Legislación boliviana.....	10
Gráfico 2. Tarija crecimiento del PIB nominal, PIB PER CAPITA Y POBLACION (2014-2021)	12
Gráfico 3. Tarija: nivel de instrucción máximo alcanzado de la población de 19 años o más de edad, 2019 en porcentajes.....	19
Gráfico 4. Ingresos de las familias tarijeñas.....	20
Gráfico 5. Pregunta 1. ¿Considera importante el cuidado de la piel de la mujer en etapa de embarazo y después del parto?	38
Gráfico 6. Pregunta 2. Edad.....	39
Gráfico 7. Pregunta 3. Ingresos	40
Gráfico 8. Pregunta 4. ¿Cuántos productos de cuidado de la piel utilizas en tu rutina diaria?	41
Gráfico 9. Pregunta 5. ¿Cuáles son los productos que utilizas en tu rutina diaria para cuidar su piel?	42
Gráfico 10. Pregunta 6. ¿Productos básicos que considera son esenciales para una mujer embarazada?	43
Gráfico 11. Pregunta 7. Son importantes los componentes de los productos del cuidado de la piel para una mujer embarazada	44
Gráfico 12. Pregunta 8. <i>En tu decisión de compra de productos de cuidado de la piel, influyen las siguientes variables, califique según el grado de importación.....</i>	45
Gráfico 13. Pregunta 9. ¿Qué parte del cuerpo se debería cuidar más en la etapa de embarazo?	46
Gráfica 14. Pregunta 10. ¿Dónde compras los productos del cuidado de la piel?	47
Gráfico 15. Pregunta 11. ¿Con qué frecuencia compras tus productos de cuidado de la piel?	48
Gráfico 16. Pregunta 12. ¿Qué red social utilizas más? (Marque tres opciones, en orden de preferencia).....	49
Gráfico 17. Línea de skin care IMAYBÉ.....	55
Gráfico 18. Limpiador facial	56
Gráfica 19. Crema facial hidratante- anti machas	58
Gráfico 20. Crema corporal anti estrías hidratante	60
Gráfico 21. Marca	62
Gráfico 22. Logotipo- IMAYBÉ	62
Gráfico 23. SLOGAN	63
Gráfico 24 Canal de comercialización	64
Gráfico 25. Letrero De La Empresa IMAYBÉ.....	66
Gráfico 26. Flujograma de proceso de importación.....	70
Gráfico 27. Prototipo de almacenamiento	71
Gráfico 28. Localización de la empresa	72
Gráfico 29. Plano de infraestructura que se ocupara	73
Gráfica 30. Certificado del proveedor	74
Gráfico 31. Organigrama.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Bolivia- tipos de interés	14
Tabla 2. Bolivia tasas activas efectivas	15
Tabla 3. Bolivia tasas pasivas efectivas	15
Tabla 4. Tipo de cambio.....	16
Tabla 5 Plataformas para importar.....	27
Tabla 6. Posibles proveedores	28
Tabla 7. Competidores	31
Tabla 8. MATRIZ FODA.....	32
Tabla 9. Determinación de la Muestra	37
Tabla 10. Población objetivo- Mercado objetivo.....	50
Tabla 11. Calculo unidad/año	51
Tabla 12. Consumo año.....	51
Tabla 13. Consumo promedio por persona.....	51
Tabla 14. Demanda del mercado meta.....	52
Tabla 15. Estimación de la demanda	52
Tabla 16. Arquetipo de cliente.....	54
Tabla 17. Presupuesto De Marketing (expresado en bolivianos)	66
Tabla 18 Ficha técnica del limpiador facial	67
Tabla 19 Ficha técnica de crema hidratante -ante manchas	68
Tabla 20 Ficha técnica crema anti estrías-hidratante	68
Tabla 21. Capacidad de almacenamiento	72
Tabla 22. Muebles y enseres.....	75
Tabla 23. Equipo de computación	76
Tabla 24. Vehículo- Moto carro	77
Tabla 25. Sueldo de empleados.	86
Tabla 26. Pago SENAPI.....	90
Tabla 27. Costos de Organización	96
Tabla 28. Activos fijos	98
Tabla 29. Capital de operaciones	99
Tabla 30. Estructura de inversión y financiamiento	101
Tabla 31. Sistema de amortización alemán	102
Tabla 32. Costos fijos.....	103
Tabla 33. Costos variables.....	104
Tabla 34. Costo total y unitario	105
Tabla 35. Costos anuales	105
Tabla 36. Capital de Trabajo	106
Tabla 37. Precio sin factura y con factura	107
Tabla 38. Punto de equilibrio	108
Tabla 39. Ingresos Proyectados	109
Tabla 40. Flujo de caja	110
Tabla 41. VAN.....	111

Tabla 42. TIR.....	111
Tabla 43. COSTO- BENEFICIO	111
Tabla 44. Cuando el precio se modifica.....	112
Tabla 45. Cuando la inversión cambia.....	114
Tabla 46. Cuando los costos se modifican	116