

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



**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE DETERGENTE LAVAVAJILLAS A
BASE DE LEJÍA DE CENIZA EN LA CIUDAD DE TARIJA.”**

Docente: Silisque Mamani Adrián

Estudiante: Mamani Girón Jhoselin Florencia.

Trabajo de profesionalización 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

DEDICATORIA:

A mi madre:

Por su amor incondicional y sacrificios, que me han guiado y dado fuerzas para alcanzar mis sueños. Te amo profundamente.

A mis hermanos:

Por ser mi apoyo constante y mis mejores amigos, compartiendo risas y desafíos. Gracias por estar siempre a mi lado.

Por último, pero no menos importarte:

A mi abuela Flora (+) y a mi tío Pepé (+). Que, aunque ya no estén, su amor me ilumina en el camino, su recuerdo vivirá en cada logro, gracias por inspirarme y enseñarme a nunca rendirme, gracias por esa gran lección de vida, los llevo presente en el corazón.

ÍNDICE
PERFIL DEL PROYECTO

1.1 Definición del tema de investigación.....	1
2. Problema de investigación	2
2.1 Planteamiento del problema.....	2
2.3. Formulación del problema	3
3. Justificación	3
3.1. Necesidades a satisfacer con la idea de negocio	4
3.1.1. Necesidades del consumidor	4
3.1.2. Necesidades del mercado	5
4. Delimitación del problema.....	5
4.1 Geográfico	5
4.2 Temporal	6
5. Objetivos	6
5.1 Objetivo general	6
5.2 Objetivos específicos	6
6. Marco metodológico	7
6.1. Nivel de investigación	7
6.2. Diseño de investigación	7
6.3. Diseño de investigación	7

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DE CONTEXTO

1.1. Análisis del entorno mediato.....	10
1.1.1. Factor Político – Legal	10
1.1.2. Factor Económico	12
1.1.3. Factor Tecnológico.....	14
1.1.4. Factor Social.....	14
1.2. Análisis del entorno inmediato.....	16
1.2.1. Clientes.....	17
1.2.2. Proveedores	17
1.2.3. Competidores	17
1.3. Síntesis de las oportunidades y riesgos	18

CAPÍTULO II

PLAN DE MARKETING

2.1. Objetivos del plan de Marketing	18
2.2. Segmentación de Mercado	19
2.2.1. Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra	19
2.2.2. Las Encuestas	21
2.2.3. Diseño del cuestionario	21
2.2.4. Análisis de resultados.....	23
2.3. Determinación de la demanda.....	26

2.4. Determinación de la demanda de consumidores potenciales.....	27
2.5. Estrategia de producto	28
2.5.1. Producto	28
2.5.2. Envase	29
2.5.3. Marca.....	30
2.5.4. Slogan.....	30
2.5.5. Isologo.....	31
2.6. Estrategia de precio.....	31
2.7. Estrategia de plaza	31
2.8. Estrategia de promoción	32
2.9. Estrategias de marketing	32
2.9.1. Estrategia de introducción.....	32
2.9.2. Estrategia de diferenciación	33

CAPÍTULO III

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

3.1. Objetivos del plan organizacional y de Recursos Humanos	34
3.2. Misión	34
3.3. Visión	34
3.4. Valores	35
3.5. Aspectos legales de constitución.....	35
3.5.1. Razón social de la empresa	35

3.5.2. Obligaciones fiscales y reglamentarias	36
3.6. Estructura organizacional.....	40
3.6.1. Organigrama.....	40
3.6.2. Perfil de puestos de trabajo	42
3.7. Proceso de Integración del Personal	44
3.8. Administración de sueldos y salarios.....	46
3.8.1. Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios	47

CAPÍTULO V

PLAN DE PRODUCCIÓN

4.1. Objetivos del Plan de Producción	50
4.2. Descripción del producto	50
4.3. Descripción del proceso del producto	50
4.4. Flujograma de procesos	53
4.4.1. Ficha técnica del producto	54
4.5. Administración de materiales	54
4.5.1. Maquinaria	55
4.5.2. Muebles y enseres	56
4.6. Proveedores negociables	56
4.7. Determinación del costo total unitario y precio de venta.....	57
4.7.1. Costo Total Unitario.....	58
4.7.2. Materia Prima Directa para la producción de detergente lavavajillas.....	58

4.7.3. Mano de Obra Directa para la producción del detergente lavavajillas	59
4.8. Precio de venta.....	60
4.9. Descripción de la capacidad de producción.....	60

CAPITULO V

PLAN FINANCIERO

5.1. Costos fijos.....	63
5.2. Inversiones	65
5.2.1. Inversión en activos fijos	65
5.2.2. Inversión diferida	65
5.2.3. Inversión corriente	66
5.3. Total, de Inversiones y Fuente de Financiamiento.....	67
5.4. Balance de apertura	68
5.5. Depreciación	69
5.6. Flujo de caja Económico	70
5.7. Indicadores de la evaluación del negocio.....	73
5.7.1. VAN (Esperado).....	73
5.7.2. TIR (Esperado).....	74
5.7.3. Costo Beneficio C/B	75
5.7.4. PRI.....	76

ANEXO

Anexo N°1	84
Anexo N°2	86
Anexo N°3	87
Anexo N°4	91

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	IPC.....	13
Tabla 2.	Evaluación de impacto Macro entorno.	15
Tabla 3.	Evaluación de impacto Micro entorno.	18
Tabla 4.	Cálculo de la muestra	20
Tabla 5.	Escalas utilizadas para la construcción del cuestionario.....	21
Tabla 6.	Determinación de demanda por el método de ratios en cadena.	27
Tabla 7.	Cantidad de demanda según escenarios, proyectada para los próximos 4 años	28
Tabla 8.	Determinación del presupuesto	34
Tabla 9.	Planilla de sueldos y salarios.....	48
Tabla 10.	Ficha técnica del producto.	54
Tabla 11.	Maquinaria	55
Tabla 12.	Muebles y enseres	56
Tabla 13.	Proveedores de ceniza	57
Tabla 14.	Materia prima Directa.	58
Tabla 15.	Mano de Obra Directa.....	59
Tabla 16.	Costos indirectos	59

Tabla 17.	Determinación del precio de venta de los detergentes	60
Tabla 18.	Costos fijos de Polaris R.L.	63
Tabla 19.	Costos Indirectos.	64
Tabla 20.	Total, Costos Fijos	64
Tabla 21.	Activos fijos	65
Tabla 22.	Inversión diferida	65
Tabla 23.	Inversión corriente	66
Tabla 24.	Estructura de inversiones expresado en Bs.	67
Tabla 25.	Depreciación expresada en Bs.	69
Tabla 26.	Flujo de caja Esperado	70
Tabla 27.	Flujo de caja Optimista	71
Tabla 28.	Flujo de caja Pesimista.....	72