

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



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA LAVANDERIA
DE ROPA EN LA LOCALIDAD DE SAN CRISTÓBAL**

Por

CORDOVA ALI JOMINA SHIRLE

Tesis de grado presentado a consideración de la "UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO" como requisito para optar el grado académico de licenciatura en Administración de Empresas.

Docente Guía: Lic. Adrian Silisque Mamani

GESTIÓN: 2024

TARIJA –BOLIVIA

El tribunal calificador del presente trabajo, no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el mismo, siendo éstas responsabilidad de la autora.

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a mis padres Hipolito Cordova e Irene Ali, me alentaron y apoyaron con mi estudio y educación, me brindaron su amor incondicional y siempre se preocuparon por mi bienestar, me encuentro profundamente agradecida con ustedes, finalmente pude

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por darme la vida y poner a las personas correctas en mi camino.

A mis docentes por brindarme su guía, experiencia y conocimientos.

A mi familia y en especial a mis padres por darme su amor, comprensión y por motivarme a ser una personal profesional.

ÍNDICE

PERFIL DEL PLAN DE NEGOCIOS	1
1.Definición del tema de investigación:	2
2. Problema de investigación	4
2.1. Planteamiento del problema.....	4
2.2. Formulación del problema:	5
2.3. Justificación	5
2.4. Delimitación:	6
3. Objetivos.....	6
3.1. Objetivo general.....	6
3.2. Objetivos específicos	6
4. Marco metodológico	7
4.1. Nivel de investigación	7
4.2. Diseño de investigación	7
CAPÍTULO I	9
1. ANÁLISIS DE CONTEXTO	10
1.1. Análisis del macro entorno	10
1.1.1. Factor político legal:	10
1.1.2. Factor económico.....	12
1.1.3. Factor social	14
1.1.4. Factor tecnológico.....	15
1.2. Análisis del micro entorno	17
1.2.1. Competidores	17

1.2.2. Proveedores.....	18
1.2.3. Clientes	19
1.2.4. Síntesis del análisis del contexto	20
CAPÍTULO II	23
2. PLAN DE MARKETING.....	24
2.1. Objetivos del plan de marketing	24
2.2. Segmento de mercado	24
2.3. Determinación de la demanda.....	25
2.3.1. Análisis de la demanda por escenarios	26
2.3.2. Análisis de la demanda proyectada por escenarios y con la tasa de crecimiento poblacional.....	28
2.4. Estrategias de Marketing Mix.....	28
2.4.1. Estrategia de Producto	28
2.4.2. Estrategias de precios.....	30
2.4.3. Estrategias de promoción.....	31
2.4.4. Estrategia de plaza:	33
2.5. Presupuesto de Marketing:.....	33
CAPITULO III.....	34
3. PLAN DE OPERACIONES	35
3.1. Objetivos del plan de operaciones	35
3.2. Descripción del servicio.....	35
3.3. Proceso del servicio	36
3.3.1. Diagrama de flujo	37

3.4. Requerimiento de Maquinaria y equipamientos	38
3.5. Capacidad instalada	42
CAPITULO IV	44
4. PLAN ORGANIZACIONAL	45
4.1. Objetivos	45
4.2. Aspectos Legales para la constitución del negocio	45
4.2.1. Tipo de empresa:	45
4.2.3. Requisitos legales para la constitución de la empresa:	46
4.3. Componentes estratégicos:	49
4.3.1. Misión	49
4.3.2. Visión	49
4.3.3. Valores	49
4.4. Estructura organizacional	49
4.4.1. Niveles jerárquicos	50
4.5. Perfil de los puestos de trabajo	50
4.6. Sueldos y Salarios	56
4.6.1. Planilla de sueldos y salarios (Exp. Bs)	56
CAPITULO V	59
5. PLAN FINANCIERO	60
5.1. Objetivos:	60
5.2. Inversión Total	60
5.2.1. Inversión en Activos fijos	60
5.2.2. Inversión Diferida	61

5.2.3. Capital de Trabajo.....	61
5.2.4. Inversión Total	62
5.3. Financiamiento.....	63
5.3.1. Amortización	63
5.4. Estructura de Costos	64
5.4.1. Costos fijos	64
5.4.2. Costos Variables	65
5.4.3. Costo Total.....	65
5.4.4. Costo Total Unitario	66
5.4.5. Precio de Venta.....	66
5.4.6. Precio de venta con Factura	66
5.4.7. Costo Variable Unitario	66
5.4.8. Punto de Equilibrio	67
5.5. Depreciación de los Activos fijos	67
5.6. Proyección de ingresos	68
5.7. Flujo de caja.....	68
5.7.1. Flujo de caja económico	69
5.7.2. Flujo de caja financiero.....	70
5.8. Indicadores de evaluación.....	71
5.8.1. Análisis e interpretación de los indicadores de la evaluación financiera	72
5.9. Análisis de sensibilidad	73
5.9.1. Escenario optimista.....	74
5.9.2. Escenario Pesimista	76

CAPITULO VII	80
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
6.1. Conclusiones	81
6.2. Recomendaciones	82
Bibliografía	.84
Anexos	.86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Demanda escenario optimista	26
Tabla 2 Demanda escenario esperado.....	27
Tabla 3 Demanda escenario pesimista.....	27
Tabla 4 Proyección de la demanda para un periodo de 6 semestres.....	28
Tabla 5 Determinación del precio de venta considerando la competencia.....	31
Tabla 6 Presupuesto de las estrategias de marketing.....	33
Tabla 7 Resumen de la maquinaria y equipo	40
Tabla 8 Requerimiento de muebles y enseres.....	41
Tabla 9 Requerimiento de equipo de computación	41
Tabla 10 Requerimiento de insumos	42
Tabla 11 Calculo de la capacidad instalada de la maquinaria de producción.....	42
Tabla 12 Salarios de los trabajadores	56
Tabla 13 Planilla de sueldos y salarios con los aportes laborales (Exp. Bs.)	57
Tabla 14 Planilla de sueldos y salarios con los aportes patronales.....	58
Tabla 15 Inversión en activos fijos	61

Tabla 16 Inversión en activos diferidos	61
Tabla 17 Capital de trabajo	62
Tabla 18 Total de la inversión requerida	62
Tabla 19 Estructura de financiamiento	63
Tabla 20 Proyección de la amortización para un periodo de 6 semestres	64
Tabla 21 Estructura de los costos fijos	64
Tabla 22 Estructura de costos variables	65
Tabla 23 Estructura de los Costos Totales.....	65
Tabla 24 Depreciación de activos fijos para un periodo de 3 años.....	67
Tabla 25 Proyección de ingresos para un periodo de 6 semestres.....	68
Tabla 26 Flujo de caja económico con el escenario esperado	69
Tabla 27 Flujo de caja financiero con el escenario esperado.....	70
Tabla 28 Tabla resumen de los Indicadores de la evaluación financiera.....	72
Tabla 29 Flujo de caja económico con el escenario optimista	74
Tabla 30 Flujo de caja Financiero con el escenario optimista.....	75
Tabla 31 Indicadores de evaluación con el escenario optimista.....	76
Tabla 32 Flujo de caja económico con el escenario pesimista	77
Tabla 33 Flujo de caja financiero con el escenario pesimista.....	78
Tabla 34 Indicadores de evaluación con el escenario pesimista.....	79

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Detalles de la máquina de lavar 1	38
Cuadro 2 Detalles de la máquina de lavar 2	38
Cuadro 3 Detalles de la máquina de secar	39
Cuadro 4 Detalles de la máquina de planchar.....	39
Cuadro 5 Detalles de la báscula	40
Cuadro 6 Perfil del Gerente General.....	51
Cuadro 7 Perfil del encargado comercial.....	52
Cuadro 8 Manual de funciones del encargado técnico	53
Cuadro 9 Perfil de trabajo del operario.....	54
Cuadro 10 Perfil del contador.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Centro Poblado San Cristóbal	3
Figura 2 Variación del PIB por actividad económica de Bolivia	13
Figura 3 Ilustración del Isologo para la Lavandería	30
Figura 4 Modelo de la Página de Facebook para la lavandería A-Tiempo.....	32
Figura 5 Modelo de WhatsApp y Tiktok para la lavandería A-Tiempo	32
Figura 6 Diagrama de flujo del proceso del servicio de lavandería.....	37
Figura 7 Organigrama de la Lavandería A-Tiempo.....	50