

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 CREMA PULIDORA PARA LA
CHAPA DE AUTOMOVILES”.**

Docente: Silisque Mamani Adrián

Estudiantes: Anachuri Rojas Rocio Ayelén

Patiño Yuly Araceli

Tesis de Grado presentada a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

TARIJA – BOLIVIA

2024

ADVERTENCIA

El presente trabajo no respalda la forma, los términos, los modos ni las expresiones empleadas, los cuales son de exclusiva responsabilidad de las autoras. Se invita al lector a considerar el contenido con un enfoque crítico y a realizar su propia evaluación de las ideas presentadas.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a nuestras familias, por su amor incondicional y su apoyo constante, que nos han inspirado a alcanzar nuestros sueños. A nuestros amigos, quienes han sido una fuente de motivación y alegría en cada etapa de este camino. Y, de manera especial, a todos aquellos que han depositado su confianza en nosotras, recordándonos que la perseverancia y la pasión son fundamentales para alcanzar el éxito.

AGRADECIMIENTO

Deseamos expresar nuestro más profundo agradecimiento a Dios, por ser la fuente de fortaleza y sabiduría en cada paso de este camino. A nuestras familias, por brindarnos la oportunidad de formarnos y por su apoyo incondicional a lo largo de nuestra carrera.

De igual manera agradecemos a la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho, en especialmente la facultad de Ciencias Económicas y Financieras.

De manera especial, extendemos nuestro agradecimiento al docente. Lic. Adrián Silisque Mamani, nuestro docente guía del proyecto de grado. Su dirección, conocimiento y dedicación han sido invaluable para el desarrollo de este trabajo, y su compromiso con nuestra formación ha dejado una huella significativa en esta etapa de nuestras vidas.

PENSAMIENTO

La mejor manera de predecir el futuro es
crearlo.

Peter Drucker

ÍNDICE

ADVERTENCIA

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

PENSAMIENTO

RESUMEN EJECUTIVO

CONTENIDO

PERFIL DE INVESTIGACIÓN	1
1. DEFINICIÓN DE LA IDEA.....	1
1.1. Necesidades insatisfechas y oportunidades.	2
1.2. Problema de investigación.	4
1.3. Planteamiento del problema.	4
1.3.1. Formulación del Problema.	5
1.4. Justificación.	5
1.4.1.1. Justificación Práctica.	6
1.4.2. Objetivos de la investigación.....	7
1.4.2.1. Objetivo general.	7
1.4.2.2. Objetivos específicos.....	7
1.5. Marco metodológico.	7

1.5.1. Nivel de investigación.....	7
1.5.1.1. Investigación exploratoria.	8
1.5.1.2. Investigación descriptiva.....	8
1.5.2. Fuentes de información.	8
1.6. Delimitación de la investigación.	8
1.6.1. Alcance temporal o geográfico.	8
ANÁLISIS DE CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	9
1.1. Análisis del entorno mediato del negocio	9
1.1.1. Factor Político – Legal.....	9
1.1.2. Factor Ambiental	11
1.1.3. Factor Económico.....	13
2.1.3. Factor Tecnológico.....	18
2.1.4. Análisis PESTEL.	20
2.2. Análisis del entorno inmediato del negocio.	21
2.2.1. Clientes.....	21
2.2.2. Competidores.....	22
2.2.2.1. Competencia directa.	22
2.2.2.2. Competencia indirecta.....	24

2.2.3. Productos sustitutos.....	25
2.2.4. Proveedores.	26
2.3. Síntesis.....	27
PLAN DE MARKETING.....	30
2.1. Objetivos.	30
2.1.1. Objetivo general.....	30
2.1.2. Objetivos específicos.	30
2.2. Segmentos de Mercado.	31
2.3. Determinación de la demanda.....	32
2.3.1. Estimación de la demanda.....	32
2.4. Ventajas competitivas.....	35
2.5. Estrategias del Marketing Mix.....	37
2.5.1. Estrategia del producto.....	39
2.6. Presupuesto de marketing	52
PLAN DE OPERACIONES.....	55
3.1. Objetivos del plan de operaciones.	55
3.2. Descripción del producto.....	55
3.3. Proceso de producción.	57

3.3.1.	Descripción del proceso de producción.	57
3.4.	Capacidad de producción.....	62
3.5.	Maquinaria y equipo.	65
3.5.1.	Costo de la maquinaria, equipo y materiales.	65
3.6.	Localización.	75
3.6.1.	Macro localización.	75
3.6.2.	Micro localización.	76
3.6.3.	Diseño y distribución de la planta.	79
PLAN DE ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO.		83
4.1.	Objetivos del plan organizacional.	83
4.2.	Marco de referencia estratégico del negocio	83
4.2.1.	Nombre de la empresa.....	84
4.2.2.	Tipo de empresa.	84
4.2.3.	Misión.	85
4.2.4.	Visión.....	85
4.2.5.	Valores.....	85
4.3.	Análisis FODA.	86
4.4.	Estructura organizacional.....	87

4.5.	Manual de funciones.....	88
4.6.	Administración de sueldos y salarios.	92
4.6.1.	Escala salarial.	92
4.8.	Aspectos legales de constitución.	94
4.8.1.	Obligaciones fiscales y sanitarias.	94
4.8.2.	Principales aspectos impositivos y normativos vigentes en Bolivia.	
	100	
4.8.3.	Costos Organizacionales.	102
	PLAN FINANCIERO	104
5.1.	Objetivos del plan financiero.....	104
5.2.	Determinación de la inversión total.	104
5.2.1.	Inversión fija.....	105
5.2.1.1.	Inversión en Maquinaria y Equipo.	105
5.2.1.2.	Inversión en Muebles y Enseres.	106
5.2.1.3.	Equipo de Computación.	107
5.2.1.4.	Material de limpieza	107
5.2.1.5.	Insumos y suministros	108
5.2.1.6.	Costos de comercialización.....	108

5.2.1.7. Servicios básicos.....	109
5.2.2. Total, inversión fija.	110
5.2.3. Capital de trabajo.....	110
5.2.4. Inversión Diferida.....	111
5.2.5. Total, de Inversión.	112
5.3. Fuentes de Financiamiento.....	112
5.4. Estructura de costos	113
5.4.1. Costos fijos.....	114
5.4.2. Costos Variables.	117
5.5. Total, costos de producción.	118
5.6. Determinación del costo unitario de producción.	119
5.6.1. Costo Variable Unitario.	119
5.6.2. Precio de venta unitario.	119
5.6.3. Precio de venta con factura.....	120
5.7. Punto de equilibrio.	120
5.8. Ingresos proyectados.....	121
5.9. Amortización.	121
5.10. Depreciación de activos fijos.	122

5.11. Balance de apertura.....	124
5.12. Flujo de caja.	125
5.13. Indicadores de evaluación del negocio.	129
5.13.3. Escenario Pesimista.	132
5.14. Evaluación del tipo de empresa según su magnitud.....	134
CONCLUSIONES	135
RECOMENDACIONES	136
BLIBLIOGRAFÍA	137
WEBLOGRAFÍA.....	138
ANEXOS.....	139
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.	139
1.1. Planteamiento del problema.	139
1.1.1. Problema de decisión gerencial.....	139
1.1.2. Problema de investigación de mercado.	140
1.1.3. Objetivos de la investigación de mercado.....	140
Objetivo general.....	140
Objetivos específicos.	140
1.1.4. Pregunta de Investigación de Mercados.	140

1.1.5.	Planteamiento de la Hipótesis.....	141
1.1.6.	Metodología de la investigación de mercado.....	141
1.1.7.	Determinación de la población y tamaño de la muestra.....	142
1.1.8.	La encuesta Piloto.	145
1.1.9.	Encuesta.	147
1.1.10.	Presentación y análisis de resultados.	149

INDICE DE CUADROS.

CUADRO 1	2
CUADRO 2	14
CUADRO 3	15
CUADRO 4	15
CUADRO 5	16
CUADRO 6	17
CUADRO 7	20
CUADRO 8	23
CUADRO 9	24
CUADRO 10	25
CUADRO 11	31
CUADRO 12	35
CUADRO 13	56
CUADRO 14	58
CUADRO 15	62
CUADRO 16	63
CUADRO 17	64
CUADRO 18	65
CUADRO 19	68
CUADRO 20	70
CUADRO 21	71
CUADRO 22	72
CUADRO 23	73
CUADRO 24	86

CUADRO 2589

CUADRO 2690

CUADRO 2791

CUADRO 28100

CUADRO 29101

INDICE DE GRAFICAS

GRÁFICA 1	40
GRÁFICA 2	41
GRÁFICA 3	42
GRÁFICA 4	42
GRÁFICA 5	43
GRÁFICA 6	45
GRÁFICA 7	46
GRÁFICA 8	47
GRÁFICA 9	48
GRÁFICA 10	49
GRÁFICA 11	50
GRÁFICA 12	51
GRÁFICA 13	52
GRÁFICA 14	60
GRÁFICA 15	75
GRAFICA 16	80
GRÁFICA 17	88

INDICE DE TABLAS

TABLA 1	32
TABLA 2	34
TABLA 3	37
TABLA 5	44
TABLA 6	53
TABLA 7	69
TABLA 8	74
TABLA 9	77
TABLA 10.....	93
TABLA 11	93
TABLA 12.....	102
TABLA 13.....	106
TABLA 14.....	106
TABLA 15.....	107
TABLA 16.....	108
TABLA 17.....	108
TABLA 18.....	109
TABLA 19.....	109
TABLA 20.....	110
TABLA 21.....	110
TABLA 22.....	111
TABLA 23.....	112
TABLA 24.....	113
TABLA 25.....	113

TABLA 26.....	114
TABLA 27.....	114
TABLA 28.....	115
TABLA 29.....	116
TABLA 30.....	117
TABLA 31.....	117
TABLA 32.....	117
TABLA 33.....	118
TABLA 34.....	120
TABLA 35.....	121
TABLA 36.....	122
TABLA 37.....	122
TABLA 38.....	124
TABLA 39.....	126
TABLA 40.....	127
TABLA 41.....	128
TABLA 42.....	129
TABLA 43.....	131
TABLA 44.....	132

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1.....	139
ANEXO 2.....	143
ANEXO 3.....	143
ANEXO 4.....	144
ANEXO 5.....	149
ANEXO 6.....	150
ANEXO 7.....	150
ANEXO 8.....	151
ANEXO 9.....	152
ANEXO 10.....	153
ANEXO 11.....	154
ANEXO 12.....	154
ANEXO 13.....	155
ANEXO 14.....	156
ANEXO 15.....	157
ANEXO 16.....	158
ANEXO 17.....	160
ANEXO 18.....	160
ANEXO 19.....	161
ANEXO 20.....	161
ANEXO 21.....	162
ANEXO 22.....	163
ANEXO 23.....	164
ANEXO 24.....	165