

INDICE

CAPÍTULO 1.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	3
1.1. PROBLEMA	7
1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.1.3. ESQUEMA DEL PROBLEMA	8
1.2. PROPUESTA DE VALOR INSIGHT	9
1.3. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	9
1.3.1. Objetivo general	9
1.3.2. Objetivos específicos	9
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	10
1.4.1. Justificación Metodológica	10
1.4.2. Justificación Práctica.....	11
1.5. ALCANCE.....	11
1.5.1. Límite substantivo	11
1.5.2. Límite espacial	11
1.5.3. Límite temporal.....	11
CAPÍTULO 2.....	12
2. MARCO TEÓRICO	12
PROYECTO.....	12
ETAPAS DEL PROYECTO.....	13
2.1. ESTUDIO DE MERCADO	13
MERCADO.....	13
2.1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	14
2.1.2. PRINCIPALES ASPECTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	15
2.2. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	20
2.2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	20
2.2.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	21
2.3. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.....	23
2.3.1. MISIÓN	23
2.3.2. VISIÓN	24

2.3.3.	OBJETIVOS	25
2.3.4.	ESTRATEGIA	25
2.3.5.	PLAN DE ACCIÓN.....	25
2.3.6.	PRESUPUESTO	25
2.4.	ORGANIZACIÓN	26
2.4.1.	DESCRIPCIÓN DE CARGOS	27
2.4.2.	ORGANIGRAMA	27
2.4.3.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	28
2.5.	INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	30
2.5.1.	INVERSIONES.....	30
2.5.2.	FINANCIAMIENTO	32
2.6.	INGRESOS Y COSTOS	32
2.6.1.	INGRESOS DEL PROYECTO	32
2.6.2.	COSTOS DEL PROYECTO.....	32
2.7.	ESTADOS FINANCIEROS	33
2.7.1.	BALANCE DE APERTURA	34
2.7.2.	ESTADO DE RESULTADOS.....	34
2.8.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	34
2.8.1.	TIPOS DE EVALUACIÓN	34
CAPITULO 3.....		37
3. MARCO LEGAL		37
3.1.	DOCUMENTOS PARA CREAR UNA EMPRESA EN BOLIVIA	38
MARCO PRÁCTICO.....		41
CAPITULO 4.....		41
4. ESTUDIO DE MERCADO		41
4.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	41
4.2.	PRINCIPALES ASPECTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	41
4.2.1.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	41
4.2.2.	Preferencias del tipo de producto y mercado rentable	42
4.2.3.	Características del producto	44
4.2.4.	Precio del producto y competencia	45
4.3.	Análisis de la demanda.....	46
4.4.	Demanda del producto	50

4.5.	Oferta del producto	51
4.5.1.	Oferta proyectada del producto.....	52
4.5.2.	Demanda proyectada del producto.....	53
4.6.	Balance oferta-demanda.....	53
CAPITULO 5.....		55
5.	TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	55
5.1.	Tamaño del proyecto.....	55
5.1.1.	Factores que determinan el tamaño.....	55
5.1.2.	Factores ponderados.....	57
5.1.3.	Tamaño proyectado.....	59
5.2.	Localización del proyecto	60
5.2.1.	Macro- localización.....	61
5.2.2.	Micro-localización	61
CAPITULO 6.....		65
6.	INGENIERÍA DEL PROYECTO	65
6.1.	Análisis del proceso de producción.....	65
6.2.	Requerimiento de materia prima/insumos, maquinaria.....	71
6.2.1.	Materia prima	71
6.2.2.	Insumos	73
6.2.3.	Maquinaria	74
6.3.	Programa de producción	75
6.3.1.	Personal administrativo.....	76
6.4.	Prototipo del producto.....	78
6.4.1.	Mameluco.....	78
6.4.2.	Bodi manga corta	79
6.4.3.	Polera manga corta	79
6.5.	ANÁLISIS DEL ENTORNO (PEST).....	79
6.5.1.	Factores políticos-legales.....	79
6.5.2.	Factores económicos.....	80
6.5.3.	Factores socio-cultural	80
6.5.4.	Factores tecnológicos.....	81
CAPITULO 7.....		82
7.	ORGANIZACIÓN	82

7.1.	Organización jurídica y aspectos legales que se deben cumplir en Bolivia	82
7.1.1.	Tipo de empresa	82
7.2.	ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	83
7.2.1.	Misión	83
7.2.2.	Visión	83
7.2.3.	Objetivos	83
7.3.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	84
7.3.1.	Organigrama.....	84
7.3.2.	Estructura organizacional.....	84
7.3.3.	CARGOS Y FUNCIONES	85
CAPÍTULO 8		90
8. ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA		90
8.1.	NOMBRE DE LA EMPRESA.....	90
8.2.	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	90
8.2.1.	Estrategia genérica	90
8.2.2.	Estrategia específica.....	90
CAPÍTULO 9		99
9. COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO		99
9.1.	COSTOS ASOCIADOS AL PROYECTO	99
9.2.	DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO	103
9.3.	DETERMINACIÓN DEL PRECIO	104
9.4.	PROYECCIÓN DE COSTOS.....	105
9.5.	PROYECCIÓN DE INGRESOS	106
CAPÍTULO 10		108
10. INVERSIONES		108
10.1.	CAPITAL DE TRABAJO.....	108
10.2.	INVERSIÓN FIJA	108
10.2.1.	Edificios	108
10.2.2.	Instalaciones.....	109
10.2.3.	Vehículo	109
10.2.4.	Maquinaria y equipo	110
10.2.5.	Equipo de sonido.....	110
10.2.6.	Equipo de computación.....	111

10.2.7.	Muebles y enseres	111
10.2.8.	Total, inversión fija	112
10.2.9.	Depreciación	113
10.3.	INVERSIÓN DIFERIDA.....	114
10.4.	INVERSIÓN TOTAL	115
CAPÍTULO 11.....		117
11. ESTADOS FINANCIEROS Y FINANCIAMIENTO.....		117
11.1.	BALANCE DE APERTURA	117
11.1.1.	Efectivo disponible.....	117
11.1.2.	Material de escritorio	117
11.2.	ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA PROYECTADOS.....	120
11.2.1.	Estado de resultados desde el punto de vista del inversionista	120
11.2.2.	Flujo de caja desde el punto de vista del inversionista.....	120
11.2.3.	Financiamiento.....	121
11.2.4.	Estado de resultados financiero.....	122
11.2.5.	Flujo de caja financiero	123
CAPÍTULO 12.....		125
12. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....		125
12.1.	DIFERENTES ESCENARIOS	125
CONCLUSIONES.....		127
RECOMENDACIONES.....		129
BIBLIOGRAFÍA.....		130
ANEXOS.....		132
ANEXO 1.....		132
ENTREVISTA A COMERCIANTES Y ENCUESTA A MADRES/PADRES DE BEBÉS		132
ANEXO 2.....		142
ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO.....		142
ANEXO 3.....		143
TIPOS DE TELA		143
ANEXO 4.....		145
CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO INCREMENTAL		145
ANEXO 5.....		146

CÁLCULO DEL TMAR PARA INVERSIONISTAS Y TMAR PONDERADO CON PRESTAMO BANCARIO	146
ANEXO 6.....	147
PRODUCCIÓN DE FRALDAS DE BEBÉ PARA EL MERCHANDISING.....	147
ANEXO 7.....	148
CRONOGRAMA DE INVERSIONES	148
ANEXO 8.....	149
OTROS MATERIALES NECESARIOS PARA EL PROCESO DE FABRICACIÓN ..	149
ANEXO 9.....	150
DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA POR PRODUCTO	150
ANEXO 10.....	152
OTRA MATERIA PRIMA USADA PARA LA ELABORACIÓN DE PRENDAS DE BEBÉ	152
ANEXO 11	153
INVERSIÓN DEL PROYECTO	153
ANEXO 12.....	173
PASOS PARA CREAR MI EMPRESA EN BOLIVIA 2020	173