

UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA EL SERVICIO
LAVADO Y MANTENIMIENTO DE MOTOCICLETAS EN
GENERAL “MOTOLAVADO J &M”**

DOCENTE GUÍA: LIC. ADRIAN SILISQUE MAMANI

POR:

ESCARAY QUISPE MILTON MARIO

IRAHOLA FERNANDEZ JULIO ALBERTO

**Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la UNIVERSIDAD
AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO” como requisito para optar el
grado académico de licenciatura en administración de empresas.**

TARIJA –BOLIVIA

2011

Vo. Bo.

.....
Lic. Adrián Silisque
PROFESOR GUÍA

.....
M. S.c. LIC. Bernardo Muñoz Vargas
DECANO
FACULTAD CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

.....
M. S.c. LIC. Víctor Vargas Rivera
VICEDECANO
FACULTAD CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

.....
M. S.c. LIC. Waldo Gumiel Vela
Director de Adm. Y Adm. Aplicada

Aprobado por:

.....
Lic. Patricia González
Tribunal 1

.....
Lic. Víctor Jhon Vaca Jerez
Tribunal 2

ADVERTENCIA

El Tribunal Calificador del presente Trabajo de Profesionalización no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el trabajo, siendo las mismas únicamente responsabilidad de los autores.

DEDICATORIA

A mis padres Luis y Florentina por el amor y admiración que les tengo y para que la felicidad que yo siento, puedan sentirla ellos, en forma de agradecimiento a su sacrificio, comprensión, perseverancia y amor recibido

A mi hermana con amor y agradecimiento sincero a su apoyo y comprensión.

A mi compañera

Son todos estos seres quienes merecen mi reconocimiento y gratitud por ser apoyo para el logro de este sueño.

MILTON

DEDICATORIA

Al iniciar una travesía por la vida siempre se cuenta con seres especiales que nos brindan su apoyo incondicional y en mi camino han surgido muchos seres maravillosos que han iluminado mi vida.

Mis padres son la fuente, el soporte y ejemplo diario, mis hermanos y sobrinos quienes representan la compañía y alegría que día a día me motivan a seguir adelante.

Son todos estos seres quienes merecen mi reconocimiento y gratitud por ser apoyo para el logro de este sueño.

JULIO

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la vida que nos han llevado paso a paso por el camino del aprendizaje constante, brindándonos la oportunidad de conocer personas y lugares maravillosos que han contribuido con la formación integral de cada uno de nosotros en momentos cruciales de nuestra vida.

A nuestro Docente guía Lic. Adrián Silisque, por el trato amable y cordial, especialmente por su interés, colaboración y apoyo en el desarrollo de este trabajo, que nos alentó a seguir adelante a través de sus sabios consejos y enseñanzas.

A nuestros tribunales Lic. Patricia Gonzales y Jhon Vaca y a todo el personal docente de la carrera de Administración de Empresas por sus enseñanzas y contribución con nuestra formación profesional y personal.

PENSAMIENTO

Hay hombres que luchan un día... y son buenos. Hay otros que luchan un año... y son mejores, pero hay otros que luchan toda la vida... esos son imprescindibles. Brecht

INDICE GENERAL

INTRODUCCION.....	1
1. JUSTIFICACION.....	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
3. OBJETIVO GENERAL.....	3
3.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	3
4. ALCANCE.....	3
4.1. ALCANCE ESPACIAL.....	3
4.2. ALCANCE TEMPORAL.....	4
5. METODOLOGIA.....	4
5.1. MARCO TEORICO.....	4
5.2. MARCO PRÁCTICO.....	4
5.3. MODELO PROPUESTO.....	4
6. FUENTES DE INFORMACION.....	5
6.1. PRIMARIA.....	5
6.2. SECUNDARIA.....	5

PRIMERA PARTE

MARCO TEORICO

1. CONCEPTO DE PLAN DE NEGOCIO.....	6
1.1. OBJETIVO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	6
1.2. COMPONENTES DE UN PLAN DE NEGOCIO.....	7
2. ANALISIS DEL ENTORNO GENERAL.....	7
2.1. ENTORNO MEDIATO.....	7
2.2. ENTORNO INMEDIATO.....	8
3. DEFINICION DE INVESTIGACION DE MERCADO.....	9
3.1. FORMULACION DE LA HIPOTESIS.....	10
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	10
3.3. CUESTIONARIO.....	11
4. MISION.....	11
5. VISION.....	12
6. TIPOS DE EMPRESA.....	12
7. VALORES.....	12

8. POLITICAS DE EMPRESA.....	12
9. MARKETING.....	12
9.1. DEMANDA.....	13
10. ESTRATEGIA.....	14
11. DISTRIBUCION DE PLANTA.....	14
12. CAPACIDAD DE PRODUCCION.....	15
13. CONTROL DE CALIDAD.....	15
14. ESTUDIO LEGAL Y SOCIAL.....	15
15. ORGANIGRAMA.....	15
16. ANALISIS FINANCIERO.....	16

SEGUNDA PARTE: DIAGNOSTICO

CAPITULO I: ANALISIS DEL CONTEXTO

1.1. INTRODUCCION.....	18
1.2. ENTORNO MEDIATO.....	18
1.2.1. FACTOR POLITICO LEGAL.....	18
1.2.2. FACTOR ECONOMICO.....	19
1.2.3. FACTORES SOCIALES.....	23
1.2.4. FACTOR TECNOLOGICO.....	24
1.2.5. FACTOR AMBIENTAL.....	24
1.3. ENTORNO INMEDIATO.....	25
1.3.1. COMPETIDORES.....	25
1.3.2. PROVEEDORES.....	27
1.3.3. CLIENTES.....	28
1.4. SINTESIS DEL ANALISIS DEL CONTEXTO.....	29

CAPITULO II: INVESTIGACION DE MERCADO

2.1. INTRODUCCION.....	31
2.2. PROBLEMA DE INVESTIGACION DE MERCADOS.....	31
2.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	31
2.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	31
2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	31
2.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	32
2.5. HIPOTESIS.....	32

2.6. NECESIDAD DE INFORMACION.....	32
2.7. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	32
2.7.1. INVESTIGACION EXPLORATORIA.....	32
2.7.2. INVESTIGACION DESCRIPTIVA.....	33
2.8. FUENTES DE INFORMACION.....	33
2.8.1. DATOS PRIMARIOS.....	33
2.8.2. DATOS SECUNDARIOS.....	33
2.9. DISEÑO DE CUESTIONARIOS.....	34
2.9.1. DEFINICION DE LA POBLACION META.....	34
2.9.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	35
2.10. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	37
2.11. CONCLUSIONES.....	43
2.12. VERIFICACION DE LA HIPOTESIS.....	43

TERCERA PARTE: DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

CAPITULO III: NATURALEZA DEL NEGOCIO

3.1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	44
3.2. MISION.....	44
3.3. VISION.....	44
3.4. NOMBRE DE LA EMPRESA.....	44
3.4.1. TIPO DE EMPRESA.....	44
3.5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	44
3.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	44
3.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	45
3.6. VALORES.....	45
3.7. POLÍTICAS DE LA EMPRESA.....	46

CAPITULO IV: PLAN DE MARKETING

4.1. PLAN DE MARKETING.....	47
4.2. ANALISIS DE LA SITUACION DE MERCADO.....	47
4.2.1. DEMANDA.....	47
4.2.2. DEMANDA POTENCIAL.....	47
4.2.3. DEMANDA ESTIMADA.....	48
4.3. MERCADO OBJETIVO.....	49

4.4. ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	50
4.5. PLAN DE ACCIÓN.....	50
4.5.1. TIPOS DE SERVICIO.....	50
4.5.2. PRECIO.....	51
4.5.3. PLAZA.....	53
4.5.4. PROMOCIÓN.....	53

CAPITULO V: PLAN DE OPERACIONES

5.1. PLAN DE OPERACIONES.....	55
5.2. LOCALIZACION DE LA EMPRESA.....	55
5.3. DISTRIBUCIÓN INTERNA.....	58
5.4. CAPACIDAD DE PRODUCCION.....	60
5.5. TIPO DE PRODUCCION.....	61
5.5.1. DESCRIPCION DEL PROCESO.....	61
5.6. MAQUINARIA, EQUIPO E INFRAESTRUCTURA.....	64
5.7. DETERMINACIÓN DE COSTOS.....	68
5.8. CONTROL DE CALIDAD.....	73

CAPITULO VI: ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO

6.1. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	74
6.1.1. PASOS A SEGUIR PARA EL REGISTRO DE LA EMPRESA.....	74
6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	77
6.2.1. DESCRIPCION DE CARGOS.....	78
6.3. FUERZA DE TRABAJO.....	84
6.3.1. PLANILLA DE SUELDOS DEL PERSONAL.....	84

CAPITULO VII: PLAN FINANCIERO

7.1. PLAN FINANCIERO.....	85
7.2. DETERMINACION DEL COSTO DE PRODUCCION Y PRECIO DE VENTA.....	85
7.3. ESTRUCTURA DE INVERSION.....	87
7.3.1. FINANCIAMIENTO.....	89
7.4. ESTIMACION DE INGRESOS.....	91

7.5. ESTIMACION DE LOS COSTOS.....	91
7.6. ESTADOS FINANCIEROS.....	93
7.6.1. FLUJO DE CAJA.....	93
7.7. EVALUACION FINANCIERA.....	94
7.7.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	95
7.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	95
7.8. BENEFICIO – COSTO.....	96
7.9. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	96
CONCLUSIONES.....	97

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ANEXO 1: TARIJA PARQUE AUTOMOTOR

ANEXO 2: ENCUESTA PILOTO

ANEXO 3: CUESTIONARIO DEFINITIVO

ANEXO 4: RESULTADOS DE LA ENCUESTA

ANEXO 5: TIPOS DE SERVICIO

ANEXO 6: INGRESO POR VENTAS

ANEXO 7: RESUMEN GENERAL DEL PLAN DE NEGOCIO

ANEXO 8: BALANCE DE APERTURA

ANEXO 9: PLAN DE IMPLANTACION DEL NEGOCIO

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICON° 1: CRECIMIENTO PRODUCTO INTERNO BRUTO.....	20
GRAFICO N° 2: BOLIVIA: RENTA PER-CAPITA.....	21
GRAFICO N° 3: BOLIVIA: TASA DE INFLACION.....	22
GRAFICO N° 4: DESEMPLEO 2007-2011.....	22
GRAFICO N° 5: CANAL DE DISTRIBUCION DIRECTA.....	53
GRAFICO N° 6: UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	58
GRAFICO N° 7: DISTRIBUCIÓN INTERNA.....	59
GRAFICON° 8: PROCESO DE PRESTACION DEL SERVICIO.....	61
GRAFICON° 9: DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.....	63
GRAFICON° 10: ORGANIGRAMA PROPUESTO.....	78

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1: POBLACIÓN TOTAL DE TARIJA.....	23
CUADRO N° 2: LAVADEROS DE AUTOS CIUDAD DE TARIJA.....	26
CUADRO N° 3: TARIFA DE PAGO AGUA.....	27
CUADRO N° 4: TARIFA DE PAGO ENERGÍA ELÉCTRICA.....	28
CUADRO N° 5: PROVEEDORES DE INSUMOS.....	28
CUADRO N° 6: MOTOCICLETAS LEGALES E ILEGALES.....	35
CUADRO N° 7: DEMANDA POTENCIAL.....	48
CUADRO N° 8: ESTIMACION DE LA DEMANDA.....	49
CUADRO N° 9: PRECIOS DEL SERVICIO.....	52
CUADRO N° 10: COMPARACION DE PRECIOS.....	52
CUADRO N° 11: COSTO DE PUBLICIDAD.....	54
CUADRO N° 12: FACTORES DE LOCALIZACION.....	56
CUADRO N° 13: CALCULO PARA LA LOCALIZACION.....	57

CUADRO N° 14: CAPACIDAD DE PRODUCCION.....	60
CUADRO N° 15: OTROS ACCESORIOS.....	66
CUADRO N° 16: INSUMOS PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO...	67
CUADRO N° 17: COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.....	68
CUADRO N° 18: COSTO ALQUILER DE EDIFICIO.....	69
CUADRO N° 19: COSTO DE EQUIPOS PARA RECEPCION.....	69
CUADRO N° 20: COSTO DE MUEBLES Y ENSERES.....	70
CUADRO N° 21: COSTO DE MATERIAL DE ESCRITORIO.....	70
CUADRO N° 22: COSTO DE SERVICIOS BASICOS.....	71
CUADRO N° 23: COSTO DE HERRAMIENTAS.....	71
CUADRO N° 24: COSTO DE INSUMOS.....	72
CUADRO N° 25: PROVEEDORES DE MAQUINARIA E INSUMOS.....	73
CUADRO N° 26: PERSONAL PARA “MOTOLAVADO J y M”.....	84
CUADRO N° 27: PLANILLA SALARIAL.....	84
CUADRO N° 28: COSTO DE PRODUCCION.....	85
CUADRO N° 29: DETERMINACION DE LA CANTIDAD DE DEMANDA PARA CADA SERVICIO.....	86
CUADRO N° 30: ESTRUCTURA DE INVERSION.....	88
CUADRO N° 31: FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	89
CUADRO N° 32: CALCULO DE LA AMORTIZACION.....	90
CUADRO N° 33: RESUMEN DE LAS DEPRECIACIONES.....	90
CUADRO N° 34: PLAN DE VENTAS ANUAL DEL SERVICIO.....	91
CUADRO N° 35: GASTOS ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES.....	92
CUADRO N° 36: PAGOS IMPOSITIVOS.....	92
CUADRO N° 37: FLUJO DE CAJA.....	94
CUADRO N° 38: PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION..	97