

## 1. ANTECEDENTES

La rueda lleva miles de años de uso. Algunas fuentes indican que habrían nacido en la antigua Sumeria (Mesopotamia) alrededor del 3.500 a.C. Pero la idea de ponerle el caucho en el exterior fue gracias al inventor Charles Goodyear que, en 1839, y por accidente descubrió la primera gran evolución en la fabricación de neumáticos.

El origen de los neumáticos se remonta concretamente al año 1839, cuando Charles Goodyear descubrió la vulcanización, un proceso para mejorar la resistencia y la plasticidad del caucho. En ese entonces los neumáticos se volvieron de suma importancia en el mundo.

En América latina los primeros neumáticos que fueron comercializados fueron en Argentina, donde la empresa de neumáticos BRIDGESTONE importaba desde Japón para ser comercializado en latino América.

Actualmente la escasez de neumáticos que afecta a la industria automotriz en sus plantas de producción y a la cadena de ventas no sólo llevó a una disparada de precios, sino que generó un movimiento en provincias de frontera, donde argentinos cruzan principalmente a Bolivia y Paraguay para comprar, al tiempo que se incrementa el contrabando desde esos países para abastecer la demanda.

A lo largo de la historia los automóviles han sufrido múltiples variantes dentro del mercado, sin embargo los neumáticos se han mantenido como uno de los elementos inalterables por su concepción y su funcionalidad en los vehículos, los fabricantes de neumáticos como la empresa de Michelin de Francia, encontraron la forma de revolucionar el concepto CREANDO RUEDAS SIN AIRE compactando una malla con la goma o caucho tradicional, todos los tipos de vehículos podrán contar con este nuevo elemento que presenta ventajas evidentes en la seguridad de automóviles.

Estos neumáticos le ofrecen mayor confortabilidad al pasajero y mayor eficiencia al vehículo en terreno inestables, además con esta nueva tecnología los pinchazos dejan de ser una amenaza para el conductor ya que estas nuevas llantas están

diseñadas para tener un rendimiento óptimo aun al encontrarse con elementos filosos en la carretera.

Según el INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) – Bolivia: parque automotor, según tipo de servicio y clase de vehículo, 2003 – 2021 se pudo determinar que hay un incremento de vehículos considerablemente en nuestro país, por lo tanto, cabe recalcar que la demanda en nuestro país es mayor que la oferta.

La importación de llantas es una actividad comercial de gran demanda en el mercado tarijeño la cual genera grandes beneficios tanto para nuevos empresarios de transportistas como para los actuales productores mayoristas.

Se determinó, que en la ciudad de Tarija también hubo un incremento de automóviles por lo que se identificó una oportunidad de negocio, para ofrecer una alternativa diferente para todos los transportistas y personas que tienen su automóvil.

El enfoque del proyecto es realizar un plan de negocio para la importación de neumáticos sin aire garantizando la calidad y durabilidad de los neumáticos para todo tipo de vehículos en la ciudad de Tarija.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

### **2.1. Justificación teórica**

En el presente trabajo de un plan de negocio para la importación de llantas sin aire se aplicará todos los conceptos de los temas teóricos estudiados académicamente durante el transcurso de la carrera universitaria.

En la actualidad es importante que todas las empresas existentes como también los planes de negocio para emprendimientos, usen todas las herramientas necesarias para poder adaptarse con mayor facilidad a los cambios constantes del entorno cambiante.

## **2.2. Justificación practica**

La importancia de este tema tendrá una trascendencia dentro de la economía al contar con llantas sin aire de precios accesibles, alta calidad y durabilidad de origen francés satisfaciendo los requerimientos de los consumidores más exigentes, de esta forma superando la competencia directa de otras marcas de llantas.

El mercado del departamento de Tarija de llantas se encuentra en constante cambio, por esta razón el plan de negocio para la importación de llantas sin aire desde la empresa Michelin de Francia, implementara estrategias de productos innovadoras de esta forma se logrará el posicionamiento de este producto y se generaría altos rendimientos de utilidades en el departamento de Tarija específicamente en la ciudad de Tarija

La presente investigación surge de la identificación de la necesidad de ofrecer un producto diferente de los demás productos, como ser llantas sin aire para todo tipo de automóviles en el mercado tarijeño, diferenciándonos de la competencia ya que estas llantas son antipinchazos y mayor eficiencia en terrenos inestables.

Otra de las razones es que la finalidad de este proyecto es satisfacer las necesidades de los clientes garantizando la máxima seguridad y máxima durabilidad, los conductores tienen la opción de viajar sin una llanta de repuesto, lo que se traduce en un menor peso de carga y una mejor economía de combustible.

## **2.3. Justificación social**

El presente plan de negocio de importación de neumáticos sin aire de Francia beneficiará directamente a todas las empresas que se dedican a la importación de neumáticos en toda Bolivia específicamente en la ciudad de Tarija, y una vez realizada la importación de neumáticos, también beneficiará a todas las empresas de transportes y a la población en general que tengan su automóvil o cualquier tipode motorizado en la ciudad de Tarija.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Actualmente, el mundo afronta por un problema muy serio con los desechos de los neumáticos que contaminan al medio ambiente, es por ello en Europa, FRANCIA, las empresas de neumáticos como Michelin está creando llantas sin aire con mayor durabilidad y de esta forma disminuir la contaminación del aire, la lenta degradación de los neumáticos y al no tener un adecuado procesamiento para su eliminación ocasiona graves problemas para la salud y el medio ambiente. En el continente sudamericano atraviesa por el mismo problema con la cantidad de llantas desechadas. Por este motivo surge la idea de la importación de llantas sin aire de mejor calidad y durabilidad con el objetivo de disminuir la contaminación del aire por su durabilidad de llantas, es una idea innovadora que genera emprendimientos empresariales amigables que ayuda a nuestro medio ambiente disminuir la contaminación.

En la actualidad, en Bolivia específicamente en la ciudad de Tarija si bien existe empresas importadoras de llantas como la importadora NISOL, ASOMIL LLANTAS etc., viendo la posibilidad de que en la ciudad de Tarija existe la necesidad de realizar la importación de neumáticos del futuro que son llantas sin aire, en donde la población pueda tener la oportunidad de poder adquirir los productos como las llantas sin aire. Es por eso se identifica una necesidad de realizar una importación de llantas en el mercado tarijeño con oportunidades que, para la comercialización del producto, por lo que es de gran importancia realizar un plan de negocio que sirva de guía y facilite la actividad de importación.

#### **3.1. Identificación de necesidades del mercado**

En la actualidad, es fundamental para los transportistas la necesidad de contar con unas llantas de máxima durabilidad y seguridad para poder realizar viajes sin ninguna preocupación y sin ningún tipo de riesgo de que se pueda pinchar las llantas. Por lo tanto, se identificó en el mercado tarijeño como una de las principales necesidades, las llantas sin aire, para poder gozar de sus beneficios de las llantas antipinchazos a causa

de que la mayor parte de las carreteras en nuestro país son inestables, de tal manera existe una necesidad de estas llantas que tiene una serie de ventajas, alguna de ellas es:

### **Ventajas**

- Elimina el riesgo de pinchazos y aumenta su durabilidad respecto a las llantas tradicionales.
- Las llantas sin aire son capaces de adaptarse al peso de la carga que transporta el vehículo.
- Ofrece el mejor comportamiento sin sufrir los desgastes irregulares provocados por una presión inadecuada.

En la actualidad, todas las personas propietarios de vehículos cada vez tienen más el deseo de no correr ningún tipo de riesgo ni retrasos a causa de pinchadura de las llantas, por lo tanto las llantas sin aire es una opción más garantizada y segura para el propietario, además, en la actualidad las personas tienen más el deseo de comprarse un auto móvil para que les facilite el transporte para poder movilizarse sin ningún problema, por lo tanto, las llantas son de mucha importancia para sus vehículos, al realizar un análisis de mercado se identificó que el mercado tarijeño tiene la escasez de productos como las llantas de automóvil, de tal manera se creó un plan de negocio para la importación de neumáticos sin aire en la ciudad de Tarija.

### **3.2. Descripción de la idea**

La idea de importación de llantas sin aire llamada Michelin UPTIS son las siglas en inglés que significa, (neumáticos sin aire y antipinchazos), que no requiere de aire para funcionar, además aparte de ser efectivamente mejora la seguridad de desplazamientos evitando los pinchazos y sin preocupación de la presión de neumático.

## GRÁFICA N°1. Llantas sin aire



**Fuente:** Elaboración propia.

Por otra parte, las ruedas sin aire constan de tres elementos principales, la banda de rodadura es el que está en contacto con el suelo y que visualmente es igual que de un neumático normal, otro de los principales elementos del neumático es la estructura interna que está formado por múltiples radios que son los que ayudan a soportar el peso y las cargas del automóvil y la llanta que es específica para estas gomas. La principal diferencia es que en estas ruedas el peso del coche se reparte por el 90% de la estructura del neumático y no solo por la parte que está en contacto con el suelo ya que aquí la clave es que la estructura soporte con seguridad la carga del vehículo sin apoyo del aire. Como se puede ver en la gráfica N° 1.

### **3.3. Oportunidad de mercado**

Viendo la oportunidad de negocio en la ciudad de Tarija nace la idea de crear un plan de negocio para la importación de llantas sin aire, ya que tiene la garantía y seguridad máxima para los transportistas, al ser llantas antipinchazos es una gran oportunidad para adquirir este tipo de productos ya que son llantas para todo tipo de carreteras estables e inestables, con una durabilidad máxima a comparación de los neumáticos con aire. Además, las llantas antipinchazos tienen un tiempo de durabilidad mucho mejor al de los actuales, de tal maneja las llantas sin aire pueden sustituir rápidamente a los neumáticos con aire.

Según el instituto nacional de estadística (INE) ha mencionado que respecto al año 2018 al 2019, casi medio millón de vehículos se han incrementado al parque automotor en Bolivia, lo que significa que hay un incremento constante de vehículos en nuestro país, Tarija es el departamento con más crecimiento porcentual del parque automotor tiene, así lo muestran los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Con todo esto somos el cuarto departamento en cantidad de vehículos en todo el país.

Por lo tanto, en la ciudad de Tarija existe una gran oportunidad para realizar una inversión en la importación de llantas sin aire, al ser llantas antipinchazos y con una durabilidad larga y calidad garantizada, el producto podrá posicionarse con facilidad en el mercado tarijeño ya que las llantas son una pieza importante para todo tipo de Automóviles, además será la primera empresa en importar llantas sin aire en el mercado tarijeño.

## **4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente plan de negocio pretende alcanzar los siguientes objetivos:

### **4.1. Objetivo general**

Determinar la viabilidad de mercado técnico y financiero de la importación de llantas sin aire desde Europa Francia, en base de un plan de negocio en la ciudad de Tarija

#### 4.2. Objetivos específicos

- Analizar el macro y micro entorno del presente plan de negocio para conocer cuáles son las oportunidades y amenazas que afectaría a la importación de neumáticos sin aire en la ciudad de Tarija.
- Identificar las principales necesidades de nuestros posibles clientes a través de una investigación de mercado.
- Determinar un plan de marketing que nos permita identificar cuáles son los factores fundamentales de los clientes al momento de adquirir un producto y el marketing mix
- Determinar un plan operativo para mantener la eficiencia de procesos logísticos aduaneros de importación de mercancías.
- Establecer una estructura organizacional de recursos humanos para el emprendimiento que garantice el cumplimiento de los objetivos, asignando las funciones y responsabilidades a cada uno de los trabajadores de empresa.
- Evaluar la situación económica y financiera para evaluar la viabilidad del emprendimiento de importación de neumáticos sin aire a través de los diferentes indicadores financieros como el VAN, la TIR y B/C.



## **5. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Para el presente plan de negocio se utilizará los siguientes métodos:

### **5.1. Método exploratorio**

Se considera como el primer acercamiento científico a un problema este método se utiliza cuando aún no ha sido suficientemente estudiado, por lo tanto, Para el presente proyecto de la importación de llantas sin aire se recurrió a una investigación exploratoria realizando entrevista a los expertos de los diferentes empresas importadoras de neumáticos en la ciudad de Tarija con el propósito de identificar las posibles amenazas y oportunidades, dadas por el mercado para la importación y comercialización de llantas sin aire para que con la información obtenida se pueda identificar cuáles son las debilidades y fortalezas que tenga este proyecto.

Además, se recurrirá la ayuda de información secundaria de datos recopilados como ser las bibliografías, webgrafías, periódicos, revistas, etc.

### **5.2. Método descriptivo**

Este método descriptivo es concluyente, esto significa que recopila datos cuantificables que se pueden analizar con fines estadísticos en una población objetivo. En el presente trabajo de investigación para el trabajo de campo se utiliza la investigación descriptiva a través del método de la encuesta para obtener datos confiables para el plan de negocio este método nos permite tener una noción más clara de cuáles son las necesidades y gustos de los posibles clientes del mercado tarijeño.

## **6. FUENTES DE INFORMACIÓN**

### **6.1. Fuentes primarios**

En la fase exploratoria la fuente de información primaria se obtendrá a través de una encuesta piloto como también entrevistas a las personas que trabajan en las empresas distribuidoras de neumáticos.

### **6.2. Fuentes secundarios**

Los fuentes secundarios proporcionan información de segunda mano para el presente proyecto de importación se adquirió información de instituciones públicas como el instituto nacional de estadísticas (INE), banco central de Bolivia (BCB), instituto boliviano de comercio exterior (IBCE), organización mundial del comercio (OMC) y la aduana nacional de Bolivia (ANB). libros, tesis, informes.

## **7. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **7.1. Encuesta**

El método de la encuesta se utiliza para recabar información e identificar cuáles son las necesidades y preferencias de los posibles consumidores del mercado objetivo, se basa en realizar una serie de preguntas respecto del tema de la investigación, estas preguntas se pueden realizar por escrito o por línea mediante una computadora o celular, Para la presente investigación se realizará una encuesta en línea por su facilidad de realizar el análisis estadístico.

## **7.2. Cuestionario**

El cuestionario es una herramienta para obtener información a través de la elaboración de una serie de preguntas que permita la obtención de información específica de los participantes.

## **8. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y EL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

### **8.1. Población**

En la presente investigación según el instituto nacional de estadísticas (INE) en la ciudad de Tarija en el año 2022 existía 137.360 motorizados lo que significa que es la cantidad de personas que tienen su automóvil por lo que se tomara en cuenta como población para calcular la muestra para la presente investigación. (ver ANEXOS 9)

#### **Determinación del tamaño de la muestra.**

Para calcular la muestra se aplicará el muestreo de aleatorio simple

#### **Nomenclatura**

**N** = Población total

**p** = Probabilidad de éxito

**q** = Probabilidad de fracaso

**z** = Valor del normal dado un nivel de confianza

**e** = Margen de error permitido

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Este muestreo de aleatoria simple nos permitirá determinar aleatoriamente de manera proporcional la cantidad de encuestas a realizar en la presente investigación a personas que tienen su motorizados, En la ciudad de Tarija.

Para la determinación del valor de la probabilidad de éxito y de la probabilidad de fracaso se realizará una encuesta piloto compuesta a 15 personas aplicadas al azar a las personas que tienen su motorizado.

La pregunta a realizar será la siguiente:

**¿Usted Estaría dispuesto a comprar llantas sin aire que son antipinchazos para su automóvil?**

*SÍ*

*NO*

En base a los resultados de la encuesta piloto se obtendrá el valor de la probabilidad de éxito y fracaso. Esta herramienta se aplicará en el proceso de la investigación de mercado.

## **9. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **9.1. Delimitación teórica**

Para el presente plan de negocio se investigará y averiguaran varias teóricas para poder llevar adelante el presente proyecto de importación de llantas sin aire, como ser administración aplicada, recursos humanos, finanzas, operaciones, marketing, metodología de la investigación, entre otras que se requieran para realizar la investigación.

### **9.2. Delimitación temporal**

Para el presente proyecto de plan de negocio para la importación de llantas sin aire se tomará la información necesaria a partir del año 2018 al 2023

El presente plan de negocio se realizará en el segundo semestre de la gestión 2023 y el plan de negocio se proyectará hasta el año 2026 aproximadamente.

### **9.3. Delimitación espacial**

La investigación del presente plan de negocio se realizará en el departamento de Tarija, en la ciudad de Tarija donde estará como sujeto de estudio a las empresas de transporte y personas que tienen su vehículo.

**CAPÍTULO I**  
**NATURALEZA DE NEGOCIO**

## **1. NATURALEZA DEL NEGOCIO**

### **1.1. Idea del negocio**

La idea del negocio de la importación de llantas sin aire para automóviles proviene de la oportunidad de negocio en el mercado tarijeño. En vista de la necesidad existente de reducir o minimizar el riesgo y el costo de reparación de las llantas.

### **1.2. Descripción de la empresa. emprendimiento**

La empresa IMPORTADORA UPTIS nace como una propuesta de brindar una oportunidad al mercado que se dedicara a la importación de llantas sin aire desde Francia de la empresa de Michelin, con el destino a la ciudad de Tarija, con la finalidad de que el cliente pueda tener mayor beneficio y satisfacción al contar con este nuevo producto de calidad que son las llantas sin aire que no alojan aire comprimido para brindar el soporte estructural. Este producto estará dirigido para todas las personas que tienen su automóvil de tal manera que el cliente tenga una opción innovadora y de mayor rendimiento con el nuevo producto.

### **1.3. Nombre de la empresa**

El nombre que se propone para la empresa es la IMPORTADORA UPTIS que significa sistema único de neumáticos a prueba de pinchazos.

### **1.4. Tipo de empresa**

La empresa IMPORTADORA UPTIS estará constituido como una empresa de sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.) en la que priman las personas que la conforman sobre los aportes que se hacen según el código de comercio (art. 195 al 216) este tipo de sociedad está conformado entre 2 personas a 25 socios. En este caso la

empresa cuenta con dos socios propietarios que tienen la característica de asumir la responsabilidad de carácter limitada.

La empresa se considera como una empresa del sector privado, de tal manera la empresa es una empresa pequeña ya que contara con 10 trabajadores directos e indirectos.

## **1.5. localización del proyecto**

### **1.5.1. Macro localización**

El presente plan de negocio de importación de llantas sin aire, se ubicará en Bolivia departamento de Tarija provincia Cercado.

**GRÁFICA N° 2. Macro localización**



**Fuente:** Google.



### 1.5.2. Micro Localización

Para determinar la ubicación de una empresa se necesita considerar varios aspectos de suma importancia logrando encontrar un lugar ideal, para ello, se debe tomar una decisión muy importante sobre la elección de una ubicación estratégica. De esta manera se optó por proponer cuatro diferentes opciones en lugares estratégicos, donde se tomará en cuenta una serie de criterios de acuerdo a las características y necesidades del proyecto donde se evaluará mediante un método de factores ponderados.

Según el resultado de la tabla de ponderación de factores para la localización de la empresa es la alternativa dos que se muestra en la (grafica N° 3 )

#### Alternativa 2

Zona mercado campesino av. Víctor paz Estensoro Entre Santísima Trinidad

**GRÁFICA N° 3. Micro localización**



**Fuente:** Google Maps.

**TABLA 1. Puntaje de las alternativas**

<b>PUNTAJE DE 1 – 10</b>				
<b>FACTORES</b>	<b>Alternativa 1</b>	<b>Alternativa 2</b>	<b>Alternativa 3</b>	<b>Alternativa 4</b>
<b>Costo de lote</b>	6	4	7	8
<b>Concentración de mercado</b>	4	10	3	3
<b>Disponibilidad de agua, luz y otros suministros</b>	9	10	9	9
<b>Transporte</b>	4	8	5	6
<b>total</b>	<b>28</b>	<b>43</b>	<b>28</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

Según el método de puntaje de localización como se muestra en la tabla n° 1 se puede observar que la alternativa 2 tiene la mayor puntuación con un número de 43 puntos ya que es la alternativa que más cumple con los factores de evaluación para la ubicación de nuestra empresa ya que cuenta con los servicios básicos como también se tiene la cercanía al mercado campesino donde existe mayor movimiento de personas. (ver la tabla N° 1)

## **1.6. VISIÓN Y MISIÓN**

Para el presente trabajo de emprendimiento se optó por proponer una visión y misión, mediante la cual permitirá definir el camino que se debe seguir para alcanzar las metas propuestas, siendo clara, ambiciosa pero realista.

### 1.6.1. Visión

Ser una empresa líder en la importación de llantas de calidad para todo tipo de automóviles en la ciudad de Tarija y exceder las expectativas de nuestros clientes en calidad de los productos y servicios para ser la elección preferencial y recomendada de los clientes en el mercado de llantas.

### 1.6.2. Misión

Proveer llantas de calidad con precios accesibles que respondan las necesidades y exigencias de nuestros clientes en el momento preciso y óptimas condiciones, junto a un servicio único y de excelencia.

### 1.6.3. Objetivos de la empresa

- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Contar con todas las disposiciones legales para el funcionamiento de la empresa
- Importar productos que su precio y calidad sean competitivos
- Generar y mantener una cultura de servicio al cliente interno y externo con altos estándares de calidad
- Establecer canales de distribución

### 1.6.4. Valores

**Profesionalismo.** - desarrollar las actividades con total profesionalidad, humildad, compromiso y respeto, ante todo.

**Honestidad.** -está orientada para todos los trabajadores de la empresa como para los clientes, se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza en la empresa.

**Puntualidad.** - es un valor fundamental para la empresa a la hora de realizar la entrega de los productos a los clientes.

**Respeto.** - respetar los derechos de los demás y trato con educación entre trabajador y cliente

**Trabajo en equipo.** - permitirá a la empresa mejorar sustancialmente y conseguir los objetivos de la empresa

**Excelencia.** - equipo profesional especializado con el mayor grado humano técnica y científica

**Responsabilidad.** - es la capacidad del individuo que actúa de manera correcta y responder por los resultados las decisiones y acciones tomadas.

**CAPÍTULO II**  
**ANÁLISIS DEL CONTEXTO**

## 2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

Para la realización del análisis del contexto se consideró dos modelos, el primer modelo es el PESTA el cual sirve para analizar el macro entorno y permite identificar las fuerzas externas que influyan en el proyecto. El segundo modelo de análisis son las 5 fuerzas de Porter, que nos permite identificar y analizar las fuerzas competitivas del presente proyecto.

### 2.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

A continuación, se ara el análisis PESTA.

#### 2.1.1. Factor Político Legal

La Aduana Nacional de Bolivia asigna un canal de control (rojo, amarillo o verde) después de verificar todos los documentos y su legalidad.

Dentro del marco Legal es necesario mencionar que durante Ley N°1990 de 28 de julio de 1999 la presente Ley regula el ejercicio de la potestad aduanera y las relaciones jurídicas que se establecen entre la Aduana Nacional y las personas naturales o jurídicas que intervienen en el ingreso y salida de mercancías del territorio aduanero nacional. Asimismo, norma los regímenes aduaneros aplicables a las mercancías, las operaciones aduaneras, los delitos y contravenciones aduaneros y tributarios y los procedimientos para su juzgamiento.

**Ley General de Aduanas (LGA):** Esta ley establece las normas y procedimientos para la importación y exportación de mercancías en Bolivia. Define las obligaciones y responsabilidades de los importadores y exportadores, así como los requisitos para el despacho aduanero de las llantas importadas.

**Reglamento a la Ley General de Aduanas (RLGA):** Es el reglamento que complementa y desarrolla lo establecido en la Ley General de Aduanas. Contiene detalles y procedimientos específicos sobre la importación de mercancías, incluyendo

las llantas.

**Reglamento Técnico de Seguridad Vial para Vehículos Automotores:** Este reglamento establece los requisitos técnicos y de seguridad que deben cumplir los vehículos automotores, incluyendo las llantas, para poder circular legalmente en Bolivia.

**Reglamento Técnico para Neumáticos Utilizados en Vehículos Automotores:** Específicamente regula las características técnicas que deben cumplir las llantas que se utilizan en vehículos automotores en Bolivia.

**Normas Bolivianas (NB) relevantes:** Existen normas técnicas específicas relacionadas con las llantas, como la NB 687 sobre neumáticos para vehículos automotores, que establece los requisitos mínimos de calidad y seguridad para estos productos.

**La obligación tributaria aduanera y las obligaciones de pago en aduanas.**

ARTÍCULO 8.- Los hechos generadores de la obligación tributaria aduanera son:

- a) La importación de mercancías extranjeras para el consumo u otros regímenes sujetos al pago de tributos aduaneros bajo la presente Ley.
- b) La exportación de mercancías en los casos expresamente establecidos por Ley.

El hecho generador de la obligación tributaria se perfecciona en el momento que se produce la aceptación por la Aduana de la Declaración de Mercancías.

**Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo – RITEX**

El RITEX el Régimen Aduanero de Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo dentro el cual se permite el ingreso de ciertas mercancías a territorio aduanero nacional, con suspensión del pago de los tributos aduaneros, destinadas a ser reexportadas en un período de tiempo determinado, luego de haber sido sometidas a una transformación, elaboración o reparación.

El inicio de operaciones de las Empresas RITEX o Empresas de Reparación RITEX ante Aduana Nacional, se hará efectiva con la comunicación de la Resolución Administrativa de Incorporación al RITEX por parte del Viceministerio de Comercio

Interno a través del sistema informático, con lo que la Aduana Nacional procederá a la habilitación de usuarios y contraseñas a las Empresas incorporadas al RITEX

### **Análisis:**

Las leyes que regulan las importaciones en Bolivia, tienen como objetivo establecer un marco legal para controlar y administrar las importaciones del país, estas leyes están diseñadas para proteger los intereses nacionales, promover y facilitar el comercio internacional garantizando el cumplimiento de normas y aranceles. De esta manera estas leyes buscan fomentar y promover un entorno económico estable para el desarrollo del país.

#### **2.1.2. Factor Económico**

##### **El PIB Nacional**

El PIB Nacional es considerado como uno de los indicadores más utilizados para medir la actividad económica de un país, ya que expresa el valor total de la producción de bienes y servicios en un determinado periodo.

La economía global continúa atravesando una coyuntura compleja en lo que va de 2023 siendo Bolivia una de las economías que mostró una importante resistencia a los embates de la crisis internacional, provocada por el conflicto bélico entre Rusia-Ucrania. La inflación aún se encuentra por encima de las metas de varios países, cuyos bancos centrales mantienen altas las tasas de interés, desalentando el consumo y la inversión. A esto se suma la elevada incertidumbre que generó la quiebra de bancos en Estados Unidos y la demora en el incremento del techo de endeudamiento del tesoro de ese país. En un contexto económico mundial negativo, Bolivia liderará los índices de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de la región y mantiene su previsión para cerrar el año 2023 con un crecimiento del 4,86%. Según el ministerio de economía y finanzas.

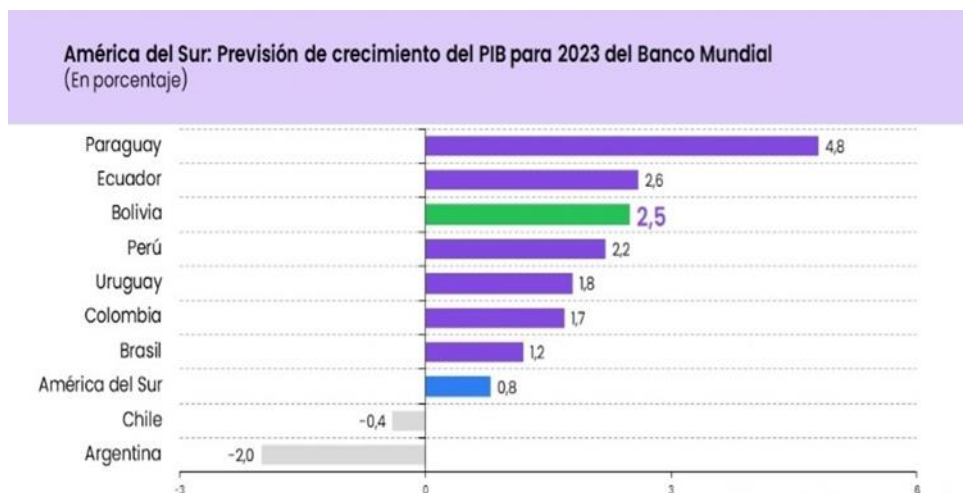


El Producto Interno Bruto (PIB) de Bolivia en 2022, registró un crecimiento de 3,48% respecto a la gestión anterior, es un resultado muy importante, pues a pesar de los intentos de boicot a la economía y el funesto paro en la ciudad de Santa Cruz, el PIB nominal se incrementó de \$us40.703 en 2021, y \$us44.315 millones en 2022, la cifra más alta de nuestra historia. Según el ministerio de economía y finanzas.

Por otro lado, en la gestión 2021 el Producto Interno Bruto (PIB) registró una variación positiva de 6,11%, como resultado de la recuperación de la actividad económica, consecuencia de las políticas económicas implementadas enfocadas en impulsar la demanda interna.

El Producto Interno Bruto (PIB) de Tarija en 2021 registró un índice positivo de 2,53. Se trata desde la gestión 2017, en que la región registra cifras rojas en su crecimiento, lo que afectó la generación del empleo, redujo el poder adquisitivo de las personas y los ingresos. Lo cual, en la gestión 2021 describe una trayectoria de recuperación económica. (Según datos del INE)

#### GRÁFICA N° 4. Crecimiento del PIB en 2023 según el Banco Mundial



**Elaboración:** Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.

**Análisis:**

De acuerdo, a la gráfica n° 4 el crecimiento del PIB muestra una estabilidad económica en Bolivia que se encuentra posicionado por encima de Perú, Uruguay, Colombia, y entre otros países que son considerados más desarrollados que Bolivia. Por otro lado, el Banco Mundial en su informe de perspectivas económicas mundiales posiciona a Bolivia entre las tres economías con mejor proyección de crecimiento de la región con 2,5% para el 2023.

**El PIB per cápita**

El PIB per cápita que se incrementó el año pasado en 2022, respecto a la cifra de 2021 en 7,4%, paso de \$ 3.437 a \$ 3.691. Esto según el presidente de Bolivia Luis Arce Catacora.

El PIB Per cápita de Bolivia en 2021 fue de 23.579 Bs. mayor que en 2020. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2008 cuando el PIB per cápita en Bolivia era de 12.430 Bs. Si ordenamos los Países que publicamos en función de su PIB per cápita, Bolivia se encuentra en el puesto 124, por lo que sus habitantes tienen, según este parámetro, un bajo nivel de riqueza en relación a los 196 países de los que publicamos este dato. Tarija es uno de los departamentos de mayor ingreso per cápita de Bolivia, siendo que el promedio nacional estaría por los 23.579 bolivianos para la gestión 2021, mientras que en el Departamento de Tarija presento un ingreso per cápita de 31.247 bolivianos.

El incremento PIB per cápita se traduce en una mayor demanda de bienes y servicios por parte de la población Tarijeña. El Producto Interno Bruto (PIB) de Bolivia en 2022, registró un crecimiento de 3,48% respecto a la gestión anterior. Esta cifra se vio afectada en el último trimestre por los conflictos sociales del paro cívico de 36 días en el departamento de Santa Cruz, que tuvo repercusiones económicas en los sectores exportadores de la agroindustria, de servicios como restaurantes, hoteles y comercio, así como en las actividades logísticas de transporte principalmente.

### Índice de precios al consumidor

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) mide la variación porcentual de los precios promedio de un conjunto de bienes y servicios representativos del consumo final de los hogares bolivianos. El IPC es un indicador que permite analizar la inflación en el País.

**TABLA 2. Índice de precios al consumidor (en porcentaje)**

MES	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	2,93	1,43	1,21	1,17	0,74	3,14
Febrero	2,87	0,95	1,30	1,40	0,70	2,57
Marzo	2,73	1,06	1,44	1,16	0,77	2,53
Abril	3,01	1,35	1,72	0,68	0,87	
Mayo	3,15	1,69	1,23	0,54	1,41	
Junio	3,17	1,73	1,44	0,19	1,79	
Julio	2,44	1,92	1,35	0,20	2,04	
Agosto	1,82	2,25	1,39	0,18	1,55	
Septiembre	0,92	2,26	0,46	0,99	1,89	
Octubre	1,31	2,54	0,28	0,49	2,89	
Noviembre	1,50	3,41	-1,10	0,96	3,17	
Diciembre	1,51	1,47	0,67	0,90	3,12	
<b>PROM. ANUAL</b>	<b>2,27</b>	<b>1,84</b>	<b>0,94</b>	<b>0,74</b>	<b>1,75</b>	

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró en enero de 2022 un aumento de 0,31% respecto a diciembre 2021. La variación a doce meses fue positiva con un incremento de 0,74%.

El aumento de 0,31% del IPC registrado en enero de 2022 se explica, principalmente, por la variación positiva de los precios en las divisiones de: Educación; Muebles, Bienes y Servicios Domésticos; Alimentos y Bebidas no Alcohólicas; Salud; Comunicaciones; Bienes y Servicios Diversos y Alimentos y Bebidas Consumidas Fuera del Hogar.

El Programa Fiscal Financiero 2023 fortalece la senda de la recuperación económica. El Ministerio de Economía y Finanzas públicas y el Banco Central de Bolivia, suscribe el programa Fiscal Financiero (PFF) 2023, que establece como objetivos un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de alrededor del 4,86%, una inflación de fin de período en 3,28% y un déficit del sector público no financiero de 7,49% del PIB.

### **Crecimiento salarial de Bolivia**

El Gobierno de Bolivia y la Central Obrera de Bolivia (COB) acordaron un aumento salarial del 3% para el salario básico y del 5% para el salario mínimo nacional en 2023, retroactivo desde enero de la presente gestión. También se presentará un proyecto de ley para fijar la jubilación obligatoria a los 65 años y se aumentará el límite máximo del fondo solidario de vejez para trabajadores con 35 años de aportes. (ver tabla n° 3)

**TABLA 3. Tasa de crecimiento salarial de los últimos años de Bolivia**

<b>AÑO</b>	<b>SALARIO MÍNIMO NACIONAL (En bolivianos)</b>	<b>DECRETO SUPREMO (Número)</b>	<b>FECHA DE PROMULGACIÓN</b>
<b>2017</b>	2.000,00	3162	01-05-17
<b>2018</b>	2.060,00	3544	01-05-18
<b>2019</b>	2.122,00	3888	01-05-19
<b>2020</b>	2.122,00	3888	01-05-19
<b>2021</b>	2.164,00	4501	01-05-21
<b>2022</b>	2.250,00	4711	01-05-22
<b>2023</b>	2.362,00	4928	01-05-23

**Fuente:** Instituto nacional de estadística Oficial de Bolivia

El aumento salarial en 2010 fue de 5,1%, que situó al salario mínimo nacional en 680 bolivianos, en 2011 subió a 815 bolivianos (19,8%), en 2012 el incremento fue de 22,6% que significó una elevación hasta 1.000 bolivianos y en 2013 subió a 1.200 (20%). En 2014 el salario mínimo nacional subió 20% hasta 1.440 bolivianos; en 2015 llegó a 1.656 bolivianos (15%), en 2016 a 1.805 bolivianos (9%), en 2017 a 2.000 bolivianos (10,8%), en 2018 a 2.060 bolivianos (1,51%) y en 2019 a 2.122 bolivianos. (AGENCIA, 2019) En fecha 1 de mayo de 2019 el presidente Evo Morales Ayma, promulgó el Decreto Supremo N° 3888, mismo que estableció el incremento salarial 2019 del 4% de forma lineal al haber básico de la escala salarial para la gestión 2019 para los sectores del Magisterio, Fuerzas Armadas, Policía Nacional, para los profesionales y trabajadores en salud y para el sector privado en general. Asimismo, este Decreto Supremo, determinó el salario mínimo nacional para la gestión 2019 por un monto de Bs 2.122.

**Análisis:**

De acuerdo, a la tabla n° 3 en el salario mínimo nacional hubo un incremento respecto al 2022 en comparación al año 2023, si bien este incremento busca un impacto positivo en la economía general de los trabajadores, para las empresas esto implica un incremento que podría afectar la competitividad de algunas empresas, especialmente en empresas pequeñas y medianas ocasionando tal vez reestructuraciones laborales.

**Tipo y cambio de moneda francés a boliviano**

Como es de conocimiento Francia se encuentra dentro de la Eurozona y su moneda oficial es el Euro. El tipo de cambio de euro a bolivianos se refleja en la siguiente tabla 4 y la tabla 5.

**TABLA 4. tipo de cambio de moneda de Euro a Boliviano**

<b>EUR.</b>	<b>BOLIVIANOS</b>
1	7,34

**Fuente:** Elaboración propia (según <https://www.bolivia.com/cambio-moneda/>)

**TABLA 5. Tipo de cambio de dólar estadounidense a euro.**

<b>USD</b>	<b>EUR</b>
1 USD	0,898567 EUR
5 USD	4,49284 EUR
10 USD	8,98567 EUR
25 USD	22,4642 EUR

**Fuente:** Elaboración propia.

## **Análisis**

En conclusión, el euro francés es una moneda estable a nivel mundial, mientras que la moneda boliviana está vinculada a la estabilidad económica del país, de esta manera ambas enfrentan desafíos como también un papel crucial para la economía de su país correspondiente. Y como también se puede ver en la tabla el único que le compite a la par al Euro, es el mismo dólar estadounidense. Como nos indica en la tabla n° 4 y 5

### **2.1.3. Factor Social- Cultural**

Bolivia es un país que se caracteriza por tener diferentes costumbres, tradiciones, creencias, valores y principios fundamentales que tienden a conservarse, mismos que son transmitidos de padres a hijos que se van fortaleciendo con el tiempo, es por ello que Bolivia es considerada plurinacional y multiétnica. Por otro lado, Tarija también se caracteriza por la diversidad de costumbres y tradiciones, constantes cambios políticos, económicos y tecnológicos, estos sucesos incentivan la implementación de nuevas empresas y permiten incrementar la producción y la economía ofreciendo una amplia gama de productos de calidad, esto debido a que la población va en aumento y la demanda es más exigente. La ciudad de Tarija al constituirse como un mercado atractivo está en capacidad de invertir en nuevos negocios.

### **Análisis:**

La sociedad de Bolivia tiene una cultura que es muy rica y diversa esto gracias a los diferentes orígenes de los departamentos con los que cuenta Bolivia. Debido a la variedad de culturas, la perspectiva de las personas puede variar de acuerdo a la región y cultura, debido que la sociedad boliviana ha mostrado cautela hacia la innovación. Por otro lado, existen ciudades donde las personas tienen una mayor apertura hacia propuestas e ideas innovadoras.

#### **2.1.4. Factor Tecnológico**

Este es un factor primordial para el funcionamiento de cualquier empresa, la tecnología es un recurso fundamental para aquellas empresas en etapa de formación, por lo que hoy en día ya no es un lujo tener tecnología sofisticada, más a lo contrario para ser competitivos se debe innovar adquiriendo nuevas tecnologías de acuerdo al tipo de actividad que se dedica la empresa y de esta forma satisfacer la necesidad que los consumidores puedan exigir.

La tecnología de exportación e importación es esencial para contrarrestar la lentitud de algunos procesos burocráticos. También las empresas pueden tener en sus manos algunas herramientas con las que adelantar posiciones en las colas de entrada y salida de mercancías debido a que permite optimizar el trabajo teniendo como resultado productos de calidad. De esta manera permite innovar con alternativas que sean de beneficio para la sociedad dejando de lado los productos que dañan el ámbito en el que se vive. Lo cual, diversos países fomentan al uso de productos ecológicos que son de beneficio para las personas cuidando el medio ambiente. En el Departamento de Tarija hay carencia de tecnología sumamente avanzada esto en comparación con otros Países, pero actualmente a través de diversos programas, páginas o redes sociales de conexión, hace que no se descarte la posibilidad de adquisición de tecnología sofisticada.

#### **Análisis:**

Actualmente en Bolivia ha habido una mejora gradual en la infraestructura de telecomunicaciones, donde podemos decir que el país ha experimentado un crecimiento en el sector tecnológico mediante los dispositivos móviles con conexiones a internet. Pero a pesar de tener un progreso en el ámbito tecnológico aún enfrenta desafíos importantes para impulsar aún más el desarrollo tecnológico de manera adecuada en las nuevas generaciones para lograr un mayor desarrollo del país.



### **2.1.5. Factor Ambiental**

Con el paso del tiempo, a medida que la cantidad poblacional se incrementa, y, nuestros residuos sólidos actuales son cada vez más contaminantes para el Medio Ambiente, debido a que se encuentran compuestos por materiales muy difíciles de descomponer, como los neumáticos de automóviles. En lo que respecta en Bolivia

Otro aspecto destacable de la aplicación de la Ley 1333 fue la descentralización de la gestión ambiental integral hacia los ámbitos departamentales y municipales, posiblemente por coincidencia con los procesos de Participación Popular y Descentralización Administrativa Departamental, que se gestaban de manera paralela, pero también por definición propia de los mismos actores que propendían a una aplicación territorializada de la normativa ambiental. La LEY N° 1333 tiene por objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

#### **Análisis:**

De acuerdo al factor ambiental, Bolivia es un país rico en recursos naturales siendo esencial para la sostenibilidad del país. Sin embargo, existe una lucha contra el cambio climático donde la sociedad en general no cuida los recursos naturales. Lo que implica un deterioro muy grave que con el tiempo va a afectar a los seres vivos.

### **2.2. ANÁLISIS DELMICRO ENTORNO LAS 5 FUERZAS DE PORTER**

Las 5 fuerzas de Porter son un modelo de análisis competitivo que ayuda a las empresas a comprender el entorno competitivo en el que operan. El modelo analiza cinco factores diferentes que pueden afectar la rentabilidad de una empresa, que son los siguientes: el poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos, el poder de negociación de los clientes y amenaza de nuevos competidores.

En el análisis de Porter para el proyecto de importación de llantas sin aire en la ciudad de Tarija es necesario evaluar cada una de estas fuerzas y determinar cómo pueden impactar en la viabilidad y el éxito del proyecto

### **2.2.1. Poder de negociación de los proveedores**

Para la comercialización de llantas sin aire se tiene como el principal proveedor a la empresa de Michelin de Francia que nos proveerá sus productos de llantas sin aire mediante distribuidores oficiales de marcas reconocidas para la importación a la ciudad de Tarija y como también a las empresas de transporte nacional e internacional.

El poder de negociación de los proveedores se puede considerar relativamente bajo en el mercado de llantas sin aire debido a que en la actualidad hay pocos proveedores de llantas sin aire la mayoría de los proveedores son empresas de fabricación de llantas que han desarrollado su propia tecnología para llantas sin aire.

### **Análisis**

En caso de las llantas sin aire no existe muchos proveedores para realizar negociaciones la única empresa que produce llantas sin aire es la empresa de Michelin que será el único proveedor del producto a importar.

### **2.2.2. Amenaza de productos sustitutos**

En la actualidad en la ciudad de Tarija si bien existen varias empresas que se dedican a la importación de neumáticos tradicionales como la empresa IMPORTADORA NISOL, ASOMIL LLANTAS, LLANTAS OMAR. Etc. Se puede considerar como una amenaza de productos sustitutos ya que cumplen las mismas funciones y características que satisfacen las mismas necesidades de los clientes.

Sin embargo, las llantas sin aire ofrecen una serie de ventajas sobre estos productos sustitutos, se diferencia totalmente al de la competencia ya que somos la primera

empresa en importar llantas sin aire de mejor calidad y durabilidad, garantizando la seguridad del automóvil y de las personas.

### **Análisis**

Por lo tanto, se puede considerar la amenaza de productos sustitutos como moderado en el mercado de llantas en la ciudad de Tarija. Las llantas con aire son el producto sustituto más común para las llantas sin aire, son más económicas y están disponibles en una variedad de tamaños y estilos en el mercado.

#### **2.2.3. Poder de negociación de los clientes**

El poder de negociación de los clientes es alto al ser un producto dirigido principalmente para una variedad de clientes, como ser las personas que cuenten con un motorizado, pero además de eso se buscara realizar acuerdos con empresas de transporte público y privados ofreciendo un valor agregado al producto, ya que estas empresas están dispuesta a pagar un precio más alto por las llantas sin aire ya que pueden ahorrar dinero en costos de mantenimiento y garantizar la seguridad de las personas de esta manera ofrecer una nueva opción de calidad y durabilidad para los clientes haciendo cambiar el uso que hacen tradicionalmente por lo tanto es favorable para la empresa.

### **Análisis**

Se puede analizar que el poder de negociación de los clientes para el presente proyecto de importación de llantas sin aire es favorable, al ser llantas antipinchazos tiene una serie de ventajas que favorecen al producto como ser, la mayor seguridad, al no pincharse reduce el riesgo de accidentes, menor mantenimiento, estas llantas requieren de menos mantenimiento que la llanta normales ya que no necesitan ser infladas ni reparadas y mayor durabilidad, son más duraderas que las llantas infladas.

Estas ventajas hacen que las llantas sin aire sea una buena opción para los conductores en la ciudad de Tarija.

#### **2.2.4. Amenaza de nuevos competidores**

En cuanto a la amenaza de la entrada de nuevos competidores la misma es moderada ya que el mercado actual presenta condiciones favorables para este tipo de emprendimientos debido a que en Bolivia el acceso a la importación de llantas normales con aire ya es existente, con nombres de marcas de prestigio, como ser, Bridgestone, Goodyear y como también las llantas Michelin, lo cual supone una desventaja para nosotros y aumentan la facilidad de acceso de nuevos competidores. Además, el mercado de llantas sin aire aún está en su etapa inicial de desarrollo, lo que significa que hay una gran oportunidad para las empresas que puedan entrar en el mercado temprano.

#### **Análisis**

En la actualidad tomando en cuenta que la amenaza de nuevos competidores es moderada se puede considerar que para el presente emprendimiento tenga posibles nuevos competidores, hasta podría haber empresas extranjeras que decidan expandirse en el mercado ya que tienen más acceso a capital y recursos, esto podría representar una amenaza significativa para los importadores locales de llantas sin aire en la ciudad de Tarija.

La tecnología de las llantas sin aire mejora y se vuelve más asequible, esto podría hacer que las llantas sin aire sean más populares, lo que podrían aumentar la demanda y conducir a la entrada de nuevos competidores en el mercado.

### **2.2.5. Rivalidad entre competidores existentes.**

En cuanto a la rivalidad de competidores existen empresas con renombres que actualmente importan llantas en Tarija. Por otro lado, aunque la competencia actual es fuerte, no hay una empresa exclusivamente destinada a la importación de llantas sin aire.

Las empresas que operan en este mercado deben estar preparadas para competir en precios, marketing, servicios e innovación.

En caso de la importación de llantas sin aire la rivalidad entre los competidores existentes es moderada ya que hay un número limitado de empresas que operan en el mercado tarijeño

- IMPORTADORA NISOL MICHELIN Y BF GOODRICH.
- IMPORTADORA TERRAFLOR.
- BUENAS LLANTAS.
- RUEDALYN.
- ASOMIL LLANTAS.

### **Análisis**

La rivalidad entre competidores existentes en Tarija es moderada, los importadores de llantas tradicionales compiten por el mismo mercado de clientes, esto significa que están constantemente tratando de encontrar formas de diferenciarse de sus competidores y de atraer más cliente. Por otro lado, las llantas sin aire compite por el mismo mercado, pero diferenciándose totalmente al de las llantas normales con características diferentes y con ventajas que favorecen al cliente, esto hace que sea un producto de mejor opción para el cliente.

En la tabla N° 6 se presenta la tabla de conclusión de análisis del micro entorno donde se realizó una evaluación de cada factor de las 5 fuerzas de Porter

**TABLA 6. Conclusiones del análisis del micro – entorno**

<b>LAS 5 FUERZAS DE PORTER</b>	<b>EVALUACIÓN</b>		
	<b>BAJA</b>	<b>MEDIA</b>	<b>ALTA</b>
Amenaza de nuevos competidores		<b>x</b>	
Amenaza de productos sustitutos		x	
Poder de negociación de los compradores			<b>x</b>
Poder de negociación de los proveedores	x		
Rivalidad entre competidores existentes		<b>x</b>	

**Fuente:** Elaboración propia.

**CAPÍTULO III**  
**INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

La investigación de marketing de mercado a realizarse en el presente proyecto de importación ayudara a determinar la importancia que es la opinión de los clientes respecto al producto ya que ellos son los que toman la decisión si es de su agrado o no el producto al momento de adquirir, con la encuesta dirigido a los consumidores nos permitirá identificar qué es lo que buscan en un producto de llantas.

La presente investigación de mercado buscara recopilar datos y evaluar la viabilidad de la importación de llantas sin aire en función de la demanda del mercado, a través de este análisis, se espera obtener información clave que permita tomar decisiones sobre la importación y comercialización de llantas sin aire en la ciudad de Tarija.

#### **3.1. Planteamiento del problema**

Actualmente el mercado de importación de llantas de automóviles en la ciudad de Tarija está en constante crecimiento, sin embargo, debido a que las llantas tradicionales, al llevar cámaras de aire, se encuentran todos los días con un problema muy común, el cual se debe a que son fácilmente afectadas a propensos pinchazos, así como al desgaste por el constante rozamiento del neumático con la carretera.

Así mismo el estado de las calles y carreteras de la ciudad de Tarija sufren un mayor desgaste debido al crecimiento del parque automotor, es por eso que Tarija se convierte en el cuarto departamento con el parque automotor más grande de Bolivia que en la gestión 2022 se registró 137.360 vehículos donde el 93% representan automóviles particulares, 4,7% de servicio público y un 2,3% vehículos oficiales, esto según información que maneja el Instituto Nacional de Estadística (INE) con datos del Registro Único para la Administración Tributaria Municipal (RUAT).



### **3.2. Formulación de problema**

¿Existe suficiente interés y demanda para justificar la importación y comercialización de este tipo de llantas sin aire en la ciudad de Tarija?

#### **Hipótesis**

Los atributos de llantas sin aire importados desde Francia, permitirá influir en la capacidad de adquisición en el mercado de la ciudad de Tarija

**Variable X:** Atributos

**Variable Y:** capacidad de adquisición

### **3.3. OBJETIVOS**

#### **3.3.1. Objetivo general**

Determinar los atributos de las llantas sin aire importados desde Francia, que permitirá influir en la capacidad de adquisición en el mercado de la ciudad de Tarija.

#### **3.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar el público objetivo, sus necesidades y expectativas de los clientes para desarrollar una estrategia de marketing eficaz.
- Analizar las características más relevantes del producto para conocer sus preferencias y satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Evaluar con qué frecuencia los consumidores renuevan las llantas de sus vehículos, para conocer el tiempo y la cantidad aproximada de importación.

- Determinar el precio adecuado del producto que este a su alcance de los consumidores para competir en el mercado.
- Analizar y segmentar el mercado para llantas según los tipos de vehículos para determinar la dimensión de llantas más demandantes en la ciudad de Tarija.
- Identificar a los competidores actuales que ofrecen llantas tradicionales, incluyendo productos, precios y canales de distribución.

### **3.4. Metodología De Investigación De Mercados**

Para la presente investigación de mercado se utilizará una investigación de tipo descriptiva, de mismo modo un tipo de investigación concluyente la cual tiene como principal objetivo, determinar el tamaño del mercado, analizar la competencia y desarrollar una estrategia de marketing efectiva, El método elegido para la recopilación de información es el método de la encuesta

### **3.5. Determinación del mercado**

#### **3.5.1. Análisis del sector económico en estudio**

El ámbito regional de este estudio de mercado es en el departamento de Tarija provincia Cercado donde se ubicará la empresa y se comercializará el producto lo cual nos permitirá realizar esta investigación y demostrar la factibilidad del emprendimiento de importación de llantas sin aire.

### **3.6. Mercado**

#### **3.6.1. Población**

Para el presente plan de negocio se toma en cuentas como población a todos los propietarios de vehículos, que se tomara en cuenta los 137360 motorizados en la

gestión 2022 con un crecimiento de 8,98% en relación del año 2021 según (INE) en la ciudad de Tarija, lo cual representa una oportunidad para el plan de negocio esto debido a la gran cantidad de variedades de vehículos existentes.

Además, se realizó una encuesta piloto a 15 personas propietarios de vehículos para determinar los datos de probabilidad de éxito y fracaso donde según los resultados de la encuesta nos indica que 13 personas de los 15 encuestados si estarían dispuestos a comprar llantas sin aire y 2 personas que no estarían dispuestos a comprar el producto. De tal manera nos da un dato de 0,87 de probabilidad de éxito y 0,13 la probabilidad de fracaso: con los siguientes datos se procede el cálculo de la muestra.

### **3.6.2. Muestra**

#### **DATOS**

**N = 137360**

**p = 0,87**

**q = 0,13**

**z = 95% = 1,96**

**e = 0,05**

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 137360 * 0,87 * 0,13}{(0,05)^2 * (137360 - 1) + (1,96)^2 * 0,87 * 0,13} = 174$$

Según el cálculo de la muestra para el presente plan de negocio nos da un resultado de 174 lo que significa la cantidad de encuestas a realizar en el estudio de mercado.

### 3.6.3. Análisis e interpretación de los resultados de la investigación de mercados

Después de finalizar el llenado de las encuestas se procederá a la tabulación de los datos obtenidos en el programa de SPSS y el programa de Microsoft office Excel; que son programas que facilitan la tabulación de los cuestionarios realizados y explicando mediante gráficos.

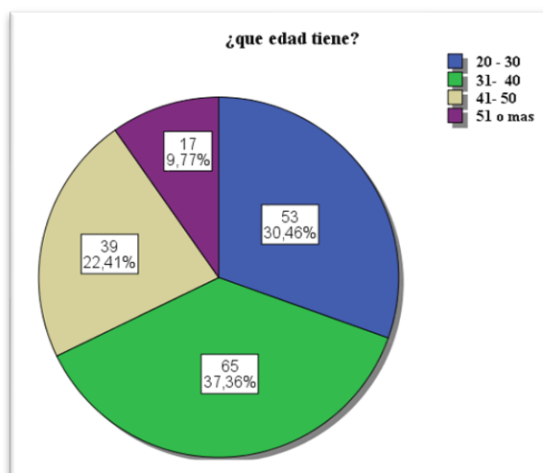
A continuación, se presentarán los resultados y los análisis de la investigación de mercados realizado en la ciudad de Tarija

**TABLA 7. ¿Qué edad tiene?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	20 -30	53	30,5
	31- 40	65	37,4
	41-50	39	22,4
	51 o mas	17	9,8
	Total	174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.

### GRÁFICA N° 5. Edad



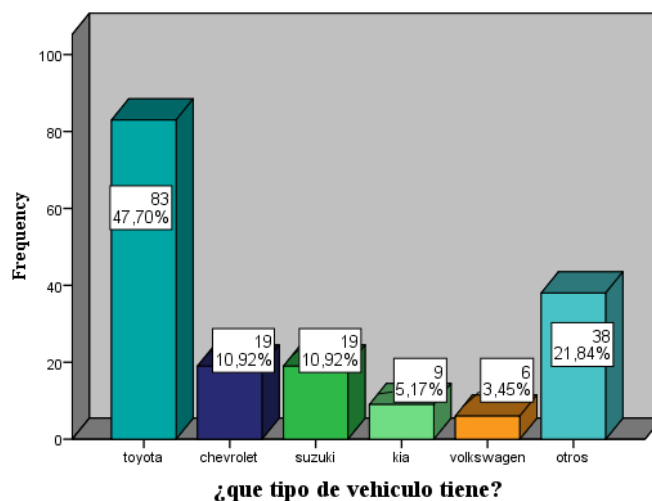
#### Interpretación

Según las respuestas obtenidas en la investigación de mercados podemos observar en la gráfica 5 que de un total de 174 personas encuestadas según la muestra. El mayor porcentaje es de 37,36 % que tienen una edad de 20 a 30 años, como también un 30,46% son de 31 a 40 años, y un 22,41% son de 41 a 50 años y por último el 9,77% son de 51 años y más lo que nos indica que son personas que tienen su vehículo. (ver la tabla 7 y la gráfica 5).

**TABLA 8. ¿Qué tipo de vehículo tiene?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Toyota	83	47,7%
	Chevrolet	19	10,9%
	Suzuki	19	10,9%
	Kia	9	5,2%
	Volkswagen	6	3,4%
	otros	38	21,8%
	Total	174	100,0%

**Fuente:** Elaboración propia.

**GRÁFICA N° 6. Tipo de vehículo****Interpretación**

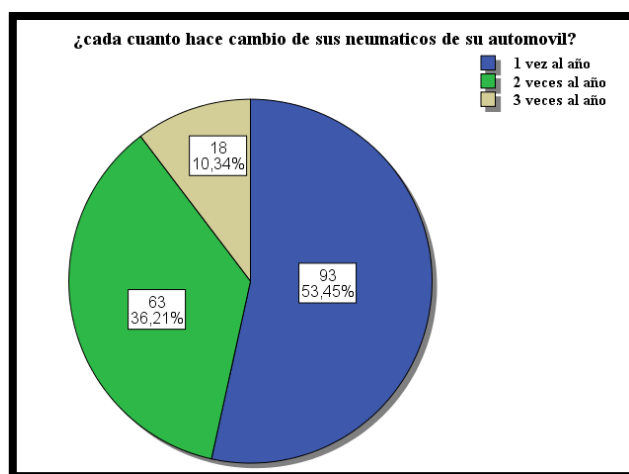
De acuerdo a los datos obtenidos en la investigación de mercado nos indica según los resultados que nos muestran en la gráfica 6 un 47,70% que representa 83 personas de los 174 encuestados tienen su automóvil de marca Toyota que es el porcentaje más alto en comparación de las demás marcas y un 10,92% de las personas tienen la marca Chevrolet y Suzuki. (ver la tabla 8 y la gráfica 6).

**TABLA 9. ¿Cada cuánto hace cambio de sus neumáticos de su automóvil?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1 vez al año	93	53,4%
	2 veces al año	63	36,2%
	3 veces al año	18	10,3%
	Total	174	100,0%

**Fuente:** Elaboración propia.

### GRÁFICA N° 7. Cambio de neumáticos



#### Interpretación

De acuerdo a los resultados de la encuesta de las 174 personas encuestadas el 53,45% que representan 93 personas realizan cambio de sus neumáticos una vez al año y un 36,21% de las personas realizan cambio de las llantas de su automóvil 2 veces al año, por último, el 10,34% de las personas hacen cambio 3 veces al año. (ver la tabla 9 y la gráfica 7).

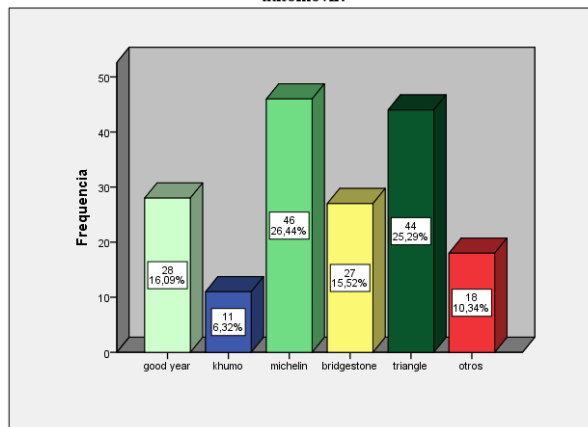
**TABLA 10. ¿Qué marca es de su frecuencia al momento de cambiar las llantas de su vehículo?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	good year	28	16,1
	khumo	11	6,3
	micelin	46	26,4
	bridgestone	27	15,5
	triangle	44	25,3
	otros	18	10,3
	Total	174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.

### GRÁFICA N° 8. ¿Qué marca es de su frecuencia al momento de cambiar las llantas de su vehículo?

¿que marca es de su preferencia al momento de cambiar las llantas para su automóvil?



#### Interpretación

Como se puede ver en la tabla 10 los resultados de la encuesta nos indica que un 26,44% del total encuestado prefieren las llantas de la marca de Michelin, como también con un porcentaje de 25,29% prefiere la marca de Triangle, y un 16,09% prefiere la marca de Good Year y por último con un 15,52% prefieren la marca Bridgestone son las cuatro marcas que más se consumen según los resultados en la ciudad de Tarija. (ver la tabla 10 y la gráfica 8).

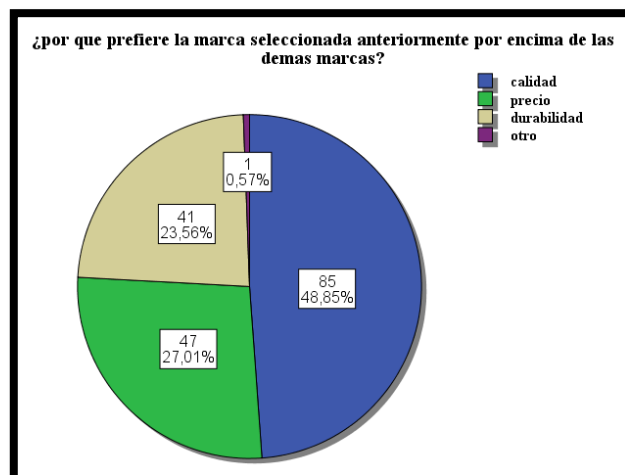
**TABLA 11. ¿Por qué prefiere la marca seleccionada anteriormente, por encima de las demás marcas?**

		Frecuencia	porcentaje
Válido	calidad	85	48,9
	precio	47	27,0
	durabilidad	41	23,6
	otro	1	,6
	Total	174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.



**GRÁFICA N°9. ¿Por qué prefiere la marca seleccionada anteriormente, por encima de las demás marcas?**



**Interpretación**

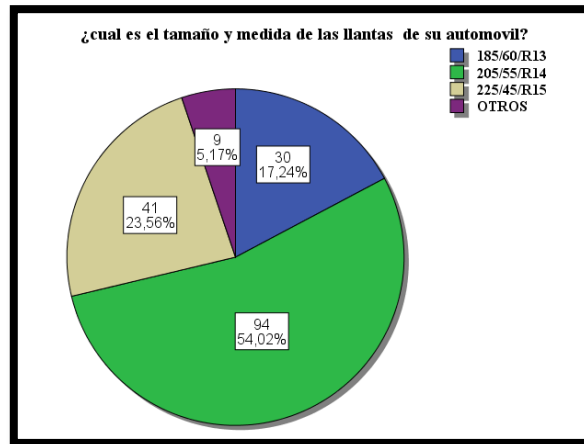
Según la gráfica 9 el 48,85% de las personas prefieren comprar las llantas por la calidad del producto, lo que significa que es un resultado muy favorable para el plan de negocio de importación de llantas sin aire y un 27,01% prefieren por el precio del producto que sea accesible a sus ingresos percibidos y por último un 23,56% de las personas prefieren comprar las llantas por su durabilidad del producto. (ver la tabla 11 y la gráfica 9).

**TABLA 12. ¿Cuál es el tamaño y medida de las llantas de su automóvil?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	185/60/R13	30	17,2
	205/55/R14	94	54,0
	225/45/R15	41	23,6
	OTROS	9	5,2
	Total	174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.

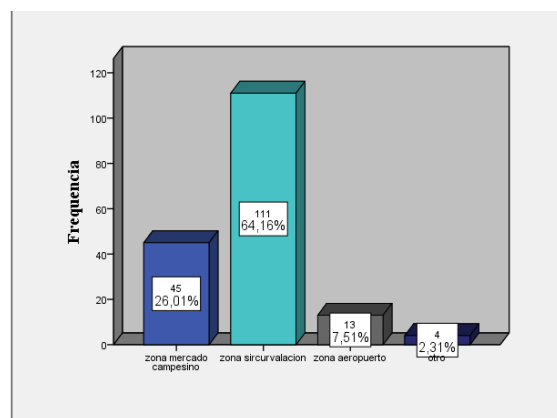
**GRÁFICA N° 10. ¿Cuál es el tamaño y medida de las llantas de su automóvil?**



**Interpretación**

Como nos indica en la tabla 12 que un 54,02% de las personas encuestadas utilizan para sus automóviles las llantas de 185/70/R 14 y un 23,56% utilizan las llantas de la siguiente medida que es de 195/ 65 /R15 y por último el 17,24% utilizan el 185/60/R13. (ver la tabla 12 y la gráfica 10).

**GRÁFICA N° 11. ¿Cuándo adquiere llantas para su automóvil de que zona suele comprar?**



### Interpretación

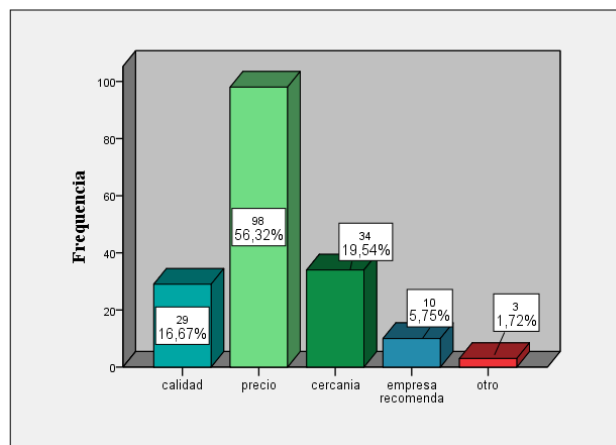
Según los resultados que se muestra en la gráfica 11 nos indica que el 64,16% de las personas encuestadas adquieren llantas de la zona de circunvalación y un 26,01% compran de la zona de mercado campesino y por último el 7,51% adquieren de la zona de aeropuerto. (ver la gráfica 11).

**TABLA 13. ¿Por qué prefieres la zona seleccionada anteriormente, por encima de las demás zonas?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	calidad	29	16,7
	precio	98	56,3
	cercanía	34	19,5
	empresa recomendada	10	5,7
	otro	3	1,7
	Total	174	100,0

Fuente: elaboración propia.

**GRÁFICA N° 11. ¿Por qué prefieres la zona seleccionada anteriormente, por encima de las demás zonas?**



Fuente: Elaboración propia.

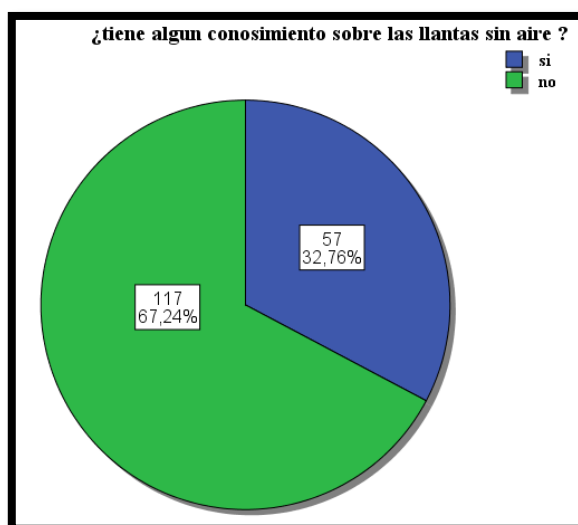
**Interpretación:**

Como se puede observar en la gráfica 12 nos da a conocer que el 56,32% de las personas adquieren llantas por el precio de la zona seleccionada anteriormente, como también nos indica que el 19,54% de las personas compran por la cercanía que les queda el producto y un 16,67% adquiere las llantas por la calidad de la zona que prefiere. (ver la tabla 13 y la gráfica 12).

**TABLA 14. ¿Tiene algún conocimiento sobre las llantas sin aire?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	si	57	32,8
	no	117	67,2
	Total	174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.

**GRÁFICA N° 13. ¿Tiene algún conocimiento sobre las llantas sin aire?**

### Interpretación:

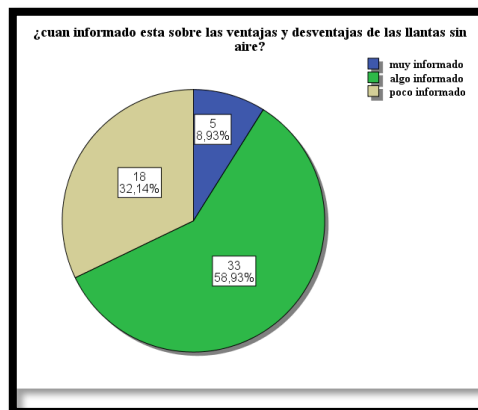
Como nos indica en la gráfica 13 que según los resultados el 67,24% que representa las 117 personas de la 174 encuestados no tienen conocimiento sobre las llantas sin aire que recién está en la etapa de introducción en el mercado. Pero el 32,76% de las personas si tienen el conocimiento sobre las llantas sin aire, como nos indica en la tabla 14 y gráfica 13

**TABLA 15. ¿Cuán informado esta sobre las ventajas y desventajas de las llantas sin aire?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	muy informado	5	2,9
	algo informado	33	19,0
	poco informado	18	10,3
	Total	56	32,2
Missing	System	118	67,8
Total		174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.

**GRÁFICA N° 14. ¿Cuán informado esta sobre las ventajas y desventajas de las llantas sin aire?**



### Interpretación

En base a los resultados obtenidos como nos muestra en la tabla 15 de un total de 56 personas que, si tienen conocimiento sobre las llantas sin aire el 58,93% de las personas esta algo informado sobre el producto, pero no tienen un conocimiento claro, como también nos indica que el 32,14% de las personas si están muy informado sobre el producto y el 8,93% están poco informados sobre el producto. (ver la tabla 15 y la gráfica 14)

**TABLA 16. ¿usted cree que las llantas sin aire podrían ser una solución efectiva para evitar los pinchazos?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	sí definitivamente	18	10,3
	tal vez depende de ciertas condiciones	34	19,5
	no, no creo que sean efectivas	4	2,3
	Total	56	32,2
Missing	System	118	67,8
Total		174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.

**GRÁFICA N° 15. ¿usted cree que las llantas sin aire podrían ser una solución efectiva para evitar los pinchazos?**



**Interpretación**

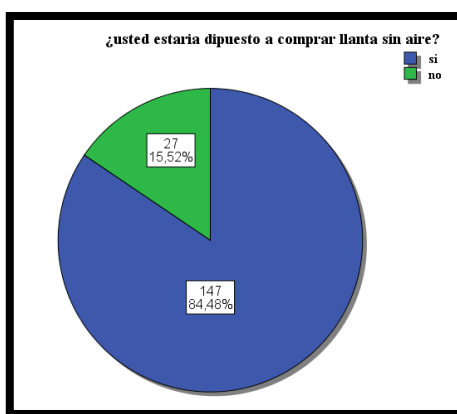
Según la gráfica 15 nos muestra que el 60,71% de las personas creen que puede ser una solución para evitar los pinchazos y el 32,14% de las personas si creen que definitivamente va ser una solución para evitar los pinchazos, por último, el 7,14% de las personas no creen que sea una solución. (ver la tabla 16 y la gráfica 15)

**TABLA 17. ¿Usted estaría dispuesto a comprar llanta sin aire?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	sí	147	84,5
	no	27	15,5
	Total	174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.

### GRÁFICA N° 16. ¿Usted estaría dispuesto a comprar llanta sin aire?



#### Interpretación

Como se puede ver en la gráfica 16 el resultado nos indica que el 84,44% del total de las personas encuestados sí estarían dispuestos a comprar las llantas sin aire y un 15,52% de las personas no estarían dispuestos a comprar el producto por lo tanto los resultados son favorables para llevar adelante este emprendimiento. (ver la tabla 17 y la gráfica 16).

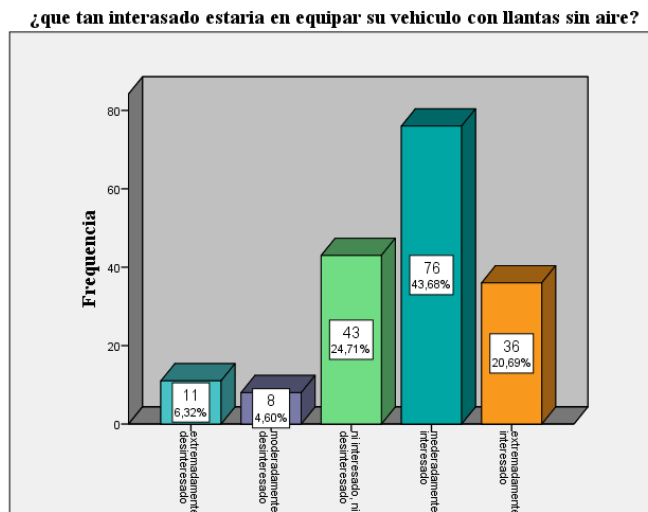
**TABLA 18. ¿Qué tan interesado estaría en equipar su vehículo con llantas sin aire?**

	Frecuencia	Porcentaje
extremadamente desinteresado	11	6,3
moderadamente desinteresado	8	4,6
ni interesado, ni desinteresado	43	24,7
moderadamente interesado	76	43,7
extremadamente interesado	36	20,7
Total	174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.



**GRÁFICA N° 17. ¿Qué tan interesado estaría en equipar su vehículo con llantas sin aire?**



**Interpretación**

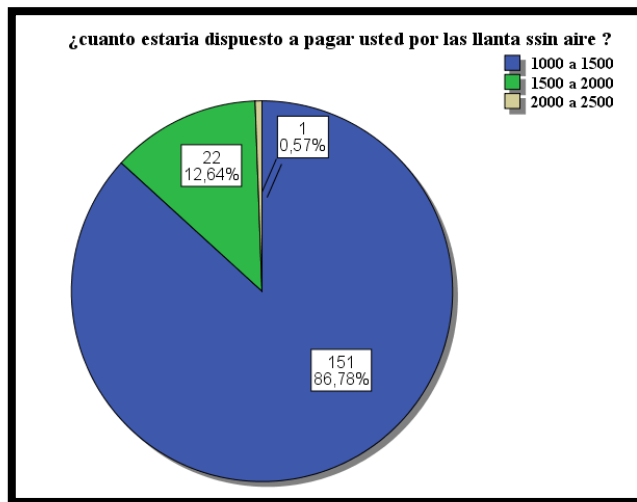
Según los resultados de la tabla 18 el 43,68% de las personas estarían moderadamente interesado en equipar su vehículo con las llantas sin aire y el 24,71% estarían ni interesado ni desinteresado en equipar sus vehículos con este producto, pero el 20,69% si estarían extremadamente interesados en equipar su vehículo con estas llantas. (ver la tabla 18 y la gráfica 17)

**TABLA 19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por la llanta sin aire?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1000 a 1500	151	86,8
	1500 a 2000	22	12,6
	2000 a 2500	1	,6
	Total	174	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.

**GRÁFICA N° 18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por la llanta sin aire?**

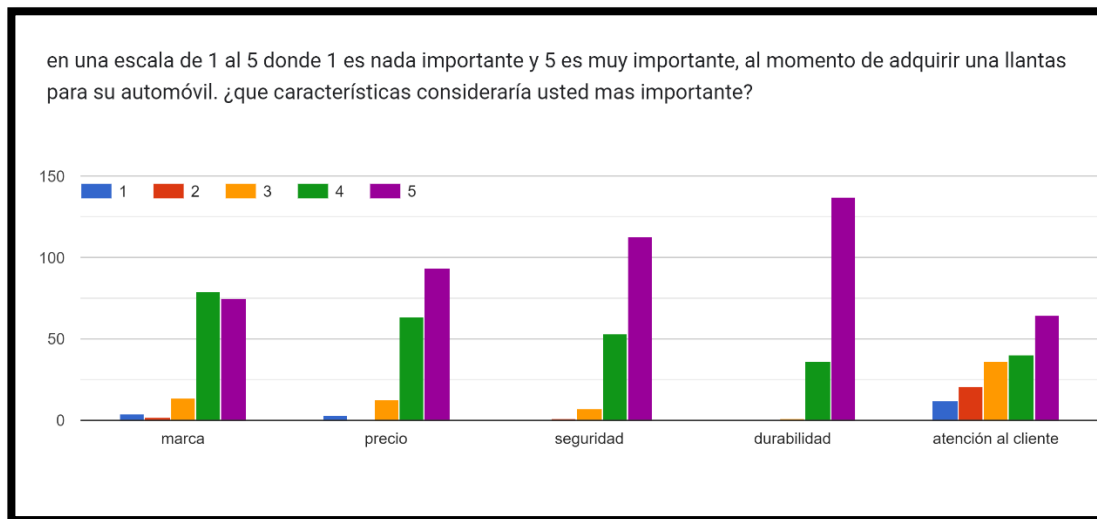


**Interpretación**

Como se puede observar en la gráfica 18 nos indica que el 86,78% de las personas que representa a 151 personas del total encuestado estarían dispuestos a pagar de 1000 a 1500 bs por el producto y un 12,64% que representa 22 personas estarían dispuestos a pagar entre 1500 a 2000 bs por el producto. (ver la tabla 19 y la gráfica 18).

**En una escala de 1 al 5 donde 1 es nada importante y 5 es muy importante, al momento de adquirir las llantas para su automóvil ¿Qué características consideraría usted más importante?**

**GRÁFICA N° 19. ¿Qué características consideraría usted más importante?**



### Interpretación

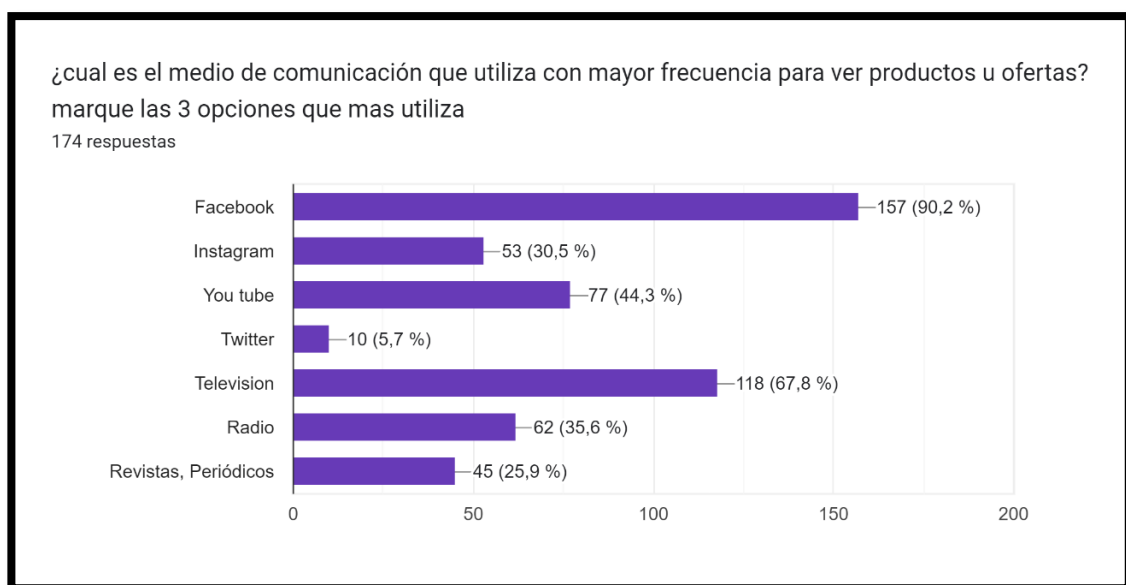
según la gráfica 19 nos indica que al momento de adquirir las llantas 137 personas consideran muy importante la durabilidad y 113 consideran muy importante la seguridad, también se puede observar que la mayoría de las personas consideran muy importante la marca, en general la mayoría de las personas consideran importante todos los factores al momento de comprar las llantas.

**TABLA 20. ¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza para ver los productos u ofertas?**

		Responses		Percent of Cases
		N	Porcentaje	
pregunta16 <sup>a</sup>	Facebook	157	30,1%	90,2%
	instagram	52	10,0%	29,9%
	you tube	76	14,6%	43,7%
	twitter	11	2,1%	6,3%
	television	117	22,4%	67,2%
	radio	65	12,5%	37,4%
	revistas, periodicos	44	8,4%	25,3%
Total		522	100,0%	300,0%

**Fuente:** Elaboración propia.

**GRÁFICA N° 20. El medio de comunicación que más utilizan**



### **Interpretación**

según los resultados de la encuesta nos indica que 157 personas de las 174 utilizan Facebook para ver productos y ofertas como también un total de 118 personas utilizan televisión y you tube para ver los productos y ofertas para realizar una compra. Son las tres redes sociales que las personas utilizan con mayor frecuencia más para ver productos. (ver la tabla 20 y la gráfica 20)

### **3.7. Conclusiones de la investigación de mercados**

la investigación concluyo con una encuesta de 174 personas que son propietarios de los automóviles en la ciudad de Tarija, según los resultados después de realizar un análisis se llega a las siguientes conclusiones.

- Después de realizar un análisis de las encuestas se determinó que tipos de vehículos existen más en la ciudad de Tarija, donde nos indica que el 47,7% tiene Toyota y 10,9 % tienen Suzuki y Chevrolet. Además, se determinó la medida y el tamaño de las llantas que más se utiliza según el vehículo donde el 54,0% son de aro 14 y un 26,3% son de aro 15 donde estos resultados nos favorecen para determinar cuál es tamaño de las llantas que más se utiliza de acuerdo a estos resultados realizar la importación de las llantas que tenga mayor demanda.
- En la investigación de mercado según los resultados obtenidos se pudo identificar con qué frecuencia realizan cambio de las llantas de sus automóviles donde nos indica que el 53,45% de las personas encuestadas realizan cambio de la llanta una vez al año y un 36,21% de las personas cada dos veces al año, por último, un 10,34% realizan cambio tres veces al año según estos resultados nos da entender que para el proyecto es favorable para llevar adelante.

- Uno de los objetivos específicos fue determinar el precio del producto según a su alcance de los consumidores, de tal manera según los resultados de la investigación nos indica que el 86,78% del total encuestados estarían dispuesto a pagar un precio de 1000 a 1500 bs por unas llantas sin aire y un 12,64% estarían dispuesto a pagar un precio de 1500 a 2000 bs según estos resultados de la encuesta se ve que el producto está a su alcance para que puedan adquirir estas llantas por lo tanto para el proyecto de emprendimiento es favorable ya que estarían dispuesto a pagar por el producto.
- Existe una aceptación favorable para el emprendimiento ya que la mayoría de las personas encuestadas con un dato de 84,44% si estarían dispuesto a comprar las llantas sin aire. Por otro lado, según los resultados el 43,68% de las personas estarían moderadamente interesados en equipar sus vehículos con las llantas sin aire y un dato de 20,69% estarían extremadamente interesado en comprar, estos resultados son muy favorables por lo tanto este emprendimiento tiene oportunidad para poder posicionarse en el mercado tarijeño.
- De la misma manera, según los resultados de la encuesta se pudo identificar las competencias actuales en el mercado, la marca de Michelin tiene un consumo de 26,44% del total encuestado. Donde el producto a importar es de la misma marca, de tal manera es favorable para el presente proyecto de importación, pero las que más usan son las marcas chinas como la marca triangle con un porcentaje de 25,29% y otros, también están las marcas de Bridgestone y Good year quienes tienen una buena participación en el mercado por lo tanto serian nuestros competidores directos.

### 3.8. Demanda de llantas

Demanda de llantas chinas anual = 6744 unidades.

Demanda de llantas brasileras anual = 3851 unidades.

Demanda anual de llantas = 10595unidades.

#### fórmula de proyección de la demanda

$$Q_f = Q_o(1+r)^n$$

#### 3.8.1. Proyección de la demanda de llantas chinas

**Datos:**

**Año = 2023**

**$Q$  = 6744 unidades.**

**$P$  = 387**

**$r$  = 8,98%**

**TABLA 21. Proyección de la demanda de llantas chinas**

	<b>AÑO</b>	<b>PROYECCION</b>
0	2023	6744
1	2024	7349,61
2	2025	8009,61
3	2026	8728,87
4	2027	9512,72
5	2028	10366,96
6	2029	11297,92
7	2030	12312,47
8	2031	13418,13
9	2032	14623,08
10	2033	15936,23

**Fuente:** Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla n° 21 se puede visualizar la proyección de la demanda de llantas chinas para los siguientes 10 años. en base a los datos obtenidos de algunas empresas de importación de llantas chinas de la gestión 2023 y con el incremento de 8,98% del parque automotor de la ciudad de Tarija.

### 3.8.2. Proyección de la demanda de llantas brasileras

**Datos:**

**Año** = 2023

**Q** = 3851 unidades.

**P** = 768

**r** = 8,98%

Para realizar la proyección de la demanda de llantas europeas que son de marca, de la misma manera se utilizó los datos de la demanda de algunas empresas importadoras de llantas en la ciudad de Tarija, sacando un promedio de la demanda del año 2023 y la tasa de crecimiento de 8,98% del parque automotor de Tarija.

Con los siguientes datos se realizó la proyección para los próximos 10 años como se puede ver en la tabla n° 22

**TABLA 22. Proyección de la demanda de llantas europeas**

	<b>AÑO</b>	<b>PROYECCION</b>
0	2023	3851
1	2024	4196,82
2	2025	4573,69
3	2026	4984,41
4	2027	5432,01
5	2028	5919,81
6	2029	6451,41
7	2030	7030,74
8	2031	7662,10
9	2032	8350,16
10	2033	9100,00

**Fuente:** Elaboración propia.



### 3.8.3. Proyección de la demanda total

**Datos:**

$$P = 1155$$

$$Q = 10595 \text{ unidades.}$$

$$r = 8,98\%$$

Para realizar la proyección total de las llantas chinas y las demás marcas, con el promedio de la demanda de las llantas y la tasa de crecimiento del parque automotor que es de 8,98% en el año 2023 con los siguientes datos se realizó una proyección para los próximos 10 años como se puede ver en la tabla n° 23

**TABLA 23. Proyección total de la demanda**

	<b>AÑO</b>	<b>PROYECCION</b>
0	2023	10595
1	2024	11546,43
2	2025	12583,30
3	2026	13713,28
4	2027	14944,73
5	2028	16286,77
6	2029	17749,32
7	2030	19343,21
8	2031	21080,23
9	2032	22973,24
10	2033	25036,23

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.9. Oferta de llantas

Oferta de llantas chinas anual = 8880 unidades.

Oferta de llantas brasileras anual = 4800 unidades.

Oferta anual de llantas = 13680 unidades.

### Fórmula de proyección de la oferta

$$Q_f = Q_o(1+r)^n$$

#### 3.9.1. proyección de la oferta de llantas chinas

##### Datos:

Q =	8880
Precio =	290
r =	8,98%

Los datos que se tomaron en cuenta para la proyección de la oferta de llantas chinas son datos del año 2023 como el promedio de la oferta de algunas empresas que se dedican a vender llantas chinas y la tasa de crecimiento del parque automotor de Tarija que es de 8,98% con estos datos se realizó la proyección para los próximos 10 años como se puede visualizar en la tabla n° 24

**TABLA 24. Proyección de la oferta de llantas chinas**

	AÑO	PROYECCIÓN
0	2023	8880
1	2024	9677,42
2	2025	10546,46
3	2026	11493,53
4	2027	12525,65
5	2028	13650,45
6	2029	14876,26
7	2030	16212,15
8	2031	17668,00
9	2032	19254,59
10	2033	20983,65

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.9.2. Proyección de la oferta de llantas europeas

**Datos:**

Q=	4800
Precio=	630
r=	8,98%

Para realizar la proyección de la oferta para los próximos 10 años como se puede visualizar en la tabla 25 se tomó los datos de la oferta de las empresas que venden llantas da marca que son europeas y brasileras tomando en cuenta un promedio de la oferta y la tasa de crecimiento del parque automotor de Tarija que es de 8,98%

**TABLA 25. Proyección de la afecta de llantas europeas**

	<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN</b>
0	2023	4800
1	2024	5231,04
2	2025	5700,79
3	2026	6212,72
4	2027	6770,62
5	2028	7378,62
6	2029	8041,22
7	2030	8763,32
8	2031	9550,27
9	2032	10407,88
10	2033	11342,51

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.9.3. Proyección de la oferta total

**Datos:**

Q TOTAL=	13680
Precio total=	920
r=	8,98%

La proyección de la oferta total se puede visualizar en la tabla 26 para los próximos 10 años en base al promedio de la oferta de algunas empresas de Tarija y con la tasa de crecimiento de parque automotor de Tarija que es de 8,98% del año 2023

**TABLA 26. Proyección total de la oferta**

	<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN</b>
0	2023	13680
1	2024	14908,46
2	2025	16247,24
3	2026	17706,25
4	2027	19296,27
5	2028	21029,07
6	2029	22917,48
7	2030	24975,47
8	2031	27218,27
9	2032	29662,47
10	2033	32326,16

**Fuente:** Elaboración propia.

**BALANCE DEMANDA – OFERTA****TABLA 27. Balance demanda y oferta**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</b>	<b>TOTAL</b>
2023	13680	10595	3085,00
2024	14908,46	11546,43	3362,03
2025	16247,24	12583,30	3663,94
2026	17706,25	13713,28	3992,97
2027	19296,27	14944,73	4351,53
2028	21029,07	16286,77	4742,30
2029	22917,48	17749,32	5168,16
2030	24975,47	19343,21	5632,26
2031	27218,27	21080,23	6138,04
2032	29662,47	22973,24	6689,23
2033	32326,16	25036,23	7289,93
<b>TOTAL</b>	<b>239967,15</b>	<b>185851,75</b>	<b>54115,40</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**OFERTA > DEMANDA**

La demanda es completamente satisfecha, lo que implica que los productos solicitados por los clientes en línea se encuentran en stock y se pueden entregar de manera oportuna y confiable. Esto implica una buena gestión de inventario, logística eficiente y cumplimiento de pedidos.

Por otra parte, cuando la oferta es mayor que la demanda, los productores pueden enfrentar dificultades para vender sus productos y pueden reducir los precios para estimular las ventas. Esta situación también puede llevar a una disminución en la producción y a la pérdida de empleos en las industrias afectadas.

**CAPÍTULO IV**  
**DIAGNÓSTICO GENERAL DEL MERCADO**  
**INTERNO Y EXTERNO**

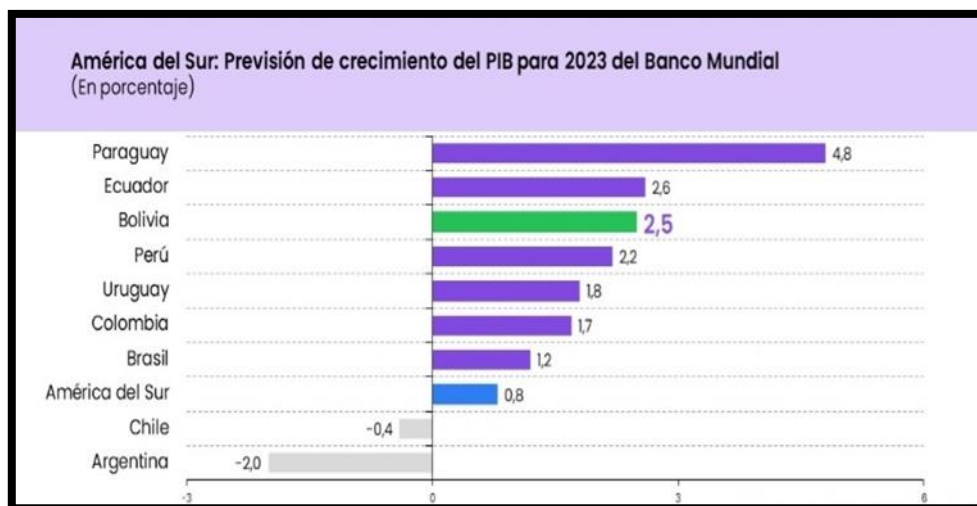
## 4. DIAGNÓSTICO GENERAL DEL MERCADO INTERNO Y EXTERNO

### 4.1. Análisis del mercado interno

#### 4.1.1. Crecimiento económico (PIB ingreso per cápita de Bolivia Tarija)

El crecimiento económico PIB per cápita se puede utilizar para estimar la demanda potencial de llantas. En general, cuanto mayor sea el PIB per cápita, mayor será la demanda de llantas. Esto se debe a que las personas con ingresos más altos tienen más probabilidades de tener automóviles y tener más dinero para gastar en llantas nuevas. Se puede visualizar el PIB en la gráfica 21

**GRÁFICA N° 21. Crecimiento del PIB en 2023 según el Banco Mundial**



**Fuente:** Elaboración propia.

## **El PIB per cápita**

El PIB per cápita que se incrementó el año pasado en 2022, respecto a la cifra de 2021 en 7,4%, paso de \$ 3.437 a \$ 3.691. Esto según el presidente de Bolivia Luis Arce Catacora.

El PIB Per cápita de Bolivia en 2021 fue de 23.579 Bs. mayor que en 2020. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2008 cuando el PIB per cápita en Bolivia era de 12.430 Bs. Si ordenamos los Países que publicamos en función de su PIB per cápita, Bolivia se encuentra en el puesto 124, por lo que sus habitantes tienen, según este parámetro, un bajo nivel de riqueza en relación a los 196 países de los que publicamos este dato. Tarija es uno de los departamentos de mayor ingreso per cápita de Bolivia, siendo que el promedio nacional estaría por los 23.579 bolivianos para la gestión 2021, mientras que en el Departamento de Tarija presento un ingreso per cápita de 31.247 bolivianos.

El incremento PIB per cápita se traduce en una mayor demanda de bienes y servicios por parte de la población Tarijeña. El Producto Interno Bruto (PIB) de Bolivia en 2022, registró un crecimiento de 3,48% respecto a la gestión anterior. Esta cifra se vio afectada en el último trimestre por los conflictos sociales del paro cívico de 36 días en el departamento de Santa Cruz, que tuvo repercusiones económicas en los sectores exportadores de la agroindustria, de servicios como restaurantes, hoteles y comercio, así como en las actividades logísticas de transporte principalmente.

### **4.1.2. Barreras de entrada de los productos de importación**

Las barreras de entrada para los productos de importación en Bolivia varían según el sector y el tipo de producto. Sin embargo, existen algunas barreras comunes que pueden dificultar el proceso de importación en el país.

Una de las principales barreras es el sistema arancelario y aduanero. Bolivia aplica aranceles y trámites aduaneros que pueden resultar complejos y costosos para los



importadores. Además, existen regulaciones y requisitos específicos para cada tipo de producto, lo que puede generar demoras y complicaciones en el proceso de importación.

Otra barrera importante es la burocracia y la falta de transparencia en los procesos de importación. Los trámites pueden ser lentos y es necesario contar con el conocimiento adecuado de los procedimientos y regulaciones para evitar retrasos innecesarios.

Además, existen algunas restricciones no arancelarias para ciertos productos, como certificaciones específicas o requisitos sanitarios, que pueden dificultar la importación de determinados bienes.

#### **4.1.3. Inflación y el empleo (desempleo)**

En 2022, Bolivia cerró con una inflación acumulada de 3,1% y una tasa de desempleo de 4,3%. Con las medidas aplicadas por el Gobierno se logró mantener la inflación más baja de la región y disminuyó la tasa de desempleo, pese a un contexto internacional complejo.

Mientras los países vecinos tienen elevadas tasas de inflación con efectos en su población, en Bolivia se tiene estabilidad de precios, gracias a un esquema de subvenciones de hidrocarburos para que, entre otros, los empresarios agropecuarios tengan estabilidad en sus costos de producción.

De igual forma, se subvenciona la harina, maíz y otros insumos para que los productores tengan los principales insumos a precios accesibles y no se traslade a la población el aumento de precios.

En cuanto al desempleo, Montenegro recordó que las medidas aplicadas lograron reducir la tasa de desempleo, por lo que la tasa de desempleo abierta urbano disminuyó de 11,6%, en julio de 2020, a 4,3% en la gestión 2022.

#### 4.1.4. Tasas activas y pasivas

En la siguiente tabla n° 28 se pueden visualizar las tasas activas y pasivas que en el presente plan de negocio se utilizó como el IVA de 13% para el cálculo de costo de importación.

**TABLA 28. Tasas activas y pasivas**

<b>Mercado de dinero</b>		
<u>Tipos de interés</u>	01/06/2023	3,10%
<b>Negocios</b>		
<u>Doing Business</u>	2020	150°
<u>Vehículos pasajeros Año</u>	Diciembre 2019	20.319
<u>Vehículos Año/1000 hab.</u>	Diciembre 2019	2,54
<u>Vehículos / 1000 habitantes</u>	2015	71,10
<b>Impuestos</b>		
<u>Presión fiscal (% PIB)</u>	2021	22,6%
<u>IVA General</u>	01/01/2006	13,00%
<b>Comercio</b>		
<u>Llegadas anuales</u>	2019	1.239.281
<u>Exportaciones</u>	2021	9.326,1 M€
<u>Exportaciones % PIB</u>	2021	27,12%

<u>Importaciones</u>	2021	8.082,4 M€
<u>Importaciones % PIB</u>	2021	23,50%
<u>Balanza comercial</u>	2021	1.243,7 M€
<u>Balanza comercial % PIB</u>	2021	3,62%

**Fuente:** <https://datosmacro.expansion.com/paises/bolivia>

## **4.2. ANÁLISIS DEL MERCADO EXTERNO (país proveedor)**

### **4.2.1. Crecimiento económico (PIB ingreso per cápita)**

El producto interno bruto de Francia en el segundo trimestre de 2023 ha crecido un 0,5% respecto al trimestre anterior. Esta tasa es 5 décimas mayor que la del primer trimestre de 2023, que fue del 0%.

La variación interanual del PIB ha sido del 1%, 2 décimas mayor que la del primer trimestre de 2023, que fue del 0,8%.

La cifra del PIB en el segundo trimestre de 2023 fue de 701.616 millones de euros, con lo que Francia se situaba como la 6ª economía en el ranking de PIB trimestral de los 53 países que publicamos.

Francia tiene un PIB Per cápita trimestral de 10.307 k euros, 668 euros mayor que el del mismo trimestre del año anterior, que fue de 9.639 euros.

Si ordenamos los países que publicamos en función de su PIB per cápita trimestral, Francia se encuentra en el puesto 19 de los 53 países de los que publicamos este dato.

En la siguiente tabla 29 se puede observar el PIB y el ingreso per cápita de Francia que es el país proveedor de donde se realizara la importación de llantas sin aire para saber el potencial económica de Francia y el ingreso o calidad de vida de las personas del país proveedor.

**TABLA 29. Crecimiento económico PIB ingreso per cápita**

PIB Trimestral a precios de mercado 2023				PIB Trimestral Per Capita 2023			
Fecha	PIB Trimestral	Var. Trim. PIB (%)	Var. anual PIB Trim. (%)	Fecha	PIB Trim Per Capita	Var. PIB Trim Per Capita	Var. anual PIB Trim Per Capita
II Trim 2023	701.616 M€	0,5%	1,0%	II Trim 2023	10.307 k	2,4%	6,9%
I Trim 2023	685.346 M€	0%	0,8%	I Trim 2023	10.068 k	1,8%	5,9%
< PIB Francia 2022				< PIB Francia 2022			

#### 4.2.2. Barreras preferencias arancelarias

##### Umbral de Aduanas (de la que se requieren los aranceles)

150 euros.

##### Aranceles promedio (sin contar productos agrícolas)

Las operaciones realizadas dentro del [EEE](#) están exentas del pago de aranceles. El Arancel Aduanero Común (AAC) de la Unión Europea se aplica a las mercancías de origen extraeuropeo. De manera general, los aranceles son relativamente bajos, sobre todo para los productos industriales (4,2% de media).

##### Productos sujetos a aranceles más elevados

Los aranceles son más altos sobre los productos textiles y agroalimentarios (17,3% de media).

##### Productos sujetos a aranceles menos elevados

Concedidas a las importaciones procedentes de países con los que la Unión Europea ha firmado acuerdos comerciales. Para determinar la tasa que se aplica a su producto, consulte la base de datos [TARIC](#) de la Unión Europea.

### **Clasificación aduanal**

La Nomenclatura Combinada de la Comunidad Europea (CE) integra la nomenclatura armonizada y subdivisiones complementarias que constan de un número de ocho cifras y notas legales creadas con fines comunitarios.

### **Método de cálculo de aranceles**

Ad Valorem sobre el valor CIF de las importaciones

### **Método de pago de aranceles**

Los aranceles se pagan de contado (en euros, mediante cheque, giro postal o transferencia). Se puede solicitar un aplazamiento del pago mediante fianza arancelaria o con créditos arancelarios.

### **Impuestos a la importación (excluyendo los impuestos al consumo)**

Ninguno

En la tabla n° 30 se puede visualizar las tasas activas y pasivas del país proveedor de llantas sin aire que es FRANCIA

#### **4.2.3. Tasas de interés activa y pasiva**

**TABLA 30. Tasa de interés activa y pasiva**

<b>Mercado de dinero</b>		
<u>Tipos de interés</u>	02/08/2023	4,25%
<b>Negocios</b>		
<u>Doing Business</u>	2020	33°

<u>IPI Interanual</u>	Julio 2023	2,8%
<u>Vehículos pasajeros Año</u>	Diciembre 2022	1.529.035
<u>Vehículos Año/1000 hab.</u>	Diciembre 2022	28,30
<u>Producción anual de vehículos</u>	2022	1.383.173
<u>Vehículos / 1000 habitantes</u>	2021	673,75
<b>Impuestos</b>		
<u>Presión fiscal (%PIB)</u>	2021	46,7%
<u>IVA General</u>	01/01/2014	20,00%
<u>Tipo máximo</u>	2022	55,6%
<b>Comercio</b>		
<u>Llegadas anuales</u>	2018	89.322.000
<u>Exportaciones</u>	2022	587.184,9 M€

<u>Exportaciones</u> <u>% PIB</u>	2022	22,25%
<u>Importaciones</u>	2022	778.092,8 M€
<u>Importaciones</u> <u>% PIB</u>	2022	29,48%
<u>Balanza</u> <u>comercial</u>	2022	-190.908,0 M€
<u>Balanza</u> <u>comercial %</u> <u>PIB</u>	2022	-7,23%
<u>Comercio</u> <u>Minorista</u> <u>Interanual</u>	Julio 2023	-1,9%

#### 4.2.4. Investigación del mercado ofertante

Michelin quiere lanzar al mercado los neumáticos Uptis (acrónimo de Unique Puncture-proof Tire System, Sistema Único de Neumáticos a Prueba de Pinchazos) en 2024, y para 2050 utilizar únicamente materiales sostenibles.

A prueba de pinchazos, golpes, ecológicos, conectados y sin necesidad de mantenimiento, estos 'neumáticos' prometen ser la panacea de la movilidad sostenible. Las llantas de estas ruedas se fabricarán con goma y aluminio y un material de alto rendimiento denominado resina insertada en fibra de carbono.

Otro de los factores clave que ofrece la ausencia de una cámara de aire es la eficiencia: mayor resistencia al desgaste, más seguridad ante pinchazos y reventones y mayor nivel

de productividad en esferas en las que se hace un uso intensivo de las ruedas, como ocurre con los coches de flota.

También podrán ser reparados a medio plazo mediante tecnología de impresión 3D.

Lo cierto es que, aunque nos suene a ciencia ficción, ya en 2004 Michelin desarrolló sus neumáticos sin aire, en 2011 Bridgestone hizo lo propio, y le siguieron Polaris, una versión mejorada de Michelin con las X Tweel y Continental con dos ideas pensadas para la conducción eléctrica y autónoma.

#### **4.2.5. Cotización, proveedores, producto, costos**

##### **Neumático sin aire Michelin precio**

En cuanto al precio, para sus neumáticos sin aire Michelin piensa entrar en el mercado con un precio similar a los de las modelos antipinchazos (o neumáticos RunFlat) o sea entre 100 y 150 euros aproximadamente.

Esta decisión es el resultado del cálculo económico realizado considerando la mayor vida útil de cada Michelin Uptis y los menores costos por fabricar y transportar un menor número de ruedas (que se romperán con menor frecuencia y serán completamente eco-sostenibles).

#### **4.2.6. Distribución, transporte y logística**

La distribución, transporte y logística de llantas Michelin en Bolivia es llevada a cabo por el Grupo Michelin Bolivia, una subsidiaria de la reconocida empresa multinacional Michelin.

El Grupo Michelin Bolivia se encarga de importar y distribuir las llantas Michelin en todo el territorio boliviano, asegurando el suministro de productos de alta calidad a los consumidores y empresas del país.

En cuanto al transporte y logística, Michelin cuenta con una red de distribución y almacenamiento estratégicamente ubicada en diferentes regiones de Bolivia, lo que les permite tener un amplio alcance y un eficiente sistema de entrega de sus productos.

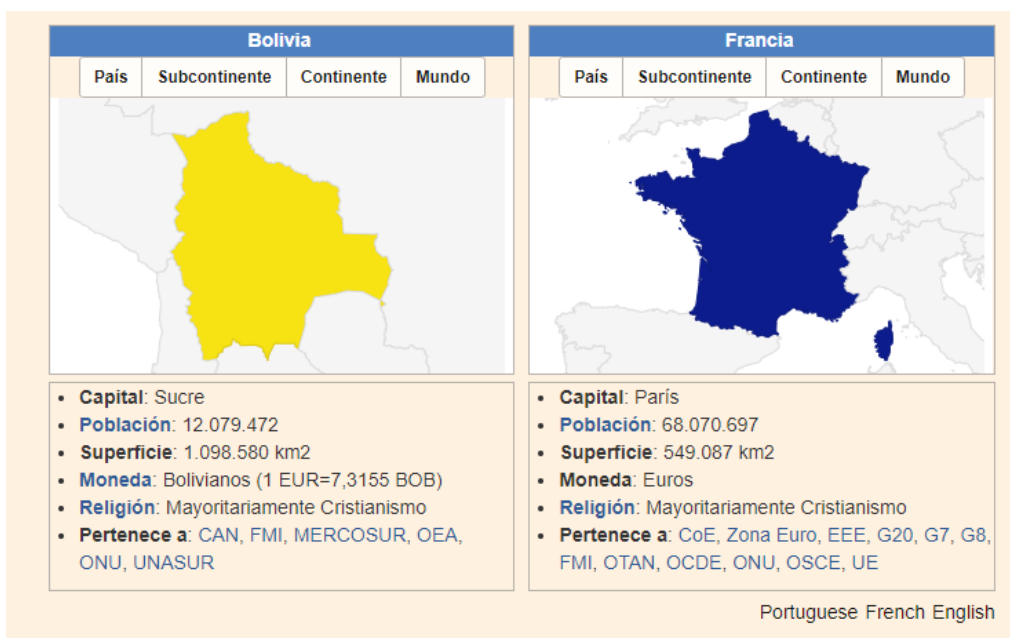


### 4.3. ANÁLISIS COMPARATIVO DE AMBOS PAÍSES

#### 4.3.1. Ingreso per cápita y/o PIB per cápita

Se realizó un análisis comparativo del PIB y el ingreso PIB per cápita de ambos países de Bolivia y Francia para ver la situación económica de ambos países y el nivel de vida de las personas de ambos países (ver la gráfica 22 y la tabla 31)

**GRÁFICA N° 22. Análisis comparativo Bolivia Francia**




**TABLA 31. Análisis comparativo de ambos países**

Bolivia				Francia		
<b>Cuentas Nacionales - Gobierno</b>						
				10.307 k	II Trim 2023	PIB Trim Per Capita [+]
PIB anual [+]	2022	41.191 M€		2.639.092 M€	2022	PIB anual [+]
PIB Per Capita [+]	2022	3.410 €		38.550 €	2022	PIB Per Capita [+]

				701.616 M€	II Trim 2023	PIB Trimestral [+]
Deuda total (M.€) [+]	2022	33.882		2.950.049	2022	Deuda total (M.€) [+]
Deuda (% PIB) [+]	2022	82,62%		111,60%	2022	Deuda (% PIB) [+]
<b>Mercados - Cotizaciones</b>						
<u>Euro/ Bolivianos</u> [+]	18/09/2023	7,3155				
<u>Tipo de cambio del dólar</u> [+]	18/09/2023	6,8600		0,9378	18/09/2023	<u>Tipo de cambio del dólar</u> [+]
				3,25%	18/09/2023	<u>Bono 10 años</u> [+]
				54	18/09/2023	<u>Prima Riesgo</u> [+]
				12,39%	18/09/2023	<u>Bolsa (Var. este Año %)</u> [+]
<b>Precios</b>						
<u>IPC General</u> [+]	Agosto 2023	3,1%		4,8%	Agosto 2023	<u>IPC General</u> [+]
				5,7%	Agosto 2023	<u>IPCA</u> [+]
				0,9%	Julio 2023	<u>IPRI Interanual</u> [+]
<b>Mercado de dinero</b>						
<u>Tipos de interés</u> [+]	01/06/2023	3,10%		4,25%	02/08/2023	<u>Tipos de interés</u> [+]
<b>Negocios</b>						
<u>Doing Business</u> [+]	2020	150°		33°	2020	<u>Doing Business</u> [+]
				2,8%	Julio 2023	<u>IPI Interanual</u>

						[+]
<u>Vehículos pasajeros Año</u> [+]	Diciembre 2019	20.319		1.529.035	Diciembre 2022	<u>Vehículos pasajeros Año</u> [+]
<u>Vehículos Año/1000 hab.</u> [+]	Diciembre 2019	2,54		28,30	Diciembre 2022	<u>Vehículos Año/1000 hab.</u> [+]
				1.383.173	2022	<u>Producción anual de vehículos</u> [+]
<u>Vehículos / 1000 habitantes</u> [+]	2015	71,10		673,75	2021	<u>Vehículos / 1000 habitantes</u> [+]
<b>Impuestos</b>						
<u>Presión fiscal (% PIB)</u> [+]	2021	22,6%		46,7%	2021	<u>Presión fiscal (% PIB)</u> [+]
<u>IVA General</u> [+]	01/01/2006	13,00%		20,00%	01/01/2014	<u>IVA General</u> [+]
				55,6%	2022	<u>Tipo máximo</u> [+]
<b>Comercio</b>						
<u>Llegadas anuales</u> [+]	2019	1.239.281		89.322.000	2018	<u>Llegadas anuales</u> [+]
<u>Exportaciones</u> [+]	2021	9.326,1 M€		587.184,9 M€	2022	<u>Exportaciones</u> [+]
<u>Exportaciones % PIB</u> [+]	2021	27,12%		22,25%	2022	<u>Exportaciones % PIB</u> [+]
<u>Importaciones</u> [+]	2021	8.082,4 M€		778.092,8 M€	2022	<u>Importaciones</u> [+]
<u>Importaciones % PIB</u> [+]	2021	23,50%		29,48%	2022	<u>Importaciones % PIB</u> [+]
<u>Balanza</u>	2021	1.243,7 M€		-	2022	<u>Balanza</u>

<u>comercial [+]</u>				190.908,0 M€		<u>comercial [+]</u>
<u>Balanza comercial % PIB [+]</u>	2021	3,62%		-7,23%	2022	<u>Balanza comercial % PIB [+]</u>
				-1,9%	Julio 2023	<u>Comercio Minorista Interanual [+]</u>

#### 4.3.2. Relaciones cambiarias

El volumen de los intercambios comerciales entre Bolivia y Francia es modesto. El valor total de los intercambios entre 2015 y 2019 oscila entre los 119 M€ y los 187 M€, fluctuación que se puede atribuir en gran parte a la volatilidad del precio de las materias primas. En 2020, en el contexto de la pandemia, el volumen total de los intercambios fue de 98 M€, una fuerte disminución con respecto a 2019 (-45 %). En 2021, el comercio entre nuestros países prácticamente no registró modificaciones (+1,1 %). Las exportaciones de nuestro país en 2021 han sido de 31,6 M€, mientras que las importaciones alcanzaron los 67 M€, en retroceso por 3.er año consecutivo.

El aislamiento geográfico de este mercado permite explicar igualmente la debilidad de las ventas directas de Francia, ya que muchos productos franceses presentes en Bolivia se importan y distribuyen a partir de países vecinos (Chile, Perú y Brasil) y no aparecen en las estadísticas bilaterales.

Bolivia es el 143.er cliente de Francia a nivel mundial (20.º cliente de Latinoamérica) en 2021 y no representa más del 0,007 % del total de nuestras exportaciones. Las exportaciones francesas están casi íntegramente conformadas por productos manufacturados (productos químicos, perfumes y cosméticos; productos farmacéuticos; productos informáticos y electrónicos, etc.).

Bolivia ocupa en 2021 el 107.º puesto entre los proveedores de Francia (13.º en Latinoamérica) y sólo representa el 0,01 % del total de nuestras importaciones.

#### 4.4. INCOTERMS

Los incoterms son un conjunto de reglas internacionales que definen las obligaciones de las partes en un contrato de compraventa internacional de mercancías, estos términos se utilizan para aclarar quién es responsable de los costos, los riesgos y los trámites aduaneros asociados con el transporte de mercancías. Los incoterms son publicados por la cámara de comercio internacional (ICC) que es una organización no gubernamental que representa a las empresas de todo el mundo, (según aduana nacional)

De tal manera es muy importante que la empresa importadora defina que incoterms va a utilizar para realizar la importación de llantas sin sire desde Francia con destino a la ciudad de Tarija.

Existen 11 incoterms para la importación de mercancías cada uno con sus propias reglas y responsabilidades propias, que son las siguientes. (ver la tabla 32)

**TABLA 32. Incoterms**

INCOTERMS 2022	MODO DE TRANSPORTE	TRANSPORTE CONTRATADO POR:	SEGURO CONTRATADO POR:
EXW (EN FÁBRICA)	REGLAS PARA CUALQUIER MODO O MODOS DE TRANSPORTE	LA PARTE COMPRADORA	NO OBLIGATORIO
FCA (FRANCO PORTEADOR)		LA PARTE COMPRADORA	NO OBLIGATORIO
CPT (TRANSPORTE PAGADO HASTA)		LA PARTE VENDEDORA	NO OBLIGATORIO
CIP (TRANSPORTE Y SEGURO PAGADOS HASTA)		LA PARTE VENDEDORA	LA PARTE VENDEDORA
DAP (ENTREGADA EN LUGAR)		LA PARTE VENDEDORA	NO OBLIGATORIO
DPU (ENTREGADA EN LUGAR DESCARGADA)		LA PARTE VENDEDORA	NO OBLIGATORIO

DDP (ENTREGADA DERECHOS PAGADOS)	REGLAS PARA TRANSPORTE MARÍTIMO Y VÍAS NAVEGABLES INTERIORES	LA PARTE VENDEDORA	NO OBLIGATORIO
FAS (FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE)		LA PARTE COMPRADORA	NO OBLIGATORIO
FOB (FRANCO A BORDO)		LA PARTE COMPRADORA	NO OBLIGATORIO
CFR (COSTO Y FLETE)		LA PARTE VENDEDORA	NO OBLIGATORIO
CIF (COSTO, SEGURO Y FLETE)		LA PARTE VENDEDORA	LA PARTE VENDEDORA

**Fuente:** Aduana Nacional de Bolivia.

En la tabla 33 se detalla de que se encarga cada uno de los incoterms al momento de realizar una importación o exportación de las mercancías donde indica las obligaciones y responsabilidades de ambas partes entre comprador y vendedor.

**TABLA 33. Tipos de incoterms para la importación**

<b>EXW</b>	El vendedor realiza la entrega cuando pone la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones representa la mínima obligación del vendedor
<b>FCA</b>	El vendedor entrega la mercancía al porteador designado por el comprador, además es responsable de cargar la mercancía
<b>FAS</b>	El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía se coloca al costado del buque designado por la empresa compradora.

<b>FOB</b>	El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque designado por el comprador en el puerto del embarque designado, el riesgo y costo se transfiere al comprador.
<b>CFR</b>	El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque, el vendedor se encarga del costo de transporte hasta el puerto.
<b>CIF</b>	El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque en el puerto del embarque, el vendedor se encarga del costo hasta el puerto del buque.
<b>CPT</b>	El vendedor entrega la mercancía a la persona designada por el vendedor en el lugar acordado, el vendedor se encarga de contratar el costo de transporte para llevar la mercancía hasta el lugar de destino.
<b>CIP</b>	El vendedor entrega la mercancía al porteador designado por el vendedor en un lugar acordado y se encarga de pagar los costos de transporte para llevar hasta el lugar de destino.
<b>DAT</b>	El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía una vez descargada del medio de transporte, de llegada se pone a disposición del comprador en el puerto lugar de destino.
<b>DAP</b>	El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía se pone a disposición del comprador en el medio de transporte, el vendedor corre con todos los riesgos que implica llevar la mercancía hasta el lugar designado.
<b>DDP</b>	El vendedor entrega la mercancía cuando esta se pone a disposición del comprador, para la importación en los medios de transporte de llegada, el vendedor corre con todos los costos y riesgos, incluye el despacho aduanero.

**Fuente:** Elaboración propia según la aduana nacional de Bolivia.

#### 4.5. Términos de negociación

Para la importación de llantas sin aire desde Francia a la ciudad de Tarija, el incoterm más adecuado que aplicara la empresa importadora UPTIS es el FOB, que pertenece al transporte marítimo, ya que en Bolivia la mayor parte de las empresas importadoras utilizan este incoterms y CIF para el transporte terrestre en el territorio boliviano.

En la siguiente tabla n° 35 se muestra los tipos de incoterms para la negociación de la empresa entre el exportador e importador y las responsabilidades y obligaciones de cada uno de ellas de ambas partes donde cada letra tiene su significado de la siguiente manera, (ver la tabla 34 y la tabla 35).

**TABLA 34. Obligaciones del comprador y vendedor**

<b>C</b>	Obligaciones de la parte compradora
<b>V</b>	Obligaciones de la parte vendedora
<b>M</b>	Transporte Marítimo y vías navegables interiores
<b>CT</b>	Cualquier modo o modos de transporte

**Fuente:** Elaboración propia.



**TABLA 35. Términos de negociación**

<b>SIGLA</b>	<b>EXW</b>	<b>FCA</b>	<b>FAS</b>	<b>FOB</b>	<b>CFR</b>	<b>CIF</b>	<b>CPT</b>	<b>CIP</b>	<b>DAT</b>	<b>DAP</b>	<b>DDP</b>
Embalaje y verificación	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Carga	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Transporte interior o terminal	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Maniobra en puerto o terminal de salida	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V
Transporte internacional	C	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V
Seguros de mercancía	C	C	C	C	C	V	C	V	V	V	V
Maniobra en puerto de salida	C	C	C	C	C	C	C	C	V	V	V
Formalidades aduaneras	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V
Transporte interior	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V	V
Recepción y descarga	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
<b>MEDIO DE TRANSPORTE</b>	<b>CT</b>	<b>CT</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>CT</b>	<b>CT</b>	<b>M</b>	<b>CT</b>	<b>CT</b>

**Fuente:** Elaboración propia según Aduana Nacional.

La negociación de las llantas sin aire con el incoterm FOB establece que la empresa exportadora asumirá el costo y riesgo asta entregar la mercancía a bordo del buque, y posteriormente se transfiere a la empresa importadora asumir la responsabilidad de la mercancía comprada y todos los costos de transportación desde el puerto de Marsella hasta el puerto de Arica chile y hasta llegar al destino designado.

**TABLA 36. Tamaño del contenedor**

<b>Tipo de llanta</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Contenedor de 20 pies</b>	<b>Contenedor de 40 pies</b>
Llantas de automóvil	13 a 18 pulgadas	<b>220 a 300</b>	660 a 900
Llantas de camioneta	15 a 22 pulgadas	180 a 240	480 a 600
Llantas de camión	16 a 24 pulgadas	150 a 200	360 a 480

**Fuente:** Google.

Para realizar la importación de llantas sin aire desde Francia se traerá en un contenedor de 20 pies, 3000 kg y 30 toneladas que caben 300 unidades de llantas, por lo tanto, la empresa traerá 300 unidades que cabe en un contenedor para minimizar los costos de importación de las llantas (ver la tabla 36).

**CAPÍTULO V**  
**PLAN DE MARKETING**

## **5. PLAN DE MARKETING**

Dentro de este plan de negocio se considera un plan de marketing que ayudara a mejorar al producto ofrecido por la empresa que son las llantas sin aire, a llegar hacia los clientes finales, se definirá la manera en que se comercializara el producto en el mercado objetivo. En esta propuesta de plan de marketing se desarrollará las estrategias de marketing que ayudará a la empresa importadora a posicionarse en el mercado de la ciudad de Tarija. Por lo tanto, es muy importante tomar en cuenta todos los aspectos importantes como las estrategias de posicionamiento.

### **5.1. Objetivo del marketing**

La empresa importadora UPTIS tendrá los siguientes objetivos a cumplir para lograr el posicionamiento en el mercado tarijeño

#### **5.1.1. Objetivos a corto plazo**

- Realizar una promoción del producto de llantas sin aire en la etapa de la introducción al mercado y en el transcurso del tiempo.
- Lograr posicionar a la empresa como la opción de llantas más segura, duradera y eficiente para los consumidores en la ciudad de Tarija.
- Realizar estrategias de promoción para atraer a los clientes y llegar a los consumidores finales y fidelizar a los clientes fieles.
- Realizar publicidad del producto en diferentes medios de comunicación como ser la televisión, radio, y redes sociales para llegar a hacer conocer el producto a la población. Como también con colaboraciones de influencers.

### **5.1.2. Objetivos a mediano y largo plazo**

- Alcanzar un crecimiento de las ventas en un promedio de 60% anual en un plazo de 5 años
- Convertirse en una empresa comercial líder del mercado de las llantas sin aire en la ciudad de Tarija.
- Expandirse y abrir más sucursales en otros departamentos de Bolivia

## **5.2. Segmentación del mercado**

La segmentación de mercado es un proceso que divide un mercado en grupos de consumidores con necesidades y comportamientos similares. Esto ayuda a la empresa a desarrollar mejor las estrategias de marketing y más eficaces dirigidos al segmento del mercado objetivo.

La segmentación de la empresa importadora de llantas sin aire está dirigida a todas las personas que tienen su vehículo de 20 a 50 años de edad según los resultados de la investigación de mercados en la ciudad de Tarija.

### **5.2.1. Segmentación geográfica**

El principal segmento de mercado para este plan de negocio son los propietarios de los vehículos en la ciudad de Tarija donde se encuentra la mayor parte de la población y motorizados este es el segmento más grande y es probable que ellos estén interesados en comprar las llantas sin aire, cabe recalcar que en el sector o en ningún otro lugar existe llantas sin aire y esto hace que el producto sea rentable.

### **5.2.2. Segmentación demográfica**

El segmento demográfico para este proyecto de emprendimiento está dirigido a todos los conductores jóvenes y mayores de 20 a 50 años aproximadamente, según la investigación de mercado ya que ellos estarían dispuestos a comprar llantas sin aire, además se determinó que la mayoría de las personas encuestadas fueron de género masculino esto hace referencia que son ellos los que realizan la compra de las llantas para sus vehículos, de tal manera a ellos se les tomo como el segmento de mercado objetivo, ya que ellos tienen más experiencia al respecto. También se tomó en cuenta la ocupación de las personas. que serían todas las personas que tienen ingresos medios e ingresos altos, ellos estarían dispuestos a comprar las llantas sin aire para sus vehículos. esto porque el precio de las llantas sin aire es más alto que las llantas tradicionales.

### **5.2.3. Psicográfica**

En esta segmentación de mercado objetivo se toma en cuenta su personalidad, su estilo de vida, valores y actitudes de las personas ya que son aspectos que influyen al momento de comprar las llantas.

La personalidad de las personas es muy importante ya que pueden tener diferentes preferencias de llantas, para otros es muy importante la durabilidad y seguridad y para otros es muy importante la marca y el precio. El estilo de vida de las personas también influye por que las personas que viven en áreas rurales y urbanas tienen diferentes preferencias y necesidades.

## **5.3. Análisis FODA**

El análisis de la matriz FODA es una herramienta de planificación estratégica que ayuda a las empresas a identificar cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. (según Philip Kotler)

Este análisis ayuda a comprender la situación actual de la empresa y desarrollar estrategias para alcanzar sus objetivos.

En caso de una importación de llantas sin aire es importante tener en cuenta este análisis del producto que está iniciando la etapa de introducción al mercado en la ciudad de Tarija.

### **5.3.1. Fortaleza**

- El producto de llantas sin aire está en crecimiento en el mercado externo.
- Venta de marca conocida del producto conocida en el mercado con mayor participación.
- Llantas de más alta calidad en el mercado.
- Mayor durabilidad que las demás llantas tradicionales en el mercado.

### **5.3.2. Oportunidades**

- El consumo de llantas en constante crecimiento en el mercado actual.
- El constante crecimiento de parque automotor en la ciudad de Tarija.
- La población reconoce la calidad y las ventajas que tiene el producto.
- Todos los automóviles necesitan cambiar las llantas periódicamente.

### **5.3.3. Debilidades**

- El precio elevado del producto de llantas sin aire en el mercado en comparación de llantas tradicionales.
- La empresa no cuenta con muchos proveedores que provean el producto.

- La empresa es nueva y no está posicionada en el mercado.

#### **5.3.4. Amenazas**

- Alta competencia con otras empresas que ofrecen el mismo producto que satisfacen las mismas necesidades.
- Existe muchas barreras arancelarias en el proceso de importación por el gobierno.
- El precio barato del producto de la competencia que ofrece las llantas tradicionales.

### **Conclusiones**

Según el análisis FODA que se realizó en el presente plan de negocio para la importación de llantas sin aire en la ciudad de Tarija, nos da entender que tiene una oportunidad muy favorable para realizar la importación de llantas sin aire. Ya que después de realizar un análisis se determinó que este proyecto tiene más oportunidades y fortalezas en el mercado, cabe recalcar que es importante tomar en cuenta los desafíos que conlleva este negocio de importación de llantas y trabajar en ellas para deducir los posibles riesgos que se puedan presentar en el transcurso del tiempo.

### **5.4. Marketing MIX**

La estrategia de marketing mix es un elemento clave para las empresas que deben considerar para crear una estrategia de marketing exitosa que sean más efectivas y eficientes para la empresa.

El producto es lo que la empresa ofrece a los consumidores y que satisfaga las necesidades de los clientes. El precio es el valor que los consumidores pagan por el producto o servicio, plaza es el lugar donde los consumidores pueden encontrar el



producto para poder adquirir y la promoción es la forma en que la empresa comunica el producto a los consumidores, es importante utilizar una combinación de canales de comunicación para llegar al público objetivo, según. (Philip Kotler y Gary Armstrong) en su libro principios de marketing.

**GRÁFICA N° 23. Marketing MIX**



**Fuente:** según Vilma Núñez.

#### **5.4.1. Producto**

El producto que ofrecerá la empresa importadora UPTIS en el mercado tarijeño será único y diferente a los de la competencia, que son un tipo de llantas que no tienen cámara de aire, que tiene una serie de ventajas sobre las llantas tradicionales como ser la mayor durabilidad, resistencia a los pinchazos y una mayor seguridad, pero que cubre las mismas necesidades y satisfacción a los clientes.

La empresa importadora que importará las llantas sin aire desde Europa Francia de la empresa de Michelin con destino a Bolivia departamento de Tarija será los siguientes tipos de llantas de distintos tamaños. (ver la tabla n° 37)

**TABLA 37. Tipos del producto a importar**

<b>Ancho</b>	<b>Relación de aspecto</b>	<b>Tipo de construcción</b>	<b>Diámetro del rin</b>
185	60	Radial	13
175	65	Radial	14
185	55	Radial	15

**Fuente:** Elaboración propia.

#### **5.4.2. Precio**

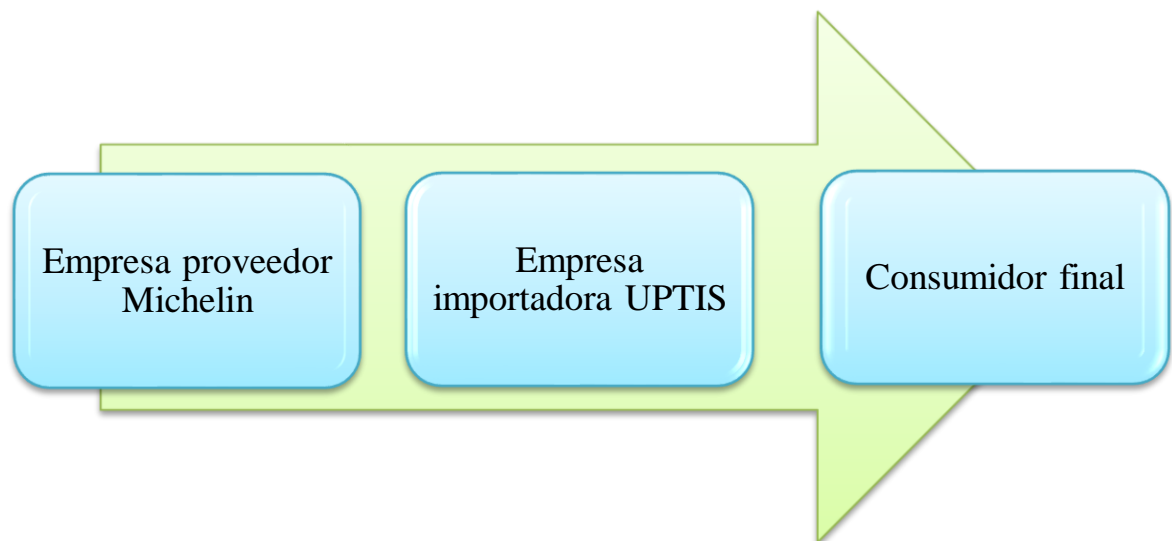
La estrategia de precio para el siguiente producto de llantas sin aire será un poco medio alto esto debido a que el producto es de alta calidad y durabilidad a comparación de las llantas tradicionales, además es un producto importado desde Francia. Es un precio justificable por la garantía que tiene este producto y la máxima seguridad para los conductores ya que estas llantas son antipinchazos y adaptables para todo tipo de carreteras estables e inestables, de tal manera minimizan el riesgo de las personas.

#### **5.4.3. Plaza**

Para el presente proyecto de emprendimiento de importación de llantas sin aire la estrategia básica para la distribución del producto, se aplicará una distribución directa del importador al consumidor final en la ciudad de Tarija. cómo se refleja en la siguiente figura

- Empresa proveedor.
- Empresa importadora.
- Consumidor final.

#### GRÁFICA N° 24. Proceso de distribución



**Fuente:** Elaboración propia.

- Empresa proveedor: La empresa proveedora de las llantas sin aire es la empresa de Michelin de Francia quien nos proveerá el producto para importar las llantas a la ciudad de Tarija.
- Empresa importadora: la empresa que importara los productos desde Francia es la empresa importadora UPTIS quien adquirirá los productos.

- Consumidor final: los consumidores finales son aquellas personas que tienen su automóvil en la ciudad de Tarija quienes estarían dispuestos a comprar estas llantas sin aire.

Los consumidores que deseen adquirir el producto deberán acudir a la única tienda de llantas sin aire que se ubicara en la zona del mercado campesino, que para empezar este emprendimiento solo contara con una sola tienda para ofrecer el producto a los clientes del mercado tarijeño.

#### **5.4.4. Promoción**

La estrategia de promoción para el presente emprendimiento de importación de llantas sin aire se realizará de la siguiente forma

- Realizar campañas de promoción del producto en el radio fides antes y después de realizar la importación donde la población tarijeña escucha este medio de comunicación constantemente, haciendo conocer las ventajas del producto para así poder llegar y atraer a los consumidores.
- Expandir el mercado en la ciudad de Tarija realizando convenios con otras empresas que se dedican a vender productos complementarios de los motorizados donde se puede situar el producto como una muestra para que las personas puedan ver el producto.
- Crear y diseñar una página web de la empresa importadora UPTIS ya que es una herramienta muy importante en tomar en cuenta para cualquier empresa que quiera tener éxito en el mundo digital, donde se pueda informar todas las características y ventajas que tiene el producto de llantas sin aire, esto puede ayudar a la empresa a aumentar en sus ventas. Ya que esto ayuda a vender sus productos en línea a la empresa de una forma eficaz y reducir los costos operativos. además, apoyar con videos para que el cliente tenga más conocimiento sobre las llantas y ampliar su alcance.

- Realizar una publicidad mediante la televisión, ya que este medio de comunicación es más popular en el mundo que las personas utilizan para ver noticias de las cosas que pasa en el entorno.

la empresa importadora de llantas sin aire realizara publicidad en el canal de unitel donde este canal es más visto en Tarija y en Bolivia y tiene la oportunidad de llegar a un gran número de personas, unitel ofrece una variedad de formatos de publicidad que permite a las empresas a crear anuncios que sean impactantes, de modo que es una buena opción para mostrar los beneficios y ventajas del producto a la población tarijeña de esta forma tratar de llegar a los consumidores.

- También se aplicará la estrategia de marketing boca a boca que se basa en la recomendación de los clientes a otros clientes, es una forma eficaz de llegar a nuevos clientes y generar ventas
- Realizar una publicidad con influencers de la región para llegar a los consumidores

### **Logotipo**

**GRÁFICA N° 25. Logotipo de la empresa**



**Fuente:** Elaboración propia.

**Eslogan**

El eslogan que utilizará la empresa importadora UPTIS mediante las redes sociales para llamar la atención al cliente será la siguiente frase.

*"Llantas sin aire: la nueva generación de llantas para tu automóvil"*

**5.5. Estrategias de marketing**

La estrategia de marketing que se aplicara en el presente plan de negocio de importación de llantas sin aire para llegar a los clientes se aplicara de la siguiente forma.

- **perfeccionar a los consumidores sobre las ventajas de las llantas sin aire:** Los consumidores deben entender los beneficios de esta nueva tecnología para que estén dispuestos a probarla.
- **Facilitar el acceso a las llantas sin aire:** Las llantas sin aire deben estar disponibles en los principales talleres mecánicos de Tarija para que los consumidores puedan comprarlas fácilmente.
- **Ofrecer incentivos a los consumidores:** Los consumidores pueden estar más dispuestos a probar las llantas sin aire si se les ofrecen incentivos, como descuentos o promociones especiales.

### **5.5.1. Educación al consumidor**

- **Organizar eventos y talleres educativos sobre las llantas sin aire.** Estos eventos podrían ser dirigidos por expertos en la materia, como ingenieros o fabricantes de llantas.
- **Publicar artículos y anuncios en los medios de comunicación locales.** Estos artículos y anuncios podrían destacar las ventajas de las llantas sin aire y explicar cómo funcionan.
- **Crear contenido educativo en las redes sociales.** La empresa podría crear videos, infografías y otros tipos de contenido que expliquen las ventajas de las llantas sin aire.

### **5.5.2. Acceso al producto**

- Trabajar con los principales talleres mecánicos de Tarija para que vendan llantas sin aire. Esto facilitará a los consumidores el acceso a este producto.
- Ofrecer servicios de instalación y mantenimiento de llantas sin aire. Esto ayudará a los consumidores a sentirse más seguros al probar esta nueva tecnología.

### **5.5.3. Incentivos a los consumidores**

- Ofrecer descuentos o promociones especiales a los consumidores que compren llantas sin aire. Estos descuentos podrían aplicarse a la compra de las llantas o a los servicios de instalación y mantenimiento.

- Ofrecer programas de garantía o devolución. Esto ayudará a los consumidores a sentirse más seguros al probar las llantas sin aire.

Además de estas estrategias, la empresa podría considerar la posibilidad de trabajar con influencers locales para generar conciencia sobre las llantas sin aire. Los influencers pueden ayudar a llegar a un público objetivo más amplio y generar entusiasmo por este nuevo producto.

Con una estrategia de marketing eficaz, la empresa podría educar a los consumidores sobre las ventajas de las llantas sin aire y generar un interés en este nuevo producto.

### **5.6. Presupuesto de marketing**

El presupuesto de marketing es muy importante determinar para llevar a cabo lo analizado anteriormente, para distribuir una inversión estimada de dinero que permita desarrollar cada una de las propuestas de marketing, para poder poner más en conocimiento de las personas sobre el producto a importar. Se determina de la siguiente manera. (ver la tabla 38)



**TABLA 38. Presupuesto anual de publicidad**

<b>PRESUPUESTO ANUAL (EXPRESADO EN BOLIVIANOS)</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Publicitario en televisión	3500	2 meses	7000
Publicidad en radio(fides)	1200	4 meses	4800
Tarjetas personales	0,15	1000 unidades	150
folletos	0,50	1000unidades	500
Publicidad con influencers	1000	2 veces al año	2000
Publicidad en periódicos	150	3 meses	450
<b>TOTAL</b>			<b>14900bs</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**CAPÍTULO VI**  
**PLAN DE OPERACIONES**

## **6. PLAN DE OPERACIONES**

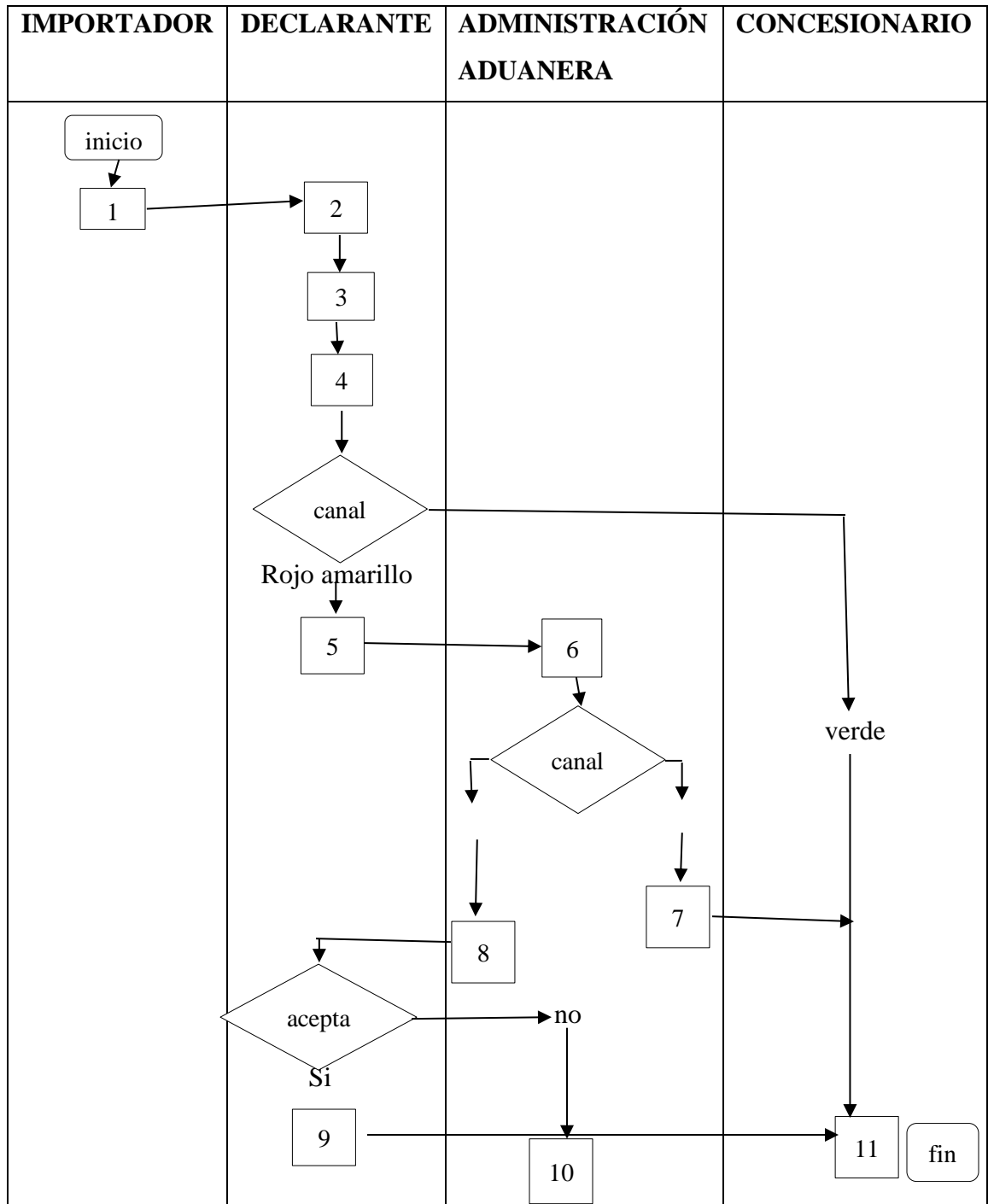
El proceso de operaciones en el presente plan de negocio inicia cuando la empresa importadora se pone en contacto con la empresa proveedora. En un proyecto de emprendimiento es necesario contar con un plan de operaciones que indique detalladamente todo el proceso de importación del producto desde el pedido del producto hasta el destino del producto para llevar a cabo con éxito la importación de llantas sin en la ciudad de Tarija.

### **6.1. Objetivos**

- Elaborar el flujograma del proceso logístico de operaciones de importación de llantas sin aire. Desde el proveedor hasta la ciudad de Tarija.
- Identificar las medidas arancelarias para evitar sanciones al momento de importar.
- Determinar la capacidad instalada de comercialización de llantas sin aire.
- Lograr un buen proceso de importación para la rentabilidad sostenible del negocio.
- Establecer un sistema de distribución eficiente para entregar las llantas a los clientes.

6.2. Flujograma de importación

TABLA 39. Flujograma de importación



Fuente: Elaboración propia según Aduana Nacional.

El proceso de flujograma de importación se elaboró en base a la aduana nacional de Bolivia como se puede observar en la tabla n°39 y la interpretación de cada una de los pasos se visualiza en la tabla n°40 donde indica que se encarga en cada uno de los procesos.

**TABLA 40. Descripción de la operación**

1.	El Importador entrega al declarante la DAV y los documentos soporte para el despacho, procede al endoso aduanero o entrega el poder notariado que confiere el mandato aduanero.
2.	El Declarante verifica que se cuente con los documentos soportes exigibles para el despacho y elabora la declaración.
3.	El Declarante presenta la DUI a través del sistema informático de la ANB, este verifica su consistencia y de corresponder asigna número de trámite.
4.	El Declarante paga los tributos aduaneros y otros cargos. Efectuado el pago, el sistema informático automáticamente asigna canal a la DUI.
5.	Si el canal asignado es rojo o amarillo, el Declarante presenta a la Administración Aduanera, en el día o a más tardar al día siguiente, la DUI y los documentos soporte. Si el canal asignado es verde, procede al retiro de mercancía del recinto aduanero o zona franca, prosiguiéndose de acuerdo con el punto 11.
6.	El Técnico Aduanero procede a realizar el examen documental y/o verificación física de la mercancía.
7.	Si no existen observaciones, registra las tareas realizadas en el Acta de Inspección del Sistema Informático y autoriza el levante de la mercancía, prosiguiéndose con el punto 11.

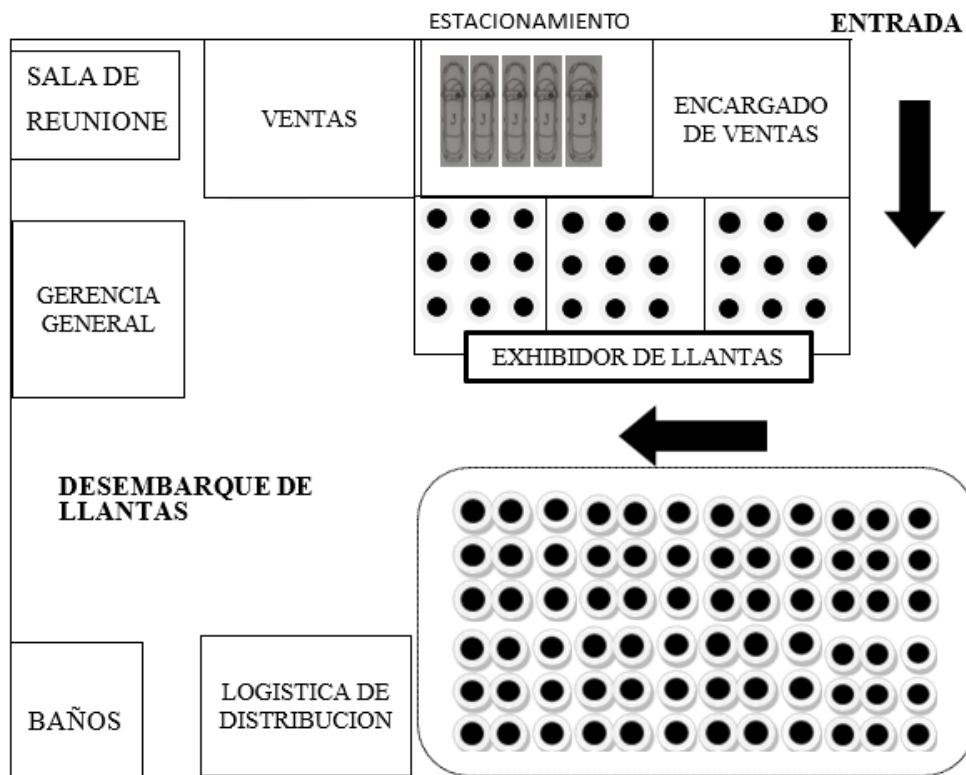
<p>8. De existir observaciones, elabora y emite a través del sistema informático el Acta de Reconocimiento/Informe de Variación del Valor y comunica al interesado los resultados del aforo.</p>
<p>9. Si el importador está de acuerdo, paga la reliquidación de tributos aduaneros y de corresponder las multas (no aplica en ajuste por valoración), prosiguiéndose con el despacho aduanero y la autorización de levante de la mercancía (punto 11)</p>
<p>10. Si el importador no está de acuerdo y después de presentados y evaluados los descargos se ratifican las observaciones, el Administrador de Aduana emite la Resolución Administrativa Determinativa o Sancionatoria y de corresponder la Vista de Cargo, suspendiéndose el despacho aduanero.</p>
<p>11. El Concesionario de Zona Franca o Depósito Aduaneros verifica a través del sistema informático de la ANB la autorización de levante de la mercancía y emite la Constancia de Entrega de Mercancías.</p>

**Fuente:** Aduana Nacional de Bolivia.

### **6.3. Layout de la empresa**

El layout de la empresa importadora UPTIS, el área de trabajo se distribuye de la siguiente manera, cuenta con una sala de reuniones, una oficina de gerencia general, y ventas, además cuenta con un depósito para almacenar el producto importado y estará a disposición del cliente para que puedan adquirir el producto. (ver la gráfica 26)

**GRÁFICA N° 26. Layout de la empresa**



**Fuente:** Elaboración propia.

#### 6.4. Descripción del producto de importación de llantas

la empresa importadora UPTIS importará Llantas sin aire de tres tipos de productos de diferentes tamaños y medidas para todo tipo de vehículos en la ciudad de Tarija, donde se comercializará el producto. Se realizará una importación de 300 unidades de llantas en base a la investigación de mercado para cubrir la demanda en el mercado, como se puede observar en la tabla 41 y la tabla 42.

**TABLA 41. Descripción del producto a importar**

PRODUCTOS	CANTIDAD (Pack)	PESO C/ unitario (kg)	FOB/FC A (US\$/Unit)	Cm			Peso Caja Vacía (kg)
				L	A	H	
llantas radiales 13	65	6,55	110	55	15,5	55	0,00
llantas radiales 14	160	7,55	115	61,46	18,5	61,46	0,00
llantas radiales 15	75	8,79	121	65	19,5	65	0,00

**Fuente:** Elaboración propia.

**TABLA 42. tipos de productos en unidades**

llantas radiales 13	65	unidades
llantas radiales 14	160	unidades
llantas radiales 15	75	unidades

**Fuente:** Elaboración propia.



En la tabla 43 se puede visualizar los tarifarios fijos según la aduana nacional de Bolivia para realizar una importación por lo que en el presente plan de negocio se tomó en cuenta para el cálculo del flete marítimo.

**TABLA 43. Tarifario del flete marítimo**

1. Tarifario del Flete Marítimo:				
- Flete Básico:		95	US\$ por TM ó M3	
- CAF (Currency Adjustment Factor)		10%	del Flete Básico	
- BAF (Bunker Adjustment Factor):		3,1	US\$/TM	
- Emisión del B/L (Bill of Lading) :		28,5	US\$	
- THC (Gastos por manipuleo en la Terminal)		50	US\$	

**Fuente:** Elaboración propia.

## **6.5. Proceso de logística y transporte de mercancías**

### **6.5.1. cálculo del flete internacional marítimo**

En el presente plan de negocio para el cálculo del flete internacional marítimo, se utilizó el simulador en Excel que es una herramienta para realizar el cálculo del costo de la importación de la mercancía internacional. Como se muestra en la siguiente tabla:

**TABLA 44. Cálculo del flete internacional marítimo**

<b>unidades:</b>	<b>(los 3 productos tienen diferentes medidas)</b>									<b>4. Marítimo</b>
<b>PRODUC TOS</b>	<b>CANTI DAD (UNIDAD )</b>	<b>UNIDA DES</b>	<b>TOTAL , unidades</b>	<b>Peso Unit (Kg)</b>	<b>Peso Neto (Kg)</b>	<b>PESO TAR A (Kg)</b>	<b>PESO BRUTO (Kg)</b>	<b>CUBICA JE (m3)</b>	<b>TOTAL VOLU MEN (m3)</b>	<b>PESO VOLUME TR (kg)</b>
llantas R 13	65	65	65	6,55	425,75	0	425,75	0,0468875	3,05	3047,69
llantas R 14	160	160	160	7,55	1208	0	1208	0,06988063	11,18	11180,90
llantas R 15	75	75	75	8,79	659,25	0	659,25	0,0823875	6,18	6179,06
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>0</b>	<b>2293</b>	<b>0</b>	<b>2293,000</b>		<b>20,408</b>	<b>20407,6515</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 44 se puede observar el cálculo del flete internacional marítimo, donde se realizó en un simulador de calculo que es una herramienta que nos facilita todo el proceso de cálculo del flete internacional.

2040765	TN	2293,000	Kg
---------	----	----------	----

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla n°45 nos indica el total del flete marítimo según los cálculos realizados en el simulador para la importación de 300 unidades de llantas sin aire.

**TABLA 45. Costo del flete marítimo**

Cálculo del flete marítimo		monto
Flete Básico		918,34
CAF	10%	91,83
BAF		63,26
Emisión B/L		28,50
THC		50,00
<b>TOTAL, FLETE:</b>		<b>1151,94 Bs</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 6.5.2. Unitarización de la Carga Internacional

Para el cálculo de método de contenerización de igual forma se realizó en un simulador en Excel donde se calcula las unidades que pueden entrar en un contenedor de 20 pies de 30 toneladas. (ver la tabla n°46).

**TABLA 46. Método de contenerización**

<b>DATOS:</b>		
Se desea Importar:		
Unidades	300	
Peso	7,63	Kg/unidad
Contenedor	30000	Kg
<b>Mts.</b>	<b>CONTENEDOR</b>	<b>Unidad</b>
Largo	5,910	0,60
Ancho	2,346	0,18
Alto	2,282	0,60

**Fuente:** Elaboración propia.

El tamaño del contenedor para la importación se puede visualizar en la siguiente grafica 27 y la tabla 47 donde indica el tamaño del contenedor.

**GRAFICA N° 1. Contenedor de carga**



**Fuente:** Google.

**TABLA 47. Tamaño del contenedor**

Descripción		Kg	Tn
Peso Total de unidades para Importar =		30000	30
Peso Máxima Contenedor: Capacidad =		30000	30
		1tn	
		1000	

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 48 se detallan el tamaño de las llantas donde nos indica el alto, ancho y largo de cada producto de diferentes medidas para realizar el cálculo de cuantas unidades entra a un contenedor.

**TABLA 48. Tamaño del producto**

TAMAÑO DE ARO	ANCHO	ALTO	LARGO
R13	15,5	55	55
R14	18,5	61,46	61,46
R15	19,5	65	65
<b>TOTAL</b>	<b>53,5</b>	<b>181,46</b>	<b>181,46</b>
PROMEDIO	17,83	60,49	60,49
porcentaje	0,18	0,60	0,60

**Fuente:** Elaboración propia.

En la siguiente tabla n°49 nos muestra el peso de cada uno de los productos a importar que se utiliza para el cálculo de contenerización del producto.

**TABLA 49.      Peso del producto**

R13 155/70	6,55 kg.
R14 185/70	7,55 kg.
R15 195/65	8,79 kg.
<b>promedio</b>	7,63

**Fuente:** Elaboración propia.

**a) Cálculo de la cantidad de llantas que pueden ser acomodados en el contenedor estándar de 20 pies**

En la tabla n° 50 nos muestra la aceptación del acomodo de las 300 unidades de las llantas sin aire en un contenedor de 30 toneladas.

**TABLA 50.      Acomodo de llantas en el contenedor**

<b>SOLUCIÓN;</b>		<b>INTERPRETACION</b>	
N° Unidades	Kg/Unidad		
300	7,63		
a)	<b>300</b>	7,00	Se aceptan las 300 unidades de llantas en el contenedor
b)	<b>0</b>		Se rechazan una cantidad de 0

**Fuente:** Elaboración propia.

**6.5.3. Cálculo del pago de tributos aduaneros y costo de importación**

Mediante el simulador se realizó el cálculo de pago de tributos aduaneros y la cotización del producto como nos muestra en la tabla 51 y en la tabla 52

**TABLA 51. Cotización internacional**

Partida Arancelaria (STMA ARMONIZ- NANDINA)	Descripción de la Mercancía	certificación (emite, ley)	Precio Unitario FOB FRANCIA (US\$)	Cantidad (Demanda)	<b>TOTAL FOB FRANCIA (US\$)</b>	G A %	Unidad
4011.10.10.00	llantas radiales 13		90,00	65	5.850,00	<b>10%</b>	kg
4011.10.10.00	llantas radiales 14		92,00	160	14.720,00	<b>10%</b>	kg
4011.10.10.00	llantas radiales 15		96,00	75	7.200,00	<b>10%</b>	kg
				FOB Francia	<b>27.770,00</b>		
					<b>193.279,20</b>		

**Fuente:** Elaboración propia.

#### 6.5.4. Cálculo de los tributos aduaneros:

En la tabla n° 54 nos indica el total de los montos de pago de los tributos aduaneros según los cálculos realizados en el simulador.

**TABLA 52. Tributos aduaneros**

<b>VALIDACIÓN PARA LA DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN</b>			
<b>FOB (C° m.puerto embarque)</b>		<b>27.770,00</b>	\$
FLETE I (B/L:Hasta puerto)		1.151,94	\$
Flete II (Carretero)		250,00	\$
Seguro	2%	555,40	\$
Otros gastos (manipuleo en Puerto)			\$
<b>VALOR CIF m/e</b>		<b>29.727,34</b>	\$
T.C. Venta		6,96	
<b>VALOR CIF M/N</b>		<b>206.902,30</b>	Bs.
G.A.	10%	20.690,23	Bs.
Otras Erogaciones (Gastos despacho)			Bs.
<b>B.I. p'el IVA</b>		227.592,53	Bs.
IVA de Importación	14,94%	<b>34.002,32</b>	Bs.
<b>IMPORTE A PAGAR:</b>			Bs.
G.A.		<b>20.690,23</b>	Bs.
IVA		<b>34.002,32</b>	Bs.
			Bs.
<b>TOTAL, A PAGAR TRIBUTOS ADUANEROS</b>		<b>54.692,55</b>	Bs.

**Fuente:** Elaboración propia.



### 6.5.5. Costos de Importación

En la siguiente tabla 53 se detallan el cálculo del total costo de importación de llantas sin aire desde Francia hasta llegar a la ciudad de Tarija.

**TABLA 53. Cálculo de costos de Importación**

<b>CALCULO DE LOS COSTOS DE IMPORTACIÓN</b>				
	<b>VALOR CIF M/N</b>		<b>206.902,30</b>	
	<b>TOTAL PAGO DE TRIBUTOS ADUANEROS</b>		54.692,55	261.594,86
	<b>OTRAS EROGACIONES NO FACTURAS:</b>			
	Tasa de Almacenamiento (s/CIF Fron)	0,50%	1.034,51	
	Aporte Gremial "CAINCO" (S/CIF Fron)	0,30%	620,71	
	Despacho Aduanero (0.1 al 2.5% s/CIF Fron)	0,20%	413,80	
	Otros gastos de manipuleo de carga			
	<b>COSTO DE IMPORTACIÓN</b>		<b>56.761,58</b>	
(-)	IVA	13%	7.379,01	
	<b>COSTO NETO DE IMPORTACIÓN</b>		<b>49.382,57</b>	
(+)	Gastos de Flete hast el depósito de la emp.		300,00	
(+)	Otros gastos menores		100,00	
	<b>COSTO TOTAL DE IMPORTACIÓN =</b>		<b>264.063,88</b>	Bs.

**Fuente:** Elaboración propia.

### 6.5.6. Cálculo de precio de venta

En la tabla 54 y 55 se muestra todo el proceso de cálculo del precio de venta del producto en el mercado tarijeño, y el precio de compra del producto de la empresa de Michelin de Francia.

**TABLA 54. Simulación del precio FOB y venta final**

<b>Partida Arancelaria</b>	<b>Descripción de la Mercancía</b>	<b>GA</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario FOB FRANCIA (US\$)</b>	<b>Cantidad (Demanda)</b>	<b>TOTAL FOB FRANCIA (US\$)</b>	<b>TOTAL, EN (BS.)</b>
4011.10.10.00	llantas radiales 13	10%	kg	90,00	65	5.850,00	40.716,00
4011.10.10.00	llantas radiales 14	10%	kg	92,00	160	14.720,00	102.451,20
4011.10.10.00	llantas radiales 15	10%	kg	96,00	75	7.200,00	50.112,00
					<b>FOB FRANCIA</b>	<b>27770</b>	<b>240990</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

$$\text{Factor de Importaciones} = \frac{\text{CT IMPORT.}}{\text{Valor FOB}} \quad \begin{array}{l} \text{Bs } \underline{264064} \quad \mathbf{1,366230208} \\ \text{Bs } 193279,2 \end{array}$$

**TABLA 55. Precio de venta**

<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	<b>Descripción de la Mercancía</b>	<b>GA</b>	<b>PRORRATEO (%)</b>	<b>FLETE</b>	<b>SEGURO</b>	<b>TRIBUTOS ADUANEROS</b>	<b>OTROS GASTOS</b>	<b>TOTAL</b>
4011.10.10.00	llantas radiales 13	<b>10%</b>	21,07%	2.055,51	814,32	11.521,48	520,12	55.627,43
4011.10.10.00	llantas radiales 14	<b>10%</b>	53,01%	5.172,15	2.049,02	28.990,80	1.308,75	139.971,92
4011.10.10.00	llantas radiales 15	<b>10%</b>	25,93%	2.529,86	1.002,24	14.180,28	640,15	68.464,53
			100,00%	9.757,52	3.865,58	54.692,55	2.469,02	<b>264.063,88</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

	<b>TARIJA</b>			<b>P. con Factura</b>		
<b>FACTOR</b>	<b>COSTO UNITARIO (US\$)</b>	<b>MC</b>	Precio Unitario Venta (US\$)	<b>Empresa en Marcha (US\$)</b>	<b>Proyecto Importación (US\$)</b>	<b>PF. (BS)</b>
1,37	122,96	56,00%	191,82	220,48	228,36	<b>1.589,36</b>
1,37	125,69	60,00%	201,11	231,16	239,42	<b>1.666,33</b>
1,37	131,16	58,00%	207,23	238,20	246,70	<b>1.717,05</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

## 6.6. Análisis de inversiones.

Para el funcionamiento de la empresa importadora de llantas se determina las siguientes inversiones para el proyecto de emprendimiento.

- inversiones fijas.
- inversión diferida.
- capital de trabajo.

### 6.6.1. Inversiones fijas

Las inversiones fijas de la empresa son aquellas que se realizan en activos tangibles que tienen una vida útil superior a un año y que son utilizados en el proceso productivo de la empresa como ser: Alquiler de la infraestructura. Es la infraestructura donde se ubicará la empresa, Muebles y enseres, equipos de oficina. (ver la tabla 56).

- **Terreno y construcciones**

**TABLA 56. Infraestructura**

<b>INFRAESTRUCTURA</b>			
<b>detalle</b>	<b>cantidad</b>	<b>Costo mensual (Bs)</b>	<b>Costo anual (Bs)</b>
Alquiler de la infraestructura	1	2800	33600
<b>Total</b>		<b>2800</b>	<b>33600</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

- **Muebles y enseres**

Los muebles y enseres son los bienes tangibles que se utilizan para el funcionamiento de la empresa, pero que no están directamente relacionados con la producción de bienes o servicios. (ver la tabla n°57).

**TABLA 57. Muebles y enseres**

<b>Muebles y enseres</b>			
<b>descripción</b>	<b>cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Mesa	2	350	700
Silla	5	50	250
escritorio	1	180	180
estante	1	200	200
<b>Total</b>			<b>1330</b>

**Fuente.** Elaboración propia.

- **Equipos de la oficina**

Los equipos de oficina son esenciales para el funcionamiento de una empresa, ya que permiten a los empleados realizar sus tareas administrativas y de oficina de manera eficiente y eficaz. Los equipos de computación se detallan en la tabla n°58.

**TABLA 58. Equipos de computación**

<b>Equipos de computación (en bolivianos)</b>			
<b>descripción</b>	<b>cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total, de inversión</b>
Equipo de computación	2	5000	10000
Impresora	1	1200	1200
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>6200</b>	<b>11200</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

- **Material de escritorio**

Los materiales de escritorio deben ser repuestos regularmente para garantizar que los empleados tengan todo lo que necesitan para realizar sus tareas. De oficina (ver la tabla 59).

**TABLA 59. Material de escritorio**

<b>Material de escritorio</b>			
<b>Descripción</b>	<b>cantidad</b>	<b>Costo unitario en Bs</b>	<b>Costo total en Bs</b>
Papelera	2	30	60
Porta bolígrafos	3	10	30
Perforadora	1	15	15
Engrampadora	1	15	15
<b>Sub total de material de escritorio</b>	<b>7</b>	<b>70</b>	<b>120</b>
<b>Material de limpieza</b>			
Escoba	1	15	15
basurero	1	10	10
Trapeador	1	15	15

Secador	2	10	20
Ambientador	1	20	20
<b>Subtotal de material de limpieza</b>	<b>6</b>	<b>70</b>	<b>80</b>
<b>TOTAL</b>			<b>200</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 6.6.2. Activos diferidos

Los activos diferidos son un tipo de activos intangibles de la empresa, que representa los gastos realizados por una empresa para obtener beneficios económicos en el futuro, estos activos se registran en el balance y se amortizan en el momento que se convierte en gasto. La empresa importadora UPTIS tiene como activos diferidos el presupuesto de la publicidad. (ver la tabla n° 60)

- **Costo de comercialización (publicidad)**

**TABLA 60. Presupuesto publicidad**

<b>PRESUPUESTO ANUAL (EXPRESADO EN BOLIVIANOS)</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Publicitario en televisión	3500	2 meses	7000
Publicidad en radio(fides)	1200	4 meses	4800
Tarjetas personales	0,15	1000 unidades	150
folletos	0,50	1000unidades	500



Publicidad con influencers	1000	2 veces al año	2000
Publicidad en periódicos	150	3 meses	450
<b>TOTAL</b>			<b>14900 bs</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 6.6.3. Capital de trabajo

**TABLA 61. Capital de trabajo**

<b>Inversión de capital de trabajo (bolivianos)</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Costo total Mensual</b>	<b>Costo total anual</b>
agua	40	480
Energía eléctrica	90	1080
Salario de trabajadores	9560	114720
Suministros de oficina	300	3600
internet	100	1200
<b>Total</b>	<b>10.090</b>	<b>121.080</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

En la siguiente tabla 62 se detalla el total de costos de importación más los fletes, tributos aduaneros, seguros, el FOB y otros gastos como se detallan acentuación en la tabla 62.

**TABLA 62. Costo total de importación**

	FOB	<b>193.279</b>
	FLETE	<b>9.758</b>
<b>COSTOS DE:</b>	SEGURO	<b>3.866</b>
	TRIBUTOS ADUANEROS	<b>54.693</b>
	OTROS GASTOS	2.469,02
<b>TARIJA</b>	<b>C° TOTAL IMPORTACIÓN</b>	<b>264.064</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 6.7. INVERSION TOTAL

En la tabla 63 se puede visualizar la inversión total para el funcionamiento de la empresa importadora de llantas sin aire, es el total de los recursos financieros que se necesitan para poner en marcha la empresa y para operarla durante un período de tiempo determinado.

**TABLA 63. Inversión total**

<b>INVERSION TOTAL</b>		
<b>Rubros</b>	<b>Valor (BS)</b>	<b>%</b>
Inversiones fijas	46.450	8,99%
Inversión diferida	14.900	2,88%
Capital de trabajo	455.513	88,13%
<b>Total</b>	<b>516.863</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**CAPÍTULO VII**  
**PLAN ORGANIZACIONAL Y DE**  
**RECURSOS HUMANOS**

## **7. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS**

### **7.1. Objetivos Del Área De Recursos Humanos**

- Promulgar cuáles son los objetivos estratégicos de la microempresa y hacer que cada uno de los colaboradores lo adopten como propio.
- Fomentar un entorno de trabajo inclusivo donde se valoren y respeten las diferentes habilidades, experiencias y perspectivas de los empleados.
- Proveer, mantener y desarrollar un recurso humano altamente calificado y motivado para alcanzar los objetivos de la Institución a través de la aplicación de programas eficientes de administración de recursos humanos, así como velar por el cumplimiento de las normas y procedimientos vigentes, en materia de competencia
- Formular estrategias para motivar al mejor rendimiento del personal en su trabajo.
  - Denominar los requisitos legales que son necesarios para la constitución de la empresa.

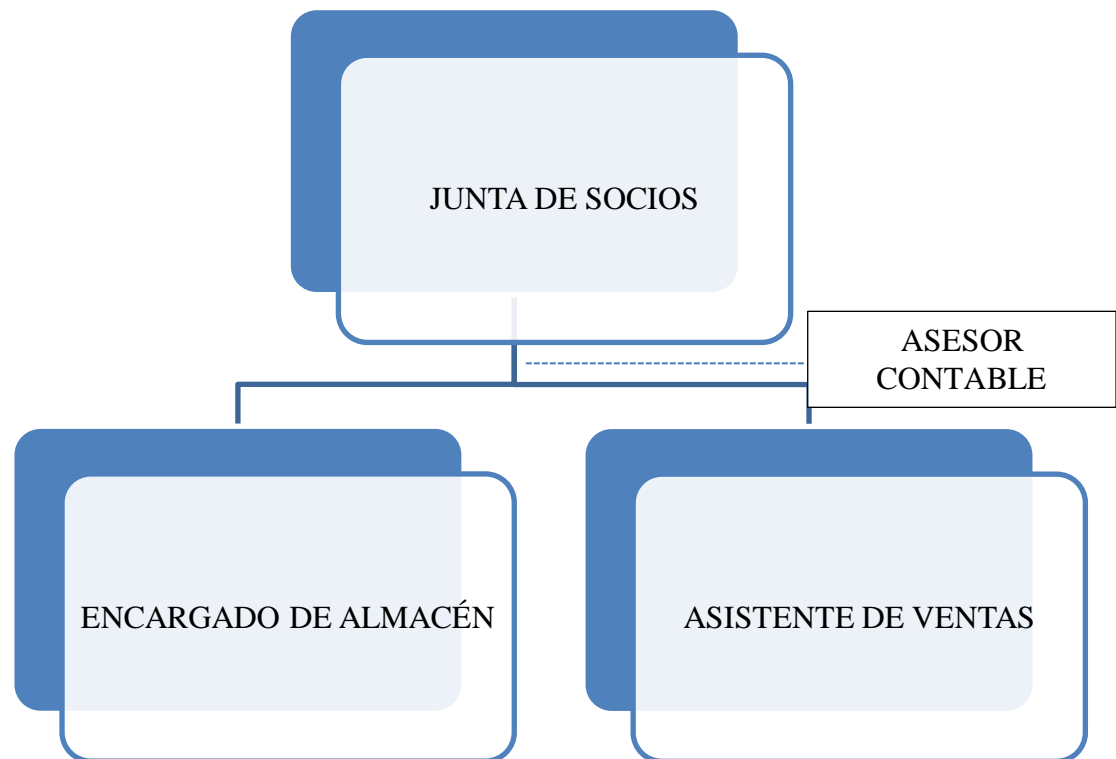
### **Diseño Organizacional**

El diseño organizacional es proceso, donde los gerentes toman decisiones donde los miembros de la organización ponen en práctica dicha estrategias. El diseño organizacional hace que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos; hacia el interior de la organización y hacia el exterior de su organización.

Las decisiones sobre el diseño organizacional con frecuencia incluyen el diagnóstico de múltiples factores, entre ellos la cultura de la organización el poder y los comportamientos políticos y el diseño de trabajo. El diseño organizacional representa los resultados de un proceso de toma de decisiones que incluyen fuerzas ambientales,

## 7.2. Estructura organizacional

**GRÁFICA N° 28. Organigrama de la Empresa**




## 7.3. Descripción del puesto o manual de funciones

Como parte de la definición de la estructura organizacional de la empresa es importante adjuntar el manual de funciones para cada uno de los cargos de la organización con el fin de clarificar y delimitar las actividades de cada miembro y enfocar los esfuerzos de una manera organizada.

La elaboración de un manual de funciones implica una organización interna tal que afecta los procedimientos de las operaciones diarias, incrementa los ingresos asignando responsabilidad y facilita el establecimiento de políticas salariales al haber básico para desarrollar un análisis ocupacional.

## 7.4. Manual de funciones

### Junta de socios

MANUAL DE FUNCIONES			
	<b>“IMPORTADORA UPTIS” S.R.L.</b>	<b>FECHA:</b>	
		<b>PÁGINA</b>	<b>DE</b>
		<b>Sustituye a</b>	
		<b>PÁGINA</b>	<b>DE</b>
		<b>DE FECHA</b>	
<b>NOMBRE DE CARGO:</b> JUNTA DE SOCIOS  <b>NIVEL:</b> SUPERIOR  <b>NATURALEZA DEL CARGO:</b> NOMBRAMIENTO Y REMOCIÓN LIBRE  <b>CLASE:</b> TIEMPO COMPLETO		<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>  La junta de directores tiene el poder y la autoridad de gestión de la empresa.	
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Establecer el orden de rotación de los socios para ocupar los asientos permanentes en la junta directiva de la empresa.</li> <li>❖ Adoptar los estatutos de la sociedad y cualquier reforma que a ellos se introduzca.</li> <li>❖ Examinar, aprobar, improbar y fenecer las cuentas y balances de fin de ejercicio.</li> <li>❖ Decidir sobre la capitalización o distribución de utilidades de acuerdo con las leyes que rijan para las empresas industriales y comerciales del estado.</li> <li>❖ Constituir las reservas o fondos e incrementar los que estime conveniente, de</li> </ul>			

acuerdo con las normas legales sobre la materia, y disponer sobre su destinación o inversión según el caso.

- ❖ Aprobar o rechazar las cuentas finales de la liquidación de la sociedad y dar el finiquito del caso al liquidador.
- ❖ Las demás que le correspondan como supremo organismo directivo de la sociedad.

### Asistente de ventas

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>			
	<b>“IMPORTADORA UPTIS” S.R.L.</b>	<b>FECHA:</b>	
		<b>PÁGINA</b>	<b>DE</b>
		<b>SUSTITUYE A</b>	
		<b>PÁGINA</b>	<b>DE</b>
		<b>DE FECHA</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN</b>		<b>MISIÓN O PROPÓSITO DEL CARGO</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b> ASISTENTE DE VENTAS <b>NIVEL</b> OPERATIVO <b>CÓDIGO</b> 015 <b>NATURALEZA DEL CARGO</b> LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCIÓN <b>CLASE</b> TIEMPO COMPLETO		Lograr un direccionamiento estratégico y efectivo de toda la gestión de ventas de su empresa y velar por el cumplimiento de las metas puestas a su equipo por medio del liderazgo efectivo de los vendedores que le son asignados.	
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>			

- ❖ Distribución de tiempos y tareas.
- ❖ Preparar planes y presupuestos de ventas de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento.
- ❖ Establecer metas y objetivos.
- ❖ Calcular demanda y pronosticar las ventas.
- ❖ Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas
- ❖ Elaborar y regular procedimientos para otorgación de incentivos a los vendedores indirectos de acuerdo al comportamiento.
- ❖ Análisis y evaluaciones semanales, mensuales para la toma de decisión de la gerencia.

### Encargado de almacén

MANUAL DE FUNCIONES			
	<b>“IMPORTADORA UPTIS” S.R.L.</b>	<b>FECHA:</b>	
		<b>PÁGINA</b>	<b>DE</b>
		<b>SUSTITUYE A</b>	
		<b>PÁGINA</b>	<b>DE</b>
		<b>DE FECHA</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN</b>		<b>MISIÓN O PROPÓSITO DEL CARGO</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b> OPERARIO DE PRODUCCIÓN <b>NIVEL</b> OPERATIVO <b>NATURALEZA DEL CARGO</b> LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCIÓN <b>CLASE</b>		planificar, dirigir y coordinar las actividades de abastecimiento, reposición, almacenamiento y distribución de los materiales y productos de la compañía.	



TIEMPO COMPLETO	
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Supervisar y asignar responsabilidades al personal a su cargo.</li> <li>❖ Supervisar y controlar la entrada y salida de materiales y equipos de almacén.</li> <li>❖ Elabora la programación anual de las adquisiciones para la dotación del almacén, su planificación dependerá del tipo de almacén: bodega, almacén rural, almacén general, almacén de agricultura ganadería, otros.</li> <li>❖ Supervisa la organización de la mercancía.</li> <li>❖ Elabora órdenes de compra para la adquisición de materiales.</li> <li>❖ Supervisa el inventario establecido de bienes y servicios.</li> <li>❖ Actualiza los sistemas de registros.</li> <li>❖ Revisa, valida, firma, sella y consigna el inventario.</li> <li>❖ Supervisa el despacho de mercancía.</li> <li>❖ Realiza informes diarios de entrada y salida del material del almacén.</li> <li>❖ Controla la contabilidad de las requisiciones.</li> </ul>	

### **7.5. Proceso de Integración del Personal**

Idalberto Chiavenato en su libro “Administración de Recursos Humanos”. Denomina al proceso de integración de personas, como de “Ingreso”, el cual básicamente está conformado por el reclutamiento, selección e inducción del personal.

## **7.6. Reclutamiento**

El reclutamiento nos brinda la oportunidad de buscar personas para la empresa, que reúnan los requisitos necesarios y que tengan las características adecuadas para que lleguen a ser buenos trabajadores.

Es así que el mismo se realizará por medio de una convocatoria vacante a través de los medios de comunicación solicitando personal calificado que respondan al perfil, del cargo solicitado. En esta fase se solicitará el currículum vitae o la hoja de vida a cada uno de los postulantes e imparciales.

## **7.7. Gestión de anuncios de puestos**

Se realizará un anuncio de acuerdo a las características que necesite cada puesto para atraer a los mejores candidatos.

### **Evaluación de candidatos**

El área que se evaluarán va a depender del puesto a ocupar, por ejemplo, para los puestos del nivel ejecutivo y nivel estratégico se necesitara lo siguiente:

- ❖ Competencias genéricas: Se evaluará el grado de iniciativa, capacidad de negociación, colaboración, flexibilidad, liderazgo, excelencia, Organización, trabajo en equipo, etc.
- ❖ Competencia técnica: Competencia relativa a conocimientos y formación del candidato. El nivel operacional, será más sencillo, puesto que lo más importante en cuanto a las características del puesto será la atención al cliente.

### **Reclutamiento**

El reclutamiento se realizará por las siguientes técnicas:

- ❖ Redes sociales: De igual manera se utilizará este medio para atraer personas interesadas a trabajar en la empresa mediante el uso de una página en Facebook y sitio web.

- ❖ Periódico: También se realizará anuncios en el periódico el País ya que es que se lee con mayor frecuencia en Tarija.
- ❖ Radio: También se realizará anuncios en la radio Fides ya que es la radio que se escucha con más frecuencia.
- ❖ Cabe destacar que en cada medio utilizado se especificará la dirección, número de celular.

### **Selección**

La importancia de una adecuada selección de personal en las organizaciones empresariales es indiscutible. Por lo cual se plantea realizar dos entrevistas para la selección:

#### **a) Entrevista de selección**

Como punto principal se reunirá toda la información que sea posible al entrevistador, siendo la comunicación recíproca. En la entrevista de selección realizaremos tres fases:

- ❖ En esta primera fase de entrevista lo que se hará será crear un ambiente de relajación, para disminuir las tensiones nervios que nuestro entrevistado pueda tener. También se hará preguntas de la vida cotidiana, todo esto para eliminar las barreras, y que el entrevistado se relaje que no esté presionado o que sienta tensión.
- ❖ Aquí realizaremos la entrevista haciendo de entrada las preguntas para saber si es apto para cubrir la vacante, cabe aclarar que varía de acuerdo al puesto.
- ❖ Aquí daremos terminada la entrevista y se le dirá al candidato que la entrevista ha terminado y que tiene tiempo para que haga las preguntas, si en caso tiene duda respecto al puesto, etc.

## **7.8. Entrevista final y decisión de contratar**

En la entrevista final citaremos al candidato seleccionado para ocupar el vacante y describirle de nuevo puesto que ocupara, se le mencionará que documentos debe entregar para generar su expediente dentro de la microempresa.

### **Inducción**

Es el conjunto de actividades que se realizan, con el fin de guiar al nuevo trabajador en la incorporación rápida a su trabajo y a su medio ambiente”.

La persona encargada de realizar la inducción al personal de la empresa está a cargo del jefe inmediato superior del puesto del aspirante, el cual hará conocer los objetivos de la empresa, las instalaciones, todo lo que la empresa pueda ofrecerles a sus trabajadores, que materiales van a utilizar y en qué momento lo llevará a cabo.

### **Evaluación del Desempeño**

La evaluación que desempeñara la empresa deberá ser considerada con mucho cuidado a la hora de la implementación, porque este puede tener muchas repercusiones dentro de la empresa, ya sea en la moral del empleado, sino se hace conocer el objetivo de la evaluación, como así también en la eficiencia de la empresa, la evaluación debe ser considerado en los manuales de función de la empresa.

### **El método de evaluación del desempeño**

#### **Método de escala gráfica**

El método que se utilizara en la empresa para la evaluación del desempeño será el método de escalas gráficas, por que brinda a los evaluadores en instrumentos de evaluación de fácil comprensión y de aplicación sencilla, también posibilita una visión

integrada y resumida de los factores de evaluación, es decir de las características de desempeño más destacadas por la empresa y situación de cada empleado ante ellos, pero también hay que considerar que no permite flexibilidad al evaluador, en consecuencia, debe ajustarse al instrumento y no esté a las características del evaluador.

## **Políticas Y Reglamento Propuesto**

### **Políticas**

- ❖ Como políticas de la importadora “UPTIS” S.R.L. las cuales guiarán en la toma de decisiones de los miembros de la organización son:
- ❖ Brindar un producto de calidad a los consumidores, considerando que el fin de la empresa es brindar un producto de calidad.
- ❖ Gestionar sus recursos y manifestar su compromiso en la satisfacción constante de sus clientes, garantizando la calidad de su producto, mejorando continuamente sus procesos enmarcados en la competitividad, productividad, rentabilidad y sostenibilidad en armonía con el Medio Ambiente.
- ❖ Realizar evaluaciones periódicas en todos los cargos de la empresa para poder detectar y evitar fallas, para su posterior corrección.
- ❖ Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético y de buena conducta.

### **Reglamentos**

A continuación, se presenta los siguientes reglamentos que los miembros de la empresa deben cumplir, de lo contrario estos serán sancionados con el descuento de su haber básico.

- ❖ Puntualidad.
- ❖ Respeto.
- ❖ Indumentaria e higiene correcta para el trabajo.
- ❖ Responsabilidad y compromiso con el cargo o función que desempeña.

### **7.9. Administración de sueldos y salarios**

La Ley de Trabajo dispone con carácter general los derechos y obligaciones que la importadora “UPTIS” S.R.L. debe someterse:

Del contrato de trabajo. - La Ley General de trabajo permite hacer contratos de trabajo individual y colectivo, pero debido a las características especializadas de la mano de obra que la importadora “UPTIS” S.R.L. utilizara contratos individuales, creándose una relación de dependencia entre el trabajador y el empleador mediante el pago de un salario.

- ❖ De la jornada de trabajo.

La jornada laboral es de ocho horas laborales diarias de lunes a viernes.

- ❖ El pago de salarios.

El salario percibido por los trabajadores tendrá variaciones en función a su actividad y responsabilidad dentro del negocio, pero se basará en el salario mínimo nacional el cual es 2.260 Bs. por mes.

- ❖ El pago de beneficios.

Todos los trabajadores recibirán los beneficios sociales de acuerdo a la Ley General de Trabajo.

- ❖ Aguinaldo de Navidad.

Cada fin de año 8.33% del salario mínimo nacional.

- ❖ Indemnización.

- ❖ A partir de los 90 días laborales (según el quinto decreto del primero de mayo 2099 por el presidente Evo Morales Ayma).

- ❖ Presupuesto de mano de obra.

Para la elaboración de la planilla de sueldos y salarios no se tomó en cuenta bono de antigüedad.

### 7.9.1. Planilla de Sueldos y Salarios

Para el funcionamiento de la empresa se realizó la siguiente planilla de sueldos y salarios de los trabajadores de la empresa, donde se muestra en la siguiente tabla 64.

**TABLA 64. Escala salarial**

<b>CARGO</b>	<b>DETALLE DEL PUESTO</b>	<b>CANTIDAD DE PUESTOS</b>	<b>REMUNERACIÓN (Bs)</b>	<b>SUELDO ANUAL (Bs)</b>
Gerente General	Tiempo Completo	1	3.000,00	36.000,00
Asesor contable	Trabajo eventual	1	1.800,00	21.600,00
Asistente de ventas	Tiempo Completo	1	2.500,00	30.000,00
Encargado de almacén	Tiempo Completo	1	2.260,00	27.120,00
<b>TOTAL</b>		<b>4 PUESTOS</b>	<b>9.560,00</b>	<b>114.720,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 7.10. Presupuesto del plan organizacional.

En la siguiente tabla n° 65 y la tabla 66 se puede visualizar el aporte laboral de cada uno de los trabajadores de la empresa Importadora UPTIS.

**TABLA 65. Aportes Laborales**  
**IMPORTADORA “UPTIS” S.R.L**  
**(En bolivianos)**

CARGO	TOTAL GANAN DO	CUENTA INDIVI DUAL	RIESGO COMÚN	COMI SIÓN AFP	APORTE SOLIDA RIO	TOTAL DESCUEN TOS	LIQUI DO PAGA BLE
		10%	1,71%	0,50%	0,50%		
<b>Gerente General</b>	3.000,00	Bs 300,00	Bs 51,30	Bs 15,00	Bs 15,00	Bs 381,30	Bs 2.618,70
<b>Asesor conta ble</b>	1.800,00	Bs 180,00	Bs 30,78	Bs 9	Bs 9	Bs 228,78	Bs 1.571,22
<b>Asisten te de ventas</b>	2.500,00	Bs 250,00	Bs 42,75	Bs 12,50	Bs 12,50	Bs 317,75	Bs 2.182,25
<b>Encar gado de almacé n</b>	2.260,00	Bs 226,00	Bs 38,65	Bs 11,30	Bs 11,30	Bs 287,25	Bs 1.972,75
<b>TOTAL</b>	<b>Bs 9.560,00</b>	<b>Bs 956,00</b>	<b>Bs 163,43</b>	<b>Bs 47,8</b>	<b>Bs 47,8</b>	<b>Bs 1.215,08</b>	<b>Bs 8.344,92</b>

**Fuente:** Elaboración propia.



**TABLA 66. Aporte Patronal**

<b>APORTE PATRONAL</b>							
<b>TOTAL GANADO</b>	<b>CAJA</b>	<b>RIESGO PROFESIONAL</b>	<b>VIVIENDA</b>	<b>APORTE SOLIDARIO</b>	<b>AGUINALDO</b>	<b>INDEMNIZACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>10%</b>	<b>1,71%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>8,33%</b>	<b>8,33%</b>	
<b>Bs 9.560,00</b>	Bs 956,00	Bs 163,48	Bs 191,2	Bs 286,2	Bs 796,35	Bs 796,35	<b>Bs 6.370,42</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**TABLA 67. LÍQUIDO PAGABLE**

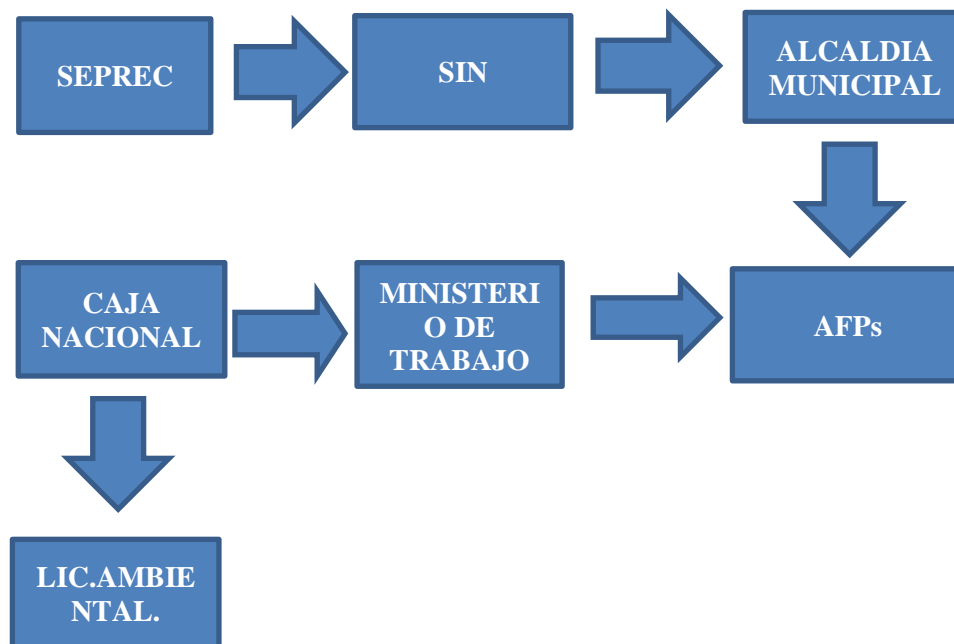
<b>TOTAL, GANADO</b>	<b>Bs 9.560,00</b>
<b>TOTAL, APOORTE PATRONAL</b>	<b>Bs 6.370,42</b>
<b>LIQUIDO TOTAL</b>	<b>Bs 15.930,42</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 7.11. Marco Legal de la Organización

Para constituir la empresa de manera legal, se debe seguir una secuencia de registro en distintas instituciones públicas, las cuales se muestran en el gráfico.

**GRÁFICA N° 29. Proceso de marco legal**



#### **SEPREC**

El objetivo principal de esta entidad, es el poder extender la matrícula de comercio a personas que decidan crear una empresa e inscribir los actos de comercio sujetos a esta formalidad.

Verificar la disponibilidad del nombre que utilizará su empresa mediante el trámite de control de homonimia. “El control de homonimia es el mecanismo operativo del cliente para conocer la viabilidad del uso del nombre. A fin de establecer si el nombre comercial no se encuentra registrado”.

**❖ Requisitos para su inscripción:**

1. Formulario N.º 0010/03 de solicitud de Control de Homonimia, debidamente llenado y firmado por el cliente. Costos Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) Bs .136, 50.
2. Elegir el tipo de societario.
3. Efectuar la inscripción de su empresa en el registro de comercio de acuerdo al tipo societario que tendrá su empresa.

**❖ Requisitos para una “Sociedad de Responsabilidad Limitada” (S.R.L)**

1. Formulario virtual de solicitud de inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante legal. Ingresando a [www.miempresa.gob.bo](http://www.miempresa.gob.bo).
2. Testimonio de escritura pública de constitución social, en original y fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio.
3. Publicación del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio, que contenga las partes pertinentes referidas a:
  - a. Introducción notarial de la Escritura Publica en la que conste el N° de Instrumentos, lugar, fecha, Notaria de Fe Pública y Distrito Jurídico.
  - b. Transcripción in extenso y textual de las cláusulas establecidas en los incisos 1 a 7 del Art. 127 del Código de Comercio.
  - c. Conclusión y concordancia de la intervención del Notario de Fe Pública.
4. Testimonio de poder del representante legal (mínimo dos ejemplares) original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombre del mismo.

## **Servicio de Impuestos Nacionales**

### **❖ ¿Qué es?**

Impuesto nacional es un ente que recauda los impuestos de las personas y entidades comerciales, y para ello las organizaciones y empresas cuenta con el número de NIT para recaudar dichos impuestos.

### **❖ ¿Quiénes deben registrarse?**

Deben registrarse todas las personas naturales o individuales y sucesiones indivisas que realicen actividades agrícolas o pecuarias en predios cuya superficie esté comprendida dentro de los límites establecidos para pertenecer a este régimen. b) Cooperativas Agropecuarias (con características específicas).

### **❖ Requisitos para Régimen General**

Requisitos para Personas Jurídicas (Sociedades, Asociaciones Cooperativas, ONG y otros)

1. Escritura de Constitución de Sociedad, Ley, Decreto, Resolución o Contrato, según corresponda Fuente de mandato del Representante Legal (Poder, Acta de Directorio, Estatuto o Contrato) y Documento de Identidad vigente.
2. Facturas o pre facturas de consumo de energía eléctrica que acrediten el número de medidor del domicilio habitual del representante legal, domicilio fiscal y sucursales (si corresponde) donde desarrolla su actividad económica.
3. Poder que acredite al representante legal o apoderado (original o fotocopia legalizada) o entregar resolución de nombramiento (original o fotocopia legalizada) en caso de entidades públicas.

Procedimiento de inscripción para todos los regímenes:

1. Se aproxima al SIN (Servicio Nacional de Impuestos) de su jurisdicción entregando al funcionario los documentos requeridos.
2. El funcionario solicita información básica el cual es capturada en el sistema.
3. Imprime reporte preliminar con la información proporcionada el mismo debe ser

revisado (o corregido).

4. Firma el formulario.

5. Imprime el reporte definitivo como constancia de la inscripción.

## **Alcaldía Municipal**

### **❖ ¿Qué es?**

Es la administración local de un territorio encargada de controlar ciertos aspectos correspondientes a su territorio.

### **❖ ¿Quiénes deben registrarse?**

Deben realizar su registro todas las personas naturales y jurídicas que tengan exención de impuestos deben inscribirse, para luego realizar el trámite de exención correspondiente.

Para emisión de la licencia de funcionamiento según ordenanza N.º 030/2003 del gobierno municipal de la ciudad de Tarija y la provincia Cercado, los requisitos son los siguientes:

- 0.-Personas Naturales Fólder con sujetador que contenga la siguiente documentación:
  1. Declaración jurada F-401 (en caso de no contar con PCM) o la declaración jurada F402 (en caso de contar con PMC).
  2. Original y fotocopia de la cédula de identidad del titular.
  3. Fotocopia de la última factura de luz (anverso y reverso) que acredite la dirección del domicilio de la actividad, económica.
  4. Fotocopia del NIT y certificado de inscripción (si corresponde).
  5. Croquis de ubicación de la actividad económica y superficie de distribución expresada en mts<sup>2</sup>.
  6. Para actividades que cuentan con una superficie mayor a 150 mts<sup>2</sup>., deberá presentar plano elaborado por un arquitecto.
  7. Formulario original y fotocopia del “Registro Ambiental Industrial” (RAI).

8. Certificado de SENASAG y carnets sanitarios emitidos por SEDES TARIJA

**Para Personas Jurídicas agregar lo siguiente:**

12. Original y fotocopia de la cédula de identidad del apoderado o representante legal.

13. Fotocopia del testimonio de constitución de sociedad.

14. Original y fotocopia del poder notariado del representante legal.

**Administradora de Fondos de Pensiones**

❖ **¿Qué es?**

Aquí se registra en el Seguro Social Obligatorio de largo plazo – SSO, sirve para el bienestar de sus empleados con pensiones justas y dignas “Las Administradoras de Fondos de Pensiones son las encargadas de administrar los recursos de los trabajadores cuando los mismos lleguen a una edad avanzada.

El principal objetivo es incrementar el nivel de ahorro del país, de acuerdo a las leyes vigentes, todas las empresas están obligadas a registrarse ante las AFPs. Actualmente existen dos AFPs vigentes. (BBVA PREVISIÓN AFP S.A. y FUTURO DE BOLIVIA S.A. AFP)

❖ **¿Quiénes deben registrarse?**

Deben realizar su registro todas las personas con relación de dependencia laboral deben registrarse de manera obligatoria a una de las AFP, subsistiendo su derecho a cambiar posteriormente de manera voluntaria de AFP, de acuerdo al reglamento. Todo Empleador tiene la obligación de registrar a sus dependientes.

Registro de Empresas. Se debe llenar el formulario de Inscripción del Empleador, el mismo que adquiere la calidad de Declaración Jurada del Representante Legal o Máxima Autoridad Ejecutiva, quien libre y expresamente declara que son válidos los datos consignados en dicho Formulario al momento de su suscripción, para ello debe adjuntar lo siguiente:

### ❖ Requisitos

1. Fotocopia simple del NIT (Número de Identificación Tributaria).
2. Fotocopia simple Documento de Identidad del Representante Legal.
3. Fotocopia del Testimonio de Poder del Representante Legal (si corresponde).

Sobre la Afiliación Es de carácter permanente, sea que el Afiliado se mantenga o no trabajando en relación de dependencia laboral, ejerza una o varias actividades simultáneamente y tenga varios o ningún Empleador.

### ❖ Registro de Personas

El registro es la concreción de la afiliación, la misma que se da una vez que el afiliado procede al llenado y firma del Formulario del Registro y se obtiene un Número Único Asignado (NUA) por parte de la AFP.

Todas las personas con relación de dependencia laboral deben registrarse de manera voluntaria a una de las AFP, subsistiendo su derecho a cambiar posteriormente de manera voluntaria de AFP, de acuerdo con el Reglamento. Todo Empleador tiene la obligación de registrar a sus dependencias.

Llenado del Formulario de Registro

1. Consigne Firma del Afiliado.
2. Los datos estén correctamente llenados.
3. No existan vicios de Nulidad. Ni contenga errores o tachaduras.

### ❖ Requisitos

1. Fotocopia del documento de identidad que acredite la identidad del Afiliado que contenga los datos y firma del Representante de la AFP.
2. Al momento del Registro, es obligación de la AFP, llenar y firmar de manera conjunta con el Afiliado el Formulario de declaración de Derechohabientes.

## **Ministerio de Trabajo**

### **❖ ¿Qué es?**

El Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social es el ministerio encargado de supervisar las relaciones laborales, pensión y seguridad social en Bolivia.

### **❖ ¿Quiénes deben registrarse?**

Deben de realizar su registro todas las Sociedades Comerciales, Empresas Unipersonales de Bolivia, Sociedades Cooperativas, Sociedades Civiles, Asociaciones Civiles y Empresas Públicas; que cuenten con uno o más trabajadoras y/o trabajadores, deben inscribirse en el Registro Obligatorio de Empleadores a cargo del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social. Para tal efecto presentamos una guía de inscripción ante el Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social (MTEPS).

### **❖ Requisitos:**

1. Formulario Registro Obligatorio de Empleadores (ROE). Llenado y firmado por el Representante Legal de la Institución (un original y dos copias).
2. Depósito de 145 Bs a la cuenta Banco Unión N°1-6036425 de Hrs 8:30 a 15:00 en oficinas del Banco Unión.
3. El Empleador y/o Empresa de Bolivia inscritos en el mencionado Registro, deberá representar obligatoriamente el trámite de Visado de Planillas Trimestrales de Sueldos y Salarios. Con los requisitos apersonarse a Ventanilla Única en cualquier oficina Departamental o Regional del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social para finalizar el trámite.

Las Empresas Bolivianas cuentan con tres meses desde su inicio de actividades para su inscripción sin multas.



## **Caja Nacional de Salud**

### **❖ ¿Qué es?**

La Caja Nacional de Salud, es una institución descentralizada de derecho público sin fines de lucro con personalidad jurídica, autonomía de gestión y patrimonio independiente, encargada de la gestión y, aplicación y ejecución del régimen de seguridad social a corto plazo.

### **❖ ¿Quiénes deben registrarse?**

Es obligación de todo empleador realizar el registro de sus trabajadores a la caja de salud de su preferencia.

La cantidad mínima es 2 trabajadores.

a) Uno de ellos es obligatorio que sea el gerente, con un sueldo mínimo de 3.600 Bs.

b) El empleado puede ir con el sueldo mínimo

### **❖ Requisitos para Afiliación de la Empresa:**

1. Formulario AVC-01 (solo firma y sello empleador).
2. Formulario AVC-02 (Vacío).
3. Formulario RCI-1 (solo firma y número cedula de identidad).
4. Solicitud dirigida al JEFE DEPTO. NAL AFILIACIÓN.
5. Fotocopia C.I. del responsable o Representantes Legal.
6. Fotocopia NIT.
7. Fotocopia balance de Apertura aprobado y firmado por el SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS.
8. Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado).
9. Nómina del personal con fecha de nacimiento.
10. Croquis de ubicación de la Empresa.
11. Examen Pre-ocupacional (100.- Bs por trabajador) se debe efectuar el depósito en

la ventanilla 4 (división de tesorería).

Requisitos para Afiliación del Trabajador:

1. Formulario AVC-04 sellado y firmado por la Empresa.
2. Formulario AVC-05 (no llenar).
3. Certificado de nacimiento (original computarizado), o libreta del servicio militar.
4. Fotocopia de la Célula de Identidad.
5. Última papeleta de pago o planilla de sueldos, sellado por cotizaciones.

6.4.7. Licencia Ambiental Sus requisitos son los siguientes:

1. Caratula de Expediente.
2. Solicitud dirigida al director de Medio Ambiente del Gobierno Municipal de Tarija.
3. Formulario para la Ficha Técnica Ambiental.
4. Fotocopia del Testimonio de la Constitución de la Sociedad.
5. Poder en favor del Representante Legal.
6. Fotocopia del Carnet de Identidad del Representante Legal.
7. Fotocopia del NIT.
8. Fotocopia de Registro en SEPREC.

### **Licencia Ambiental**

#### **❖ ¿Qué es?**

Es el documento jurídico administrativo por la autoridad ambiental competente al representante legal que avala el cumplimiento de todos los requisitos previstos en la Ley y reglamentación correspondiente en lo que se refiere a los procedimientos de prevención y control ambiental.

#### **❖ Sus requisitos son los siguientes:**

1. Carátula de Expediente.
2. Solicitud dirigida al director de Medio Ambiente del Gobierno Municipal de Tarija.
3. Formulario para la Ficha Técnica Ambiental.

4. Fotocopia del Testimonio de la Constitución de la Sociedad.
5. Poder en favor del Representante Legal.
6. Fotocopia del Carnet de Identidad del Representante Legal.
7. Fotocopia del NIT.
8. Fotocopia de Registro en SEPREC.

**Requisitos y documentación a presentar para inscribirse a Fundempresa para una S.R.L.**

**GRÁFICA N° 30. Solicitud De Inscripción**

Tarija 06 de Septiembre de 2007

Señor:

**FUNDEMPRESA**

Presente.-

REF.: **SOLICITUD DE INSCRIPCION**

Mediante el presente tenemos el agrado de hacer saber a su autoridad la constitución de la Sociedad Responsabilidad Limitada "Natural Diet Restaurant", la misma que de acuerdo a la minuta de constitución estará dedicada principalmente a la venta de comida vegetariana como actividad principal, como también la preparación de la misma a nivel regional.

Por lo anterior indicado solicitamos incluir a la Empresa "Natural Diet Restauran" S.R.L entre los registros del ministerio de industria y comercio para lo mismo que adjuntamos lo que detallamos a continuación.

1. Testimonio de Constitución
2. Publicación de Testimonio de Constitución
3. Acta de Fundación
4. Carta Poder del Representante Legal
5. Balance de Apertura
6. Formulario de Declaración Jurada No 0020 de FUNDEEMPRESA debidamente llenado
7. Fotocopia de C.I. Representante Legal
8. Certificado de Matricula en el Registro

Agradeciendo por anticipado, la atención que puedan brindarnos los saludos a usted muy atentamente.

-----  
Lic. Paulo V. Alarcón Marino  
GERENTE GENERAL

-----  
  
Dra. Lorena Benítez De Quiroga  
ABOGADO

escritura pública de constitución de sociedad responsabilidad limitada denominada “IMPORTADORA UPTIS S.R.L.” que se suscriben los señores:

Adhemar Diaz Rodriguez nacido el 30 de enero de 1997 en Chuquisaca Sucre, soltero con cédula de identidad (12867812)

Rolando Armando Solíz Lunda nacido el 17 de mayo de 1997 en Tarija Cercado, soltero estudiante con cedula de identidad (7224012).

**SEGUNDA: DENOMINACIÓN DE RAZÓN SOCIAL:**

**LA SOCIEDAD TECNÓ COMO DENOMINACIÓN SOCIAL IMPORTADORA UPTIS S.R.L.: TERCERA DOMICILIO:**

Tendrá como domicilio en la ciudad Tarija pudiendo establecer sucursales o sucede en otras ciudades departamento del territorio nacional o del extranjero.

Cuarto de objeto social: la sociedad tiene por qué dedicarse a la comercialización y ventas de llantas sin aires de marca Michelin.

Quinta capital social: por acuerdo mutuo de la asociación guardando las formalidades y en el artículo de 125 y siguiente del código de comercio el socio determina por tal capital social de la siguiente forma.

**APORTE SOCIAL CUOTAS:**

Adhemar Diaz Rodriguez	25.000bs.
Rolando Solíz Lunda	25.000bs.
<b>Total:</b>	<b>100.000\$ 100;00%</b>

El capital social se encuentra total y efectivamente pagó expreso en moneda nacional mismo que llega al monto total de 100,000 bolivianos.

## **7.12. PROCESO LEGAL DE IMPORTACIÓN**

La empresa UPTIS para realizar una importación legalmente sin restricciones deberá registrarse en la Aduana Nacional de Bolivia como una empresa importadora cumpliendo todos los requisitos que exige la aduana nacional.

### **7.12.1. Registro y empadronamiento del importador**

Para que una persona natural o jurídica pueda realizar operaciones de importación deberá registrarse previamente en el Padrón Operadores de Comercio Exterior de la Aduana Nacional a través de una de las siguientes modalidades. Modalidad no presencial y Modalidad presencial (según la aduana nacional de Bolivia)

El presente plan de negocio de importación de llantas sin aire, para realizar una importación legal deberá registrarse en la aduana nacional de Bolivia mediante la modalidad presencial, para estar formalmente inscritas en el servicio de impuestos nacionales

### **7.12.2. Obtención de la licencia de importación**

El primer paso es obtener una licencia de importación de la Aduana Nacional de Bolivia. Para ello, el importador debe presentar los siguientes documentos:

- Formulario de solicitud de licencia de importación.
- Factura comercial.
- Certificado de origen.
- Certificado de inspección.
- Declaración jurada de valor.

La empresa para la obtención de la licencia de importación deberá presentar todos los requisitos mencionados anteriormente según la aduana nacional.

### **Documentación necesaria**

La siguiente documentación es necesaria para importar llantas en Bolivia:

- **Licencia de importación:** La licencia de importación es un documento emitido por la Aduana Nacional que autoriza la importación de una mercancía.

- **Factura comercial:** La factura comercial es un documento que detalla la mercancía que se importa, su valor y su origen.
- **Certificado de origen:** El certificado de origen es un documento que certifica el origen de la mercancía.
- **Certificado de inspección:** El certificado de inspección es un documento que certifica que la mercancía cumple con los requisitos establecidos en la normativa boliviana.
- **Declaración jurada de valor:** La declaración jurada de valor es un documento en el que el importador declara el valor de la mercancía.

### **Requisitos para importar llantas**

Para importar llantas en Bolivia, el importador debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Ser persona natural o jurídica legalmente establecida en Bolivia.
- Tener una cuenta bancaria en Bolivia.
- Presentar la documentación necesaria ante la Aduana Nacional.

### **Normativa aplicable**

El proceso de importación de llantas en Bolivia está regulado por la siguiente normativa:

- Ley General de Aduanas (Ley N° 2590).
- Reglamento de la Ley General de Aduanas (Decreto Supremo N° 26210).
- Nomenclatura Arancelaria de Bolivia (NAB).

### **7.12.3. Pago de los impuestos y aranceles**

Una vez obtenida la licencia de importación, el importador debe pagar los impuestos y aranceles correspondientes. Los impuestos incluyen el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto a las Transacciones (IT). Los aranceles se basan en la subpartida arancelaria de la mercancía.

### **7.12.4. Despacho aduanero de importación**

1. El importador previo al embarque de la mercancía, en virtud a la naturaleza, composición y uso de la misma; debe verificar si requiere de una autorización previa a la importación, aspecto que debe ser verificado en el Decreto Supremo N° 572
2. La importación se inicia con el embarque de la mercancía en el país de origen o procedencia, para su transporte por vía marítima, aérea, carretera, férrea o fluvial, con base a lo establecido en el documento de embarque emitido según el modo de transporte:
3. Para el traslado de la mercancía hasta la aduana de destino ubicada en territorio nacional, el importador contratará los servicios de un transportador internacional (terrestre, fluvial, aéreo), a quien deberá comunicar el tratamiento al que será sometida su mercancía.
4. ) El tránsito aduanero desde el extranjero hasta una Aduana de destino ubicada en territorio boliviano (Aduana Frontera, Aduana Interior, Aduana Aeropuerto o Aduana Zona Franca) debe ser realizado por un transportador internacional autorizado, al amparo del manifiesto internacional de carga utilizado según el modo de transporte, respaldado por el documento de embarque y los documentos soporte requeridos. Si la Aduana de destino correspondiere a una Zona Franca, el importador debe estar habilitado por la Aduana Nacional como usuario de dicha Zona Franca; debiendo además cumplir con los requisitos específicos establecidos en la normativa vigente para el ingreso de mercancías a zonas francas.

5. Para el despacho aduanero, el consignatario de la mercancía (importador) puede contratar los servicios de una Agencia Despachante de Aduana o realizar el despacho personalmente (lo último una vez habilitada dicha opción), requiriéndose contar con la siguiente documentación soporte conforme establece el Artículo 111 del Reglamento a la Ley General de Aduanas.
6. Pagados los tributos aduaneros, el sistema informático inmediatamente y en forma automática determina canal a la DUI y la asignación del Técnico Aduanero. En los trámites efectuados por el importador habilitado como declarante la designación de técnico aduanero se realiza en la administración aduanera con la presentación de la DUI y la documentación soporte, pudiendo tratarse de:
  - **Canal Verde:** Se autoriza el levante (retiro) de la mercancía del recinto aduanero o Zona Franca, sin que la mercancía ni la documentación sean verificadas por la Aduana.
  - **Canal Amarillo:** Se realiza el examen de la documentación que respalda el despacho aduanero.
  - **Canal Rojo:** Se realiza el examen de la documentación y el reconocimiento físico de la mercancía, a fin de verificar que la misma corresponda a la declarada.
7. Cuando el canal sea rojo o amarillo, el Técnico Aduanero realizará el examen documental y/o reconocimiento físico de la mercancía, según corresponda, para posteriormente autorizar el levante (retiro) de las mercancías.



**CAPÍTULO VIII**  
**PLAN FINANCIERO**

## **8. PLAN FINANCIERO**

En el presente plan financiero se va a verificar que tan factible financieramente es este proyecto de importación, buscando cuantificar todos los aspectos que ha ido desarrollando en nuestro plan de negocios.

### **8.1. Análisis de Inversión**

La inversión total del proyecto está constituida por: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, requeridos como inversión inicial del proyecto. El presupuesto de inversiones está conformado por los siguientes rubros:

- Activos Fijos.
- Activos Diferidos.
- Capital de Trabajo.

#### **8.1.1. Inversiones Fijas**

La inversión en activos fijos de este proyecto de Importación de llantas sin aire, comprende la infraestructura, muebles y enceres; y equipos necesarios para iniciar las operaciones de importación y venta de llantas sin aire para todo tipo de vehículos. En la siguiente tabla se detalla las inversiones fijas a efectuar, para comenzar con las actividades de la empresa:

**TABLA 68. Requerimiento de activos fijos**

<b>Activos Fijos</b>	<b>Cantidad</b> (Unid.físicas)	<b>Valor Unitario</b> (Bs/m <sup>2</sup> /unidad)	<b>Total</b> (Bs)
Infraestructura	1	2.800	2.800
Muebles y Enseres	1	1.330	1.330
Equipo de computación	2	5.000	10.000
Equipo de oficina	1	1.200	1.200
Material de escritorio	1	120	120
Material de limpieza	1	200	200
<b>TOTAL</b>			<b>15.650</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### **8.1.2. Inversiones Diferidas**

Los activos diferidos o intangibles son aquellos recursos con los que cuenta una empresa para iniciar operaciones de negocio. Para el proyecto de importación de llantas sin aire, los activos diferidos comprenden aquellos gastos necesarios para poder comercializar las llantas sin aire de Francia a nivel nacional, después de su nacionalización.

En la siguiente tabla se especifican y cuantifican las inversiones diferidas a cumplir, que en términos generales son gastos de constitución del proyecto, adecuaciones y preparativos para la comenzar la operación:

**TABLA 69. Requerimiento de activos diferidos**

<b>Activos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Intangibles</b>	(Unid. físicas)	(Bs)	(Bs)
Publicidad en Televisión	2	3500	7.000
Publicidad en Radio	4	1200	4.800
Tarjetas Personales	0,15	1000	150
Folletos	0,5	1000	500
Publicidad con Influencers	2	1000	2.000
Publicidad en Periódicos	3	150	450
<b>TOTAL</b>			<b>14.900</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### **8.1.3. Capital de Trabajo**

El capital de trabajo es todo lo necesario para cubrir los gastos que se presentan desde el momento en que se inicia la operación hasta el momento en que se recibe el primer dólar por concepto de ventas.

Aplicando a este proyecto corresponde a la primera importación de llantas sin aire, además de pago de sueldos y salarios, gastos administrativos, etc. Que se necesitan para empezar a comercializar las llantas sin aire.

**TABLA 70. Servicios y otros costos indirectos**

	<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Valor</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
N°		(Unidades)	Unitario	Bs / Mes	Bs / Año
			Bs.por Mes		12
1	<b>ENERGIA ELÉCTRICA</b>	1	90,0	90	1.080
2	<b>AGUA</b>	1	40,0	40	480
4	<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	1	300,0	300	3.600
5	<b>INTERNET</b>	1	100,0	100	1.200
6	<b>COSTO DE IMPORTACIÓN</b>	1	264.063,9	264.064	3.168.767
			<b>TOTAL:</b>	264.593,9	<b>3.175.126,6</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

## 8.2. Inversión Total

Por todo lo antes expresado tenemos que la inversión total del proyecto de importación de llantas sin aire se detalla en la siguiente tabla. (ver tabla n° 71)

**TABLA 71. Estructura de inversión y tipo de empresa**

<b>INVERSIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TIPO DE EMPRESA</b>
	(Bs)	<b>Según su Actividad</b>
<b>1. FIJA</b>	15.650	
<b>2. DIFERIDA</b>	14.900	
<b>3. CORRIENTE</b>	2.407.350	<b>EMPRESA COMERCIAL</b>
<b>TOTALES:</b>	<b>2.437.900</b>	

**Fuente:** Elaboración propia.

### 8.3. Análisis de Financiamiento

El financiamiento de la inversión total de este proyecto de importación de llantas sin aire de 2.407.350 Bs.; se la realizará con crédito bancario y aporte de capital por parte de los socios. Se detalla en la siguiente tabla. (ver tabla n° 72).

**TABLA 72. Estructura de inversión y financiamiento**

INVERSIONES	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		SOCIOS	DEUDA
	(Bs)		
<b>1. FIJA</b>	15.650	50.000	0
<b>2. DIFERIDA</b>	14.900		14.900
<b>3. CORRIENTE</b>	2.407.350		2.407.350
<b>TOTAL:</b>	<b>2.437.900</b>	<b>50.000</b>	<b>2.422.250</b>
Participación (%)	<b>100%</b>	<b>2,05%</b>	<b>97,95%</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

Como se puede ver en la siguiente tabla la estructura de financiamiento distribuirá la inversión de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, de acuerdo al monto financiado por la entidad bancaria y el valor por recursos propios. De acuerdo a este esquema se puede establecer que los 2.437.900 el 2.05% del monto servirá para la comprar de los activos fijos y el 97,95% restante serán financiados por el Banco de Crédito Productivo que serán destinados a cubrir los activos diferidos y el capital de trabajo.

### 8.3.1. Fuentes Propias

De acuerdo al aporte de los socios que en este caso son 2, cada socio realizará un aporte de capital de 25.000 Bs donde el total del Patrimonio es de 50.000 Bs. Como se detalla en la tabla n° 73.

**TABLA 73. Formación capital social**

FUENTE DE FINANCIAMIENTO INTERNO		SOCIOS
<b>APORTES</b>	<b>VALOR-CUOTA</b> (Bs.)	<b>2</b>
Aporte por cada Acción	25.000	
<b>3.TOTAL PATRIMONIO</b>		
Capital Contable	<b>50.000</b>	

**Fuente:** Elaboración propia.

### 8.3.2. Fuentes Externas

El financiamiento de la inversión en el Banco de Crédito Productivo se realizará a un plazo de seis años con una tasa de 11,5% por un monto de 2.422.250 Bs presenta la siguiente tabla de amortización. (ver la tabla n° 74)

**TABLA 74. Crédito financiero**

<b>CRÉDITO</b>	<b>2.422.250</b>				
<b>Monto préstamo</b>	<b>Plazo</b>	<b>Periodo de Gracia</b>	<b>Interés</b>	<b>Año Desemb.</b>	<b>Tipo Amortización</b>
<b>2.422.250</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>11,5%</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**TABLA 75. Ingeniería financiera**

AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
<b>Saldo Deudor</b>	2.422.250	2.180.025	1.937.800	1.695.575	1.453.350	1.211.125	968.900	726.675	484.450	242.225		
<b>Interés (I)</b>		278.559	250.703	222.847	194.991	167.135	139.279	111.424	83.568	55.712	27.856	1.504.217
<b>Amortización (A)</b>		242.225	242.225	242.225	242.225	242.225	242.225	242.225	242.225	242.225	242.225	2.180.025
<b>Total, cuota (I+A)</b>	0	520.784	492.928	465.072	437.216	409.360	381.504	353.649	325.793	297.937	270.081	3.684.243

**Fuente:** Elaboración propia.

#### 8.4. Tributos Aduaneros

Los tributos aduaneros son los impuestos internos que gravan a las importaciones o exportaciones de mercancías. En una importación se refiere al monto total de impuestos y aranceles que se debe de pagar al gobierno del país al momento de traer mercancías del extranjero.



**TABLA 76. Tributos aduaneros**

<b>FOB (Cº m. puerto embarque)</b>		<b>27.770,00</b>	\$
FLETE I (B/Hasta puerto)		1.151,94	\$
Flete II (Carretero)		250,00	\$
Seguro	2%	555,40	\$
Otros gastos (manipuleo en Puerto)			\$
<b>VALOR CIF m/e</b>		<b>29.727,34</b>	\$
T.C. Venta		6,96	
<b>VALOR CIF M/N</b>		<b>206.902,30</b>	Bs.
G.A.	10%	20.690,23	Bs.
Otras Erogaciones (Gastos despacho)			Bs.
<b>B.I. p'el IVA</b>		227.592,53	Bs.
IVA de Importación	14,94%	<b>34.002,32</b>	Bs.
<b>IMPORTE A PAGAR:</b>			Bs.
G.A.		<b>20.690,23</b>	Bs.
IVA		<b>34.002,32</b>	Bs.
			Bs.
<b>TOTAL, A PAGAR TRIBUTOS ADUANEROS</b>		<b>54.692,55</b>	Bs.

**Fuente:** Elaboración propia.

El total de los tributos a pagar incluye una variedad de impuestos como el GA (Gravamen Arancelario), el I.V.A. (Impuesto al Valor Agregado) y otros cargos relacionados con la importación como el flete marítimo y el flete terrestre. Es decir, que de acuerdo a los cálculos realizados el tributo aduanero total a pagar es de 54.692,55 Bs. (ver la tabla 76).

## **8.5. Análisis de Egresos**

### **8.5.1. Costos de Importación**

Los primeros gastos que realiza el proyecto de importación de llantas sin aire, son los relacionados con la adquisición del producto, en este caso el proceso de importación y traslado de llantas a Tarija los mismo que se detallan a continuación: en la tabla 77

**TABLA 77. Costos de Importación**

<b>CÁLCULO DE LOS COSTOS DE IMPORTACIÓN</b>			
	<b>VALOR CIF M/N</b>		<b>206.902,30</b>
	<b>TOTAL, PAGO DE TRIBUTOS ADUANEROS</b>	54.692,55	261.594,86
	<b>OTRAS EROGACIONES NO FACTURAS:</b>		
	<i>Tasa de Almacenamiento (s/CIF Fron)</i>	0,50%	1.034,51
	<i>Aporte Gremial "CAINCO" (S/CIF Fron)</i>	0,30%	620,71
	<i>Despacho Aduanero (0.1 al 2.5% s/CIF Fron)</i>	0,20%	413,80
	<i>Otros gastos de manipuleo de carga</i>		
	<b>COSTO DE IMPORTACIÓN</b>		<b>56.761,58</b>
(-)	IVA	13%	7.379,01
	<b>COSTO NETO DE IMPORTACIÓN</b>		<b>49.382,57</b>
(+)	Gastos de Flete hast el depósito de la emp.		300,00
(+)	Otros gastos menores		100,00
	<b>COSTO TOTAL DE IMPORTACIÓN =</b>		<b>264.063,88</b> Bs.

**Fuente:** Elaboración propia.

El costo total de importación es de 264.063,88 Bs. Este monto total está constituido por el precio original de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa. Para determinar el costo de importación se realizó los cálculos correspondientes, incluyendo el total de tributos aduaneros a pagar, derechos e impuestos que gravan la importación, erogaciones no facturadas y otros gastos menores.

## 8.6. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son costos indirectos de la importación, que forman parte del estado de resultados o de pérdidas y ganancias.

Como gastos administrativos se tienen los siguientes rubros:

- Sueldos y Beneficios Sociales del personal Administrativo.
- Sueldos y Beneficios del personal Directivo.
- Servicios Básicos.
- Suministros de Limpieza.
- Suministros de Oficina.

**TABLA 78. Gastos administrativos**

	<b>DETALLE</b>	<b>CANTI DAD</b>	<b>Valor</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Nº</b>		<b>(Unidades)</b>	<b>Unita rio</b>	<b>Bs / Mes</b>	<b>Bs / Año</b>
			Bs.por Mes		12
1	Energía Eléctrica	1	90,0	90	1.080
2	Agua	1	40,0	40	480
3	Publicidad	1	1.391,7	1.392	16.700
4	Suministros de oficina	1	300,0	300	3.600
5	Internet	1	100,0	100	1.200
			<b>TOTAL:</b>	<b>1.921,7</b>	<b>23.060,0</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

En la siguiente tabla n° 79 se puede visualizar los niveles jerárquicos de cada área de trabajo y su haber básico de cada uno de los trabajadores de la empresa importadora.

**TABLA 79. Niveles jerárquicos**

	<b>Cantidad</b>	<b>H. BÁSICO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL H. BÁSICO</b>
CARGOS	Puestos	Bs./Mes	H. BÁSICO	Bs./ Año
<b>JERARQUÍA ORGANIZACIONAL</b>	Trabajador		Bs./Mes	12
<b>1.1. NIVEL ESTRATÉGICO</b>	<b>1</b>			
Gerente General	1	3.000	3.000	36.000
<b>1.2. NIVEL FUNCIONAL / TÉC.</b>	<b>2</b>			
Asesor Contable	1	1.800	1.800	21.600
Asesor de Ventas	1	2.500	2.500	30.000
<b>1.3. NIVEL OPERATIVO</b>	<b>1</b>			
Encargado de Almacenes	1	2.260	2.260	27.120
<b>TOTAL:</b>	<b>4</b>	<b>9.560</b>	<b>9.560</b>	<b>114.720</b>

**Fuente:** Elaboracion propia.

### 8.7.Flujo de Caja

El flujo de caja económico del proyecto de importación de llantas sin aire representa el movimiento de ingresos costos y gastos proyectados, incluida la inversión inicial del proyecto que es de 2.437.900, y con el préstamo bancario de 2.407.350 Bs. La finalidad es determinar los flujos descontados desde el 2024 al 2029. El flujo de caja presenta valores positivos a partir del segundo año los cuales acumulados representan la retribución de la inversión o retorno de la inversión (PRI), a inicios del año 2025. (ver la tabla n° 80).

**TABLA 80. Flujo de caja**

DETALLE		INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)				
			AÑO "CERO"	1	2	3	4
<b>A: INGRESOS EFECTIVOS:</b>		0	<b>6.339.615</b>	<b>6.908.913</b>	<b>7.529.333</b>	<b>8.205.467</b>	<b>8.942.318</b>
(+)	Ventas		6.339.615	6.908.913	7.529.333	8.205.467	8.942.318
(+)	Valor Residual						
(+)	Capital de Operaciones						
<b>B: EGRESOS EFECTIVOS:</b>			<b>6.398.614</b>	<b>6.690.282</b>	<b>7.010.018</b>	<b>7.360.342</b>	<b>7.744.002</b>
(-)	Inversión Fija	15.650					
(-)	Inversión Diferida	14.900					
(-)	Capital de Operaciones	2.407.350					
(-)	<b>Costos Variables</b>		2.527.628	2.754.609	3.001.973	3.271.550	3.565.335
<b>UTILIDAD BRUTA</b>			<b>3.811.987</b>	<b>4.154.303</b>	<b>4.527.360</b>	<b>4.933.917</b>	<b>5.376.983</b>
(-)	<b>Costos Fijos</b>		3.289.847	3.289.847	3.289.847	3.289.847	3.289.847
<b>UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)</b>			<b>522.140</b>	<b>864.457</b>	<b>1.237.513</b>	<b>1.644.070</b>	<b>2.087.136</b>
(-)	<b>Costos Financieros</b>		278.559	250.703	222.847	194.991	167.135

(-) Depreciaciones			2.161	2.161	2.161	2.161	2.161
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>			<b>241.420</b>	<b>611.593</b>	<b>1.012.505</b>	<b>1.446.918</b>	<b>1.917.839</b>
(-) Impuestos de Ley	25%		60.355	152.898	253.126	361.729	479.460
<b>UTILIDAD NETA</b>			<b>181.065</b>	<b>458.695</b>	<b>759.379</b>	<b>1.085.188</b>	<b>1.438.380</b>
(+) Depreciación			2.161	2.161	2.161	2.161	2.161
(-) Amortización Préstamo			242.225	242.225	242.225	242.225	242.225
<b>FLUJO DE CAJA NETO (A-B)</b>		<b>-2.437.900</b>	<b>-58.999</b>	<b>218.631</b>	<b>519.315</b>	<b>845.125</b>	<b>1.198.316</b>
Flujo de Caja Acumulado			-58.999	159.632	678.947	1.524.072	2.722.388

<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>9.745.338</b>	<b>10.620.469</b>	<b>11.574.188</b>	<b>12.613.550</b>	<b>16.156.521</b>
9.745.338	10.620.469	11.574.188	12.613.550	13.746.246
				2.924
				2.407.350
<b>8.163.991</b>	<b>8.623.570</b>	<b>9.126.296</b>	<b>9.676.043</b>	<b>10.879.601</b>
3.885.502	4.234.421	4.614.672	5.029.069	5.480.679
<b>5.859.836</b>	<b>6.386.049</b>	<b>6.959.516</b>	<b>7.584.481</b>	<b>10.675.841</b>
3.289.847	3.289.847	3.289.847	3.289.847	3.289.847
<b>2.569.989</b>	<b>3.096.202</b>	<b>3.669.669</b>	<b>4.294.634</b>	<b>7.385.995</b>
139.279	111.424	83.568	55.712	27.856
2.161	2.161	2.161	2.161	2.161
<b>2.428.548</b>	<b>2.982.617</b>	<b>3.583.941</b>	<b>4.236.761</b>	<b>7.355.977</b>
607.137	745.654	895.985	1.059.190	1.838.994
<b>1.821.411</b>	<b>2.236.963</b>	<b>2.687.955</b>	<b>3.177.571</b>	<b>5.516.983</b>
2.161	2.161	2.161	2.161	2.161
242.225	242.225	242.225	242.225	242.225
<b>1.581.347</b>	<b>1.996.899</b>	<b>2.447.892</b>	<b>2.937.507</b>	<b>5.276.919</b>
4.303.735	6.300.634	8.748.526	11.686.033	16.962.952

**Fuente:** Elaboración propia.

### 8.8.VAN

El Valor Actual Neto, es aquel cálculo que permite conocer si una inversión, permite aumentar o disminuir el valor de la empresa. Para el flujo de efectivo neto de las operaciones del proyecto de importación de llantas sin aire, el valor presente neto estará determinado por la tasa de riesgo que es el 8,52%, el valor de la inversión total en negativo y la sumatoria de los flujos descontados por cada uno de los cinco años que dura la factibilidad del proyecto.

**TABLA 81. Valor actual neto**

Tasa de Actualización	<b>8,52%</b>	<b>DECISIÓN DEL INVERSIONISTA</b>
<b>VAN</b>	<b>6.553.328</b>	<b>SE ACEPTA</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

El VAN del proyecto de importación de llantas sin aire es igual a 6.553.328 Bs por lo tanto la inversión realizada para importar llantas sin aire desde Francia revaloriza el valor real del proyecto.

### 8.9. TIR

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento hace que los valores actuales netos con todos los flujos de efectivo anuales del proyecto sumen cero.

**TABLA 82. La tasa interna de retorno**

<b>TIR</b>	<b>30,86%</b>	<b>SE ACEPTA</b>
------------	---------------	------------------

**Fuente:** Elaboración propia.



Por lo tanto, como se puede observar en la tabla se obtiene una TIR de 30,86 % que significa que la inversión con financiamiento, genera un rendimiento considerable, es decir superior a la tasa de actualización del 8,52% que está libre de riesgo. Por lo tanto, se acepta el proyecto.

#### **8.10. B/C**

El análisis de costo beneficio (B/C) también es conocido como índice neto de rentabilidad. Es un proceso que se realiza para medir la relación que existe entre los costes de un proyecto y los beneficios que otorga. Su objetivo es determinar si una próxima inversión es rentable o no para una empresa.

**TABLA 83. Costo beneficio**

<b>B/C</b>	<b>3,69</b>	<b>SE ACEPTA</b>
------------	-------------	------------------

**Fuente:** Elaboración propia.

El costo beneficio nos muestra que en términos generales el proyecto tiene beneficios que superan ligeramente los costos. Es decir, por cada unidad de inversión se obtuvo unas 3,69 unidades. Lo que indica que el proyecto es potencialmente viable y que los beneficios generados son mayores que los costos.

**CAPÍTULO IX**  
**CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES**  
**FINALES**

## 9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones:

- Las llantas UPTIS de MICHELIN ofrecen ventajas significativas, como la eliminación de la necesidad de inflado constante, lo que las hace ideales para vehículos y maquinaria industrial, lo que puede ser un diferenciador importante en el mercado.
- Existe una demanda potencial de llantas de alta calidad en Tarija, especialmente de aquellas que ofrecen una mayor durabilidad y resistencia, esto motiva a los consumidores que estén dispuestos a pagar un precio más alto por llantas de alta calidad y que ofrezcan beneficios adicionales, como la capacidad de funcionar sin aire. La competencia en el mercado de llantas en Tarija es alta, pero la introducción de llantas sin aire puede diferenciar a la empresa de la competencia y atraer a un segmento de mercado específico.
- El plan de marketing identifica claramente el mercado objetivo al que se dirige, incluyendo segmentos demográficos, geográficos, psicográficos y un análisis detallado de la competencia, identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que puedan afectar la estrategia de marketing. El plan contiene una variedad de estrategias de marketing, incluyendo publicidad en medios tradicionales, marketing digital, relaciones públicas, promociones y eventos con un presupuesto detallado y un cronograma de implementación para cada una de las estrategias de marketing.
- El plan de operaciones destaca la importancia de mejorar la eficiencia en los procesos internos para reducir costos y mejorar la calidad del producto o servicio. De tal manera se ha identificado la capacidad actual de producción y se han establecido planes para aumentarla en caso de ser necesario para satisfacer la demanda del mercado.

- El plan de recursos humanos establece la estructura organizacional de la empresa y las funciones de cada departamento, lo que facilita la toma de decisiones y la asignación de responsabilidades. El plan incluye estrategias para el desarrollo de talento, como la capacitación y el desarrollo profesional, lo que puede mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del personal, estableciendo una cultura organizacional deseada y las políticas que la respaldan, lo que puede mejorar la retención de personal y la satisfacción del cliente.
- Al realizar un análisis de rentabilidad se puede determinar si el proyecto es factible o no, dicho de otra manera, si el VAN es positivo o si la TIR es mayor a la tasa de rendimiento el proyecto se acepta, en este caso del proyecto de importación de llantas sin aire es aceptado ya que tiene un VAN de 6.553,328 Bs. Y la TIR con 30,86% que es mayor a la tasa de riesgo por lo que se recomienda la operación del proyecto en beneficio de los accionistas.

### **Recomendaciones**

- Desarrollar una estrategia de marketing clara y efectiva que destaque los beneficios y características únicas de las llantas sin aire, y que eduque al público sobre su funcionamiento y ventajas. Para ello es importante Identificar y enfocarse en un segmento de mercado específico, como los conductores que valoran la durabilidad y resistencia de las llantas, y desarrollar campañas publicitarias y promociones que se dirijan a este segmento, manteniendo altos los estándares de calidad en todas las operaciones de la empresa, incluyendo la importación, almacenamiento y distribución de las llantas sin aire, para garantizar la satisfacción del cliente y la fidelidad a largo plazo.
- Se recomienda enfocarse en la creación de una experiencia de cliente excepcional, ya que esto puede ser un diferenciador clave en un mercado competitivo. Para ello, es importante incluir un plan detallado para monitorear

y medir el rendimiento de las actividades de marketing, con el fin de realizar ajustes y mejoras continuas.

- Se recomienda considerar la implementación de tecnologías innovadoras para mejorar la eficiencia operativa, como sistemas de gestión de inventario automatizados o maquinaria moderna. Y realizar una revisión detallada de los procesos internos para identificar oportunidades de optimización y reducción de costos, a fin de mejorar la eficiencia operativa. Es importante desarrollar un plan de contingencia para mitigar posibles interrupciones en la cadena de suministro, como la diversificación de proveedores o la implementación de acuerdos de suministro a largo plazo.
- Se recomienda mejorar la comunicación interna y externa para garantizar que todos los empleados estén alineados con los objetivos de la empresa y se sientan valorados, estableciendo un sistema de evaluación del desempeño para medir el progreso de los empleados y brindar retroalimentación constructiva para mejorar su desempeño.
- Los resultados financieros deben ser considerados en proyecciones de ingresos, costos y gastos cuyos resultados obtenidos se vean reflejados en los estados financieros del proyecto. Para esto es necesario considerar variables internas y externas que afecten directamente a la operación del proyecto de importación, ya que por si algún motivo las variables económicas sufran algún cambio afecte a los rubros de gastos y costos que incurre en el proyecto, y donde se pueda buscar medidas de contingencia que nos ayude a superar posibles escenarios.