

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1. Introducción

Mediante este Proyecto se propone un Plan de Negocios para la creación de una Empresa dedicada a la “Manufactura y comercialización de Garajes Retractiles” para la protección de vehículos en la ciudad de Tarija. Como parte del trabajo, se ha determinado el mercado objetivo del producto propuesto, identificado sus características, así como los gustos y preferencias de los potenciales usuarios, con el propósito de diseñar un producto orientado a satisfacer sus necesidades y sobre ello definir su proceso productivo. Finalmente, se ha evaluado la viabilidad y factibilidad del proyecto, para determinar el nivel de rentabilidad de esta empresa en Tarija.

Este emprendimiento se concibe considerando que el parque automotor en Bolivia el año 2022, alcanzó a 2.493.753 vehículos, cantidad superior en 12,00% a la registrada en 2021, cuando se contaba con 2.226.662 unidades. En el caso de Tarija, en la gestión 2022 el parque automotor alcanzó 137.360 vehículos, mientras que en la gestión 2021 la cantidad de motorizados era de 125.024 unidades, mostrando un crecimiento de 9,86% según datos del Instituto Nacional de Estadística. Por otro lado, también se consideró el costo en los bienes raíces (inmuebles), ya que las personas o familias actualmente optan por vivir en departamentos cada vez más pequeños que muchas veces carecen de estacionamiento o que los mismos son al aire libre, compartidos en edificios, urbanizaciones o condominios. Por lo tanto, estos hechos denotan la necesidad de proteger los automóviles de las inclemencias del medio ambiente (sol, frío, lluvia, granizo y otros), ya que el aire helado no tocará directamente la chapa del coche, lo cual permitirá mantener una temperatura adecuada, tanto en el exterior como en el interior y evitar el desgaste del chasis y los accesorios, además de protegerlo contra el vandalismo y deposiciones de las aves.

Los aspectos antes mencionados, denotan la necesidad que tienen los propietarios para proteger sus vehículos, lo cual refleja una oportunidad para desarrollar un emprendimiento que pueda ofrecer estos bienes a precios razonables, pero que a la vez permita generar rentabilidad para el emprendimiento.

CAPÍTULO 2
MARCO METODOLÓGICO

2. Marco Metodológico

2.1 Planteamiento del Problema

2.1.1 Identificación del Problema

Actualmente el material con el que se realiza la fabricación de los automóviles (especialmente en el chasis y su máscara) se ve afectado por varios factores naturales externos que dañan principalmente la parte exterior del vehículo y que indirectamente pueden afectar al funcionamiento del mismo, entre estos factores se encuentra la lluvia, el granizo, vientos de gran intensidad que aparte de ensuciar el vehículo pueden llegar a desgastar el barniz y pintura del mismo; los rayos solares de la misma manera desgastan la pintura al estar constantemente expuestos, es por tal motivo que se debe buscar una alternativa que permita proteger el vehículo en su totalidad cubriéndolo con un garaje retráctil estructurado firmemente y capaz de resistir todos los factores climáticos antes mencionados, con el propósito de mantener la estética del vehículo.

También es importante mencionar que según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la población de Tarija vive un 15% en alquiler y un 4% en anticrético, por lo que algunas personas que tienen un vehículo y viven en alquiler o anticrético, no cuentan con un garaje y tienen la necesidad de alquilar un espacio en otro lugar, el cual no siempre tiene las medidas de protección como un techo, de modo que considerar la posibilidad de utilizar un garaje retráctil les brindaría protección a sus vehículos.

2.1.2 Formulación del Problema

¿Será económica y financieramente viable el desarrollo de un plan de negocios para la creación de una empresa cuya actividad principal consista en la fabricación y comercialización de garajes retractiles en la ciudad de Tarija?

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

El objetivo general de este proyecto consiste en formular un plan de negocios que permita a los inversores tomar una decisión respecto de la viabilidad económica y financiera de la manufactura y comercialización de garajes retráctiles en la ciudad de Tarija.

2.2.2 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos del trabajo consisten en:

- Realizar una investigación de mercado para establecer la necesidad de los usuarios en la utilización de garajes retráctiles en la ciudad de Tarija.
- Desarrollar un plan de marketing, que permita formular estrategias comerciales adecuadas para la aceptación y posicionamiento del producto.
- Formular un plan operacional para establecer la distribución física que tendrán las instalaciones y el equipo necesario para la fabricación de los productos.
- Realizar el análisis económico y financiero, que permita establecer la captación y utilización de los recursos, además de los costos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- Evaluar los resultados obtenidos para establecer la factibilidad económica y financiera de este plan de negocios

2.3 Justificación

Los factores climáticos de la ciudad de Tarija, en época de lluvia traen consigo granizadas frecuentes que pueden afectar y desgastar la estructura superior de los automóviles al dejarlos al descubierto; así mismo, en invierno y temporadas de surazos, algunos animales suelen cobijarse en los vehículos, pudiendo ocasionar daños e incidentes.

Por otro lado, con un parque automotor de 137.360 unidades, Tarija se convierte en el cuarto departamento con el parque automotor más grande del país, por encima se encuentran Santa Cruz, La Paz y Cochabamba, esto según información publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) con datos del Registro Único para la Administración Tributaria Municipal (RUAT). En la gestión 2022 el parque automotor en la ciudad de Tarija alcanzó 137.360 vehículos, las vagonetas representan el 23,7%; los automóviles 16,8%; camionetas 11,6%; camiones 6,9%; jeep 2,3%; y otro tipo de vehículos el 4,5%.

Por esta razón en este plan de negocios considera la posibilidad de fabricar y comercializar garajes retráctiles, con una estructura de metal capaz de asegurar la estabilidad y resistencia del producto y la cubierta confeccionada con tela Oxford 600D impermeable, retardante de llama, a prueba de moho, frío y anticorrosión, para brindar protección al vehículo tanto de factores ambientales, como de acciones contra la integridad del vehículo.

2.3.1 Justificación Científica

El presente trabajo comprende la aplicación de teorías y conceptos relacionados con la formulación de un plan de negocios que incluye marketing, investigación de mercados, preparación de información financiera y, el análisis financiero, con lo que se espera que el trabajo proporcione procedimientos técnicos y elementos para la creación de una empresa para la fabricación y comercialización de garajes retráctiles.

2.3.2 Justificación Social

Se pretende que el plan de negocios de garajes retráctiles ofrezca soluciones prácticas a las personas que buscan cuidar sus vehículos de diversos factores climáticos, tales como la lluvia, el viento, polvo y sol entre otros.

2.3.3 Justificación Económica

En el aspecto económico, al ser una empresa privada, se pretende que genere rendimiento financiero que beneficie a los propietarios e inversionistas, al mismo tiempo aportará beneficios a la población tarijeña mediante la generación de empleos de manera directa e indirecta.

2.4 Delimitación

2.4.1 Límite Sustantivo

El presente trabajo se desarrolló bajo la metodología de un plan de negocios, aplicando conceptos, técnicas y procedimientos relacionados con la preparación y evaluación de proyectos, investigación de mercados, marketing, administración, estadística, contabilidad y finanzas.

2.4.2 Límite Espacial

El proyecto se desarrollo en la ciudad de Tarija, provincia Cercado, Departamento de Tarija.

2.4.3 Límite Temporal

La investigación se desarrolló entre los meses de febrero y octubre de 2023.

2.5 Metodología

2.5.1 Tipo de investigación

2.5.1.1 Investigación Cualitativa

Permite profundizar las opiniones y pensamientos de los encuestados en base a sus respuestas. En una investigación cualitativa el encuestador intenta comprender la motivación y

los sentimientos del encuestado.

Se aplica a partir de las entrevistas a expertos y observación con un enfoque cualitativo para obtener información de primera mano sobre la percepción de las personas a cerca de la idea del producto.

2.5.2 Tipo de estudio

En el presente trabajo se realizará dos tipos de estudio:

2.5.2.1 Estudio exploratorio

La investigación exploratoria es una investigación centrada en recolectar datos primarios y secundarios mediante un formato no estructurado y procedimientos informales de interpretación (Bernal, 2012).

Durante la realización de plan de negocio, se aplica este diseño, para obtener información y conocer la percepción de las personas, así determinar si es conveniente realizar la idea de estudio, revisando bibliografías, análisis de datos, entrevistas, artículos y con los datos recabados se realizará un estudio de mercado para evaluar los resultados.

2.5.2.2 Estudio descriptivo

La investigación descriptiva es aquella que reseña las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio, la función principal que tiene la investigación descriptiva, es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto estudiado. (Bernal, 2012)

Después de realizar este tipo de estudios, se concluyó que el trabajo de investigación es exploratorio y descriptivo ya que presentará una investigación dirigida a explorar todos los elementos del objeto de estudio y luego describirlos en detalle, para formular un estudio completo

que ayudará a alcanzar el objetivo establecido.

2.5.3 Población y Muestra

Un universo o población, en estadística, es un total de objetos, personas, plantas o animales que se deben contabilizar para realizar un censo, que es el conocimiento del total para el conocimiento general. Cuando se realiza una investigación, por motivos de tiempo y dinero no es posible realizar un censo para conocer a las personas para encontrar una solución al problema, por eso debe reducirse la cantidad de personas en base a un criterio representativo. Esto se realiza mediante unidades de muestreo para delimitar la población.

Una muestra es para el enfoque cuantitativo, un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos que tienen que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población (Sampieri, 2014). Es decir, una muestra es una parte de la población, así que los resultados de la muestra, deben tener sentido con la investigación, para lograr una estadística representativa.

2.5.3.1 Población

La población considerada para el presente trabajo está constituida por personas que tengan vehículos automotores (automóviles, vagonetas, camionetas y jeeps) que viven en la provincia Cercado Tarija y que podrían estar interesadas en optar por los garajes retráctiles que ofrece el presente plan de negocio.

2.5.3.2 Marco Muestral

Se consideran los siguientes aspectos:

- a) **Población de estudio:** conformado por hombres y mujeres que tengan uno o más vehículos.
- b) **Unidad de muestra:** personas que habitan en la provincia Cercado de la ciudad

de Tarija.

- c) **Interés:** tener interés por el cuidado de su vehículo.
- d) **Extensión:** área urbana de la ciudad de Tarija provincia Cercado.
- e) **Tiempo:** febrero a octubre de 2023.

2.5.4 Fuentes de Información

Se distingue tres tipos básicos de fuentes de información para llevar a cabo la revisión de la literatura. (Danhke, 1989)

2.5.4.1 Fuentes primarias

Fuentes primarias o directas. Constituyen el objeto de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporciona datos de primera mano pues se trata de documentos que contienen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de estas fuentes son libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones documentos oficiales, etc. Para obtener información para este plan de negocio se recurrirá a libros, artículos de periódicos, documentos oficiales de instituciones nacionales, como el Instituto Nacional de Estadística (INE).

2.5.4.2 Fuentes secundarias

Son listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en el área de conocimiento en particular. Es decir, reprocesan información de primera mano. Comentan brevemente artículos, libros tesis, disertaciones, etc.

2.5.5 Métodos

2.5.5.1 Métodos teóricos

El método teórico sirve para descubrir cualidades y relaciones en el objeto de estudio que no se pueden percibir por los sentidos.

Dentro del método teórico podemos conceptualizar la realidad desde perspectivas históricas, lógicas, hipotéticas, causales y dialécticas. Para ello se utiliza:

- *La abstracción*, permite conocer un rasgo o cualidad concreta del objeto separándolo del conjunto para analizarlo aisladamente.
- *El análisis*, está orientado a distinguir y separar las partes del todo para conocer su composición.
- *La deducción*, por la lógica se procede de lo general a lo particular.
- *La inducción*, permite extraer los principios generales de la cosa a partir de su observación y análisis.
- *La síntesis*, está orientado conocer el todo a partir de sus partes.

2.5.5.2 Métodos empíricos

El método empírico consiste en observar, medir y experimentar la realidad que queremos conocer.

- *La observación científica*, es el proceso más básico y fundamental de una investigación. Consiste en el examen directo de una realidad (una cosa, una conducta, etc.) tal y como se presenta de manera espontánea para tomar datos y analizarla. Para observar necesitamos tener criterios de estudio a los que llamaremos categorías, para intentar comprender y para poder describir lo que estamos viendo.
- *La medición*, consiste en describir con números alguna cualidad o cantidad del objeto o conducta observados: estas magnitudes numéricas deben ser comparables con otras fuentes de información.

- *La experimentación*, permite que el investigador intervenga sobre el objeto de estudio realizando modificaciones o creando condiciones para conocer su naturaleza.

Para experimentar, el investigador comienza por aislar el objeto de estudio de otros factores, lo que se puede conseguir reproduciendo ese objeto en condiciones controladas o modificando las condiciones en las que se encuentra.

De esta manera la manipulación (hecha con un sistema) del objeto nos proporciona los datos que buscamos.

2.5.5.3 Método Estadístico

El método estadístico se utiliza para poder conocer, analizar y comprender datos cuantitativos y cualitativos de la investigación.

Con él se comprueba o verifica una parte de la realidad y se obtienen consecuencias verificables. Se desarrolla a través de las siguientes etapas:

- *Recolección o medición*: recolección de datos que, a veces, se puede hacer directamente por simple observación, pero en otros casos requiere complejos medios y técnicas. Se busca conocer determinadas características o magnitudes a las que se conoce como variables dentro del grupo a estudiar. Si la realidad a estudiar es demasiado grande se utilizan técnicas de muestreo obteniendo datos de grupos parciales que sean demostrativos del todo de manera verificable.
- *Recuento o cómputo*: consiste en ordenar y clasificar la información obtenida.
- *Presentación*: con esa clasificación se elaboran cuadros (tablas) y gráficos de la información que permitan ver y analizar las variables.
- *Síntesis*: se expresan las conclusiones que podemos sacar de esa información de manera

comprensible, normalmente a través de un porcentaje que produzca una impresión en el receptor de la información sobre esa realidad.

- *Análisis*: es la comprobación y comparación de la información obtenida utilizando las técnicas diseñadas para ello en cada tipo de estudio.

2.5.6 Técnicas y procedimientos

2.5.6.1 Encuesta

Tiene como fin obtener información de un grupo de personas o una muestra definida acerca de un tema. Puede ser oral y escrita. En la encuesta escrita se emplea como instrumento el cuestionario.

2.5.6.2 Observación

Consiste en captar por medio de la vista, en forma directa y sistemática cualquier hecho o situación en función de los objetivos de investigación. Puede ser participante o no participante y estructurada o no estructurada.

2.5.6.3 Entrevista

La comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto.

2.5.7 Instrumentos

Los Instrumentos a ser utilizados son:

Tabla 1:

Instrumentos

Técnica	Instrumentos	Características
Encuesta	Cuestionario de encuesta	Preguntas cerradas de opción múltiple, claras y concisas para que el encuestado las responda de la manera más sincera posible.
Entrevista	Guía de entrevista o cuestionario de entrevista.	Preguntas abiertas, claras para que el entrevistado las responda de manera libre y permita obtener detalles más profundos.

2.5.8 Medios

Los medios utilizados, fueron:

- Equipos o teléfonos celulares;
- Equipos de computación;
- Cuadernos y lapiceras; y
- Tablet.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y

NATURALEZA DEL NEGOCIO

3. Análisis del Contexto y Naturaleza del Negocio

3.1 Análisis del Contexto

Con el fin de determinar aquellos factores del entorno global que pueden influir directa o indirectamente en la producción y comercialización de los garajes retráctiles, se realizó un análisis del entorno intermedio e inmediato.

3.1.1 Análisis del Entorno del Negocio

Con el propósito de conocer los factores del entorno en general se presenta un análisis de factores PESTA (políticos-legales, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales) con el propósito de identificar oportunidades y riesgos generados por factores del entorno global que no están bajo el control de la empresa, pero que pudiesen afectar directa o indirectamente en el desarrollo del plan de negocios de una empresa de manufactura y comercialización de garajes retráctiles en la ciudad Tarija, con el propósito de contar con información que permita tomar decisiones de manera oportuna para mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidad.

3.1.1.1 Aspectos Políticos y Legales

Durante la gestión 2022, las tensiones sociales se han incrementado considerablemente en el país, propiciando un clima de conflictividad y polarización que puede mantenerse, debido a que actualmente se han sumado las confrontaciones políticas, ideológicas y regionales. Si estos factores continúan y se acrecientan en el futuro inmediato, sus efectos podrían ser severos y devastadores sobre la económica, la cual es dependiente de los recursos no renovables, además de no estar diversificada.

Así mismo, debemos destacar la proximidad de las elecciones nacionales, lo cual también podría generar un ambiente de confrontación con una polaridad ideológica que pudiese originar incertidumbres sobre las condiciones de la economía.

El Decreto Supremo N° 29894 en su artículo N° 65 señala que el Estado debe: *“Promover y facilitar la implementación de políticas, estrategias y disposiciones reglamentarias e instructivos para el desarrollo de las Unidades Productivas (Micro y pequeñas empresas, organizaciones económicas campesinas, asociaciones y organizaciones de pequeños productores urbanos, cooperativas productivas, y artesanos con identidad cultural), fortaleciendo su capacidad técnica, tecnológica y de control de calidad, administrativa y operativa en el marco de un Plan Plurinacional de Desarrollo Productivo”*. (2009, p. 19)

Así mismo, la **Ley No 516 de Promoción de Inversiones 2014**, tiene por objeto establecer el marco jurídico e institucional general para la promoción de las inversiones en el Estado Plurinacional de Bolivia, a fin de contribuir al crecimiento y desarrollo económico y social del país, para el Vivir Bien. Se aplica a inversiones bolivianas y extranjeras de cualquier sector económico del país con la finalidad de contribuir al desarrollo económico, la misma que está regulada mediante un sistema normativo que rija tanto para las inversiones nacionales como extranjeras, estableciendo que: *“El Estado podrá otorgar incentivos generales e incentivos específicos a todas las inversiones que se realicen en el país, en las condiciones establecidas en la presente Ley. Los incentivos generales serán otorgados a las actividades productivas sectoriales que se enmarquen en la planificación del desarrollo económico y social del país, y tendrán aplicación general en el sector”*. (P. 11); sin embargo, hasta la fecha no cuenta con un reglamento que facilite su aplicación.

La **Ley departamental N° 151**, establece que: *“Se autoriza al Órgano Ejecutivo Departamental la creación de un Fondo de Fideicomiso para la Promoción Económica Departamental de Tarija (FOPEDT) como un mecanismo Financiero que permita facilitar el acceso de los actores económicos a un Crédito de Fomento para contribuir al Desarrollo Económico del Departamento de Tarija en todos sus ámbitos”*. (2016, p. 1)

Este Fondo de Promoción Económica Departamental (FODEPT) brindará financiamiento a través de un Fideicomiso o Fondo Fiduciario destinado a brindar créditos de fomento a la producción. Entre las ventajas que ofrece el FOPEDT, es la tasa de interés del 5.5% siendo el más

bajo dando la oportunidad a las personas de capitalizarse e invertir como también dinamizar la economía de Tarija.

3.1.1.2 Aspectos Económicos

Bolivia con un crecimiento del 2,5%. es la tercera economía de América del Sur debido al decremento en todas las economías del mundo, después de Paraguay con 4,8% y Ecuador 2,6%. Este crecimiento se produce en un entorno adverso, turbulento y colmado de incertidumbres y alta volatilidad, obteniendo además el 2022 un déficit fiscal de 7,2% reduciendo la cifra del 2021 con un 9,3%.

El Producto Interno Bruto (PIB) de Bolivia en 2022, registró un crecimiento de 3,48% respecto a la gestión anterior, cuyo detalle es el que se expone a continuación:

Tabla 2:

Variación del PIB por Actividad Económica (enero - diciembre 2022)

Actividad Económica	Porcentaje
Otros Servicios	9.84
Transporte y almacenamiento	9,27
Electricidad, gas y agua	5.74
Actividad Económica	
Establecimientos financieros	3,89
Servicios de administración pública	3,83
Construcción	3,83
Agropecuaria	3,71
Comercio	2,76
Industria manufacturera	2,23
Comunicaciones	1,70
Minerales metálicos y no metálicos	0,88
Petróleo y gas natural	-8,40

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE

La industria manufacturera tiene una participación en el PIB nacional del 2,23%; y de manera específica en Tarija la industria tuvo un crecimiento de 4,27% y una participación de 4,64% lo que nos indica que es una industria con crecimiento favorable.

Tabla 3:

Tarija: Crecimiento y Participación del Producto Interno Bruto, Según Actividad Económica, 2021(en porcentaje)

Actividad Económica	Crecimiento	Participación
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado)	2,53	100
Derechos s/Importaciones, IVA, IT y otros Impuestos Indirectos	1,55	24,5
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos)	2,77	75,5
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	4,27	4,64

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE

Por otro lado, Según la Encuesta Hogares 2021, publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) el ingreso de un hogar en promedio en el departamento de Tarija es de Bs 4.636.

El agregado de ingreso está compuesto por ingresos que provienen del trabajo dependiente e independiente, las transferencias entre hogares y del gobierno, y las rentas y pensiones e ingresos de la propiedad; el nivel de participación de estas fuentes define la estructura del ingreso del hogar. Entre el período 2019 y 2020 se redujo la participación del ingreso laboral por trabajo dependiente o asalariado pasando de 44,9% en 2019 a 38,2% al 2020, en consecuencia, se dio un incremento de la participación del ingreso laboral proveniente de actividades económicas independientes. Para 2021, el ingreso por trabajo dependiente se recuperó a los niveles registrados en el año de la pandemia (2022, P.82)

Consecuentemente, Bolivia tiene una economía estable, según los datos publicados por el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas que refleja que la inflación es una de las más bajas

del continente. En Tarija la participación de la industria manufacturera tiende a crecer cada vez más, esto se transforma en una oportunidad debido a que aún es baja la participación de la industria en cuanto a la participación del PIB, los ingresos familiares son un referente para la idea de negocio de los garajes retractiles, ya que, si bien no son un artículo de primera necesidad, pero irán a satisfacer una necesidad de protección a vehículos que en la mayoría son familiares.

Entre los aspectos relacionados con la política económica, monetaria y tributaria en vigencia, no se establecen factores que podrían afectar adversamente el desarrollo de la idea de negocio, ya que la misma entra en la categoría de manufactura en general, que tampoco cuenta con ningún incentivo; sin embargo, la ausencia de dólares estadounidenses en el mercado financiero, es un aspecto que debe monitorearse, debido al efecto que puede generar en los costos de importación o compra de la materia prima necesaria para la fabricación del producto analizado.

3.1.1.3 Aspectos Sociales

Según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística (INE), al 2023 Bolivia cuenta con una población de 12.252.200 habitantes, de los cuales el 49.9% son hombres y el 50.1% mujeres. Del total de habitantes, 3.8 millones son niñas, niños y adolescentes, que representan el 38% de la población, evidenciando que Bolivia sigue siendo uno de los países más jóvenes de América Latina.

El bono demográfico es un fenómeno asociado a la transición demográfica y en la cual se encuentra Bolivia. Durante esta transición se observa un periodo limitado de años en el que la proporción de personas en edad de trabajar (potencialmente activas), de 15 a 59 años, es mayor al número de personas potencialmente dependientes -de 0 a 14 años y de 61 y más años-, lo que se conoce como acervo demográfico. Este periodo ofrece posibilidades de incrementar las tasas de crecimiento económico per cápita y aumentar los niveles de bienestar de la población. Algunas estimaciones señalan que el acervo demográfico se extenderá hasta décadas futuras.

Dentro de este factor también se han considerado los aspectos culturales, por la diversidad de culturas que conviven dentro nuestro país; no habiendo establecido factores que pudiesen afectar en la implementación de la idea de negocio.

3.1.1.4 Aspectos Tecnológicos

Bolivia es un país en desarrollo y si bien está atrasado en muchos aspectos, en el tema tecnológico ha teniendo desarrollos interesantes en los últimos años.

El internet está cambiando la vida de muchos y la telefonía móvil facilitó la conexión a la red en muchas personas que antes no tenían ese servicio y en lugares que antes era impensable. De acuerdo con datos de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), y del Instituto Nacional de Estadística (INE), entre 2015 y 2022, las conexiones a internet en Bolivia se incrementaron en un 72%.

Las transacciones digitales, son un servicio bancario que facilitan el comercio, ya que permiten la transferencia de recursos mediante una aplicación móvil o sitio web de la entidad financiera. En la Rendición de Cuentas de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), en febrero de 2023, el ente regulador señaló que, según las cifras reportadas a esta entidad, en 2022 se tuvo Bs 663.000 millones en transacciones electrónicas, con un incremento del 14% con relación a la gestión 2021.

El Código QR (del inglés Quick Response Code) es la evolución del código de barras que permite, entre otras muchas cosas, pagar, cobrar y hacer transferencias de dinero desde el celular de forma rápida y sin la necesidad de manipular dinero. Con el Código QR se pueden realizar transferencias entre personas y empresas, además de una infinidad de transacciones financieras. La Asociación de Bancos Privados de Bolivia (ASOBAN) y la Administradora de Cámaras de Compensación y Liquidación SA (ACCL) resaltaron el exponencial crecimiento que han tenido, de enero a noviembre de 2022, los cobros y pagos a través de “QR SIMPLE-Pago Móvil”, donde el número de transacciones se incrementó en 555% y los importes transados en 540%, comparado con similar periodo de 2021.

La entidad, que aglutina a los bancos privados que operan en territorio boliviano, señala que la modalidad de pago y cobro QR SIMPLE ha incrementado su uso en emprendimientos personales, tiendas de barrio, mercados zonales, supermercados, restaurantes, empresas de seguros, radiotaxis e innumerables comercios.

Adicionalmente, debemos tomar en cuenta, que actualmente todos los emprendimientos utilizan en mayor o menor medida la tecnología basada en el hardware, software, las telecomunicaciones y las bases de datos, por lo que es un aspecto que debe considerarse, aunque no necesariamente tenga un impacto inmediato directo en la idea de negocio formulada.

3.1.1.1 Aspectos Ambientales

En Bolivia el clima comprende una amplia variedad de climas: desde el tropical en los Llanos, hasta el polar en las altas cordilleras de los Andes. Además de la variabilidad de las condiciones climatológicas, muchos lugares del país presentan climas irregulares a lo largo del año o variaciones grandes e imprevisibles.

En Tarija tenemos los siguientes datos del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología (SENAMHI) de cómo es el clima durante el año:

- Lluvia. El mes con más lluvia en Tarija es enero, con un promedio de 155 milímetros de lluvia. El mes con menos lluvia en Tarija es julio, con un promedio de 39 milímetros de lluvia.
- Sol. La duración del día en Tarija varía durante el año. En 2023, el día más corto es el 21 de junio, con 10 horas y 49 minutos de luz natural; el día más largo es el 21 de diciembre, con 13 horas y 27 minutos de luz natural.
- Viento. El viento de cierta ubicación depende en gran medida de la topografía local y de otros factores; y la velocidad instantánea y dirección del viento varían más ampliamente que los promedios por hora. La velocidad promedio del viento por hora en Tarija tiene variaciones estacionales leves en el transcurso del año. La parte más ventosa del año dura 5,5 meses, del 18 de julio al 1 de enero, con velocidades promedio del viento de más de

10,7 kilómetros por hora. El mes más ventoso del año en Tarija es agosto, con vientos a una velocidad promedio de 11,7 kilómetros por hora. El tiempo más calmado del año dura 6,5 meses, del 1 de enero al 18 de julio. El mes más calmado del año en Tarija es abril, con vientos a una velocidad promedio de 9,7 kilómetros por hora

Tabla 4:

Cuadro Resumen de Resultados del Análisis del Entorno

Factores	Descripción	Oportunidad			Amenaza		
		B	M	A	B	M	A
Político Y Legal	Incentivos a pequeñas y medianas empresas.		X				
	Préstamos de inversión a bajo interés.		X				
Económico	Crecimiento de la economía		X				
	Crecimiento de la industria manufacturera en Tarija.		X				
	El ingreso de un hogar en promedio					X	
Social	Acervo demográfico, posible bienestar de la población.	X					
Tecnológico	Uso de la virtualidad para pagos y cobros		X				
	Uso de las plataformas para ventas.			X			
Ambiental	Aspectos ambientales que originan la necesidad de proteger el automóvil constantemente.	X					
TOTAL		2	5	1	0	1	0

Nota: Para la calificación de oportunidades y amenazas se tuvo en cuenta las siguientes abreviaciones

B=bajo; M=medio, A=alto

El análisis y calificación del macroentorno, permite determinar que existen más oportunidades que amenazas, por lo que la idea de negocio es favorable.

3.1.2 Análisis del Entorno Inmediato del Negocio

Para conocer el entorno específico en el que la idea de negocio se va a desarrollar se han considerado las fuerzas de la Dinámica Competitiva de Porter, basadas en la rivalidad de la competencia, los productos sustitutos, las barreras de entrada, el poder de negociación de los proveedores y poder de negociación de los clientes.

3.1.2.1 Rivalidad de la Competencia

Dentro de los competidores actuales, en Bolivia solo existe una empresa que se dedica a fabricar el producto con el mismo modelo y características de un Garaje Retráctil que es Solaris.Bo. También se dedica a la fabricación de toldos, enmallados, cobertores retractiles. Esta empresa se encuentra en la ciudad de Santa Cruz-Bolivia.

Tabla 5:

Precios de la Competencia

Empresa Solaris.Bo	Precio En Bs
Toldo Retráctil para Automóvil tamaño 1	2.500
Toldo Retráctil para Automóvil tamaño 2	3.000
Toldo Retráctil para Automóvil tamaño 3	3.500
Toldo Retráctil para Motocicleta	2.100

Por lo expresado, no existe rivalidad en la competencia, existiendo actualmente un monopolio a nivel nacional con relación al producto de la idea de negocio.

3.1.2.2 *Productos Sustitutos*

Los productos sustitutos son productos de diferentes empresas o industrias que pueden satisfacer necesidades similares de los clientes, en este caso sería la protección de automóviles. Entre estos productos tenemos los pijamas para autos que son una tela impermeable fácil de manejar y transportar, que se pueden encontrar en tiendas a lo largo de la avenida Circunvalación, zona reconocida por ofrecer autopartes de como también accesorios para autos, como también se los puede adquirir por internet.

Por lo expresado y considerando el costo de estos productos, se puede llegar a la conclusión de que existe una alta incidencia de productos sustitutos para el producto propuesto.

3.1.2.3 *Barreras de Entrada*

Está formada por una diversidad de factores que por un lado no permiten el ingreso de nuevos competidores a la industria y simultáneamente evitan que los participantes actuales salgan de la industria.

Competidores Potenciales

Como competidores potenciales tenemos a las empresas que se dedican a fabricar Toldos para protección de garajes o patios, ya sean arqueados, corredizos, rectos, etc. que utilizan metal y para los toldos diferentes materiales como ser: Fibra de vidrio, PVC, y lonas acrílicas; como también los fabricantes de tinglados.

En el siguiente cuadro mostramos los negocios dedicados a este tipo de fabricación.

Tabla 6:*Competidores Potenciales*

Nº	Razón Social	Referencia	Celular
1	Construcciones Metálicas Hiram	Barrio Moros Blancos. #601	
2	Metalúrgica Montellanos	Av. Circunvalación 61512	
3	Metalúrgica Tarija Caz	Av. La Gamoneda #537	75143040
4	Metalúrgica Ifer	Barrio Alto Senac calle 4 de Diciembre #1751	
5	Arcon Tarija	Tarija-Bolivia	77173339
6	Metalúrgica Roger	Tarija-Bolivia	71871615
7	Metalúrgica Sánchez	Tarija-Bolivia	70235791
8	Metalúrgica Perales	Tarija-Bolivia	69333967
9	Metalmina	Tarija-Bolivia	68696007
10	Metalsur	Tarija-Bolivia	72981533

Estos toldos varían de precios de acuerdo al material utilizado, el tamaño y modelo, actualmente en la ciudad de Tarija tienen una aceptación bastante alta.

En la siguiente tabla se tiene un aproximado de precios de acuerdo a su tamaño y material.

Tabla 7:*Precios de Tinglado con cubierta de Chapa*

Superficie	Precio en Bs
10 m ²	2.500
15 m ²	3.500

Estas empresas podrían, por la capacidad y experiencia que tienen, convertirse en parte de la competencia; sin embargo, no se tiene información con relación a la posibilidad en la ampliación de su giro de negocio.

Adicionalmente, con relación a otros factores, que podrían estar relacionados con la utilización de las economías de escala, las economías de la experiencia, los niveles de inversión y disposiciones legales y regulatorias, entre otros; podemos mencionar que también son aspectos que no afectan la posibilidad de que nuevos competidores puedan ser parte de la industria, ya que nos se trata de un producto que requiera de una licencia especial, como tampoco de altos niveles de inversión; adicionalmente, es posible que ciertos participantes pudiesen aplicar economías de escala para optimizar los costos de producción, además de contratar personal especializado para optimizar los procesos.

Los aspectos mencionados, permiten establecer que este factor, puede ser evaluado como alto, permitiendo el ingreso de nuevos participantes en la industria.

3.1.2.4 Poder de Negociación de los Proveedores

Como toda actividad económica encaminada a producir un bien y/o servicio, ésta demanda insumos. En la idea de negocio propuesta, la empresa tiene una baja capacidad de negociación con los proveedores de insumos, ya que en nuestro medio existen proveedores limitados de materia prima que venden a precios por mayor y menor.

Los principales proveedores son: **METALES DEL ORIENTE** la cual se dedica a la comercialización e industrialización de productos derivados del acero, **IMPORTADORA CAMPERO** que comercializa materiales de construcción, ferretería y metal-mecánica. **Industrias Ferrotodo Ltda.** **LAS LOMAS** Importadora y Exportadora de Materiales en Acero de construcción, **ALUMTAR** importadora de perfiles de aluminio y accesorios, **TELAS JUANITA**, venta de telas al por mayor y menor, y **FULL TEXTIL**.

A continuación, se detallará en tablas los precios de los principales proveedores de materia prima.

Tabla 8:

*Proveedores de Material Metálico – Tubo redondo de 25*0,80 mm 6m*

N°	Empresa	Precio Unitario Bs	Precio Mayor a 100 unid. Bs
1	Importadora Campero	34,22	32,22
2	Industrias Ferrotodo	38,49	36,95
3	Metales del Oriente	36,10	34,10
4	Las Lomas	37,14	35,15

Nota: Se tomaron en cuenta las empresas más grandes en la ciudad de Tarija

Tabla 9:

Proveedores de tela Oxford

N°	Empresa	Descripción	Precio por metro (Bs)	Precio por rollo (Bs)
1	Telas Juanita	Tela Oxford 400	16	1.500
2	Full Textil	Tela Oxford 600	25	2.350
3	Presitex	Tela Oxford 600	20	1.800

Nota. Se tomó en cuenta las empresas más grandes en Tarija y La Paz

Al no existir muchos proveedores y que además estos son quienes definen los precios y otras condiciones en el mercado, el poder de negociación de la empresa con relación a los proveedores es Bajo.

3.1.2.5 Poder de Negociación de los Clientes

Es importante identificar quienes serán los posibles clientes de esta industria, ya que ellos son la base fundamental para el éxito del negocio. Para ello, tomando en cuenta de que en la actualidad se tienen registrados 82.258 vehículos en el RUAT pero solo de vagonetas, automóviles, camionetas y jeeps son 70.543, se puede decir que al existir esta cantidad de motorizados también existen aproximadamente esa cantidad de clientes, por lo tanto, determinamos que nuestros posibles clientes son todas las personas que tienen un vehículo de esas características.

Tabla 10:

Número de Vehículos en Tarija

N°	Tipo/Clase de Vehículo	Cantidad
1	Automóvil	21.636
2	Vagoneta	31.059
3	Camioneta	14.873
4	Jeep	2.975
TOTAL		70.543

Al existir un número importante de clientes, y no una empresa que ofrezca el producto relacionado con la idea de negocio, el poder de negociación de los clientes es bajo y tendrán que aceptar las condiciones que sean definidas por la empresa.

Un resumen de los aspectos antes mencionados permite establecer lo reflejado en la siguiente tabla.

Tabla 11:*Análisis del Entorno Inmediato*

N°	Factor	Valoración
1	Rivalidad de la Competencia	Baja
2	Productos sustitutos	Alto
3	Barreras de Entrada	Alto
4	Poder de negociación de los proveedores	Bajo
5	Poder de Negociación de los Clientes	Bajo

En base a los aspectos mencionados y el resumen expuesto, se puede establecer que esta industria, es ALTAMENTE RENTABLE, consecuentemente se puede deducir que el entorno inmediato es favorable para la implementación de la idea de negocio

CAPÍTULO 4

NATURALEZA DEL NEGOCIO

4.1 Descripción del Producto o Idea del Negocio

La idea de negocio es la implementación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de Garajes Retráctiles que permitan dar protección al vehículo de factores climáticos y de elementos que pueden caer sobre el vehículo causando daños en la pintura e integridad del vehículo y cuando no está en uso permite ser recogido para aprovechar el espacio para otras actividades. El garaje retráctil tendrá una cubierta elaborada con tela Oxford 600D totalmente impermeable, la cual es sostenida por una estructura interna metálica que ofrece protección al vehículo sin tener contacto directo con éste. Viene totalmente costurado, asegurando la protección contra salpicaduras, polvo, humedad y lluvia. Está compuesto por una sola pieza de tela poliéster impermeable, sostenida por una estructura interna de metal que crea un caparazón sobre el vehículo protegiéndolo completamente, sin quedar expuesta ninguna parte como llantas u otro componente del vehículo.

4.1.1 Justificación de la Empresa

4.1.1.1 Nombre de la Empresa:

Cover Car S.R.L.

4.1.1.2 Tipo de Empresa

El tipo de empresa será una “Sociedad de Responsabilidad Limitada” S.R.L., formada por dos socios, que es un tipo de sociedad comercial regulada por el Código de Comercio Boliviano.

4.1.1.3 Ubicación y Tamaño

La empresa estará ubicada en el Barrio 3 de Mayo, sobre la Avenida Circunvalación. La instalación será de 300 m², una de las variables importantes para la elección de esta ubicación es que cuenta con acceso a los servicios básicos, ya que la energía eléctrica es fundamental para el

funcionamiento de los equipos para la elaboración de los garajes, también la cercanía con los proveedores de la materia prima.

Finalmente, la zona donde se sitúa es estratégica para la comercialización, ya que existen varias tiendas de accesorios para automóviles, lavanderías, y talleres mecánicos.

4.1.2 Gestión Empresarial

4.1.2.1 Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

En Cover Car nos especializamos en proporcionar soluciones de protección innovadoras para vehículos a través de garajes retráctiles. *“Nuestra misión es salvaguardar los vehículos de nuestros clientes con productos de calidad excepcional y diseño funcional. Estamos comprometidos con la excelencia en la fabricación, brindando soluciones que combinan practicidad y estética para satisfacer las necesidades de nuestro mercado tarijeño.”*

Visión

La Visión de la empresa es: *“Consolidarnos como una empresa líder en la manufactura y comercialización de garajes retráctiles, actuando con integridad y disciplina para lograr nuestros objetivos, brindando asesoramiento sobre el producto, para cumplir las expectativas del cliente”.*

Valores

Nuestra empresa se guiará por los siguientes valores:

- *Integridad.* Ser auténticos y honestos durante las relaciones laborales, actuando con honradez con el personal, los clientes, los proveedores, y terceras personas relacionadas con el funcionamiento de la entidad.
- *Disciplina.* Se relaciona con la puntualidad, el cumplimiento de las normas, el ser proactivo y proponerse alcanzar objetivos.

Objetivos Estratégicos de la empresa.

- Implementar un sistema de gestión de calidad para lograr una certificación de calidad a los procesos y productos mediante el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA) y el cumplimiento de las Normas ISO.
- Mejorar la atención de los clientes, reduciendo los tiempos de espera en la compra del producto.
- Establecer alianzas estratégicas con al menos 1 empresa concesionaria de automóviles en el próximo año, para ampliar la red de contactos acceder a nuevos mercados y fortalecer la posición en la industria.
- Implementar un programa de capacitación continua para empleados clave, centrado en habilidades técnicas y de liderazgo para fomentar el crecimiento interno, mejorar la calidad del trabajo y retener el talento.

Ventaja Competitiva

Contar con mano de obra calificada, con experiencia en el rubro, que sean técnicos metalúrgicos certificados en estructura metálicas y también costureros especializados en la confección de lonas y carpas que permitan tener una certificación de calidad, tanto para los procesos establecidos como para el producto final.

CAPÍTULO 5

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5. Plan de Marketing

5.1 Investigación de Mercado

La investigación de mercado es un conjunto de herramientas cuya finalidad es poder recopilar información sobre las características y preferencias de los consumidores, para poder definir un perfil de consumidor, entendiendo la demanda, identificando las condiciones para lograr un precio determinado, asimismo, para diseñar una estrategia de marketing y promover el desarrollo del plan detallado de marketing.

Se pretende a través de este estudio detectar la tenencia de garajes en la ciudad de Tarija, el cuidado que tienen las personas a sus automóviles, el nivel de satisfacción que tiene las personas con el uso de los garajes, el espacio con el que cuentan para el resguardo de sus automóviles, y de esta manera identificar si existe la oportunidad de aceptación de los garajes retractiles, así mismo determinar el diseño óptimo de producto a través de pruebas de concepto.

5.1.1 Proyecto de Investigación de Mercados

5.1.1.1 Problema Gerencial

¿Existe la posibilidad de aceptación para la elaboración y comercialización de los garajes retráctiles, por parte de la población tarijeña?

5.1.1.2 Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados

Después de haber realizado una investigación exploratoria para determinar el problema de investigación, se logró identificar ciertas particularidades que tiene el mercado en el sector de la industria manufacturera, como también algunas falencias que presentan los ofertantes en el rubro.

Con la técnica de la encuesta piloto realizada a personas que tienen vehículos , se pudo identificar la necesidad de realizar una protección extra a sus automóviles ya sea por el hecho de

tener que lavar menos el auto, como también la necesidad de protección contra los factores climáticos. Otra razón importante fue que el diseño que se les mostró a través de imágenes el cual reflejaba que se evita el calentamiento del auto como pasa con otros cobertores que utilizan los dueños de automóviles.

Por otra parte, a través de un método de observación se pudo verificar que otra empresa que ofrecen este tipo de productos tardan demasiado en preparar una cotización, lo cual genera desconfianza en las personas, por la falta de seriedad en el momento de atender a un posible cliente.

5.1.1.3 Pregunta Científica de Investigación

¿Cuáles son los factores que influyen en las preferencias de los consumidores potenciales que deben ser considerados para determinar la factibilidad de mercado para la implementación de un nuevo producto de garaje retráctiles?

5.1.1.4 Objetivos de la Investigación de Mercados.

Objetivo General

Identificar los factores que influyen en las preferencias de la población que posee un automóvil al momento de decidir en la compra de un nuevo producto para la protección de sus vehículos.

Objetivos Específicos

Los objetivos específicos son:

- Precisar el perfil sociodemográfico del potencial cliente.
- Estudiar la percepción del mercado tarijeño para la propuesta de un nuevo producto como son los garajes retráctiles.
- Determinar la predisposición de compra en cuanto al precio por los potenciales clientes.

- Definir los medios de comunicación y redes sociales de mayor preferencia en la ciudad de Tarija.
- Determinar la oferta actual de productos similares en el mercado Tarijeño
- Establecer la posible demanda que tendrán los garajes retráctiles en la ciudad de Tarija.

5.1.1.5 Métodos y Técnicas de Investigación de Mercados.

Cuestionario: En la investigación descriptiva, se diseñará un cuestionario con la finalidad de contar con información más precisa, proporcionada directamente por los clientes que deseen adquirir los garajes retráctiles.

Diseño de Investigación

Recopilación de la Información

Para definir el problema de investigación de mercados se realizó una investigación exploratoria mediante la aplicación de entrevistas en profundidad y una encuesta piloto a los posibles clientes para obtener datos primarios sobre las actitudes y comportamientos de los clientes hacia el servicio de reparación mecánica automotriz. Como también en la investigación descriptiva concluyente se recurrió a fuentes primarias que se van a obtener a través de la investigación de campo con la finalidad de dar respuesta al problema de investigación

Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra

La población que tomaremos en cuenta, serán personas que tengan vehículos en la provincia Cercado, exceptuando propietarios de motocicletas, camiones, microbuses y vehículos de servicio público, esto debido al tamaño de las movilidades y que en una idea inicial se pretende trabajar con una tamaño estándar del producto garaje retráctil con medidas que se adecuen para automóviles, camionetas, vagonetas y jeeps, para esto se tomarán en cuenta datos oficiales del INE y la Dirección de Ingresos del Gobierno Autónomo Municipal de la provincia Cercado.

Tipo de muestreo

El tipo de muestreo escogido para este estudio fue probabilístico. Dado que se trata de un muestreo aleatorio simple, los elementos de la muestra se elegirán al azar.

Para la determinación de la muestra según el libro de metodología de la investigación de (López & Fachelli, 2015, pág. 34) se utilizó la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

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

Según datos recopilados del Instituto Nacional de Estadística (INE) el parque automotor en el departamento de Tarija es de 137.360 vehículos para el año 2022.

Así mismo, según datos de la Dirección de Ingresos del Gobierno Municipal, el parque automotor de la provincia de Cercado es de 82.258 vehículos para la gestión 2021.

Tabla 12:

Parque automotor en general y segregado en el objeto de la investigación en Tarija (automóviles, vagonetas, camionetas y jeeps)

Año	Total, parque automotor en Tarija	Total, parque automotor Cercado	Vagonetas, camionetas, jeeps y automóviles en Tarija
2021	125.024	82.258	66.743
2022	137.360	88.015	70.543

Tabla 13:

Vehículos en Tarija

N°	Tipo/Clase de Vehículo	Gestión	
		2021	2022
1	Automóvil	20.305	21.636
2	Vagoneta	29.660	31.059
3	Camioneta	14.067	14.873
4	Jeep	2.711	2.975
TOTAL		66.743	70.543

Tabla 14:

Parque automotor de automóviles, vagonetas, camionetas y jeeps en la Provincia Cercado, del departamento de Tarija.

Año	Total, parque automotor Cercado	Vagonetas, camionetas, jeeps y automóviles en Cercado	Porcentaje Vagonetas y Automóviles
2021	82.258	44.748	54,4%
2022	88.015	47.880	54,4%

Con los datos obtenidos se procederá a determinar al tamaño de la muestra tomando el dato del total de la población de autos, vagonetas, camionetas y jeeps en la provincia Cercado del año 2022 que es de 47.880 vehículos. Los datos para determinar la muestra son:

Tabla 15:*Datos para la muestra*

Parámetro	Valor
N	47.880
Z	1,960 nivel de confianza
P	0,5 probabilidad de ser elegido
Q	0,5 probabilidad de no ser elegido
e	5% margen de error

Aplicación de la fórmula para determinar el tamaño de la muestra

$$n = \frac{1,96^2 * 47.880 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 (47.880 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 382$$

Las Encuestas, Entrevista u otra técnica de Investigación

La herramienta que ayudo a recolectar la información de la muestra obtenida en el diseño de investigación fue la encuesta dirigida. Con la finalidad de recopilar información se diseñó una encuesta dirigida a personas que tienen un automóvil en la ciudad de Tarija, esta fue aplicada de manera virtual con la herramienta de Google Forms.

Presentación y Análisis de Resultados.

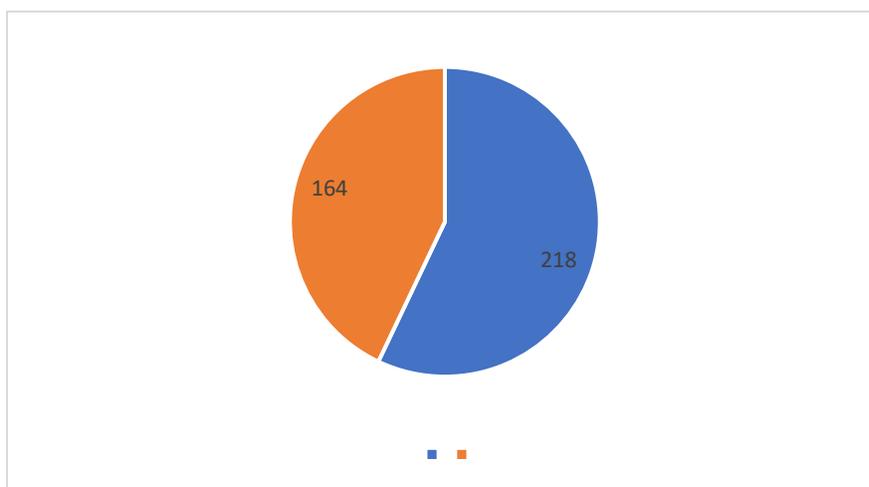
Se presenta los resultados de la investigación de mercados con su respectivo análisis.

Tabla 16:

Género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	165	43,1%
Masculino	217	56,9%
TOTAL	382	100%

Gráfico 1

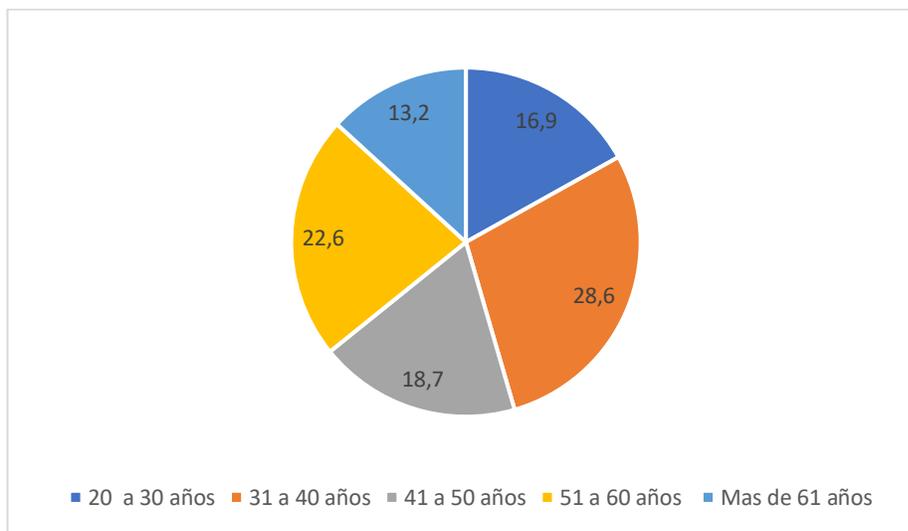


Interpretación. De las 382 personas encuestadas que tienen automóvil, un 56,9% (217) son varones y un 43.1% (165) son mujeres, lo cual denota el equilibrio de género que existe en la propiedad y uso de los vehículos.

Esta información permite establecer que el producto que se pretende ofertar, puede llegar a cualquier persona, indistintamente del género, en función de la necesidad que pudiese tener.

Tabla 17:*Edad de los propietarios*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
20 a 30 años	65	16,9%
31 a 40 años	109	28,6%
41 a 50 años	71	18,7%
51 a 60 años	86	22,6%
Mas de 61 años	50	13,2%
TOTAL	382	100%

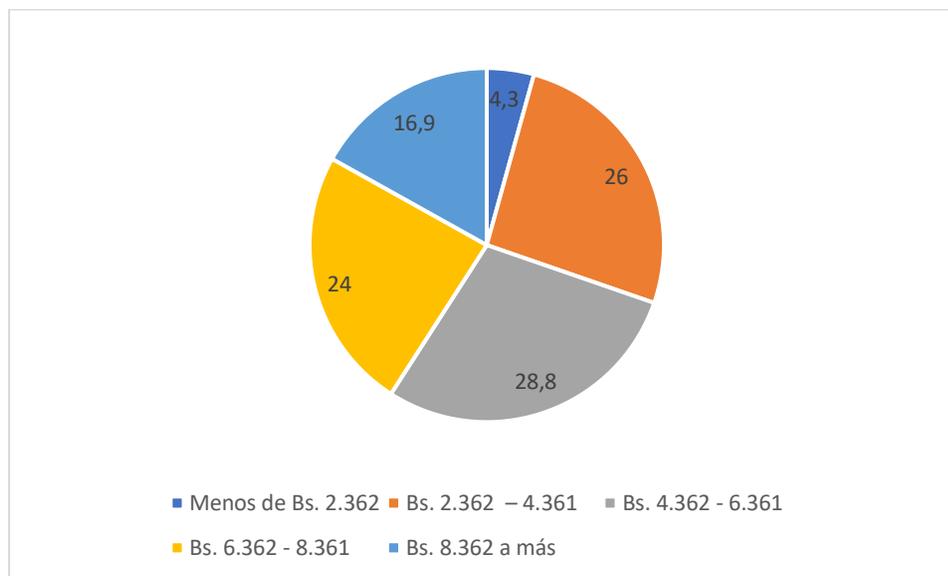
Gráfico 2

Interpretación. Del total de encuestados un 16,9% (65 personas) tienen entre 20 a 30 años, un 28,6% (110 personas) tienen entre 31 a 40 años, un 18,7% (71 personas) tienen entre 41 a 50 años, un 22,6% (86 personas) entre 51 a 60 años y un 13,2% (50 personas) tienen más de 61 años.

Tabla 18:

Intervalo en el que se encuentra el ingreso mensual de las personas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de Bs. 2.362	16	4,3%
Bs. 2.362 – 4.361	99	26,0%
Bs. 4.362 - 6.361	110	28,8%
Bs. 6.362 - 8.361	92	24,0%
Bs. 8.362 a más	65	16,9%
TOTAL	382	100%

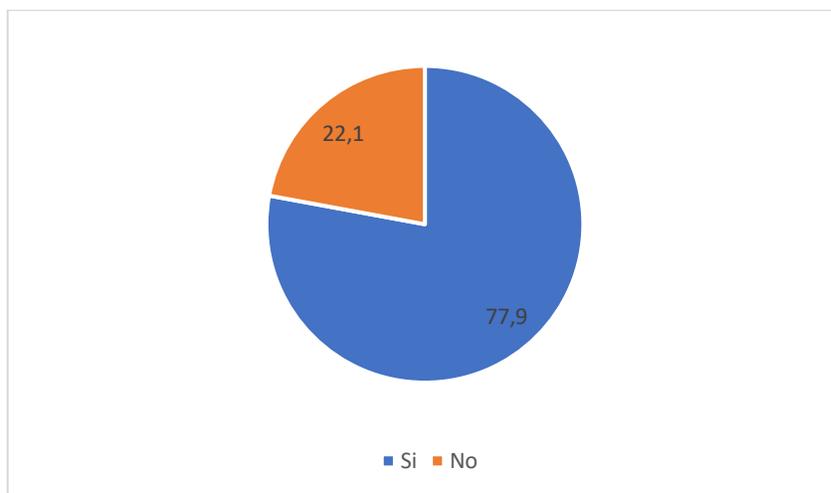
Gráfico 3

Interpretación. De las personas encuestadas, un 28,6% tienen un ingreso mensual entre Bs 4.362 a Bs 3.361, seguida de un 26% con un ingreso comprendido entre Bs 2.362 a Bs 4361, en tercer lugar, con 24% las personas con un ingreso entre Bs 6.362 a Bs 8.361, en cuarto lugar un 16,9% de las personas tienen un ingreso de Bs 8.362 a más; y por ultimo un 4,5% de los encuestados tiene un ingreso promedio menor a un salario mínimo nacional.

Tabla 19:

¿El lugar en el que vive cuenta con un espacio para guardar su vehículo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	298	77,9%
No	84	22,1%
TOTAL	382	100%

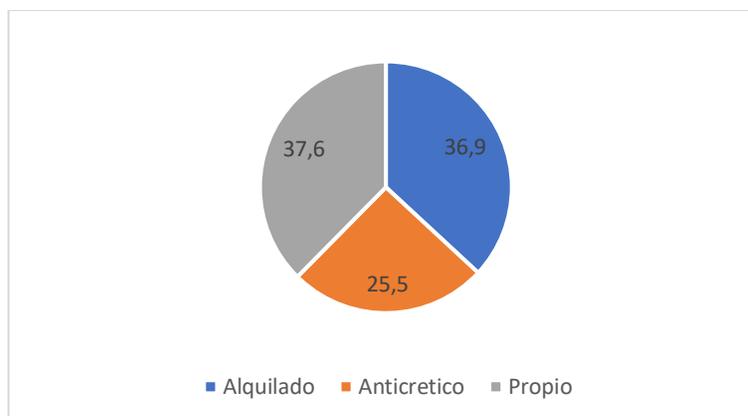
Gráfico 4

Interpretación. Del total de encuestados, el porcentaje de las personas que tienen garaje en sus domicilios es de un 77,9%, mientras que los que no cuentan con un garaje propio en su domicilio solo representan un 22,1%.

Tabla 20:

¿El espacio donde guarda su vehículo es alquilado, anticrético o propio?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alquiler	141	36,9%
Anticrético	97	25,5%
Propio	144	37,6%
TOTAL	382	100%

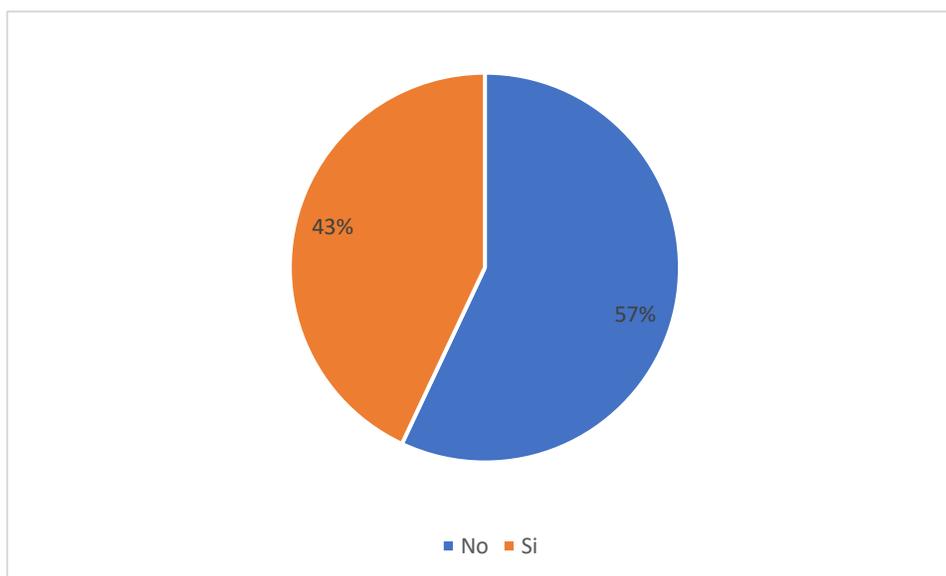
Gráfico 5

Interpretación. Un 37,7% de las personas encuestadas dice contar con un garaje propio ya sea en casa propia o departamento, un 36,9 % mencionó que el garaje es alquilado, ya sea que alquila una casa o departamento que incluye garaje o que alquila un espacio en un garaje público y un 25.5% que el departamento, casa donde vive en anticrético cuenta con garaje.

Tabla 21:

¿Cree usted que el espacio con el que cuenta, le brinda suficiente protección a su automóvil?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	218	57%
Si	164	43%
TOTAL	382	100%

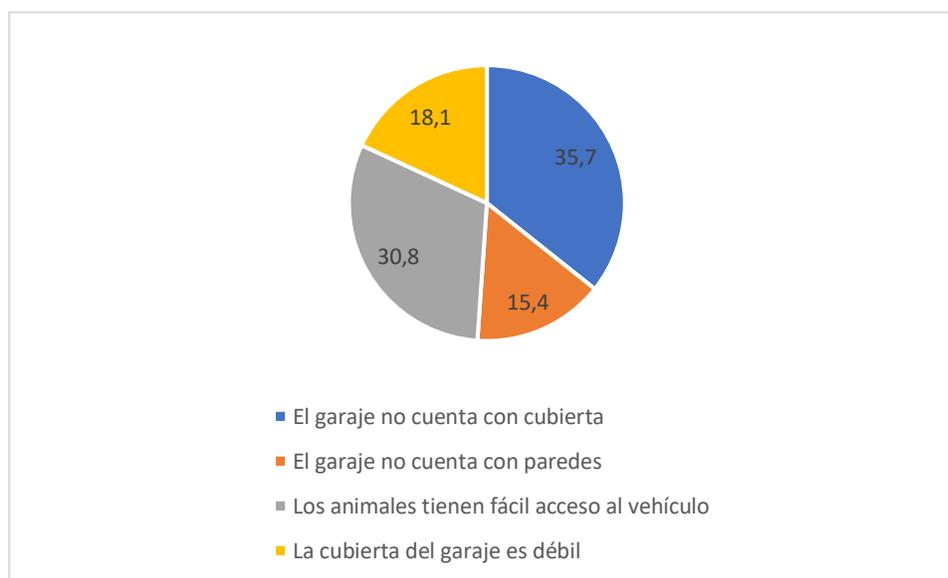
Gráfico 6

Interpretación. La mayoría de encuestados, un 57% están de acuerdo en que el lugar donde guardan su automóvil no le brinda suficiente protección a este, el restante 43% están de acuerdo que sus garajes cumplen con la función de proteger su automóvil.

Tabla 22:

¿Por cuál de estas razones cree que no le brinda la protección necesaria a su vehículo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
El garaje no cuenta con cubierta	78	35,7%
El garaje no cuenta con paredes	34	15,4%
Los animales tienen fácil acceso al vehículo	67	30,8%
La cubierta del garaje es débil	39	18,1%
TOTAL	218	100%

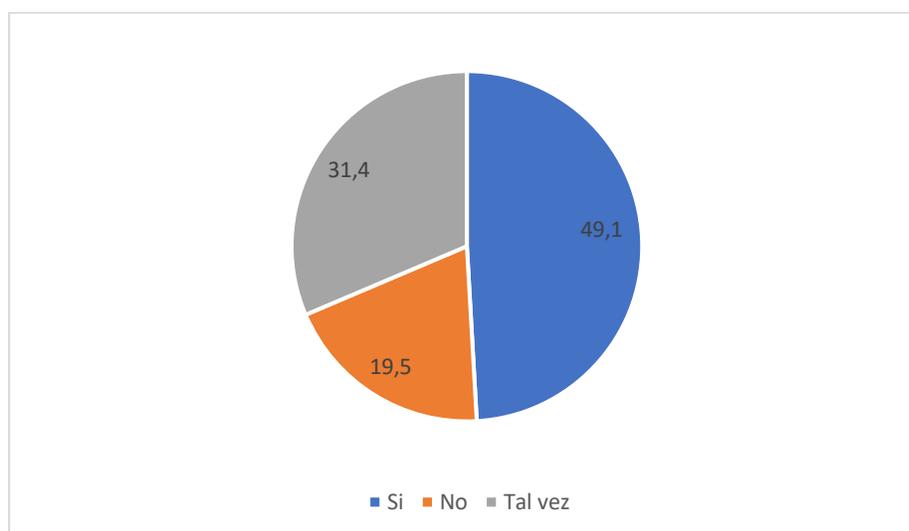
Gráfico 7

Interpretación. Del 57% de encuestados que respondieron que el lugar donde guardan sus automóviles no les brinda suficiente protección, un 35,7% indican que es porque el garaje no cuenta con cubierta, un 30,8 % porque los animales tienen fácil acceso al vehículo, un 18,1% porque la cubierta del garaje es débil y un 15,4% porque el garaje no cuenta con paredes.

Tabla 23:

Después de haber visto las características y forma de uso ¿Usted compraría los garajes retráctiles?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	188	49,1%
No	74	19,5%
Tal vez	120	31,4%
TOTAL	382	100%

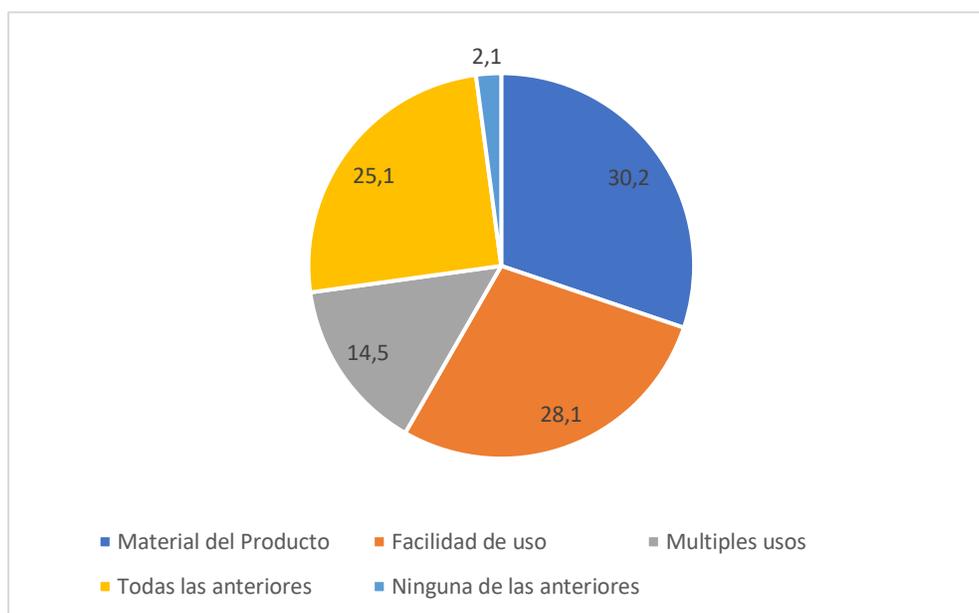
Gráfico 8

Interpretación. Del total de encuestados, un 49,1% estarían dispuestos a comprar el “Garaje Retráctil”, un 31,2% tal vez lo comprarían y un 19,5% no están interesados en comprar.

Tabla 24:

¿Qué características le atraen del producto?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Material del Producto	93	30,2%
Facilidad de uso	87	28,1%
Múltiples usos	45	14,5%
Todas las anteriores	77	25,1%
Ninguna de las anteriores	6	2,1%
TOTAL	308	100%

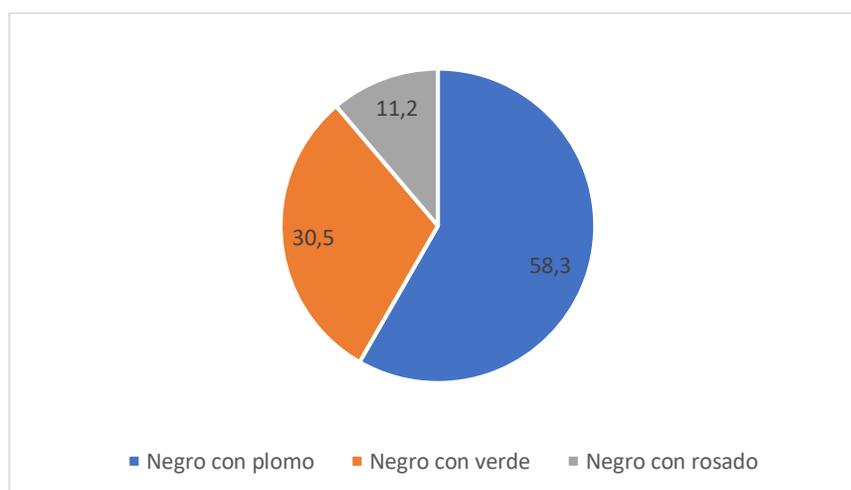
Gráfico 9

Interpretación. De las 308 personas encuestadas (80,5%) si comprarían o tal vez comprarían el producto, un 30,2% le atrae el material con que esta fabricado el producto, un 28% le atrae la facilidad de uso, 14,5% que es un producto novedoso, un 25,1% le atraen todas las características y un 2,2% no le atraen ninguna característica mencionada.

Tabla 25:

¿Qué combinación de colores le parece más atractivo para el diseño de los garajes retráctiles?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Negro con plomo	180	58,3%
Negro con verde	94	30,5%
Negro con rosado	34	11,2%
TOTAL	308	100%

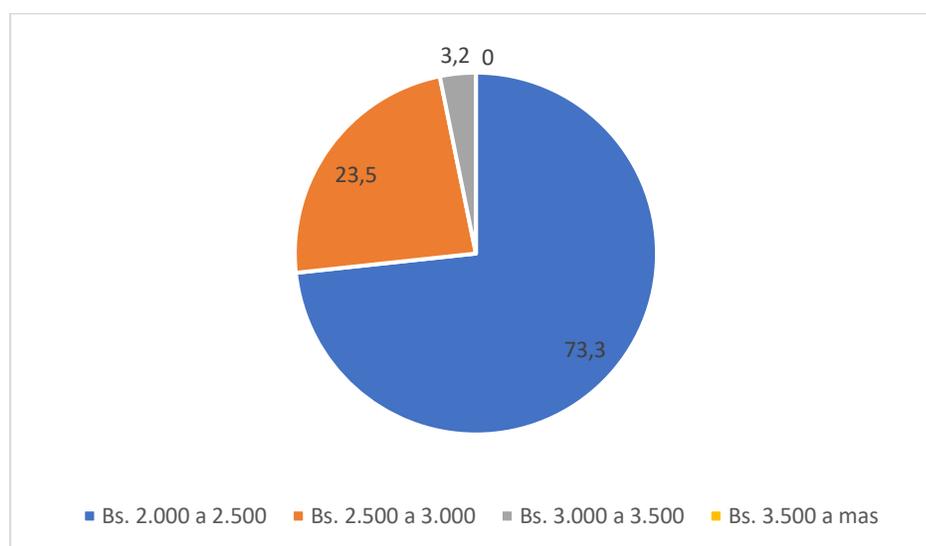
Gráfico 10

Interpretación. El color predominante que gustó a los encuestados fue la combinación de negro con plomo con un 58,3%, seguida de color negro con verde con 30,7% y el que menos les gustó fue la combinación negra con rosado con 11%.

Tabla 26:

¿En una escala de precios cuanto estaría dispuesto a pagar por el producto?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bs 2.000 a Bs 2.500	226	73,3%
Bs 2.500 a Bs 3.000	72	23,5%
Bs 3.000 a Bs 3.500	10	3,2%
Bs 3.500 o mas	0	0,0%
TOTAL	308	100%

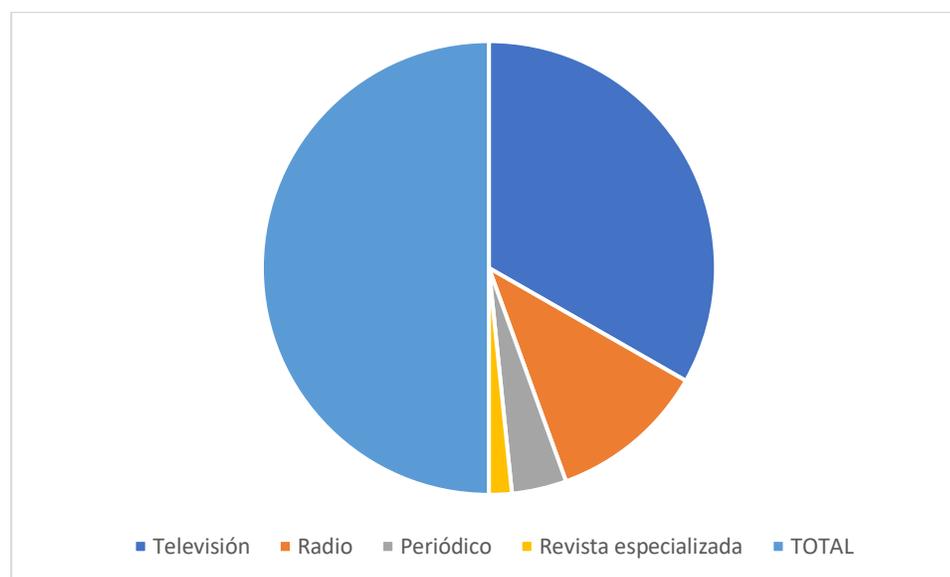
Gráfico 11

Interpretación. De las personas que estarían dispuestos a comprar o tal vez comprarían, un 73,3% estaría dispuesto a pagar entre Bs 2.000 a Bs 2.500, un 23,5% pagarían entre Bs 2.500 a Bs 3.000, un 3,2% de Bs 3.000 a Bs 3.500, pero ninguno está dispuesto a pagar más de Bs 3.500

Tabla 27:

¿En cuál de estos medios de comunicación tradicionales le gustaría recibir información del producto Garajes Retráctiles?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	205	67%
Radio	69	22%
Periódico	24	8%
Revista especializada	10	3%
TOTAL	308	100%

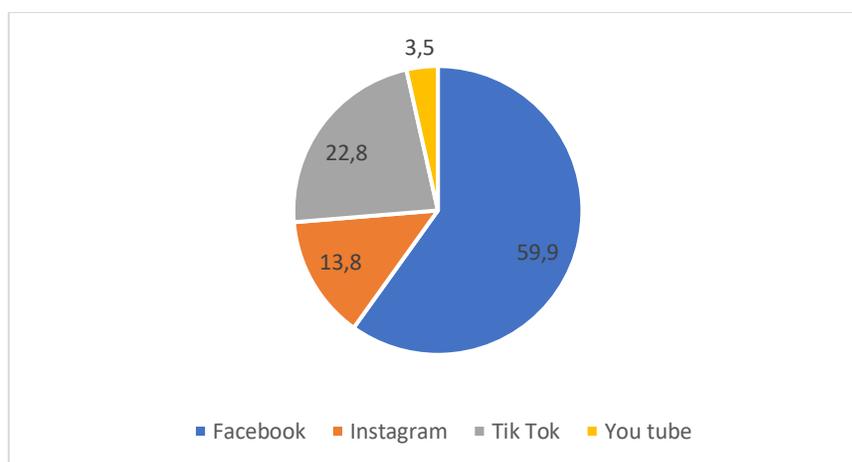
Gráfico 12

Interpretación. En medio de comunicación tradicional en el que les gustaría recibir información a los encuestados interesados es la televisión con un 67%, seguida de la radio con un 22%, en tercer lugar, el periódico con un 8% y un cuarto lugar por una revista especializada con un 3%.

Tabla 28:

¿Cuál de estas redes sociales utiliza más?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	184	59,9%
Instagram	43	13,8%
Tik Tok	70	22,8%
YouTube	11	3,5%
TOTAL	308	100%

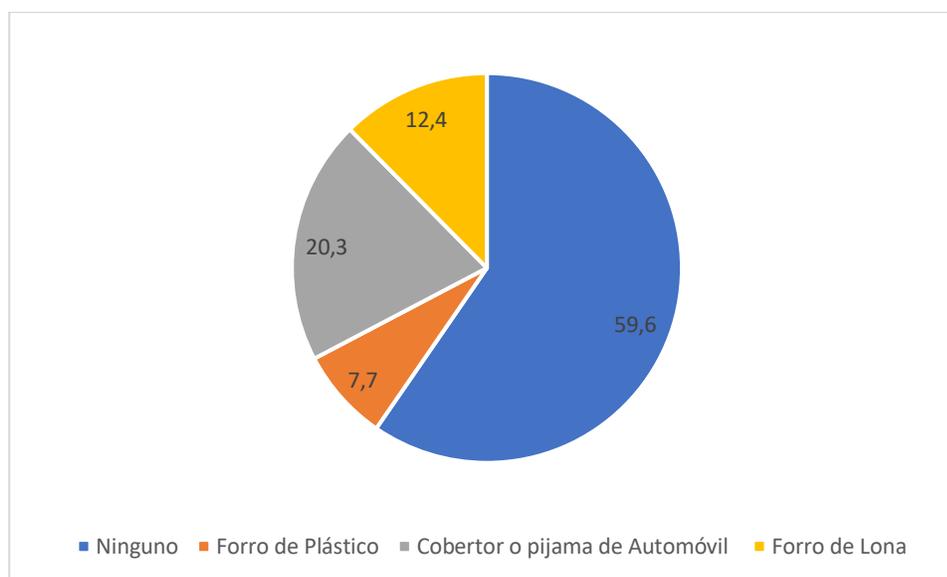
Gráfico 13

Interpretación. La red social más elegida es Facebook con un 59,9%, en segundo lugar, Tik Tok con un 22,8% en tercer lugar Instagram con un 13,8% y en último lugar YouTube con un 3,5%.

Tabla 29:

¿Qué productos adquirió para la protección de su automóvil? Si no adquirió algún producto por favor responda ninguno y termine el cuestionario.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	228	59,6%
Forro de Plástico	29	7,7%
Cobertor o pijama de Automóvil	78	20,3%
Forro de Lona	47	12,4%
TOTAL	382	100%

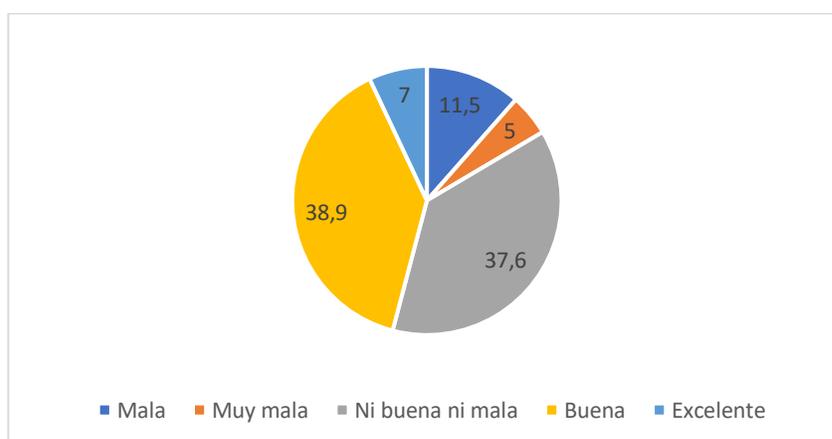
Gráfico 14

Interpretación. Del total de personas encuestadas, un 59,6% no compró ninguna protección para sus vehículos, un 7,7% compró forros de plástico, un 20,3% compró cobertores o pijamas y, un 12,4% forros de lona.

Tabla 30:

¿Cómo considera la protección que le brinda el producto que adquirió?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy mala	19	5,0%
Mala	44	11,5%
Regular	143	37,6%
Buena	149	38,9%
Excelente	27	7,0%
TOTAL	382	100%

Gráfico 15

Interpretación. De las personas que adquirieron algún producto para la protección de su automóvil, un 38,9% dijo que la protección que ofrece es buena, un 37,6% regular, un 11,5% mala, un 7% que es excelente y un 5% muy mala.

5.1.2 Determinación de la Tasa de Crecimiento de la Demanda

5.1.2.1 Determinación de la Demanda

- La cantidad de automóviles en la ciudad de Tarija en la zona urbana es de 47,880.
- La investigación de mercados, permitió conocer que el 57% de las personas que tienen vehículos, no están satisfechas con la protección que les brinda sus garajes.
- De igual manera, se pudo conocer que el 40% de las personas compran alguna protección adicional para sus vehículos.
- El 49% de la población está dispuesta a comprar los garajes retractiles para la protección de sus automóviles.

5.1.2.2 Proyección de la demanda del mercado

En base a la información anterior se consideran los siguientes factores:

D_F =Demanda Futura

D_A = Demanda actual

R = Tasa de crecimiento periódico de la demanda %

N = Tiempo

$$D_F = D_A(1+r)^n$$

Para determinar la demanda tomamos en cuenta el parque automotor de la ciudad de Tarija que es 47,880. Según datos del Instituto Nacional de Estadística, la tasa de crecimiento del parque automotor en Tarija es del 9,8%.

Con los datos obtenidos reemplazamos en la fórmula para obtener la demanda proyectada para los siguientes cinco años

Proyección del Crecimiento de la Demanda a cinco años

$$D_{F1} = 47.880(1+0,098)^1$$

$$D_F = 52.572$$

$$D_{F2} = 47.880(1+0,098)^2$$

$$D_{F2} = 57.724$$

$$D_{F3} = 47.880(1+0,098)^3$$

$$D_{F3} = 63.381$$

$$D_F = 47.880(1+0,098)^4$$

$$D_{F4} = 69.593$$

$$D_F = 47.880(1+0,098)^5$$

$$D_{F5} = 76.413$$

Para desagregar nuestra demanda aplicamos resultados de la investigación de mercados en el que tomamos en cuenta la edad de nuestra población a partir de 31 años que es un 83% que cuentan con un ingreso mayor a 4000 que es un 69,7% que compran algún artículo para proteger su vehículo que es un 40%.

Tabla 31:

Aplicación de nuestra segmentación para obtener la demanda desagregada

Año	Demanda proyectada en unidades de vehículos	Edad 31 en adelante 83%	Ingresos mayores a 4000	Personas que compran artículos de cuidado 40,4%	Personas que comprarían 49,1 %	Cuota de la demanda a cubrir 20%
			69,70%			
2024	52.572	43.635	30.414	12.287	6.033	1.207
2025	57.724	47.911	33.394	13.491	6.624	1.325
2026	63.381	52.606	36.667	14.813	7.273	1.455
2027	69.593	57.762	40.260	16.265	7.986	1.597
2028	76.413	63.423	44.206	17.859	8.769	1.754

5.1.3 Conclusiones de la investigación de mercado

Después de haber realizado la investigación de mercado y analizar los resultados de la encuesta se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- Las personas que poseen uno o más automóviles en la ciudad de Tarija en su mayoría son varones mayores de 31 años y mujeres en un rango de 20 a 30 años, con ingresos mensuales medios.
- La mayoría de las personas encuestadas tiene casa o departamento propio que cuenta con un garaje, una minoría no cuenta con garaje y alquila un espacio en otro lugar. De estos encuestados, menos de la mitad menciona que la protección que les brinda el lugar donde guardan sus vehículos, no cuenta con techo, por lo que el vehículo está expuesto a las inclemencias del tiempo.
- En cuanto al producto, lo que más les atrae a los varones encuestados, es el material ya que la tela es impermeable y tiene un armazón que genera seguridad para el vehículo y prefieren el color negro con blanco. Para las mujeres, es la facilidad de uso; en su mayoría ellas prefieren el color verde con negro.
- Como pudimos comprobar, menos de la mitad de encuestados protegen sus vehículos con algún instrumento como ser pijamas, cobertores, pero el grado de protección que brindan estos es moderado.
- Con respecto a la pregunta si adquirirían el producto, el porcentaje de respuestas afirmativas es elevado, demostrando que puede existir una demanda elevada del producto, siempre y cuando este tenga un precio accesible, por lo que debería oscilar entre Bs 2.000 a Bs 2.500 como máximo.

5.1.4 Participación de la Competencia en el mercado.

El relevamiento de información sobre la competencia que pudiera existir en el mercado, que está desarrollada en el punto anterior, nos ha permitido establecer que no existen actualmente empresas que ofrezcan un producto similar; sin embargo, entre los productos sustitutos, se pudo identificar 3 productos que utilizan las personas para la protección de sus automóviles.

Tabla 32:

Participación de la competencia en el mercado.

Producto	Porcentaje
Forro de Plástico	7,7%
Cobertor o pijama de Automóvil	20,3%
Forro de Lona	12,4%
TOTAL	40,4%

5.1.5 Segmentación del Mercado

Segmentación Geográfica

El producto se comercializará en la provincia Cercado del Departamento de Tarija.

Segmentación Psicográfica

El producto está dirigido a satisfacer la necesidad que tienen las personas que pretenden cuidar sus vehículos de las inclemencias del tiempo y que pertenecen a la clase media.

Segmentación Demográfica

Según los datos recabados en la encuesta, la segmentación Demográfica comprende a las personas mayores de 31 años que tengan vehículo para uso particular.

5.1.6 Riesgos y Oportunidades del mercado.

5.1.6.1 Riesgos

Uno de los principales riesgos que debemos considerar es el precio que tendrá el producto “Garaje Retráctil” comparado con otros protectores que se usa habitualmente en el mercado, ya que el nuevo producto cuenta con una estructura armada, lona impermeable, por lo que sus costos de fabricación serán elevados a comparación con los protectores tradicionales, tales como: las pijamas o cobertores de automóviles, forros de lona y forros de plástico.

5.1.6.2 Oportunidades

La oportunidad que se puede aprovechar es que en la ciudad no existe otro producto con estas características de manera específica, sin embargo, existe una empresa dedicada a varias construcciones de metal y una de ellas es una estructura con características similares a lo propuesto en esta investigación, pero sus precios superan los Bs 2.500 y varían en cuanto al modelo del vehículo, por lo que la idea de negocio propone un tamaño estándar para 4 diferentes vehículos como ser: automóviles, vagonetas, camionetas y jeeps, con el propósito de abaratar los costos y poder ser atractivos y competitivos en el mercado.

5.2 Plan de Marketing

5.2.1 Objetivos del Marketing

Objetivo General

El objetivo es *“Proponer una estrategia de diferenciación basada en la calidad para el posicionamiento de los productos ofertados por la empresa Cover Car”*.

Objetivos Específicos

Entre los objetivos específicos, se propone:

- Crear una imagen para la empresa “Cover Car S.R.L.”, que represente las características y beneficios del producto.
- Posicionar la marca a través de la calidad.
- Dar a conocer la marca entre el público objetivo, desarrollando acciones promocionales de manera que contribuyan a la estrategia de diferenciación del negocio.
- Incrementar la cantidad de clientes potenciales.

5.2.2 Estrategias de Marketing

5.2.2.1 Marketing Estratégico

Estrategia de Diferenciación

Las dimensiones sobre las que se pretenden implementar la estrategia de diferenciación, para el producto parte de la idea de negocio, son las siguientes:

- *Calidad.* En cuanto a la estrategia de diferenciación por uso, la empresa Cover Car se distinguirá por ofrecer un producto de calidad, al referirnos a la calidad, se trabaja con productos que cumplan estándares internacionales como es la tela Oxford 600D, la misma que es utilizada en productos europeos similares a los garajes retractiles, como también la estructura metálica realizada con metal Brasileiro certificada con la ISO 9001, asegurando que los garajes retractiles tengan una vida útil mínima de 5 años. Para mantener la calidad, se pretende implementar un proceso de Certificación ISO, tanto para los procesos internos como también para el producto de manera específica.
- *Diseño y facilidad de uso.* Nuestro producto se diferencia por la estructura liviana y versátil con la que cuenta, además de ser innovador.

El producto tiene características que permitirán un uso sencillo para cualquier persona.

5.2.2.1 Marketing Operativo

Marketing Mix

Producto

La empresa Cover Car tiene como principal y único producto el “Garaje Retrácil”, el mismo que tiene el siguiente diseño y presentación:



Logotipo



Utilizamos la *psicología del color*, por lo que el logotipo está diseñado en color naranja que significa confianza, éxito y creatividad. Incita a la creatividad y tiene un efecto extrovertido y vibrante. Es un color para comunicarse con gente joven y adulta ya que transmite optimismo, aventura y sociabilidad. El color naranja hacer que un producto parezca más accesible.

Eslogan

El eslogan que utilizará la empresa, para la presentación de su imagen y productos será:

“AMOR POR TU VEHÍCULO”

Empaque

El producto no tendrá un empaque debido a que se instalará directamente el garaje retráctil en la casa del cliente, siendo almacenado por partes (estructura y cubierta) hasta que el pedido se concrete.

Precio

El precio para productos similares (sustitutos) oscila entre Bs 2.500 a Bs 3.500, dependiendo del tamaño del automóvil y los materiales utilizados; sin embargo, nuestros garajes retráctiles tienen un tamaño estándar para 4 tipos de vehículos (automóvil, vagonetas, camionetas y jeep) y el precio será determinado mediante el resultado del costo de producción, más un margen de utilidad razonable, en los capítulos siguientes.

Así mismo, debemos considerar que, según los resultados de la investigación de mercado, los clientes potenciales están dispuestos a pagar entre Bs. 2.000 a Bs 2.500.

Precio Promocional. Con el propósito de atraer y captar clientes, se ofrecerán descuentos y promociones de diferente naturaleza, considerando diversos aspectos, según sea pertinente.

Plaza

Los Garajes Retráctiles estarán en exhibición en la tienda física, así como también en las plataformas virtuales donde los clientes podrán apreciar las características del producto, su forma de uso y la posibilidad de realizar contactos para una compra Online.

Posterior a la compra, el garaje retráctil será instalado por el personal de la empresa en el domicilio del cliente, se le dará las instrucciones de uso y demostración.

Promoción

Publicidad Digital.

“Cover Car” utilizará una estrategia de publicidad digital para promocionar la marca y el producto que se ofrece dando a conocer las características y beneficios. La campaña publicitaria cumplirá los siguientes lineamientos:

- La campaña publicitaria estará dirigida a personas mayores de 31 años, que tengan un Vehículo en la ciudad de Tarija y que por algún motivo no cuenten con un garaje propio o su garaje no les proporcione una adecuada protección a sus vehículos.
- Mensaje Publicitario: El mensaje publicitario pretenderá demostrar las cualidades del producto, mostrar sus características y beneficios al adquirirlo.
- Análisis Estadístico: El encargado de llevar las campañas publicitarias, deberá presentar un informe estadístico cada fin de mes mostrando los indicadores clave más relevantes.

A continuación, realizamos el Buyer personal del cliente en la Tabla N° 33.

Tabla 33:*Buyer Personal del Cliente*

BUYER PERSONAL	
NOMBRE	Personas que tengan uno o más vehículos, que vivan en la ciudad de Tarija, que cuiden sus vehículos.
EDAD	Mas de 31 años
PROFESIÓN	Cualquier profesión y/o ocupación que genere más de Bs. 4500 bs al mes.
ESTADO CIVIL	Sin preferencia alguna
SEXO	Masculino – Femenino
NIVEL SALARIAL	Medio
LUGAR DE TRABAJO	Personas independientes e instituciones o empresas.
INTERESES	Cuidar la estética del automóvil.

Plataformas Digitales a Usar

- Facebook.

Según nuestra segmentación, la mejor hora para publicar en Facebook para las personas mayores de 31 años es a partir de las 9 pm., es el momento en el que mucha gente está terminando el día y se desplaza por última vez a través de sus noticias antes de dormir.

Los mejores días para publicar en Facebook son los martes, miércoles y jueves. Estos días suelen ser los de mayor participación de los usuarios, lo que significa que más personas verán las publicaciones.

Los martes, en particular, registran una cantidad de interacción en Facebook superior a la media.

Gráfico 16

Portada de Facebook



- Tik Tok

Tik Tok es una red social joven que ofrece grandes oportunidades de crecimiento. El alcance de las publicaciones es bastante alto hoy en día, mucho más que frente a otras redes sociales. Las mejores horas para publicar un video para nuestro segmento es en la noche de 7pm a 11 pm. y los días de la semana ideales son martes, jueves, viernes y los fines de semana. Tiene la opción de botones que son un enlace directo a Facebook, página web y WhatsApp Business

Gráfico 17

Perfil de Tik Tok

CoverCar ▾



@covercar4

- WhatsApp Business.

WhatsApp Business nos facilita las interacciones con los clientes, ya que ofrece herramientas para automatizar, organizar y responder rápidamente a los mensajes además de poder ver estadísticas con métricas básicas, como cuántos mensajes se han enviado y recibido, cuántos mensajes han sido leídos o cuántas veces se han compartido los mensajes enviados.

En esta aplicación cuenta con las siguientes funcionalidades:

- Perfil de la empresa. Cuando un usuario contacte con la empresa a través de WhatsApp puede acceder al perfil. En este se tendrá la siguiente información:
 - Dirección.
 - Horarios de atención. Lunes a viernes por las mañanas de 8:30 am a 12:30 pm, por las tardes de 2:30 pm. a 6:30 pm
 - Mensaje Automático.

“Gracias por comunicarte con Cover Car, estamos en la ciudad de Tarija, te responderemos lo más pronto posible, ¿En qué podemos ayudarte?”.

- Página Web.

Creación de una página web para tener más presencia en las redes sociales y que el interesado pueda ver la información, videos, las características, maneras de uso, interactuar, cuidados, preguntas frecuentes del producto y de la Empresa.

Cronograma de publicaciones en Redes Sociales de las distintas plataformas a usar.

Tabla 34*Publicación semanal en Redes Sociales*

Plataforma	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Facebook		Características y/o beneficios del producto	Dirigir tráfico a página web	Video Semanal	
Tik Tok		Publicación de Historia		Video semanal	Publicación de Historia

Tabla 35*Método AIDA Facebook*

FACEBOOK	
A	Crear una página y realizar publicaciones, que posteriormente serán promocionados para llegar a captar la atención del segmento meta.
I	Este interés se logra brindando información mediante videos e imágenes sobre el uso y características del producto.
D	El encargado de marketing y publicidad debe responder a los clientes que consultan sobre el producto o negocio, esta respuesta al cliente ha de ser inmediata, despejando todas las dudas del cliente y manteniendo la amabilidad siempre. Brindando información que requiera el cliente También dejar el link del WhatsApp Businnes del negocio en caso de que el cliente quiera comunicarse por ese medio.
A	El cliente puede realizar su compra mediante la página de Facebook, Whatsapp Business, la entrega es en su domicilio. Facilitando la forma de pago y facturación.

Tabla 36*Método AIDA Tik Tok*

TIK TOK	
A	Crear una cuenta personalizada para el producto, con toda la información básica que esta necesita.
I	Realizar Tik Tok con contenidos los más atractivos posibles (lo más cortos y relevantes) haciendo uso de herramientas adecuadas, imagen del video, videos ilustrativos y videos demostrativos.
D	En descripción dejar el link del WhatsApp Business, ubicación del negocio y otros si lo requiere la publicación. La comunicación con el cliente será por el WhatsApp Business estimulando a la compra de nuestro producto.
A	El cliente puede realizar su pedido y compra mediante WhatsApp Business.

Publicidad por Medios Tradicionales

- Televisión.

Según los encuestados, ya no ven mucho los programas locales a excepción de los noticieros y otros programas matutinos. Por lo que se sugiere realizar una gira de medios a los programas matutinos de los diferentes canales de la ciudad, dando a conocer el producto, sus características y beneficios.

5.2.3 Presupuesto de Marketing

Para el primer año de funcionamiento de la empresa Comer Car, se cuenta con un presupuesto para el área de marketing con un monto de 11.490 Bs, los cuales están destinados a realizar publicidad en los diferentes medios de comunicación como ser Facebook, WhatsApp, banners publicitarios, letrero principal, los mismos que se detallan la Tabla N° 37 de manera anual.

Tabla 37*Presupuesto de Marketing.*

N°	Detalle	Costo Unitario (Bs)	Cantidad por mes (Unidades)	Costo Mensual (Bs)	Cantidad por Año (Unidades)	Costo Anual (Bs)
1	Publicidad pagada en Facebook	7	30	210	360	2.520
2	Creación de la Pagina Web	250	1	250	1	2.50
3	Dominio de la página Web	385	1	385	12	4.620
4	Banners Publicitarios	2	150	300	1	300
5	Letrero para la Empresa	2500	1	2.500	1	2.500
6	Video Publicitario	1000	1	1.000	1	1.000
7	Publicidad en páginas de noticias en Facebook	300	1	3.00	1	300
	TOTAL					11.490

CAPÍTULO 6

PLAN DE PRODUCCIÓN

6. Plan de Producción

El plan de producción tiene como finalidad detallar los aspectos técnicos y organizativos que corresponden en el proceso de la elaboración de los garajes retráctiles con la finalidad de que se realice de manera eficaz y eficiente, el mismo que contempla; la descripción del producto que se va a ofertar, la descripción del proceso, la localización, la descripción de las instalaciones físicas, la descripción de los requerimientos de los recursos materiales, la determinación de la capacidad de producción y finalmente la determinación del presupuesto para dar inicio al funcionamiento de la fábrica de garajes retráctiles.

6.1 Objetivos del Área de Producción

Objetivo General

- Diseñar el proceso de producción y determinar la capacidad de producción, definir los recursos necesarios para el inicio de la fabricación de los garajes retráctiles.

Objetivos Específicos

- Identificar los insumos necesarios para la elaboración de los garajes retractiles.
- Determinar la localización y describir la distribución de las instalaciones físicas.
- Determinar la cantidad de obreros necesarios para la producción de los garajes retractiles.

6.2 Ingeniería del Producto

Descripción de Producto

- Apto para automóviles, vagonetas, camionetas y jeeps.
- Material impermeable

- Proporciona protección completa contra el sol, la lluvia, la nieve, el polvo y otros escombros.
- Fácil de usar: función retráctil de levantamiento manual para cubrir y descubrir su vehículo.
- Tamaño nominal 2.4m de ancho x 5.4m de largo x 2.3m de alto o personalizado.
- Marco Tubo de metal, pintado.

Cubierta principal Tela duradera Oxford 600D, resistente al agua, resistente a los rayos UV, retardante de fuego.

- Equipado con ventanas de ventilación en ambos lados para mantener el flujo de aire dentro del garaje.
- El garaje plegable también se puede utilizar para almacenar muchas otras cosas como máquinas de jardinería, bicicletas, juguetes y equipo deportivo.

Imagen N° 1



Beneficios del tejido Oxford 600D

1. Es un tejido resistente.
2. Es adecuado para usar con mochilas, equipaje o tiendas de campaña de alta calidad, etc.
3. Es un material muy duradero y tiene un buen grado de espesor.
4. Superficie impermeable.

6.3 Descripción del proceso de Producción

6.3.1 Tipo de Proceso

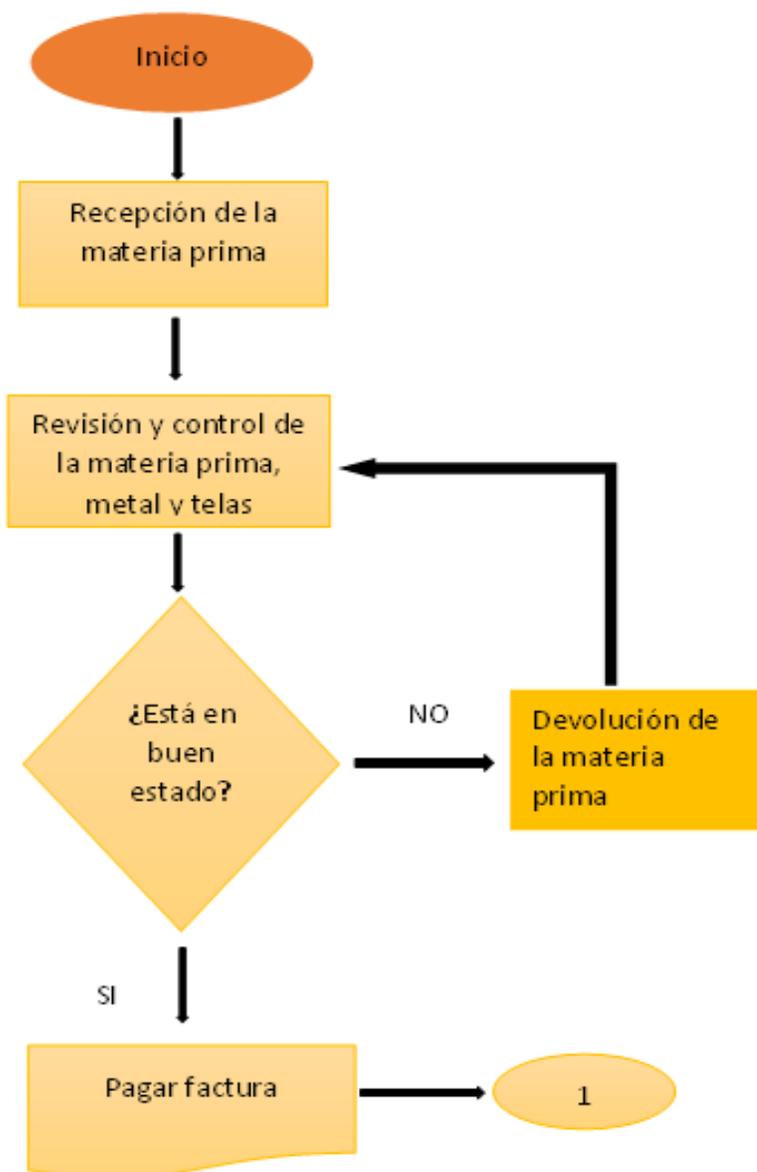
Para la elaboración de los garajes retractiles se tomará en cuenta los siguientes pasos:

1. Recepción de la materia prima: el pedido de materia prima se hará de manera mensual para evitar contratiempos a lo largo del mes productivo.
2. Inspección: al momento de recibir la materia prima se hará la inspección del material para que no haya abolladuras en el material metálico, de este paso se encargara el técnico metalúrgico.
3. En cuanto a la tela y accesorios de costura, se revisará que la tela cumpla con los estándares de calidad que se solicitó, también se controlará el color y accesorios correspondientes. El encargado de este paso será el operario de costura.
 - Almacenaje: los materiales pasaran al área de almacén de cada unidad para evitar su deterioro.
 - En el área del taller para el tratamiento del material metálico se tendrán los siguientes pasos:
 - Medida y corte: de este paso se encargará el técnico metalúrgico este paso es primordial debido a la importancia de realizar los cortes con las medidas correctas para evitar el desperdicio de materia prima.
 - Doblado: una vez cortadas las piezas metálicas pasara al área doblado.
 - Armado: habiendo sido dobladas todas las piezas pasan al área de armado en el cual se hacen las perforaciones correspondientes para el armado de toda la estructura base.
 - Pintado de la estructura: habiendo ya armado la estructura se procede al pintado de la misma, y posteriormente se deja secar por un lapso de 4 horas.

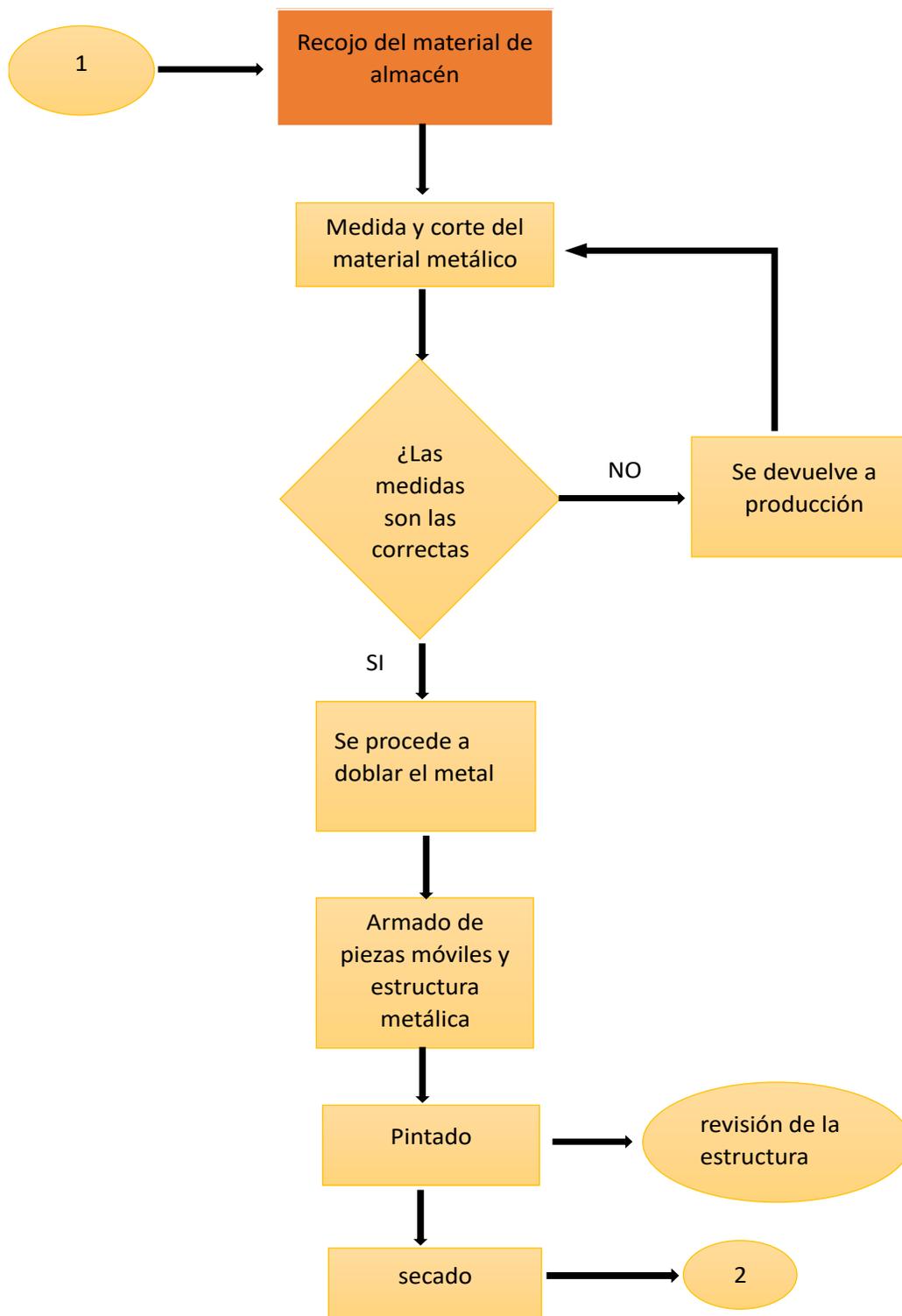
Se tiene previsto que los pasos sean realizados hasta las 4 pm para dejar que la estructura seque a temperatura ambiente, así mismo las dos horas restantes de la jornada laboral se dedicará a la instalación domiciliar de los garajes retractiles.

6.3.2 Flujograma del Proceso

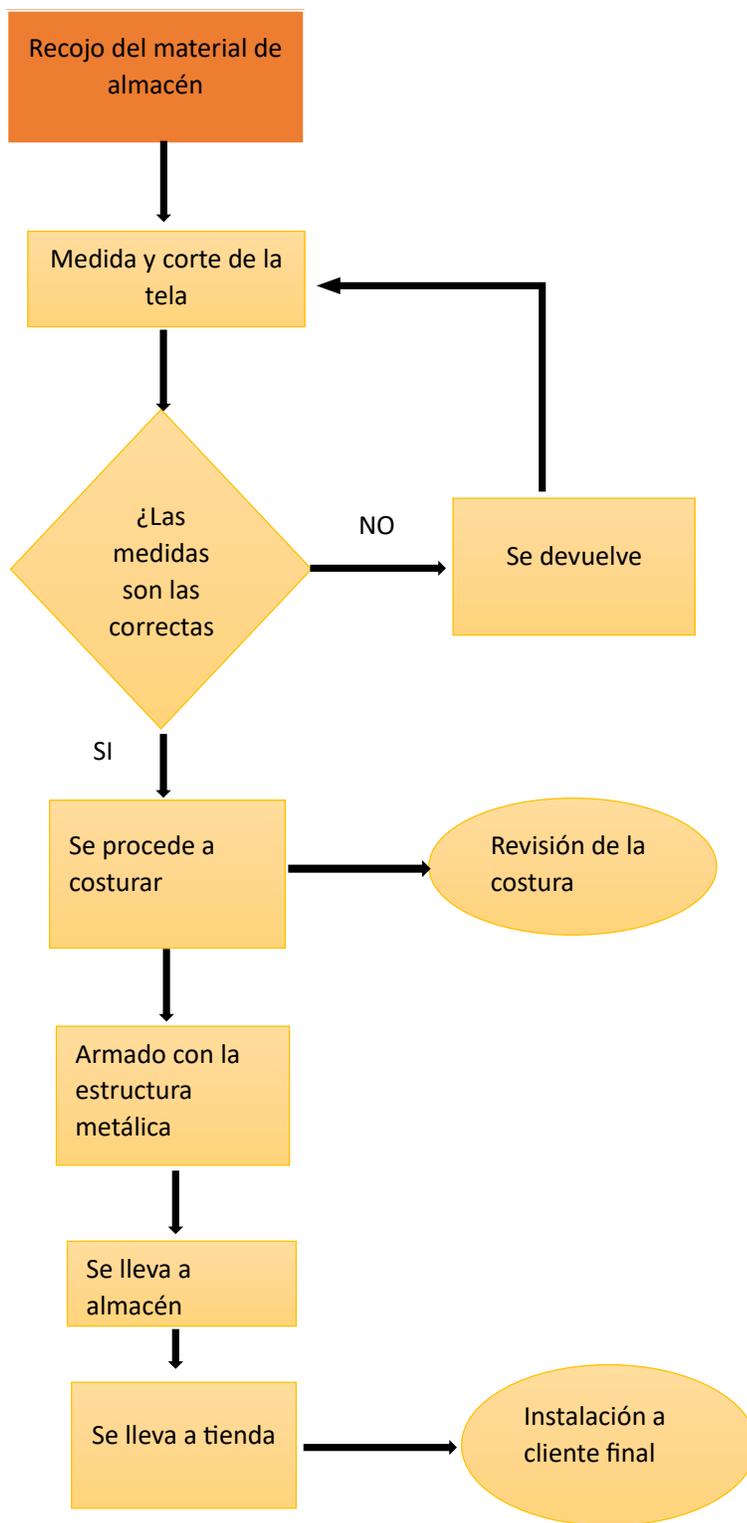
Flujo de Proceso en la Elaboración de los Garajes Retractiles para el Área de Almacén



Flujo de Proceso en la Elaboración de los Garajes Retractivos para el Área de Soldadura



Flujo de Proceso en la Elaboración de los Garajes Retractivos para el Área de Costura



6.3 Características de la Tecnología

6.3.1 Requerimiento de Equipos y Maquinarias

Tabla 38

Equipos y Maquinarias para la estructura metálica.

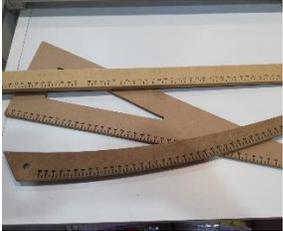
Herramientas Para La Estructura Metálica	Cantidad	Descripción Técnica
<p>Máquina de soldar</p>  <p>Bs 1.700 c/u</p>	1	Soldador 250a Bambozi nm250turbo, alimentación: 50/220v corriente: 70 - 250am., origen de la marca Brasil.
<p>Dobladora de tubo</p>  <p>Bs 1.400</p>	1	Marca Marcon brasilera Herramienta para realizar doblas manuales en tubos y calandras de 3/8 a 1 "1/4, curva máxima de trabajo 240 °. Carpeta con 7 poleas y 7 canales.
<p>Compresora</p>  <p>Bs 4.000</p>	1	Transmisión 1 correa en "v". compresor de 2 cilindros. motor eléctrico: 2 hp 50 Hz 2 polos (9.7 bares) rotación del compresor: 1900 rpm. capacidad de tanque: 100 lts. entrega de aire: 283 lts. /min. presión máxima: 140 libras (psi)
<p>Soplete para pintura</p> 	1	Pistola P/Pintura Presión de Trabajo 30 PSI Medida 1.2mm pico Marca: Arpex Industria: Brasil

Herramientas Para La Estructura Metálica	Cantidad	Descripción Técnica
Bs 200		
Manguera de presión  Bs 25	12 metros	Resistencia a la temperatura desde -40°C hasta 60°C. compatibilidad con aceites, grasas, oxígeno y ozono, además una baja resistencia química a ácidos y álcalis fuertes
Taladros de mano marca Makita  Bs 1.500	2	Marca Makita Fuente de alimentación por batería Velocidad máxima de rotación 1700 RPM Voltaje 12 Voltios Amperaje 4 Amperios
Taladro de banco  Bs 1.700	1	Taladro de Banco FSB-1-TORK, 1/2HP, Monofasico, Completa Medida 100 cm Marca Schulz
Herramientas de mano		
Alicates  Bs 20	2	
Juego de destornilladores	1	

Herramientas Para La Estructura Metálica	Cantidad	Descripción Técnica
 <p>Bs70</p>		
<p>Martillos pequeños</p>  <p>Bs 25</p>	2	
<p>Juego de llave de tubos</p>  <p>Bs 120</p>	1	
<p>Flex (metro)</p>  <p>Bs 15</p>	2	

A continuación, se detalla la maquinaria y herramientas a usar en la cubierta.

Tabla 39*Maquinarias y Herramientas para la cubierta*

Maquinaria y herramientas para costura	Cantidad	Precio unitario (Bs)	Precio total (Bs)
Máquina industrial de coser 	1	3800	3800
Tijeras 	3	50	150
Cinta métrica 	3	15	30
Juego reglas de madera 	1	250	250
Moldes	4	75	300
Total		4190	4530

6.4 Administración de Materiales

6.4.1 Necesidad de materia prima

Para el cálculo de la materia prima se tomó en cuenta los materiales y la cantidad que se necesita para la manufactura de un garaje retráctil tomando en cuenta también el precio unitario de cada insumo.

Tabla 40

Materia prima para la estructura metálica

N°	Material	Cantidad	Precio unitario (Bs)	Precio total (Bs)
1	Tubo redondo 25*0,80mm 6M	11	32	352
2	Tubo redondo 22*0,80mm 6M	0.5	15	15
3	Angular de 2" *2.5 2M	1	40	40
4	Pintura y gasolina	0.25	12	12
5	Varillas de soldadura	10	0,78	7,8
6	Pernos de 1/4*1.5"	18	1.11	20
7	Pernos tirabuzon N 10 (pernos y tacos)	10	1.5	15
8	Tornillo de 4mm*1/2"	18	0.55	10
Total			99,78	471,8

Tabla 41

Materia prima para la cubierta.

N°	Material	Cantidad	Precio Unitario (Bs)	Precio total (Bs)
1	Tela Oxford 600 D	30 m	19	570
2	Hilo de costura gruesa	1 empaque	15	15
3	Cinta velcro	5 metros	7	35
Total			47	620

6.5 Proveedores negociables.

En el estudio del microentorno se pudo verificar precios y facilidades que dan las empresas más grandes de Tarija dedicadas a la importación de materia prima necesaria para nuestro producto, (metal) en este contexto se trabajará con la Importadora Campero debido a los precios que ofrece y la disponibilidad que tiene a negociaciones en cuanto a una mayor cantidad de requerimiento del material, además de la cercanía que tiene con la localización de la empresa.

En cuanto a la tela se obtendrá el material del comercial Presitex ubicado en la ciudad de La Paz ya que nos ofrece un precio menor a comparación de las tiendas de la ciudad de Tarija, con envío pagado a partir de 15 rollos de 100 metros cada uno.

6.6 Capacidad Productiva.

Para establecer la capacidad de producción y la cantidad de obreros que se necesitan para la manufactura de los garajes retráctiles se toma en cuenta el tiempo para cada actividad o tarea y la demanda que se proyectó en la investigación de mercados.

En la tabla N° 42 se detalla el tiempo para la elaboración de la estructura metálica.

Tabla 42

Tiempo proceso de producción

N°	Operación	Tiempo en minutos
1	Toma de medidas	20
2	Cortado de metal	20
3	Doblado	70
4	Ensamble	45
5	Pintado	70
	Total	225

Se toma en cuenta las ocho horas de trabajo según normativa nacional, pero para lograr un cálculo de producción real se tomará en cuenta tiempos ociosos y percances que puedan surgir en la cotidianidad del trabajo que sumando es un total de 1 hora (60 minutos).

- 8 horas por 60 minutos = 480 minutos disponibles para el área de producción.
- Tiempo real de producción restando los 60 minutos de tiempos ociosos y percances.
- $480 - 60 = 420$

Para este cálculo se utiliza la formula del takt time

$$takt\ time = \frac{tiempo\ de\ trabajo\ disponible\ total}{unidades\ requeridas}$$

$$takt\ time = \frac{420}{5} = 84\ min\ por\ unidad$$

$$trabajadores\ requeridos = \frac{tiempo\ de\ operacion\ total\ requerido}{takt\ time}$$

$$trabajadores\ requeridos = \frac{225}{84} = 2,67$$

EL número de trabajadores que se requieren para la elaboración de la estructura metálica es de 3.

En la tabla N° 43 se establece el tiempo de Corte y Costura de la Cubierta del garaje retráctil.

Tabla 43

Tiempo para Corte y Costura

N°	Operación	Tiempo en minutos
1	Preparación de telas	15
2	Dibujado el patrón sobre la tela	30
3	Cortado de tela	45
4	Costura	85
	Total	175

- 8 horas por 60 minutos = 480 minutos disponibles para el área de producción.
- Tiempo real de producción descontando los 60 minutos de tiempos ociosos y percances.
- $480 - 60 = 420$

$$\text{takt time} = \frac{\text{tiempo de trabajo disponible total}}{\text{unidades requeridas}}$$

$$\text{takt time} = \frac{420}{5} = 84 \text{ min por unidad}$$

$$\text{trabajadores requeridos} = \frac{\text{tiempo de operacion totla requerido}}{\text{takt time}}$$

$$\text{trabajadores requeridos} = \frac{175}{84} = 2,08$$

Para la cubierta de los garajes retractiles, se necesitan 2 personas. En total con la cantidad a producir por día tanto de la estructura como de la carpa, son 5 garajes retractiles a elaborar por completo en una jornada.

6.7 Localización de la Empresa.

Macro localización.

La Macro localización tiene como propósito encontrar una ubicación ventajosa cubriendo las exigencias y requerimientos para la empresa. Por ello la empresa “Cover Car” estará ubicado en el departamento de Tarija – provincia Cercado como se puede apreciar en la Ilustración N° 1.

Ilustración 1 Macro localización de la Ciudad De Tarija



Micro localización

La Micro localización tiene el propósito de seleccionar y delimitar de forma precisa el área en donde se localizará y operará la empresa, siendo esta área la que permita cumplir con los objetivos de lograr la rentabilidad del negocio. Es por ello que al ser la localización de operaciones una de las decisiones estratégicas más importantes para un negocio se procederá a utilizar el modelo de Matriz de Preferencia (Método de puntaje ponderado) para definir el lugar donde se instalará el negocio, este método es un instrumento para evaluar alternativas de localización independiente aplicando factores cualitativos. Los pasos a seguir para aplicar este modelo son los siguientes:

PASO 1: Definición de factores de localización

Se definirán factores dominantes y secundarios que afectan en la selección de la localización de la empresa de la siguiente manera:

- Proximidad de la demanda: Es importante que la empresa y el taller de fabricación se encuentre cerca de los clientes para que de esta manera sea más accesible el encontrarnos.
- Cercanía a avenidas principales: El estar cerca a alguna de las avenidas principales de la ciudad de Tarija es muy importante ya que será de fácil acceso y rápida localización.
- Facilidad y comodidad de acceso: Es fundamental que el lugar donde se encuentre el taller y la tienda de los garajes retractiles sean de fácil acceso tanto como para nuestros clientes que adquirirán el producto, así también para nuestros proveedores

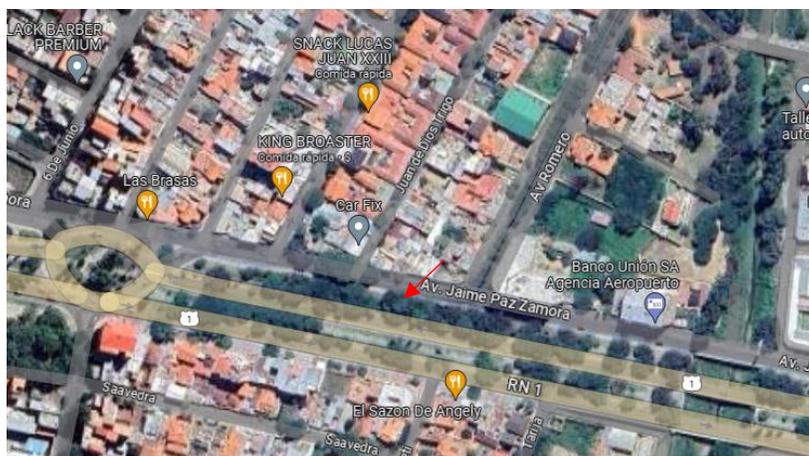
- Visibilidad de la tienda: La importancia de la visibilidad es tal, que un negocio difícil de encontrar o que no destaque, puede afectar el normal desenvolvimiento de las actividades de un negocio, es por ello que se toma en cuenta este factor dominante para la tienda de garajes retractiles porque debe estar ubicado en una zona visible para los clientes que deseen adquirir nuestro producto.
- Proximidad a los competidores: Es importante que el taller y tienda de garajes retractiles, este en un área en el cual ofrezcan productos similares de protección a vehículos se considera la cercanía a los competidores debido a que esto genera una mayor afluencia de clientes, esta estrategia es conocida como masa crítica o mercados fragmentados.

PASO 2: Descripción de las alternativas de localización

Nuestras alternativas de localización para la fábrica y tienda de garajes retractiles que se desea implementar son las siguientes:

- Alternativa 1: Barrio Juan XXIII: La primera alternativa de localización para el taller y tienda de garajes retractiles se encuentra ubicado en el barrio “Juan XXIII”, entre la Avenida Jaime Paz Zamora y Avenida Romero en plena esquina como se puede observar en la Ilustración N.º 2.

Ilustración 2 *Alternativa 1*



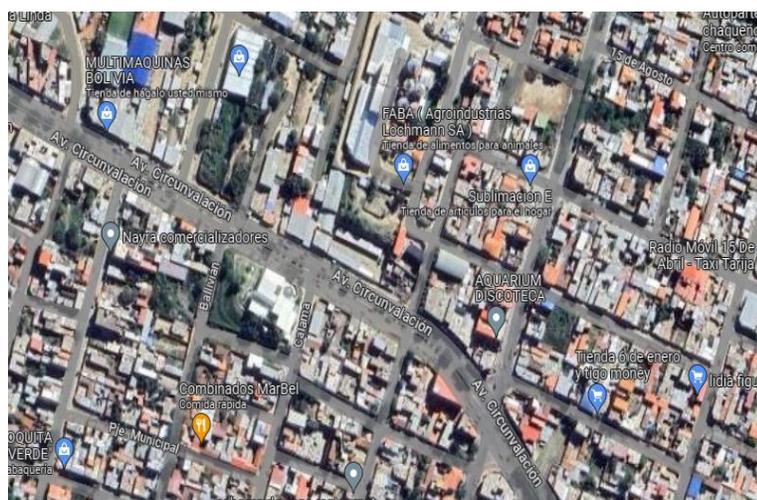
Alternativa 2: Barrio Los Mecánicos: La segunda alternativa de localización para la fábrica y tienda de garajes retractiles se encuentra ubicado en el barrio Los Mecánicos avenida Panamericana entre calle Centroamérica y avenida integración.

Ilustración 3 *Alternativa 2*



Alternativa 3: : La tercera alternativa de localización para la fábrica y tienda de garajes retractiles se encuentra ubicado Barrio 3 de Mayo sobre la avenida Circunvalación casi esquina Ballivián.

Ilustración 4 *Alternativa 3*



PASO 3: Asignar un porcentaje a cada factor de localización

Los factores deben ser sensibles a la localización, es decir que deben afectar en las decisiones en materia de localización, es por ello que en este paso se asignará un porcentaje a cada uno de los factores definidos anteriormente para reflejar su importancia relativa cómo se puede apreciar en la Tabla N° 44.

Tabla 44

Ponderación de los Factores de Localización

N.º	Factores de localización	Ponderación del factor (%)
1	Proximidad a la demanda	20
2	Cercanía a las avenidas principales	20
3	Facilidad y comodidad de acceso	30
4	Visibilidad de la tienda	15
5	Cercanía a los competidores	15
TOTAL		100 %

PASO 4: Establecer una escala de preferencia

El siguiente paso es definir una escala de preferencia para cada factor que será sometido a evaluación para determinar la localización del taller y se realizará de la siguiente manera:

Utilizando una escala del 1 – 5 donde:

5. Excelente
4. Bueno
3. Regular
2. Relativamente regular
1. Malo

PASO 5: Analizar y elegir la alternativa de mayor valor ponderado

Con la escala de preferencia definida previamente, se procederá a calificar cada

alternativa de localización con cada uno de los factores de localización establecidos anteriormente y se procederá a calcular el valor del punto que tendrá cada alternativa de localización con la siguiente fórmula:

$$VP = \sum Wi. Fij$$

Donde:

VP= Valor del Punto

Wi = Peso ponderado de cada factor i

Fij = Puntuación de las alternativas j por cada uno de los factores i.

En la Tabla N°60 se puede observar la calificación que tiene cada uno de los factores definidos para cada alternativa de localización en donde se ubicará el taller y tienda de exposición de los garajes retráctiles.

Tabla 45

Alternativas de Ubicación

N°	Factores de localización	Ponderación del factor (%)	Alt. 1 Barrio Fátima		Alt 2 B. Mecánicos		Alt 3 B.3 de mayo	
			Calificación. 1-may	Valor del punto	Calificación 1-may	Valor del punto	Calificación. 1-may	Valor del punto
1	Proximidad a la demanda	20	4	80	3	60	4	80
2	Cercanía a las avenidas principales	20	3	60	5	100	5	100
3	Facilidad y comodidad de acceso	30	3	90	3	90	4	120
4	Visibilidad de la tienda	15	3	45	4	60	4	60
5	Cercanía a los competidores	15	3	45	4	60	4	60
Total		100	16	320	19	370	21	420

Después de haber seguido los pasos para determinar la localización de la empresa se optará por la alternativa 3, puesto que es la que obtuvo un mayor puntaje general, cumpliendo de mejor manera con los factores que se tomaron en cuenta para esta decisión.

6.7 Diseño y Distribución de Planta y Oficinas

Para el diseño de las instalaciones de la empresa se tomó en cuenta el tamaño de la propiedad y las necesidades que se deben cumplir para que el ambiente sea idóneo y tenga una distribución, lo que implica el estudio de espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, ubicación de la maquinaria y todas aquellas actividades que tengan lugar en dicha instalación, para ello se cuenta con un terreno que tienen una superficie de 300 m² el mismo que será distribuido en 5 áreas de trabajo los cuales se describen en los siguientes párrafos:

- Taller: se contará con un taller de 133.4 m² en el cual se desarrollarán las actividades principales de medida y doblado, como también el pintado del metal esta área es la más grande debido a la importancia de contar con el espacio suficiente para la realización de dichas tareas. En dicho taller habrá un espacio de almacén para el guardado del material metálico.
- El área de costura contará con un espacio de 50,5 m² en el cual 24,75 m² estarán destinados a almacenaje de tela hilos y velcro, en los restantes 24,75 trabajarán el área de medida y cortado de la tela y otra área de costura de la tela.
- Área de administración: La oficina para el personal administrativo estará ubicada al lado de la tienda, contará con un escritorio, una computadora, impresora una silla ejecutiva, de manera que realice sus labores sin interrupciones, esta área tendrá una superficie de 12,17 m.²
- Tienda: La tienda contará con una superficie de 25,5 m.² en los cuales estarán las unidades de los garajes retractiles como muestra, un sillón de espera, un escritorio, una silla y una Tablet para la vendedora.
- Baños: los baños estarán ubicados uno en el taller para el acceso de los obreros y otro en la oficina administrativa que será de uso del personal administrativo y vendedora.

6.8 Higiene y Seguridad Industrial.

Riesgos implicados en el proceso de soldadura y costura para la elaboración de los garajes retractiles

Se desarrollan algunos de los riesgos implicados en el proceso y cuáles son las medidas de higiene y seguridad para la prevención de riesgos.

- Caída de objetos pesados, (fundamentalmente la materia prima).
- Quemaduras al momento de soldar.
- Caídas a diferente nivel.
- Accidentes en cuanto a la costura.

MEDIDAS PREVENTIVAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD

- Orden y limpieza en las áreas de trabajo:
- Contribuir a que el puesto de trabajo se encuentre libre de suciedad, sustancias resbaladizas o residuos y bien ordenado.
- Para reducir el riesgo de caída de objetos pesados debido a la irregularidad de la carga, la limpieza y supervisión de los montones de materia prima son medidas fundamentales.
- Es necesaria una correcta protección y ‘capacitación de los operadores en materia de Higiene y Seguridad en el Trabajo.

Los trabajadores deben tomar rigurosas medidas de protección personal que se detallaran en el siguiente cuadro:

Tabla 46*Material de trabajo*

Material de trabajo	Descripción
<p data-bbox="337 415 610 447">Lentes de seguridad</p> 	<p data-bbox="769 422 1313 621">En el momento de cortado de los metales se corre el riesgo que pedazos pequeños de metal que dañen el ojo, es por eso necesario contar con gafas protectoras.</p>
<p data-bbox="396 684 646 716">Máscara de soldar</p> 	<p data-bbox="769 726 1313 867">Los rayos ultravioletas son agresivos a la vista es por eso necesario la máscara de soldar.</p>
<p data-bbox="464 940 574 972">Guantes</p> 	<p data-bbox="769 961 1313 1161">Para evitar que el personal se queme o tenga cortaduras cuando manipula el metal es necesario usar los guantes para la protección necesaria.</p>
<p data-bbox="412 1207 634 1239">Tapones de oído</p> 	<p data-bbox="769 1251 1313 1392">El sonido fuerte en el momento de soldar puede afectar el oído del obrero es por eso necesario el uso de tapones.</p>
<p data-bbox="380 1463 667 1495">Botas punta de acero</p> 	<p data-bbox="769 1503 1313 1692">En momento de manipular los metales se corre el riesgo que se caiga en el pie y lastime esta extremidad las botas d trabajo ayudan a prevenir estas lastimaduras.</p>

Material de trabajo	Descripción
<p style="text-align: center;">Overol</p> 	<p>La importancia de usar ropa que sea resistente al calor y quemaduras es muy importante.</p>
<p style="text-align: center;">Mandil para soldar</p> 	<p>Ayuda a proteger al trabajador de las altas temperaturas.</p>

6.8 Control de Calidad

Para el control de calidad se harán las siguientes verificaciones:

- Se inspecciona y verifica el material metálico (tubos) que son partes del proceso de elaboración de los garajes retráctiles, que sean de excelente calidad y aptos para ser utilizados (sin oxidación o abolladuras).
- Se examina en el área de cortado que se cumpla con las medidas estándares.
- Inspección de la soldadura en las uniones.
- Se controla el correcto pintado de la estructura metálica.
- Se verifica la calidad de la tela que cumpla con las especificaciones requeridas con las que se realizó el pedido.
- Se revisa en el área de cortado de la tela y costura que los cortes estén acordes con la medida de la estructura metálica.

- Se examina la costura que este bien realizada de manera reforzada y la correcta posición del velcro.
- El control de calidad se realizará durante el periodo de duración del proceso de elaboración, cortado de tubo, doblado costura de la tela y ensamblado del producto.

6.8 Costos de Producción

Para poder llevar a cabo la implementación de la empresa es necesario tener de manera detallada una conformación de costos lo cual nos permitirá conocer la cantidad de dinero para dicha inversión. A continuación, detallamos los costos en los que incurrirá la empresa Cover Car.

Tabla 47

Maquinaria y Equipo

N°	Herramientas para la estructura metálica	Cantidad	Precio Unitario (Bs)	Precio Total (Bs)
1	Máquina de soldar en arco bambozi 250 amperios	1	1.700	1.700
2	Dobladora de tubo brasilera	1	1.400	1.400
3	Taladro de mano	2	1.500	3.000
4	Soplete para pintura	1	200	2..00
5	Manguera de aire	12	25	3.00
6	Taladro de banco	1	1.700	1.700
Herramientas de mano				
7	Alicates	2	20	40
8	Juego de destornilladores	1	70	70
9	Martillos pequeños	2	25	50

10	Juego de llave de tubos	1	120	120
11	Flex (metro)	2	15	30
12	Compresora de 100 libras	1	4.000	4.000
	Total		10.775	12.610

Tabla 48

Maquinaria para taller de costura

N°	Maquinaria para costura	Cantidad	Precio Unitario (Bs)	Precio Total (Bs)
1	Máquina industrial de coser	1	3.800	3.800
2	Tijeras	3	50	150
3	Cinta métrica	3	15	30
4	Juego reglas de madera	1	250	250
5	Moldes	4	75	300
	Total		4.190	4.530

Tabla 49

Requerimiento de indumentaria para el personal de trabajo.

N°	Requerimientos para ropa del personal	Cantidad	Precio unitario (Bs)	Precio total (Bs)
1	Lentes de seguridad	5	30	150
2	Casco de soldar	3	180	540
3	Guantes	3	30	90
4	Tapones de oído	3	15	45
N°	Requerimientos para ropa del personal	Cantidad	Precio unitario (Bs)	Precio total (Bs)
5	Botas punta de acero	3	250	750
6	Overol	3	150	450

7	Mandil para soldar	3	120	360
	Total		775	2.385

Tabla 50*Muebles y enseres*

N°	Muebles y enseres	Cantidad	Precio Unitario (Bs)	Precio Total (Bs)
1	Escritorio	2	500	1.000
2	Silla	2	150	300
3	Computadora	1	5.000	5.000
4	Tablet	1	2.000	2.000
5	Impresora	1	2.000	2.000
6	Sillón de espera	1	500	500
7	Material de escritorio	1	500	500
	Total		10.650	11.300

Suministros y materia prima

Tabla 51

Material metálico

N°	Cálculo de requerimiento de material	Cantidad	Costo unitario (Bs)	Costo total (Bs)	Cant. Por día 5 unidades	Cant. Mes	Costo mes	Cant. Anual	Costo Anual
1	Tubo redondo 25*0,80mm 6m	11	32	352	55	1320	42240	15840	506880
2	Tubo redondo 22*0,80mm 6m	0,5	15	7,5	2,5	60	900	720	10800
3	Angular de 2" *2.5 2m	1	40	40	5	120	4800	1440	57600
4	Pintura y gasolina	0,1	12	1,2	0,5	12	144	144	1728
5	Varillas de soldadura	10	0,78	7,8	50	1200	936	14400	11232
6	Pernos de 1/4*1.5"	18	1,11	19,98	90	2160	2397,6	25920	28771,2
7	Pernos tirabuzón n 10 (pernos y tacos)	10	1,5	15	50	1200	1800	14400	21600
8	Tornillo de 4mm*1/2"	18	0,55	9,9	90	2160	1188	25920	14256
Total			102,94	453,38			54.405,60	98.784	652.867,20

Tabla 52*Suministros para costura*

N°	Material	Cantidad	Precio Unitario	Precio total	5 unidades *día	Cant. Mes	Costo/mes	Cant./ Año	Precio año
1	Tela Oxford 600 D.	30	19	570	150	3600	68400	43200	820800
2	Hilo de costura gruesa.	1	15	15	5	120	1800	1440	21600
3	Cinta velcro .	5	7	35	25	600	4200	7200	50400
Total			47	620	180	4320	74.400	51.840	892.800

Tabla 53*Total de Materia Prima*

N°	Total, suministros	Unidades por mes	Costo mensual (Bs)	Unidades por año	Costo anual (Bs)
1	Suministros para estructura metálica	120	54.405,60	1.440	652.867,20
2	Suministros para cubierta	120	74.400	1.440	892.800
	Total		128.806,6		1.545.667,20

Costos fijos

Tabla 54

Servicios básicos

N°	Detalle	Unidad de medida	Costo mensual	Costo anual
1	Energía eléctrica	KW.	600	7.200
2	Agua	M ³	60	720
3	Internet	Mg	210	2.520
	Total		870	10.440

Tabla 55

Alquiler

N°	Detalle	Costo mensual (Bs)	Costo anual (Bs)
1	Taller	1.500	18.000
2	Infraestructura para tienda y almacenes	2.500	30.000
	Total	4.000	48.000

6.9 Plan de Contingencia

1. INTRODUCCIÓN

El Plan de Contingencias contiene las actividades específicas que deben cumplirse en situaciones de emergencia tales como incendios, desastres naturales, explosiones, atentados, entre otros, que pongan en riesgo la vida de los trabajadores.

"Con este propósito, el Plan de Contingencia describe tanto los procedimientos, como las actividades necesarias, funciones, responsabilidades, equipo, sistemas de comunicación, etc." que garanticen el éxito de las acciones de respuesta de una empresa.

2. Información de la empresa

La empresa COVER CAR S.R.L., tiene como prioridad la seguridad del producto a elaborar y transportar, también la salud de su personal de trabajo, en todas sus labores, asimismo tiene como objetivo eliminar o reducir los efectos de un eventual accidente que involucre afectación a las personas, a su entorno y/o al medio ambiente; sea este fortuito o provocado por condición, acto inseguro, por fenómenos de origen natural o resultante de interacción humana.

El propósito de este plan es promover la protección y seguridad de todo el personal asociado a las actividades de la empresa. El plan presenta las acciones a realizar por el personal en situaciones de emergencia.

3. OBJETIVOS

- Establecer los procedimientos a seguir, que COVER CAR S.R.L pudiera requerir en caso de producirse una emergencia en sus instalaciones.
- Propiciar una respuesta rápida, eficiente y segura para prevenir o minimizar la extensión de los daños a la propiedad en casos de incendios, accidentes, explosiones, emergencias médicas, fenómenos naturales y otros.
- Reducir al mínimo los eventuales períodos de inoperatividad de las instalaciones a causa de daños ocurridos como consecuencia de siniestros.

4. ALCANCE

Los procedimientos, disposiciones e información técnica contenida en este Plan involucran directamente a todas las personas que se encuentren en las instalaciones de COVER CAR S.R.L. Al presentarse una emergencia, trátase de clientes, trabajadores, proveedores y visitantes en general.

5. IDENTIFICACION Y EVALUACIÓN DE RIESGOS

Los riesgos laborales principalmente se identifican a nivel de entorno y en los trabajos realizados al interior de la empresa los mismos que son desarrollados por el área del taller o y el área de administración.

- Trabajos eléctricos
- Instalación de equipos eléctricos
- Reparación en techos paredes
- Limpieza y mantenimiento de ambientes
- Traslado de materiales, y producto final a diferentes áreas.

Durante el desarrollo de las actividades o trabajos del personal en las diferentes áreas, existen los siguientes peligros:

- Golpes y cortes (personal del taller de costura y metalurgia).
- Caídas al mismo nivel (personal del taller de costura, metalurgia y administración).
- Espacio inadecuado en oficinas, taller y almacén.
- Incendios y explosiones (personal del taller de metalurgia).
- Sustancias o agentes que pueden dañar los ojos. (personal de metalurgia y corstura)
- Energías peligrosas (por ejemplo: electricidad)

5.1. Incendio de equipos eléctricos: Se produce por el recalentamiento de líneas recargadas por excesivos aparatos eléctricos y/o por gran cantidad de derivaciones en las líneas sin tomar en cuenta la capacidad eléctrica instalada. Otra causa de recalentamiento es debido a solturas de las conexiones y pérdidas de aislamiento de las mismas.

5.2. Riesgo de electrocución por contacto eléctrico: el personal del taller no cuenta con la capacitación para realizar sus trabajos, además muchos de los enchufes podrían estar sin su protección.

5.3. Riesgos Ergonómicos: el personal no recibe la inducción adecuada antes de iniciar los trabajos.

6. EVALUACIÓN

El análisis de riesgos es un proceso formal por el cual la organización toma conciencia de cuáles son sus activos de información, de cuál es el valor de la pérdida de uno de sus atributos (confidencialidad, integridad o disponibilidad), de cómo estos activos están amenazados y de su vulnerabilidad.

El presente Plan en base a una previa identificación de riesgos, considerará sólo aquellos riesgos con mayor probabilidad de ocurrencia (muy alta y alta).

7. MEDIOS DE PREVENCIÓN Y EQUIPOS DE EXTINCIÓN DE INCENDIOS (ACTIVOS)

En cuanto a los equipos para la prevención y control de incendio y de auxilio, Cover Car S.R.L. cuenta con un extinguidor

8. TIPOS DE EMERGENCIA.

Se considera que en el interior de las instalaciones se pueden presentar los siguientes tipos de eventos:

- Incendio en sistemas eléctricos
- Accidentes personales y emergencias médicas
- Corte inesperado de energía
- Robo

9. MANEJO Y COMPOSICIÓN DE BOTIQUÍN DE PRIMEROS AUXILIOS

MATERIALES (QUE DEBE CONTENER EL BOTIQUÍN)

Los elementos esenciales de un botiquín de primeros auxilios se pueden clasificar así:

- Antisépticos. Alcohol al 70%, agua oxigenada, jabón, suero fisiológico.
- Material de curación. Gasas, compresas, vendas, algodón.
- Instrumental y elementos adicionales. Tijeras, pinzas, guantes, barbijos, linterna, fosforo, manual de primeros auxilios, etc.
- Medicamentos. Analgésicos, antihistamínico.

PROCEDIMIENTOS ESPECIFICOS PARA LA RESPUESTA DE EMERGENCIAS

En esta sección se señalan las acciones básicas generales y específicas que deberán cumplirse ante las diferentes emergencias típicas que pueden ocurrir en las instalaciones de COVER CAR S.R.L.

PROCEDIMIENTOS GENERALES

En caso de emergencia el procedimiento en general debe dirigirse a protegerse uno mismo, proteger a las posibles víctimas y proteger a los demás.

En caso que la emergencia por la magnitud de ésta pueda ser controlada sin riesgo alguno por quien la detecta, procederá inmediatamente a realizar el control de la misma.

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE CONTINGENCIA POR ÁREA AL PERSONAL

Distribuir el plan de contingencia a todos los empleados de COVER CAR S.R.L, Además, realizar una lista con los nombres, teléfonos y direcciones, de las personas encargadas de llevar adelante dicho plan.

En caso de modificarse el plan de contingencia, actualizar todas las copias de cada uno de los empleados, con la posterior destrucción de la copia anterior, para unificar la información.

CAPÍTULO 7
PLAN ORGANIZACIONAL

7. Plan Organizacional y Recursos Humanos

7.1 Objetivos del Área de Recursos Humanos

Objetivo General

- Establecer la estructura organizacional, el manual de funciones y presupuestos que tiene que cumplir la empresa para su implementación.

Objetivos Específicos

- Diseñar una estructura organizacional para la empresa Cover Car
- Elaborar un manual de funciones para el desenvolvimiento óptimo del talento humano.
- Mencionar los requisitos legales necesarios para la implementación de la empresa.

7.2 Diseño Organizacional

7.2.1 Estructura Organizacional

Para la elaboración del organigrama de la empresa “Cover Car” se optó por diseñar un organigrama de tipo vertical funcional o estructural, el mismo que nos muestra visiblemente la división jerarquía desde el nivel superior al nivel inferior, así mismo facilita la comunicación dentro de la empresa, permitiendo que sea más simple la formación del personal por lo que se logra la especialización del trabajo y el más fácil el proceso de control.

La empresa contara con siete personas para su funcionamiento, que se detallar en la siguiente tabla:

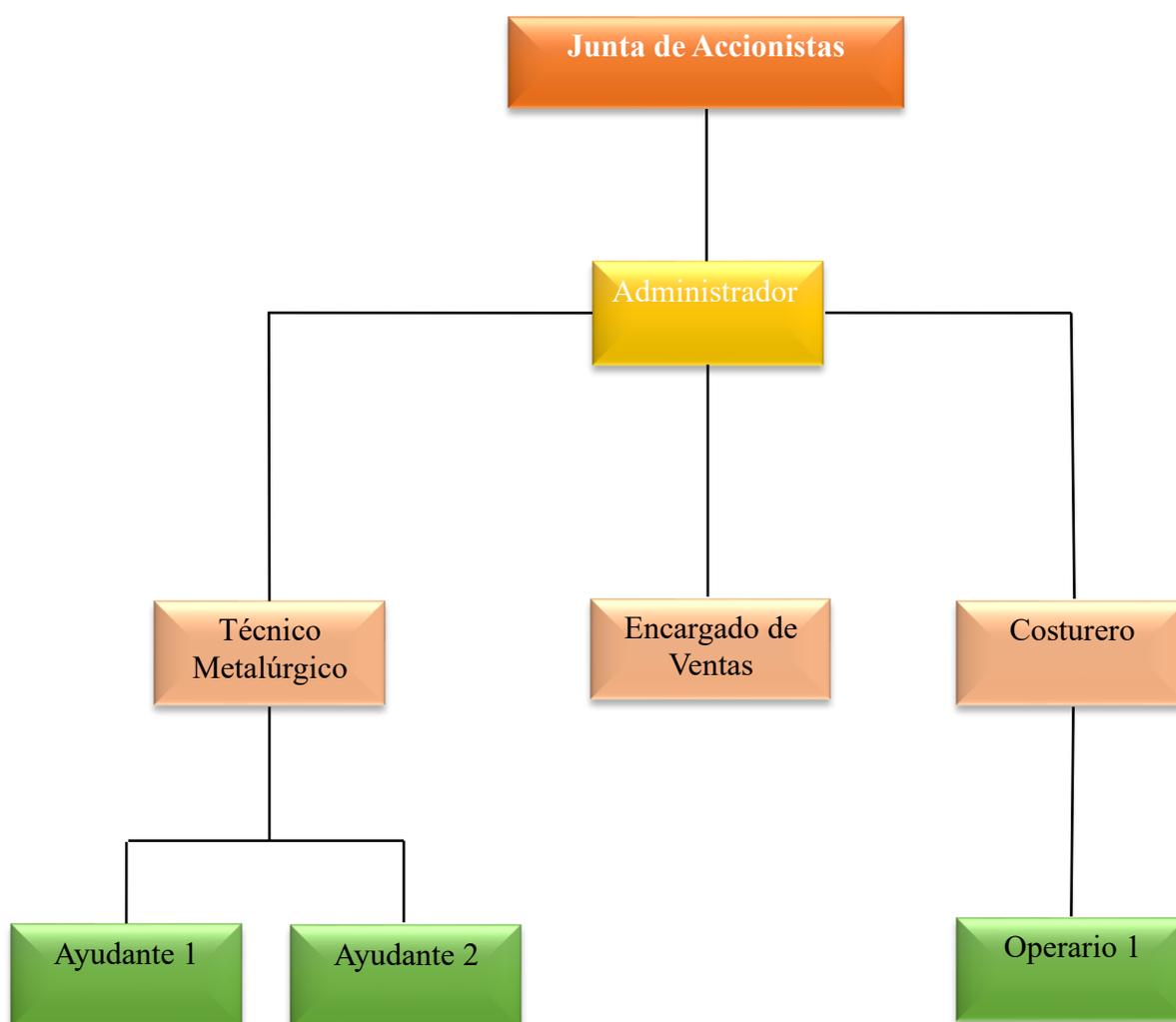
Tabla 56

Trabajadores

N°	Cargo	Número de trabajadores
1	Administrador	1
2	Técnico metalúrgico	1
3	Ayudante	2

N°	Cargo	Número de trabajadores
4	Costurero	1
5	Operario	1
6	Encargada de ventas	1
	Total	7

Organigrama de la Empresa



7.2.2 Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA	
COVER CAR SRL	
	
DATOS DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Socios
Nivel estructural	Nivel Estratégico
Cargo a quien reporta	Nadie
Cargos que le reportan	Administrador
REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación académica	No Aplica
Años de experiencia	1 a 2 años en cargos similares
Capacidades	Conocimiento indispensable en el área de manejo de personal, contabilidad y estrategias de mercado. Debe tener liderazgo, ser una persona con alto grado de responsabilidad y enfocada a resultados. De igual forma, debe ser una persona que pueda resolver problemas.
OBJETIVO DEL PUESTO	
Regular a la empresa y su buen funcionamiento, establecer pautas, disposiciones y procedimientos relacionados con su convocatoria, información y desarrollo con la finalidad de coadyuvar a su funcionamiento, brindar mayor seguridad, transparencia y eficacia a la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Decidir los temas de competencia de las juntas. • Estudiar y aprobar las reformas de la empresa. • Examinar, aprobar o reprobar los balances de fin de ejercicio que rinde el administrador. • Elegir remover al administrador y fijar la remuneración que correspondan a los demás empleados. 	

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA	
COVER CAR SRL	
	
DATOS DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Administrador
Nivel estructural	Nivel Estratégico
Cargo a quien reporta	Socios
Cargos que le reportan	Técnico metalúrgico, encargado de ventas, costurero.
REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación académica	Licenciado en administración de empresas, o ramas afines.
Años de experiencia	1 a 2 años en cargos similares
Capacidades	Conocimiento indispensable en el área de manejo de personal, contabilidad y estrategias de mercado. Debe tener liderazgo, ser una persona con alto grado de responsabilidad y enfocada a resultados. De igual forma, debe ser una persona que pueda resolver problemas.
OBJETIVO DEL PUESTO	
Planificar, organizar, dirigir y controlar cada una de las áreas que compone la empresa Cover Car además de garantizar la eficiencia, productividad y desempeño general de la empresa asegurando el buen funcionamiento de la misma.	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el correcto funcionamiento de las actividades dentro de la empresa. • Buscar e instaurar alianzas estratégicas con proveedores y concesionarias para un beneficio mutuo. • Desarrollar actividades de marketing tradicional y digital para lograr mayor presencia en el mercado • Supervisar las actividades de los empleados, para asegurar que cumplan con los estándares de calidad que en la elaboración de los garajes retractiles. • Realizar los pagos al personal de trabajo y a proveedores de materia prima. 	

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA	
COVER CAR SRL	
	
DATOS DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Técnico metalúrgico
Nivel estructural	Nivel operativo
Cargo a quien reporta	Administrador
Cargos que le reportan	Ayudante
REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación académica	Técnico superior en metalurgia
Años de experiencia	2 a 3 años en cargos similares
Capacidades	Conocimiento del manejo de material metálico, estructuras, capacidad de trabajo bajo presión, liderazgo.
OBJETIVO DEL PUESTO	
Garantizar la elaboración de las estructuras metálicas de manera eficiente.	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el material de trabajo • Supervisar que los ayudantes realicen sus tareas de manera correcta. • Realizar medidas y corte del material metálico. • Instalación de los garajes a domicilio. 	

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA	
COVER CAR SRL	
	
DATOS DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Encargado/a de ventas
Nivel estructural	Nivel operativo
Cargo a quien reporta	Administrador
Cargos que le reportan	Ninguno
REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación académica	Técnico medio en marketing y ventas, técnico superior en contabilidad.
Años de experiencia	2 a 3 años en cargos similares
Capacidades	Conocimiento del manejo de paquetes de computación, manejo de redes sociales, conocimiento de leyes tributarias.
OBJETIVO DEL PUESTO	
Garantizar la elaboración de las estructuras metálicas de manera eficiente.	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente. • Recepción de pedidos. • Contestar el teléfono. • Realizar la contabilidad de la empresa. • Limpieza en su área de trabajo. 	

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA	
COVER CAR SRL	
	
DATOS DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Costurero/a
Nivel estructural	Nivel operativo
Cargo a quien reporta	Administrador
Cargos que le reportan	Operador
REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación académica	Técnico medio en corte y confección industrial
Años de experiencia	2 a 3 años en cargos similares
Capacidades	Manejo de máquina de costurar eléctrica, capacidad de trabajo bajo presión, que sea organizado en su área, rapidez al ejecutar sus tareas.
OBJETIVO DEL PUESTO	
Garantizar la cubierta de la estructura del garaje.	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la medida de la tela • Corte de la tela. • Supervisar al operario sobre la costura que cumpla con la calidad requerida. 	

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA	
COVER CAR SRL	
	
DATOS DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Ayudante
Nivel estructural	Nivel operativo
Cargo a quien reporta	Técnico metalúrgico
Cargos que le reportan	Ninguno
REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación académica	Técnico medio en metalúrgica
Años de experiencia	2 a 3 años en cargos similares
Capacidades	Trabajo bajo presión, ordenado en su puesto
OBJETIVO DEL PUESTO	
Colaborar con la elaboración de la estructura metálica	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Cortado y doblado del material metálico • Pintado de la estructura metálica • Colaborar al técnico metalúrgico en la instalación de los garajes retractiles. • Limpieza y orden en su área de trabajo. 	

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA	
COVER CAR SRL	
	
DATOS DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Operario
Nivel estructural	Nivel operativo
Cargo a quien reporta	Técnico en corte y confección
Cargos que le reportan	Ninguno
REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación académica	Técnico medio en corte y confección industrial
Años de experiencia	2 a 3 años en cargos similares
Capacidades	Manejo de máquina de costurar eléctrica, capacidad de trabajo bajo presión, que sea organizado en su área, rapidez al ejecutar sus tareas.
OBJETIVO DEL PUESTO	
Realizar los patrones para corte en la tela y supervisar al ayudante	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la costura de la tela de manera eficiente • Limpiar su área de trabajo. 	

7.2.3 Proceso de Integración del Personal

- Reclutamiento: Para esta esta etapa se acudirá a fuentes externas, se realizará convocatorias mediante paginas especializadas en materia laboral.
- Selección: Para la selección se tomará en cuenta el manual de funciones donde esta especificado las características que deben tener los postulantes para los distintos cargos.

- Determinación de salarios y beneficios: se cumplirá con el salario mínimo nacional y los beneficios estipulados por ley.
- Orientación y adaptación profesional: en esta etapa se hará una inducción al personal.
- Bienvenida a la empresa y firma de contrato, Se debe dar la información clave sobre la empresa y las funciones del nuevo colaborador, posteriormente se realiza un recorrido por los distintos ambientes de la empresa hasta llegar a su puesto de trabajo, después se brinda información detallada sobre las políticas y procedimientos de la empresa Cover car y finalmente la presentación con el resto del personal.
- Entrenamiento del personal: se capacitará al personal sobre atención al cliente y gestión de la calidad.
- Evaluación de desempeño: la evaluación al desempeño la realizara el administrador de la empresa de manera mensual, enfocándose principalmente al trabajo en estándares de calidad que la empresa requiere.

Administración de Sueldos y Salarios

7.2.4 Escala Salarial

Tabla 57

Salarios

Aportes patronales	Porcentaje %	Aportes laborales	Porcentaje %
Prima por riesgo profesional	1,71	Cotización Mensual	10
Aporte patronal para Fondo vivienda	2	Prima por riesgo común	1,71
Aporte patronal para fondo solidario	3	Comisión	0,5

C.N.S. Seguro a Corto Plazo	10	Aporte solidario del asegurado	0,5
Total	16,71		12,71

Tabla 58*Aportes Patronales*

N°	Cargo	Número de trabajadores	Salario (Bs)
1	Administrador	1	3.500
2	Técnico metalúrgico	1	3.000
3	Ayudante	2	4.800
4	Costurero	1	2.400
5	Operario	1	2.400
6	Encargada de ventas	1	2.400
	Total	7	18.500

7.2.5 Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios**Tabla 59***Planilla de Sueldos*

cargo	dias de trabajo	haber basico	aporte laboral 12,71%	aporte patronal 16,71	liquido pagable mensual	total ganado	aguinaldo	total ganado anual
Administrador	30	4.000	508	668	3.492	4.668	4.000	60.021
Técnico metalúrgico	30	3.500	445	585	3.055	4.085	3.500	52.518
encargado de ventas	30	2.500	318	418	2.182	2.918	2.500	37.513
costurero	30	2.500	318	418	2.182	2.918	2.500	37.513

Operario	30	2.400	305	401	2.095	2.801	2.400	36.012
ayudante 1	30	2.400	305	401	2.095	2.801	2.400	36.012
ayudante 2	30	2.400	305	401	2.095	2.801	2.400	36.012
Total		19.700,00	2.504	3.292	17.196	22.992	19.700	295.602

7.2. Marco Legal de la Organización

7.3.1 Obligaciones Fiscales

7.3.1.1 Alcaldía Municipal

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

- Formulario de inspección (declaración jurada)
- Fotocopia de cedula de identidad del propietario y/o representante legal (actualizado).
- Fotocopia del NIT
- Autorización de tráfico y transporte del municipio (señalización de entrada y salida de vehículos).
- Informe técnico emitido por la dirección del MEDIO AMBIENTE.
- Plano.

7.3.1.2 Servicio de Impuestos Nacionales

La empresa debe inscribirse al Padrón Nacional de Contribuyentes para obtener el NIT (Número de Identificación Tributaria) y poder funcionar legalmente bajo el Régimen General.

Requisitos:

- Testimonio de Constitución de sociedad/Personería Jurídica/Acta de Asamblea debidamente notariada.
- Poder Notariado que establezca las facultades del Representante Legal de la entidad.
- Documento de identidad vigente del Representante Legal.

- Facturas de luz o aviso de cobranza emitidos en los últimos 60 días del Domicilio Fiscal de la Entidad y del Domicilio Habitual del Representante Legal.
- Croquis del Domicilio Fiscal de la Entidad y del Domicilio Habitual del representante legal.

7.3.1.3 SEPREC (*Servicio Plurinacional de Registro de Comercio*)

La sociedad de responsabilidad limitada, es aquella cuyo capital está integrado por cuotas de capital no representadas por títulos negociables, cuyo giro se efectúa bajo una razón social o denominación, seguido del aditamento «Sociedad de Responsabilidad Limitada», o su abreviatura «S.R.L.», o, la palabra «Limitada» o la abreviatura «Ltda.», en las que la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario.

Reserva de Nombre: La reserva de nombre para S.R.L., Sociedad Colectiva y Sociedad en Comandita Simple es de 10 días hábiles.

REQUISITOS DE FORMA PRESENCIAL:

- Formulario web de Solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado por el representante legal y con aprobación vía ciudadanía digital.
- Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
- Cancelar el costo para Publicación in extenso del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio
- Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea. Si el representante legal es extranjero, a momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF el documento que acredite la radicatoria en el país (únicamente para verificación), debiendo constar en el mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanencia temporal de un año,

permanencia temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañando una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso, puede también cargar en formato PDF certificación extendida por la Autoridad Migratoria Nacional.

- En caso de ser sociedad regulada por Ley, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF la autorización emitida por el ente regulador.

REQUISITOS TRÁMITE VIRTUAL:

- Formulario web de Solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado por el representante legal y con aprobación vía ciudadanía digital.
- Cargar en formato PDF el Testimonio de escritura pública de constitución social con firma digital del Notario de Fe Pública. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
- Cancelar el costo para Publicación in extenso del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio.
- Cargar en formato PDF Testimonio de poder del representante legal con firma digital del Notario de Fe Pública, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea. Si el representante legal es extranjero, a momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF el documento que acredite la radicatoria en el país (únicamente para verificación), debiendo constar en el mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanencia temporal de un año, permanencia temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañando una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso, puede también cargar en formato PDF certificación extendida por la Autoridad Migratoria Nacional.

- En caso de ser sociedad regulada por Ley, a momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF de la autorización emitida por el ente regulador.

Costo

S.R.L./Soc. Colectiva y en Comandita Simple: Bs. 455. (Cuatrocientos Cincuenta y Cinco 00/100 bolivianos)

Publicación en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio: Bs. 192 (Ciento noventa y dos 00/100 bolivianos)

7.3.1.4 Gestora Pública de la Seguridad Social a Largo Plazo.

Llenando el Formulario de Registro electrónico del Empleador por cualquiera de los canales que la Gestora ha puesto a disposición de la población:

- Oficina virtual de la Gestora ingresando a la Página web: www.gestora.bo.
- Plataformas de Atención al Cliente de las oficinas regionales a nivel nacional. Adjuntando en forma física o digital la siguiente documentación:
 - Documento de Identidad del representante legal de la empresa.
 - Poder del representante legal de la empresa.
 - Documentos que respalden el tipo de identificación del Empleador.
 - Croquis de la ubicación de la empresa.

7.3.1.5 Ministerio de Trabajo

Todas las empresas de Bolivia, 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 obtener el Certificado de Inscripción en el Registro Obligatorio de Empleadores, el trámite se lo realiza a través de la Oficina virtual de Trámites y para emplear el sistema se requiere:

1. Contar con conexión a Internet.
2. Tener una cuenta de correo electrónico.

3. Contar con NIT, para ingresar a la plataforma debe emplear los datos del NIT, usuario y contraseña otorgados por el Servicio Nacional de Impuestos.
4. Para el caso de las empresas contar con Matrícula de Comercio (SEPREC).

El costo del trámite es gratuito y de manera inmediata, en donde el empleador debe realizar la llenando los datos solicitados por el sistema, después el Jefe Departamental correspondiente realizará la firma digital del certificado, y finalmente el empleador recibirá el documento firmado a través de correo electrónico y por el sistema, no es necesario que visite oficinas del Ministerio.

7.3.1.6 Caja Nacional de Salud

La Caja Nacional de Salud afilia al empleador y al trabajador para que su personal acuda en caso de enfermedades y accidentes comunes que no necesariamente tienen relación con la actividad laboral ni las condiciones de trabajo, los requisitos son los siguientes: Requisitos para la afiliación de empresas:

- Formulario AVC-01 (FIRMA Y SELLO) Bs. 5,00.
- Formulario AVC-02 (PRESENTAR EN BLANCO) Bs. 5,00.
- Formulario RCI-1A COMP. DE PAGO MENSUAL Bs. 3,00.
- Balance de Apertura.
- Fotocopia del NIT.
- Planillas de sueldos en 5 ejemplares.
- Fotocopia de Carnet de Identidad del representante legal o propietario.
- Licencia de funcionamiento de SEPREC o del GAMT.
- Fotocopia de servicios básicos de Agua o Luz del domicilio de la empresa.
- Croquis de domicilio. En caso de sociedades:
- Testimonio de constitución de la empresa.
- Poder notariado del representante legal.

Requisitos para la afiliación del trabajador:

- Formulario AVC-04 correctamente llenado, sellado y firmado por el Empleador (No llenar la casilla N°4).
- Formulario AVC-05 (sin llenar).
- Certificado de Nacimiento Original.

- Fotocopia de Cédula de Identidad.
- Última Boleta de Pago o Planilla de Salarios o Contrato de Trabajo
- Examen Pre-Ocupacional (Favor llenar con máquina de escribir o computadora)

7.3.2. Presupuesto de Gastos de Organización

EL presupuesto para gastos de organización se muestra a detalle en la siguiente tabla:

Tabla 60

Gastos de Organización

N°	Descripción	Bs.
1	Caja nacional de salud	163
2	Ministerio de Trabajo	0
3	Gestora Pública	10
4	Seprec	647
5	Servicio de Impuestos Nacionales	580
6	Gobierno Autónomo Municipal	320
	Total	1.720

CAPÍTULO 8
PLAN FINANCIERO

8. Plan Financiero

Un plan financiero es una parte importante de un plan de negocios, recopila información cada área funcional de una empresa y se cuantifica como unidad monetaria.

El análisis financiero ayudará a determinar la viabilidad de una empresa si cumple con las siguientes condiciones rentabilidad, solvencia y condiciones de liquidez necesarias.

También se detalla la estructura de inversión requerida para su implementación se determina los costos de producción y el precio del producto para pronosticar los ingresos esperados para la empresa, así decidir invertir en este plan de negocio.

8.1 Objetivos Del Área Financiera

Objetivo General

- Determinar la viabilidad económica y financiera de la empresa Cover Car a través de los indicadores financieros.

Objetivos Específicos

- Establecer la inversión inicial, capital de trabajo, inversión diferida y la inversión en activos fijos para la empresa Cover Car.
- Determinar los ingresos futuros y los costos necesarios para poner en funcionamiento la empresa Cover Car.
- Fijar la estructura de financiamiento para la apertura de la empresa Cover Car.
- Realizar el flujo de caja o fondos del negocio que se pretende implementar para determinar los ingresos y egresos futuros que tendrá la empresa Cover Car.
- Analizar los indicadores de evaluación de inversiones de la empresa Cover Car a través del VAN, TIR, B/C, PRI y Punto de equilibrio.

8.2 Inversión

Para la puesta en marcha de la empresa Cover Car dedicada a la elaboración de garajes retráctil es necesario considerar las inversiones en activos fijos, inversión diferida y el capital de trabajo.

La inversión en activos fijos estará compuesta por un vehículo (camioneta), muebles y enseres, equipo de computación, maquinaria y herramientas que son necesarios para poner en marcha el funcionamiento de la empresa Cover Car.

8.2.1 Inversión en Vehículo

La empresa Cover Car contará con un vehículo que será utilizado para transportar los garajes retráctiles, para su instalación en los domicilios, así también para el transporte de material necesario de la empresa.

Tabla 61

Vehículo

N°	Detalle	Cantidad	Precio Unit. en (Bs)	Precio Total (Bs)
1	Camioneta Foton Midi Cabina Simple	1	98.000	98.000

8.2.3 Inversión en Maquinaria y Equipo

Tabla 62

Maquinaria y Herramientas para Costura

N°	MAQUINARIA PARA COSTURA	Cantidad	Precio unitario (Bs)	Precio total (Bs)
1	Máquina industrial de coser	1	3800	3800

	HERRAMIENTAS DE COSTURA			
2	Tijeras	3	50	150
3	Cinta métrica	3	15	30
4	Juego reglas de madera	1	250	250
5	Moldes	4	75	300
	Total		4.190	4.530

Tabla 63*Maquinaria y Herramientas para Estructura*

N°	MAQUINARIA PARA LA ESTRUCTURA METÁLICA	Cantidad	Precio unitario (Bs)	Precio total (Bs)
1	Máquina de soldar en arco bambozi 250 amperios.	1	1.700	1.700
2	Dobladora de tubo brasilra.	1	1.400	1.400
3	Taladro de mano.	2	1.500	3.000
4	Soplete para pintura .	1	200	200
5	Manguera de aire.	12	25	300
6	Taladro de banco.	1	1.700	1.700

HERRAMIENTAS DE MANO				
7	Alicates.	2	20	40
8	Juego de destornilladores.	1	70	70
9	Martillos pequeños.	2	25	50
10	Juego de llave de tubos.	1	120	120
11	Flex (metro)	2	15	30
12	Compresora de 100 libras.	1	4.000	4.000
	Total		10.775	12.610

La empresa Cover Car requerirá una inversión de Bs.17.140 en maquinaria y herramientas en sus dos áreas de metálica y costura para su implementación. Como se detalla en la tabla N°64.

Tabla 64

Inversión Total

N°	DESCRIPCIÓN	Total
1	Maquinaria para la estructura metálica	4.530
2	Maquinaria para costura	12.670
	Inversión total en maquinaria y herramientas	17.140

Para la el funcionamiento administrativo, la empresa Cover Car requerirá una inversión de Bs. 11.300 como se detalla en la tabla N° 65.

Tabla 65*Total Función Administrativa*

N°	Material de oficina	Cantidad	Precio Unitario (Bs)	Precio Total (Bs)
1	Escritorio	2	500	1000
2	Silla ejecutiva	2	500	1000
3	Computadora	1	5000	5000
4	Tablet	1	2000	2000
5	Impresora	1	2000	2000
6	Sillas	2	100	200
7	Material de escritorio	1	500	500
Total			10.600	11.700

8.2.4 Inversión total de en activos fijos

El total de la inversión en activos fijos que requerirá la empresa Cover Car S.R.L. es de Bs.126.840.

Tabla 66*Inversión Total en Activos Fijos*

Total, inversión activos fijos	Total
Camioneta Foton Midi Cabina Simple	98.000
Inversión total en maquinaria y herramientas	17.140
Muebles y equipo de computación	11.700
TOTAL, INVERSIÓN REQUERIDA	126.840

8.2.5 Inversión Diferida

Este tipo de inversión se refiere a inversiones en activos intangibles necesarios para iniciar un negocio, que no están sujetos a desgaste físico por su naturaleza intangible, como son los gastos de organización que ascienden a Bs. 1.720 y se desglosa en la tabla N° 67.

Tabla 67

Inversión diferida

N°	Descripción	Bs.
1	Caja nacional de salud	163
2	Ministerio de Trabajo	0
3	Gestora Pública	10
4	Seprec	647
5	Servicio de Impuestos Nacionales	580
6	Gobierno Autónomo Municipal	320
	Total	1720

8.2.6 Inversión en Capital de trabajo

Se entiende por capital de trabajo a la cantidad necesaria de recursos con los que una empresa puede contar a corto plazo para dar inicio a sus operaciones con normalidad, por ello, la empresa Cover Car considerará como capital de trabajo sueldos y salarios, servicios básicos, alquileres, gastos de comercialización.

Tabla 68

Capital de Trabajo.

N°	Capital de Trabajo	Total
1	Sueldos y salarios	22.992
2	Servicios básicos	730
3	Gastos de comercialización	957,5
4	Gastos administrativos (alquiler)	4.000

N°	Capital de Trabajo	Total
5	Material e insumos	128.805
	Total, capital de trabajo	157.485

8.2.7 Inversión Total Requerida

En la siguiente tabla se muestra el detalle de la inversión inicial.

Tabla 69

Inversión Inicial

N°	Descripción	Total
1	Inversión fija	126.840
2	Inversión diferida	1.720
3	Capital de trabajo	157.485
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL		286.045

8.2.8 Depreciación de Activos

A continuación, se muestra la depreciación de los diferentes activos con los que cuenta la empresa Cover Car S.R.L.

Tabla 70

Depreciación de Activos

N°	Activos fijos	Monto	Vida útil	Tasa de depreciación	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor residual
		Bs.	Años	%	Bs.	5 años	Bs.
1	Vehículo	98.000	5	20	19600	98000	0
2	Muebles y enseres	6700	10	10	670	3350	3.350
3	Equipo de computación	5000	4	25	1250	-1250	6.250

N°	Activos fijos	Monto	Vida útil	Tasa de depreciación	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor residual
		Bs.	Años	%	Bs.	5 años	Bs.
4	Maquinaria	16.100	8	12,5	2012,5	7285	8.815
5	Herramientas	1040	4	25	260	1300	-260
	Total, inversión requerida	126.840			23.792,5		18.155

La inversión necesaria para la empresa Cover Car asciende a 286.045,1 Bs. el mismo que estará distribuido en aportes propios el 50% del total de la inversión, y el 50% será financiado mediante un préstamo bancario que adquirirá la empresa el detalle de esta estructura de financiamiento se puede apreciar en la tabla N° 71.

Tabla 71

Inversión Requerida

N°	PARTICIPACION %	100%	50% Socios	50% Financiamiento
1	Inversión fija	126.840	63.420	63.420
2	Inversión diferida	1.720	860	860
3	Capital de trabajo	157.485	78.742	78.742
TOTAL		286.045	143.022	143.022

8.2.9 Balance de Apertura.

BALANCE DE APERTURA
COVERCAR S.R.L.
Practicado al 30 de octubre de 2023
(Expresado en Bolivianos)

ACTIVOS		PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE		
Activo Disponible		PASIVO NO CORRIENTE		
Caja	156.747,87	157.485	Crédito Bancario 50%	63.420
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO		
Activo Fijo Intangible		Aporte Socios 50%		63.420
Inversión Diferida	1.720	1.720		
Activos Fijos Tangibles				
Vehículo	98.000			
Maquinaria y equipo	18.800			
Muebles y Enseres	6.700			
Herramientas	1.040	126.840		
TOTAL, ACTIVO		<u>286.045</u>	TOTAL PASIVO	<u>286.045</u>

8.2.10 Estructura de Inversión y Financiamiento.

8.10.1 Estructura de Inversión.

La empresa Cover Car al estar constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limitada en donde los socios participan en la misma a través de cuotas de capital y su responsabilidad se limita al valor de sus aportes, se contará con dos socios en donde, cada socio deberá aportar un monto de Bs. 78.742,55 cómo se puede apreciar en la tabla N° 63.

Tabla 72

Aporte de los Socios

N°	Socios	Aporte por socio Bs.	Porcentaje %
1	Socio 1	71.511,25	50%
2	Socio 2	71.511,25	50%
	TOTAL	143.022	100%

8.10.2 *Financiamiento.*

Se obtendrá el préstamo del 50% del total de la inversión Bs. 283007,87 el cual asciende a Bs. 141.503,935 a un interés del 11.5% a 5 años plazo (60 meses) que será financiado por el Banco de Desarrollo Productivo.

Se utilizará el método de amortización constante que sigue la siguiente formula:

$$M = K i (1 + i)^n / (1 + i)^n - 1$$

Donde:

M = Monto a pagar por período (capital e intereses)

K = Capital obtenido mediante préstamo

i = Interés anual

n = Plazo del crédito (años)

8.10.3 *Amortización*

Tabla 73

Amortización Constante

Método de Amortización Constante	
Valor del préstamo	143.022,50
Tasa de interés	11,50%
N	5
M	39.185,56

Tabla 74*Amortización Constante*

Año	Saldo Capital	Interés Capital	Amortización Deuda	Servicio
1	143.022,50	16.447,59	22.737,97	39.185,56
2	120.284,53	13.832,72	25.352,84	39.185,56
3	94.931,69	10.917,14	28.268,41	39.185,56
4	66.663,28	7.666,28	31.519,28	39.185,56
5	35.144,00	4.041,56	35.144,00	39.185,56
Total	0,00	52.905,29	143.022,50	195.927,79

8.2.11 ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO

8.2.11.1 *Proyección de costos anuales*

8.2.11.1.1 Proyección de incremento salarial.

El Salario Mínimo Nacional es la cantidad mínima de dinero que se le paga a un trabajador en el país y para realizar la proyección del SMN se empleará el método de regresión lineal tomando en cuenta los datos históricos desde el año 2014 hasta el año 2023 puesto que el comportamiento del incremento salarial en Bolivia muestra una línea de tendencia creciente como se muestra en el gráfico N° 18.

Gráfico 18 *Proyección del Salario Mínimo Nacional*



Una vez conocida la línea de tendencia se emplea el método de regresión lineal realizando los cálculos convenientes para este método como se puede apreciar en la tabla N° 76 para calcular los valores de “a” y “b”:

Tabla 75

Cálculo de los Valores

AÑO	TIEMPO	"SALARIO MÍNIMO NACIONAL	Y ²	X ²	X*Y
	X	Y			
2014	1	1.440,00	2073600	1	1440
2015	2	1.656,00	2742336	4	3312
2016	3	1.805,00	3258025	9	5415
2017	4	2.000,00	4000000	16	8000
2018	5	2.060,00	4243600	25	10300
2019	6	2.122,00	4502884	36	12732
2020	7	2.122,00	4502884	49	14854
2021	8	2.164,00	4682896	64	17312
2022	9	2.250,00	5062500	81	20250
2023	10	2.362,00	5579044	100	23620
TOTAL	55	19981	40647769	385	117235

Reemplazando

$$a = ((\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)) / (n(\sum X^2) - (\sum X)^2)$$

$$a = ((19981)(385) - (55)(117235)) / (10(385) - (55)^2)$$

$$a = 1508,8$$

$$b = (n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)) / (n(\sum X^2) - (\sum X)^2)$$

$$b = ((10)(117235) - (55)(19981)) / (10(385) - (55)^2)$$

$$b = 88,96363636$$

Habiendo encontrado los valores de “a” y “b”, se calcula la proyección del Salario Mínimo Nacional para los años 2024 al 2028 y el incremento salarial como se puede evidenciar en la tabla N° 67.

Tabla 76

Pronóstico del salario mínimo nacional y el porcentaje de variación

AÑO	TIEMPO	SALARIO MÍNIMO NACIONAL PROYECTADO	PORCENTAJE DE VARIACION
	X	$Ye=a + b (X)$	%
2024	11	2487,4	3,58%
2025	12	2576,363636	3,45%
2026	13	2665,327273	3,34%
2027	14	2754,290909	3,23%
2028	15	2843,254545	3,13%

Considerando esta proyección del salario mínimo nacional (SMN), se efectuará el cálculo del incremento salarial para la remuneración del personal de la empresa Cover Car para años futuros como se puede observar en la Tabla N°77.

Tabla 77

Cálculo de los sueldos y salarios aplicando porcentaje variación

Año	Porcentaje de variación	Incremento proyectado	Sueldos y salarios proyectados
2023			295.602,00
2024	3,58%	10.572,42	306.174,42
2025	3,45%	10.563,02	316.737,43
2026	3,34%	10.579,03	327.316,46
2027	3,23%	10.572,32	337.888,79
2028	3,13%	10.575,92	348.464,70

8.2.11.2 Determinación de los costos del producto

Para determinar los costos de producción de los garajes retráctiles es preciso establecer los costos fijos totales y costos variables totales unitarios.

8.2.11.3 Costos fijos

Tabla 78*Sumatoria de Costos Fijos*

Detalle	Costo anual (Bs)
Servicios básicos	10.440
Alquiler	48.000
Sueldos y salarios	295.602
Total	354.042

8.2.11.3.1 Proyección de Costos Fijos

Tabla 79*Proyección de Costos Fijo*

Proyección de costo fijo		Año				
Sumatoria de costos fijos		2024	2025	2026	2027	2028
Detalle	Costo anual					
Servicios básicos	10.440	10.440	10.440	10.440	10.440	10.440
Alquiler	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000
Sueldos y salarios	295.602	306.174	316.737	327.316	337.889	348.465
Total	354.042	364.614	375.177	385.756	396.329	406.905

8.2.11.3.2 Costo Fijo Unitario

Para conocer el Costo fijo unitario, utilizaremos la siguiente formula:

$$CFU = \frac{CFT}{Q}$$

$$CFU = \frac{354042}{1.440}$$

$$CFU = 246$$

El costo fijo Unitario es de Bs. 246.

8.2.11.3.3 *Costos Variables.***Tabla 80***Costos Variables*

Detalle	Costo anual (Bs)
Materia prima	1.545.667,20
Gastos de comercialización	11.490
Dotación de ropa de seguridad	2.385
Gastos de transporte	4800
Total	1.564.342,2

El costo variable para la empresa Cover Car es de Bs. 1.564.342,2

8.2.11.3.4 *Costo Variable Unitario*

$$CVU = \frac{(\text{COSTOS VARIABLES})}{(\text{UNIDADES PRODUCIDAS})}$$

$$CVU = \frac{1.564.342,2}{1.440}$$

$$CVU = 1.086$$

El costo variable unitario es de Bs. 1.086

8.2.11.3.5 *Proyección de Costos Variables***Tabla 81***Proyección de Costos Variables*

Año	Capacidad proyectada	Costo variable unitario (Bs)	Costo variable total (Bs)
2024	1.440	1.086	1.563.840
2025	1.512	1.086	1.642.032
2026	1.588	1.086	1.724.134
2027	1.667	1.086	1.810.340
2028	1.750	1.086	1.900.857

8.2.11.3.6 Costo Total

$$CT = CF + CV$$

$$CT = 354042 + 1.564.342,2$$

$$CT = 1.918.384,2$$

El costo total es de Bs. 1.864.649,20

8.2.11.3.7 Costo Total Unitario.

$$CTU = \frac{CT}{Q}$$

$$CTU = \frac{1.918.384,2}{1.440}$$

$$CTU = 1.332$$

El costo Total Unitario es de Bs. 1.332

8.3 Determinación Del Precio De Venta

Los socios de la empresa Cover Car desean obtener una utilidad del 20% para esto procederemos a calcular el precio de venta con la siguiente fórmula:

$$P = C * (1 + \% \text{rentabilidad})$$

Donde:

P= Precio de venta.

C= Costo de producción.

R= Rentabilidad o ganancia que se aspira a obtener con la venta del producto.

$$P = 1.332 * (1 + 0,20)$$

$$P = 1.332 * 1,20$$

$$P = 1.598$$

El precio de venta sin factura de cada garaje retráctil es de Bs. 1.598

8.3.9.1 Punto de equilibrio

$$PE = \frac{CF}{PV - CVU}$$

$$PE = \frac{354042}{1598 - 1086} = 692 \text{ unidades}$$

La cantidad a producir para no ganar ni perder dinero en la empresa es de 692 unidades de garajes retractiles por año.

8.3.9.2 Precio con Factura

$$Pvta = \frac{CTU (1 + r)}{1 - IVA - IT}$$

$$Pvta = \frac{1.332 (1 + 0.20)}{1 - 0.13 - 0.03}$$

$$Pvta = 1903$$

El precio final más impuestos es de Bs. 2.903 para cada Garaje retráctil.

8.4 Proyección de los Ingresos

Para la proyección de ingresos se trabajó con la demanda proyectada, con el precio de venta de con factura que es de 2004 Bs como se muestra en la tabla N° 82.

Tabla 82

Proyección de Ingresos

Año	Demanda	Precio De Venta (Bs.)	Proyección
2024	1.207	1.903	2.296.143
2025	1.325	1.903	2.521.165
2026	1.455	1.903	2.768.240
2027	1.597	1.903	3.039.527
2028	1.754	1.903	3.337.401

8.5 Flujos De Caja

El flujo de caja esperado es una estimación del dinero que se espera que ingrese y que egrese del negocio, incluye todos los ingresos y costos proyectados en los que pueda incurrir el negocio, por lo tanto, se realiza la proyección del flujo de caja para la empresa Cover Car por un lapso de tiempo de cinco años como se puede apreciar en la tabla N°83.

Tabla 83

Flujo de Caja Esperado

FLUJO DE CAJA ESPERADO

(Expresado en Bs.)

Detalle	Inversión	Años				
	Año base	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos de efectivo		2.296.143	2.521.165	2.768.240	3.039.527	3.337.401
(+) Ingresos por ventas		2.296.143	2.521.165	2.768.240	3.039.527	3.355.556
(+) Valor residual						18.155
Egresos de efectivo		2.122.206	2.183.959	2.254.337	2.327.758	2.402.713
(-) Inversión fija	-126.840,00					
(-) Inversión diferida	-1.720,00					
(-) Capital de trabajo	-157.485,10					
(-) Costo variable		1.563.840	1.642.032	1.724.134	1.810.340	1.900.857
(-) Costo fijo		354.042	364.614	375.177	385.756	396.329
IVA		95.199	114.287	135.734	159.794	186.751
IT		68.884	25.400	-15.417	-59.591	-109.058
(-) Intereses		16.448	13.833	10.917	7.666	4.042
(-) Depreciación		23.793	23.793	23.793	23.793	23.793
UTILIDADES ANTES DE INT. E IMPUESTOS		173.938	337.206	513.902	711.769	952.843
(-) IUE (25%)		43.484	84.302	128.476	177.942	238.211
UTILIDAD NETA		130.453	252.905	385.427	533.826	714.632
(-) Amortización préstamo		22.738	25.353	28.268	31.519	35.144
(+) Depreciación		23.793	23.793	23.793	23.793	23.793
Flujo de caja neto	-286.045,10	131.508	251.345	380.951	526.100	703.281
Flujo de caja acumulado		131.508	382.852	763.803	1.289.903	1.993.183

8.6 Indicadores De Evaluación Del Negocio

Se toma en cuenta la tasa de actualización, siguiendo la siguiente fórmula.

$$K = (p1 \times ti1) + (p2 \times ti2)$$

Donde:

K = Costo ponderado del capital.

ti1 = Tasa de interés de la deuda.

ti2 = Tasa de rendimiento mínima esperada por el capital propio.

P = Porcentaje de participación.

Tabla 84

Tasa de actualización

Fuente	Monto	Participación porcentual	Costo anual	Ponderación
Deuda	143.022,55	50%= 0,50	ti ₁ =11,5%=0,115	5,75%
Aporte	143.022,55	50%= 0,50	ti ₂ =6%=0,06	3%
Tasa de actualización	286.045,10			8,75%

8.6.9 VAN

El Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto es un indicador que mide el valor actual o presente de los flujos de efectivo netos considerando tanto los ingresos como los egresos. Para realizar el cálculo del VAN se utilizó la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{f_1}{(1+i)^{n1}} + \frac{f_2}{(1+i)^{n2}} + \frac{f_3}{(1+i)^{n3}} + \frac{f_4}{(1+i)^{n4}} + \frac{f_5}{(1+i)^{n5}} - I_0$$

$$VAN = \text{Bs. } 1.182.107,70$$

El monto representa la rentabilidad que el proyecto va a recibir en el futuro a una tasa de Actualización de 8,75% de un periodo determinado, en este caso se tiene una rentabilidad de Bs. 796.979,17 que recibirá la empresa Cover Car en el lapso de 5 años donde se recupera la inversión se cubren los costos y se obtienen utilidades.

8.6.10 TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es aquel tipo de descuento o actualización r , que hace igual a cero el VAN. Para su respectivo cálculo se utilizará la siguiente fórmula.

$$TIR = -D_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \frac{CF_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n}$$

$$TIR = 84\%$$

La TIR de la empresa Cover Car es el 84%, este porcentaje representa la tasa de rentabilidad que tendrá la empresa ya que es mayor a la tasa de actualización o costo de capital del proyecto y por lo tanto conviene invertir en este negocio.

8.6.11 PRI

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Dentro de esta fórmula:

a = año anterior inmediato al que se recupera la inversión.

b = inversión inicial del negocio.

c = flujo de efectivo acumulado del año anterior inmediato al que se recupera la inversión.

d = flujo de efectivo del año exacto en el que se recupera la inversión.

$$PRI = 1 + \frac{(286.045,10 - 131.508)}{382.852}$$

$$PRI = 1,7$$

Para el flujo de caja esperado, la inversión se recuperará en un año y siete meses.

8.6.12 ROE

$$ROE = \frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Inversión}}$$

$$ROE = \frac{1.993.183}{286.045,10}$$

$$ROE = 6,96$$

:

Un ROE del 6.96% indica que, por cada unidad de capital propio invertido, la empresa está generando un retorno del 6.96% para sus accionistas.

8.6.13 COSTO BENEFICIO

$$\text{Costo – Beneficio (BCR)} = \frac{\text{Valor Presente Neto de Beneficios}}{\text{Valor Presente Neto de Costos}}$$

$$\text{Costo – Beneficio (BCR)} = \frac{10.762.817,57}{9.080.838,65}$$

$$\text{Costo – Beneficio (BCR)} = 1,20$$

Un BCR de 1.20 indica que, por cada unidad monetaria invertida en el proyecto, se espera obtener 1.20 unidades monetarias en beneficio netos se considera que el proyecto es viable, indica que los beneficios son un 20% mayores que los costos.

8.7 Análisis De Sensibilidad Del Negocio

Se le llama análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta, es decir, qué tan sensible es la TIR o la VAN ante cambios en determinadas variables de la inversión, considerando que las demás no cambian.

Para realizar este análisis se calculará nuevos flujos de caja tanto para el escenario pesimista como así mismo para el escenario optimista con la finalidad comparar los indicadores de evaluación de inversiones con una situación más probable.

8.7.1 Flujo de Caja Bajo un Escenario Pesimista

Para el análisis de escenario pesimista se tomará en cuenta la sensibilidad que tiene la VAN, TIR como también los demás indicadores al cambio de tres variables que se consideraron importantes en este escenario tomamos las variables; ventas, costos de materia prima e intereses. Como se muestran en la tabla N° 85

Tabla 85*Porcentaje de cambio en las variables*

VARIABLE	%
Ventas	Bajan 10%
Costos Variables	Suben 10%
Intereses	Suben 5%

Tabla 86*Flujo de caja Pesimista*

**FLUJO DE CAJA PARA UN ESCENARIO PESIMISTA
(Expresado en Bs.)**

Detalle	Inversión	Años				
		Año base	2024	2025	2026	2027
Ingresos de efectivo		2.066.528,9 9	2.269.048,8 4	2.491.415,6 2	2.735.574,3 5	3.003.660,6 4
(+) Ingresos por ventas		2.066.528,9 9	2.269.048,8 4	2.491.415,6 2	2.735.574,3 5	3.003.660,6 4
(+) Valor residual						18.155,00
Egresos de efectivo		2.222.161,1 2	2.370.082,0 2	2.471.445,3 4	2.562.636,7 4	2.652.678,3 6
(-) Inversión fija	-126.840,00					
(-) Inversión diferida	-1.720,00					
(-) Capital de trabajo	-157.485,10					
(-) Costo variable		1.720.224,0 0	1.806.235,2 0	1.896.546,9 6	1.991.374,3 1	2.090.943,0 2
(-) Costo fijo		354.042,00	364.614,00	375.177,00	385.756,00	396.329,00
IVA		45.019,65	60.165,77	77.332,93	96.746,01	118.653,29
IT		61.995,87	100.903,90	87.254,16	57.003,30	18.761,47
(-) Intereses		17.086,60	14.370,14	11.341,29	7.964,12	4.198,58
(-) Depreciación		23.793,00	23.793,00	23.793,00	23.793,00	23.793,00
UTILIDADES ANTES DE INT. E IMPUESTOS		-155.632,13	-101.033,18	19.970,28	172.937,62	350.982,28
(-) IUE (25%)		-38.908,03	-25.258,30	4.992,57	43.234,40	87.745,57
UTILIDAD NETA		-116.724,09	-75.774,89	14.977,71	129.703,21	263.236,71
(-) Amortización préstamo		22.738,00	25.353,00	28.268,00	31.519,00	35.144,00
(+) Depreciación		23.793,00	23.793,00	23.793,00	23.793,00	23.793,00
Flujo de caja neto	-286.045,10	-115.669,09	-77.334,89	10.502,71	121.977,21	251.885,71
Flujo de caja acumulado		-116.724,09	-194.058,98	-183.556,27	-61.579,06	190.306,65

VAN	Bs234.977,03	-
TIR		-5%

8.7.2 Flujo de caja bajo un escenario Optimista

Para el análisis de escenario pesimista se tomará en cuenta la sensibilidad que tiene la VAN, TIR como también los demás indicadores al cambio de tres variables que se consideraron importantes en este escenario tomamos las variables; ventas, costos de materia prima e intereses. Como se muestran en la tabla N° 87

Tabla 87
Porcentaje de cambio en las variables

Variable	%
Ventas	Suben 10%
Costos Variables	Bajan 10%
Intereses	Bajan 5%

Tabla 88

Flujo de caja optimista

FLUJO DE CAJA PARA UN ESCENARIO OPTIMISTA**(Expresado en Bs.)**

Detalle	Inversión	Años				
	Año base	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos de efectivo		2.525.757,30	2.773.281,50	3.045.064,00	3.343.479,70	3.671.141,10
(+) Ingresos por ventas		2.525.757,30	2.773.281,50	3.045.064,00	3.343.479,70	3.671.141,10
(+) Valor residual						18.155,00
Egresos de efectivo		2.022.068,49	2.047.786,00	2.155.196,39	2.268.980,28	2.389.581,27
(-) Inversión fija	- 126.840,00					
(-) Inversión diferida	-1.720,00					
(-) Capital de trabajo	- 157.485,10					
(-) Costo variable		1.407.456,00	1.477.828,80	1.551.720,60	1.629.306,00	1.710.771,30
(-) Costo fijo		354.042,00	364.614,00	375.177,00	385.756,00	396.329,00
IVA		145.379,17	168.408,85	194.134,64	222.842,58	254.848,07
IT		75.772,72	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Intereses		15625,6	13141,35	10371,15	7282,7	3839,9
(-) Depreciación		23.793,00	23.793,00	23.793,00	23.793,00	23.793,00
UTILIDADES ANTES DE INT. E IMPUESTOS		503.688,81	725.495,50	889.867,61	1.074.499,42	1.281.559,83
(-) IUE (25%)		125.922,20	181.373,87	222.466,90	268.624,85	320.389,96
UTILIDAD NETA		377.766,61	544.121,62	667.400,71	805.874,56	961.169,87
(-) Amortización préstamo		22.738,00	25.353,00	28.268,00	31.519,00	35.144,00
(+) Depreciación		23.793,00	23.793,00	23.793,00	23.793,00	23.793,00
Flujo de caja neto	- 286.045,10	378.821,61	542.561,62	662.925,71	798.148,56	949.818,87
Flujo de caja acumulado		377.766,61	920.328,23	1.583.253,94	2.381.402,50	3.331.221,37

VAN	Bs1.617.198,21
TIR	162%

8.7.3 Análisis de indicadores financieros

En la siguiente tabla se muestra los diferentes indicadores financieros para las distintas demandas:

Tabla 89

Indicadores de Evaluación de Inversiones

N°	Detalle	Escenario		
		ESPERADO	PESIMISTA	OPTIMISTA
1	VAN	Bs. 1.182.107,70	-Bs234.977,03	Bs1.617.198,21
2	TIR	84%	-5%	162%
3	PRI	1,7	4,6	0,3

Valor Actual Neto (VAN):

- Escenario Esperado (Bs. 1.182.107,70): Este es el resultado principal esperado del proyecto.
- Escenario Pesimista (Bs. -234.977,03): En un escenario pesimista, el VAN es negativo, indicando que el proyecto podría no ser rentable. Esto podría deberse a una disminución significativa en los flujos de efectivo o a un aumento en los costos.
- Escenario Optimista (Bs. 1.617.198,21): En el escenario optimista, el VAN es considerablemente alto, lo que sugiere un fuerte potencial de rentabilidad. Esto podría deberse a un aumento significativo en los ingresos o a una reducción en los costos.

Tasa Interna de Retorno (TIR):

- Escenario Esperado (84%): La TIR del 84% indica una tasa de rendimiento sólida y atractiva para el proyecto.
- Escenario Pesimista (-5%): Una TIR negativa en el escenario pesimista sugiere que el proyecto puede no ser rentable en ese caso. Esto podría deberse a fuertes pérdidas o costos elevados.

- Escenario Optimista (162%): Una TIR del 162% en el escenario optimista señala un rendimiento excepcionalmente alto. Esto puede indicar una gran rentabilidad debido a mayores ingresos o menores costos.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI):

- Escenario Esperado (1,7 años): Un PRI de 1,7 años sugiere que la inversión inicial se recupera en aproximadamente 1,7 años.
- Escenario Pesimista (4,6 años): Un PRI de 4,6 años indica que, en el escenario pesimista, la recuperación de la inversión podría llevar más tiempo debido a una disminución en los flujos de efectivo.
- Escenario Optimista (0,3 años): Un PRI de 0,3 años en el escenario optimista sugiere una rápida recuperación de la inversión, posiblemente debido a ingresos sustanciales.

9 CONCLUSIONES

- Con la investigación de mercado se pudo evidenciar que existe una demanda potencial de personas que poseen un vehículo y que están dispuestas adquirir los garajes retráctiles con una aceptación de 49.1 % para la propuesta, lo que significa una captación de clientes.
- La investigación de mercado reveló una demanda potencial significativa entre propietarios de vehículos para la adquisición de garajes retráctiles. Se observó una sólida aceptación del 49.1%, indicando un interés sustancial por parte de los consumidores. Esta favorable respuesta sugiere una oportunidad concreta para captar clientes en este segmento de mercado y respalda la viabilidad de la propuesta de garajes retráctiles
- La investigación de mercados reveló una tendencia clara: la preferencia actual de las personas por productos que proporcionen una protección efectiva para sus vehículos. Este hallazgo presenta una excelente oportunidad de negocio, especialmente considerando el constante aumento en el parque automotor de la ciudad de Tarija
- El atractivo precio de venta, que es inferior al de la competencia, se presenta como un factor clave para lograr una mayor aceptación en el mercado potencial. Esta estrategia de precios competitivos no solo posiciona nuestro producto como una opción más accesible, sino que también potencia nuestra capacidad para captar una cuota significativa del mercado. La combinación de calidad, funcionalidad y un precio competitivo fortalecerá nuestra posición en el mercado.
- Habiéndose realizado el plan de negocios, se obtuvieron resultados favorables en los distintos escenarios a través de los indicadores que muestran que el negocio tiene potencial para ser puesto en marcha en la ciudad de Tarija provincia Cercado.
- Habiendo concluido el plan de negocios, los resultados obtenidos revelan de manera positiva el potencial del proyecto en diversos escenarios. Los indicadores demuestran que el negocio es viable y presenta oportunidades prometedoras para ser implementado con éxito en la ciudad de Tarija, provincia Cercado. Estos hallazgos respaldan la decisión de avanzar hacia la puesta en marcha del proyecto, destacando su factibilidad y perspectivas favorables en el mercado local.

10 RECOMENDACIONES.

- Se recomienda en un futuro, hacer envíos tanto al interior del departamento, como al interior del país, para esto contar con un manual de instalación ya que el personal de la empresa no podrá ir a instalar los garajes fuera de la provincia Cercado.
- Se sugiere considerar la expansión de los servicios de envío a áreas tanto dentro del departamento como en otras regiones del país en el futuro. Para facilitar esta iniciativa, se recomienda desarrollar un detallado manual de instalación. Dado que el personal de la empresa no estará disponible para realizar instalaciones fuera de la provincia Cercado, un manual exhaustivo permitirá a los clientes realizar la instalación por sí mismos, contribuyendo así a ampliar la cobertura geográfica de nuestros productos de garajes retráctiles.
- Se recomienda realizar estudios de mercado posteriores para para la implementación de garajes retráctiles para motocicletas de esta manera diversificar su producción.
- Se sugiere llevar a cabo estudios de mercado adicionales con el objetivo de evaluar la viabilidad de implementar garajes retráctiles específicamente diseñados para motocicletas. Esta propuesta busca diversificar la producción y atender una potencial demanda en este segmento del mercado. La realización de estudios posteriores permitirá obtener información más detallada sobre las preferencias y necesidades de los consumidores en relación con los garajes retráctiles para motocicletas, facilitando así una toma de decisiones fundamentada en la expansión y diversificación del negocio
- Se recomienda realizar garajes retráctiles a medida de esta manera satisfacer necesidades de clientes con vehículos más grandes.
- Se recomienda considerar la fabricación de garajes retráctiles personalizados para satisfacer las necesidades específicas de clientes con vehículos más grandes. Esta estrategia podría ampliar significativamente nuestro mercado objetivo al ofrecer soluciones adaptadas a diferentes tamaños de vehículos. La posibilidad de proporcionar garajes retráctiles a medida no solo mejoraría la satisfacción del cliente, sino que también fortalecería nuestra posición en el mercado al abordar una variedad más amplia de demandas y requisitos específicos de los usuarios.

- Se recomienda ampliar la gama de colores de los garajes retráctiles.
- Se sugiere la expansión de la gama de colores disponibles para los garajes retráctiles. Ofrecer una variedad más amplia de opciones de colores brindará a los clientes una mayor flexibilidad para personalizar su elección según sus preferencias estéticas y coordinar con el entorno. Esta mejora en la oferta de colores no solo aumentará la atractividad visual de los productos, sino que también puede tener un impacto positivo en la diferenciación de la marca y en la capacidad de satisfacer las preferencias individuales de los clientes, contribuyendo así a fortalecer la posición competitiva en el mercado
- Se recomienda tener un empaque para el producto, cuando se requiera mandar al interior del departamento o país.
- Se recomienda la implementación de un empaque para el producto, especialmente cuando sea necesario realizar envíos al interior del departamento o a otras regiones del país. La introducción de un embalaje adecuado no solo proporcionará protección durante el transporte, asegurando que los garajes retráctiles lleguen en condiciones óptimas, sino que también mejorará la presentación del producto al cliente. Un empaque cuidadosamente diseñado no solo brinda seguridad logística, sino que también contribuye a transmitir una imagen de calidad y profesionalismo, generando confianza en los clientes y facilitando el proceso de entrega a destinos fuera de la provincia Cercado.