

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN ADM 599
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
SERVICIO DE ALQUILER DE MOTOCICLETAS
EN LA CIUDAD DE TARIJA**

POR:

FERNANDO CIMAR ZENTENO CHICA

DOCENTE:

PhD. ROXANA ALEMAN CASTILLO

Proyecto de grado, presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTONOMA
JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado académico de
Licenciatura en Administración de Empresas.

TARIJA-BOLIVIA

V.B.

.....

Lic. Roxana Aleman Castillo

.....

M.Sc. Lic. Paul Antonio Bejarano Carrasco

.....

M.Sc. Lic. Víctor John Vaca Jerez

.....

Lic. Luis Enrique Gutierrez

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION
DE EMPRESAS**

Aprobado por:

.....

M.Sc. Lic. Fabián Romero Castellanos

DOCENTE TRIBUNAL

.....

MSc. Lic. Hernan Flores Rivera

DOCENTE TRIBUNAL

Dedico esta tesis a mis seres queridos,
cuyo apoyo y amor incondicional me
han permitido alcanzar este sueño mi
eterno agradecimiento.

Agradezco profundamente a mi familia y amigos por su apoyo incondicional, y a mis Docentes por su valiosa guía en este proyecto. Sin ustedes, esto no sería posible.

INDICE DE PRELIMINARES

Dedicación.....	I
Agradecimiento.....	II
Resumen ejecutivo.....	III

INDICE

Capítulo I

PERFIL DEL PROYECTO

1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	2
1.2.1. Justificación Científica.....	2
1.2.2. Justificación Social.....	2
1.2.3. Justificación Económica.....	2
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.3.1. Formulación del Problema.....	4
1.4. CONCEPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	4
1.5. OBJETIVOS.....	5
1.5.1. Objetivo General.....	5
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5
1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION.....	6
1.6.1. Fuentes De Información.....	6
1.6.2. Fuentes Secundarias.....	6
1.6.3. Métodos, Técnicas y Procedimientos.....	7

1.6.3.1. Técnicas y Procedimientos.....	7
1.6.4. Instrumentos.....	8
1.6.5. Medios.....	8
1.7. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.7.1. Limite sustantivo	9
1.7.2. Limite espacial	9
1.7.3. Límite temporal	9

Capítulo II

MARCO TEORICO

2.1. Conceptos Generales.....	10
2.1.1. Plan de negocio	11
2.1.2. Investigación de mercado.....	13
2.1.3. Análisis del entorno.....	16
2.1.4. Administración de empresas	19
2.1.5. Marketing	20
2.1.6. Finanzas.....	27

Capítulo III

ANÁLISIS DE ENTORNO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO

3.1. ANÁLISIS DE ENTORNO	33
3.1.1. ANÁLISIS DE MACROENTORNO.....	33
3.1.1.1. Factor político	33
3.1.1.2. Factor Económico	34
3.1.1.3. Factor Social.....	35

3.1.1.4. Factor Tecnológico.....	36
3.1.1.5. Factor Ambiental.....	37
3.1.2. ANÁLISIS DE MICROENTORNO	38
3.1.3. ANÁLISIS FODA.....	40
3.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO	42
3.2.1. Descripción del Negocio	42
3.2.2. JUSTIFICACION DE LA EMPRESA	43
3.2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL	44

Capítulo IV

PLAN DE MARKETING

4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	46
4.1.1. Proyecto de Investigación de Mercado	46
4.1.2. Diseño de Investigación	47
4.1.3. Prueba chi-cuadrada y V Cramer	69
4.1.4. Conclusiones de la investigación de mercado.....	71
4.2. FUNCIÓN DEL MARKETING	72
4.2.1. Segmentación de Mercado	72
4.2.3. Marketing Mix.....	73
4.2.4. Estrategias de Promoción	81

Capítulo V

PLAN DE OPERACIONES

5.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE OPERACIONES	83
5.1.1. Objetivo General	83

5.1.2. Objetivos Específicos.....	83
5.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DEL SERVICIO.....	83
5.2.1. Proceso del servicio.....	83
5.2.2. Flujograma del Proceso.....	84
5.3. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	85
5.3.1. Requerimiento de tecnología.....	85
5.4. ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS.....	85

Capítulo VI

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

6.1. OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS.....	87
6.1.1. Objetivo General	87
6.1.2. Objetivos específicos.....	87
6.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL	87
6.2.1. Estructura Organizacional.....	88
6.2.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones	88
6.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	92
6.3.1. Planilla de Sueldos y Salarios	92
6.4. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	94

Capítulo VII

PLAN FINANCIERO

7.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	97
7.1.1. Objetivo General	97
7.1.2. Objetivos específicos.....	97

7.2. ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL	97
7.2.1. Costo Unitario	99
7.3. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	99
7.4. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS	100
7.5. INGENIERÍA FINANCIERA.....	100
7.5.3. Estructura de Inversiones	100
7.5.4. Fuentes de Financiamiento.....	101
7.5.5. Estructura de Financiamiento.....	101
7.6. FLUJOS DE FONDOS	106
7.6.1. Flujo de caja proyectado	108
7.7. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO	110
7.7.1. VAN	110
7.7.2. TIR	110
7.8.3. B/C	110
7.8.4. PUNTO DE EQUILIBRIO FÍSICO Y MONETARIO.....	110
7.9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO	111

Capítulo VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones	112
8.2. Recomendaciones.....	114
BIBLIOGRAFÍA.....	115
ANEXOS.....	120

INDICE DE TABLAS

Tabla N.º 1 PESTEL.....	38
Tabla N.º 2 Análisis FODA.....	40
Tabla N.º 3 Población.....	47
Tabla N.º 4 Productos en alquiler.....	73
Tabla N.º 5 Alquiler por día.....	75
Tabla N.º 6 Alquiler por hora.....	75
Tabla N.º 7 Alquiler por semana.....	75
Tabla N.º 8 Alquiler en feriados.....	76
Tabla N.º 9 Procesos.....	78
Tabla N.º 10 Requerimiento de tecnología.....	85
Tabla N.º 11 Administración de inventarios.....	85
Tabla N.º 12 Manual de funciones del gerente general.....	88
Tabla N.º 13 Manual de funciones de encargado de atención al cliente y Marketing.....	89
Tabla N.º 14 Manual de funciones del encargado de logística.....	90
Tabla N.º 15 Planilla de sueldos y salarios.....	92
Tabla N.º. 16 Aporte patronal.....	93
Tabla N.º. 17 Estructura legal de la empresa.....	94

Tabla N°. 18 Activos fijos.....	97
Tabla N°. 19 Costos iniciales.....	98
Tabla N°. 20 Costo unitario.....	99
Tabla N°. 21 Precio de venta	99
Tabla N°. 22 Proyección de ingresos mensuales	100
Tabla N°. 23 Estructura de inversiones	100
Tabla N°. 24 Fuente de financiamiento.....	101
Tabla N°. 25 Plan de pagos de financiamiento bancario.....	102
Tabla N°. 26 Flujo de fondos.....	106
Tabla N°. 27 Flujo de caja proyectado.....	108

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Rango de edades.....	51
Figura 2 Ocupación.....	52
Figura 3 Tipo de motocicleta de preferencia	53
Figura 4 Características importantes en una motocicleta	54
Figura 5 Accesorios disponibles al alquilar una motocicleta	56
Figura 6 Precio razonable alquiler de motocicleta	57
Figura 7 Disposición a pagar por servicios extras	58

Figura 8 Forma de pago preferida.....	59
Figura 9 Retiro de motocicleta de alquiler	60
Figura 10 Frecuencia de visita a Tarija	61
Figura 11 Distrito o barrio de residencia	63
Figura 12 Importancia de ubicación del servicio de alquiler	64
Figura 13 Preferencia respecto a la información de nuevo servicio	66
Figura 14 Promociones atrayentes para adquirir el alquiler de motocicletas.....	68
Figura 15 Plano ilustrado de la infraestructura del negocio	80
Figura 16 Fachada del negocio	81
Figura 17 logotipo	82
Figura 18 Flujograma de procesos	84
Figura 19 Organigrama de la empresa “MOTOMANIA”	88
Figura 20 Punto de equilibrio.....	111

NOMINA DE ANEXOS

1. Encuesta
2. Resumen de procesamiento de casos
3. Cruce de variables