

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MODALIDAD: PROYECTO DE GRADO



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DE SERVICIO
DE “RENOVACIÓN DE LLANTAS”.

DOCENTE GUÍA: Lic. Adrián Silisque Mamani

ESTUDIANTES: Mamani Callizaya Leicy

Ibarra Ovando Sandra Mariluz

Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la “**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO**” como requisito para optar al grado académico de licenciatura en Administración de Empresas

2025

TARIJA – BOLIVIA

V” B”

M.Sc. Lic. Adrián Silisque Mamani

DOCENTE GUÍA

M.Sc. Lic. Bejarano Carrasco Paul Antonio

DECANO DE LA F.C.E.F.

M.Sc. Lic. Vaca Jerez Victor John

VICEDECANO DE LA F.C.E.F.

M.Sc. Lic. Gutiérrez Pérez Luis Enrique

**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

APROBADO POR:

M.Sc. Lic. Gerónimo Soto Raúl

DOCENTE TRIBUNAL

M.Sc Lic. Ruiz Cuevas Carlos Leonardo

DOCENTE TRIBUNAL

El tribunal calificador del presente proyecto de grado, no se solidariza con la forma, términos, modos o expresiones vertidas en el mismo, siendo esta responsabilidad de los autores.

Dedicatoria

El presente proyecto de grado académico queremos dedicarlo a:

Dios, por sostenernos en los momentos difíciles, por ser nuestra guía y luz en los días de oscuridad. Le agradecemos por fortalecernos y acompañarnos en toda esta trayectoria, porque en cada caída nos acompañó y nos ayudó a levantarnos con más fe que antes. Gracias le damos por ayudarnos a cumplir esta meta.

A nuestros padres: Gladdys Callizaya Canaza, Marcelina Ovando Almazán y Esperanzo Ibarra Arenas, gracias por su amor sincero y por ser ese pilar que nos sostiene y ese impulso que nos motivó a ser lo que somos. Gracias por enseñarnos a avanzar a pesar de las dificultades, por cada palabra de aliento, por creer en nosotras incluso cuando nosotras mismas dudábamos, gracias por enseñarnos a luchar sin rendirse. Esta meta no solo es mía, sino que es un pedacito de cada uno de ustedes que con su entrega y apoyo incondicional la hicieron posible.

A mis hermanos, Never Ovando, Licy Mamani y Radamel Mamani por acompañarnos y apoyarnos en todo el proceso, por sus pequeños gestos, sus palabras de aliento, recordándonos que no estábamos solas. También agradezco a mis cachorritos y gatitos, gracias por su compañía diaria y por llenarme de alegría en los momentos de estrés. Su amor incondicional fue un gran apoyo durante toda esta etapa.

A mis amigos, gracias por su apoyo constante, por animarme en los momentos difíciles y por celebrar conmigo cada logro. Su amistad hizo este camino mucho más llevadero y especial.

A nuestras parejas, Jhonathan Caihuara Alejandro y Nelson Urzagaste Gallardo gracias por sus apoyos, sus paciencias y sus comprensiones, por su amor incondicional, por creer en nosotras y motivarnos en cada paso. Gracias por no soltar nuestras manos cuando los días se tornaban difíciles y por ser parte de este proceso que hoy termina.

Agradecimiento

Queremos agradecer a Dios por darnos salud y permitirnos crecer académicamente en nuestras vidas; a nuestras familias, por su apoyo incondicional durante todo el trayecto; a nuestros docentes de carrera, quienes nos enseñaron y motivaron para lograr el objetivo propuesto; y, asimismo, a nuestro tutor guía Lic. Adrián Silisque Mamani, por su tiempo, sus enseñanzas, consejos y orientación.

Pensamiento

“Tendrás fracasos en tu vida, pero es lo que haces durante esas caídas lo que determina la altura a la que llegarás.”

Rahm Emanuel

Resumen Ejecutivo

El presente El presente proyecto de grado, titulado “Plan de Negocios para la Implementación de un Taller de Servicio de Renovación de Llantas en la Provincia de Yacuiba”, tiene como propósito demostrar la viabilidad técnica, económica y financiera de establecer una empresa dedicada al recauchutado de neumáticos, como una alternativa sostenible y rentable para el sector del transporte pesado y público en el sur de Bolivia.

La propuesta surge ante la necesidad de ofrecer soluciones económicas frente al alto costo de las llantas nuevas, consecuencia de la dependencia de importaciones y la inestabilidad económica nacional. El recauchutado permite extender la vida útil de los neumáticos, reduciendo los gastos operativos de los transportistas y contribuyendo a la preservación ambiental mediante la reutilización de materiales.

El análisis del entorno evidencia una demanda creciente y la ausencia de competidores directos en Yacuiba, lo que posiciona favorablemente al proyecto. El plan de marketing propone estrategias centradas en la calidad del servicio, precios accesibles, atención personalizada y promoción digital para fortalecer la presencia en el mercado.

El plan de producción establece un proceso técnico eficiente y sostenible, con ubicación estratégica y personal capacitado para garantizar calidad y cumplimiento de estándares. En el ámbito organizacional, se propone una estructura funcional y formal que promueva la eficiencia administrativa y operativa del negocio.

Los resultados financieros reflejan una alta rentabilidad y rápida recuperación de la inversión, confirmando la viabilidad del emprendimiento.

En síntesis, el proyecto Recauchutadora Gran Chaco constituye una iniciativa económicamente sólida, ambientalmente responsable y socialmente beneficiosa, orientada a reducir los costos de los transportistas, generar empleo local y fomentar un modelo empresarial basado en la sostenibilidad y la economía circular.

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	7
INTRODUCCIÓN	1
1. DEFINICIÓN DE LA IDEA	1
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
2.1. Definición del problema	2
2.2. Formulación del problema	3
2.3. Justificación y Delimitación del problema.....	3
2.3.1. Justificación practica.....	3
2.3.2. Delimitación espacial.....	4
2.3.3. Delimitación de la temporal.....	4
3. Objetivos de la investigación	5
3.1. Objetivo general	5
3.2. Objetivos específicos	6
4. Marco metodológico	6
4.1. Nivel de investigación	7
4.1.1. Investigación Exploratoria	7
4.1.2. Investigación Descriptiva	7
4.2. Diseño de la investigación.....	8
4.2.1. Fuentes de información	8
4.2.2. Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra.....	8
CAPÍTULO I	9
ANÁLISIS DEL CONTEXTO	9
1.1. ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO	10
1.1.1. Factor Político- Legal	10
1.1.2. Factor Económico	12
1.1.3. Factor Ecológico	15
1.1.4. Tecnológico.....	17
1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO	18
1.2.1. Consumidores	18
1.2.2. Competidores actuales y potenciales.....	19

1.2.3. Proveedores	20
1.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DE CONTEXTO	21
1.3.1. Riesgos	21
1.3.2. Oportunidades	21
CAPÍTULO II	22
2. MARCO TEORICO Y REFERENCIAL	22
2.1. MARCO TEORICO	23
2.2. MARCO REFERENCIAL	23
CAPÍTULO III	26
3. PLAN DE MARKETING	26
3.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	27
3.1.1. Objetivo general.....	27
3.1.2. Objetivos específicos.....	27
3.2. ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO	27
3.2.1. Mercado meta	28
3.2.2. Segmentación del mercado	29
3.3. DETERMINACIÓN TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA	30
3.3.1. Instrumento de Recolección de Datos	30
3.3.2. Método de Suavizamiento Exponencial.....	31
3.4. ESTRATEGIA DE MARKETING	35
3.4.1. Marketing Mix Estratégico.....	35
3.4.2. Producto	35
3.4.3. Plaza	37
3.4.4. Precio	38
3.4.5. Promoción	39
3.4.6. Personas.....	41
3.4.7. Procesos	41
3.4.8. Evidencias Físicas	42
3.5. MARKETING DIGITAL.....	43
3.6. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING	44
CAPÍTULO IV	45

4. PLAN DE PRODUCCIÓN.....	45
4.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE PRODUCCIÓN	46
4.1.1. Objetivo general.....	46
4.1.2. Objetivos específicos.....	46
4.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DEL RECAUCHUTADO DE LLANTAS	46
4.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN	47
4.3.1. Diagrama del proceso	51
4.3.2. Costos unitarios de producción	52
4.4. LOCALIZACION.....	52
4.5. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLATA.....	54
4.5.1. Especificaciones del diseño de la planta	54
4.6. REQUERIMIENTO DE PRODUCCIÓN	56
4.6.1. Requerimiento de maquinaria de equipo	56
4.6.2. Requerimiento de equipo de computación	58
4.6.3. Requerimiento de muebles y enseres	59
4.6.4. Requerimiento indumentario laboral	60
4.7. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES	61
4.7.1. Necesidad de materia prima	61
4.7.2. Proveedores negociables	62
4.7.3. Sistema de compras	64
4.8. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	64
CAPÍTULO V	66
5. PLAN DE ORGANIZACIONAL Y FUERZA DE TRABAJO	66
5.1. OBJETIVO DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN.....	67
5.1.1. Objetivo general del Plan de Organización.....	67
5.1.2. Objetivos específicos del Plan de Organización.....	67
5.2. MARCO DE REFERENCIA ORGANIZACIONAL	67
5.2.1. Misión	68
5.2.2. Visión	68
5.2.3. Razón social.....	68

5.3.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	68
5.3.1.	Organigrama	68
5.3.2.	Descripción de los puestos	70
5.4.1.	Escala salarial	75
5.4.2.	Planilla de sueldos y salarios	76
4.3.	PRESUPUESTO DE GASTOS DE ORGANIZACIÓN	77
CAPÍTULO VI		78
6.	PLAN FINANCIERO	78
6.1.	OBJETIVO DEL PLAN FINANCIERO	79
6.1.1.	Objetivos del plan financiero	79
6.2.	DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL	79
6.2.1.	Inversión de activos fijos	79
6.2.2.	Requerimiento de activos diferidos	81
6.2.3.	Requerimiento de activos circulantes	82
6.2.4.	Inversión total	84
6.2.5.	Estructura de Inversión	84
6.2.6.	Depreciación de activos fijos	85
6.3.	ESTRUCTURA DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO	86
6.3.1.	Fuentes de financiamiento	86
6.3.2.	Aporte de los socios	87
6.3.3.	Amortización del crédito	88
6.3.4.	Balance general	89
6.4.	ESTRUCTURA DE COSTOS	90
6.4.1.	Costos fijos	90
6.4.1.1.	<i>Gastos de administración y operaciones</i>	90
6.4.1.2.	<i>Gastos de comercialización</i>	90
6.4.1.3.	<i>Servicios básicos</i>	91
6.4.1.4.	<i>Planilla de sueldos y salarios</i>	91
6.4.1.5.	<i>Depreciación</i>	92
6.4.2.	Costos variables por servicio	92
6.4.3.	Costos fijo total por servicio	93

6.4.4.	Costo total unitario por servicio.....	94
6.5.	DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	95
6.5.1.	Determinación del precio de venta con factura	95
6.6.	PUNTO DE EQUILIBRIO	96
6.7.	ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA	97
6.8.	INDICADORES DE EVALUACION DEL NEGOCIO.....	99
6.8.1.	Tasa de Actualización.....	100
6.8.2.	Valor Actual Neto (VAN).....	100
6.8.3.	El TIR	100
6.8.4.	El B/C.....	101
6.8.5.	El PRI	101
6.9.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN EL FLUJO DE CAJA	101
6.9.1.	Escenario pesimista	101
6.9.2.	Escenario optimista	104
7.	CONCLUSIONES.....	108
8.	RECOMENDACIONES.....	108
	BIBLIOGRAFÍA	110
	ANEXOS	112

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	PRODUCTO INTERNO BRUTO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA DE BOLIVIA	
	2024.....	13
TABLA 2	COMPETIDORE ACTUALES	19
TABLA 3	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	29
TABLA 4	ANÁLISIS DE FRECUENCIA.....	31
TABLA 5	CALCULO PARA LOS DATOS DEL BUS	32
TABLA 6	CALCULO PARA LOS DATOS DEL CAMIÓN	32
TABLA 7	CALCULO PARA LOS DATOS DEL MICRO	33
TABLA 8	CALCULO PARA LOS DATOS DEL TRACTO- CAMIÓN.....	33
TABLA 9	TOTAL, DE PROMEDIOS	34
TABLA 10	ESCENARIOS DE PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	34
TABLA 11	PROYECCIÓN ANUAL A 5 AÑOS	35
TABLA 12	PRESUPUESTO DE MARKETING	44
TABLA 13	FASES DEL PROCESO PRODUCTIVO	47
TABLA 14	PROCESO TÉCNICO DE PRODUCCIÓN.....	48
TABLA 15	MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS PARA LA LOCALIZACIÓN	53
TABLA 16	REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA DE EQUIPO	56
TABLA 17	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	58
TABLA 18	MUEBLES Y ENSERES	59
TABLA 19	INDUMENTARIA LABORAL	60
TABLA 20	MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN M10-260 (GALLETA)	62
TABLA 21	MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN MREC-260 (LIZA).....	63
TABLA 22	MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN MAX-187	63
TABLA 23	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	64
TABLA 24	MANUAL DE FUNCIÓN GERENTE PROPIETARIO.....	71
TABLA 25	MANUAL DE FUNCIÓN SECRETARIA	72
TABLA 26	MANUAL DE FUNCIÓN TÉCNICO DE PLANTA	73
TABLA 27	MANUAL DE FUNCIÓN OPERADORES	74
TABLA 28	ESCALA SALARIAL	75
TABLA 29	PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS (EXPRESADO EN BOLIVIANOS) ...	76

TABLA 30	PRESUPUESTO DE GASTOS DE ORGANIZACIÓN	77
TABLA 31	INVERSIÓN FIJA.....	80
TABLA 32	ACTIVOS DIFERIDOS	81
TABLA 33	CAPITAL DE TRABAJO	82
TABLA 34	INVERSIÓN TOTAL	84
TABLA 35	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	86
TABLA 36	ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	87
TABLA 37	APORTE DE LOS SOCIOS.....	87
TABLA 38	PLAN DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO BANCARIO.....	88
TABLA 39	COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN.....	90
TABLA 40	GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	90
TABLA 41	COSTOS DE LOS SERVICIOS BÁSICOS.....	91
TABLA 42	PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS	91
TABLA 43	COSTO TOTAL VARIABLE POR SERVICIO.....	92
TABLA 44	COSTOS FIJOS ANUALES	93
TABLA 45	PRECIO DE VENTA	95
TABLA 46	PRECIO DE VENTA CON FACTURA	95
TABLA 47	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	97
TABLA 48	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	98
TABLA 49	TASA DE ACTUALIZACIÓN	100
TABLA 50	FLUJO DE CAJA BAJO UN ESCENARIO PESIMISTA	102
TABLA 49	TASA DE ACTUALIZACIÓN	103
TABLA 51	FLUJO DE CAJA BAJO UN ESCENARIO OPTIMISTA	105
TABLA 49	TASA DE ACTUALIZACIÓN	106

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	113
ANEXO 2 ¿POSEE UN VEHÍCULO PROPIO?	115
ANEXO 3 ¿QUÉ TIPO DE VEHÍCULO UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA?	116
ANEXO 4 ¿CUÁNTAS LLANTAS, EN PROMEDIO, SE DESGASTAN ANTES DE QUE DECIDA RENOVARLAS O REEMPLAZARLAS COMPLETAMENTE?.....	117
ANEXO 5 ¿HA UTILIZADO ALGUNA VEZ EL SERVICIO DE RECAUCHUTADO DE LLANTAS?	118
ANEXO 6 SI HA UTILIZADO EL SERVICIO DE RECAUCHUTADO, ¿CON QUÉ FRECUENCIA LO HACE?	119
ANEXO 7 SI EL PRECIO Y LA GARANTÍA DEL SERVICIO FUERAN ÓPTIMOS, ¿CUÁNTAS LLANTAS RECAUCHUTARÍA AL AÑO, EN PROMEDIO?.....	120
ANEXO 8 ¿CÓMO CALIFICARÍA SU EXPERIENCIA GENERAL CON EL SERVICIO DE RECAUCHUTADO DE LLANTAS?	121
ANEXO 9 ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS ESPERA DE UNA RECAUCHUTADORA DE LLANTAS PARA CONSIDERARLA DE CALIDAD?	122
ANEXO 10 ¿QUÉ NIVEL DE CONFIANZA TIENE EN LAS LLANTAS RECAUCHUTADAS EN COMPARACIÓN CON LAS NUEVAS?.....	123
ANEXO 11 CUESTIONARIO	124
ANEXO 12 PARQUE AUTOMOTOR EN TARIJA	126

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 PRINCIPAL PROVEEDOR.....	20
FIGURA 2 NOMBRE DE LA EMPRESA	36
FIGURA 3 SLOGAN	37
FIGURA 4 LOGOTIPO	37
FIGURA 5 CREACIÓN DE LA EMPRESA DE RECAUCHUTADORA GRAN CHACO EN FACEBOOK	43
FIGURA 6 CREACIÓN DE LA EMPRESA DE RECAUCHUTADORA GRAN CHACO EN WHATSAPP	44
FIGURA 7 DIAGRAMA DE FLUJO	51
FIGURA 8 MICRO LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	54
FIGURA 9 CARACTERÍSTICAS DE LA PLANTA	55
FIGURA 10 CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA.....	55
FIGURA 11 ORGANIGRAMA EMPRESARIAL	69
FIGURA 12 BALANCE GENERAL (EXPRESADO EN BOLIVIANOS).....	89
FIGURA 13 VEHÍCULO PROPIO.....	115
FIGURA 14 TIPO DE VEHÍCULO UTILIZADO CON MAYOR FRECUENCIA.....	116
FIGURA 15 MANTENIMIENTO DE LLANTAS.....	117
FIGURA 16 SERVICIO DE RECAUCHUTADO.....	118
FIGURA 17 UTILIZA EL SERVICIO DE RENOVACIÓN	119
FIGURA 18 NO UTILIZA EL SERVICIO DE RENOVACIÓN.....	120
FIGURA 19 EXPERIENCIA CON EL SERVICIO	121
FIGURA 20 CARACTERÍSTICAS DE SERVICIO	122
FIGURA 21 NIVEL DE CONFIANZA EN LLANTAS RENOVADAS.....	123