

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TESIS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS EN LA
EMPRESA MOTO MECÁNICA R&R EN LA CIUDAD DE PAITA ALTA –
2012**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN**

Administración de Empresas

AUTOR

Rivas Espinoza Ricardo Reynaldo

ASESOR

Dr. Bayona Espinoza Ricardo

Mg. León Lerggios Juan Pablo

PIURA – PERÚ

2012

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	7
AGRADECIMIENTO	8
PRESENTACIÓN	9
RESUMEN.....	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCION.....	12
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Realidad problemática.....	15
1.2. Formulación del problema	16
1.2.1. Problema General	16
1.2.2.- Problemas Específicos	16
1.3. Justificación.....	17
1.4. Antecedentes	18
1.5.- Objetivos.....	22
1.5.1.- Objetivo general:	22
1.5.2.- Objetivos Específicos	22
CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL	24
2.1.- MARCO TEÓRICO	24
2.1.1.- Plan.....	24
2.1.2.- Negocio	24
2.2.- Plan de negocios	25
2.2.1.- El Plan de Negocios.....	25
2.2.2.- ¿Qué es un plan de negocios?.....	26
2.2.3.- ¿Para qué sirve un plan de negocios?.....	28
2.2.4.- ¿Cómo se redacta un plan de negocios?	30
2.2.5.- ¿Cuál es la diferencia entre plan de negocios, estudio de factibilidad, plan estratégico y evaluación de un proyecto?.....	33
2.2.6.- Tipos de planes de negocios.....	35

2.2.6.1.- Plan de negocios para empresa en marcha.....	35
2.2.6.2.- Plan de negocios para nuevas empresas	36
2.2.6.3.- Plan de negocios para inversionistas	36
2.2.6.4.- Plan de negocios para administradores.....	36
2.2.6.5.- ¿Quiénes deben hacer los planes de negocio?	37
ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	38
2.4.- Resumen ejecutivo	39
2.4.1.- ¿Qué debe contener un resumen ejecutivo?.....	39
2.4.2.-Descripción de la compañía o formulación de la idea de negocio	41
2.4.2.1.- Para una empresa en marcha.....	41
2.5.- Análisis del entorno.....	43
2.6.- Análisis de mercado	45
2.6.1.- Sondeo de mercado a nivel local.....	46
2.7.- Estudio de mercados internacionales.....	49
2.8.- Análisis de la industria	50
2.9.- Plan estratégico de la empresa	50
2.9.1.- Visión	51
2.9.2.- Misión	51
2.9.3.- Objetivos estratégicos.....	52
2.9.4.- Estrategia del negocio.....	52
2.9.5.- Fuentes generadoras de ventaja competitiva.....	52
2.10.- Plan de marketing.....	52
2.10.1.- Objetivos de marketing.....	53
2.10.2.- La mezcla de marketing	53
2.10.3.- Descripción de producto o servicio	54
2.10.4.- Estrategia de precio	54
2.10.5.- Estrategia de distribución o plaza.....	55
2.10.6.- Estrategia de promoción	56
2.10.7.- Estrategia de servicio al cliente o postventa	56
2.10.8.- Estrategia de posicionamiento	56

2.10.9.- Estrategia de Diversificación de servicios	57
2.11.- Plan de operaciones	59
2.11.1.- Objetivos de operaciones.....	59
2.11.2.- Actividades previas al inicio de la producción.....	60
2.11.3.- Proceso de producción del bien o servicio.....	60
2.12.- Diseño de estructura y plan de recursos humanos	61
2.13.- Plan Financiero.....	61
2.13.1.- Historia financiera de la empresa	62
2.2.- MARCO CONCEPTUAL.....	62
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	67
3.1 Hipótesis	67
3.1.1 Hipótesis General	67
3.1.2.- Hipótesis Específicas	67
3.2 Variables:	67
3.2.1 Definición conceptual	67
3.2.2. Definición operacional	68
3.3 Metodología.....	71
3.3.1.-Tipo de estudio	71
3.3.2.Diseño	71
3.4. Población, muestra y muestreo	71
3.4.1.- Población.....	71
3.4.2.- Muestra.....	72
3.4.3.- Muestreo.....	73
3.5. Método de investigación.....	73
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	73
3.6.1.- Técnicas de recolección de datos:.....	73
Procedimiento de recolección de datos	74
3.7.- Métodos de análisis de datos	74
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	76
4.1.- Descripción de resultados	76

4.2.- Contratación de hipótesis.....	95
4.2.1.- Hipótesis General:	95
4.2.2.- Hipótesis Específicas:.....	96
4.3. Discusión de resultados	98
4.4.- PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS.....	100
4.4.1.- RESUMEN EJECUTIVO	100
4.4.2.- DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN	102
4.4.3.- Análisis de la industria:	104
4.4.4.- Análisis del entorno	107
4.4.5.- ANALISIS DE CINCO FUERZAS DE PORTER.....	113
4.4.5.1.- Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	113
4.4.5.2.- Rivalidad entre competidores	114
4.4.5.3.- Poder de negociación entre los proveedores.....	114
4.4.5.4.- Amenaza de entrada de productos sustitutos	114
4.4.5.5.- Poder de negociación de compradores	115
4.4.6.-Análisis de mercado.....	116
4.4.6.1.- Mercado Objetivo	116
4.4.6.2.- Descripción de la competencia.....	118
4.4.7.- Plan estratégico de la empresa	124
4.4.7.1.- Misión	124
4.4.7.2.- Visión.....	124
4.4.7.3.- Valores	124
4.4.7.4.- Objetivos Estratégicos.....	125
4.4.7.5.- Estrategia del negocio.....	125
4.4.7.6.- Fuentes generadoras de ventaja competitiva	125
4.4.8.- Plan de marketing.....	127
4.4.8.1.- Objetivos de marketing.....	128
4.4.8.2.- La mezcla de marketing	128
4.4.8.3.- Descripción de producto o servicio	128
4.4.8.4.- Estrategia de precio	129

4.4.8.5.- Estrategia de distribución o plaza.....	130
4.4.8.6.- Estrategia de promoción.....	131
4.4.8.7.- Estrategia de servicio al cliente o postventa.....	132
4.4.8.8.- Estrategia de penetración en el mercado.....	132
4.4.9.- Plan de operaciones.....	133
4.4.9.1.- Objetivos de operaciones.....	133
4.4.9.2.- Actividades previas al inicio de la producción.....	135
4.4.9.3.- Proceso del servicio de mantenimiento o reparación.....	136
4.4.9.4.- Diseño de estructura y plan de recursos humanos.....	138
4.4.10.- Plan Financiero.....	142
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	159
5.1. Conclusiones.....	159
5.2. Recomendaciones.....	161
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	162
ANEXOS.....	164
ANEXO 01.....	165
ANEXO 02.....	168
LISTA DE TABLAS.....	171
TABLA 01.....	171
TABLA 02.....	172

DEDICATORIA

Esta tesis es una parte de mi vida y comienzo de otras etapas por esto y más, la dedico a Dios y a mis padres que con su esfuerzo lograron que culmine mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en especial a Dios creador del universo y dueño de mi vida que me permite construir otros mundos mentales posibles. A mis padres, Inés Espinoza Ordinola y Reynaldo Rivas Sánchez por el apoyo incondicional que me dieron a lo largo de la carrera.

Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento al Dr. Ricardo Bayona Espinoza, por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de esta tesis. Debo destacar, por encima de todo, su disponibilidad y paciencia que hizo que nuestras acaloradas discusiones redundaran benéficamente tanto a nivel científico como personal. No cabe duda que su participación ha enriquecido el trabajo realizado y, además, ha significado el surgimiento de una sólida amistad.

Debo agradecer de manera especial y sincera al Lic. Juan Pablo León Lerggios por aceptar la ayuda de realizar esta tesis bajo su dirección. Su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mis ideas ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de esta tesis, sino también en mi formación como investigador.

Agradecer a las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación. Le agradezco también el haberme facilitado siempre los medios suficientes para llevar a cabo todas las actividades propuestas durante el desarrollo de esta tesis. Muchas gracias Dr. Ricardo Bayona Espinoza y Lic. Juan Pablo León Lerggios, les estoy muy agradecido.

PRESENTACIÓN

De acuerdo con el CAPÍTULO II del ARTÍCULO 15° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Piura y el de la escuela profesional Administración de Empresas, de optar el grado de Licenciado en Administración

Se realizó la ceremonia pública de sustentación de la tesis titulada

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS EN LA EMPRESA MOTO MECÁNICA R&R EN LA CIUDAD DE PAITA ALTA – 2012

Tesis aprobada por el jurado integrado por el Dr. Bayona Espinoza Ricardo y Mg. León Lerggios Juan Pablo, el ____ de Enero del 2013. Autor: Rivas Espinoza, Ricardo Reynaldo. Asesor Metodológico Dr. Bayona Espinoza, Ricardo, Lic. León Lerggios Juan Pablo.

SECRETARIO

VOCAL

PRESIDENTE

RESUMEN

El presente estudio tiene como Objetivo General Elaborar el plan de negocios que determine la viabilidad de diversificar los servicios en la Empresa Moto Mecánica R&R en la ciudad de Paita Alta – 2012, como una propuesta para mejorar la gestión organizacional de la empresa. La investigación ha utilizado como metodología la investigación descriptiva, explicativa y mixta para lo cual se recolectó, describió y se establecieron similitudes o diferencias entre los condicionantes del mercado (demanda y oferta). Se determinó una muestra de 382 personas, respecto a Paita alta y Paita baja, lo cual arrojó que si existe una buena aceptación hacia el servicio a ofrecer.

El costo total del proyecto a invertir es de S/. 101803.75, lo cual se financiara en 5 años, el 30% sería el capital propio que es de S/.30541.13 y el 70% financiado por una entidad bancaria que es de S/. 71262.63.

Los resultados del Plan financiero proyectados a 5 años se obtuvo un Valor Actual Neto de S/. 81732.77y un TIRE de 42.87%, y el valor actual neto financiero de S/. 51974.32 y un TIRF de 76.32% esto determina que el proyecto es viable, factible y rentable para su realización.

Palabras clave: Plan de negocios, diversificación.

ABSTRACT

This study aims General Develop a business plan to determine the feasibility of diversifying services Company Moto R & R Mechanical in the city of Paita High - 2012 as a proposal for improving the organizational management of the company. The research methodology has been used as descriptive research, explanatory and mixed for which was collected, described and established similarities or differences between the market conditions (demand and supply). We determined a sample of 382 people, about PaitaPaita high and low, yielding that if there is good acceptance toward service to offer.

The total project cost to invest is S /. 101803.75, which is funded in five years, 30% would be the equity that is S/.30541.13 and 70% funded by a bank that is S /. 71262.63.

The results of the Financial Plan projected 5 years yielded a NPV of S /. PULL 81732.77 and 42.87%, and the financial net present value of S /. TIRF 51974.32 and 76.32% this determines that the project is viable, feasible and cost-effective implementation.

Keywords: Business Plan, Diversification.