



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIOS TRANSPORTE ESCOLAR,

IQUITOS, 2019

Autores:

Pinto Arévalo, Chrissian Darinka

Ignacio Fasabi, Ronal Alex

Para optar el título profesional

de Contador Público

IQUITOS-PERÚ

2019

DEDICATORIA.

Con todo cariño y amor a mi Madre Corina Arévalo y a mi esposo Llang Cuesta, por todo el apoyo que me brindaron durante todo el tiempo de mis estudios, a mi querido hijo Gael Sebastián, quien es mi mayor motivación para nunca rendirme en mis estudios y poder cumplir mis objetivos. A mis tías Frida y Yara, por sus ejemplos de trabajo y dedicación, a mis primos Camila y Walter que son mi mayor apoyo emocional y dan alegría a mi vida.

Chrissian Pinto

Dedico este plan de negocio a mis padres Jovita Fasabi y José Ignacio por el apoyo que me brindaron durante todo el tiempo de mis estudios. A mis hijos Alexandra, Alana y Raymond, que son el motor que me dan la fuerza para seguir adelante, a Zarela Pinedo quien es un gran apoyo como persona, durante el tiempo en que escribía este plan de negocio. A mi Abuelita Dulmira Shica Vargas que desde lo más alto me ilumina para seguir fortaleciendo mis conocimientos y ser una persona exitosa. Para ellos es esta dedicatoria del plan de negocio, pues es a ellos a quienes se las debo por sus apoyos incondicionales.

Ronal Ignacio

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todo su infinito amor y bondad, que siempre me ha dado, bendiciéndome con salud, trabajo y economía, para poder lograr mis objetivos de vida.

Chrissian Pinto

Agradezco a Dios por permitirme la sabiduría y bendición por sobre todas las cosas, a la universidad Científica del Perú, a los Docentes del curso con quienes se ha compartido grandes conocimientos para la elaboración de nuestro plan de negocio.

Ronal Ignacio

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL**

Con Resolución Decanal N° 0384-2019-UCP-FAC NEGOCIOS, del 09 de setiembre del 2019, la Facultad de Negocios de la Universidad Científica del Perú-UCP, designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Plan de Negocio: **PLAN DE NEGOCIOS TRANSPORTE ESCOLAR, IQUITOS, 2019**, a los Docentes:

CPC Luis Alberto Barriga Roa **Presidente**
CPC Ruben Ruiz Del Aguila **Miembro**
CPC Ali Giuliana Yalta Flores **Miembro**

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11 am horas del día 13 del mes de SEPTIEMBRE del año 2019, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por:

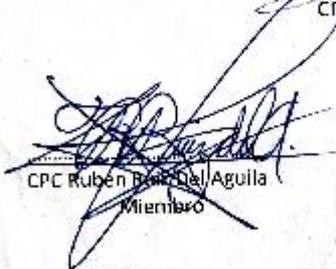
**IGNACIO FASABI RONAL ALEX
PINTO AREVALO CHRISSIAN DARINKA**

Como requisito para optar el título profesional de **Contador Público**. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La Sustentación es: APROBADO POR MAYORÍA

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el ACTA.


CPC Luis Alberto Barriga Roa
Presidente


CPC Ruben Ruiz Del Aguila
Miembro


CPC Ali Giuliana Yalta Flores
Miembro

CALIFICACIÓN:
Aprobado (a) Excelencia : 19 - 20
Aprobado (a) Unanimidad : 16 - 18
Aprobado (a) Mayoría : 13 - 15
Desaprobado (a) : 00 - 12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	01
SUMMARY	02
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2. Actividad empresarial.....	03
1.3. Idea del negocio.....	04
2. PLAN DE MARKETING	
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta actual y tendencias.....	09
2.4 Programa de marketing.....	11
2.4.1. El producto.....	11
2.4.2. El precio.....	12
2.4.3. La promoción.....	13
2.4.4. La cadena de distribución.....	17
3. PLAN DE OPERACIONES	
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	19
3.2 Proceso de aprovisionamiento.....	19
3.3 Proceso de atención al cliente.....	20
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1 La organización.....	23
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	23

4.3	Condiciones laborales.....	26
4.4	Régimen tributario.....	27
5.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	
5.1	Estudio económico.....	28
5.2	Estudio financiero.....	31
	CONCLUSIONES.....	34
	BIBLIOGRAFÍA.....	35

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2018.....	03
Cuadro N° 02 Proyección de la demanda, 2019 (en unidades).....	07
Cuadro N° 03 Negocios similares en la ciudad de Iquitos, 2019-.....	09
Cuadro N° 04 Precio de los productos de la empresa, 2019.....	13
Cuadro N° 05 Comportamiento del mercado: Tendencias y participación	28
Cuadro N° 06 Ingresos por ventas (soles).....	28
Cuadro N° 07 Costo de ventas (soles).....	28
Cuadro N° 08 Gastos administrativos (soles).....	29
Cuadro N° 09 Gastos comerciales (soles)	29
Cuadro N° 10 Gastos pre operativos (soles)	28
Cuadro N° 11 Inversión en activos (soles).....	30
Cuadro N° 12 Depreciación (soles).....	30
Cuadro N° 13 Programa de endeudamiento (soles).....	31
Cuadro N° 14 Estado de Situación Financiera (soles).....	32
Cuadro N° 15 Estado de resultados integrales (soles).....	32
Cuadro N° 16 Flujo de caja (soles).....	33
Cuadro N° 17 VAN, TIR y B/C.....	33

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N ^a 01 Ubicación de la empresa, 2019.....	03
Figura N ^a 02 Servicio de transporte escolar	06
Figura N ^a 03 Parque auto.....	08
Figura N ^a 04 Logo de la empresa, 2019.....	12
Figura N ^a 05 Unidad móvil.....	12
Figura N ^a 06 Servicio de transporte de la empresa	14
Figura N ^a 07 Afiche de la promoción los servicios de la empresa.....	14
Figura N ^o 08 Polos con logo de la empresa, 2019.....	15
Figura N ^o 09 Llaverero con el logo de la empresa, 2019	16
Figura N ^a 10 Taza con logo de la empresa, 2019.....	16
Figura N ^a 11 Fan page de la empresa, 2019.....	17
Figura N ^a 12 Cadena de distribución, 2019	18
Figura N ^a 13 Proceso de aprovisionamiento de la empresa, 2019.....	20
Figura N ^a 14 Proceso de atención al cliente, 2019.....	22
Figura N ^a 15 Estructura orgánica de la empresa, 2019.....	23

**PLAN DE NEGOCIOS TRANSPORTE ESCOLAR,
IQUITOS, 2019**

Chrissian Darinka, Pinto-Arévalo
Ronald Alex, Ignacio-Fasabi

RESUMEN

La presente investigación tiene por finalidad estudiar la factibilidad de abrir una empresa dedicada a brindar servicio de transporte escolar, en la ciudad de Iquitos, con una propuesta diferente en el servicio, con vehículos nuevos, amplios y cómodos. Para el cual se constituirá la empresa Servicio de Transporte Escolar Aldari S.A.C.

En plan de marketing fue elaborado teniendo como base las necesidades de los clientes, se ha determinado una demanda creciente del servicio por parte de las familias. En nuestro medio se cuenta con pocas empresas formales dedicadas a este rubro. Se ha elaborado la estrategia de promoción que permita ganar la mayor cuota de mercado.

Los procesos diseñados para la empresa, son simples, eficientes, buscar elaborar un servicio de calidad para los clientes. Procesos creados para una micro empresa. El aprovisionamiento de los bienes y servicios se da en nuestra ciudad.

Los indicadores económicos y financieros de la empresa son alentadores, ya que arroja rentabilidad al proyecto, además, muestra capacidad de pago de la empresa para cumplir con el endeudamiento. Los estados financieros se han proyectado a 3 años.

Palabras claves: Plan de negocios, rutina, transporte escolar, servicio.

**SCHOOL TRANSPORT BUSINESS PLAN,
IQUITOS, 2019**

Chrissian Darinka, Pinto-Arévalo

Ronal Alex, Ignacio-Fasabi

SUMMARY

The purpose of this research is to study the feasibility of opening a company dedicated to providing school transportation service, in the city of Iquitos, with a different proposal in the service, with new, spacious and comfortable vehicles. For which the company Aldari S.A.C. School Transportation Service will be established.

In the marketing plan it was developed based on the needs of the customers, a growing demand for the service by families has been determined. In our environment there are few formal companies dedicated to this area. The promotion strategy that allows to win the largest market share has been developed.

The processes designed for the company, are simple, efficient, seek to develop a quality service for customers. Processes created for a micro company. The provision of goods and services occurs in our city.

The economic and financial indicators of the company are encouraging, since it yields profitability to the project, in addition, it shows the company's capacity to meet the indebtedness. The financial statements have been projected to 3 years.

Keywords: Business plan, routine, school transport, service.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: transporte escolar Aldari

Razón social: Servicio de Transporte Escolar Aldari S.A.C.

Sector de la actividad: servicio de transporte escolar

Localización: calle San José Nro. 239, distrito de Punchana - provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: servicio

Figura 01. Ubicación de la empresa, 2019



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2018

H	Transporte y Almacenamiento		
	49	Transporte vía terrestre y transporte por tuberías	
		492	Otras actividades de transporte por vía terrestre
			4922 Otras actividades de transporte por vía terrestre

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se busca satisfacer la necesidad de transporte a la institución educativa inicial, primaria y secundaria de las personas y familias que cuentan con hijos en edad escolar y que desean que sus hijos tengan seguridad y comodidad, al momento de trasladarse a la Institución Educativa.

El mercado objetivo está constituido por personas y familias con ingresos dependiente e independiente y que tengan hijos en edad escolar, y estén dispuestos a comprometer cierto monto del presupuesto familiar, para asumir el costo por el servicio de traslado de sus familiares a la Institución Educativa.

La oferta de los servicios constará para brindar servicio de transporte escolar de pasajeros, urbano e interurbano. Para estudiantes de los distintos niveles de educación, que desean hacerlo de forma segura, cómoda y rápida. Los pagos serán cancelados por adelantado, con pagos en efectivo o a través de los diferentes medios de pagos.

II. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

Se busca satisfacer la necesidad de transporte y de seguridad al momento de trasladarse a la institución educativa, inicial primaria o secundaria de las personas y familias que cuentan con hijos en edad escolar y que, además, desean contar con la comodidad y rapidez en el servicio.

Los padres de familias tienen la necesidad de sentirse seguro cuando sus hijos abordan un vehículo que los transporte al colegio, para no sufrir ningún tipo de lesión, ocasionado por algún tipo de accidente; como también, de no poner en riesgo su integridad física. Por tal motivo buscan, un vehículo que les brinde garantía en la seguridad, rapidez y que reciban un trato amable del conductor y del asistente del conductor.

Para los clientes, es decir, para los padres de familia llegar al destino (colegio), cuando se contrata los servicios de un transporte particular, es lo más importante, y hasta cierto punto otorga tranquilidad, más aún cuando la empresa que brinda este servicio, otorgue la conformidad a través de un medio digital.

Los beneficios que genera el satisfacer a un cliente, para entender cómo funciona la demanda de productos sólo necesitamos saber cómo funcionan las necesidades de los clientes, pero como sabemos que el mundo cambia constantemente y se necesitan nuevas y mejores formas de pensar, es por ello que debemos considerar la combinación entre la tecnología.

El sector transporte en la ciudad de Iquitos, es un sector que se encuentra relacionado a la economía como cualquier otra actividad productiva es parte de ella. Sin la función del transporte no se puede dar el bien económico, puesto que la infraestructura que constituye, es un bien de producción y la movilidad es una determinante del costo del mercado.

El incremento del tráfico constituye un gran problema en nuestra ciudad, para la viabilidad, se necesita de nuevas estrategias para que el transporte urbano sea más accesible, más eficiente y más sostenible. Las personas tienen la necesidad de trasladarse de un lugar a otro constantemente, principalmente cuando se trata de los hijos en edad escolar, es por eso que utilizan diferentes tipos de movilidad auto, moto, mototaxi, entre otros. Cada uno cumple la función de satisfacer la necesidad de las personas.

A partir de estas necesidades, es que los padres de familia de nuestra ciudad, con hijos en edad escolar, requieren este tipo de servicio y, en otras ciudades de nuestro país, se ha desarrollado significativamente. En nuestra ciudad observamos como una gran oportunidad de implementar este tipo de negocio, el de brindar el servicio de transporte para niños y jóvenes en edad escolar, un transporte seguro, rápido y cómodo que los traslade a su centro de estudios, con el valor agregado del uso de la tecnología que usaremos.

Figura 02. Servicio de transporte escolar



Fuente: [google.com/search?rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&biw=transporte+escolar](https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&biw=transporte+escolar)

2.2 Demanda actual y tendencias

En el cuadro siguiente se puede apreciar la distribución poblacional de los distritos de Iquitos, San Juan Bautista, Punchana y Belén que hace a 471,730, nuestro servicio se centrará en el sector urbano de todos los distritos, llegando a 352,712. El crecimiento poblacional en nuestro país es del 2% anual, y la proyección de la población al 2019 llega a 388,114.

El promedio de personas que componen una familia es de 5 personas, haciendo un total de familias para el 2019 de 77,623. Cabe señalar que nuestro servicio es netamente familiar. El 30% de familias peruanas usa el servicio escolar de transporte. Llegando a 23,287. En promedio las familias consumen dos veces por día, a la semana de 7 días, llega a 10 servicios semanales, por 53 semanas al mes alcanzan un total de 530 unidades de servicio, haciendo una demanda total proyectada por familia de 13,273,503. Nuestro servicio se enfocará en el nivel socio-económico AB y C, llegando a un consumo del mercado objetivo de 202,615 unidades de servicios.

Cuadro 02. Proyección de la demanda, 2019 (en miles)

	Total	Urbana	Total urbano
Población distrito Iquitos	150,221	82%	123,181
Población distrito de San Juan Bautista	154,696	68%	105,193
Población distrito Punchana	91,128	70%	63,790
Población distrito Belén	75,685	80%	60,548
Población ciudad de Iquitos (censada al 2015)	471,730		352,712
Crecimiento promedio anual de la población			2%
Población ciudad de Iquitos (proyectada al 2019)			388,114
Promedio de personas por familia			5
Total de familias (proyectado al 2019)			77,623
Familias que usan servicio particular para transporte 30%			0.3000
Demanda potencial proyectada			23,287
Consumo al año por familia (10 veces x semana) = 10 x 53 semanas			530.00
Total consumo al año por familia			12,342,029
Segmento AB ciudad de Iquitos			2.50%
Segmento C ciudad de Iquitos			17.20%
Consumo del mercado objetivo (unidades de servicio)			202,615

Fuente: INEI-2018

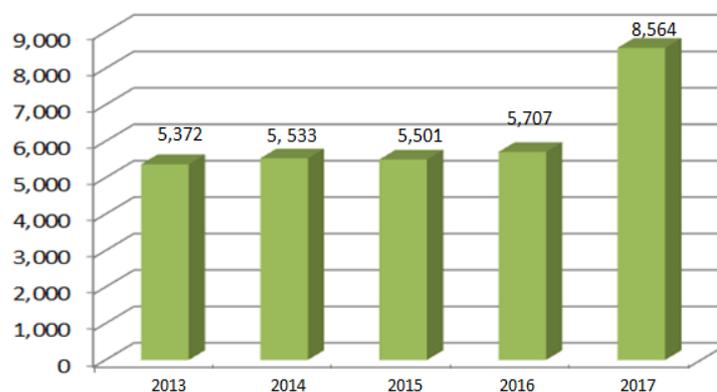
Tal como se menciona líneas arriba, la necesidad del transporte escolar en la ciudad de Iquitos, presenta una alta demanda, la oportunidad de establecer una empresa dedica a brindar este servicio, presenta una alta probabilidad de éxito.

La demanda actual está cubierta principalmente por los mototaxi, que en nuestra ciudad alcanza un promedio de 40, 000 unidades. Como ya se conoce, es uno de los vehículos con alta vulnerabilidad para los accidentes. Además, que la gran parte de estos vehículos carecen de la documentación reglamentaria, ejerciéndose principalmente el servicio de manera informal.

Otro sector de la demanda está satisfecho por los vehículos de los colegios particulares, que cuentan con unidad propia, pero sólo para los estudiantes de mismo colegio, no presentan servicios para otros colegios.

En la siguiente figura podemos apreciar el crecimiento del parque automotor en el período 2013-2017. El mismo que presenta una tendencia creciente en dicho periodo, el 2013 se contaba con 5,472 vehículos y el 2017 llega a 8,564. Es decir, presenta un crecimiento del 57%.

Figura 03. Parque automotor de vehiculos en circulacion en Loreto, período 2013-2017 (unidades)



Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones y Superintendencia de Registros Públicos

2.3 Oferta actual y tendencia

En el cuadro líneas abajo se puede apreciar los negocios similares en nuestra ciudad y en la ciudad de Tarapoto. Lugar donde el servicio de transporte escolar es una de las actividades de mayor movimiento comercial. Las prestaciones de servicios se otorgan no sólo a las instituciones privadas, sino también, a las instituciones públicas.

Cuadro 03. Negocios similares en la ciudad de Iquitos, 2019

Detalle	Unidad de medida	Empresas		
		Ruth Noriega	Deyci Calderon	Turismo Cajamarca
Servicio de movilidad escolar al mes	Pasajero	S/90.00	S/150.00	S/120.00

Fuente: elaboración propia

El servicio de transporte escolar en nuestra ciudad se da a través de los “mototaxis” principalmente y en otras ciudades de la selva peruana utilizan los vehículos llamados “combis” o “minivan” con capacidad para 9 pasajeros sentados.

A nivel nacional existe una tendencia significativa por las personas que utilizan este servicio, que se dan principalmente en el sector urbano de nuestra ciudad. En la ciudad de Lima esta el mayor mercado del país para el desarrollo de este servicio. Ciudad donde se brinda el servicio pro empresa formales e informales.

A inicios del año escolar (2019), la Municipalidad de Lima advirtió que se multará con S/ 4,200 a las personas que realicen el servicio de movilidad escolar de manera informal, el cual será enviado al depósito municipal. Además, se señaló que el trabajo de inspección a cargo de fiscalizadores se realizará tanto en colegios públicos como privados. Se evaluará que los vehículos cumplan los requisitos y medidas de seguridad.

También señala que hasta la fecha 4,423 están autorizadas para brindar el servicio de movilidad escolar en Lima. El municipio informó que los conductores deben contar con credencial de servicio de transporte escolar y registro del vehículo en el padrón de la Gerencia de Transporte Urbano de la Municipalidad de Lima, Certificado de Inspección Técnica Vehicular, el Seguro Obligatorio con Accidentes de Tránsito (SOAT) y la Tarjeta de Identificación Vehicular vigentes.

Asimismo la unidad debe exhibir en la parte frontal y posterior el rótulo de Servicio Escolar, tener un espacio mínimo de 65 centímetros entre cada asiento y un cinturón de seguridad por cada pasajero. También debe contar con botiquín de primeros auxilios, una caja de herramientas, una llanta de repuesto, una gata mecánica y un extintor con carga vigente, entre otros elementos de seguridad.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

La empresa brindará a sus clientes el servicio de transporte escolar, el traslado de ida y vuelta, desde el domicilio hasta el centro educativo y viceversa. El mismo que se otorgará en un vehículo denominado “van”, el que contará con un chofer y un auxiliar de servicio, quien será el responsable de la atención del niño o la niña.

La empresa contará con unidades móviles nuevas que estarán adaptadas con todas las medidas preventivas de seguridad que exige la norma de transporte escolar.

En esta primera etapa se trabajará con los colegios siguientes:

- Colegio San Agustín
- Colegio Rosa de América
- Colegio Nuestra señora de Fátima
- Colegio de la Fuerza Aérea del Perú.
- Colegio Andrés Avelino Cáceres

Se firmará convenio con cada una de las instituciones educativas a fin de dar legalidad al servicio.

Figura 04. El logo la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura05. Unidad móvil, 2019



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

El precio se ha determinado con la finalidad de cubrir los costos que origina los servicios, como la de rentabilizar a los emprendedores.

a) Objetivos del precio.

El objetivo que se persigue con el presente plan de negocios es la de maximización de la cuota de mercado, por ser un producto nuevo en el mercado, se pretende ganar la máxima cantidad de clientes.

Cuadro 04. Precio de los servicios de la empresa, 2019

Detalle	Unidad de medida	Transporte escolar Aldari
Servicio de movilidad escolar al mes	Pasajero	S/120.00

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción.

a) Los objetivos que perseguirá la empresa, como estrategia de la promoción serán los siguientes:

- Conocimiento: Que el cliente conozca el servicio de calidad que brinda la empresa y la ubicación de las oficinas.
- Persuadir: Se contará con descuentos y promociones a través de nuestro fan page, con premios a todas aquellas personas que otorguen like o compartan las publicaciones.
- Preferencia: Para todos los padres de familias que cuenten con hijos o familiares en los colegios particulares de la ciudad y que desean contar con nuestros servicios.

Figura 06. Servicio de transporte de la empresa



Fuente: elaboración propia

b) Acciones de la Promoción

Las acciones a realizar son las siguientes:

La promoción en esta primera etapa de introducción será: ***El segundo miembro tiene un descuento del 20% y el tercero sólo paga el 50%.***

Figura 07. Afiche de promoción de los servicios de la empresa, 2019

Transporte Escolar ALDARI

Promoción

El segundo miembro sólo paga el 80% y el tercero el 50%

Calle San José 239 – Punchana
Celular: 937 340474
Email: transporteescolaraldari@gmail.com

Transporte escolar mas seguro de la región

Encuéntrenos:

Fuente: elaboración propia

c) Acciones de la Publicidad

Las acciones a realizar son las siguientes:

- Se otorgarán a nuestros clientes, los souvenir con que cuenta la empresa: polos, llaveros y tasas.
- Spot radial: Radio Loreto - Programa en Loreto en la Noticia por ser el más sintonizado por nuestros clientes.
- Spot televisivo: Amazonia TV, programa protagonistas por ser el más sintonizado por nuestros clientes.
- Publicidad en los periódicos: Diario La Región, ya que se trata del diario con mayor aceptación de nuestros clientes.
- Redes sociales: la principal herramienta de promoción será el facebook, a través del fan page de la empresa. Por medio del cual se sortearán premios entre los seguidores.

Figura 08. Polo con logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 09. Llavero con logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 10. Taza con logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 11. Fan page de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

a) Objetivo de distribución

La empresa se ubicará en Calle San José N° 239, distrito de Punchana, provincia de Maynas, región Loreto, Perú. Para el presente proyecto la cadena de distribución será directa.

b) Funciones que debe cumplir el canal

La función principal del canal de distribución es la de presentar un producto de calidad, costo y tiempo oportuno, y lograr que el cliente lo considere como una experiencia inolvidable, estrategia para buscar la fidelización del cliente.

Figura 12. Canal de distribución



Fuente: elaboración propia

II. PLAN DE OPERACIONES

Los procesos constituyen uno de los factores de suma importancia en la empresa, porque de ellos depende que el servicio sea de calidad y se cumpla con el objetivo de satisfacer la necesidad del cliente.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

La empresa, para el normal desarrollo de sus actividades necesita de bienes y servicios, que le permitan cumplir con su fin. Para el caso del presente proyecto se ha seleccionado a los principales proveedores, de combustible, repuestos y llantas dentro de la ciudad de Iquitos, que a continuación se detallan:

EMPRESA	PRODUCTO	LUGAR
Estación de Servicio Petroperú	Gasolina	Iquitos
Grifo Dasha Patricia	Gasolina	Iquitos
Car Llantas Furia	Llantas	Punchana
Repuestos Boullosa	Repuestos	Iquitos

Los proveedores han sido elegidos considerando los factores, como: calidad, precio, tiempo de entrega, y forma de pago.

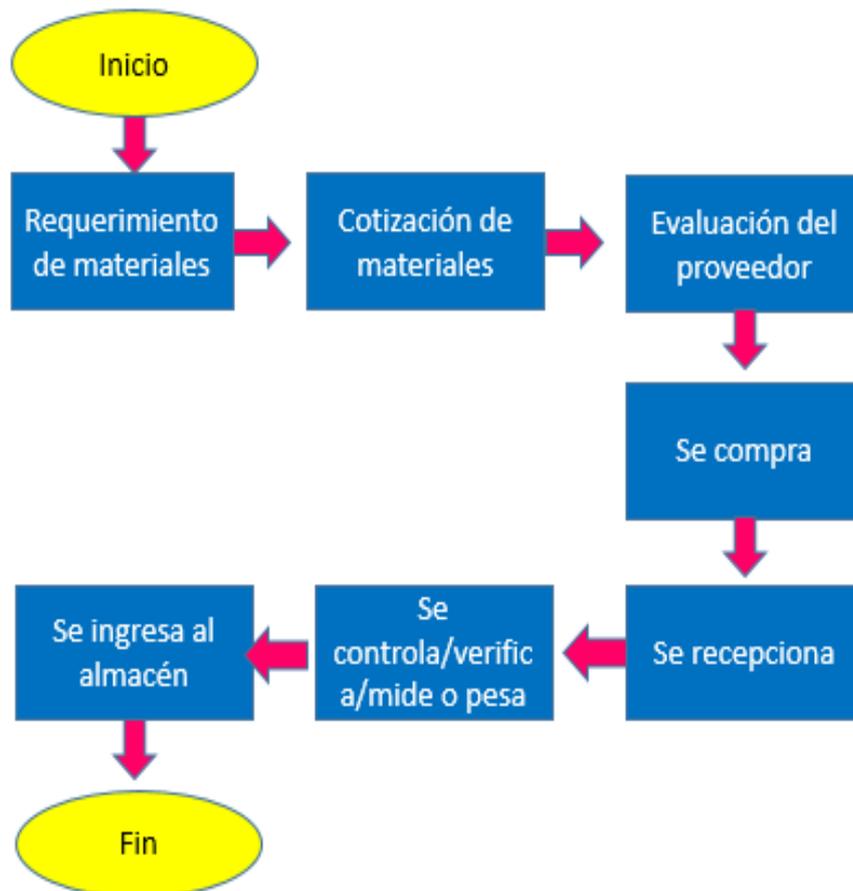
3.2 El proceso de aprovisionamiento

El proceso de abastecimiento, se inicia con la solicitud de requerimiento de los materiales, accesorios, repuestos, artículos y servicios que las áreas solicitan. Se establecerá como política que la última semana de cada mes debe enviar el requerimiento de bienes y servicios para el mes que se avecina.

El Área de Logística realiza la cotización de dicho bienes y servicios, ya es de su entera responsabilidad, para luego elaborar un cuadro comparativo, a fin de elegir las mejores condiciones favorables a la empresa. Posteriormente se realiza la compra, se cancela, en efectivo, transferencia o en cheque. Para luego ser recepciona la mercadería adquirida.

Seguidamente se controla, verifica o pesa lo recepcionado. Acto realizado paralelo a la recepción y finalmente ingresa al almacén para su próxima atención.

Figura 13. Proceso de aprovisionamiento de la empresa, 2019.



Fuente: Elaboración propia.

3.3. El proceso de atención al cliente

A continuación, se detalla el proceso de servicio al cliente:

1. Cliente muestra interés

El cliente muestra interés en nuestro servicio, ya sea por visita a nuestras oficinas, o a través de una llamada telefónica, mensaje de texto, messenger, whatsapp, entre otras maneras de comunicarse con la empresa.

2. Se brinda detalle de los servicios

La persona encargada de recepción, brinda todos los detalles del servicio que préstamos, la que a su vez contará con un catálogo de la empresa para mostrar las imágenes de las unidades con que se cuenta.

3. ¿Hay disponibilidad?

Sí: Se procede al siguiente paso 4.

No: Se procede agradecer al cliente por la visita o llamada efectuada.

4. Cliente decide la ruta

Se contará con varias rutas, en este paso el cliente elije la ruta que más le conviene, con el fin de acortar distancia.

5. Se llena formulario

Se debe contar con una base de datos de los padres, hermanos, hijos, a los cuales se le brinda el servicio, también se debe contar con el teléfono, correo electrónico de los padres o apoderados.

6. Se firma contrato

Se procede en este punto a firmar el contrato por el servicio.

7. Se emite comprobante:

Se procede a emitir el comprobante de acuerdo a las necesidades del cliente

8. Se cancela por adelantado

Se procede a cancelar el monto por el mes adelantado, según lo estipulado en el contrato.

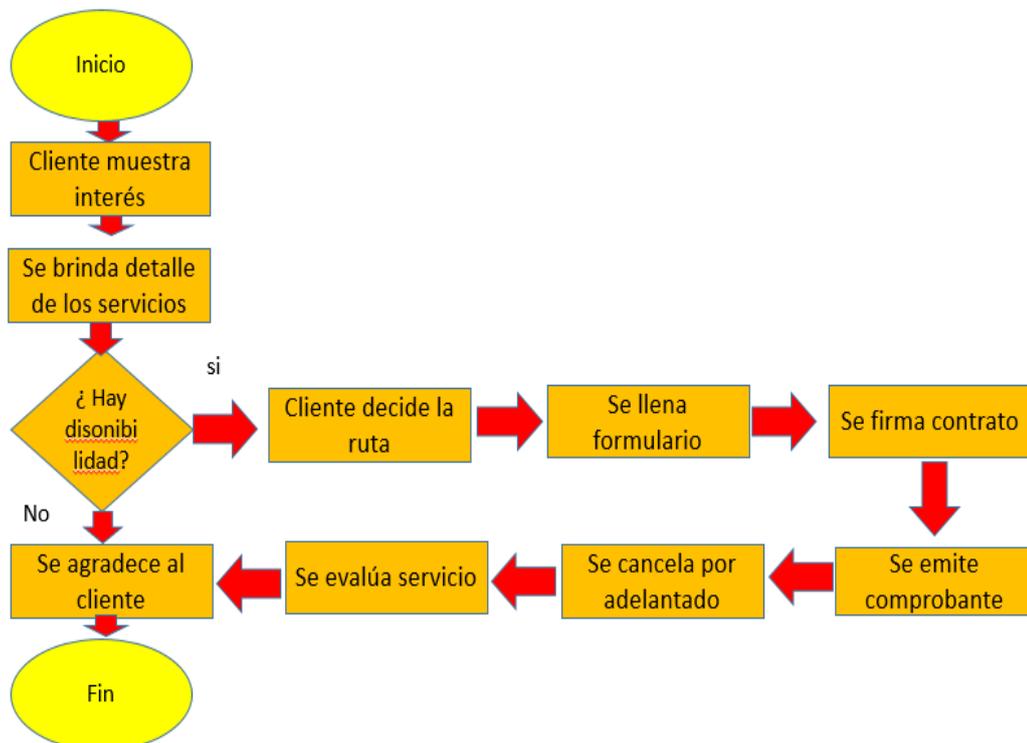
9. Se evalúa servicio

Cliente aprueba el servicio después de haber consumido sus horas solicitadas, o de lo contrario hacer llegar sus quejas y reclamos, a la administración de la empresa.

10. Se agradece al cliente

Se procede agradecer al cliente y se invita a su pronto retorno.

Figura 14. Proceso de atención al cliente, 2019

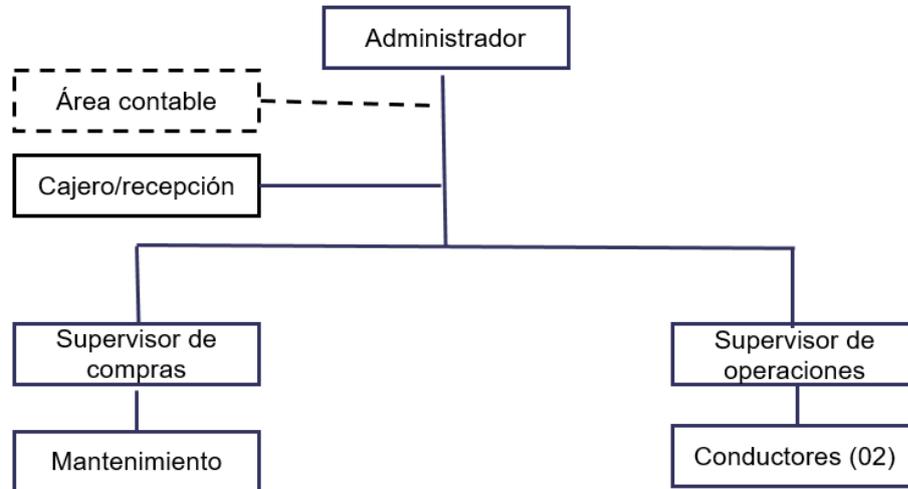


Fuente: Elaboración propia.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 La organización

Figura 15. Estructura orgánica de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

Puesto: Administrador

Funciones:

- Responsable de la planificación de las estrategias para cumplir las ventas, preserva la rentabilidad de la empresa.
- Responsable de los costos y de los egresos de la empresa.
- Se encarga del pago de las remuneraciones de los colaboradores.
- Atiende las quejas, reclamos de los clientes.
- Responsable de la elaboración del manual de organización y funciones de todas las áreas de la empresa.
- Supervisa el trabajo del supervisor de compras y del supervisor de operaciones.

- g. Resuelve los conflictos que se originan dentro de la empresa y su relación con los clientes y proveedores.

Puesto: Contador

Funciones:

- a. Responsable del Planeamiento Tributario.
- b. Responsable de efectuar mensualmente las liquidaciones del impuesto a la renta.
- c. Responsable de efectuar mensualmente los balances de comprobación.
- d. Responsable de verificar que los libros contables estén registrados al día.
- e. Velar por los intereses de la empresa.

Puesto: Supervisor de compras

Funciones:

- a. Responsable del aprovisionamiento y control de los materiales y repuestos que adquiera la empresa.
- b. Realiza el cuadro comparativo de las cotizaciones.
- c. Coordina y reporta al administrador.
- d. Tiene actualizado el registro de nuestros proveedores
- e. Llevar el control de los insumos a través del método PEPS.
- f. Velar por los intereses de la empresa.

Puesto: Supervisor de operaciones

Funciones:

- a. Tiene bajo su responsabilidad el desarrollo de los servicios de transporte en la empresa.

- b. Responsable de control de combustible para el servicio de transporte.
- c. Buscar los mayores beneficios con los proveedores para trabajar con la empresa.
- d. Tiene actualizado el registro de nuestros proveedores.
- e. Llevar el control de los insumos a través del método PEPS.
- f. Envía el requerimiento mensual de bienes, artículos y repuestos al área de compras.
- g. Vela por los intereses de la empresa.
- h. Reporta al administrador información mensual del desarrollo de los servicios con los clientes.

Puesto: Mantenimiento

Funciones:

- a. Responsable del mantenimiento preventivo y correctivo de las unidades móviles de la empresa.
- b. Mantiene en stock los repuestos necesarios para el mantenimiento preventivo de las unidades.
- c. Revisa e informa al supervisor de operaciones sobre el estado de las unidades móviles.
- d. Responsable del cambio de aceite de las unidades.
- e. Envía solicitud de requerimiento de materiales y repuestos al supervisor de operaciones.
- f. Velar por los intereses de la empresa.

Puesto: Conductores

Funciones:

- a. Llevar el control del kilometraje del recorrido a diario de las unidades.
- b. Responsable del cumplimiento de las rutas diseñadas para el servicio de transporte escolar.

- c. Responsable de mantener el tanque del motor de las unidades con promedio de galones de combustible.
- d. Reporta al supervisor de operaciones las incidencias suscitadas en los servicios.
- e. Coordina con los supervisores el monto para las inversiones diarias.
- f. Emite los comprobantes de pagos según la solicitud del cliente.
- g. Atiende las dudas, consultas, reclamo y quejas de los clientes.

Puesto: Asistente

Funciones:

- a. Da la bienvenida al cliente.
- b. Brinda toda la información al cliente.
- c. Emite las boletas y facturas a los clientes por mes adelantado.
- d. Responsable del aviso a los padres de familia del vencimiento del servicio.
- e. Responsable del cobro por servicios a los padres de familia.
- f. Recibe el informe de incidencias diarias de los conductores.
- g. Lleva el control del uso de combustible de los vehículos.

4.3 Condiciones laborales

La empresa se acogerá a la Ley N° 28015 Ley de Promoción de la Micro y Pequeña Empresa, previamente se registrará en el registro de la Micro y Pequeña Empresa. (REMYPE). Además, se contará con contratos a tiempo completo con todo los colaboradores, respetando la jornada laboral de ocho horas diarias.

En caso del contador se contará con servicio por Honorarios Profesionales, ya que el proceso contable se tercerizará. Para el puesto de conductor debe contar con breveté vigente A-1.

Además, la empresa contará con las siguientes autorizaciones:

- Licencia municipal de funcionamiento emitida por la municipalidad de Punchana.
- Autorización de Defensa Civil
- Certificado emitido por la Dirección de la producción. (DIREPRO)
- Certificado de Microempresa - DIREPRO
- Registro Único de Contribuyente –RUC- SUNAT.

4.4 Régimen tributario.

La empresa se acogerá al Régimen Mype Tributario con pagos mensuales del 1% de los ingresos. Por ser un régimen creado para la micro y pequeña empresa. Siempre y cuando no supere las 300 U.I.T. de ingreso al año.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

Cuadro 05. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Demanda actual anual por unidades	202,615		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual por unidades	202,615	206,667	210,801
Participación de mercado	1.20%	1.50%	2.00%
Demanda del proyecto unidades	2,431	3,100	4,216

Fuente: elaboración propia

Cuadro 06. Ingresos por ventas (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas anuales	2,431	3,100	4,216
Precio mercado soles	120.00	120.00	121.80
Tendencia del precio	0%	1.5%	2.0%
Precio de venta efectiva unidades	120.00	121.80	124.24
VENTA TOTAL EMPRESA	291766	377581	523781

Fuente: elaboración propia

Cuadro 07. Costo de ventas (soles)

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas	2,431	3,100	4,216
Costo compra	50	51	52.02
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	121569	158100	219317

Fuente: elaboración propia

Cuadro 08. Gastos administrativos (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	1500	1600	1800
Supervisores: Compras/operaciones	1	1	1
Sueldo mensual	1400	1400	1600
Conductores	2	2	2
Sueldo mensual	1200	1200	1500
Asistente/mantenimiento	2	2	2
Sueldo mensual	1000	1000	1200
Remuneraciones del personal	7300	7400	8800
Costo laboral	0	0	0
Remuneración total mensual	7933	8041	9563
Contador	350	450	50
Servicios públicos	150	200	280
Útiles oficina	150	250	300
Otros	200	250	300
Total mensual	8783	9191	10493
TOTAL ANUAL	105392	110296	125912

Fuente: elaboración propia

Cuadro 09. Gastos comerciales (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Publicidad	200	300	320
Alquiler local	0	0	0
Promociones	300	350	350
Otros	200	250	300
Total mensual	700	900	970
TOTAL ANUAL	8400	10800	11640

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10. Gastos pre operativos (soles)

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Estudio de mercado	1500	0	0	0
Trámites diversos	1000	0	0	0
Total	2500	0	0	0

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Inversión en activos (soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	0	1	0	20	0
Equipos	3000	1	3000	5	600
Vehículos	70000	2	140000	5	28000
Muebles	2000	1	2000	5	400
Total			145000		29000

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12. Depreciación (soles)

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Residual
Depreciación activo fijo	145000	-29000	-29000	-29000	58000
Amortización activo intangible	2500	-500	-500	-500	1000
TOTAL	147500	-29500	-29500	-29500	59000

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio financiero

Cuadro 13. Programa de endeudamiento (soles)

Deuda a tomar		150000.00		
35.00% Anual		1.5%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	150,000	2,250	4,167	6,417
2	145,833	2,188	4,167	6,354
3	141,667	2,125	4,167	6,292
4	137,500	2,063	4,167	6,229
5	133,333	2,000	4,167	6,167
6	129,167	1,938	4,167	6,104
7	125,000	1,875	4,167	6,042
8	120,833	1,813	4,167	5,979
9	116,667	1,750	4,167	5,917
10	112,500	1,688	4,167	5,854
11	108,333	1,625	4,167	5,792
12	104,167	1,563	4,167	5,729
		22,875	50,000	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	100,000	1,500	4,167	5,667
14	95,833	1,438	4,167	5,604
15	91,667	1,375	4,167	5,542
16	87,500	1,313	4,167	5,479
17	83,333	1,250	4,167	5,417
18	79,167	1,188	4,167	5,354
19	75,000	1,125	4,167	5,292
20	70,833	1,063	4,167	5,229
21	66,667	1,000	4,167	5,167
22	62,500	937	4,167	5,104
23	58,333	875	4,167	5,042
24	54,167	813	4,167	4,979
		13,875	50,000	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	50,000	750	4,167	4,917
26	45,833	688	4,167	4,854
27	41,667	625	4,167	4,792
28	37,500	563	4,167	4,729
29	33,333	500	4,167	4,667
30	29,167	438	4,167	4,604
31	25,000	375	4,167	4,542
32	20,833	313	4,167	4,479
33	16,667	250	4,167	4,417
34	12,500	188	4,167	4,354
35	8,333	125	4,167	4,292
36	4,167	62	4,167	4,229
		4,875	50,000	
		41,625	150,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Estado de situación financiera (soles)

	Año 0	Año 1
Activo corriente	43765	37022
Caja y Bancos	43765	14735
Cuentas por cobrar		12157
Inventarios		10131
Activo no corriente	147500	118000
TOTAL	191265	155022
Pasivo corriente		10131
Pasivo No Corriente	150000	100000
TOTAL PASIVO	150000	110131
Patrimonio		
Capital	41265	41265
Utilidades retenidas		
Resultado del ejercicio		3627
TOTAL PATRIMONIO	41265	44891
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	191265	155022

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Estado de resultados integrales (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por ventas	291766	377581	523781
Costo ventas	-121569	-158100	-219317
Margen Bruto	170197	219481	304464
Gastos administrativos	-105392	-110296	-125912
Depreciación y amortización	-29500	-29500	-29500
Gastos comerciales	-8400	-10800	-11640
Margen operativo	26905	68885	137412
Gastos financieros	-22875	-13875	-4875
Margen antes de tributos	4030	55010	132537
Tributos	-403	-5501	-13254
Margen neto	3627	49509	119283

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16. Flujo de caja (soles)

	Año 0	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Liquidación
Ingresos por ventas		291766	377581	523781	
Inversión inicial					
Activo fijo	-147500				59000
Capital de trabajo	-43765	-25029	-25506	-6092	100391
Compras		-121569	-158100	-219317	
Gastos administrativos		-105392	-110296	-125912	
Gastos comerciales		-8400	-10800	-11640	
Pago impuestos		-2690	-6888	-13741	
Flujo Caja Económico (FCE)	-191265	28685	65991	147079	159391
Préstamo recibido	150000				0
Amortización		-50000	-50000	-50000	
Gastos financieros		-22875	-13875	-4875	
Escudo fiscal		2288	1388	488	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-41265	-41903	3503	92691	159391
FCE	-191265	28685	65991	306470	
FCF	-41265	-41903	3503	252083	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17. VAN, TIR y B/C

VAN Económico	S/.50,053
Tasa de descuento (CAPM)	21.09%
TIR Económica	32%
Indice B/C	1.26
VAN Financiero	S/.38,608
Tasa de descuento (WACC)	32.00%
TIR Financiero	56%
Indice B/C	1.94

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

a) Con el presente proyecto se constituirá la empresa Servicio de Transporte Escolar “Aldari” S.A.C., la misma que se dedicará a brindar servicios de transporte escolar, que empezará con dos unidades, con una capacidad de 25 pasajeros cada uno.

b) En cuanto al plan de marketing se ha elaborado considerando las necesidades del cliente, en el presente proyecto se busca satisfacer la necesidad de transporte y de seguridad al momento de trasladarse al centro educativo, centro de educación inicial o colegio de las personas y familias que cuentan con hijos en edad escolar y que, además, desean que se les brinde la comodidad y rapidez en el servicio.

c) En cuanto al plan de operaciones, los procesos se han elaborado para una micro empresa de servicios, con la finalidad de brindar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes. Los procesos son simple, cortos y eficientes.

d) En cuanto al plan de recursos humanos, al ser uno de los más importantes en la empresa, se pone mucho énfasis en las remuneraciones superan el promedio del mercado. Los colaboradores recibirán todos los beneficios sociales exigidos por ley. La estructura orgánica es simple, diseñada para una microempresa.

e) En cuanto al plan económico y financiero, los estados financieros se han proyectado para los 3 próximos años. Los ratios financieros arrojados son alentadores para los emprendedores, la inversión se recupera en los 3 años.

BIBLIOGRAFÍA:

DAVID, Fred R. Conceptos de administración estratégica. 11ª ed. México.D.F. : Prentice Hall, 2008, Cap. 2, 6 y 7.

HILL, Charles W.L; JONES, Gareth. Administración estratégica. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana, 2009.

Hitt, Michael; IRELAND, R Duane; HOSKISSON, Robert. Administración estratégica: competitividad y conceptos de globalización. México D.F.: Thomson, 2005

Horngren, Charles T. Contabilidad de Costos. Decimosegunda Ed. Pearson. México, 2007.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales 2015: XII de Población y VI de Vivienda. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2015 IV Censo Nacional Económico por departamento.* Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

Lovelock, Christopher. Services Marketing.6th ed. Pearson.Print.

Thompson Jr, Arthur. Administración Estratégica. Decimoquinta Ed. Mc Graw Hill. México, 2008.