



Universidad Científica del Perú

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE
MOTOTAXIS BRUJITA'S SERVICES EIRL.**

AUTORES:

**BARRIGA VILLACORTA, BRUNO ALBERTO
CARO SANCHEZ, EMERSON HARRY**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE CONTADOR PÚBLICO**

**IQUITOS – PERÚ
2018**

DEDICATORIA

Dedico este plan de negocio a mis padres Luis Barriga y Marina Villacorta por el apoyo que me brindaron durante todo el tiempo de mis estudios. A mi pareja Kelly Margoth quien fue un gran apoyo emocional durante el tiempo en que escribía este plan de negocio. A mi hija Sofía Brunella quien es mi motivación para salir adelante y ser una persona exitosa. A mis hermanos Elvis, Marie, Maroli, Marilú y Shantall. A mis sobrinos Matías, Leonel y Mateo. Para ellos es esta dedicatoria de plan de negocio, pues es a ellos a quienes se las debo por sus apoyos incondicionales.

Bruno Barriga.

El presente plan de negocio se lo dedico con todo cariño a mis padres por todas las enseñanzas inculcadas hacia mi persona, a mi querida esposa por todo el apoyo incondicional durante el tiempo que estuve en la universidad y por motivarme a superar cada obstáculo de la vida.

Emerson Caro.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme la sabiduría y bendición por sobre todas las cosas y a la Lic. TyH. Magaly García Vílchez, Mg. por el asesoramiento en este plan de negocio.

Bruno Barriga.

Agradezco al todo poderoso por la bendición que me brinda día a día y a mis compañeros de la universidad con quienes compartimos grandes momentos durante mi periodo de estudio.

Emerson Caro.



FACULTAD DE NEGOCIOS

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

Con Resolución Decanal N° 396-2018-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 16 de octubre del 2018, 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 NEGOCIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE MOTOTAXIS BRUJITA'S SERVICES EIRL** a los Señores:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán	Presidente
CPC Edwin Delgado Hildebrandt	Miembro
CPC Luis Paima Linares	Miembro

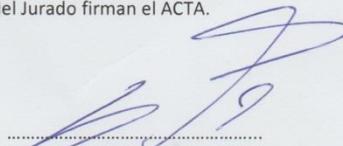
En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:00 horas del día 19 del mes de Octubre del año 2018, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por los bachilleres sustentantes:

Barriga Villacorta Bruno Alberto
Caro Sánchez Emerson Harry

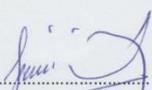
Como requisito para optar el título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas por los sustentantes. El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La Sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

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


.....
Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán


.....
CPC Edwin Delgado Hildebrandt
Miembro


.....
CPC Luis Paima Linares
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
ABSTRACT	02
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1. Nombre del negocio.....	03
1.2. Actividad empresarial.....	04
1.3. Idea de Negocio.....	04
2. PLAN DE MARKETING	
2.1. Necesidades de los clientes.....	06
2.2. Demanda actual y tendencias.....	09
2.3. Oferta actual y tendencias.....	14
2.4. Programa de marketing.....	16
2.4.1. El producto.....	16
2.4.2. El precio.....	19
2.4.3. La promoción.....	20
2.4.4. La cadena de distribución.....	27
3. PLAN DE OPERACIONES	
3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	28
3.2. El proceso productivo.....	32
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1. La organización.....	34
4.2. Puestos, tareas y funciones.....	35
4.3. Condiciones laborales.....	37
4.4. Régimen tributario.....	38
5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	
5.1. Estudio económico.....	39
5.2. Estudio financiero.....	42

CONCLUSIONES	46
BIBLIOGRAFÍA	47

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
1. Cuadro N° 01: Etapa del servicio – CIUU	04
2. Cuadro N° 02: Demanda proyectada 2018.....	09
3. Cuadro N° 03: Países del mundo que utilizan el mototaxi como medio de transporte según el continente, año 2018.....	11
4. Cuadro N° 04: Rutas y precios de las empresas de transporte de pasajeros que circulan por la ciudad de Iquitos, año 2018.....	15
5. Cuadro N° 05: Rutas y precios de Brujita´s Services.....	19
6. Cuadro N° 06: Principales proveedores de mototaxis en la ciudad de Iquitos, año 2018.....	28
7. Cuadro N° 07: Principales repuestos de mototaxis en la ciudad de Iquitos, año 2018.....	31
8. Cuadro N° 08: Planilla de personal.....	37

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
1. Figura N° 01: Ubicación de Mototaxis Brujita´s Services en la ciudad de Iquitos, año 2018.....	03
2. Figura N° 02: Logo de Mototaxis Brujita´s Services EIRL.....	05
3. Figura N° 03: Mapa del servicio brindado por la empresa, 2018.....	16
4. Figura N° 04: Marca de Brujita´s Services.....	18
5. Figura N° 05: Sorteo de canasta por la celebración de carnaval.....	21
6. Figura N° 06: Sorteo por el día de la madre.....	22
7. Figura N° 07: Sorteo por la fiesta patronal de San Juan.....	22
8. Figura N° 08: Sorteo por fiestas patrias.....	23
9. Figura N° 09: Sorteo por navidad.....	23
10. Figura N° 10: Sorteo por año nuevo.....	24
11. Figura N° 11: Volante de Brujita´s Services.....	25
12. Figura N° 12: Polo de Brujita´s Services.....	25
13. Figura N° 13: Llaverito de Brujita´s Services.....	26
14. Figura N° 14: Fan Page de Brujita´s Services.....	26
15. Figura N° 15: Motokar Honda NL – 125.....	28
16. Figura N° 16: Motokar Honda NL – 150.....	28
17. Figura N° 17: Motokar Zongshen 125.....	29
18. Figura N° 18: Motokar Zongshen 150.....	30
19. Figura N° 19: Proceso de servicio de “Brujita´s Services”.....	32
20. Figura N° 20: Estructura organizacional de “Brujita´s Services”.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
1. Tabla N° 01: Comportamiento del mercado, tendencias y participación...	39
2. Tabla N° 02: Ingreso de ventas.....	39
3. Tabla N° 03: Costo global del vehículo.....	40
4. Tabla N° 04: Gastos administrativos.....	41
5. Tabla N° 05: Gastos comerciales.....	41
6. Tabla N° 06: Gastos pre operativos.....	41
7. Tabla N° 07: Inversión en activos fijos.....	42
8. Tabla N° 08: Depreciación y amortización en activos fijos.....	42
9. Tabla N° 09: Programa de endeudamiento.....	43
10. Tabla N° 10: Estado de resultados económicos.....	44
11. Tabla N° 11: Tributación del proyecto.....	44
12. Tabla N° 12: Balance general.....	45
13. Tabla N° 13: Flujo de caja.....	45

PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE MOTOTAXIS BRUJITA'S SERVICES EIRL.

Bruno Alberto Barriga Villacorta.

Emerson Harry Caro Sánchez.

RESUMEN

La presente investigación en la modalidad de plan de negocio, tiene como objetivo constituir y formalizar una empresa de transporte en el rubro de mototaxis, cuyo servicio será brindado a todas las personas en general debido a una necesidad muy importante dentro de la ciudad de Iquitos.

Actualmente este tipo de servicio es algo improvisado porque en la mayoría de casos no existe la formalización respectiva y muchas veces los clientes quedan insatisfechos. Por eso la propuesta del plan de negocio, es crear un servicio donde la empresa conozca las necesidades de sus clientes, poder servirlos de manera eficiente y eficaz, sobre todo brindándoles seguridad. Además de contar con un aplicativo que permita al cliente tener acceso directo a todos los beneficios de la empresa.

Existe una gran demanda muy importante por parte de este servicio, debido a que hay muchas personas que tienden a movilizarse en diferentes puntos de la ciudad de Iquitos, así como también es de gran necesidad en las diferentes ciudades del país donde los mototaxis llegan a lugares de difícil acceso.

Palabras claves: transporte, mototaxis, pasajeros, servicio, aplicativo.

**BUSINESS PLAN OF THE TRANSPORTATION COMPANY
MOTOTAXIS BRUJITA´S SERVICES EIRL.**

Bruno Alberto Barriga Villacorta.

Emerson Harry Caro Sánchez.

ABSTRACT

The present investigation in the modality of Business Plan, has as objective to constitute and to formalize a company of transport in the heading of passenger trims, whose service will be provided to all the people in general due to a very important need within the city of Iquitos

Currently this type of service is something improvised in most cases there is no formalization and often customers are dissatisfied. That is why the proposal of this Business Plan is to create a service where the company knows the needs of its customers and can serve them efficiently and effectively, above all by providing security, in addition to having an application that allows the customer to have direct access to all the benefits of the company.

There is a great demand for this service there are many people who tend to move in different parts of the city of Iquitos, as well as is in great need in the different cities of the country where passenger trolleys reach difficult places access.

Key words: transport, trims, passengers, service, application.

1.2. ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

Cuadro N° 01: Etapa del servicio (Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU).

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

Fuente: INEI – 2018

1.3. IDEA DEL NEGOCIO

Buscamos satisfacer la necesidad de seguridad a todas las personas que utilizan el servicio de transporte de pasajeros, quienes desde su casa o trabajo puedan gestionar su pedido. Además, la necesidad que tiene la gente para cancelar el servicio mediante sistemas electrónicos o por el aplicativo de la empresa. Así mismo, que el cliente pueda identificar las características del conductor para tener la confianza de saber quién está conduciendo.

Los segmentos a lo que queremos llegar serán los clientes miembros de una familia quienes deseen movilizarse, o los hijos quienes requieren que se les recoja de algún lugar. Otro segmento de cliente estará constituido por el personal de las empresas que desean desplazarse entre oficinas de la propia empresa o hacia oficinas de otras empresas o instituciones públicas. Así como también, las personas que visitan la ciudad en condición de turista.

Ofrecemos la toma de pedido a través de un aplicativo (app) de la empresa; además, información general de los conductores y valoraciones según la opinión de los clientes que ya fueron atendidos por dicho conductor. Se ofrece precios en función a la distancia del lugar; así mismo contamos con una flota de vehículos en buen estado y funcionamiento de las mejores marcas; que cuentan con mantenimiento permanente, todos los documentos en regla como el soat, revisión técnica y permiso de operaciones.

Figura N° 02: Logo de la empresa.



Elaboración: los autores.

II. PLAN DE MARKETING

2.1. NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

Buscamos satisfacer las necesidades de transporte de pasajeros y la seguridad de los clientes dentro de la ciudad así como también de los turistas nacionales y/o internacionales considerando los siguientes aspectos:

El cliente tiene la necesidad de sentirse seguro cuando aborda un vehículo de transporte, por ejemplo, de no ser asaltado o de sufrir algún tipo de lesión a causa de un accidente de tránsito. Va en busca de un vehículo que a simple vista se vea en buen estado y reciba un trato de amabilidad por parte del conductor.

Para los clientes dentro de la ciudad, llegar a su destino sea domicilio, centro laboral o a cualquier lugar que ellos elijan tomando las medidas de seguridad respectiva es lo más importante. Así como también para los turistas nacionales y/o extranjeros, cumplir la necesidad de movilizarlos por la ciudad y que conozcan los lugares turísticos de la zona es más que satisfactorio.

Los beneficios que genera el satisfacer a un cliente, para entender cómo funciona la demanda de productos solo necesitamos saber cómo funcionan las necesidades de los clientes pero como sabemos el mundo está cambiando y se necesitan nuevas y mejores formas de pensar es por ello que debemos empezar a utilizar la tecnología.

El rubro del transporte, se encuentra relacionado con la economía, a tal punto que se puede afirmar que el transporte, 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 se constituye en un factor de producción y la movilidad es un determinante del costo y del mercado.

El constante aumento del tráfico constituye un gran problema para la viabilidad de nuestras ciudades, se precisan nuevas estrategias para que el transporte urbano sea más accesible, más eficiente y más sostenible. Las personas tienen la necesidad de moverse de un lugar a otro constantemente, es por eso que utilizan diferentes tipos de movilidad auto, camiones, autobús, taxi, moto, mototaxi, etc. Cada movilidad cumple una función que satisface la necesidad de las personas.

Silvia Regoli Roa (2007), nos explica que la congestión tiende a mantener el equilibrio; los volúmenes de tránsito aumentan hasta el punto que los retrasos de la congestión desincentivan los viajes en hora punta. Si la capacidad de la vía aumenta, los viajes en hora punta también aumentan hasta que la congestión límite de nuevo el crecimiento del tránsito. Estos viajes adicionales se les llaman tránsito generado o tráfico inducido.

Este incremento se debe a que, al reducir momentáneamente el tiempo de un viaje, esta nueva ruta resulta más atractiva para más conductores o automovilistas y, por lo tanto, se desincentiva el uso del transporte colectivo. Además muchos vehículos realizarán viajes más largos que antes para poder usar la nueva vía y los viajes cortos se realizarán más frecuentemente.

Mario F. Mathieu (2010), señala que la demanda de transporte puede definirse como la disposición a pagar que tienen los consumidores por hacer uso de una determinada infraestructura o servicio de transporte", y que: "se caracteriza por el carácter derivado del servicio, la dependencia de factores heterogéneos, y el papel que desempeña el tiempo en este tipo de servicios".

Todd Litman (2015), fundador de una organización de investigación independiente dedicada al desarrollo de soluciones innovadoras para los problemas de transporte, señala que cuando en una ciudad se plantean actuaciones viales, estas deben ir encaminadas a fomentar el uso del transporte más accesible y hacer más atractiva la ciudad para el peatón. Se debe desincentivar el uso del automóvil particular en favor del transporte más accesible, o generaremos lo que se conoce como tráfico inducido. Para ello se

debe comenzar con tener un transporte accesible de calidad, seguro y limpio y un sistema interconectado de modos de transporte que facilite los viajes urbanos de los ciudadanos.

A partir de las necesidades que requiere este tipo de servicio y que es muy utilizado en las diferentes ciudades de nuestro país, pudimos observar una gran oportunidad de hacer este negocio, el de brindar el servicio de transporte dentro de la ciudad de Iquitos con los mototaxis, con el valor agregado de un aplicativo de la empresa llamado "BRUSER" que usaremos para saber las necesidades de los clientes y garantizar la seguridad de ellos.

2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIAS

Cuadro N° 02: Demanda proyectada del mercado 2018.

Población ciudad de Iquitos año 2018 – (habitantes)	472,516
Población mayor desde 18 hasta 55 años (52%) – (habitantes)	245,708
Disposición de usar el servicio de mototaxi (40%) – (habitantes)	98,283
N° de veces al día que una persona utiliza el servicio de mototaxi	2
N° de veces a la semana que una persona utiliza el servicio de mototaxi	10
N° de veces al mes que una persona utiliza el servicio de mototaxi	40
N° de veces al año que una persona utiliza el servicio de mototaxi	480
Consumo del servicio ciudad de Iquitos (viajes/año)	47'176,017
NSE segmento B ciudad de Iquitos	5%
NSE segmento C ciudad de Iquitos	30%
Demanda de transporte en mototaxi – (viajes/año)	16'511,606

Fuente: INEI – 2018 y Municipalidad Provincial de Maynas (MPM)

Actualmente, el servicio de transporte de mototaxis se brinda aproximadamente en 35 países en el mundo, siendo Europa donde inicio esta actividad.

Hace aproximadamente 15 años, las mototaxis empezaron a rodar en Europa, siendo la ciudad de Londres la primera capital del viejo continente en disponer de este servicio, a través de la compañía “Virgin Limobikes” de Sir Richard Branson.

Sin embargo, el país donde sin duda ha triunfado este servicio es Francia; las mototaxis llegaron hace 15 años y desde entonces no han dejado de crecer tanto en número, como en usuarios y clientes. Hoy en día, más de 600 mototaxis prestan servicio en la ciudad de París. El tipo de cliente en Europa es distinto al de otras partes del mundo donde existe este servicio, sobre todo los ejecutivos, hombres y mujeres de negocios que desean optimizar sus tiempos de desplazamientos. En general, las mototaxis europeas son motos grandes y lujosas con gran capacidad de carga, los pilotos entregan a sus clientes el equipamiento necesario para que se suban a la moto: casco, chaqueta, guantes, etc.

En marzo de 2010 se puso en marcha Moto-Wings Moto-Taxi Madrid, la primera compañía de España en ofrecer el servicio con motocicletas de gran cilindrada. Está especializada en empresas (consultoras, hoteles de lujo, grupos de televisión, etc.) donde sus clientes valoran la puntualidad en sus desplazamientos y la calidad del servicio.

En nuestro país, los primeros mototaxis llegaron a la selva peruana hace 25 años provenientes de la India. Sin embargo, existen diferentes versiones que señalan que ello no es del todo cierto, ya que en realidad el mototaxi como lo conocemos ahora nació en la ciudad de Iquitos a inicios de la década de los 80, cuando un mecánico curioso decidió combinar la parte delantera de una motocicleta estándar con un soporte para llevar pasajeros y cargas. Este vehículo gozó de popularidad rápidamente y fue adaptado al transporte urbano. Aparentemente una empresa automotriz japonesa, quizás Honda, compró los derechos de este vehículo, comenzando la fabricación y distribución masiva a los pocos años.

El Mototaxi que proviene de la India llegó mucho después, y al menos en las zonas selváticas no goza de gran aprecio por las ruedas pequeñas y carrocería cerrada que son características de estos vehículos.

El Perú se convirtió así en el primer país en América Latina en incluir a los mototaxis dentro de la oferta de transporte público, debido a su adaptación a los diferentes tipos de geografía del país. Fue principalmente en ciudades como Iquitos, Pucallpa o Puerto Maldonado donde se popularizaron desde inicios de los años 80.

Hoy en día, los mototaxis se ensamblan en el Perú y es el transporte de pasajeros o de carga más usado en la mayoría de provincias de climas muy calurosos, además de haberse incorporado también a las ciudades de la costa como Trujillo, Chiclayo, Piura, Ica, Tacna y la capital Lima (aunque solo en algunos distritos del área metropolitana). Entre las ciudades de la sierra, es el medio de transporte más utilizado en Cajamarca.

El mototaxi se incorporó al transporte público y se convirtió en una herramienta de trabajo para muchos pobladores, originándose una sobreoferta del servicio, que ha desencadenado en la disminución de la calidad del servicio, rebaja de tarifas, baja rentabilidad del negocio, falta de mantenimiento a las unidades, competencia desleal, etc. lo que conlleva al panorama actual que se manifiesta a través de un alto grado de informalidad, alto riesgo de accidentes de tránsito y contribución a empeorar las condiciones ambientales y del tránsito de las principales ciudades.

Es por ello que el plan de negocio es una empresa que brinde el servicio de transporte público en el rubro de mototaxis. Además, contará con un aplicativo para la buena relación cliente-empresa que servirá para reservar su viaje a cualquier destino dentro de la ciudad, garantizar la confiabilidad y seguridad del cliente. Para ello es necesario ver cómo está la demanda de estos servicios.

Cuadro N° 03: Países del mundo que utilizan el mototaxi como medio de transporte según el continente, año 2018.

Continente	Países	Denominación
África	Madagascar	Pousse Pousse
	Sudán	Autorickshaw
América	Argentina	Mototaxi
	Bolivia	Mototaxi
	Brasil	Mototaxi
	Chile	Mototaxi
	Colombia	Motocarro
	Cuba	Cocotaxi
	Ecuador	Mototaxi o Taximoto
	El Salvador	Mototaxi o Tuk Tuk
	Guatemala	Tuk Tuk
	Honduras	Mototaxi o Tuk Tuk
	México	Pochi Móvil o Bicitaxi
Nicaragua	Mototaxi o Caponera	

América	Perú	Mototaxi
	Venezuela	Mototaxi
Asia	Bangladés	Baby Taxi
	Camboya	Tuk Tuk
	China	Autorickshaw
	Filipinas	Tricicleta
	India	Autorickshaw
	Indonesia	Bajaj
	Japón	Mototaxi
	Laos	Tuk Tuk
	Nepal	Autorickshaw
	Pakistán	Taxi Rickshaws
	Palestina	Tuk Tuk
	Sri Lanka	Tuk Tuk
	Tailandia	Tuk Tuk
	Vietnam	Lambretta
Europa	España	Mototaxi
	Francia	Tuk Tuk
	Inglaterra	Tuk Tuk
	Italia	Ape
	Portugal	Tuk Tuk

Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Autorickshaw>.

De acuerdo al resumen de los autores, la explicación del cuadro 03 es que, en América Latina y Asia son los continentes que tienen más países que utilizan el mototaxi como medio de transporte público y/o privado haciendo un total de 14 países para cada uno.

Sin embargo, África y Europa son los continentes que tienen pocos países que utilizan el servicio de mototaxi como medio de transporte con un total de 2 y 5 países respectivamente.

El diccionario de la real academia Española define el término mototaxi como un peruanismo que significa “motocicleta de tres ruedas con techo” que se utiliza como medio de transporte popular para trechos cortos a cambio de dinero de la misma forma que un taxi. Sin embargo, este término ha sido acuñado ya en más de 25 países, de diferentes lenguas, para significar el vehículo motocicleta (vehículo automóvil de 2 ruedas en línea), mototaxi (vehículo de 3 ruedas, carrozado, con componentes mecánicos de motocicleta) o mototrailer (motocicleta adaptada con carroza trasera) como se lo menciona en otras partes del mundo y son destinados a la prestación del servicio de transporte público individual de pasajeros.

Durante la década de los ´80, los mototaxis eran una novedad ya que permitía desplazar sin ningún problema las cargas que tenían las personas ya sean en mercaderías, entre otras cosas; sin embargo, años más tarde lo utilizarían para el transporte de pasajeros de un lugar a otro.

En algunos países de Europa los mototaxis no los puedes tomar de la calle como es común en Latinoamérica, para acceder a este servicio existen diversas compañías que lo ofrecen mediante páginas web y tienen que estar reservados con antelación, caso contrario el costo se ve incrementado.

En el Perú, no existe una compañía o empresa que brinde el servicio de transporte de pasajeros en mototaxis, ya que la mayoría de ellos son informales y en algunos casos es el único sustento económico de una familia.

Sin embargo, existen asociaciones de mototaxistas que se encuentran en casi todo el país, con diferentes nombres pero con intereses propios y esto a su vez es un problema para la sociedad ya que la mayoría de los integrantes son como ya se mencionó informales o son personas que depende del Motokar porque es el único sustento económico para sus familias.

2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS.

El servicio de transporte en el rubro de mototaxis se encarga de transportar pasajeros dentro lugares urbanos e interurbanos dependiendo de la ciudad donde se encuentren.

A nivel nacional existe una gran tendencia por las personas que utilizan este servicio ya que la misma geografía del país permite a estos vehículos poder ingresar a zonas o lugares de difícil acceso. En Lima por ejemplo, existe alrededor de 600 mil Mototaxis que circulan por todos los distritos; sin embargo, el 40% lo hace informalmente.

En la selva peruana, existen 3 ciudades donde la demanda de estos vehículos es considerable, en la ciudad de Tarapoto existe 24 mil mototaxis circulando por todos los sectores incluyendo al distrito de Morales y al distrito de la banda del Shilcayo. En la ciudad de Pucallpa hay aproximadamente 45 mil motocarros de los cuales 21 mil de ellos son informales.

Sin embargo, en Iquitos hasta el año 2012 existía alrededor de 24 mil mototaxis¹, para el año 2014 había aproximadamente 30 mil circulando por toda la ciudad² y se estima que actualmente existen poco más de 65,000 unidades transitando³.

Cabe resaltar que al mencionar que existe informalidad en los mototaxis se refiere a que muchos de ellos no cuenta con el permiso del municipio para circular dentro de la región realizando transporte de pasajeros por zonas urbanas y otros lugares.

¹ Diario El País – España, edición del 03 de febrero de 2012.
https://elpais.com/diario/2012/02/03/viajero/1328306896_850215.html

² Diario La Región – Perú, Loreto, edición del 25 de julio de 2014.
<https://diariolaregion.com/web/hay-un-total-de-10-mil-mototaxistas-que-estan-en-la-informalidad/>

³ Información entregada a los autores el día 01 de agosto de 2018 por parte de la Gerencia de Tránsito y Transporte Público de la Municipalidad Provincial de Maynas.

Es por ello que en la ciudad de Iquitos, mediante este plan de negocio, se pretende crear la primera empresa que brinde el servicio de transporte público en el rubro de mototaxis, con un servicio adicional de calidad que será un aplicativo llamado “BRUSER” para la garantía y seguridad de los pasajeros, teniendo en cuenta todas las formalizaciones del caso.

Cuadro N° 04: Rutas y precios de las empresas de transporte de pasajeros que circulan por la ciudad de Iquitos, año 2018.

Empresa	Ruta	Precio
Transporte “4 x 4”.	Iquitos – Nauta	S/ 13.00
Transporte “los amigos”.	Iquitos – Nauta	S/ 13.00
Empresa de transporte “turismo Jaén”.	Iquitos – Nauta	S/ 13.00
Fast Mototaxi EIRL.	Aeropuerto – Punchana	S/ 20.00
	Aeropuerto – Iquitos	S/ 15.00
	Aeropuerto – Belén	S/ 10.00
	Aeropuerto – San Juan	S/ 10.00
Taxi Aeropuerto EIRL.	Aeropuerto – Punchana	S/ 25.00
	Aeropuerto – Iquitos	S/ 20.00
	Aeropuerto – Belén	S/ 15.00
	Aeropuerto – San Juan	S/ 10.00
	Aeropuerto – Varillal	S/ 30.00
Empresa de Transporte Fono Taxi EIRL.	Aeropuerto – Punchana	S/ 25.00
	Aeropuerto – Iquitos	S/ 20.00
	Aeropuerto – Belén	S/ 15.00
	Aeropuerto – San Juan	S/ 10.00
	Aeropuerto – Varillal	S/ 30.00

Elaboración: los autores

2.4 PROGRAMA DE MARKETING.

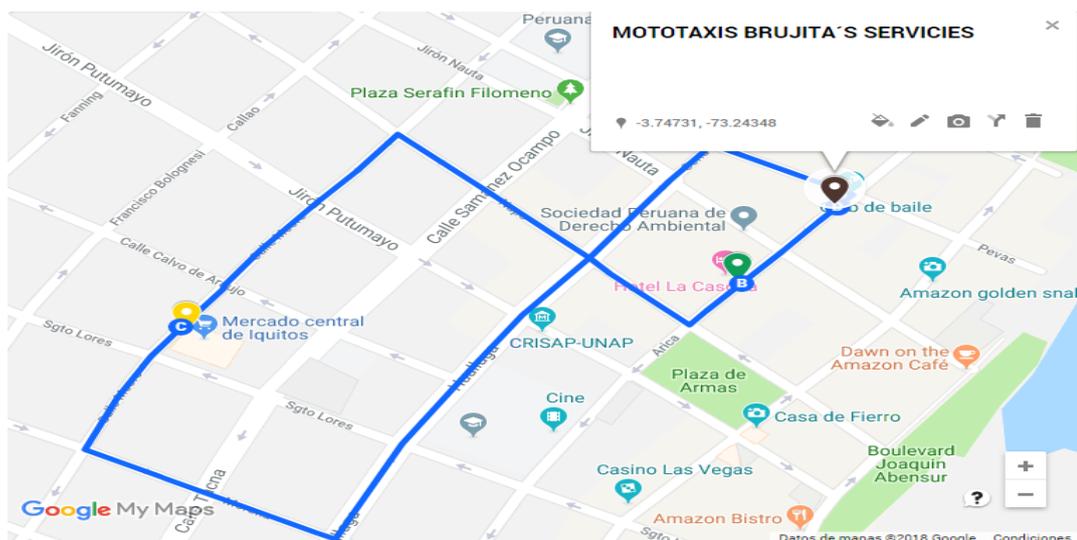
2.4.1. EL PRODUCTO

a) Servicio

La empresa brindará a sus clientes el servicio de transporte público en mototaxi, a su vez contará con un aplicativo (app) llamada “BRUSER” que permita reservar la prestación del servicio, conocer sobre nosotros, así como también todos los datos del conductor que será la persona encargada de movilizarlo durante su recorrido y eventualmente habrá sorteos de acuerdo a las festividades que se realiza en el país para que los clientes se sientan satisfechos.

La empresa contará con mototaxis en buen estado y de las mejores marcas para mantener la calidad del servicio. Así mismo, la oficina estará implementada con los mejores equipos para garantizar el beneficio del mismo así como también cumplir con las exigencias de los clientes.

Figura N° 03: Mapa del servicio brindado por la empresa, 2018.



Fuente: <https://www.google.com/mymaps>

De acuerdo al servicio que ofrecerá BRUJITA'S SERVICES, la explicación de la figura 03 es que, el punto negro es el domicilio de la empresa, una vez que el cliente solicita el servicio, el conductor va hacia el punto verde, lugar donde se recogerá al cliente. Seguidamente, el conductor llevará al cliente al punto amarillo que es el destino del pasajero. Finalmente, el conductor regresará al punto negro que es el domicilio de la empresa a la espera de una nueva ruta.

b) La Marca

Aaker y Joachimsthaler (2006, pag33)⁴ señalan, el valor de la marca como el símbolo que se incorpora al producto o servicio. Agregan que pueden observarse en cuatro dimensiones: reconocimiento, calidad percibida, asociación de la marca y fidelidad a la marca.

Si nos enfocamos en la marca de motocarros que existen en el mercado nacional, tenemos los siguientes:

- Honda
- Bajaj
- Zongshen
- Mavila

⁴ Aaker D. y Joachimsther E. 2006. *Liderazgo de marca*. Editorial Planeta Colombiana S.A Bogotá, Colombia.

Figura N° 04: Marca de la empresa.



Elaboración: los autores.

Teniendo en cuenta la figura 04 mostrada anteriormente, la explicación es que, nuestra marca será reconocida mediante un grafiti con el nombre de BRUJITA y un sombrero que será abiertamente visualizado por todas las personas, además tendrá una pequeña frase “vuela bajito” cuyo significado será la rapidez con la que contará nuestros vehículos cuando atendamos a nuestros clientes y finalmente tendrá un número y nombre en la parte de abajo para un mejor control.

2.4.2. EL PRECIO

a) Objetivo de precio

Kotler (2000, pág. 510). Señala cinco objetivos a alcanzar a través del precio:

1. Supervivencia.
2. Maximización de los beneficios.
3. Maximización de la cuota de mercado.
4. Máximo desnatado del mercado.
5. Liderazgo en la calidad del producto.

De todas ellas al iniciar el negocio se optara por la supervivencia: cubrir todos los gastos de tal forma que no se produzcan pérdidas y en la segunda etapa teniendo en cuenta la rentabilidad de la empresa se optará por el liderazgo en la calidad del producto.

Cuadro N° 05: Rutas y precios de la empresa.

Empresa	Ruta	Precio
Mototaxis Brujita´s Services EIRL.	Aeropuerto – Punchana	S/ 15.00
	Aeropuerto – Iquitos	S/ 10.00
	Aeropuerto – Belén	S/ 7.50
	Aeropuerto – San Juan	S/ 5.00
	Aeropuerto – Varillal	S/ 20.00
	Ruta general	S/ 5.00

Elaboración: los autores.

Según el cuadro N° 05, nuestras rutas constantes serán desde o hacia el aeropuerto, para ello fijamos un precio cómodo en base a la competencia. Sin embargo, nuestro costo en general será de S/ 5.00 porque ofrecemos seguridad y una mejor calidad en nuestro servicio.

b) Acciones de precio en la cadena de distribución

Las acciones de precio en la cadena de distribución buscan determinar y entregar el buen servicio hasta su destinatario final.

Se brindará el servicio de transporte a todos los pasajeros en general ya sea público o privado, utilizando como valor agregado el aplicativo “BRUSER” para la seguridad y confiabilidad de ambas partes.

2.4.3. LA PROMOCIÓN

a) Objetivo de la promoción

Kotler (2000, pág. 621) señala que los objetivos de comercialización son:

1. Reconocimiento.
2. Conocimiento.
3. Gusto.
4. Preferencia.
5. Convicción.
6. Compra.

De todos ellos, se selecciona los siguientes objetivos:

- Conocimiento: Que el cliente conozca el buen servicio que se le va brindar y la ubicación de la oficina central.
- Persuadir: Se brindará el servicio, descuentos y promociones a través del aplicativo “BRUSER”, para una atención eficiente y eficaz al cliente.
- Preferencia: para todos los clientes público y/o privado que deseen contar con el servicio de transporte de pasajeros dentro de la ciudad.

b) Acciones de la promoción

Las acciones a realizar son las siguientes:

1. Se realizará descuentos a través del aplicativo “BRUSER”, dependiendo de la cantidad de veces que utilice el servicio. Esto será contabilizado en una base de datos en Excel que nos permita simplificar la búsqueda de los clientes ganadores.
2. Se realizará diferentes sorteos en la oficina central según los días festivos de la ciudad, dentro de ella tenemos:

Figura N° 05: sorteo de canasta por la celebración de carnaval.



Elaboración: los autores.

Figura N° 06: sorteo por el día de la madre.



Elaboración: los autores.

Figura N° 07: sorteo por la fiesta patronal de San Juan.



Elaboración: los autores.

Figura N° 08: sorteo por fiestas patrias.



Por fiestas patrias
sorteamos
una camiseta de
la selección.



Hoy al mediodía
Jr. Fitzcarrald 252

Elaboración: los autores.

Figura N° 09: sorteo por navidad.



Por navidad
sorteamos
20 panetones.



Hoy al mediodía.
Jr. Fitzcarrald 252

Elaboración: los autores.

Figura N° 10: sorteo por año nuevo.



Elaboración: los autores.

c) Acciones de la publicidad

Las acciones a realizar son las siguientes:

1. Volantes, que serán repartidos en puntos estratégicos de la ciudad, ya sea en mercados, plazas y otros lugares de mayor concurrencia.
2. Obsequio de polos y llaveros con la marca de "BRUJITA'S SERVICES"
3. Spot radial y televisivo para el mercado local.
4. Publicidad en los diarios locales.
5. Publicidad a través de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter teniendo en cuenta que la gran mayoría en nuestra ciudad tiene una cuenta en algunas de esas plataformas.

Figura N° 11: volante de Brujita´s Services.



Elaboración: los autores.

Figura N° 12: polo de Brujita´s Services.



Elaboración: los autores.

Figura N° 13: llavero de Brujita´s Services.



Elaboración: los autores

Figura N° 14: fan page de Brujita´s Services.



Elaboración: los autores.

2.4.4. LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

La empresa MOTOTAXIS “BRUJITA’S SERVICES” EIRL se ubicará en Jirón Fitzcarrald 252, entre las intersecciones de la calle pevas y nauta 2da cuadra, a dos cuadras de la plaza de armas en la ciudad de Iquitos – Perú. La cadena de distribución es directa.

a) Objetivo de distribución

Se busca el posicionamiento de la empresa en nuestra ciudad ya que seremos la primera empresa en este rubro de brindar el servicio de transporte público y/o privado en mototaxis.

b) Funciones que debe cumplir el canal

La principal función es promocionar el negocio como un modelo a seguir para contribuir en el desarrollo económico y social de la ciudad. Así tendremos mayores clientes y obtendremos una mayor rentabilidad.

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1. ESTUDIO DE LA FUENTE DE APROVISIONAMIENTO

Proveedores.

Cuadro N° 06: Principales vendedores de mototaxis en la ciudad de Iquitos, año 2018.

Proveedor	Modelo	Precio
Credi Vargas	Motokar Honda nl-125	S/ 6,176.00
	Motokar Honda nm-125	S/ 6,677.00
	Motokar Honda nl-150	S/ 7,379.00
Carsa	Motokar Zongshen 125	S/ 5,639.00
	Motokar Zongshen 150	S/ 6,479.00
Corepsa	Motokar Honda nl-125	S/ 6,120.00
Barreto Selva Motos	Motokar Torito Bajaj 125	S/ 9,640.00

Elaboración: los autores.

Figura N° 05: Motokar Honda NL-125



Elaboración: los autores.

Figura N° 06: Motokar Honda NL-150



Elaboración: los autores.

Figura N° 07: Motokar Zongshen 125



Elaboración: los autores.

Figura N° 08: Motokar Zongshen 150



Elaboración: los autores

Cuadro N° 07: Principales repuestos de mototaxis en la ciudad de Iquitos, año 2018.

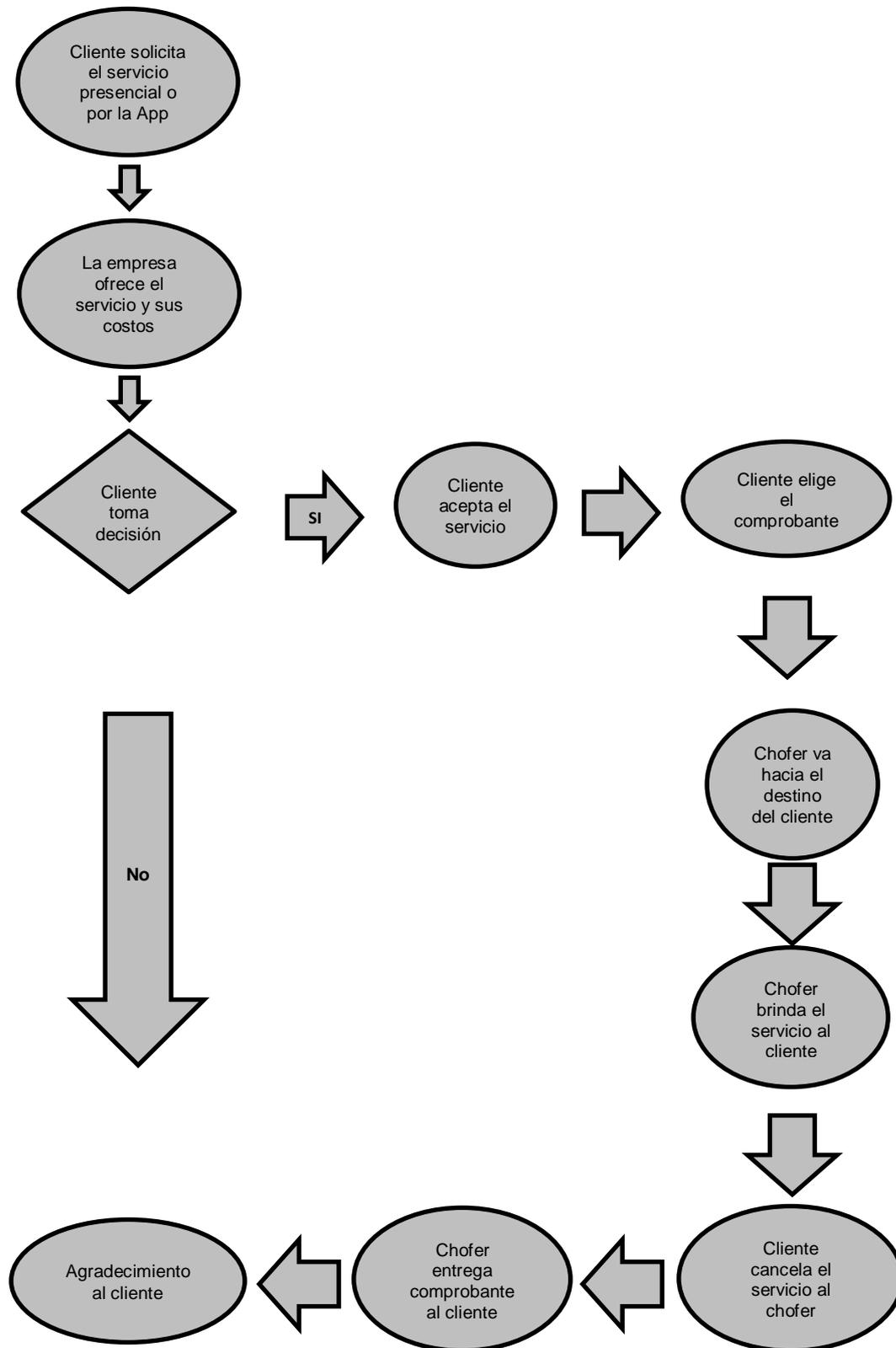
Repuesto	Marca	Precio
Arrastre posterior	Forte	S/ 22.00
	Sfx	S/ 24.00
	Mcc	S/ 27.00
Arrastre centro	Forte	S/ 23.00
	Sfx	S/ 26.00
	Mcc	S/ 28.00
Llanta delantera	Duro	S/ 52.00
	Lima caucho	S/ 55.00
	Kenda	S/ 53.00
	Pirelli	S/ 90.00
Llanta posterior	Duro	S/ 50.00
	Lima caucho	S/ 53.00
	Kenda	S/ 55.00
	Pirelli	S/ 85.00
Aceite	Mobile 4t	S/ 13.00
	Repsol	S/ 18.00
	Yamalube	S/ 19.00
	Honda	S/ 20.00
	Motul 5100	S/ 20.00
Rodaje delantero y posterior	Forte	S/ 3.00
	Sfx	S/ 3.00
	Nachi	S/ 7.00
Kit de reten	China	S/ 5.00
	Japonés	S/ 8.00
Bujía	Ngk	S/ 5.00

Elaboración: los autores.

De acuerdo al cuadro N° 07, los repuestos detallados conforme a la marca y precio es el resultado del estudio de mercado realizado por los autores teniendo en cuenta que estos se incrementarían en 5% en el año 2 y 10% en el año 3.

3.2. EL PROCESO PRODUCTIVO

Figura 19: proceso de servicio de la empresa.



Proceso del servicio:

1. Cliente:

Cliente solicita el servicio de mototaxi de forma presencial o por la app.

2. La empresa ofrece el servicio y sus costos:

Para que el cliente pueda tomar una decisión si acepta o no el servicio y el costo que se le está ofreciendo.

3. Cliente toma una decisión:

- Si, cliente acepta el servicio.
- No, se le agradece al cliente.

4. Cliente acepta el servicio:

Se procede a realizar la reserva del servicio.

5. Cliente elige el comprobante:

Cliente elige si se le emitirá factura o boleta.

6. Chofer va hacia el destino del cliente:

Chofer va hacia el destino del cliente para cumplir con el servicio contratado.

7. Chofer brinda el servicio al cliente:

Chofer lleva al cliente al destino y así cumple con el servicio.

8. Chofer entrega comprobante al cliente:

Chofer hace entrega del comprobante al cliente y este lo cancela.

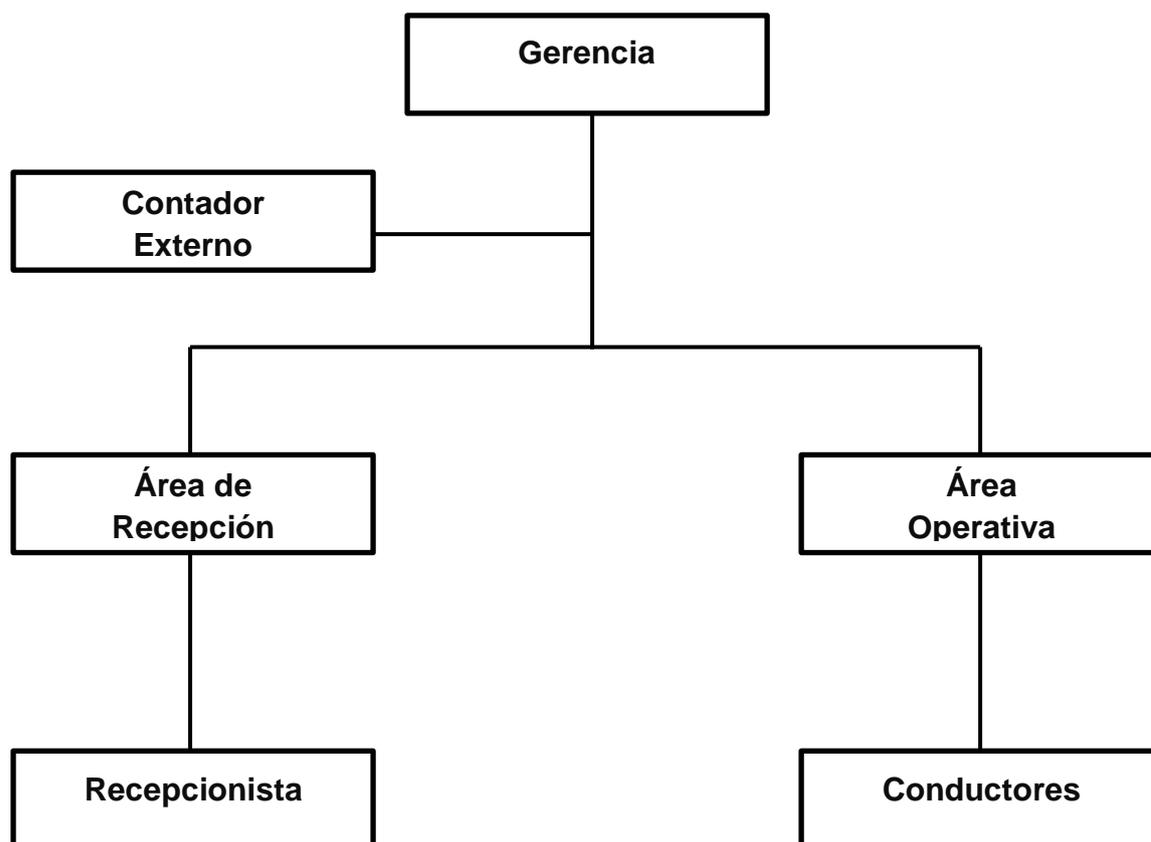
9. Agradecimiento al cliente:

Se procede a agradecer al cliente y con esto culmina el proceso.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. LA ORGANIZACIÓN.

Figura 20: estructura organizacional de la empresa, año 2018.



Elaboración: los autores.

4.2 PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES

Puesto: Gerente

Funciones:

- a) Planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- b) Organiza la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- c) Dirige la empresa, toma decisiones, supervisa las funciones de los colaboradores.
- d) Controla las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detecta las desviaciones o diferencias.
- e) Coordina con el personal las reuniones, capacitaciones, compras de materiales y resuelve los desperfectos en la empresa.
- f) Decide respecto a contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- g) Analiza los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable, entre otros.

Puesto: Contador (servicio externo)

Puesto: Recepcionista

Funciones:

- a) Proporciona información y asistencia a los pasajeros.
- b) Asigna rutas y pasajeros a los conductores.
- c) Revisa el aplicativo para coordinar las rutas de los pasajeros.
- d) Registra a los pasajeros en una base de datos en excel para futuros acontecimientos como sorteos, descuentos entre otros.
- e) Tramita los diferentes servicios solicitados por los pasajeros, ya sea en persona o por otros medios como teléfono, email, aplicativo y redes sociales.
- f) Lleva un control de los pasajeros que utilizan nuestros servicios.
- g) Suele tener en posesión del libro de reclamaciones en caso ocurra algún incidente dentro o fuera de la empresa.

- h) Se encarga de emitir los comprobantes a los clientes.
- i) Tramita las quejas y reclamaciones de los clientes.

Puesto: Conductores

Funciones:

- a) Revisar el vehículo todos los días para garantizar el buen funcionamiento.
- b) Notificar a la empresa acerca de cualquier falla en el funcionamiento del vehículo.
- c) Recibir la asignación de pasajeros de parte de la recepcionista.
- d) Seguir la dirección o ruta señalada para llegar al lugar en el que se recogerá al pasajero.
- e) Estacionar el vehículo en el área designada para que los pasajeros puedan abordar con seguridad.
- f) Ayuda a los pasajeros con su equipaje u otro objeto que lleve consigo, así como a aquellos que tengan movilidad limitada.
- g) Llevar a los pasajeros a su destino.
- h) Cumplir con las leyes de tránsito vigentes.
- i) Velar por la seguridad del pasajero durante el viaje.
- j) Recibir instrucciones especiales de los pasajeros.
- k) Cobra la tarifa pertinente a los pasajeros y hace entrega de los comprobantes de ser necesario.
- l) Notifica sobre cualquier accidente o avería (choques, llantas sin aire, etc.) a la empresa.
- m) Solicita el reemplazo del vehículo para transportar pasajeros, si fuese necesario.
- n) Lleva el registro de las tarifas, rutas y horas de trabajo.
- o) Hace entrega de reportes a la empresa.

4.3 CONDICIONES LABORALES

La empresa contará con trabajadores a tiempo completo, por un periodo de prueba de 3 meses, que podrá ser renovado de acuerdo al desempeño y logro de sus funciones en su puesto. Los servicios se atenderán de lunes a domingo en horario rotativo según lo establecido en el contrato.

La empresa se acogerá a la Ley de la Micro y Pequeña Empresa por los beneficios que le brinda. Posteriormente evaluará su cambio al régimen general. Es decir pagará todos sus beneficios sociales normados en la ley. Solo para el caso del contador será con contrato por servicios profesionales.

Cuadro N° 08: Planilla de personal

Beneficios	Microempresa
Remuneración	Varía de acuerdo al puesto.
Jornada laboral	8 horas diarias (48 horas semanales).
Descanso semanal	De 24 horas
Vacaciones	15 días calendario de descanso por cada año completo de servicios.
Asignación familiar	De acuerdo a ley.
Seguro social de salud	Essalud 9%.
Sistema pensionario	AFP u ONP.

Elaboración: los autores.

Al personal de recibo por honorarios se le pagará de acuerdo a las horas laboradas.

4.4 RÉGIMEN TRIBUTARIO

Para formalizar o para emprender un negocio se puede acoger a 5 regímenes tributarios, detallados a continuación:

- Nuevo régimen simplificado – NRUS.
- Régimen especial de renta – RER.
- Régimen General.
- Régimen de la Amazonía.
- Régimen Mype Tributario – RMT.

En el presente caso se acogerá al Régimen Mype Tributario – RMT, ya que ese régimen comprende a personas jurídicas que obtenga rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1,700 UIT (S/ 7'055,000) en el ejercicio gravable.

Además, se debe presentar la declaración jurada anual para determinar el impuesto a la renta, de acuerdo a las tasas progresivas y acumulativas que se aplican a la renta neta hasta 15 UIT el 10% y más de 15 UIT el 29.5%, siendo la segunda escala donde se encuentra la empresa.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 ESTUDIO ECONÓMICO

Tabla 01: Comportamiento del mercado: tendencias y participación.

	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Demanda actual anual (viajes)	16,511,606		
Tendencia del mercado	0%	1%	2%
Demanda estimada anual (viajes)	16,511,606	16,676,722	17,010,256
Participación del negocio	1.00%	1.25%	1.50%
Demanda del proyecto (viajes)	165,116	208,459	255,154

Fuente: INEI 2018 (ver cuadro N°2 Demanda Proyectada pág. 17)

Tabla 02: Ingresos de ventas.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	165,116	208,459	255,154
Precio mercado promedio (soles x viaje)	5.00	5.00	5.00
Tendencia del precio	0%	10%	20%
Precio de venta efectiva	S/.5.00	S/.5.50	S/.6.00
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.825,580	S/.1,146,525	S/.1,530,923

Elaboración: los autores.

Tabla 03: Costo total del Vehículo.

Costo global	Días de duración	Costo Unit	Costo mensual	Costo Anual	N° MTK	Año 1	N° MTK	Año 2	N° MTK	Año 3
Necesidades anuales						165,116		208,459		255,154
Tendencia del costo						0%		5%		10%
Gasolina	1	10.00	300.00	3,600.00	11	39,600	14	50,580.00	17	61,560.00
Arrastre completo	90	50.00	16.67	200.00	11	2,200	14	2,810.00	17	3,420.00
Llanta delantera	60	52.00	26.00	312.00	11	3,432	14	4,383.60	17	5,335.20
Llanta posterior	30	50.00	50.00	600.00	11	6,600	14	8,430.00	17	10,260.00
Aceite	7	20.00	85.71	1,028.57	11	11,314	14	14,451.43	17	17,588.57
Mantenimiento	30	30.00	30.00	360.00	11	3,960	14	5,058.00	17	6,156.00
Afinamiento	15	15.00	30.00	360.00	11	3,960	14	5,058.00	17	6,156.00
Costo vehículo			538.38	6,460.57		S/.71,066.29		S/.90,771.03		S/.110,475.77

Elaboración: los autores.

Tabla 04: Gastos administrativos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,500	S/. 2,000
Contador externo	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 700	S/. 750	S/. 800
Recepcionista	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,200
Conductores	11	14	17
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 950	S/. 1,000
Remuneraciones del personal	S/. 13,130	S/. 16,650	S/. 21,000
Costo laboral	25.67%	25.67%	25.67%
Remuneración total mensual	S/. 16,500	S/. 20,924	S/. 26,390
Servicios públicos	S/. 300	S/. 400	S/. 450
Útiles oficina	S/. 200	S/. 210	S/. 250
Otros	S/. 100	S/. 150	S/. 200
Total mensual	S/. 17,100	S/. 21,684	S/. 27,290
TOTAL ANUAL	S/.205,200	S/.260,202	S/.327,480

Elaboración: los autores.

Tabla 05: Gastos comerciales.

GASTOS COMERCIALES	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Alquiler local	S/. 1,000.00	S/. 1,200.00	S/. 1,500.00
Promociones	S/. 200.00	S/. 400.00	S/. 800.00
Otros	S/. 50.00	S/. 100.00	S/. 200.00
Total mensual	S/. 2,250.00	S/. 2,700.00	S/. 3,500.00
TOTAL ANUAL	S/.27,000.00	S/.32,400.00	S/.42,000.00

Elaboración: los autores.

Tabla 06: Gastos pre operativos.

Gastos pre operativos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Gastos de constitución	S/. 3,000.00			
Gastos de acondicionamiento	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 8,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Elaboración: los autores.

5.1 ESTUDIO FINANCIERO

Tabla 07: Inversión en activos fijos.

Activos fijos	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo de vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0	1	S/. 0	0	S/. 0
Equipos de cómputo	S/. 2,000	2	S/. 4,000	4	S/. 1,000
Vehículos	S/. 6,120	11	S/. 67,320	5	S/. 13,464
Muebles	S/. 2,000	1	S/. 2,000	10	S/. 200
Total			S/. 73,320		S/. 14,664

Elaboración: los autores.

Tabla 08: Depreciación y amortización en activos fijos.

Detalle	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.73,320.00	-S/.14,664.00	-S/.14,664.00	-S/.14,664.00	S/.29,328.00
Amortización activo intangible	S/.8,000.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	S/.3,200.00
Total	S/.81,320.00	-S/.16,264.00	-S/.16,264.00	-S/.16,264.00	S/.32,528.00

Elaboración: los autores.

Tabla 09: Programa de endeudamiento.

Deuda a tomar	S/. 70,000			
16.08%	Anual	1.3%	mensual	
		36	meses	
N° de cuotas	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	70,000	875	1,944	2,819
2	68,056	851	1,944	2,795
3	66,111	826	1,944	2,771
4	64,167	802	1,944	2,747
5	62,222	778	1,944	2,722
6	60,278	753	1,944	2,698
7	58,333	729	1,944	2,674
8	56,389	705	1,944	2,649
9	54,444	681	1,944	2,625
10	52,500	656	1,944	2,601
11	50,556	632	1,944	2,576
12	48,611	608	1,944	2,552
		8,896	23,333	

N° de cuotas	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	46,667	583	1,944	2,528
14	44,722	559	1,944	2,503
15	42,778	535	1,944	2,479
16	40,833	510	1,944	2,455
17	38,889	486	1,944	2,431
18	36,944	462	1,944	2,406
19	35,000	438	1,944	2,382
20	33,056	413	1,944	2,358
21	31,111	389	1,944	2,333
22	29,167	365	1,944	2,309
23	27,222	340	1,944	2,285
24	25,278	316	1,944	2,260
		5,396	23,333	

N° de cuotas	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	23,333	292	1,944	2,236
26	21,389	267	1,944	2,212
27	19,444	243	1,944	2,188
28	17,500	219	1,944	2,163
29	15,556	194	1,944	2,139
30	13,611	170	1,944	2,115
31	11,667	146	1,944	2,090
32	9,722	122	1,944	2,066
33	7,778	97	1,944	2,042
34	5,833	73	1,944	2,017
35	3,889	49	1,944	1,993
36	1,944	24	1,944	1,969
		1,896	23,333	

Elaboración: los autores.

Tabla 10: Estado de situación financiera.

Balance	Año 0	Año 1
Activo corriente	S/82,558	S/431,904
Caja Bancos	S/82,558	S/395,531
Cuentas por cobrar		S/34,399
Inventarios		S/1,974
Activo no corriente	S/81,320	S/65,056
TOTAL	S/163,878	S/496,960
Pasivo corriente		S/5,922
Pasivo No Corriente	S/70,000	S/46,667
TOTAL PASIVO	S/70,000	S/52,589
Patrimonio		
Capital	S/93,878	S/93,878
Utilidades retenidas		
Resultado del ejercicio		S/350,493
TOTAL PATRIMONIO	S/93,878	S/444,371
TOTAL	S/163,878	S/496,960

Elaboración: los autores.

Tabla 11: Estado de resultados integrales.

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.825,580	S/.1,146,525	S/.1,530,923
Costo ventas	-S/.71,066	-S/.90,771	-S/.110,476
Margen Bruto	S/.754,514	S/.1,055,754	S/.1,420,447
Gastos administrativos	-S/.205,200	-S/.260,202	-S/.327,480
Depreciación	-S/.16,264	-S/.16,264	-S/.16,264
Gastos comerciales	-S/.27,000	-S/.32,400	-S/.42,000
Margen operativo	S/.506,050	S/.746,888	S/.1,034,703
Gastos financieros	-S/.8,896	-S/.5,396	-S/.1,896
Margen antes de tributos	S/.497,154	S/.741,492	S/.1,032,807
Tributos	-S/.146,660	-S/.218,740	-S/.304,678
Margen neto	S/.350,493	S/.522,752	S/.728,129

Elaboración: los autores.

Tabla 12: Tributación del proyecto.

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	0%	0%	0%
Impuesto a la renta	29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (TAX)	29.50%	29.50%	29.50%

Elaboración: los autores.

Tabla 13: Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.825,580	S/.1,146,525	S/.1,530,923	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.81,320				S/.32,528
Capital de trabajo	-S/.82,558	-S/.36,870	-S/.19,966	-S/.14,922	S/.154,316
Compras		-S/.71,066	-S/.90,771	-S/.110,476	
Gastos administrativos		-S/.205,200	-S/.260,202	-S/.327,480	
Gastos comerciales		-S/.27,000	-S/.32,400	-S/.42,000	
Pago impuestos		-S/.149,285	-S/.220,332	-S/.363,595	
Flujo Caja Económico	-S/.163,878	S/.336,159	S/.522,854	S/.672,451	S/.186,844
Préstamo recibido	S/.70,000				S/.0
Amortización		-S/.23,333	-S/.23,333	-S/.23,333	
Gastos financieros		-S/.8,896	-S/.5,396	-S/.1,896	
Escudo fiscal		S/.2,624	S/.1,592	S/.666	
Flujo Caja Financiero	-S/.93,878	S/.306,554	S/.495,716	S/.647,888	S/.186,844

Elaboración: los autores.

VI. CONCLUSIONES

- a) La investigación realizada, comprueba que actualmente en el mercado nacional (Perú) no existe una empresa formal que brinde el servicio de transporte público de pasajeros en mototaxis. Así mismo, esta idea de negocio es viable debido a que le dará un valor agregado a nuestra ciudad y nuestro servicio será totalmente diferente posicionándonos en el mercado.

- b) El plan de marketing se ha elaborado de acuerdo a las necesidades que actualmente tienen las personas, es por eso que podremos ofertar nuestro servicio a través de un aplicativo móvil que permita brindarle seguridad y confiabilidad a nuestros clientes, esto le dará un valor agregado al mercado y será muy importante para nuestro negocio.

- c) Nuestra empresa contará con los mejores colaboradores para garantizar el buen servicio de calidad, ellos serán capacitados para mantener el nivel de tal manera que nuestros clientes se sentirán satisfechos.

- d) Para finalizar, nuestro plan de negocio es viable porque así lo demuestra nuestras cifras en el plan económico financiero, teniendo en cuenta que nuestro cálculo fue elaborado en base a la demanda inicial y que como éste cambiará de acuerdo a las necesidades de la sociedad.

VII. BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ, P. (11 de JUNIO de 1995).

https://elpais.com/diario/1995/06/11/madrid/802869871_850215.html.

Recuperado el 28 de JUNIO de 2018, de

https://elpais.com/diario/1995/06/11/madrid/802869871_850215.html:

https://elpais.com/diario/1995/06/11/madrid/802869871_850215.html

BARDÁLEZ, J. Q. (04 de OCTUBRE de 2014). DIARIO VOCES. *Motocarristas representan al 12% de la población y hasta le momento no son regulados por la Municipalidad.*

Clasificación Industrial Internacional Uniforme, CIUU – INEI 2018.

<https://www.inei.gob.pe/>

CAPITAL, R. (30 de NOVIEMBRE de 2016).

<http://www.capital.com.pe/actualidad/600-mil-mototaxis-se-desplazan-sin-control-de-municipalidades-distritales-en-lima-noticia-1013415>.

Recuperado el 01 de JULIO de 2018, de

<http://www.capital.com.pe/actualidad/600-mil-mototaxis-se-desplazan-sin-control-de-municipalidades-distritales-en-lima-noticia-1013415>.

COMERCIO, D. E. (25 de NOVIEMBRE de 2009). Mototaxis se venden muy bien en Latinoamérica.

GAMARRA, A. C. (09 de OCTUBRE de 2016).

<http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decre->. Recuperado el 01 de JULIO de 2018, de

<http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decre->:

<http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decre->

GESTIÓN, D. L. (12 de DICIEMBRE de 2016). Honda Motor invierte en servicio de mototaxis compartido.

GESTIÓN, D. L. (25 de NOVIEMBRE de 2016). La India es el primer proveedor de mototaxis y el segundo de automóviles en el Perú.

Litman, Todd (2015): *Safe City, la teoría del tráfico inducido y el transporte público*.

<http://safecitying.com/la-teoria-del-traffic-inducido-y-el-transportepublico/>

Mathieu, Mario F. (2010): *Servicio de transporte urbano de pasajeros, cuando la competencia puede ser no deseable*. Ciencia, docencia y tecnología. Universidad Nacional de Entre Ríos – Argentina.
www.redalyc.org/pdf/145/14515335001.pdf

NOCEDA, M. Á. (03 de FEBRERO de 2012).

https://elpais.com/diario/2012/02/03/viajero/1328306896_850215.html.

Recuperado el 28 de JUNIO de 2018, de

https://elpais.com/diario/2012/02/03/viajero/1328306896_850215.html:

https://elpais.com/diario/2012/02/03/viajero/1328306896_850215.html

REGIÓN, D. L. (25 de JULIO de 2014). “HAY UN TOTAL DE 10 MIL MOTOTAXISTAS QUE ESTÁN EN LA INFORMALIDAD”.

Regoli Roa, Silvia (2007): *La regulación del transporte público urbano de pasajeros, el caso de la ciudad de Santa Fe*. Documentos y aportes en administración pública estatal 2007. Universidad Nacional del Litoral – Argentina. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337530214008>

WIKIPEDIA. (22 de MAYO de 2018). <https://es.wikipedia.org/wiki/Mototaxi>.

Recuperado el 27 de JUNIO de 2018, de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Mototaxi>:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Mototaxi>

WIKIPEDIA. (29 de MAYO de 2018). <https://es.wikipedia.org/wiki/Transporte>.

Recuperado el 27 de JUNIO de 2018, de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Transporte>:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Transporte>