



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**IMPLEMENTACIÓN DE TALLER AUTOMOTRIZ PARA EL
SERVICIO DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO
VEHICULAR EN EL DISTRITO DE ATE**

**PRESENTADO POR
ISDAEL ROGER CHANCAS CHOQUE**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**IMPLEMENTACIÓN DE TALLER AUTOMOTRIZ PARA EL SERVICIO DE
MANTENIMIENTO PREVENTIVO VEHICULAR EN EL DISTRITO DE ATE**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR:
ISDAEL ROGER CHANCAS CHOQUE**

LIMA, PERÚ

2020

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO I: ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	11
CAPÍTULO II: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	14
2.1. Nombre o razón social	14
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	17
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	18
2.3.1. Ubicación Geográfica.....	19
2.3.2. Factibilidad Municipal.....	20
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	21
2.4.1. Objetivo General.....	21
2.4.2. Misión	22
2.4.3. Visión.....	22
2.4.4. Valores	22
2.4.5. Cultura organizacional	22
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.	23
2.6. Estructura Orgánica.....	24
2.7. Cuadro de asignación de personal.....	25
2.7.1. Personal por unidades orgánicas	25
2.7.2. Descripción de responsabilidades y funciones.....	26
2.7.3. Escala de remuneraciones de los colaboradores	28
2.8. Forma Jurídica Empresarial	28
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	29
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	30
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades...30	
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	32
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	33
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.	33
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	34
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO	35
3.1. Descripción del Entorno del Mercado	35
3.1.1. Factores Macroentorno.....	37
3.1.2. Factores Microentorno	51

3.2. Ámbito de acción del negocio	55
3.2.1. Segmento de mercado.....	56
3.2.2. Público Objetivo	57
3.2.3. Análisis de la empresa.....	57
3.2.4. Buyer persona.....	58
3.3. Descripción del bien o del servicio	61
3.3.1. Descripción del servicio de la empresa Autocar SAC	62
3.3.2. Canvas de la empresa	66
3.4. Estudio de la demanda	69
3.4.1. Demanda Latinoamérica de vehículo.....	69
3.4.2. Demanda Nacional de vehículo	71
3.4.3. Contribución del sector automotriz en el sector comercio.....	73
3.4.4. Parque automotor de Lima Metropolitana	73
3.5. Estudio de la oferta.....	75
3.6. Determinación de la demanda insatisfecha	77
3.6.1. Estudio de mercado para la implementación de un taller automotriz	77
3.6.2. Resultados del Estudio de Mercado	79
3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	88
3.8. Descripción de la política comercial	89
3.8.1. Estrategia de Producto	89
3.8.2. Estrategia de Precio	90
3.8.3. Estrategia de Punto de venta.....	90
3.8.4. Estrategia de Promoción	91
3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	91
CAPÍTULO IV: ESTUDIO TECNICO	93
4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes.....	93
4.2. Proceso y Tecnología.....	94
4.2.1. Descripción y diagrama de los procesos.....	94
4.2.2. Capacidad instalada y operativa	98
4.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos.....	101
4.2.4. Infraestructura y características físicas	105
4.3. Localización del negocio, Factores determinantes	107
CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	112
5.1. Inversión Fija	112
5.1.1. Inversión Tangible.....	112

5.1.2. Inversión Intangible.....	114
5.2. Capital de Trabajo	115
5.3. Inversión Total.....	116
5.4. Estructura de la inversión y financiamiento	117
5.5. Fuentes Financieras	118
5.6. Condiciones de Crédito.....	119
CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS	121
6.1. Presupuesto de los costos.....	121
6.2. Punto de equilibrio	125
6.3. Estado de ganancias y pérdidas.....	126
6.4. Presupuesto de ingresos	127
6.5. Presupuesto de egresos.....	128
6.6. Flujo de Caja proyectado	129
6.7. Balance general	130
CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN	132
7.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición	132
7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición	134
7.3. Evaluación Social.....	136
7.4. Impacto Ambiental	137
CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	138
8.1. Conclusiones	138
8.2. Recomendaciones	140
BIBLIOGRAFIA.....	142
ANEXO	146

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Formulario de Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica.....	15
Figura N° 2. Minuta de constitución de la empresa Autocar S.A.C.....	16
Figura N° 3. Ubicación geográfica del negocio.....	19
Figura N° 4. Formulario autorizado	20
Figura N° 5. Organigrama de la empresa Autocar S.A.C.....	24
Figura N° 6. Marca de la empresa Autocar S.A.C.	29
Figura N° 7. Perú: población censada, según departamento, 2017 (miles de habitantes)	38
Figura N° 8. Censos Nacionales de población y vivienda	39
Figura N° 9. PBI del Perú al segundo semestre del año 2020.....	40
Figura N° 10. Expectativa del PBI 2021	41
Figura N° 11. Tipo de cambio en Latinoamérica	43
Figura N° 12. PBI per cápita en el 2019 - Perú	44
Figura N° 13. Distribución de hogares según nivel socioeconómico año 2020.....	45
Figura N° 14. Perfil de hogares en Lima Metropolitana.....	46
Figura N° 15. Venta de vehículos nuevos en los países de la región año 2019	48
Figura N° 16. Actividades autorizadas en la fase 2 de reactivación económica	49
Figura N° 17. Las 5 fuerzas de Porter de la empresa	54
Figura N° 18. Determinación del mercado meta de la empresa Autocar SAC	55
Figura N° 19. Análisis FODA de la empresa	58
Figura N° 20. Buyer personal – Perfil de cliente.....	59
Figura N° 21. Buyer personal – Mapa de empatía	60
Figura N° 22. Modelo Canvas de la empresa Autocar SAC.....	68
Figura N° 23. Venta de vehículos en países de la región hasta septiembre año 2020.....	71
Figura N° 25. Competidores de la empresa Autocar SAC	76
Figura N° 26. Encuesta realizada para el Estudio de Mercado	79
Figura N° 27. Mapa de proceso de la empresa Autocar SAC.....	98
Figura N° 28. Plano de ubicación del negocio.....	106
Figura N° 29. Mapa de Lima Metropolitana	107
Figura N° 30. Mapa del distrito de Ate	108
Figura N° 31. Cuadro de inversión tangible de la empresa Autocar SAC	113
Figura N° 32. Cuadro de inversión intangible de la empresa Autocar SAC.....	114
Figura N° 33. Cuadro de insumos de la empresa Autocar SAC	115
Figura N° 34. Cuadro de capital de trabajo de la empresa Autocar SAC	116
Figura N° 35. Cuadro de inversión total de la empresa Autocar SAC	117
Figura N° 36. Cuadro de estructura de inversión y financiamiento de la empresa Autocar SAC.....	117
Figura N° 38. Flujo de caja proyectado de la empresa Autocar SAC	129

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Descripción del CIIU 4 – 4520 de la Actividad Económica.....	17
Tabla N° 2. Evaluación de factor para ubicación de la empresa	18
Tabla N° 3. Características entre una microempresa y una pequeña empresa.....	23
Tabla N° 4. Número total de trabajadores de la empresa Autocar	25
Tabla N° 5. Responsabilidades y funciones de personal de la empresa Autocar S.A.C.	26
Tabla N° 6. Escala remunerativa de la empresa Autocar S.A.C.	28
Tabla N° 7. Características de los Regímenes Tributarios	31
Tabla N° 8. Conceptos de lo que se declara en el PLAME	32
Tabla N° 9. Diferencia entre 4G, 4G + y 5G.....	51
Tabla N° 10. Contribución del sector comercio al PBI	73
Tabla N° 11. Parque automotor por departamentos del Perú año 2016	74
Tabla N° 12. Análisis de cuatro competidores	77
Tabla N° 13. Precios de la empresa Autocar por tipo de vehículo	90
Tabla N° 14. Ventas proyectadas – Capacidad de planta	92
Tabla N° 15. Equipos y herramientas del taller	99
Tabla N° 16. Equipos de oficina y sala de espera	100
Tabla N° 17. Requerimiento de equipos y herramientas del taller	102
Tabla N° 18. Requerimiento de muebles de oficina y sala de espera	103
Tabla N° 19. Requerimiento de personal	104
Tabla N° 20. Requerimiento mensual de insumos para el negocio	104
Tabla N° 21. Factores de ubicación de la empresa (ponderación).....	110
Tabla N° 22. Cuadro de fuentes de financiamiento de la empresa Autocar SAC	118
Tabla N° 23. Fuentes de financiamiento	118
Tabla N° 24. Cuadro de condiciones de crédito Caja Huancayo.....	119
Tabla N° 25. Cuadro de condiciones de crédito Caja Huancayo.....	120
Tabla N° 26. Costos fijos de la empresa Autocar S.A.C.....	122
Tabla N° 27. Costos de venta de la empresa Autocar S.A.C.	122
Tabla N° 28. Gastos Financieros de la empresa Autocar S.A.C.	123
Tabla N° 29. Gastos de promoción y venta de la empresa Autocar S.A.C.	124
Tabla N° 30. Depreciación de los bienes de la empresa Autocar S.A.C.....	124
Tabla N° 31. Punto de equilibrio del servicio preventivo para autos de la empresa Autocar S.A.C.	125
Tabla N° 32. Proyección de ingresos anuales	127
Tabla N° 33. Proyección de egresos anuales	128
Tabla N° 34. Balance General	130
Tabla N° 35. Costo promedio ponderado WACC.....	133
Tabla N° 36. Evaluación económica.....	133

Tabla N° 37. Resumen de evaluación económica	134
Tabla N° 38. Costo de oportunidad de capital COK.....	135
Tabla N° 39. Evaluación Financiera	135
Tabla N° 40. Resumen de evaluación financiera	136

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, el parque automotor en Lima Metropolitana crece cada año, por ello las actividades económicas relacionadas al sector automotriz es un nicho de mercado que viene en creciendo continuamente y que no se han visto muy afectadas por la pandemia ocasionada por la COVID-19, ya que forman parte de la cadena logística para el traslado de bienes y servicios de primera necesidad. En vista de este contexto nace la empresa Autocar S.A.C. la cual se especializará en un servicio recurrente que requieren los vehículos menores de combustión interna, el cual consiste en el servicio de mantenimiento preventivo vehicular.

Esta empresa iniciará sus operaciones en la zona industrial del distrito de Ate, en donde contaremos con un local propio dada la ubicación privilegiada y alto tránsito vehicular; nos diferenciaremos de la competencia dado que brindaremos experiencias en el servicio a nuestros clientes; asimismo contaremos con un taller moderno y amplio, con ambientes adecuados y cómodos para la preferencia de cada uno de nuestros clientes.

A nivel de plan estratégico empresarial contaremos con una sólida estructura organizacional, que nos permitirá constituirnos de manera legal y cumplir con los protocolos necesarios para garantizar la experiencia de seguridad, calidad y satisfacción de nuestro cliente. Es por ello que bajo la metodología SMART plantearemos objetivos que busquen cumplir con nuestra visión de ser una empresa líder del sector automotriz. Así como también generar cultura empresarial que identifique los valores y la razón de ser de nuestra empresa conjuntamente con nuestros colaboradores.

En relación a nuestro estudio de mercado Autocar S.A.C. ha identificado un entorno de mercado favorable que pese a las condiciones de la pandemia del COVID-19 los indicadores económicos tanto al nivel macroeconomía y microeconómico reflejan una tendencia de recuperación. En esa misma línea se ha identificado como segmento de

mercado el distrito de Ate, debido a que las condiciones estratégicas a nivel de ubicación nos permiten conectarnos con el sector industrial y empresarial. Como parte de nuestra estrategia de marketing la propuesta de valor se ha definido en base a cuatro lineamientos que se relacionan con las nuevas tendencias de mercados, entre ellas tenemos: el nuevo entorno del marketing digital, la trazabilidad en el servicio, la experiencia y especialización de los colaboradores en las tareas de mantenimiento, así como también la satisfacción-calidad en cada uno de los servicios.

Es importante señalar que nuestro estudio técnico cuenta con procesos, metodologías y tecnologías que nos permiten encontrarnos a la vanguardia de este nicho de mercado para ello contamos con diagramas de proceso estandarizado por tipo de servicio, así como localización y requerimientos de bienes de capital, personal e insumos plasmados en nuestros software de planificación y otros factores determinantes que permitan contar con todos los elementos y recurso para la instalación de nuestra empresa. Cabe destacar Autocar S.A.C. tiene identifica una inversión fija de S/. 34 951.00 las cuales se distribuye como inversión tangible S/. 33 181 e intangible S/. 1 770, nuestro capital de trabajo asciende a un monto de S/. 36 743.12 las cuales nos permitirá tener una estructura de inversión y financiamiento viables y óptimas.

La evaluación económica y financiera de nuestra empresa nos permite garantizar la viabilidad de recuperación de la inversión y el pago del préstamo para consecuentemente con ello obtener solidos ingresos que crecen a un ritmo de 3 % anualmente y se ve reflejada en nuestros balances y flujos proyectados para los próximos 05 años.

Finalmente se espera que el presente plan de negocios cumpla con los requisitos y exigencias determinadas para la obtención del grado académico y puesta en marcha del negocio.

CAPÍTULO I: ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

La presente idea de negocio busca prevenir los problemas mecánicos recurrentes en los vehículos menores de combustión interna en Lima Metropolitana. El plan de negocio proporcionará el servicio de mantenimiento preventivo vehicular en las categorías de auto, camionetas, SUV y furgonetas para los propietarios de este medio de transporte en el distrito de Ate y alrededores.

En vista de ello, nace la empresa Autocar S.A.C. legalmente constituida y que cuenta con un local propio en el distrito de Ate. Esta nueva idea de negocio busca posicionarse en el mercado de los mantenimientos vehiculares del sector automotriz; con una propuesta moderna e integral que involucra novedosas maquinarias y equipos para la atención del servicio, y un capital humano especializado para cumplir con las expectativas de los consumidores, cumpliendo con las normas y protocolos de bioseguridad y salud.

Este servicio ofrece el mantenimiento recurrente en los vehículos menores que son: el cambio de aceite en el motor, el cambio de filtro de aire, cambio de filtro de aceite, revisión del sistema de frenos y de suspensión y por último un lavado integral del vehículo. La estrategia comercializadora se desarrollará por intermedio de las redes sociales, la página web de la empresa y los influencers relacionados al sector automotriz. Alineados a nuestra estrategia de marketing, se ha segmentado como público objetivo los propietarios de vehículos menores en los distritos de Ate, Santa Anita, Chaclacayo y Lurigancho Chosica, que se encuentren en el nivel socioeconómico B y C.

Nuestras ventajas competitivas son: personalización adecuando el servicio al tipo de carro del cliente, experiencia en el servicio acompañando al cliente en todo el proceso en que se realiza el servicio brindando asesorías y recomendaciones, digitalización en la manera

de presentar los servicios y productos de la empresa, la estrategia del justo a tiempo (JIT) y el servicio post venta. Por eso creemos que Autocar S.A.C. alcanzará sus objetivos trazados para los primeros cinco años en donde adquirirán una participación gradual 1% del mercado automotor y con ello el incremento de sus ingresos en promedio 2% anualmente.

La idea de negocio se desarrolla bajo un contexto de una pandemia ocasionada por la COVID-19, por ello se ha considerado la adquisición de elementos de seguridad para reducir la propagación de la enfermedad, asimismo, se ha considerado cumplir con los protocolos emitidas por el Gobierno.

En el plan de negocio se presentará el planeamiento estratégico de nuestra empresa en donde se abordará la misión, visión, valores, localización, cultura y otros aspectos a nivel organizacional; asimismo, así como también los principales documentos para la constitución legal de la empresa.

En el estudio de mercado se explicará nuestro mercado meta, descripción del entorno del mercado, analizar a nuestro potencial cliente, estrategias comerciales y de marketing; y el estudio técnico se describirá los elementos de inversión, tanto en los bienes tangibles como en los intangibles. Asimismo, se mostrará el estudio de inversión y financiamiento para el inicio de las operaciones comerciales de la nueva empresa, así como los costos de ingresos y egresos, para analizar la viabilidad y rentabilidad del presente proyecto y de esta manera tomar la decisión de aprobarlo o rechazarlo.

De acuerdo al estudio realizado en la evaluación financiera, el proyecto es viable debido a que el VAN es mayor a 0 y teniendo como resultado que el VAN económico es de S/.

85 002.38 y el VAN financiero es de S/. 83 546.97; además se cuenta con TIR aceptable ya que es mayor a la tasa mínima de rendimiento, se cuenta con un TIR económico de 58.53% y un TIR financiero de 71.56%.

Finalmente, se espera que el presente proyecto cumpla con todas las expectativas y exigencias planteadas por la institución académica, debido a que, en un futuro no muy lejano, se iniciará con la idea de negocio y permitirá generar ingresos para fortalecer un ambiente de nuevos emprendedores para el desarrollo de nuestro país.

CAPÍTULO II: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

En el presente capítulo, se desarrollará toda la información interna de la empresa Autocar SAC, para el inicio de la nueva empresa relacionados a los temas legales, siendo así se desarrollará su razón social, misión, visión, ubicación geográfica, delimitación de su actividad económica y su factibilidad sectorial.

Asimismo, se tratará los aspectos contables de la empresa mencionada, para determinar sus obligaciones tributarias y los costos que conlleva a el inicio de una empresa formal ante las entidades gubernamentales.

2.1. Nombre o razón social

El Diccionario de la Lengua Española, define a razón social como “Nombre y firma por la cual es conocida una compañía mercantil de forma colectiva, comanditaria o anónima” (RAE).

Por otro lado, la Plataforma Única Digital del Estado Peruano define a la razón social como “La denominación que tendrá tu empresa y está ligada al RUC. Con esa razón social tu empresa se identificará ante la SUNAT, bancos, entidades y compañías para realizar trámites, hacer compras o ventas, entre otros”.

En ese sentido, la razón social para la nueva empresa elegida y registrada ante la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) es Autocar S.A.C. Se eligió esta denominación porque la palabra “Auto” es uno de los mercados objetivos de la empresa y está relacionado al rubro del negocio; y la palabra “Car” que es una denominación en ingles que traduciéndola al castellano significa coche y también se

Este trámite se puede realizar de forma física en las instalaciones de la SUNARP o virtual en el SPRL (Servicio de Publicidad Registral en Línea), el plazo total de calificación es de 24 horas y tiene un costo de S/. 21.00, el cual garantiza que durante 30 días el nombre se encuentra reservado.

- El siguiente paso es la elaboración de la Minuta de Constitución de empresa, el cual fue elaborada por el área legal de la empresa Autocar (Ver Figura N° 2) y fue presentada ante la notaria Higa para su revisión y elevación a escritura pública, de este modo poder obtener los Registro Públicos de la nueva empresa.

MODELO DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA - S.A.	
<p>SEÑOR NOTARIO SIRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA, QUE OTORGAN:</p> <p>A. JHONSON EDELL CHANCAB CHOQUE DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: COMERCIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 40761944, ESTADO CIVIL: SOLTERO</p> <p>B. ISIDAO ROGER CHANCAS CHOQUE DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ESTUDIANTE CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 40761944, ESTADO CIVIL: SOLTERO</p> <p>SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN JR. ALMUDENA 350 VILLA JARDE EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES</p> <p>PRIMERO - POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE AUTOCAR SOCIEDAD ANÓNIMA.</p> <p>LA SOCIEDAD PUEDE USAR LA ABREVIATURA DE "AUTOCAR S.A".</p> <p>LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.</p> <p>SEGUNDO - EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 100 000.00 (CIENTO OCHENTA MIL Y 00/100 SOLES), DIVIDIDO EN (NUMERO DE ACCIONES) ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL, DE S/. ... 00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:</p> <p>1. [NOMBRE DEL SOCIO 1], SUSCRIBE (NUMERO DE ACCIONES 1) ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA (MONTO DEL CAPITAL S/ QUE PAGA EL SOCIO 1) MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS</p> <p>2. [NOMBRE DEL SOCIO 2], SUSCRIBE (NUMERO DE ACCIONES 2) ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA (MONTO DEL CAPITAL S/ QUE PAGA EL SOCIO 2) MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS</p> <p>EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO</p> <p>TERCERO - LA SOCIEDAD SE REGISTRARÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES (LEY 26897 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARÁ "LA LEY").</p> <p>ESTATUTO</p>	<p>ARTICULO 1º. - DENOMINACIÓN - DURACIÓN - DOMICILIO LA SOCIEDAD SE DENOMINARÁ "AUTOCAR SOCIEDAD ANÓNIMA".</p> <p>LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA: "AUTOCAR S.A".</p> <p>LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA. INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO SOCIAL Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES EN MZ A LOTE 25 URB. LAS PRADERAS DE PARIACHI - ATE, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.</p> <p>ARTICULO 2º. - OBJETO SOCIAL - LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A ACTIVIDADES COMERCIALES EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ. SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL, LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.</p> <p>ARTICULO 3º. - CAPITAL SOCIAL EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/ (MONTO S/) (MONTO EN LETRAS) Y 00/100 NUEVOS SOLES; REPRESENTADO POR (NUMERO DE ACCIONES) ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/ ... 00 CADA UNA.</p> <p>EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO</p> <p>ARTICULO 4º. - ACCIONES LA CREACIÓN, EMISIÓN, REPRESENTACIÓN, PROPIEDAD, MATRÍCULA, CLASES DE ACCIONES, TRANSMISIÓN, ADQUISICIÓN, DERECHOS Y GRAVAMENES SOBRE ACCIONES, SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 82º A 111º DE LA "LEY".</p> <p>ARTICULO 5º. - RÉGIMEN DE LOS ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPLENTE DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUIDO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.</p> <p>ARTICULO 6º. - JUNTA OBLIGATORIA ANUAL LA JUNTA GENERAL SE REÚNE OBLIGATORIAMENTE CUANDO MENOS UNA VEZ AL AÑO DENTRO DE LOS TRES MESES SIGUIENTES A LA TERMINACIÓN DEL EJERCICIO ECONÓMICO. TIENE COMO OBJETO TRATAR LOS ASUNTOS CONTEMPLADOS EN EL ARTICULO 154º DE LA "LEY". OTRAS JUNTAS GENERALES COMPETE, ASIMISMO A LA JUNTA GENERAL LAS ACCIONES PREVISTAS EN EL ARTICULO 111º DE LA "LEY".</p> <p>LOS REQUISITOS Y FORMA DE LA CONVOCATORIA A JUNTA GENERAL SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 116º A 119º DE LA "LEY".</p>

Figura N° 2. Minuta de constitución de la empresa Autocar S.A.C.

- Por último, paso, se realizó en forma presencial el registro ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), para la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC) indicando el domicilio fiscal, los números telefónicos, la actividad a realizar de la nueva empresa.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La SUNAT define a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) como “Una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios”.

En el Perú el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) promulgó la Resolución Jefatural N° 024-2010-INEI, en el cual se estableció oficialmente la adopción de la cuarta revisión de la CIIU de todas las actividades económicas, el cual permitirá establecer y consolidar un esquema conceptual uniforme de información relevante para las empresa y establecimientos productivos de bienes y servicios.

En ese sentido, para la nueva empresa la principal actividad económica según la CIIU tal como se puede observar en la (Tabla N° 1) es el Mantenimiento y Reparación de vehículos automotores.

Tabla N° 1. Descripción del CIIU 4 – 4520 de la Actividad Económica

CIIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
4520	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	Esta clase comprende las siguientes actividades: - Mantenimiento y reparación de vehículos automotores: reparaciones mecánicas; reparaciones eléctricas; reparación de sistemas de inyección eléctricos; servicio ordinario; reparación de carrocerías; reparación de partes de vehículos automotores; lavado, pulido, etcétera; pintura con pistola o brocha; reparación de pantallas y ventanas; y reparación de asientos. - Reparación, colocación o sustitución de cubiertas y cámaras. - Tratamiento antióxido. - Instalación de partes, piezas y accesorios que no se realiza como parte del proceso de fabricación.	No se incluye el recauchutado y reconstrucción de cubiertas; véase la clase 2211.

Fuente: Página web del INEI

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Los factores que se tomaron en cuenta para la ubicación de la nueva empresa, son la población, la cantidad de vehículo menor y su costo de alquiler de cuatro distritos. Para ello se desarrolló una tabla de ponderación en donde se calificarán los cuatro distritos de Lima Metropolitana que cuentan con la mayor cantidad de vehículos menores; teniendo como rango la ponderación del 1 al 5, siendo 5 muy bueno y 1 malo. (Ver Tabla N° 2)

Tabla N° 2. Evaluación de factor para ubicación de la empresa

Distrito	Población	Cantidad de vehículos menores	Costo de alquiler	TOTAL
Santiago de Surco	2	3	1	6
San Juan de Lurigancho	5	5	2	12
San Martín de Porres	4	4	3	11
Ate	4	4	5	13

Elaboración: Propia

Tal como podemos apreciar en la tabla N° 2 el distrito Ate tiene la mayor ponderación con una total de 13 puntos, teniendo la siguiente justificación:

- Cantidad de población en el distrito de Santiago de Surco (208 597 habitantes), San Juan de Lurigancho (1 117 629 habitantes), San Martín de Porres (654 083 habitantes) y Ate (599 196 habitantes).
- Cantidad de vehículos menores en el distrito de Santiago de Surco (100 585 vehículos), San Juan de Lurigancho (274 168 vehículos), San Martín de Porres (176 653 vehículos) y Ate (164 985 vehículos).

- Costo de alquiler promedio de un local de 300 mt² en el distrito de Santiago de Surco (\$ 2 700), San Juan de Lurigancho (\$ 1 500), San Martín de Porres (\$ 1 000) y Ate (local propio).

2.3.1. Ubicación Geográfica

Teniendo en consideración que la ubicación geográfica es de suma importancia en el inicio y en el desarrollo de los servicios de la nueva empresa, por ello se consideró la ubicación en una zona industrial, de alto tránsito vehicular y en una avenida principal de fácil acceso de vehículos; es por ello que se determinó mediante análisis cualitativo, que la ubicación sea en la zona este de Lima Metropolitana, específicamente en el distrito de Ate (ver Figura N° 3).

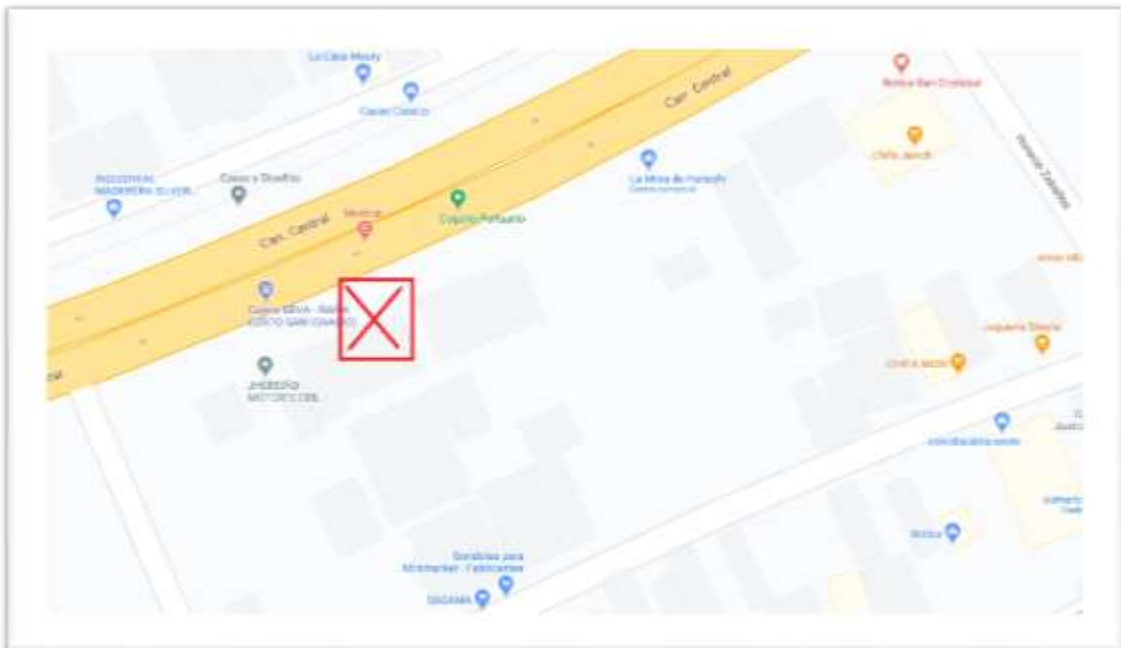


Figura N° 3. Ubicación geográfica del negocio
Fuente: Google Maps

3. Implementar las medidas de seguridad en Defensa Civil, de acuerdo a nuestro a giro del negocio se realizó la implementación de todas las medidas de seguridad (señalizaciones, botiquín, extintores, pozo a tierra y otros) de acuerdo a lo indicado en los planos elaborados para la distribución del taller automotriz.
4. Pago del derecho de trámite, según las tasas de cobro de la Municipalidad y lo indicado por el ente el giro del negocio se calificó como de Riesgo Alto, por ello le corresponde el pago de S/. 280.00.

2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

Se estableció la metodología SMART, con la finalidad de trazar objetivos que cumplan con las especificaciones, medibles, alcanzables, relevantes y a tiempo, siendo una herramienta esencial para tener una visión más amplia del negocio, mejorar el planeamiento empresarial y enfocarse acciones en los procesos más importante.

Es por ello que de acuerdo a lo descrito en el párrafo anterior se ha establecido el objetivo de la empresa, la visión, misión, los valores y la cultura organizacional que se pondrán en práctica en la nueva empresa, las cuales son los siguientes:

2.4.1. Objetivo General

Ser una alternativa de servicio de mecánica automotriz de buena calidad para los propietarios de vehículos menores en la zona este de Lima Metropolitana, siendo un taller reconocido dentro de los próximos tres años.

2.4.2. Misión

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, que puedan gozar de su vehículo en buenas condiciones para darle buena calidad de vida a través de nuestro servicio de mantenimiento preventivo vehicular.

2.4.3. Visión

Llegar a ser el taller líder y confiable en el distrito de Ate en los próximos tres años, siendo reconocidos por la calidad en nuestros servicios y precios justos en el mercado de los servicios automotrices para los vehículos menores.

2.4.4. Valores

Los valores que se practicarán en la empresa Autocar SAC, son las siguientes:

- **La responsabilidad**, en cumplir con los tiempos en los servicios que se les indicaron a los clientes.
- **La honestidad**, en los costos de los productos e insumos que se requieren para el servicio que la empresa ofrecerá a los clientes.
- **La transparencia**, en la información real brindada al cliente sobre la situación de su vehículo.
- **El respeto**, hacia los colaboradores, clientes y proveedores.

2.4.5. Cultura organizacional

La cultura organizacional de la empresa Autocar S.A.C. se basará en fomentar el desarrollo humano y el trabajo en equipo, adicional a ello se estará comprometido con el medio ambiente y con los niños de las zonas aledañas en donde se iniciará sus actividades comerciales de la nueva empresa

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.

La SUNAT describe a la MYPE como “Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestaciones de servicios”.

Asimismo, esta entidad pública indica que la MYPE se ubican dentro de dos categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales y las cuales presentan las siguientes características (ver Tabla N° 3).

Tabla N° 3. Características entre una microempresa y una pequeña empresa

CATEGORIA	CARACTERISTICAS
MICROEMPRESA	Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Fuente: Página web de la SUNAT
Elaboración: Propia

La empresa Autocar S.A.C. iniciará sus actividades como una micro empresa debido que se ha proyectado que en los primeros cinco años de funcionamiento las ventas anuales no superaran las 150 Unidades Impositiva Tributaria – UIT, el cual para el año 2020 el costo de 01 UIT es de S/. 4,300.00 que multiplicado con la característica de una microempresa (150 UIT) proporciona el monto de S/. 645,00.00.

2.6. Estructura Orgánica

La estructura orgánica es un instrumento de gestión que ayuda a las empresas a definir las funciones de las diferentes unidades administrativas. Los organigramas reflejan el grado de descentralización o centralización, relativa a los niveles de autoridad y responsabilidad de la empresa. Es por ello que en los organigramas verticales se aprecia que mientras se va ascendiendo se concentra mayor autoridad; mientras que en los organigramas horizontales la cadena de mando es más corta.

Para la nueva empresa debido a la naturaleza propia y de sus funciones, se decidió adoptar un organigrama vertical lineal, en donde se tiene a la Junta General de Accionistas, luego tenemos al Gerente General que tendrá la centralización de la autoridad, a su vez contará con dos asesores externos que son: El área legal y el área contable, que debido al requerimiento de sus funciones no formaran parte de la planilla de la empresa Autocar S.A.C., debajo del gerente general se encuentran dos subordinados el asistente administrativo y el mecánico profesional que a su vez tendrá a su cargo a los colaboradores que brindan los diversos servicios de la organización (ver Figura N° 5).



Figura N° 5. Organigrama de la empresa Autocar S.A.C.
Fuente: Elaboración Propia

Se tendrá en cuenta para el primer año el presente organigrama, se tiene previsto el incremento del personal operativo a medida que la empresa se encuentre en desarrollo y crecimiento, por lo cual se estará actualizando el organigrama cuando se incremente el número de personal.

2.7. Cuadro de asignación de personal.

El Cuadro de Asignación de Personal (CAP) es un documento técnico-normativo de gestión que contiene los cargos necesarios para el normal funcionamiento de la organización en base a la estructura orgánica de la empresa

2.7.1. Personal por unidades orgánicas

Para el inicio de las operaciones de empresa se ha provisto la cantidad de 07 personas, los cuales estarán constituidos por la Gerencia General con 01 personal, el área administrativa con un personal, el área de operaciones con 05 personales. A continuación, se muestra el cuadro orgánico por unidades y con la cantidad de personal (ver Tabla N° 4).

Tabla N° 4. Número total de trabajadores de la empresa Autocar

Unidades orgánicas	N° de trabajadores
Gerencia General	1
Área administrativa	1
Área de Operaciones	3
Total	5

Fuente: Elaboración propia

2.7.2. Descripción de responsabilidades y funciones

Para el desarrollo de las actividades, la empresa Autocar S.A.C. ha desarrollado el cuadro de asignación de responsabilidades y funciones de cada personal, por el cual se encuentran establecido en la siguiente Tabla N° 5.

Tabla N° 5. Responsabilidades y funciones de personal de la empresa Autocar S.A.C.

CARGO	RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de todos los recursos financieros de la empresa. • Responsable de los aspectos legales de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar los planes para alcanzar los objetivos establecidos por la empresa. • Supervisar el buen funcionamiento de todas las áreas de la empresa. • Tomar decisiones referentes al desempeño de la empresa. • Evaluar el desempeño del personal de la empresa • Ser el representante legal de la empresa. • Control de la caja chica.
Área contable	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de todos los temas contables y tributos 	<ul style="list-style-type: none"> • Encargada de la gestión contable de la empresa y del cumplimiento de todos los tributos a pagar. • Asesoría en temas de contabilidad y finanzas.
Área legal	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de todos los temas legales 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de los contratos con los proveedores • Elaboración de los contratos con los colaboradores de la empresa • Elaboración de la minuta de constituciones de la empresa • Realizar todos los trámites legales para la obtención de los permisos ante las entidades públicas. • Asesoría en temas legales

Asistente administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable del área administrativa y del control de personal de la empresa • Responsable del archivo de la empresa (facturas, boletas guías de remisión y otros documentos de la empresa) • Responsable de recibir a los clientes, cuando lleguen a la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar funciones de asistencia de gerencia • Entregar los comprobantes de pagos • Recibir los montos a pagar por los clientes • Llevar el control de asistencia del personal • Llevar el control de los inventarios • Manejo de las redes sociales • Búsqueda de nuevos clientes • Agendar las visitas de los clientes
Mecánico Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de taller sobre las fallas o averías de las herramientas y de los equipos de trabajo del taller • Responsable de informar a los clientes sobre el estado situacional de sus vehículos 	<ul style="list-style-type: none"> • Inspeccionar y diagnosticar y reparar las partes averiadas de los vehículos • Realizar reparaciones generales y específicas y reemplazar las partes averiadas • Atención a los clientes, explicando el diagnóstico de las fallas del vehículo • Documentar acerca de todas las reparaciones hechas en los vehículos • Reparar y ajustar distintos tipos de elementos mecánicos de los vehículos • Montaje y desmontaje de las piezas que requieran de cambio en los vehículos
Mecánico Ayudante	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable del orden y la limpieza del taller • Responsable del inventario de las herramientas y equipos de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en las labores que realiza el mecánico profesional • Cumplir con las indicaciones que indique el mecánico profesional • Realizar el lavado de los vehículos reparados a los clientes • Realizar el servicio menor a los vehículos • Mantener el inventario de las piezas y herramientas utilizadas

2.7.3. Escala de remuneraciones de los colaboradores

La escala salarial está diseñada para facilitar la administración salarial en la empresa, asegurar la equidad salarial interna y mantenerla competitiva con respecto al mercado.

Las remuneraciones que se establecieron en la empresa en lo que percibe el colaborador y los costos que asume el empleador se muestran en la Tabla N° 6.

Tabla N° 6. Escala remunerativa de la empresa Autocar S.A.C.

Cargo	Cantidad	Remuneración Individual	SIS	AFP Habitat	Seguro Vida	TOTAL MENSUAL
Gerente General	1	S/ 1,800.00	S/ 15.00	S/ 180.00	S/ 60.00	S/ 2,055.00
Asistente administrativo	1	S/ 1,400.00	S/ 15.00	S/ 140.00	S/ 60.00	S/ 1,615.00
Mecánico Profesional	1	S/ 1,400.00	S/ 15.00	S/ 140.00	S/ 60.00	S/ 1,615.00
Mecánico Ayudante 1	1	S/ 1,200.00	S/ 15.00	S/ 120.00	S/ 60.00	S/ 1,395.00
Mecánico Ayudante 2	1	S/ 1,200.00	S/ 15.00	S/ 120.00	S/ 60.00	S/ 1,395.00
TOTAL						S/ 8,075.00

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Debido a que la empresa se formó por dos socios, se optó por una Sociedad Anónima Cerrada (SAC), iniciando sus operaciones como Autocar S.A.C. debido a las siguientes características:

- La responsabilidad de la empresa solo involucra a su patrimonio
- Se conforma con un mínimo de dos personas
- El capital este definido por cada socio

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Según EL Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, se registra la marca que distingue o identifica tu producto o servicio. Esta puede ser una palabra, un dibujo, letras, números o embalajes, objetos, emblemas o elementos figurativos, sonidos o melodías, hasta marcas olfativas como fragancias. Con este registro, te conviertes en el dueño y en el único autorizado para usarla en el territorio nacional.

Son 05 pasos para el registro de la marca, los cuales se detallan a continuación:

1. Descarga y el llenado del formulario
2. Realización del pago en el Banco de la Nación, el monto de S/. 534.99
3. Presentación de solicitud en físico en INDECOPI
4. Revisión de publicación de la marca en la Gaceta Electrónica de INDECOPI
5. Recepción de notificación para la entrega del certificado de registro de la marca

Para la empresa Autocar S.A.C. se realizó el desarrollo de la marca (ver Figura N° 6), el cual será utilizado para el letrero principal del negocio, la vestimenta del personal, para los artículos de publicidad y obsequios a los clientes.



Figura N° 6. Marca de la empresa Autocar S.A.C.
Fuente: Elaboración Propia

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Los requisitos para la realización de la Licencia de funcionamiento ante la Municipalidad de Ate se han descrito en el subcapítulo de factibilidad municipal, indicando los cuatro pasos a seguir para el trámite correspondiente.

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y

Modalidades

Según el Plataforma digital única del Estado Peruano define a los regímenes tributarios como “Son las categorías bajo las cuales una persona natural o persona jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe estar registrada en la SUNAT. El régimen tributario establece como es que la manera en la que pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. Puedes optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio”.

En el Perú hay cuatro regímenes tributarios los cuales presentan características (ver Tabla N° 7) y los cuales son los siguientes:

1. Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS
2. Régimen Especial de Impuesto a la Renta – RER
3. Régimen MYPE Tributario – RMT
4. Régimen General - RG

El régimen tributario por el cual se optó para el inicio de sus labores la empresa Autocar S.A.C. es el Régimen MYPE Tributario, por las siguientes razones:

- Se va a constituir bajo una persona jurídica
- Se tiene proyectado que los ingresos netos anuales no superen las 1700 UIT
- Se llevarán los libros contables en función de los ingresos de la empres
- Emitirán todos los tipos de comprobantes de pago, las boletas y facturas

Tabla N° 7. Características de los Regímenes Tributarios

CONCEPTOS	Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Valor de activos fijos	S/ 70,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	S/ 126,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	Sin límite	Sin límite
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite

Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

Se denomina PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, tiene como función principal la declaración y pago de los impuestos, el cual contiene toda la información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), asimismo de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

La SUNAT pone a disposición de los contribuyentes el PLAME para cumplir con las declaraciones de las obligaciones, asimismo como efectuar el pago correspondiente. Los empleadores deberán presentar en forma consolidada la información de todos los trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en modalidad formativa laboral. Es por ello que en la Tabla N° 8 se puede visualizar que es lo que se declara en el PLAME.

Tabla N° 8. Conceptos de lo que se declara en el PLAME

CONCEPTOS
Retenciones del impuesto a la Renta de quinta categoría
Retenciones del impuesto a la Renta de cuarta categoría
Impuesto extraordinario de solidaridad respecto de las remuneraciones correspondiente a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad
Contribuciones al ESSALUD, respecto a las remuneraciones o los ingresos que correspondan a los trabajadores independiente que sean incorporados por mandato de una ley especial a ESSALUD como asegurados regulares
Contribuciones a ESSALUD por concepto de pensiones
Contribuciones a ONP bajo el régimen del Decreto Ley N° 19990
Prima por concepto de "Vida seguro de accidentes"

Seguro complementario de trabajo de riesgo contratado con el ESSALUD para dar cobertura a los afiliados regulares del ESSALUD

COSAP, creada por el artículo 4° de la Ley N° 28046

Registro de pensionista del régimen del Decreto Ley N° 20530, a los que hace referencia en el artículo 11 de la Ley N° 28046

Prima por el concepto “Asegura tu pensión”, respecto de los afiliados obligatorio al Sistema Nacional de Pensiones que contrate el mencionado seguro

Retenciones del aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico cuyas actividades se encuentran comprendidas en los Decretos supremos N° s 029-89-TRy el complementario de Jubilación Minera, Metalúrgicas y Siderúrgicas, otorgado por la Primera Disposición Complementaria final del Reglamento de la ley N° 29741

Cuotas de fraccionamiento de los aportes del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición complementaria final del Reglamento de la Ley N° 29741, aprobado por Decreto Supremo N° 006-2012-TR

Fuente: SUNAT

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

El régimen laboral en el cual la empresa Autocar S.A.C. se va acoger se ha descrito en el subcapítulo de micro y pequeñas empresas, indicando las razones de la elección.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

En el sector privado de acuerdo a lo indicado en el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo 728, en el cual se regula tres modalidades de contrato laborales, los cuales son los siguientes

1. Registro en planilla, tiene como plazo indeterminado y contemplan todos los beneficios de ley
2. Contrato a plazo fijo, tiene un periodo de adaptación de 03 años y contemplan todos los beneficios de ley

3. Contrato a plazo parcial, se celebra cuando la jornada de trabajo no supera las seis horas diarias y no contemplan los beneficios de ley

En el caso de la empresa Autocar S.A.C. se ha contemplado que la modalidad de contrato laboral con todo el personal se dará mediante el registro en planilla, cumpliendo con todos los beneficios de ley y no teniendo un plazo determinado de prestación de servicio por parte de los colaboradores, por ello la importancia en la selección del personal a contratar.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

Para la constitución de la empresa Autocar S.A.C. participaron dos socios, el cual cada uno aportó con el 50 % del capital para el inicio de las operaciones de la empresa, ellos determinaron la creación de una Sociedad Anónima Cerrada, para que la empresa pueda responder con su patrimonio frente a sus obligaciones o deudas que se puedan generar.

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

En el presente capítulo, se analizará el estudio de mercado para la empresa Autocar S.A.C., identificando las oportunidades de negocios en mercado cambiante y creciente; y sus amenazas que dificultaran su ingreso a un mercado competitivo.

Según Kinnear y Taylor, definen a la investigación del mercado como “Es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de toma de decisiones”

Para llevar a cabo el estudio de mercado, se ha utilizado información secundaria, el cual va ayudar a validar el plan de negocio propuesto en el presente estudio. Para la obtención de la información más relevante y concluyente sobre los hábitos de consumo, preferencias, gastos y frecuencias se realizó una encuesta, que a continuación se describirán.

3.1. Descripción del Entorno del Mercado

Previo analizar el entorno de mercado, es importante mencionar que dado la coyuntura que estamos viviendo a causa de la pandemia del COVID-19 que ha venido afectando a diversos sectores, las empresas tienen que adaptarse a una nueva forma o estilo de vida, sobre todo en la exigencia en temas de higiene, salubridad y distanciamiento social, en ese contexto se aborda, lo siguiente:

COVID-19

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), describe a la COVID-19 como “Es una enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que lo provoca eran desconocidos antes que

estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre del 2019. Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo.”

Siendo los síntomas más comunes de esta nueva enfermedad: la fiebre, la tos seca y el cansancio. Otros síntomas menos frecuentes son: la congestión nasal, dolor de cabeza, la conjuntivitis, el dolor de garganta, la diarrea y la pérdida del gusto o el olfato. Siendo estos síntomas a manifestarse en un inicio levemente y comienzan a crecer gradualmente.

Esta enfermedad se propaga principalmente de persona a persona a través de las pequeñas gotículas que salen disparadas de la nariz o de la boca al momento de toser, estornudar o hablar de una persona infectada, por ello una persona sana puede contraer la COVID-19 cuando inhala estas pequeñas partículas.

Una de las medidas para prevenir contraer la enfermedad mencionada es mantener un metro de distancia de los demás y lavarse las manos frecuentemente con agua y jabón o con un desinfectante a base de alcohol. Otra medida es el aislamiento cuando una persona empieza a tener síntomas de la COVID-19 para evitar infectar a otras personas de la comunidad y familiares.

MERCADO

El Diccionario de la Lengua Española, define al mercado como “Sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios” (RAE).

De acuerdo a la definición establecida por la RAE podemos decir que, para que pueda existir un mercado se requiere tres elementos: el lugar, los compradores y los vendedores de bienes o servicios.

Nuestro mercado objetivo de la empresa Autocar SAC, son los propietarios de vehículos menores (autos, camionetas, SUV y furgonetas) que requieran de un servicio preventivo para sus vehículos, en el distrito de Ate, el lugar en donde se encontrara las instalaciones de la empresa Autocar, será entre las Av. Carretera Central KM 15 ½ y la Av. Horacio Zevallos, a la espalda de la Corte Superior de Justicia de Lima Este, siendo una vía muy importante ya que une el centro del país con Lima Metropolitana.

El entorno del mercado son los participantes y fuerzas externas que influyen en la capacidad del mercado para poder desarrollar transacciones con sus consumidores directos. Es por ello que se tiene que realizar un análisis en donde se va a empezar a desarrollar la nueva empresa, y de esto dependerá el éxito que pueda a llegar a tener.

Por eso analizaremos dos aspectos: El macroentorno, en donde se analizará los factores que influyen indirectamente a la empresa, y el microentorno, donde se implementaran factores que influyen directamente a la empresa; para nuestro presente plan se analizó los siguientes factores:

3.1.1. Factores Macroentorno

3.1.1.1. Factores Demográficos

Los datos demográficos son información general de grupos de personas, y pueden incluir atributos como la edad, sexo, y lugar de residencia; así también como las características sociales ocupación, situación familiar o los ingresos que perciben mensualmente.

Para nuestro presente trabajo de investigación, analizaremos la población total de habitantes en el país, luego la población en Lima Metropolitana; la base de datos que tomaremos es la del INEI, específicamente el estudio elaborado por esta entidad en el año 2017, a través del Censo Nacional que se realizó a nivel nacional.

- **Factores demográficos nacional y departamental**

En el Censo Nacional del año 2017 se estableció que el Perú cuenta con 31'237'385 de habitantes, teniendo un crecimiento de 10.69% con respecto a la población del Censo Nacional del 2007 cuyo valor se determinó que era de 28'220 589 habitantes. También se estableció que en Lima Metropolitana se encuentra la mayor cantidad de habitantes en el país, el cual es un factor muy importante para nuestro negocio ya que es el lugar en donde se desarrollara la empresa Autocar SAC. (Ver figura N° 7)

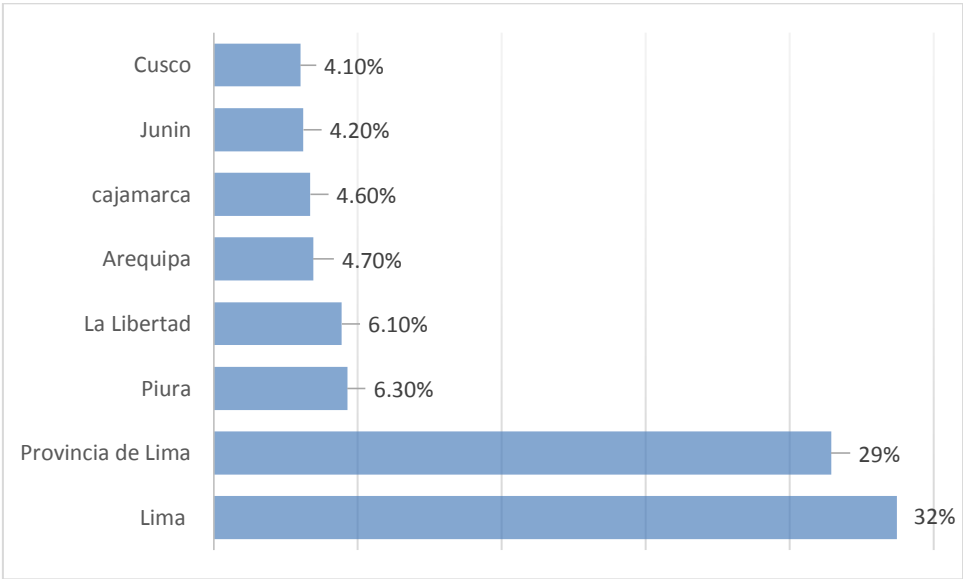


Figura N° 7. Perú: población censada, según departamento, 2017 (miles de habitantes)
Fuente: INEI Censo Nacional 2017: XII de población y VII de vivienda y III de comunidades indígenas

En la figura 7 podemos observar que Lima Metropolitana cuenta con una población de 9'485'405 habitantes, siendo así representa el 32.3 % de la población del país, en segundo lugar, se encuentra la Provincia de Lima con una población de 8'575'000 de habitantes el cual representa el 29.2 % de la población del Perú. Siendo así podemos afirmar que el departamento de Lima concentra el 61.5 % de la población del Perú para el año 2017.

- **Factores demográficos distrital**

En el Censo Nacional del año 2017 se estableció que el distrito más poblado de Lima Metropolitana es San Juan de Lurigancho con una población de 1'038'045 de habitantes, seguido por el distrito de San Martín de Porres con una cantidad de 654'083 de habitantes y como tercer lugar se encuentra el distrito Ate con 599'196 de habitantes, siendo un factor positivo para la empresa Autocar, ya que es el distrito en donde va a realizar sus operaciones comerciales. (Ver figura N° 8)

UBIGEO	DISTRITO	POBLACIÓN			TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (%)	
		1993	2007	2017	1993-2007	1993-2007
150132	San Juan de Lurigancho	582 975	898 443	1 038 495	3,1	1,5
150135	San Martín de Porres	380 384	579 561	654 083	3,0	1,2
150103	Ate	266 398	478 278	599 196	4,2	2,3
150110	Comas	404 352	486 977	520 450	1,3	0,7
070101	Callao	369 768	415 888	451 260	0,8	0,8
150143	Villa María del Triunfo	263 554	378 470	398 433	2,6	0,5
150142	Villa El Salvador	254 641	381 790	393 254	2,9	0,3
150133	San Juan de Miraflores	283 349	362 643	355 219	1,7	-0,2
150106	Carabaylo	106 543	213 386	333 045	5,0	4,6
150125	Puente Piedra	102 808	233 602	329 675	5,9	3,5
150140	Santiago de Surco	200 732	289 597	329 152	2,6	1,3
150117	Los Olivos	228 143	318 140	325 884	2,4	0,2
070106	Ventanilla	94 497	277 895	315 600	7,8	1,3

Figura N° 8. Censos Nacionales de población y vivienda
Fuente: INEI

3.1.1.2. Factores económicos

El principal factor económico de un país es el PBI, ya que es el principal indicador para medir la salud económica de un país, el cual se define como el valor total en dólares de todos los bienes y servicios producidos en un período de tiempo específico.

Según el INEI al segundo trimestre del año 2020, en el Perú el PBI tuvo una contracción de -30.2%, debido a las medidas para poder contener el avance del COVID-19, el cual implicó el aislamiento social obligatorio, cierre de fronteras las restricciones en diversas actividades económicas, pero las actividades esenciales relacionadas con la alimentación, medicamentos y servicios básicos, en este último se encuentra el sector transporte, siendo un eje muy importante en el traslado de personas y mercaderías, es por ello el sector en donde se encuentra la nueva empresa no se ha visto muy afectado.

(Ver figura N° 9)

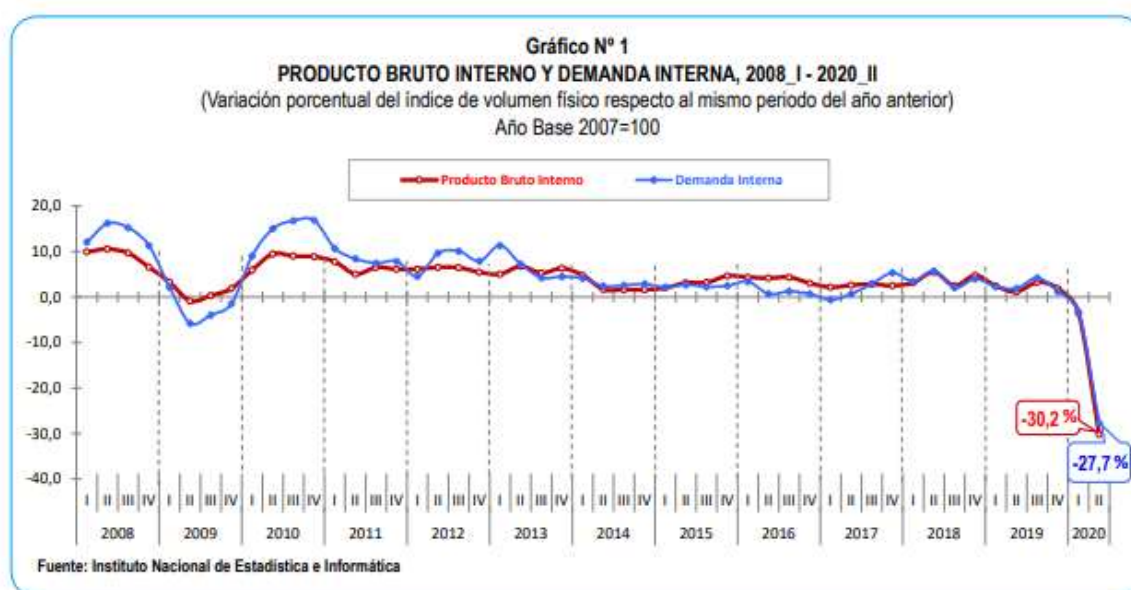


Figura N° 9. PBI del Perú al segundo semestre del año 2020
Fuente: INEI

- **Proyecciones optimistas de la economía peruana**

La economía del año 2020 se vio afectada por la pandemia causada por la Covid-19, pero según el Banco Central de Reserva – BCR proyecta que para el 2020 el PBI caerá en un 12.5 % siendo la caída más grande del Perú en los últimos 100 años; asimismo, esta entidad pública proyecta que para el año 2021 el PBI crecerá en un 11.5% ya que se están dando paulatinamente la reapertura de algunos sectores económicos que se encontraban cerrados por el Estado. (Ver figura N° 10)

Siendo un factor positivo las expectativas de crecimiento del PBI que se tienen para el año 2021, ya que se tiene previsto iniciar las operaciones de la empresa Autocar en el primer trimestre del próximo año, siendo el sector automotor uno de los pilares para la recuperación de la economía, ya que se tiene que continuar con el traslado de los bienes y servicios de primera necesidad, asimismo, el traslado del personal a los diferentes puntos de la ciudad y del país.

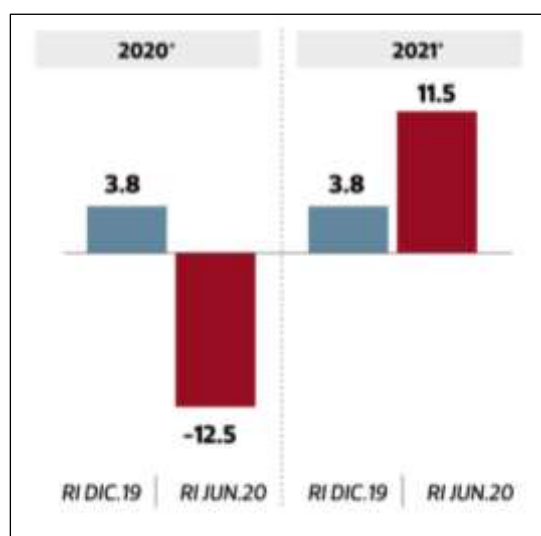


Figura N° 10. Expectativa del PBI 2021
Fuente: BCR

- **Inflación**

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país durante un periodo de tiempo sostenido, normalmente un año. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios.

La inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una 'cesta de bienes' ponderada. El índice de medición de la inflación es el Índice de Precios al Consumidor (IPC).

En el año 2019, el Perú registro una inflación de 1.9%, siendo inferior al del 2018 el cual fue de 2.19%. Para octubre del 2020, la inflación acumulada desde enero hasta octubre el monto asciende a 1.40%. siendo la meta para el Banco Central de Reservas mantener la inflación en el Perú entre el 1% a 3%.

- **Tipo de cambio**

El tipo de cambio es el precio de la moneda de un país (divisa) en términos de otra. Siendo un elemento muy importante ya que de ello depende el precio de los productos importados relacionados al sector automotriz tales como los vehículos, maquinaria, herramientas, etc.

El tipo de cambio en el Perú ha sido bastante estable. Si bien el sol se ha depreciado menos que el resto de países de la región, ha habido una caída de 6.7%. Sin

embargo, Chile ha sido el país que mejor comportamiento ha tenido al respecto. (Ver Figura N° 11)

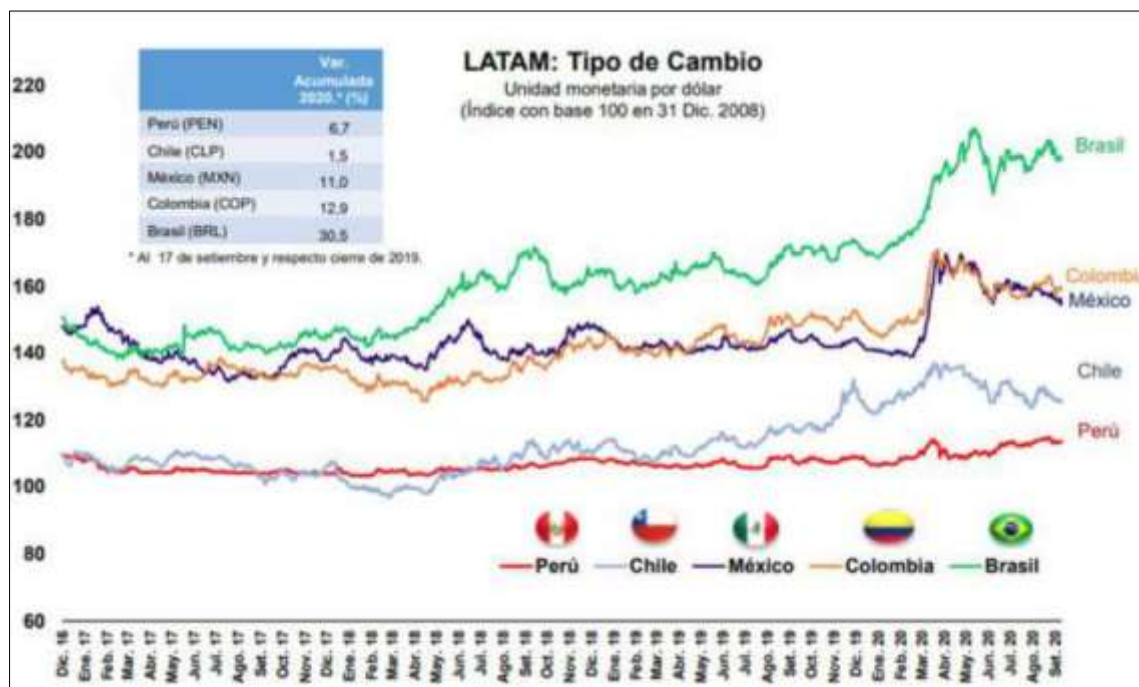


Figura N° 11. Tipo de cambio en Latinoamérica
Fuente: Reuters

- **PBI per cápita**

El PBI per cápita es un indicador económico que mide la relación de renta de un país y su población, para ello se aplica una formula el cual consiste en dividir el PBI entre la población; siendo un elemento que mide el nivel de riqueza de los habitantes de un país y su estabilidad económica, siendo una herramienta muy útil para la comparación con otros países y mostrar sus diferencias económicas.

Según el Banco Mundial, el per cápita en el Perú para el año 2019 fue de \$6 977,696, teniendo un crecimiento constante dentro los últimos 10 años, solo teniendo una baja para los años 2015 y 2016, en el cual supo contrarrestar esta situación y lograr un crecimiento en los años siguientes. (Ver Figura N° 12)



Figura N° 12. PBI per cápita en el 2019 - Perú
Fuente: Banco Mundial

3.1.1.3. Factores socio – culturales

Actualmente hay una tendencia hacia una vida saludable, debido al COVID-19, los consumidores se están enfocando en realizar ejercicios, comer sano, practicar diversos deportes y todo lo relacionado a elevar las defensas inmunológicas todo ello para evitar contraer esta enfermedad, ello puede significar una desventaja para el inicio de las operaciones de la nueva empresa.

Un estudio de APEIM, sobre los niveles socioeconómicos en Lima Metropolitana, de fecha en Octubre del 2020, revela que la principal masa socioeconómico es el nivel C con un 42.8%, el cual le sigue el nivel D con un 24.8%, seguido por el nivel B con un 22%, asimismo indica que el nivel A tiene un porcentajes de 4.4% y por último se encuentra el nivel E con 6%. (Ver Figura N° 13)

Es por ello que nuestro servicio estará enfocado en los niveles socioeconómicos B y C, que son los que mayor porcentaje tiene dentro de los hogares de Lima Metropolitana



Figura N° 13. Distribución de hogares según nivel socioeconómico año 2020
Fuente: APEIM

Asimismo, en el mismo estudio podemos visualizar que en los hogares de Lima Metropolitana, los niveles socioeconómicos más altos son los que poseen un auto o camioneta, así podemos ver que en nivel A y el nivel B cuentas con un 87.3% y 45.1% respectivamente. (Ver figura N° 14)

Siendo un punto positivo para nuestro negocio que en el nivel socioeconómico B un 45.1% tenga un vehículo tanto como auto o camioneta, ya que es uno de los sectores que apunta la empresa Autocar SAC.

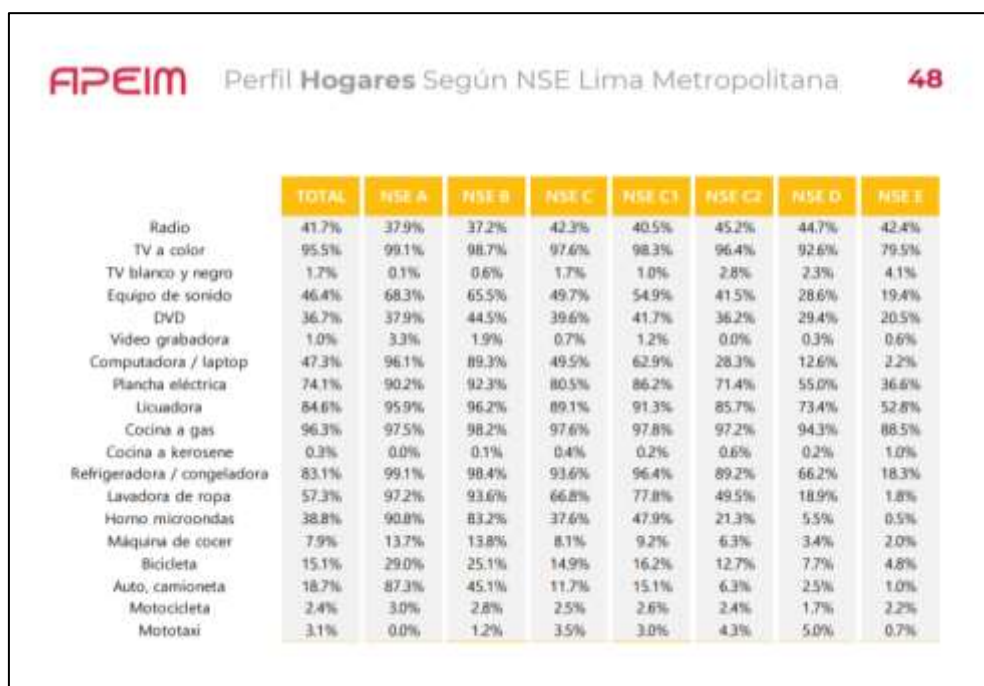


Figura N° 14. Perfil de hogares en Lima Metropolitana
Fuente: APEIM

- **Comportamiento del consumidor peruano**

La pandemia ocasionada por la Covid-19, ha cambiado el comportamiento del consumidor peruano, teniendo sus principales cambios en los rubros de alimentos, útiles de aseo personal y cuidados del hogar.

Un estudio realizado por Arellano, realizada en tiempos de cuarentena brinda información que el 41% de los encuestados ha visto reducido sus ingresos, mientras que un 51% ha tenido una pérdida total de sus ingresos. Teniendo a un 31% que piensa que la situación mejorara en los próximos meses.

La cuarentena ha permitido que los consumidores puedan probar nuevas marcas, según el estudio indica que un 71% de los encuestado ha cambiado alguna vez de marca de alimentos, un 54% ha cambiado en referencia a marcas de útiles de cuidado de persona y un 42 % realizo este proceso en marcas de cuidados del hogar.

Asimismo, este estudio indica la importancia de las empresas de reinventarse en tiempos de pandemia, ya que aquellas que se adapten más rápido a este cambio tendrán más oportunidades de crecer, en los próximos tiempos de post-pandemia.

3.1.1.4. Factores políticos

El Perú desde el año 2001 es un país democrático, en el cual cada 05 años se elige un nuevo presidente. Actualmente el presidente del Perú es el Ing. Martin Vizcarra Cornejo, quien asumió el cargo de presidente en el año 2018 ante la renuncia del presidente elegido en el año 2016 Pedro Pablo Kuczynski.

A partir del año 2018 se vive una inestabilidad política entre los poderes ejecutivos y legislativo del Perú por diversas crisis políticas que pudieron terminar en una censuramiento presidencial por parte del Congreso, lo que conllevaría a una crisis política más severa.

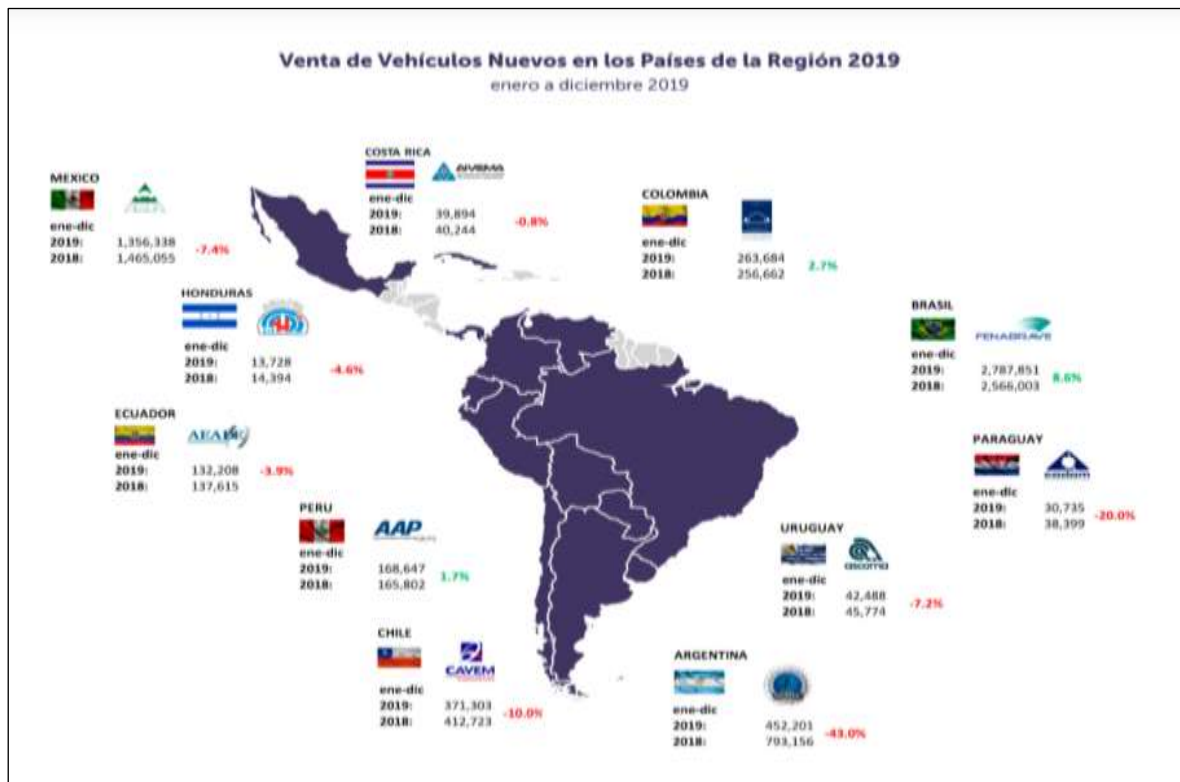


Figura N° 15. Venta de vehículos nuevos en los países de la región año 2019
Fuente: Asociación Automotriz del Perú – APP

En la figura 15 podemos ver que, teniendo así un panorama inestable políticamente, el sector automotor no se ha visto muy afectado y un ejemplo de ello lo podemos observar en la venta de vehículos nuevos en el Perú para el año 2019 tuvo un crecimiento de 1.7% con respecto al año 2018, solo siendo superados en la región por Brasil, quien tuvo un crecimiento de 8.6% en el año 2019 y Colombia, el cual tuvo un crecimiento de 2.7% en el periodo señalado.

- **Reactivación económica**

El 15 de marzo del 2020, el Gobierno declaró el aislamiento social obligatorio para prevenir los contagios de la Covid-19, motivo por el cual se detuvieron las actividades económicas tuvieron que paralizar sus acciones.

Mediante el Decreto Supremo N°101-2020-PCM, publicado el día 06 de junio, se reinició las actividades de comercio, entre las cuales se encuentra el sector automotor, siendo unos de los primeros sectores en su reapertura dada a la importancia de que este sector es un pilar para el traslado de los bienes y servicio de primera necesidad y de aporte al PBI. (Ver figura N° 16)

Actividades económicas	Descripción de CIU	Protocolo
Impresión	Actividades de impresión Actividades de servicios relacionadas con la impresión	MINSA
Construcción de material de transporte	Reparación de equipo de transporte, excepto los vehículos automotores	MINSA
Otras industrias manufactureras	Fabricación de instrumentos y suministros médicos y odontológicos. Reparación y mantenimiento de otros equipos n.c.p	MINSA
Construcción	Proyectos de inversión pública, proyectos de inversión privada, Asociaciones Público Privadas, Proyectos en Activos, IOARR y el PIRCC	MINSA
Comercio		
Venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas	Venta de vehículos automotores Mantenimiento y reparación de vehículos automotores Ventas de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios	MINSA
Venta, mantenimiento, y reparación de vehículos no motorizados, venta de los repuestos y suministros	Venta al por menor de equipo de deporte en comercios especializados Venta al por mayor de otros enseres domésticos Reparación de otros efectos personales y enseres domésticos	MINSA

Figura N° 16. Actividades autorizadas en la fase 2 de reactivación económica
Fuente: Diario oficial El Peruano

3.1.1.5. Factores Tecnológicos

La tecnología es un elemento muy importante dentro de todo negocio, ya que vivimos en un mercado cambiante en referencia a la tecnología, definiéndola como una respuesta al deseo del hombre de transformar el medio y mejorar la calidad de vida, esto incluye conocimientos y técnicas desarrolladas a lo largo del tiempo. Para ello analizaremos las próximas tendencias que aplicara en los negocios.

- **Big Data**

Es un término que describe una gran cantidad de volumen de datos, que pueden ser estructurados como no estructurados, y que actualmente se encuentran presente en los negocios. Siendo una herramienta importante ya que a partir de ella se puede analizar para obtener ideas que ayuden a la toma de decisiones y movimientos estratégicos.

Las empresas pueden conseguir valor con esta herramienta de la siguiente manera:

- Reducción de costo, se aplica cuando se almacena grandes cantidades de información en las nubes informáticas, que algunas empresas que ofrecen, siendo las más conocidas (Microsoft y Google)
- Mejora de toma de decisiones, se aplica cuando la empresa analiza la información almacenada en la base de datos y con ellas tomar decisiones referentes a como se encuentra el mercado y sus clientes.
- Nuevo productos y servicios, se aplica cuando se analiza las necesidades de los clientes y su nivel de satisfacción, y dependiendo de ella la búsqueda de nuevos elementos que puedan llegar a completar la satisfacción del cliente.

- **Internet 5G**

El internet 5G es la quinta generación de tecnologías y estándares de comunicación inalámbrica, siendo la principal característica que con este medio se podrá navegar con mucha más velocidad a la que actualmente ofrecen las empresas de telecomunicación.

La diferencia con la velocidad que presenta el 5G es de 10 veces más superior con respecto al 4G + que actualmente se utiliza, lo que supondría poder cargar y descargar video de 15 segundos en Full HD en sólo un segundo; otra principal diferencia es la disminución de la latencia, siendo este elemento el tiempo de transferencia de un paquete de datos dentro de la red. (Ver tabla N° 09)

Tabla N° 9. Diferencia entre 4G, 4G + y 5G

	4G	4G +	5G
Velocidad (Mbps)	200	1 200	10 000
Latencia (milisegundos)	100	20	1 - 2

Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Factores Microentorno

Para analizar el microentorno de la empresa, se utilizará la herramienta de gestión empresarial las 5 fuerzas de Porter, la utilidad de esta herramienta de gestión es que las empresas pueden analizar y medir sus recursos frente a estas cinco fuerzas. A partir de ahí, estarán en condiciones óptimas para establecer y planificar estrategias que potencien sus oportunidad o fortalezas para hacer frente a las amenazas y debilidades. Las 5 fuerzas de Portes son las siguientes:

- **Poder de negociación de los clientes**

Es la capacidad de imponer condiciones en las transacciones, así que a medida que dicho dominio sea mayor por parte de los compradores, el atractivo en este mercado disminuye.

Debido a la gran cantidad de competidores en el mercado automotriz, los clientes aumentan su capacidad de negociación debido a que pueden elegir entre los diversos establecimientos comerciales que brindan el mismo servicio de la nueva empresa.

- **Rivalidad entre las empresas**

Es el resultado de las otras cuatro fuerzas. En función de la rivalidad existentes entre la competencia, la rentabilidad obtenida en el sector será mayor o menor.

Identificando para nuestra, debido a que se va a ubicar en una zona comercial y de alto tránsito, se tiene una gran competidora que realizan el mismo servicio, razón por la cual se aplicara la estrategia de diferenciación y agregando valor a nuestros servicios.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Es cuando los proveedores cuentan con mucha organización dentro del sector y hace un mercado más atractivo.

Nuestra capacidad de hacer frente a los proveedores de insumos para la empresa, mejorara a medida que se solicite mayores cantidades de productos y esto se lograra con el transcurrir de los años, cuando nuestra cartera de clientes se eleve.

- **Amenaza de los nuevos competidores entrantes**

Se define como las barreras de entrada a los nuevos competidores que quieran ingresar al mercado.

Para poder incursionar en el mercado automotriz, solo se requiere de solicitar permisos ante la entidad municipal (licencia de funcionamiento), siendo una amenaza para la empresa.

Una barrera para ingresar a este mercado, es la gran cantidad de capital, debido a los altos precios de las maquinarias y herramientas para los servicios de la empresa.

- **Amenaza de productos sustitos**

Se definen como aquellos bienes o servicio que satisfacen las mismas necesidades, por el cual a medida que aparecen nuevos productos sustitutos, el grado de atractivo del mercado disminuye.

Identificando para nuestra empresa, que cuando un vehículo es nuevo tiene una garantía del concesionario que obligatoriamente, se tiene que realizar su mantenimiento en sus instalaciones, caso contrario este pierde su carta de garantía.

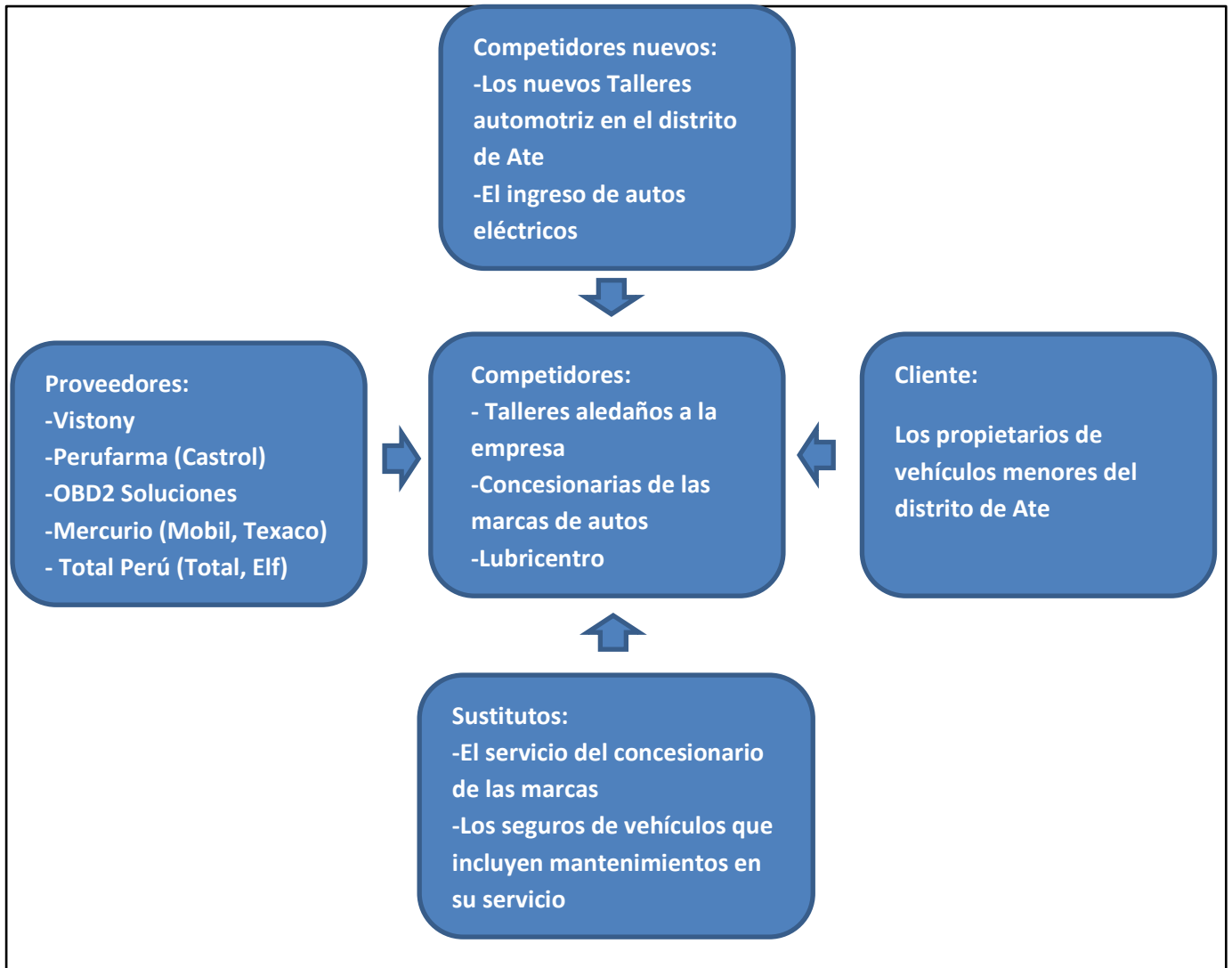


Figura N° 17. Las 5 fuerzas de Porter de la empresa
Fuente: Elaboración Propia

En la figura N° 17 se presenta las 05 fuerzas de Porter de la empresa, entre los cuales podemos ver los Competidores de la empresa son los competidores directos son los talleres que se encuentran en los alrededores del local, ya que ellos tiene una cartera de clientes que lograron a lo largo de los años y una gran experiencia obtenida; entre los Competidores Nuevos, tenemos a los nuevos talleres que quieren ingresar al mercado, ya que el sector automotriz no se ha visto muy afectado por la pandemia y no hay muchas barreras para el ingreso al mercado; entre los Clientes, tenemos a los propietarios de los vehículos menores (Auto, camioneta, SUV y furgonetas) que residan en el distrito de Ate;

entre los Proveedores, se encuentra todas las empresa proveedores de lubricantes entre los cuales se encuentra los principales distribuidores de lubricantes y aditivos.

Identificando las 05 fuerzas de Porter para la empresa Autocar SAC, pudimos identificar las oportunidades y amenazas que se presenta para la empresa, se conoció el entorno del mercado en donde iniciara sus operaciones, el cual ayudara a anticipar y mejorar la toma de decisiones.

3.2. **Ámbito de acción del negocio**

Para poder conocer el ámbito de acción del negocio, se va determinar el tamaño del Mercado Total, Mercado Potencial y Mercado Meta, por el cual se realizó el siguiente gráfico.

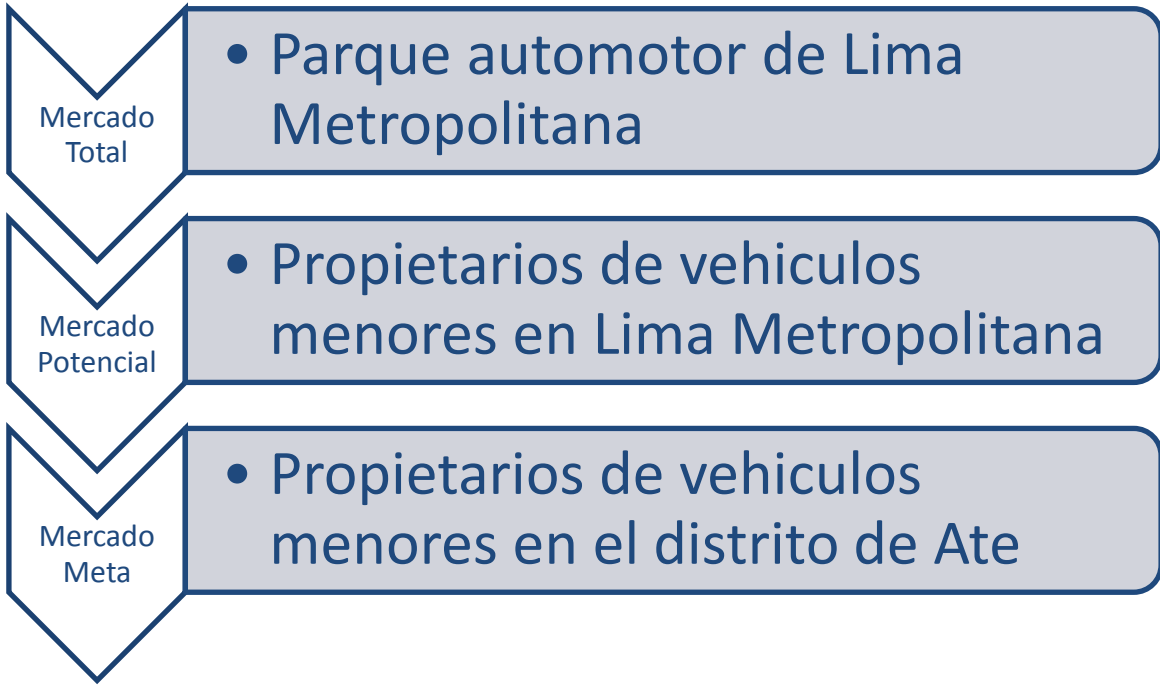


Figura N° 18. Determinación del mercado meta de la empresa Autocar SAC
Fuente: Elaboración Propia

Como se aprecia en la figura 18 el mercado total de la empresa Autocar es el parque automotor de todo Lima Metropolitana, en donde se encuentra todas las categorías y modelos de vehículos automotores, seguidamente tenemos el mercado potencial en donde delimitamos a los propietarios del modelo y categoría para el cual está enfocado nuestro servicio, y por ultimo delimitamos nuestro mercado meta en cual es todos los propietario de vehículos menores del distrito en donde la empresa iniciara sus operaciones comerciales

3.2.1. Segmento de mercado

Un factor para que la empresa pueda tener éxito, es la concentración de esfuerzo en el marketing del mercado meta, por el cual se ha analizado e identificado el mercado meta para la empresa Autocar SAC (Propietario de vehículos menores en el distrito de Ate), asimismo se desarrolló la segmentación del mercado que atenderá el taller automotriz el cual es el siguiente:

Segmentación Geográfico:

- Los propietarios de vehículos particulares de Lima Metropolitana
- Los propietarios de vehículos menores de Lima Este

Segmentación demográfica

- Los propietarios de vehículos menores con nivel de ingreso medio
- Los propietarios de vehículos menores entre las edades de 18 años a más

Segmentación en función del comportamiento

- Según su frecuencia de consumo
- Según su disposición para la compra

Segmentación de los mercados de empresas

- Según el sector del negocio (empresas logísticas, panaderías, lavadoras, restaurante, etc.)
- Según el tamaño de la empresa (micro, pequeña, mediana y gran empresa)
- Según su frecuencia de consumo (cuando requieran el servicio)

3.2.2. Público Objetivo

Luego de segmentar el mercado, se estableció el público objetivo de la empresa, el cual tiene las siguientes características:

- Los propietarios de vehículos menores (Autos, camionetas, SUV y furgonetas)
- Que residan en Lima Este (Ate, Chaclacayo, Santa Anita y Lurigancho Chosica)
- Hombres y mujeres
- Edad de 18 a mas
- Nivel de ingreso medio
- Estilo de vida sana

3.2.3. Análisis de la empresa

Para conocer a la empresa, se utilizó la herramienta de gestión FODA, el cual permitirá conocer el entorno tanto interno como externo, se ha identificado las siguientes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (Ver Figura N° 19)

ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO	
<p style="text-align: center;">FORTALEZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el sector automotriz • Equipamiento con maquinarias modernas en el taller • Espacio con sala de espera para los clientes • Ubicación privilegiada estratégica • Amplia variedad de proveedores competitivo 		<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del mercado del sector automotriz • Necesidad de servicio automotriz • Antigüedad del parque automotor • Redes sociales • Analíticas de datos • Automatización en los servicios 	
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negocio nuevo en el mercado del sector automotriz • Pago al contado de proveedores • Al ser una empresa nueva en el mercado contamos con personal reducido 		<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pandemia por el COVID-19 • Fluctuaciones en el tipo de cambio • Amplia competencia del sector automotriz en el distrito de Ate • Inestabilidad política • Nuevos competidores 	

Figura N° 19. Análisis FODA de la empresa
Fuente: Elaboración propia

3.2.4. Buyer persona

Utilizaremos la herramienta del Buyer persona, que es una representación semi-ficticia de nuestro consumidor final el cual construiremos a partir de la información demográfica, su comportamiento, necesidades y motivaciones que poseemos. Esta herramienta nos permitirá conocer a nuestro público objetivo poniéndonos en el lugar de ellos que es lo que requieren de nosotros como empresa.

Por ello la empresa Autocar SAC desarrolló el siguiente diagrama:

PERFIL DEL CLIENTE

Henry Guevara Espíritu
Administrador, 35 años

DATOS DEMOGRAFICOS

Vive en: Distrito de Ate
Sector profesional: Administración pública
Ocupación: Administrador
Nivel educativo: Licenciado en ciencias administrativas



Hábitos

- Le gusta manejar con su vehículo en la ciudad
- Le gusta viajar al interior y conocer nuevos lugares
- Le gusta realizar mantenimiento preventivo a su vehículo

Intereses

- Le gusta pasar tiempo con su familia
- Le gusta las carreras de autos
- Le gusta las nuevas tecnologías relacionado al mundo automotriz

Retos

- Ascender en su puesto de trabajo
- Adquirir un nuevo vehículo familiar
- Poder concretar un viaje familiar al extranjero

Frustraciones

- El tiempo que pasa en el tráfico de regreso a casa
- Cuando no llega a cumplir sus objetivos en el tiempo establecido
- Cuando se le avería su vehículo

Objetivos

- Implementar un negocio propio
- Conocer la mayor cantidad de ciudades del país
- Poder disfrutar mas tiempo con su familia

Figura N° 20. Buyer personal – Perfil de cliente

Fuente: Elaboración propia

MAPA DE EMPATIA

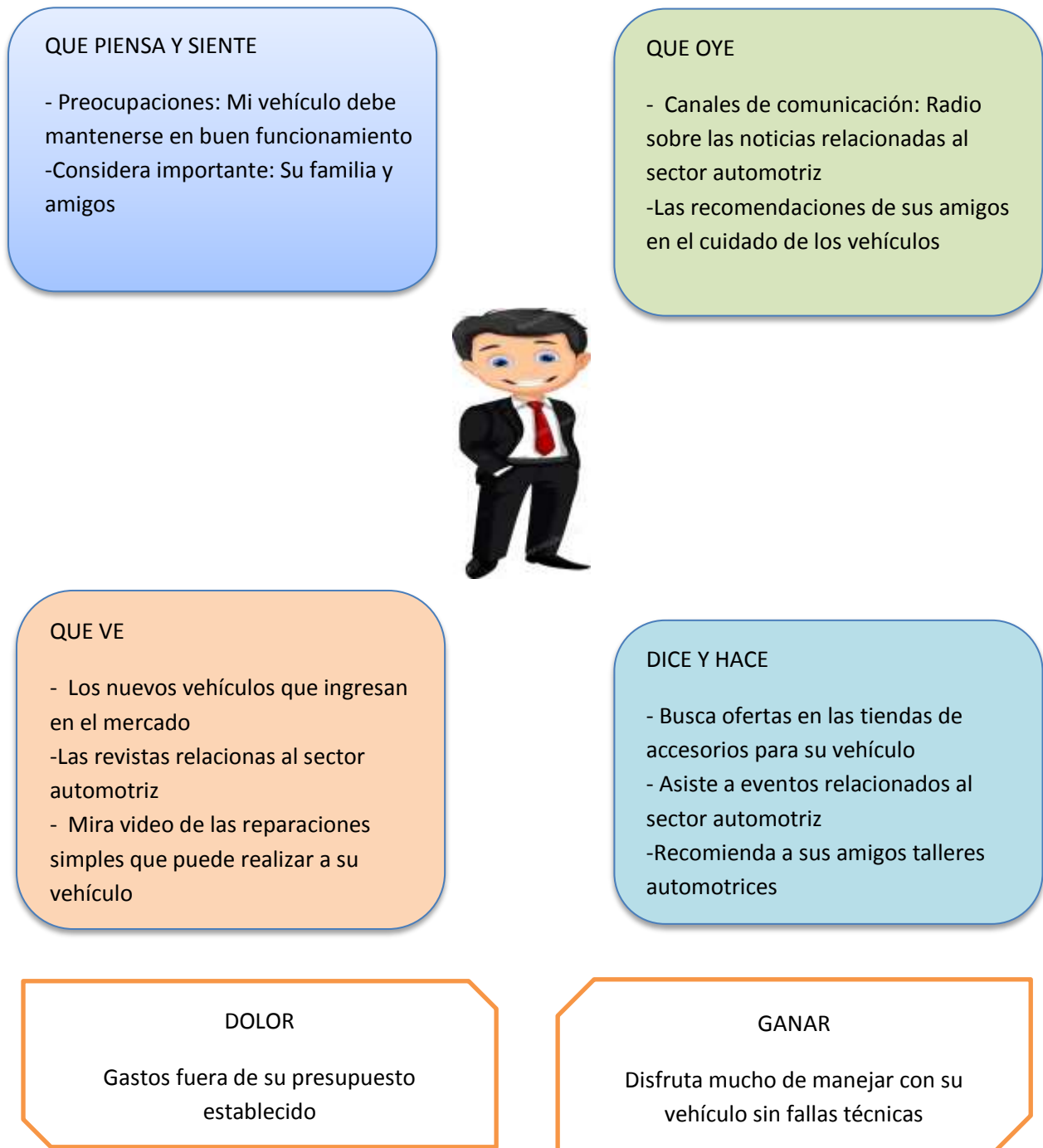


Figura N° 21. Buyer personal – Mapa de empatía

Fuente: Elaboración propia

3.3. Descripción del bien o del servicio

El mantenimiento preventivo se utiliza para alargar la vida útil de un vehículo, así como previene las fallas y logra con ello que el conductor o propietario de la unidad móvil maneje con seguridad y con ello pueda lograr un ahorro en los costos correctivos por uso y abuso del vehículo, los cuales suelen ser más costosos. No obstante, realizar un mantenimiento preventivo implica una inversión de tiempo en desplazamientos en varias actividades:

- Asistencia al taller para dejar el vehículo
- Traslado de retorno a casa u oficina
- Asistencia al taller para el recojo del vehículo

Lo mencionado anteriormente debe tener en cuenta la congestión vehicular, la cual es una realidad en Lima Metropolitana, debido a que en promedio una persona puede pasar hasta 4 horas diarias en las calles por efectos del tráfico. (Elcomercio.pe, 2018d).

Los factores para la elección de un taller automotriz y realizar un mantenimiento preventivo son los siguientes:

- Lo primero es que venza la garantía del vehículo para que la persona empiece a considerar y evaluar otras opciones en las cuales pueda realizar mantenimiento preventivo. De lo contrario, al estar dentro de la garantía del concesionario, los esfuerzos de marketing y publicidad que sean realizados para captar a ese público objetivo serán muy poco efectivos.

- Lo segundo es para poder obtener el certificado de Inspección Técnica Vehicular, el cual se tiene una vigencia anual, para ello se requiere una revisión integral del vehículo.
- Lo tercero es como medida preventiva de los vehículos ante un viaje al interior del país, por ello se requiere una revisión a los principales sistemas de los vehículos, para que no presente una avería en el transcurso del viaje.

3.3.1. Descripción del servicio de la empresa Autocar SAC

En el taller se ofrecerán diversos servicios relacionados a la reparación vehicular, pero el principal el servicio que se ofrecerá al mercado y materia de estudio del presente trabajo es: El servicio de mantenimiento preventivo, debido a los factores ya descritos, este servicio se divide en las siguientes fases.

- **Cambio de aceite**

Es un servicio esencial de mantenimiento vehicular para mantener en buen estado el motor del vehículo, siendo el aceite un elemento fundamental para la vida útil del motor. El aceite lubrica y hace funcionar las piezas internas del motor; según los fabricantes de vehículos, se recomienda realizar el cambio de este elemento cada 5 000 kilómetros.

Las herramientas esenciales para este servicio son:

- Embudo
- Recogedor o recipiente para el aceite utilizado
- Llave inglesa

- Trapo
- Guantes

Los pasos para realizar esta actividad son los siguientes:

1. Buscar una temperatura adecuada del motor, siendo la temperatura recomendada una templada.
2. Prepara el coche para el cambio, para ello se requiere poner el vehículo con freno de mano y con cuñas para que este no se pueda mover.
3. Localizar el tapón de vaciado, para ello se recomienda la utilización de los guantes para la protección de la piel de sustancias químicas del aceite; para esta actividad se tiene que deslizar por debajo del coche y localizar el tapón de vaciado del aceite del motor.
4. Vacía el depósito del aceite, para esta actividad se requiere el uso de la llave inglesa para aflojar el tapón de aceite. así como la utilización del recipiente para el aceite utilizado,
5. Rellena el depósito con el aceite nuevo, para esta actividad se requiere la utilización del embudo para el rellenado del aceite nuevo de acuerdo al grado y cantidad de cada tipo de vehículo recomendado por los fabricantes de ellos.
6. Comprobaciones, para poder comprobar si se ha realizado de correcta el proceso de cambio de aceite se pone en punto muerto y se observa si gotea aceite debajo del coche.

- **Cambio de filtro de aceite**

La función principal de filtro de aceite es retener las partículas que se desprenden de la fricción de las piezas internas del motor, para evitar que estas puedan seguir circulando mientras continúa el circuito de lubricación.

Las herramientas esenciales para este servicio son:

- Kit de herramientas de extractor de filtro de aceite

Los pasos para realizar esta actividad son los siguientes:

1. Selección la herramienta adecuada del kit para poder aflojar el filtro de aceite, que usualmente se encuentra en la parte medio o baja del motor.
2. Prepara el nuevo filtro, engrasándolo con aceite nuevo
3. Colocar el nuevo filtro, enroscar manualmente para luego utilizando la herramienta del kit ajustar para que no se pueda desprender.

- **Cambio de filtro de aire**

La función principal del filtro de aire, es retener las partículas externas que puedan llegar a ingresar al motor en el proceso de combustión, por ello la importancia de realizar su revisión.

Las herramientas esenciales para este servicio son:

- Desarmador
- Guante

Los pasos para realizar esta actividad son los siguientes:

1. Si es que el filtro se encuentra ajustado con pernos, utilizar el desarmador, aunque usualmente los vehículos menores vienen con unos ganchos que solo requiere la utilización de la mano, por ello se va a requerir la utilización del guante.
2. Retirar el filtro viejo
3. Cambio con el filtro nuevo, y ajustar con el desarmador si es requerido.

- **Revisión del sistema de freno**

El sistema de freno, su función principal es hacer detener el vehículo cuando este se encuentra en marcha. Siendo un elemento esencial del vehículo, ya que si nos le hace su revisión y mantenimiento podría ocasionar accidentes mortales.

La revisión consiste en lo siguiente:

1. Comprobación del líquido de freno, la falta de ello podría hacer la demora a la hora de detener el vehículo, por lo tanto, se recomienda tenerlo en el nivel indicado por los fabricantes.
2. Revisión del estado de discos y pastillas, se recomienda cambiarlos cada 10 000 kilómetros o sustituirlos cuando su espesor sea menor a 2 mm.

- **Revisión del sistema dirección**

El sistema de dirección, su función es girar a la izquierda o derecha al vehículo, su mantenimiento solo consiste en su engrase. El mantenimiento de este sistema también hace un cuidado al desgaste de las llantas, ya que un vehículo alineado se desgasta menos rápido las llantas.

La revisión consiste en lo siguiente:

1. Si el vehículo tuviera la dirección hidráulica, verificar los niveles de hidrolina con el que funciona, pero si fuera una dirección hidráulica solo va a requerir un engrase
2. Revisar con el equipo de alineamiento vehículos las inclinaciones que podría presentar las llantas delanteras, y se encontraran desalineadas, solo se requiere ajustar hasta alinearlas en el punto sugerido por los fabricantes

- **Lavado de vehículo**

El lavado del vehículo es muy relativo, ya que dependen del clima y el nivel del ambiente (polvo, lodo, etc.) por donde se conduzca, siendo importante para el cuidado de la pintura y cuidando la estética de la movilidad.

Lavado interior, consta en el aspirado de las alfombras, el tablero y las partes en donde se puede llegar aspirar, limpiado de lunas, y aplicar silicona en las partes de plásticos para su rehidratación.

Lavado exterior, consta de retirar la suciedad con la ayuda de la presión del agua, luego aplicar shampoo especial para pintura vehicular y el último paso es el secado con paños de fibra para evitar las rayaduras en la pintura.

En conclusión, el servicio está enfocado en mantenimiento oportuno de los vehículos menores y orientado a los propietarios de estos entre tres a diez años de antigüedad, que residan o trabajen en el distrito de Lima Este, siendo el principal mercado el distrito de Ate, ya que es donde se estará ubicado el taller automotriz, abarcando vehículos multimarca.

3.3.2. Canvas de la empresa

El modelo Canvas es una herramienta que se utiliza para definir y crear modelos de negocios innovadores, que se simplifica en cuatro grandes áreas que son; Los clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica; ello se encuentra representado en un gráfico con nueve divisiones.

En el presente trabajo se desarrolló el modelo canvas de la empresa Autocar SAC el cual se puede visualizar en la Figura N° 22.

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
Los proveedores de repuestos	Se brindará información a los clientes que lleguen al taller, sobre las fallas de sus vehículos y el proceso para poder solucionarlo	Personalización, Adecuar el servicio de acuerdo a las necesidades del cliente (tipo de carro)	El valor que le ofrecemos a nuestro cliente es un servicio integral, en donde el cliente no tenga que recurrir a otro taller o especialista para la solución del problema de su vehículo, de acuerdo al segmento del mercado que se ha especializado la empresa.	Debido a que el mercado automotriz es muy amplio, entre los cuales se encuentra el mercado de marcas: japonesas, Coreana, americanas, europeas y chinas; es por lo cual nos especializaremos en marcas japonesas, coreanas y americanas
Los proveedores de maquinarias	Se asesorará a los clientes que lleguen al taller para realizar mantenimiento de sus vehículos para, explicando todo el proceso	Experiencia en el servicio, acompañando a nuestro cliente en todo el proceso desde la llegada al local hasta la entrega de su vehículo y brindando asesorías y recomendaciones para el cuidado de su vehículo		
Los proveedores de lubricantes				
Los proveedores de insumos	Se dispondrá de una sala de espera para los clientes mientras esperan la reparación o mantenimiento de sus vehículos, en el cual tendrán acceso a bebidas frías y calientes.	Justo a tiempo, cumplir con el cliente Just in time se realizará el servicio en el tiempo promedio de acuerdo al tipo de vehículo		Nuestros clientes son los propietarios de vehículos particulares de marcas americanas, japonesas y coreanas de gama media, entre los que se incluyen autos, camionetas pick-up, SUV y furgonetas, que
		Digitalización, se tendrá en diversos ambientes de la empresa un código QR para que el cliente pueda conocer nuestro servicios y productos		

<p>Recursos claves</p> <p>Los recursos claves son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalación en donde se realizar el servicio ordenado y limpio • La maquinaria de última tecnología • Proveedores responsables • Personal capacitado • Prestamos de entidades financieras • Volantes con la información de los servicios que se brinda 	<p>que brindamos en la empresa</p> <p>Servicio post venta, de acuerdo a la base de datos ofreceremos a nuestro cliente promociones un método para fidelizarlos a nuestra empresa.</p>	<p>Canales</p> <p>Nuestros clientes son los propietarios de vehículos particulares de marcas japonesas y coreanas de gama media, entre los que se incluyen autos, camionetas pick-up, SUV y furgonetas; por lo cual se tienen que apersonar a las instalaciones de la empresa.</p>	<p>laboren en el sector privado, empresarios y dueños de negocio en el distrito de Ate</p>
---	---	---	--

Estructura de coste

Los costos inherentes más importantes son los pagos a los proveedores de repuestos, lubricantes e insumos automotriz que proporcionan los principales componentes para los servicios que brinda la empresa

Los costos que de mayor tamaño en el negocio son la adquisición de maquinarias de última tecnología y las herramientas a adquirir para el inicio de las operaciones del negocio

Fuentes de Ingreso

Los clientes estarían dispuestos a pagar por un servicio de calidad, que se cuente con garantía por el servicio brindado por parte de la empresa.

La preferencia de pago para la empresa en el modo efectivo, también se ofrece los medios de pago con tarjeta de crédito, el cual no tendrá una recarga adicional por el uso de este medio.

A los clientes le gustaría pagar el menor costo posible y en plazos.

Figura N° 22. Modelo Canvas de la empresa Autocar SAC

Fuente: Elaboración propia

3.4. Estudio de la demanda

Para Simón Andrade, define a la demanda como “Es la cantidad de bienes y servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca”

Para Laura Fischer y Jorge Espejo, definen a la demanda como “el valor global que expresa la intención de compra colectiva. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función a su precio y sus rentas”

Siendo así se entiende por la demanda, la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere para poder llegar a satisfacer sus necesidades en un precio determinado.

A continuación, veamos, la demanda Latinoamérica, nacional y describiremos el parque automotor de Lima Metropolitana.

3.4.1. Demanda Latinoamérica de vehículo

La demanda de vehículos nuevos para la región de latinoamericana en todos los mercados de la región del hasta el agosto del presente año 2020 se encuentra en negativo con relación a los niveles de venta del año 2019, debido a la crisis económica desata por la Covid-19, que afecto en los niveles de compra de bienes y servicios.

Según el diario Autocomos de Colombia, indica que a pesar de las situaciones negativas que viven las economías de América Latina, se espera que la venta de automóviles de pasajeros tenga un crecimiento en los próximos años, de acuerdo a los pronósticos la suma de ventas de automóviles en América Latina crecerá en una tasa anual compuesta de 4.38% del 2019 al 2024 y esto principalmente lo impulsara el mercado brasileño ya que representa la mayor participación de mercado en términos de exportación, producción y ventas. Asimismo, se indica que el mercado latinoamericano ofrece un enorme potencial para el sector automotriz, ya que la propiedad actual de automóviles en la región es baja y los ingresos disponibles en la región está creciendo a un ritmo mayor que en la región de Asia.

Siendo así el mercado chileno quien se vio más afectada con la demanda de vehículos para sus mercados teniendo un margen de (-46.3%), el segundo país más afectado es el mercado ecuatoriano el cual presenta un margen de (-45.3%), el tercer país más afectado es el mercado peruano con un margen negativo de (-39.9%). (Ver Figura 23)



Figura N° 23. Venta de vehículos en países de la región hasta septiembre año 2020
Fuente: Asociación Automotriz del Perú – APP

Siendo así que la demanda de los vehículos en el presente año, se ha visto reducido por la crisis económica ocasionada por la Covid-19, aunque los pronósticos para el próximo año 2021 es que los mercados se van a recuperar su mercado como se encontraba antes de la crisis y que a partir del año 2020 se va a poder visualizar su crecimiento.

3.4.2. Demanda Nacional de vehículo

Como indicamos en el presente trabajo los mercados a nivel latinoamericano hasta septiembre del presente año 2020 el mercado peruano se encuentra en número negativo.

En el mes de septiembre de acuerdo a la APP las ventas acumuladas al noveno mes del presente año sumaron un total de 72´464 unidades, el cual indica una ligera mejora referente a los meses anteriores que venían en niveles bajos de ventas.

De acuerdo al diario el Economista América, la venta de vehículos en el mes de septiembre registro una leve mejoría, respecto a los meses anteriores, teniendo que al noveno mes la venta de vehículos livianos llego a la cifra de 12´667 unidades vendidas; de otro lado la venta de vehículos pesados registro un total de 1´894 unidades, representando un crecimiento de 46.03 % en relación con similar mes del año anterior, siendo la referida cifra la tasa más alta en los últimos 30 meses.

Siendo así el mercado nacional quien se vio más afectada con la demanda de vehículos a nivel de departamentos, es el departamento de Puno quien presenta un margen (-81.5%), el segundo departamento más afectado es el departamento de Cajamarca el cual presenta un margen de (-65.5%), el tercer departamento más afectado es el departamento de Moquegua con un margen negativo de (-64.5%). (Ver Figura 24)



Figura N° 24. Venta de vehículos en el Perú hasta septiembre del año 2020
Fuente: Asociación Automotriz del Perú – APP

3.4.3. Contribución del sector automotriz en el sector comercio

Para el año 2019 en el sector comercio creció un 2.62% en la contribución al PBI nacional, dentro de este sector se encuentra la venta al por menor, venta al por mayor y la venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores, siendo el ultimo un indicador que se encuentra más relacionada al cálculo de la demanda para el presente estudio de negocio.

Analizando solo la evolución del rubro de comercio automotriz, mantenimiento y reparación de vehículos automotores de los últimos cinco años (ver Tabla N° 10), se puede observar que se ha tenido variaciones, ya que para el año 2015 se tuvo una contribución de S/. 54 216 736, debido a una menor venta de vehículos livianos y a un menor requerimiento de reparación y mantenimiento de vehículo menores, así como de sus piezas, partes y accesorio. Para el año 2019 tuvo un crecimiento el cual representó en S/. 31 127 473, debido al incremento de piezas, partes y accesorio (repuestos y neumáticos) de los vehículos livianos y también al incremento de la demanda en la reparación y mantenimiento de los vehículos. (Ver Tabla N° 10)

Tabla N° 10. Contribución del sector comercio al PBI

	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Contribución del sector comercio al PBI	54 216 600	55 198 890	55 767 050	57 243 360	58 959 720
Contribución del sector comercio al PBI	11.23%	10.99%	10.84%	10.70%	10.78%

Fuente: BCRP

3.4.4. Parque automotor de Lima Metropolitana

En Lima se percibe el aumento del tráfico y la congestión vehicular, el cual ha traído consigo una mayor contaminación sonora y ambiental, también se debe de tener en cuenta el crecimiento de la población que sin una planificación urbana en donde las urbanizaciones se establecen cerca de las zonas industriales; también se tiene en cuenta la falta de implementación de vías rápidas para el traslado de un distrito a otro, agravan más estos problemas.

En el año 2016 según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Lima concentra el mayor parque automotor entre todos los departamentos del país con una cantidad mayor a la mitad del total de vehículos a nivel nacional el cual representa 1'752 919 unidades establecidas en la ciudad capital, en ello radica los problemas descritos en el párrafo anterior un a sobre cantidad de vehículos que se desplazan a diario, en porcentaje esta cantidad representa el 65.85 % del parque automotor del Perú. (Ver Tabla N° 11)

Tabla N° 11. Parque automotor por departamentos del Perú año 2016

DEPARTAMENTO	Parque automotor
Lima/Callao	1'752.919
La libertad	190.073
Arequipa	187.929
Cusco	73.997
Lambayeque	68.261
Junín	67.049
Piura	55.060
Tacna	49.382
Puno	47.696
Ancash	33.542
Los demás	135.811
Total	2'661.719

Fuente: MTC

3.5. Estudio de la oferta

Fisher L. y Espejo J., definen la oferta de la siguiente manera: “Las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”.

Gregory Mankyw, define a la oferta o cantidad ofrecida como. “La cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender”

Siendo así se entiende por oferta, la cantidad de bienes o servicios que los productores o vendedores están dispuesto a producir o vender en el mercado

Dentro del distrito de Ate y en los distritos aledaños hay una gran cantidad de establecimientos comerciales que se dedican al mantenimiento preventivo de los vehículos, siendo ellos los que consideramos la competencia, ya que ofrecen el mismo servicio de nuestra empresa, por ello la importancia de ingresar en el negocio con valores agregados.

De acuerdo al Sistema de información Geográfica para Emprendedores – SIGE, en las zonas aledañas en donde se va ubicar la empresa Autocar SAC, hay una gran cantidad de negocios relacionados al giro de la empresa entre las que se encuentran: Lubricentro, Talleres mecánicos, Factorías y los negocios informales que no se encuentran representados en la presente grafica (Ver Figura N° 25). Esto debido a que en el lugar es una zona industrial, en donde se encuentran establecimientos comerciales (Entidades financieras y tiendas de electrodomésticos), entidades públicas y es una vía de gran afluencia vehicular debido a que se encuentra la Av. Carretera Central, vía que une a Lima con el centro del país.

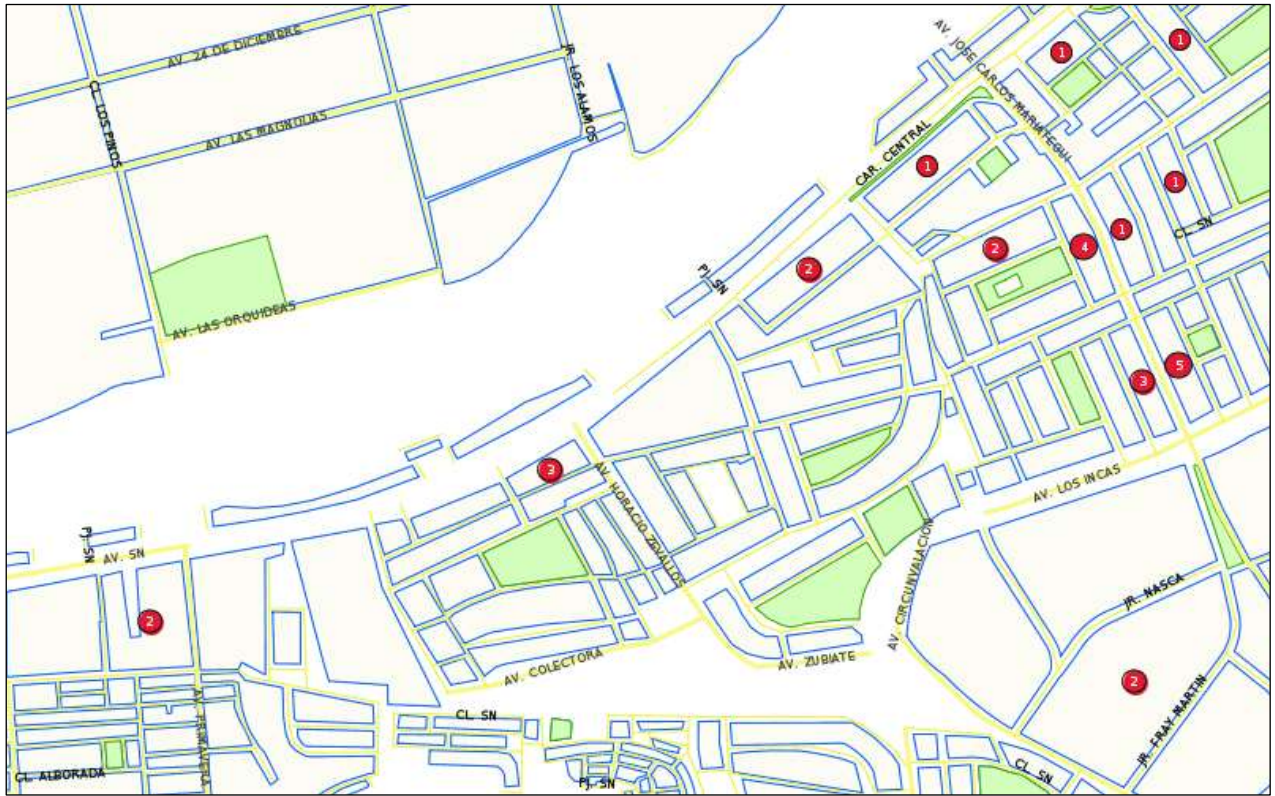


Figura N° 25. Competidores de la empresa Autocar SAC
Fuente: Sistema de información geográfica para emprendedores - SIGE

Pasaremos a analizar a cuatro empresas, que para nuestro estudio representan la competencia, ya que se encuentran ubicada en las zonas aledañas a la empresa, aunque estos competidores realizan algunos de los servicios de nuestra empresa, se les tomara en cuenta para la toma de decisiones para el inicio de las operaciones de la empresa. (Ver Tabla N° 12)

Tabla N° 12. Análisis de cuatro competidores

Empresas	Ubicación	Descripción	Servicio
Jhersifio Motor's EIRL	Car. Central Km. 15.5 A.H. las Praderas de Pariachi - Ate	Taller mecánico tradicional	Servicio de mecánica automotriz general y conversión de vehículos a GNV y GLP
Automotriz Zarate	Car. Central Km. 12 - ATE	Taller mecánico tradicional	Servicio de mecánica automotriz general
Reques Automotriz	Calle 2 MZ LL, Parque industrial El Asesor -Ate	Taller mecánico tradicional	Servicio de mecánica automotriz general y Lubricentro
Consortio Silvano SAC	Car. Central Nro. 13486 (Altura del Paradero Horacio Zevallos) - Ate	Taller mecánico tradicional	Lubricentro

Fuente: Elaboración propia

3.6. Determinación de la demanda insatisfecha

3.6.1. Estudio de mercado para la implementación de un taller automotriz

Según Kotler, Bloom y Hayes, definen al estudio de mercado de la siguiente manera “Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización “.

Para Randall, el estudio de mercado es “La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing “.

Según Naresh Malhotra, los estudios de mercado “Describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor “.

Para el presente estudio, realizaremos el estudio de mercado, de la siguiente manera; primero, se recopilará información a base de las encuestas virtuales debido a la situación actual que se encuentra la sociedad con el aislamiento social obligatorio a causa de la Covid-19; segundo, analizaremos los datos obtenidos y tercero, se presentará un informe indicando todos los resultados hallados en el presente estudio de mercado.

Para la zona de investigación, se tomó como referencia el estudio elaborado por el INEI en el año 2017, el cual fue el Censo Nacional 2017: XII de Población, VII de Vivienda y II de Comunidades Indígenas; en donde se realizó la siguiente pregunta: Su hogar tiene ¿Automóvil o camioneta?, de acuerdo a los resultados publicados en el INEI, a través de su portal web, podemos ver que en el distrito de Ate se tiene el siguiente resultado 29 152 hogares cuentan con un vehículo o camioneta, el cual se tomara como la población de nuestro estudio, asimismo se desarrolló un muestreo no probabilístico aleatorio debido a las limitaciones económicas, tiempo y la situación que se encuentra afrontando por la pandemia, por ello teniendo como referencia el resultado del INEI a los hogares que cuentan con un vehículo, se tomó una muestra de 150 personas.

Dividiendo los datos descrito de la muestra y la población, se tiene como resultado que nuestra muestra representa el 0.5% de nuestra población, siendo el porcentaje para el presente desarrollo del estudio de mercado.

La encuesta fue realizada digitalmente, para poder respetar el aislamiento social establecido por el Gobierno, y las preguntas que se realizaron se muestra en la Figura N° 26.

Estudio de Mercado para la implementación de un taller automotriz especializado en el servicio de mantenimiento preventivo

Pregunta filtro

¿Es usted propietario de un vehículo?

1. Sí
2. No

En caso la respuesta sea NO, terminar encuesta

<p>1. Género</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Masculino b) Femenino 	<p>2. Edad</p> <ol style="list-style-type: none"> a) 18 – 24 b) 25 – 35 c) 36 – 45 d) 46 – 55 e) 55 a más
<p>3. Estado civil</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Soltero (a) b) Casado (a) c) Divorciado (a) d) Viudo (a) 	<p>4. Indique su nivel de ingreso promedio</p> <ol style="list-style-type: none"> a) S/. 930 – S/. 1 300 b) S/. 1 300 – S/. 2 500 c) S/. 2 500 – S/. 3 500 d) S/. 3 500 – S/. 4 500 e) S/. 4 500 a más

5. ¿Usted realiza mantenimiento preventivo a su vehículo?

- a) Sí
- b) No

Si encaso su respuesta es Sí

¿Con que frecuencia lleva su vehículo para el servicio de un mantenimiento preventivo?

- a) Una vez al mes
- b) Una cada tres meses
- c) Una vez cada seis meses
- d) Una vez al año

6. ¿A qué distrito lleva su vehículo para el servicio de mantenimiento preventivo?

- a) Ate
- b) Santa Anita
- c) Chaclacayo
- d) Otro distrito

7. ¿Usted qué servicio considera importante para el mantenimiento preventivo de su vehículo?

- a) Ajustamiento del motor (Cambio de aceite, filtro de aire y bujías)
- b) Revisión del sistema de freno y dirección
- c) Revisión con el scanner automotriz
- d) Todos los anteriores

8. ¿Usted dónde realiza el mantenimiento preventivo para su vehículo?

1. Concesionario automotriz
2. Talleres
3. Lubricentro
4. Mecánico de confianza
5. Usted mismo lo realiza el mantenimiento

9. ¿Usted cuenta con algún tipo de crédito vehicular que le realice el servicio de mantenimiento preventivo a su vehículo?

- a) Sí
- b) No

De ser Sí las respuestas ¿Cuánto tiempo?

10. ¿Se encuentra conforme con el servicio de mantenimiento preventivo a su vehículo?

- a) Sí
- b) No

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de mantenimiento preventivo (Cambio de aceite, bujía, filtro de aire y aceite, revisión de frenos, revisión de dirección y lavado vehicular) a su vehículo?

- a) S/. 150 – S/. 200
- b) S/. 210 – S/. 250
- c) S/. 260 – S/. 300
- d) S/. 310 – S/. 350

Figura N° 26. Encuesta realizada para el Estudio de Mercado
Fuente: Elaboración propia

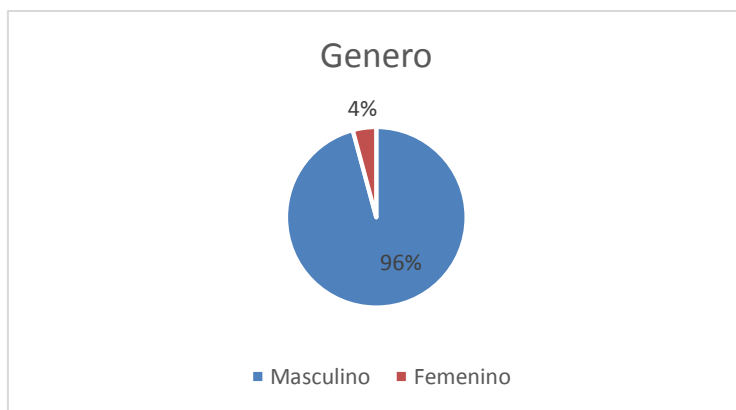
Como podemos apreciar en la figura 24, utilizamos una pregunta filtro el cual es: ¿Es usted propietario de un vehículo?, esta pregunta nos ayuda a filtrar solo a las personas que tengan un vehículo, el cual es el público objetivo de la empresa Autocar SAC.

3.6.2. Resultados del Estudio de Mercado

Presentamos el desarrollo el análisis de cada una de las preguntas realizadas en la encuesta, explicando el motivo de la pregunta, el grafico representativo y una conclusión de la pregunta realizada.

Pregunta 1: Género

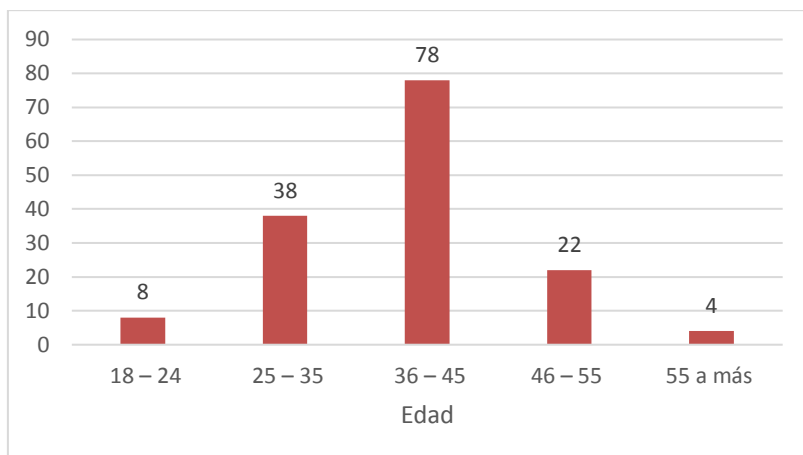
En la pregunta 1 se realizó la consulta sobre el género de los encuestados para conocer qué cantidad de propietarios de vehículos son hombres y mujeres.



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, las personas del género masculino fueron 144 personas lo que representa el 96% de la muestra tomada, el número de mujeres fueron 06 personas lo que representa el 4%. Concluyendo que en nuestro público objetivo predomina los hombres.

Pregunta 2: Edad

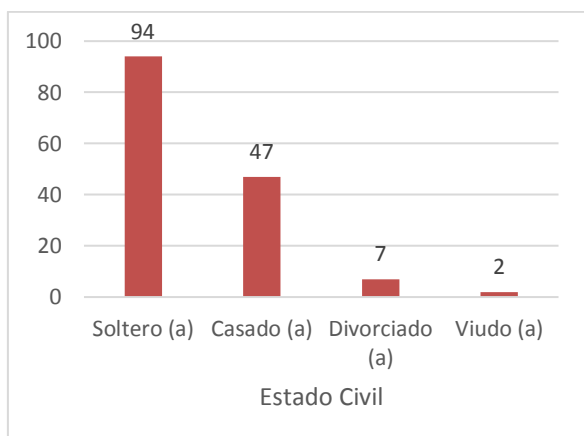
En la pregunta 2 se realizó la consulta sobre la edad de los encuestados, para conocer la edad promedio de nuestro público objetivo, por ello se utilizó un rango de edades de 9 a 10 años, teniendo esta información podremos enfocar el tipo de marketing que lanzaremos al mercado.



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, la edad que predomina es la del rango 36 – 45 años con un valor de 78 encuestado, representando el 52% de total, siendo así que realizaremos nuestra publicidad teniendo en cuenta las características de este rango de edad.

Pregunta 3: Estado civil

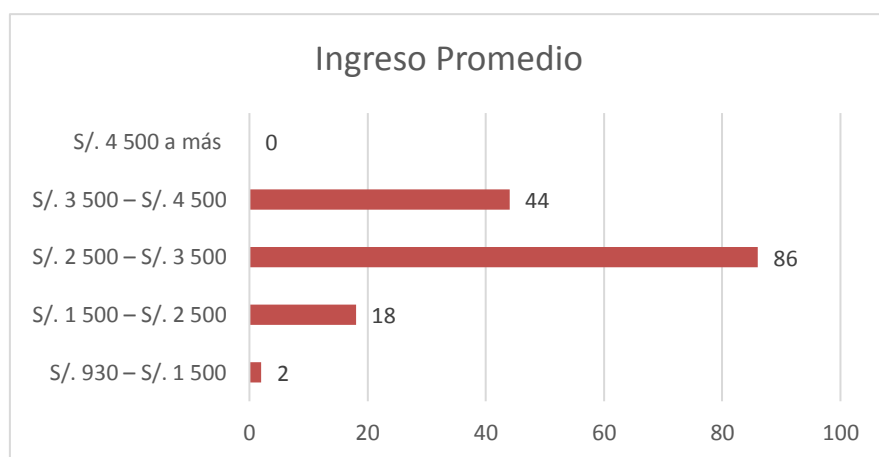
En la pregunta 3 se realizó la consulta sobre el estado civil de los encuestados, por ello se utilizó cuatro alternativas para esta pregunta y así conocer a nuestro público objetivo.



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, predominó la situación del estado civil de soltero con 94 encuestados lo que representa el 63%, lo cual nos permite conocer más a nuestro público objetivo.

Pregunta 4: Indique su nivel de ingreso promedio

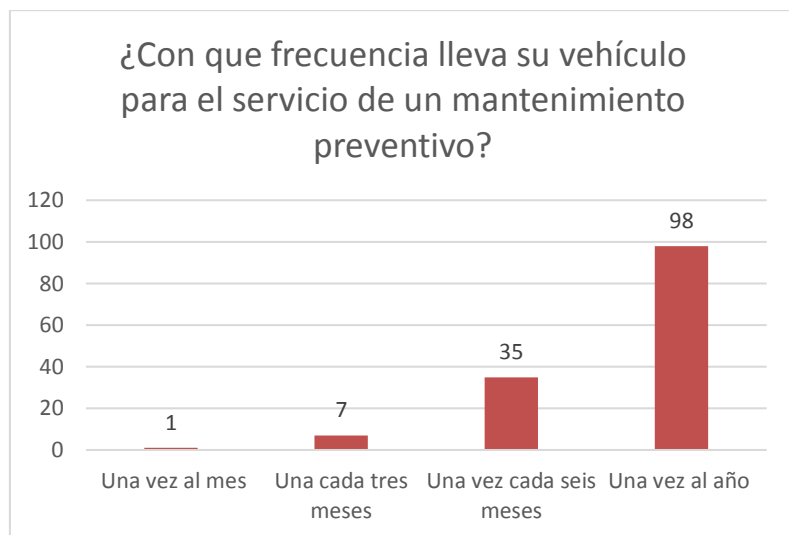
En la pregunta 4 se realizó la consulta sobre los ingresos promedio a los encuestados, por ello se utilizó cinco alternativas para esta pregunta, teniendo un rango entre S/. 1 000 entre cada una de ellas.



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, predominó el ingreso promedio de S/. 2 500 a S/. 3 500 con 86 encuestados lo que representa el 57%, lo cual nos permite afirmar que nuestro público objetivo es del sector socioeconómico B y C.

Pregunta 5: ¿Usted realiza mantenimiento preventivo a su vehículo?

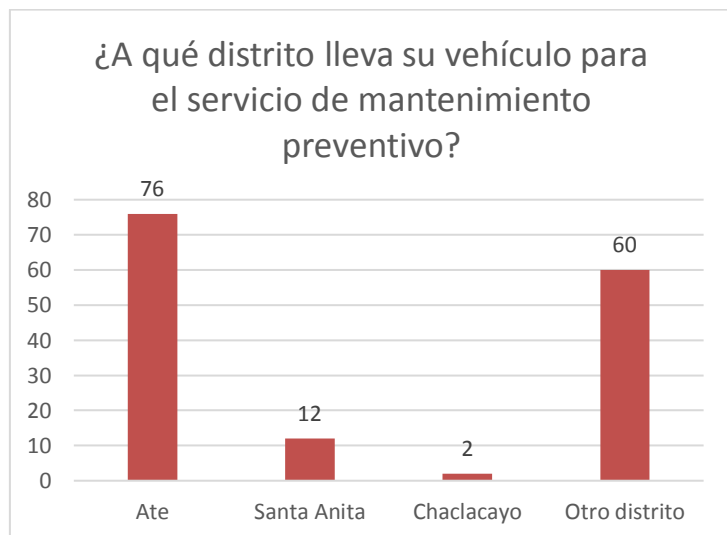
En la pregunta 5 se realizó la consulta sobre la frecuencia en que los encuestados llevan su vehículo a realizar mantenimientos preventivos, siendo una información muy importante para la nueva empresa, ya que de ello aportará datos para el cálculo de la demanda en el mercado del servicio.



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, predominó el ingreso promedio de S/. 2 500 a S/. 3 500 con 86 encuestados lo que representa el 57%, lo cual nos permite afirmar que nuestro público objetivo es del sector socioeconómico B y C.

Pregunta 6: ¿A qué distrito lleva su vehículo para el servicio de mantenimiento preventivo?

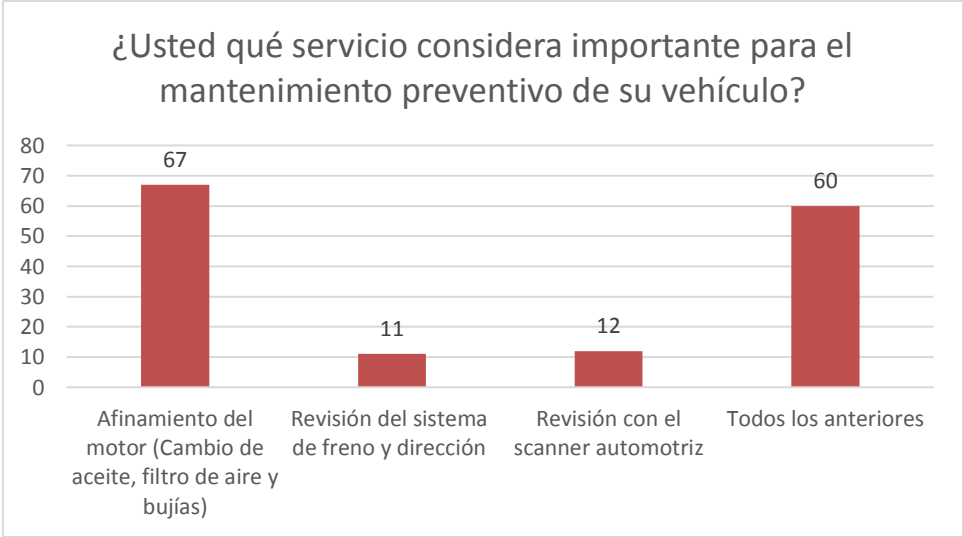
En la pregunta 6 se realizó la consulta en que distritos es donde los propietarios de vehículos menores llevan su vehículo para el mantenimiento preventivo, teniendo entre las alternativas el distrito en donde la empresa iniciará sus operaciones y distritos aledaños



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, predomino el distrito de Ate con un 51% lo cual indica que los propietarios en su mayoría realizan el ser vicio de mantenimiento en el mismo distrito en donde residen y en otra alternativa que predomino es Otro distrito con un 40 % lo cual se tomará como referencia para la toma de decisiones en temas de marketing, para poder llegar a estos propietarios.

Pregunta 7: ¿Usted qué servicio considera importante para el mantenimiento preventivo de su vehículo?

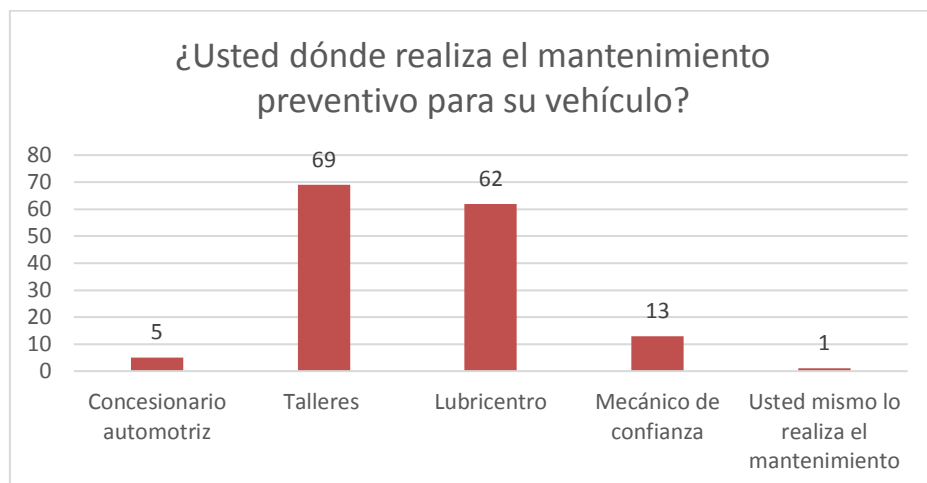
En la pregunta 7 se realizó la consulta que servicio considera más importante para el vehículo del encuestado, esta pregunta se realizó para definir el servicio principal que la empresa ofrecerá.



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, predominaron el servicio de afinamiento de motor con 45% (67 encuestados), siendo así que para los encuestados el principal elemento para el cuidado del vehículo es el motor; con un 40% (60 encuestados) considera que todos los servicios que la empresa piensa implementar son importantes.

Pregunta 8: ¿Usted dónde realiza el mantenimiento preventivo para su vehículo?

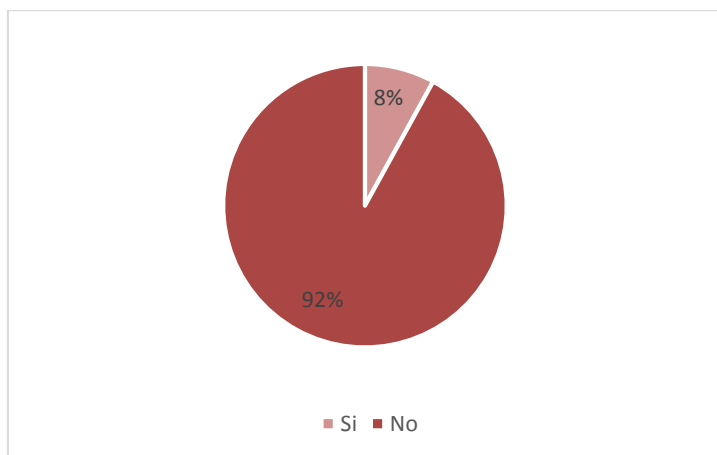
En la pregunta 8 se realizó la consulta en tipo de lugar o negocio que los encuestado realizan el servicio de mantenimiento preventivo que la empresa piensa ofrecer.



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, predominaron el lugar de talleres automotriz con un 46% (69 encuestados), siendo así que para los propietarios un taller que ofrezca diversos servicios es ideal a la hora de tomar la decisión para este servicio; por otro lado, con un 41% (62 encuestados) toma la decisión de llevar su vehículo a un Lubricentro

Pregunta 9: ¿Usted cuenta con algún tipo de crédito vehicular que le realice el servicio de mantenimiento preventivo a su vehículo?

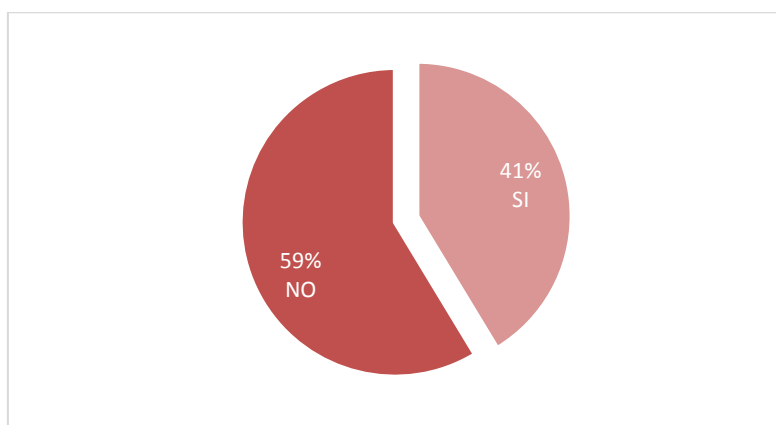
En la pregunta 9 se realizó la consulta si el propietario vehicular cuenta con un algún crédito vehicular y que le pueda ofrecer este servicio de mantenimiento preventivo, el cual fue identificado como un servicio sustituto en nuestra matriz de Porter.



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, tenemos a 92% (138 encuestados) que respondieron que no cuentan con un algún crédito que le proporciones este servicio, el cual es un elemento importante para tener en cuenta para nuestra empresa, ya que es un mercado potencial; por otro lado, con un 8% (12 encuestados) que si cuentan con este crédito.

Pregunta 10: ¿Se encuentra conforme con el servicio de mantenimiento preventivo a su vehículo?

En la pregunta 10 se realizó una consulta muy importante para el presente estudio de mercado, ya que ello determinar nuestra demanda insatisfecha y potencial mercado; siendo ella si se encuentra conforme con el servicio que reciben.

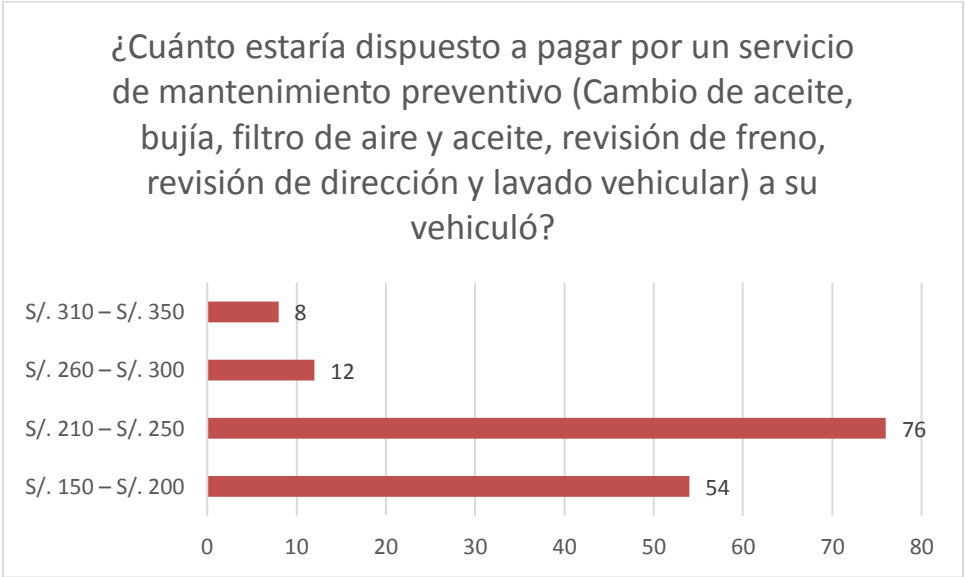


De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, tenemos a 59% (88 encuestados) que respondieron que no se encuentran conformes con el servicio que reciben, siendo un

factor importante de la empresa y se tiene que tomar decisiones para llegar a estas personas; por otro lado, con un 41% (62 encuestados) respondieron que si se encuentran conformes con el servicio que reciben.

Pregunta 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de mantenimiento preventivo (Cambio de aceite, filtro de aire y aceite, revisión de freno, revisión de dirección y lavado vehicular) a su vehiculó?

En la pregunta 11 se realizó la consulta cuanto estarían dispuesto a pagar los encuestados por el servicio que la empresa piensa ofrecer en el inicio de sus operaciones



De las 150 personas que se llegó a realizar la encuesta, tenemos que un 51% (76 encuestados) estarían dispuesto a pagar un valor entre S/. 210 a S/. 250 siendo un factor importante para establecer el precio del servicio que la empresa ofrecerá; por otro lado, con un 36% (54 encuestados) respondieron que estarían dispuesto a pagar entre S/. 150 a S/. 200 priorizando el precio bajo.

Después de haber analizado nuestro estudio de mercado, podemos observar que la pregunta 10: ¿Se encuentra conforme con el servicio de mantenimiento preventivo a su vehículo?, se tiene un 56 % de personas que no se encuentran satisfechos con el servicio de mantenimiento preventivo que les realizan en su vehículo, este dato lo tomaremos como referencia para determinar nuestra demanda insatisfecha; siendo la población un total de 29 152 personas multiplicando por el 56 % de los encuestas que no se encuentran satisfechos, se tiene como resultado 16 325 personas con vehículos por el esta será nuestra demanda insatisfecha y así mismo se tomara como nuestro público objetivo para la proyección de nuestras futura demanda del servicio del nuevo taller automotriz.

3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

Lo que se va a requerir para el inicio de las operaciones comercializadoras de la empresa son las maquinarias para el servicio del taller, entre los principales se encuentran los elevadores automáticos vehiculares, las herramientas para el desarmado y mantenimiento vehicular, el personal calificado en materia de mantenimiento de vehículos y la materia prima como los repuestos y lubricantes para el principal servicio de la empresa.

Se va a requerir una buena relación con los proveedores debido a que ellos proveen la materia prima para el desarrollo de los servicios de la empresa, por ello para no romper la cadena productiva, se cumplirá con el pago en la fecha acordadas y las solicitudes de las cantidades adecuadas. Los principales proveedores para nuestra empresa, son los de lubricantes, repuestos, accesorios y herramientas vehiculares.

La infraestructura como ya se ha descrito en el presente trabajo, será un ambiente amplio, limpio y ordenado, siendo las maquinarias modernas las que darán la imagen de un taller moderno y acondicionado para el mercado cambiante en materia de tecnología, ya que como en todo negocio que un cliente llega a las instalaciones lo primero que evalúa es la imagen de la empresa.

El proceso principal de la empresa es el mantenimiento preventivo vehicular, el cual se ha estimado desde el ingreso del vehículo del cliente hasta el último servicio que es el lavado vehicular un aproximado de 2 a 3 horas, por el cual en la empresa se cuenta con una sala de espera acondicionado para una buena estancia de nuestros clientes.

3.8. Descripción de la política comercial

La política comercial estará definida por las estrategias para llevar a cabo

3.8.1. Estrategia de Producto

El servicio será un taller orientado a vehículos menores el cual tendrá el valor agregado de precios bajos en el inicio de las operaciones del negocio y un taller ubicado de fácil acceso ordenado, espacioso equipado con modernas maquinarias y herramientas; asimismo, contará con una sala de espera para los clientes.

El producto básico, vendría a ser el Servicio de mantenimiento preventivo, el cual consiste en el cambio de aceite, filtro de aceite, filtro de aire, cambio de bujía y las revisiones al sistema de freno, dirección y por último una revisión con el scanner automotriz.

2.8.2. Estrategia de Precio

Para el inicio de las operaciones de la empresa se ofrecerá los servicios con un precio menor a los de los competidores, para la obtención de los clientes, el cual con el pasar de los meses se ira incrementado el precio gradualmente, cuando los clientes puedan percibir los valores agregados que la nueva empresa ofrece, ya teniendo una cartera de clientes establecida.

Los únicos referentes para establecer los precios son los talleres formales, a los alrededores del local, por los que se usara como una referencia promedio los precios en dichos talleres. (Ver Tabla N° 13)

Tabla N° 13. Precios de la empresa Autocar por tipo de vehículo

	Autos	Camionetas, SUV y furgonetas
Servicio de mantenimiento preventivo	S/. 280	S/. 350

Fuente: Elaboración propia

Nos diferenciamos de la competencia en los precios, ya que los precios por el mismo servicio en la misma categoría vehicular son mayores en los competidores directo.

3.8.3. Estrategia de Punto de venta

Dentro del plan de negocio el espacio físico que se requiere para la atención de los vehículos de los clientes, un taller promedio se encuentra entre los 600 a 1 000 mt² aproximadamente, se ha considerado la ubicación en el distrito de Ate, ya que el distrito es el cuarto distrito en tener mayor cantidad de autos particulares según el Censo del

2017 y cuenta con una importante vía, que es la Carretera Central que une el Centro del país con Lima Metropolitana.

El taller contara con los siguientes ambientes:

Recepción, área administrativa, taller mecánico, área de lavado y sala de espera.

Siendo el área más importante el área de recepción, ya que es el punto en donde se recibe al cliente y se inicia la relación de confianza con el cliente.

3.8.4. Estrategia de Promoción

El principal canal de comunicación y comercial de la empresa Autocar será la publicidad digital, debido a que actualmente vivimos en una sociedad moderna y digital.

La empresa contará con una página en Facebook y una página web, en donde se brindará información de los servicios de la empresa, descuentos, promociones y los contactos con la empresa.

Por ello la importancia de realizar promociones para el lanzamiento del nuevo taller automotriz. En el cual se complementará con merchandising ya que es una herramienta para que los clientes recuerden a la marca como lapiceros, llaveros, tapasol, franelas y ambientadores.

3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Para determinar la demanda proyectada se está considerando como punto de partida la información obtenida del análisis de la encuesta realizada y analizada, asimismo se analizará el principal servicio que la empresa ofrecerá al mercado.

Teniendo en consideración la proyección de crecimiento del parque automotor en el distrito de Ate y los distritos aledaño para los próximos años, para el primer año del inicio de las operaciones de la empresa y viendo la capacidad de la planta del proyecto se tiene calculado que se pueda ofrecer 3 servicios en promedio diario, como el año sin contar los domingos son 317 días, por el cual se tiene proyectado 1080 servicios al primer año; asimismo se tomara el precio promedio de todos los servicios que la empresa ofrecerá por cada tipo de vehículo, siendo ello S/. 315, se realizó las proyecciones de ventas el cual se puede visualizar en la Tabla N° 14.

Tabla N° 14. Ventas proyectadas – Capacidad de planta

	Año 1	Año 2 1%	Año 3 1%	Año 4 1%	Año 5 1%
Precio del servicio del Mantenimiento preventivo	S/. 315	S/. 318	S/. 321	S/. 324	S/. 328
Cantidad al año	1 080	1091	1102	1112	1123
Total	S/. 340 200	S/. 347 038	S/. 353 944	S/. 360 918	S/. 367 960
Crecimiento anual	-	1.91%	2.18%	2.15%	1.67%
Tasa de crecimiento con año base	-	2.00%	4.00%	6.00%	8.00%

Fuente: Elaboración propia

Teniendo así que el año base, es el año del inicio de las operaciones de la nueva empresa, siendo el sector automotriz uno de los sectores que no se ha visto muy afectado por la pandemia y la gran cantidad de competidores, se ha previsto el crecimiento de 1% debido al incremento de los precios de los insumos que la empresa utiliza para realizar el servicio de mantenimiento preventivo vehicular, se tiene previsto que para el cuarto año la empresa pueda crecer en un 8% respecto al año del inicio de sus operaciones.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TECNICO

En el presente capítulo se estudiarán los factores que influyen en la decisión del tamaño de la empresa Autocar SAC, los procedimientos que se llevarán a cabo en la empresa desde la llegada del cliente al establecimiento de la empresa hasta la entrega de su vehículo, por el cual también se analizará la capacidad operativa, los requerimientos de bienes, insumos y personal; teniendo como referencia la infraestructura que presentará el nuevo negocio, así como los factores determinantes para su localización.

4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

El cálculo del tamaño del negocio lo realizaremos a través de la determinación de la demanda insatisfecha, el cual se ha determinado en el capítulo anterior Estudio de Mercado, llegando a la siguiente conclusión:

- El mercado total representa los 538 514 hogares que cuentan con un auto o camioneta en Lima Metropolitana
- El mercado potencial representa los 29 152 hogares que cuentan con un auto o camioneta en el distrito de Ate
- El mercado objetivo que se resulta del cálculo de la demanda insatisfecha que según la encuesta realizada representa 59 % no se encuentran satisfecho con el servicio del mantenimiento preventivo que realizan a sus vehículos, con el cual calculamos un total de 17 199 potenciales clientes.

La demanda proyectada para el negocio, y su respectivo resumen se presentó en la Tabla 13.

4.2. Proceso y Tecnología

Un proceso es el conjunto de fases sucesivas de tareas, que contiene una entrada y una salida, siendo el objetivo principal de cada proceso agregar valor en cada fase. En la nueva empresa Autocar SAC se tiene como punto inicial la llegada del cliente al establecimiento y punto de salida la entrega del vehículo al cliente.

4.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

Dentro de los principales procesos operativos de la empresa Autocar SAC, que se ha podido identificar los siguientes:

- Llegada a la empresa

En este punto se ha contemplado la llegada en físico de los clientes al local comercial, como a la llegada a los clientes por intermedio de los medios digitales como las redes sociales, la página web y los medios digitales.

Se aplicará todo el plan de marketing para llegar a los clientes potenciales identificados en el presente estudio.

- Saludo y recibimiento al cliente

En este proceso se seguirán por parte de la empresa los protocolos de seguridad de la Covid-19, como el distanciamiento social, respetando el metro y medio de distancia cuando saludemos a nuestros potenciales clientes.

Siendo este proceso el primer contacto en físico con nuestro cliente, por ello radica la importancia de un aspecto de una buena presentación (ambiente adecuado, ordenado y bien señalizado) por parte de la empresa que se dará mediante el asistente administrativo (limpieza y uniformado) que llevará a cabo esta fase.

- Cotización del servicio

Principal proceso de la empresa, ya que de ello dependerá si se llega a realizar el servicio de nuestra empresa, siendo así la importancia de tener al personal bien capacitado en lo referido a los servicios que la empresa ofrece y los precios de la tarifa que se manejan de acuerdo al tipo de vehículo.

Asimismo, se precisa que en este proceso también se guardara el metro y medio de distancia para la seguridad de nuestro personal.

- Desinfección del vehículo

Una vez aprobada la orden de servicio por parte del cliente, en cumplimiento a las normas de seguridad para el personal de la empresa se realizará la toma de temperatura a nuestro cliente y se procederá a indicar la ubicación en el taller en donde se realizar el servicio de mantenimiento preventivo vehicular, de igual manera se continuará a desinfectar el vehículo.

Se le invitara al cliente a pasar a la sala de espera, ambiente que cuenta con WI-FI, dispensador de bebidas calientes y frías, una TV de 55 pulgadas conectada al servicio de cable y revistas relacionados a las noticias del rubro automotor.

- Desarrollo del servicio de mantenimiento

En este proceso se desarrollarán tres fases

La primera fase será el servicio de mantenimiento al motor, en donde los mecánicos solicitarán al almacén los insumos necesarios (lubricantes, filtros y aditivos) de acuerdo al tipo de vehículo de nuestro cliente.

La segunda fase será el mantenimiento al sistema de freno, para el cual se utilizará el elevador vehicular para su revisión y mantenimiento, asimismo en esta fase se realizará la revisión al sistema de dirección para ellos se requerirá el equipo de alineamiento para el ajuste correspondiente.

La última fase se le pedirá al cliente la llave del su vehículo para el traslado de ello a la sala de lavado y de no entregar la llave se le pedirá el traslado de su vehicula a las descrita.

- Asesoría y recomendaciones al cliente

Como parte de nuestro valor agregado al servicio que ofrecemos al mercado, se realizará la asesoría de las fallas comunes del vehículo de cliente, de acuerdo al tipo y las características que presenta; asimismo, se realizará las recomendaciones para el cuidado de su vehículo, ofreciendo productos de la empresa para su posible adquisición.

- Emite comprobante de pago

Se emitirá el comprobante de pago y recibirá el pago correspondiente por el servicio prestado, siendo en efectivo o si no se contara con el POS para el pago por transferencia bancarias

La boleta o factura ser un documento en donde se indicará la garantía por nuestro servicio prestado, del mismo se tomará en cuenta para el registro de una base de datos para poder ofrecer promociones de servicios de la empresa.

- Entrega de vehículo

En la entrega de vehículo a los clientes, se realizará por parte de la empresa teniendo la aprobación de los mecánicos.

Identificando los principales procesos del servicio Autocar SAC desarrollará, se desarrolló el siguiente diagrama de procesos. (Ver figura N° 27)

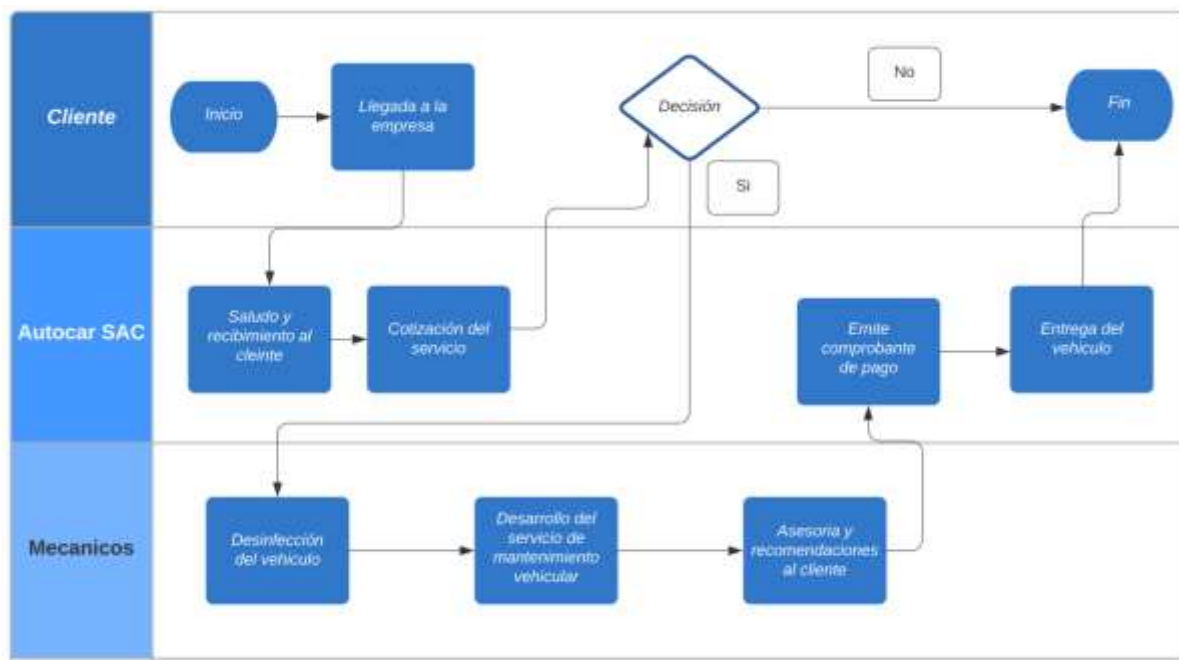


Figura N° 27. Mapa de proceso de la empresa Autocar SAC
Fuente: Elaboración propia

La actividad principal de la empresa es el contacto con el cliente en la cotización del servicio, siendo ella realizada por el asistente administrativo, siendo así que debe estar bien capacitado en lo referido a los servicios (mantenimiento preventivo vehicular) y precios (de cada categoría de los vehículos menores) que la empresa ofrecerá a sus potenciales clientes.

4.2.2. Capacidad instalada y operativa

Para poder realizar el trabajo, tanto de operaciones como de labores administrativos, se requiere la inversión en maquinarias, herramientas y materiales para el inicio y desarrollo de las operaciones de la empresa. El cual se detalla a continuación:

- **Equipamiento de Taller** (Ver Tabla N° 15)

En el siguiente cuadro se detallarán las maquinarias, herramientas que se utilizarán para realizar los servicios de la nueva empresa, cada equipo cumplirá con una labor indispensable en la elaboración del producto final.

Para ello se requiere que el personal se encuentre capacitado para la utilización de ellos, para la seguridad de los operarios, respetando las normas sanitarias y la seguridad eléctrica que ellos conlleva para su funcionamiento.

Tabla N° 15. Equipos y herramientas del taller

Equipos y herramientas	Marca	Cantidad
Elevador de auto de 4 toneladas	Stark	01
Carro de herramienta	Stark	01
Caja de herramienta	Stark	01
Embudo industrial	-	02
Kit de herramienta para extractor de filtro de aceite	Genérico	01
Compresora de aire y equipamiento	Campbell	01
Gata hidráulica	Truper	01
Banco de trabajo	-	01
Alineador automotriz	-	01
Extractor de aceite	Lubeworks	01
Sistema de purga de líquidos de freno	Mityvac	01
Máquina engrasadora	Ferton	01
Aspiradora	Stanley	01
Baldes	Rey	03
Paño microfibra	-	06
Hidro lavadora	Karcher	01

Fuente: Elaboración propia

Para el servicio de cambio de aceite se utilizarán la caja de herramienta, el embudo industrial y el kit de herramienta para extraer el filtro de aceite; el equipo para ello se tiene que utilizar el elevador de auto o la gata hidráulica dependiendo del tipo de vehículo. Este servicio va acompañado del cambio de filtro de aire y el cambio de bujías.

En el servicio de lavado vehicular se utilizará la hidro lavadora para genera la presión del agua, los baldes, aspiradoras y los paños de microfibra.

- **Equipamiento de Oficina y Sala de espera** (Ver Tabla N° 16)

Igualmente, para iniciar las operaciones administrativas se va a requerir equipos informáticos y muebles de oficina, ya que aquí se realizarán el planeamiento, la toma de decisiones, organización y control del personal del taller; y para la sala de espera se tendrá los equipos necesarios para una cálida estancia de los clientes en el taller mientras esperan su vehículo

Tabla N° 16. Equipos de oficina y sala de espera

Muebles de oficina y sala de espera	Marca	Cantidad
Mesa de oficina	Duraplast	01
Laptop	Lenovo	01
Impresora	Lenovo	01
Sillas de oficina	-	03
Estante	Duraplast	01
Televisor de 50 ′′	LG	01
Juego de sillones	-	01
Dispensador de agua caliente y fría	-	01
Mesa de sala	Duraplast	01

Fuente: Elaboración propia

En la oficina administrativa, también se va a llevar el proceso de pago, por el cual se tendrá cuidado en el resguardo del dinero en efectivo y los POS para el cobro mediante tarjetas de crédito o débito

Asimismo, indicar que en la sala de espera se contara con el servicio de internet y señal de cable para el televisor y en la mesa de sala se contara con las revistas y periódicos relacionadas al mundo automotriz.

4.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

Para realizar los requerimientos de bienes de capital, de personal e insumos para la empresa, se ha decidido realizar tablas para cada requerimiento, el cual se define de la siguiente manera:

- **Requerimiento de equipos y herramientas del taller** (Ver Tabla N°17)

En el rubro de la empresa los principales elementos son las maquinarias y herramientas, que va a permitir desarrollar el principal servicio que la empresa ofrecerá, en el mercado se ofrecen estos productos de diversa calidad y precio, por ello se ha establecido un precio referencial, a fin de poder cuantificar nuestra inversión inicial y se pueda conocer los costos de producción.

Tabla N° 17. Requerimiento de equipos y herramientas del taller

Equipos y herramientas	Cantidad	Precio Unitario	Total (S/.)
Elevador de auto de 4 toneladas	01	7 560	7 560
Carro de herramienta	01	2 340	2 340
Embudo industrial	02	150	300
Kit de herramienta para extractor de filtro de aceite	01	342	342
Compresora de aire y equipamiento	01	2 000	2 000
Gata hidráulica	01	450	450
Banco de trabajo	01	500	500
Alineador automotriz	01	1 200	1 200
Extractor de aceite	01	750	750
Sistema de purga de líquidos de freno	01	2 520	2 520
Máquina engrasadora	01	700	700
Aspiradora	01	500	500
Baldes	03	10	30
Paño microfibra	06	8	48
Hidro lavadora	01	2 200	2 200
		TOTAL	22 160

Fuente: Elaboración propia

- **Requerimiento de muebles** (Ver Tabla N° 18)

Para el desarrollo de las actividades administrativas, se ha establecido la adquisición de los mínimos elementos para realizar esta actividad; asimismo, también se tomó este factor para la adquisición de los elementos para la sala de espera; se ha establecido un precio referencial, a fin de poder cuantificar nuestra inversión inicial.

Tabla N° 18. Requerimiento de muebles de oficina y sala de espera

Muebles de oficina y sala de espera	Cantidad	Precio Unitario	Total (S/.)
Mesa de oficina	02	300	600
Laptop	01	1 300	1 400
Computadora	01	2 400	2 400
Impresora	01	500	500
Teléfono	01	150	150
Sillas giratorias	02	300	600
Sillas de oficina	02	120	240
Estante	01	350	350
Televisor de 50 ''	01	1 400	1 400
Juego de sillones	01	750	750
Dispensador de agua caliente y fría	01	180	180
Mesa de sala	01	180	180
		TOTAL	8 750

Fuente: Elaboración propia

- **Requerimiento de personal** (Ver Tabla N° 19)

De acuerdo a nuestra asignación de personal, establecido en el capítulo I del presente plan de negocio, se tiene los siguientes cargos: Gerente general, asistente administrativo, mecánico profesional y mecánicos ayudantes. Este personal se estableció para el inicio del negocio, con el transcurrir de los años de acuerdo a la demanda proyecta, se tiene previsto incrementar el personal de la empresa.

Tabla N° 19. Requerimiento de personal

Personal	Cantidad	Sueldo S/.
Gerente general	01	S/.2,055.00
Asistente administrativo	01	S/.1,615.00
Mecánico profesional	01	S/.1,615.00
Mecánico ayudante 1	01	S/.1,395.00
Mecánico ayudante 2	01	S/.1,395.00

Fuente: Elaboración propia

- **Requerimiento de insumos** (Ver Tabla N° 20)

Para el desarrollo de las actividades operativas, se ha establecido la adquisición mensual de insumos para el servicio principal de la empresa, el servicio de cambio de aceite (Aceite multigrado, filtro de aire, filtro de aceite y engrase) y para el servicio de lavado (shampoo y silicona vehicular), se tomó como referencia el precio del mercado.

Tabla N° 20. Requerimiento mensual de insumos para el negocio

Insumos	Cantidad	Costo unitario	Total (S/.)
Kit de seguridad COVID 19 (Guantes, mascarilla y gel desinfectante)	01	300	300
Aceite multigrado para motores (01 galón)	30	175	5 250
Filtro de aire	30	40	1 200
Filtro de aceite	30	30	900
Shampoo para vehículo (01 galón)	01	20	20
Silicona para plásticos (01 galón)	01	12	12
Silicona de llanta (01 galón)	01	10	10
TOTAL			7 692

Fuente: Elaboración propia

4.2.4. Infraestructura y características físicas

La infraestructura para el negocio está diseñada para brindar los servicios de la empresa Autocar, respetando el distanciamiento entre vehículos y los protocolos de seguridad.

Como ya mencionamos en el presente trabajo, el local es propio y se encuentra ubicado en la Av. Carretera Central KM 15 1/20 en el distrito de Ate, y cuenta con un área total de 300 mt² ubicado en una zona industrial y cuenta con la aprobación de la Municipalidad de Ate, respecto al giro del nuevo establecimiento comercial.

En las instalaciones de la empresa, se contará con las siguientes instalaciones:

- Área de operaciones

En el área de operaciones, se dispone espacio para la atención de 04 vehículos al mismo tiempo, aunque para el inicio de las operaciones de la empresa se contara con un elevado de auto, se tiene programado la adquisición de 03 de elevadores.

- Área de lavado

En el área de lavado, se dispone espacio para la atención de 01 vehículo, se tiene programado la adquisición de un elevador para el lavado del chasis vehicular y poder ofrecer otros servicios como el de aplicación de protector al chasis.

- Área de recepción de cliente

Es donde se realizarán la recepción a nuestro, motivo por el cual se tendrá todos los precios de los servicios que la empresa ofrecerá.

- Oficina

En el área de oficina, se realizará las transacciones de pago, motivo por el cual se adaptarán las medidas de seguridad correspondiente; asimismo, es donde se realizarán las actividades administrativas y la toma de decisiones.

- Sala de espera

Como ya se ha descrito en el presente estudio la sala de espera, contara para una capacidad de 03 clientes, respetando el distanciamiento social para evitar el contagio de la Covid-19.

- Baño

Como todo establecimiento comercial, para la obtención de la licencia de funcionamiento es un requisito esencial que el taller cuente con los servicios higiénicos para los clientes de la empresa.

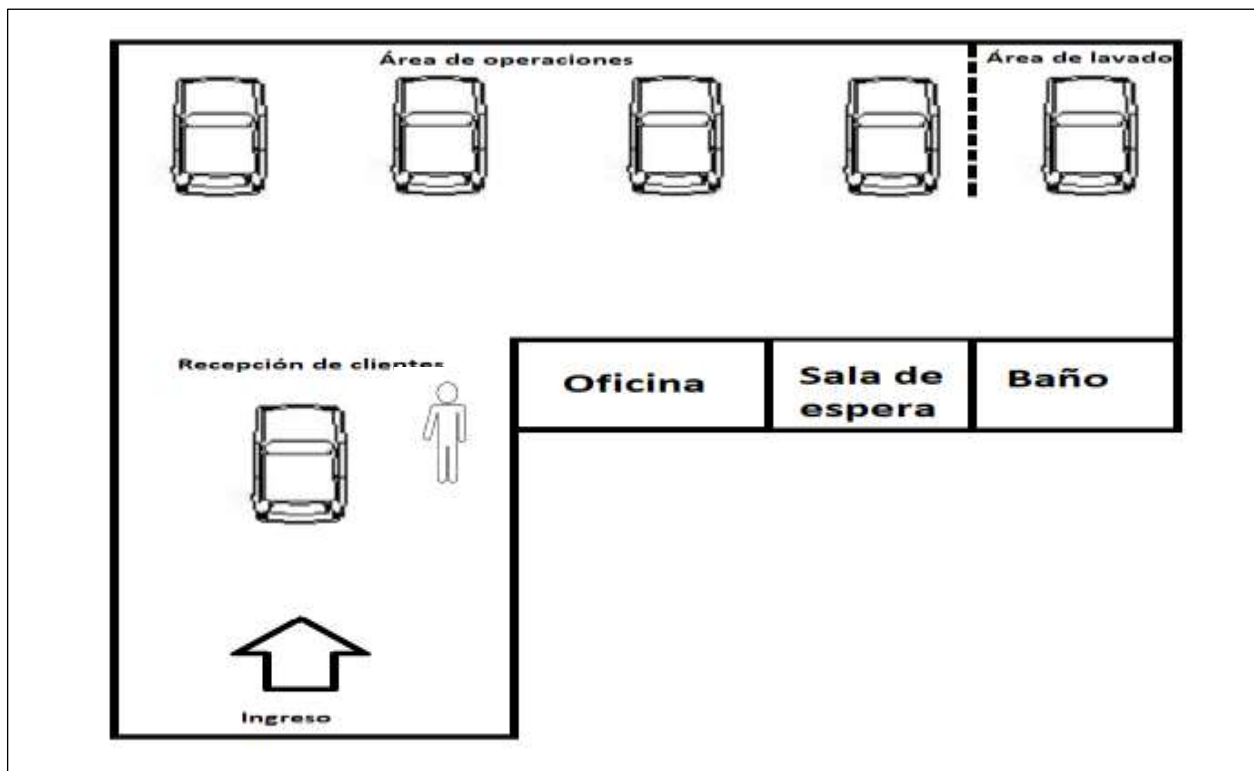


Figura N° 28. Plano de ubicación del negocio
Fuente: Elaboración propia

Como se observa, el establecimiento comercial tiene una capacidad operativa de atender 05 clientes al mismo tiempo, 04 vehículos para el servicio de mantenimiento preventivo y 01 vehículo para el servicio de lavado; asimismo podemos observar la sala de espera se encuentra en un espacio donde puede observar de cómo se va realizando el servicio a su vehículo.

4.3. Localización del negocio, Factores determinantes

Para la determinación de la localización del negocio, se analizará la micro localización, macro localización y los factores determinantes para la elección del lugar de la empresa.

- **Macro localización**

La ubicación del local estará en Lima Metropolitana, ya que nuestro público objetivo se encuentra ahí, en la zona de Lima el cual está conformado por los distritos de Ate, Santa Anita, Chaclacayo y Lurigancho – Chosica.



Figura N° 29. Mapa de Lima Metropolitana
Fuente: Google Imágenes, 2014

- **Micro localización**

Dentro de Lima Metropolitana, el establecimiento comercial Autocar estará ubicado en el distrito de Ate, lugar de gran dimensión territorial, que colinda con diversos distritos y con vías de acceso rápidas.



Figura N° 30. Mapa del distrito de Ate
Fuente: Google Maps, 2014

- **Factores determinantes**

De acuerdo al rango de acción del plan del negocio, el cual abarca Lima este, se ha decidido estratégicamente instalar el taller automotriz en el distrito de Ate, realizando las ponderaciones con dos distritos aledaños (Santa Anita y Chaclacayo), de acuerdo a los siguientes factores de ponderación. (Ver Tabla 11)

- **Cantidad de habitantes**

Es un factor muy importante para la elección de la nueva empresa, debido a que este está directamente relacionado a los clientes potenciales, ya que a mayor cantidad de habitantes mayor será el número de futuros clientes.

- **Territorio**

Factor que es relevante para el negocio debido a que a mayor territorio en donde la empresa inicie sus operaciones, mayor será la cantidad de población que se encuentre en ellas; por ello la importancia que el lugar cuente con lugares en donde las personas requieran ir, como, por ejemplo: centros comerciales, vías importantes, entidades públicas, centros culturales, etc.

- **Tránsito Vehicular**

Factor que va indicar la cantidad total de los vehículos que se desplaza en los lugares, asimismo, este factor nos que mayor territorio mayor es la cantidad de vehículos que se desplaza en ella.

- **Cantidad de habitantes de vehículos menores**

Factor que va indicar la cantidad de los habitantes que residen dentro de un distrito y cuenten con un vehículo menor, ya que ellos van a requerir el servicio de la nueva empresa debido a que anualmente los vehículos tienen que obtener el certificado de Revisión Técnica Vehiculas.

Teniendo en claro los factores de ponderación, se procedió a realizar el cuadro comparativo de con los distritos de Santa Anita y Chaclacayo, en el cual se utilizó la ponderación entre del 1 al 5, siendo 5 el de mayor ponderación y 1 el de menor ponderación. (Ver Tabla N° 21)

Tabla N° 21. Factores de ubicación de la empresa (ponderación)

Factores de ubicación	Ate	Santa Anita	Chaclacayo
Cantidad de habitantes	4	3	2
Territorio	3	2	2
Tránsito vehicular	3	2	1
Cantidad de vehículos menores	3	2	1
Total	13	9	6

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 21 se puede apreciar que el distrito de Ate cuenta con un mayor número de ponderación, teniendo una suma total de 13, seguido por el distrito de Santa Anita con una ponderación de 9 y por último el distrito de Chaclacayo con una suma de 8, asimismo se explicaran los motivos de ponderación los cuales son los siguientes:

- Cantidad de habitantes de acuerdo al Censo Nacional del año 2017 el Distrito de Ate cuenta con la mayor cantidad de habitantes (599´196 habitantes) mientras que el distrito de Santa Anita (196´214 habitantes) y el distrito de Chaclacayo (47´643 habitantes);
- Territorio el distrito de Ate (77.72 KM2) es el más grande, le sigue el distrito de Chaclacayo (39.5 KM2) y por último el distrito de Santa Anita (10.69 KM2);

- Tránsito vehicular el distrito de Ate cuenta con 02 centros comerciales (Real Plaza Puruchuco y Santa Clara) y el distrito de Santa Anita solo cuenta con 01 centro comercial (Mall Aventura Santa Anita) y el distrito de Chaclacayo no cuenta con ninguno;
- Cantidad de vehículos menores en el distrito de Ate (29´142 hogares cuentan con vehículo), Santa Anita (9´430 hogares cuentan con vehículo) y Chaclacayo (2´865 hogares cuentan con vehículo).

CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Como ya se determinó en el capítulo anterior cuáles son los bienes y servicios que se requiere para el inicio de las operaciones de la empresa Autocar SAC, en este capítulo de estudio de la inversión y financiamiento se determinara el valor monetario de todo ello para el cálculo de la inversión total para ver si se va a financiar este capital o lo aportarán los socios.

5.1. Inversión Fija

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y tiene por finalidad proveer las condiciones necesarias para que la empresa pueda realizar sus operaciones, ello a la vez se clasifican en Inversión tangible e intangible.

5.1.1. Inversión Tangible

La inversión tangible está compuesta por todos los bienes físicos que serán utilizados en el inicio del presente plan de negocio para la empresa Autocar S.A.C., el cual incluye los siguientes elementos:

- **Maquinarias**, son los bienes que serán utilizados por los mecánicos para las actividades operativas de la empresa.
- **Mobiliario**, son los bienes que serán utilizado en el área administrativa tanto por el gerente general, así como el asistente administrativo
- **Equipo de cómputo y electrodomésticos**, son todos los bienes tecnológicos que serán utilizados por los clientes en la sala de espera y los equipos de cómputo por parte del área administrativa.

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	IGV	TOTAL
INVERSION TANGIBLE					
MAQUINARIA					
Elevador de auto de 4 toneladas	1	S/.7,560.00	S/.6,199.20	S/.1,360.80	S/.7,560.00
Carro de herramientas	1	S/.2,340.00	S/.1,918.80	S/.421.20	S/.2,340.00
Embudo industrial	1	S/.300.00	S/.246.00	S/.54.00	S/.300.00
Kit de herramienta para extractor de filtro de aceite	2	S/.342.00	S/.560.88	S/.123.12	S/.684.00
Compresora de aire y equipamiento	1	S/.2,000.00	S/.1,640.00	S/.360.00	S/.2,000.00
Gata hidráulica	2	S/.450.00	S/.738.00	S/.162.00	S/.900.00
Banco de trabajo	1	S/.500.00	S/.410.00	S/.90.00	S/.500.00
Alineador automotriz	1	S/.1,200.00	S/.984.00	S/.216.00	S/.1,200.00
Extractor de aceite	2	S/.750.00	S/.1,230.00	S/.270.00	S/.1,500.00
Sistema de purga de líquidos de freno	1	S/.2,520.00	S/.2,066.40	S/.453.60	S/.2,520.00
Maquina engrasadora	1	S/.700.00	S/.574.00	S/.126.00	S/.700.00
Aspiradora	1	S/.500.00	S/.410.00	S/.90.00	S/.500.00
Hidrolavadora	1	S/.2,200.00	S/.1,804.00	S/.396.00	S/.2,200.00
Caja de diversas herramientas	1	S/.877.00	S/.719.14	S/.157.86	S/.877.00
TOTAL MAQUINARIAS			S/.19,500.42	S/.4,280.58	S/.23,781.00
MUEBLES					
			S/.2,763.40	S/.606.60	S/.3,370.00
Mesa de oficina	2	S/.450.00	S/.738.00	S/.162.00	S/.900.00
Silla giratoria	2	S/.300.00	S/.492.00	S/.108.00	S/.600.00
Silla de oficina	2	S/.120.00	S/.196.80	S/.43.20	S/.240.00
Estante	2	S/.350.00	S/.574.00	S/.126.00	S/.700.00
Juego de sillones	1	S/.750.00	S/.615.00	S/.135.00	S/.750.00
Mesa de sala	1	S/.180.00	S/.147.60	S/.32.40	S/.180.00
TOTAL MUEBLES			S/.2,763.40	S/.606.60	S/.3,370.00
EQUIPO DE COMPUTO Y ELECTRODOMESTICOS					
Computadora	1	S/.2,400.00	S/.1,968.00	S/.432.00	S/.2,400.00
Laptop	1	S/.1,400.00	S/.1,148.00	S/.252.00	S/.1,400.00
Impresora	1	S/.500.00	S/.410.00	S/.90.00	S/.500.00
Dispensador de agua caliente y fría	1	S/.180.00	S/.147.60	S/.32.40	S/.180.00
Teléfono	1	S/.150.00	S/.123.00	S/.27.00	S/.150.00
Televisor 50 pulgadas	1	S/.1,400.00	S/.1,148.00	S/.252.00	S/.1,400.00
TOTAL MAQUINARIAS			S/.4,944.60	S/.1,085.40	S/.6,030.00
TOTAL INVERSIÓN TANGIBLE			S/.27,208.42	S/.5,972.58	S/.33,181.00

Figura N° 31. Cuadro de inversión tangible de la empresa Autocar SAC
Fuente: Elaboración propia

Tal como podemos apreciar el monto total de la inversión tangible para el inicio de las operaciones de la empresa AUTOCAR SAC es de S/. 33 181.00, siendo que la mayor inversión se encuentra en lo que se refiere a maquinarias con una inversión de S/. 23 781.00, para los equipos de muebles le corresponde S/. 3 370.00 y para los equipos de computación y electrodomésticos se calculó S/. 6 030.00.

5.1.2. Inversión Intangible

Para poder calcular la inversión intangible en el presente plan de negocio, hemos considerado calcular gastos de autorizaciones respectivas ante las entidades públicas y privadas, para poder iniciar las operaciones de la empresa Autocar S.A.C. de manera formal, siendo así tenemos los gastos para la licencia de funcionamiento y los permisos para publicidad externa ante la Municipalidad de Ate, los gastos de constitución de empresa ante la Notaria, los gastos de registro de marca ante INDECOPI y la búsqueda y reserva de nombre ante la SUNARP.

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	IGV	TOTAL
INVERSION INTANGIBLE					
Licencia de funcionamiento	1	S/.300.00	S/.246.00	S/.54.00	S/.300.00
Permiso de publicidad externa	1	S/.50.00	S/.41.00	S/.9.00	S/.50.00
Patente de marca INDECOPI	1	S/.700.00	S/.574.00	S/.126.00	S/.700.00
Gastos de constitución y formalización notarial	1	S/.600.00	S/.492.00	S/.108.00	S/.600.00
Búsqueda y reserva de nombre en SUNARP	1	S/.20.00	S/.16.40	S/.3.60	S/.20.00
Otros	-	S/.100.00	S/.82.00	S/.18.00	S/.100.00
TOTAL INVERSIÓN TANGIBLE			S/.1,451.40	S/.318.60	S/.1,770.00

Figura N° 32. Cuadro de inversión intangible de la empresa Autocar SAC

Fuente: Elaboración propia

Como podemos apreciar en la figura 32, nuestros gastos totales de inversión intangible son en total de S/. 1 770.00, asimismo se ha considerado tener un gasto no previsto en el cálculo de la inversión tangible, siendo ello Otros.

5.2. Capital de Trabajo

Como toda empresa que inicia sus operaciones, se requiere afrontar diversos costos durante un periodo en que la empresa no genera ingresos, por el cual se ha determinado un capital de trabajo hasta que la empresa empiece a generar sus propios ingresos por un periodo de dos meses.

Se ha considerado dentro del capital de trabajo a los insumos, ya que estos elementos se van a requerir finales de cada mes, de acuerdo a lo que se va utilizando en el servicio de mantenimiento preventivo, por lo cual es esencial para los dos primeros meses ya que sin ellos no podríamos ofrecer nuestro principal servicio, por eso detallamos a continuación los siguientes insumos.

INSUMOS (MP)	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Kit de seguridad COVID 19 (Guantes, mascarilla y gel desinfectante)	1	S/. 300.00	S/. 300.00
Aceite multigrado para motores (01 galón)	30	S/. 175.00	S/. 5 250.00
Filtro de aire	30	S/. 40.00	S/. 1 200.00
Filtro de aceite	30	S/. 30.00	S/. 900.00
Shampoo para vehículo (01 galón)	1	S/. 20.00	S/. 20.00
Silicona para plásticos (01 galón)	1	S/. 12.00	S/. 12.00
Silicona de llanta (01 galón)	1	S/. 10.00	S/. 10.00
TOTAL			S/. 7 692.00

Figura N° 33. Cuadro de insumos de la empresa Autocar SAC
Fuente: Elaboración propia

Siendo así como podemos apreciar en la figura 33, el costo total de los insumos mensuales promedio para la empresa Autocar S.A.C. es de S/. 7 692.00.

Los gastos que se ha considerado para el capital de trabajo son el pago a todo el personal, el cual incluye personal operativo y administrativo, así como el Seguro obligatorio a partir del presente año Vida Ley, los servicios necesarios de agua, luz, teléfono e internet y por últimos los insumos detallados en el grafico anterior.

CAPITAL DE TRABAJO PARA DOS MESES	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	COSTO POR 02 MESES	IGV	TOTAL
Personal administrativo	-	S/.3,670.00	S/.7,340.00	S/.0.00	S/.6,200.00
Personal operativo	-	S/.4,405.00	S/.8,810.00	S/.0.00	S/.7,800.00
Materiales de limpieza y oficina	1	S/.100.00	S/.164.00	S/.36.00	S/.200.00
Asesoría contable	1	S/.400.00	S/.800.00	S/.0.00	S/.800.00
Servicios Públicos	1	S/.300.00	S/.600.00	S/.0.00	S/.600.00
Internet	1	S/.120.00	S/.240.00	S/.0.00	S/.240.00
Insumos	-	S/.7,692.00	S/.15,384.00	S/.2,769.12	S/.18,153.12
TOTAL			S/.33,938.00	S/.2,805.12	S/.36,743.12

Figura N° 34. Cuadro de capital de trabajo de la empresa Autocar SAC
Fuente: Elaboración propia

Como podemos apreciar en la figura N° 34, el cálculo del capital de trabajo mensual es de S/. 16 987.00, considerando los costos administrativos y operativos, así como los servicios esenciales y los insumos para poder realizar los servicios que la empresa ofrece, para el presente plan de negocio se ha considerado el cálculo del capital de trabajo para dos meses, ya que se tiene previsto que dentro de ese periodo de tiempo la empresa no percibirá muchos ingresos.

5.3. Inversión Total

El monto de inversión total requerido para el presente plan de negocio de la empresa Autocar SAC, detallando la inversión tangible, la inversión intangible y el capital de trabajo, se resume a continuación:

INVERSION		
DETALLE	TOTAL	%
INVERSION TANGIBLE	S/. 33 181.00	46%
INVERSION INTANGIBLE	S/. 1 770.00	3%
CAPITAL DE TRABAJO	S/. 36 743.12	51%
INVERSION TOTAL	S/. 71 694.12	100%

Figura N° 35. Cuadro de inversión total de la empresa Autocar SAC
Fuente: Elaboración propia

Tal como se observa en la figura N° 35, el cálculo de la inversión total es de S/. 71 694.12, siendo el capital de trabajo el que tiene la mayor proporción con un 51% (S/. 36 743.12), la inversión tangible cuenta con un 46% (S/. 33 181.00) y por último la inversión intangible con un 03% (S/. 1 770.00).

5.4. Estructura de la inversión y financiamiento

Para poder calcular el monto total del préstamo que se tendrá que solicitar a las entidades financieras, se realizó el siguiente cuadro. Ver Figura N° 36

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO			
INVERSIÓN	APORTE PROPIO	PRESTAMO	TOTAL
Inversión tangible	S/.20,000.00	S/.13,181.00	S/.33,181.00
Inversión intangible	-	S/.1,770.00	S/.1,770.00
Capital de trabajo	S/.20,000.00	S/.16,743.12	S/.36,743.12
TOTAL INVERSION	S/.40,000.00	S/.31,694.12	S/.71,694.12
%	56%	44%	100%

Figura N° 36. Cuadro de estructura de inversión y financiamiento de la empresa Autocar SAC
Fuente: Elaboración propia

Tal como se observa en la figura 36, el cálculo de la inversión total es de S/. 71 694.12, siendo el aporte propio el que tiene la mayor proporción con un 56% (S/. 40 000.00), el préstamo cuenta con un 44% (S/. 31 694.12).

5.5. Fuentes Financieras

Las fuentes de financiamiento, se ha previsto que los socios aportaran cada uno S/. 5 000.00, siendo ello el capital total de la empresa S/. 10 000.00, y el resto para el inicio del negocio se tendrá que realizar que pedir el financiamiento a una entidad financiera, siendo un medio de garantía el predio propio en donde la empresa llevara a cabo sus procesos.

Tabla N° 22. Cuadro de fuentes de financiamiento de la empresa Autocar SAC

FUENTES DE FINANCIACIÓN	
DETALLE	MONTO
Personal y/o Socios	S/.40,000.00
Entidad Financiera	S/.31,694.12
TOTAL INVERSION	S/.71,694.12

Fuente: Elaboración propia

Tal como podemos ver en la tabla N° 22, el monto a solicitar de financiamiento es de S/. 56 775.00, siendo el monto por el cual se solicitará la evaluación del préstamo correspondiente a dos entidades financieras, siendo ellas CrediScotia y Caja Huancayo. (Ver tabla N° 23)

Tabla N° 23. Fuentes de financiamiento

ENTIDAD FINANCIERA	SERVICIO	TASA DE INTERES
CrediScotia	Capital de Trabajo	42 %
Caja Huancayo	Empresaria	39.29 %

Fuente: Elaboración propia

Se procedió elegir la entidad financiera que tenga menor tasa de interés, siendo ella Caja Huancayo.

5.6. Condiciones de Crédito

Se solicitará un préstamo bancario para poder cubrir el 44% de la inversión total, siendo este monto S/. 31 694.12, el cual será cancelado en 02 años (24 cuotas) a una TEA de 39.29%. Dicho préstamo será solicitado a la Caja Huancayo, mediante el producto Empresarial, que esta entidad ofrece a las MYPES. (Ver Tabla N° 24)

Los requisitos que esta entidad financiera exige, para las personas jurídicas son las siguientes:

- Copia del DNI de los representantes legales.
- Escritura Pública de Constitución.
- Certificado de Vigencia de Poderes.
- Copia de la Ficha de RUC.
- Acreditar domicilio estable, caso contrario debe ser garantizado por una persona que acredite estabilidad domiciliaria.

Tabla N° 24. Cuadro de condiciones de crédito Caja Huancayo

CONDICIÓN DE CREDITO	
DETALLE	
Entidad financiera	Caja Huancayo
Producto	Empresarial
Tipo de moneda	Soles
Préstamo	S/.31,694.12
Cuota mensual	S/.1,855.19
TEA	39.29%
TCEA	40.57%
Plazo	24

Fuente: Elaboración propia

Se realizó el cálculo del préstamo establecido en el simulador que se encuentra en la página web de la entidad financiera, en el cual brinda cuanto en el monto de la cuota

mensual que se tendrá que realizar durante 02 años (24 cuotas) el cual fue establecido en S/. 3 178.04 siendo un monto que se tendrá que apoyar con otros ingresos externos que cuentan los socios para los primeros años de la empresa Autocar S.A.C. (Ver Tabla N° 25).

Tabla N° 25. Cuadro de condiciones de crédito Caja Huancayo

PERIODO	SALDO CAPITAL S/.	AMORTIZACIÓN S/.	INTERES S/.	SEG. DESGRAVAMEN S/.	VALOR DE CUOTA S/.
1	30782.66	911.46	917.44	26.20	1855.10
2	29844.06	938.59	891.06	25.45	1855.10
3	28790.44	1053.62	779.20	22.28	1855.10
4	27792.53	997.91	833.39	23.80	1855.10
5	26737.85	1054.68	778.19	22.23	1855.10
6	25678.81	1059.03	773.97	22.10	1855.10
7	24563.26	1115.55	719.01	20.54	1855.10
8	23439.50	1123.76	711.03	20.31	1855.10
9	22282.28	1157.22	678.50	19.38	1855.10
10	21068.90	1213.37	623.90	17.83	1855.10
11	19841.10	1227.80	609.88	17.42	1855.10
12	18557.42	1283.68	555.55	15.87	1855.10
TOTAL AÑO 1		13136.67	8871.12	253.41	22261.20
13	17254.84	1302.58	537.18	15.34	1855.10
14	15913.46	1341.37	499.47	14.26	1855.10
15	14485.73	1427.73	415.49	11.88	1855.10
16	13061.91	1423.82	419.31	11.97	1855.10
17	11582.98	1478.92	365.73	10.45	1855.10
18	10072.75	1510.23	335.29	9.58	1855.10
19	8507.75	1565.00	282.04	8.06	1855.10
20	6905.95	1601.80	246.27	7.03	1855.10
21	5256.45	1649.49	199.90	5.71	1855.10
22	3552.74	1703.71	147.18	4.21	1855.10
23	1803.42	1749.32	102.84	2.94	1855.10
24	0.00	1803.48	50.24	1.44	1855.16
TOTAL AÑO 2		18557.45	3600.94	102.87	22261.26
TOTAL		31694.12	12472.06	356.28	44522.46

Fuente: Caja Huancayo
Elaboración: Propia

CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

En este capítulo, se cuantifican los montos de dinero que se requieren para iniciar el servicio preventivo vehicular, el cual se determinó en el estudio técnico, así como los ingresos por la venta del producto que serán ofertados al mercado de consumo y preparándose los aspectos que se consideran en los estados financieros. El objetivo en este capítulo es identificar, cuantificar y presupuestar los ingresos, costos y gastos de la etapa operativa del plan de negocio.

6.1. Presupuesto de los costos

Los costos usados para análisis financiero fueron los costos fijos, gastos financieros y gastos de promoción y venta.

Costos Fijos

Dentro de los costos fijos se ha establecido las remuneraciones al personal administrativo y operativo, asimismo los materiales que mensualmente se requieren como los de oficina y de limpieza, al igual que la asesoría contable ya que mensualmente se tiene que realizar los registros para el pago de los impuestos a la SUNAT, el pago de alquiler de local, los servicios necesarios de agua, luz, teléfono e internet y los insumos que se tendrá que pedir a fin de cada mes.

Tabla N° 26. Costos fijos de la empresa Autocar S.A.C.

DETALLE	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal administrativo	S/.3,889.00	S/.44,040.00	S/.44,040.00	S/.44,040.00	S/.44,040.00	S/.44,040.00
Personal operativo	S/.5,124.42	S/.53,400.00	S/.53,400.00	S/.70,140.00	S/.70,140.00	S/.70,140.00
Materiales de limpieza y oficina	S/.100.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00
Alquiler de local	S/.1,100.00	S/.13,200.00	S/.13,200.00	S/.13,200.00	S/.13,200.00	S/.13,200.00
Asesoría contable y legal	S/.700.00	S/.8,400.00	S/.8,400.00	S/.8,400.00	S/.8,400.00	S/.8,400.00
Servicios públicos	S/.300.00	S/.3,600.00	S/.3,600.00	S/.3,600.00	S/.3,600.00	S/.3,600.00
Internet	S/.120.00	S/.1,440.00	S/.1,440.00	S/.1,440.00	S/.1,440.00	S/.1,440.00
Insumos	S/.7,692.00	S/.92,304.00	S/.92,304.00	S/.92,304.00	S/.92,304.00	S/.92,304.00
TOTAL	S/.19,025.42	S/.217,584.00	S/.217,584.00	S/.234,324.00	S/.234,324.00	S/.234,324.00

Fuente: Elaboración propia

Tal como se puede apreciar en la Tabla N° 26, se tiene un incremento en el monto del personal operativo para el tercer año, esto debido a que se tiene previsto incrementar el personal (Mecánico ayudante).

Costos de Ventas

Comprende los costos que se tendrán que realizar para los servicios que la empresa ofertara en el mercado, el cual se incrementara con el transcurrir de los años, debido al incremento de la demanda de servicios por parte de los clientes. Ver Tabla N° 27.

Tabla N° 27. Costos de venta de la empresa Autocar S.A.C.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de ventas	S/. 117,277.20	S/. 120,120.00	S/. 123,648.00	S/. 127,224.00	S/. 130,848.00
TOTAL	S/. 117,277.20	S/. 120,120.00	S/. 123,648.00	S/. 127,224.00	S/. 130,848.00

Fuente: Elaboración propia

Tal como se puede apreciar en la Tabla N° 27, se tiene un incremento un incremento gradual en el costo de venta, debido a lo que se estimó en las proyecciones de ventas.

Gastos financieros

Los gastos financieros indican los montos que se generan del préstamo que se obtuvo para completar la inversión para el proyecto. El préstamo es de S/. 31 694.12

Tabla N° 28. Gastos Financieros de la empresa Autocar S.A.C.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses y Otros Gastos Financieros	S/.9,124.53	S/.3,703.81	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
TOTAL	S/.9,124.53	S/.3,703.81	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00

Fuente: Elaboración propia

Gastos de promoción y ventas

Los gastos de promoción se realizará una mayor inversión para el primer año de desarrollo de las operaciones de la empresa, para darnos a conocer en el mercado, ya para los siguientes años se reducirá esta inversión, de acuerdo a lo detallado en el siguiente cuadro.

Tabla N° 29. Gastos de promoción y venta de la empresa Autocar S.A.C.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Community Manager	S/.2,400.00	S/.2,400.00	S/.2,400.00	S/.2,400.00	S/.2,400.00
Publicidad en redes sociales	S/.1,800.00	S/.1,890.00	S/.1,984.50	S/.2,083.73	S/.2,187.91
Souvenir	S/.3,600.00	S/.3,600.00	S/.3,600.00	S/.3,600.00	S/.3,600.00
Afiches y volantes	S/.1,000.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Influencers	S/.1,400.00	S/.1,400.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
TOTAL	S/.10,200.00	S/.9,290.00	S/.7,984.50	S/.8,083.73	S/.8,187.91

Fuente: Elaboración propia

Depreciación

Un elemento para tener en cuenta en el flujo de caja es la depreciación de los bienes de la empresa, el cual se presenta su cálculo en el siguiente cuadro.

Tabla N° 30. Depreciación de los bienes de la empresa Autocar S.A.C.

DETALLE	% DEPRESIACIÓN	TOTAL	ANUAL
MOBILIARIO	10%	S/.2,378.10	S/.198.18
MUEBLES Y ENSERES	10%	S/.337.00	S/.28.08
EQUIPO	25%	S/.1,157.50	S/.96.46
MAQUINARIA	20%	S/.7,080.00	S/.590.00
TOTAL		S/.10,952.60	S/.912.72

Fuente: Elaboración propia

6.2. Punto de equilibrio

El mercado es variable y existe temporadas de venta, en donde se incrementa el servicio siendo ellos los meses de julio y diciembre, en donde los propietarios de vehículos realizan viajes al interior del país, entonces se necesita conocer el punto donde no ganemos ni perdamos, el punto donde empezáramos y no debemos bajar de ello para cubrir nuestros costos y generar rentabilidad. Para contar con el punto de equilibrio de la empresa Autocar S.A.C., se cuenta con diferentes variables como el costo fijo, costo variable y el precio del servicio.

Tabla N° 31. Punto de equilibrio del servicio preventivo para autos de la empresa Autocar S.A.C.

COSTOS		DETALLE
PRECIO UNITARIO	S/. 315.00	Promedio de todos los precios de servicios
COSTO FIJO	S/. 17 925.42	-
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/.108.59	-
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	S/.206.59	Precio – Costo Variable
PUNTO DE EQUILIBRIO	87	Costo fijo / precio venta - costo variable

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los datos arrojados en la Tabla N° 31 podemos indicar que se desarrolló el punto de equilibrio que nos da la cantidad de 87, eso quiere decir que debemos realizar 87 servicios al mes de mantenimiento preventivo vehicular en donde no ganaremos y perderemos, esto es importante para tener en claro que debemos ofrecer nuestro servicio de manera progresiva, además que somos una nueva empresa en el mercado que busca diferenciarse de lo demás y ser conocidos.

6.3. Estado de ganancias y pérdidas

El estado de ganancias y pérdidas es un balance en el que se muestra el resumen de todos los ingresos y gastos realizados por la empresa durante un ejercicio económico y los resultados de este, y que pueden ser utilidades o pérdidas.

Se muestra el Estado de Ganancias y Pérdidas de la empresa Autocar S.A.C. donde se puede observar que no existe pérdida alguna en la utilidad neta, al contrario, va aumentando el monto inicial de S/. 40 256.60 a S/. 100 506.06 en el quinto año. Esto demuestra rentabilidad del negocio porque genera utilidades desde el primer año hacia el quinto año.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	S/. 376,200.00	S/. 395,394.76	S/. 418,689.44	S/. 442,009.94	S/. 479,372.72
Costos	S/. 334,861.20	S/. 337,704.00	S/. 357,972.00	S/. 361,548.00	S/. 365,172.00
Depreciación y amortización	S/. 912.72	S/. 912.72	S/. 912.72	S/. 912.72	S/. 912.72
Utilidad bruta	S/. 40,426.08	S/. 56,778.04	S/. 59,804.73	S/. 79,549.23	S/. 113,288.00
Gastos de Promoción y Ventas	S/. 10,200.00	S/. 9,290.00	S/. 7,984.50	S/. 8,083.73	S/. 8,187.91
Utilidad Operativa	S/. 30,226.08	S/. 47,488.04	S/. 51,820.23	S/. 71,465.50	S/. 105,100.09
Otros ingresos	S/. 36,000.00	S/. 36,360.00	S/. 36,723.60	S/. 37,090.80	S/. 37,461.70
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	S/. 66,226.08	S/. 83,848.04	S/. 88,543.83	S/. 108,556.30	S/. 142,561.79
Gastos Financieros	S/. 9,124.53	S/. 3,703.81	S/. -	S/. -	S/. -
Utilidad Antes Impuestos	S/. 57,101.55	S/. 80,144.23	S/. 88,543.83	S/. 108,556.30	S/. 142,561.79
Impuestos (29.5%)	S/. 16,844.96	S/. 23,642.55	S/. 26,120.43	S/. 32,024.11	S/. 42,055.73
Utilidad Neta	S/. 40,256.60	S/. 56,501.68	S/. 62,423.40	S/. 76,532.19	S/. 100,506.06

Figura 37. Estado de Ganancia y Pérdida de la empresa Autocar SAC

Fuente: Elaboración propia

6.4. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos del presente plan de negocio está condicionado, principalmente, por los ingresos que se van a obtener de los servicios de mantenimiento preventivo vehicular. Asimismo, como ya se mencionó en el trabajo se realizan otros servicios en la empresa por eso se consideró la fila Otros ingresos, en donde se considera los servicios de mecánica automotriz en el cual también se tiene como objetivo el crecimiento en cada año.

La empresa se plantea como meta financiera para el primer año, aumentar en cada año, 1 %, siendo así para el quinta año tener un 4% respecto al primer año.

Tabla N° 32. Proyección de ingresos anuales

DETALLE	Año 1	Año 2 1%	Año 3 1%	Año 4 1%	Año 5 1%
Precio del servicio del Mantenimiento preventivo	315	318	321	324	328
Cantidad al año	1,080	1,092	1,104	1,116	1,128
Valor ventas anuales	S/.340,200.00	S/.347,419.80	S/.354,715.20	S/.362,086.20	S/.369,532.80
Otros ingresos*	S/.36,000.00	S/.36,360.00	S/.36,723.60	S/.37,090.80	S/.37,461.70
TOTAL INGRESOS	S/.376,200.00	S/.383,779.80	S/.391,438.80	S/.399,177.00	S/.406,994.50

Fuente: Elaboración propia

* Se precisa que ya se ha mencionado en el presente trabajo, la empresa Autocar ofrecerá otros servicios menores relacionados al mantenimiento vehicular.

6.5. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos incluye los costos de ventas, los costos fijos y los gastos de promoción y ventas.

Los costos de venta comprenden todos los costos de producir el servicio por la cantidad total que se tiene proyectado realizar durante un periodo de un año.

Los costos fijos comprenden, los costos de remuneraciones del personal administrativo y operativo; costos de los útiles de oficina y limpieza; y los costos básicos para el funcionamiento de la empresa como por ejemplo agua, luz, teléfono fijo, internet y el pago del local.

Los gastos de promoción y ventas comprenden, los gastos para promocionar a la nueva empresa entre los cuales se encuentran volantes, el pago a los influencers, el pago al community manager y a las redes sociales; y por último los souvenirs que la empresa entregara a los clientes.

Tabla N° 33. Proyección de egresos anuales

EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de ventas	S/. 117,277.20	S/. 120,120.00	S/. 123,648.00	S/. 127,224.00	S/. 130,848.00
Costos Fijos	S/.217,584.00	S/.217,584.00	S/.234,324.00	S/.234,324.00	S/.234,324.00
Gastos de promoción y ventas	S/.10,200.00	S/. 9,290.00	S/. 7,984.50	S/. 8,083.73	S/. 8,187.91
TOTAL EGRESOS	S/ 345,061.20	S/ 346,994.00	S/ 365,956.50	S/ 369,631.73	S/ 373,359.91

Fuente: Elaboración propia

6.6. Flujo de Caja proyectado

El flujo de caja considera tres elementos importantes como son los ingresos, egresos y financiamiento durante un periodo de tiempo. Siendo así, todo aquello que signifique el movimiento de dinero en efectivo en un periodo de tiempo determinado. El resultado del flujo de caja será utilizado para la evaluación económica y para determinar la rentabilidad.

En la figura N° 38, nos muestra los ingresos y egresos de efectivo de la empresa Autocar S.A.C. durante los 5 años proyectados.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL			S/. 11,614.96	S/. 27,250.64	S/. 42,832.94	S/. 72,378.22
INGRESOS						
Ventas de Contado		S/. 340,200.00	S/. 347,419.80	S/. 354,715.20	S/. 362,086.20	S/. 369,532.80
Otros ingresos		S/. 36,000.00	S/. 36,360.00	S/. 36,723.60	S/. 37,090.80	S/. 37,461.70
TOTAL INGRESOS		S/. 376,200.00	S/. 395,394.76	S/. 418,689.44	S/. 442,009.94	S/. 479,372.72
EGRESOS						
Costo de ventas		S/. 117,277.20	S/. 120,120.00	S/. 123,648.00	S/. 127,224.00	S/. 130,848.00
Costos Fijos		S/. 217,584.00	S/. 217,584.00	S/. 234,324.00	S/. 234,324.00	S/. 234,324.00
Gastos de promoción y ventas		S/.10,200.00	S/. 9,290.00	S/. 7,984.50	S/. 8,083.73	S/. 8,187.91
TOTAL EGRESOS		S/. 345,061.20	S/. 346,994.00	S/. 365,956.50	S/. 369,631.73	S/. 373,359.91
INVERSIONES						
Inversión Fijo Tangible	-S/.33,181.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.9,900.00	S/.0.00	S/.0.00
Inversión Fijo Intangible	-S/.1,770.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Capital de Trabajo	-S/.36,743.12	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/.71,694.12	S/.31,138.80	S/.48,400.76	S/.42,832.94	S/.72,378.22	S/.106,012.81
Flujo de Financiamiento Neto						
Préstamo	S/.31,694.12					
Amortización		-S/.13,136.67	-S/.18,557.45	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Interés		-S/.9,124.53	-S/.3,703.81	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Escudo Tributario		S/.2,737.36	S/.1,111.14	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Financiamiento Neto	S/.31,694.12	-S/.19,523.84	-S/.21,150.12	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Flujo de Caja Financiero	-S/.40,000.00	S/.11,614.96	S/.27,250.64	S/.42,832.94	S/.72,378.22	S/.106,012.81

Figura N° 38. Flujo de caja proyectado de la empresa Autocar SAC
Fuente: Elaboración propia

6.7. Balance general

El Balance General muestra la situación financiera de una empresa en un momento determinado. En ella se muestra los activos que la empresa tiene, los pasivos que la empresa debe y el patrimonio que la empresa tiene.

Se debe tener especial cuidado, ya que, si se hiciera otro balance al día siguiente, no sería el mismo, debido a que aun cuando no se practicara ninguna operación, pues hay operaciones que se realizan solas; por ejemplo, la disminución de valor que sufren las maquinarias y equipos, vehículos, el mobiliario por el transcurso del tiempo; la amortización que sufren los gastos de instalación; el tipo de cambio, una gran caída de la bolsa de valores, etc.

Tabla N° 34. Balance General

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	S/.36,743.12	Préstamo bancario	S/.31,694.12
Edificaciones	S/.150,000.00		
Total Activo Corriente	S/.186,743.12	Total pasivo	S/.31,694.12
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO	
Mobiliario	S/.23,781.00	Capital Social	S/.190,000.00
Muebles e insumos	S/.3,370.00	Total patrimonio	S/.190,000.00
Equipo y maquinaria	S/.6,030.00		
Activos Intangibles	S/.1,770.00		
Total Activo No Corriente	S/.34,951.00		
TOTAL ACTIVO	S/.221,694.12	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/.221,694.12

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 34 se muestra el Balance General de la empresa Autocar S.A.C. donde se muestra los activos, pasivos y patrimonios de la empresa, estos indican la misma cantidad de inversión que se solicita para iniciar operaciones de la empresa. Tendremos un total de S/. 221 694.12 de activos y el pasivo tenemos S/. 31 694.12 que es el financiamiento bancario que solicitaremos y S/. 190,000.00 de patrimonio, que sumado nos da S/. 221 694.12.

CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN

En este capítulo se analizará la ejecución del plan de negocio mediante la determinación de los parámetros de medición que justifican la inversión y el beneficio desde el punto de vista económico, financiero, social y ambiental.

Los objetivos de este capítulo son: emplear técnicas de medición de rentabilidad económica que contemplen el valor del dinero en el tiempo, demostrar si el plan es económicamente rentable, conocer el porcentaje de utilidad que se obtendrá con el monto invertido y por último determinar en qué tiempo la inversión generará los recursos suficientes para igualar el monto de la inversión inicial.

7.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Para realizar la evaluación económica del plan de negocio, se utilizarán los siguientes parámetros: El valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), la relación beneficio costo (B-C).

Para poder hallar estos parámetros, se requiere calcular el Costo promedio ponderado del capital WACC, que es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros y generar valor presente.

La fórmula para hallar el WACC, es la siguiente:

$$\text{WACC} = K_e \frac{E}{(E+D)} + K_d (1-T) \frac{D}{(E+D)}$$

Por ello definimos cada elemento de la formula presentada y el resultado del WACC. Ver Tabla N° 35.

Tabla N° 35. Costo promedio ponderado WACC

WACC	COSTO PROMEDIO PONDERADO	21.20%
Ke	Coste de los Fondos Propios	14.54%
Kd	Coste de la Deuda Financiera	32.00%
E	Fondos Propios	40,000.00
D	Deuda Financiera	31,694.12
T	Tasa impositiva	30.00%

Fuente: Elaboración propia

Obtenido el costo promedio ponderado WACC, se procede a realizar el cálculo de los parámetros VAN, TIR y BC, los cuales se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla N° 36. Evaluación económica

VAN Económico	S/.85,002.38
TIR Económico	58.53%
WACC	21.22%
B/C (Beneficio costo)	1.08

Fuente: Elaboración propia

La explicación del por qué se acepta el proyecto con los resultados de los parámetros, se puede visualizar en la siguiente tabla:

Tabla N° 37. Resumen de evaluación económica

EVALUACIÓN ECONOMICA		
VAN Económico (Valor actual neto Económico)	S/.85,002.38	El VAN económico es mayor a 1, por lo tanto, se acepta el proyecto.
TIR económico (Tasa interna de retorno Económico)	58.53%	El TIR económico es mayor al WACC (21.22%) por lo tanto se acepta el plan.
B/C (Beneficio costo)	1.08	El B/C es mayor a 1, por lo tanto, se acepta el proyecto.

Fuente: Elaboración propia

7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

La evaluación financiera se utiliza en proyectos que requieren crédito para su financiamiento. Tal como es el caso de nuestra idea de negocio en donde se va a requerir financiamiento, se requiere evaluar los beneficios del proyecto versus el valor de este considerando los factores de financiamiento (costo de capital financiero, monto, horizonte de proyecto, amortización, intereses) y el aporte de los accionistas. Los parámetros de medición que se utilizarán son el VANF y la TIRF.

Para poder hallar el VANF, se requiere hallar el Costo de Oportunidad de Capital (COK), el cual se halla con la siguiente fórmula:

$$\text{COK} = R_f + \beta^*(R_m - R_f) + \text{Riesgo País}$$

Por ello definimos cada elemento de la fórmula presentada y el resultado del COK. Ver Tabla N° 38.

Tabla N° 38. Costo de oportunidad de capital COK

COK	Costo de Oportunidad del Capital	14.72%
Rf	Tasa libre de riesgo	2.16%
β	Beta del Sector (Building Materials)	0.88
Rm	Prima por riesgo de mercado	14.91%
RP	Prima por riesgo país	1.16%

Fuente: Elaboración propia

Obtenido el Costo de Oportunidad de Capital (COK), se procede a realizar el cálculo de los parámetros VANF y TIRF, los cuales se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla N° 39. Evaluación Financiera

VAN Financiero	S/.83,546.97
TIR Financiero	71.56%
COK	14.54%

Fuente: Elaboración propia

La explicación del por qué se acepta el proyecto con los resultados de los parámetros, se puede visualizar en la siguiente tabla:

Tabla N° 40. Resumen de evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA		
VAN Económico (Valor actual neto Financiero)	S/.83,546.97	El resultado de la operación del proyecto presenta un saldo positivo, por lo tanto, se recomienda la ejecución del plan del negocio El TIR económico es mayor al COK (14.54%) por lo tanto se acepta el plan.
TIR económico (Tasa interna de retorno Financiero)	71.56%	
COK (Costo de Oportunidad del Capital)	14.54%	

Fuente: Elaboración propia

7.3. Evaluación Social

La empresa Autocar S.A.C. es una empresa nueva el cual desde sus inicios de actividades generará empleo en la comunidad, esto ayudará al desarrollo y bienestar social de la zona en donde realiza sus operaciones. No habrá un trato de discriminación por parte de la empresa en cuanto a la búsqueda del personal idóneo en los puestos laborales establecidos en el presente plan de negocios. Las personas contratadas podrán mejorar su calidad de vida y la de su familia ya que contarán con ingresos económicos.

Además, la empresa Autocar S.A.C. estará comprometido con el bienestar de su comuna, por ello

realizará ayuda social para los más necesitados en las temporadas de diciembre en las fechas próximas a la navidad, mediante los donativos a las instituciones religiosas, generando así una responsabilidad social directa con los niños y en beneficio de la comunidad.

7.4. Impacto Ambiental

En la empresa Autocar S.A.C. nos comprometemos con el uso adecuado de residuo de materiales que involucren en la contaminación ambiental, siendo ello el aceite utilizado en los motores de los vehículos automotores, teniendo un convenio con una empresa recicladora de estos insumos, para su desecho responsable. Además, se tendrá dentro de la empresa una política en el cuidado ambiental, a través del reciclaje, con tachos de basura con colores diferentes e indicando que tipo es como plástico, papel, vidrio y desechos orgánicos.

Además, se dará conocimiento e información al personal que labora dentro de la empresa sobre la importancia del cuidado del cambio climático y su impacto en las labores que realiza la empresa, para que pueda implementar en sus áreas de trabajo y fuera de la empresa.

CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

- La empresa Autocar S.A.C. estará ubicada en el distrito de Ate en Lima Metropolitana y se realizará los trámites correspondientes para contar con los permisos necesarios para iniciar sus operaciones comerciales legalmente, cumpliendo con las normas y leyes establecidos por el Estado. Asimismo, se obtendrá el registro RUC para declarar las contribuciones mensualmente. La nueva empresa estará bajo la modalidad de microempresa, ya que se tiene proyectado que en los primeros años de inicios los ingresos de ventas anuales no superen los 150 UIT; además estará bajo la denominación S.A.C., ya que se contará con 02 socios que aportarán parte del capital de total para el inicio de las operaciones de la nueva empresa.
- La empresa se enfocará en el mercado del servicio de mantenimiento preventivo vehicular, para los propietarios de vehículos menores (Auto, camioneta, SUV y furgoneta) que tenga entre el rango de edad de 30 años a más de Nivel socioeconómico medio/alto (B-C) residentes en Lima metropolitana, específicamente en los distritos de Ate, Santa Anita, Chaclacayo y Lurigancho Chosica, siendo la nuestra empresa una alternativa para un mercado competitivo que a pesar de la pandemia ocasionada por la COVID-19 no desacelero la actividad encomia en este sector.

- Según en nuestra encuesta realizada existe un 59% de disconformidad por parte de los propietarios de vehículos menores del distrito de Ate en los servicios de mantenimiento preventivo que realizan a sus vehículos, siendo ello una gran oportunidad para la nueva empresa, por ello se contará con una propuesta de valor de personalización, experiencia en el servicio, la estrategia justo a tiempo (JIT), digitalización en la empresa y el servicio post venta.

- De acuerdo a la inversión establecida se obtendrá los recursos necesarios y adecuados para el inicio de las actividades de la empresa, asimismo, se solicitará un financiamiento para cubrir parte de esta inversión. La evaluación financiera y económica concluye que el negocio es rentable y viable por tener un VAN económico de S/.85 002.38 y el VAN financiero de S/. 83 546.97, siendo positivos, a su vez presenta una TIR económica y financiera son de 58.33% y 71.56% respectivamente

- Autocar S.A.C. estará comprometido con el cuidado del medio ambiente, teniendo en especial cuidado con los aceites usados vehicular, teniendo un contrato con una empresa recicladora de este insumo.

8.2. Recomendaciones

- En cuanto a la factibilidad sectorial y municipal, se recomienda mantenerse al tanto de los cambios a las normas que emiten las entidades reguladoras del sector, como son el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, la Autoridad de Transporte Urbano y las ordenanzas municipales emitida por la Municipalidad de Ate y a las nomas emitidas por el Gobierno relacionadas a la COVID-19.
- Con respecto a la factibilidad comercial y para lograr la estrategia de posicionamiento, se recomienda capacitar a todos los colaboradores en temas relacionadas a la atención al cliente, asimismo, se recomienda estar activos en los medios de comunicación digital, ya que ello es un principal medio masivo para que el público objetivo pueda conocer los servicios de la nueva empresa.
- En cuanto a la viabilidad económica y financiera, dado que en el presente estudio se requieren insumos mensualmente, se recomienda que en lo posible las ventas de la empresa se realicen al contado y buscar el pago a los proveedores a crédito.
- Se recomienda estar al tanto de las nuevas tecnologías en el sector automotriz, con las nuevas maquinarias y herramientas que se lanzan al mercado, para su evaluación o adquisición y así continuar con el concepto de taller moderno.

- Se tiene previsto que, en los próximos años, se masifique el uso del auto eléctrico en Lima Metropolitana, por ello se recomienda estar al tanto de este nuevo sector automotor, ya que puede cambiar el estilo de vida y el comportamiento de compra del público objetivo de la nueva empresa.

BIBLIOGRAFIA

1. Banco Central de Reservas (2020). Inflación. Obtenido de:
<https://www.bcrp.gob.pe/145-publicaciones/reporte-de-inflacion.html>
2. El economista.es (2020). Inflación. Obtenido de:
<https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/inflacion>
3. Elcomercio.pe (06 de junio de 2020). Fase 2 de la reactivación económica: ¿Qué sectores pueden volver a operar desde este viernes 05 de junio? Obtenido de:
<https://elcomercio.pe/economia/peru/coronavirus-peru-reactivacion-economica-fase-2-que-actividades-podran-volver-a-operar-en-esta-etapa-comercio-mineria-agricultura-manufactura-construccion-servicios-nndc-noticia/?ref=ecr>
4. Edufinet.com (2020). ¿Qué es el tipo de cambio? Obtenido de:
<https://www.edufinet.com/inicio/indicadores/economicos/que-es-el-tipo-de-cambio>
5. ESSAN (01 de agosto 2019). VAN y TIR. ¿Para qué sirven y cuándo usarlos? Obtenido de:
esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/08/van-y-tir-para-que-sirven-y-cuando-usarlos/
6. Gestión.pe. (2020). BCR: economía peruana caerá 12.7% este año. Mas que el 12.5% proyectado en junio. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/bcr-estima-que-economia-peruana-caera-127-a-diferencia-del-125-proyectado-en-junio-noticia/>

7. Gestión.pe. (2020). BCR: economía peruana caería 12.7% pero repuntaría en 11.5% el 2021. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/bcr-economia-peruana-caeria-este-ano-125-pero-repuntaria-en-115-el-2021-noticia/>
8. Infobae.com (01 de noviembre 2020). Perú registra inflación de 0.02% en octubre. Obtenido de: <https://www.infobae.com/america/agencias/2020/11/01/peru-registra-inflacion-de-002-en-octubre/>
9. INEI. (2017). Resultados definitivos de los censos nacionales 2017. Obtenido de: <http://censo2017.inei.gob.pe/resultados-definitivos-de-los-censos-nacionales-2017/>
10. INEI. PBI de las actividades económicas, por años. Obtenido de: <http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/pbi-de-las-actividades-economicas-por-anos-9096/>
11. INDECOPI (2020). Registro de marcar y otros signos. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
12. Kinnear, T., & Taylor, J. (2000). Investigación de Mercados (5ta ed.). Colombia: Mc. Graw Hill.
13. SUNARP. (2020). Constitución de una empresa. Obtenido de: https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf

14. SUNAT. (2020). TABLA ANEXA N.º 1: CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme). Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas>

15. SUNAT. Definición de la micro y pequeña empresa. Obtenido de:
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>

16. Municipalidad de Ate. (2020). Licencias de funcionamiento. Obtenido de:
<http://www.muniate.gob.pe/ate/licenciasFuncionamiento.php>

17. National Geographic España (28 de junio de 2019). Qué es el 5G y cómo nos cambiará la vida. Recuperado de:
https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/que-es-5g-y-como-nos-cambiara-vida_14449

18. Estudio de mercado en las empresas. Recuperado de:
<http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/>

19. Organización Mundial de la Salud. Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)
Obtenido de: <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses#:~:text=sintomas>

20. Plataforma digital única del Estado Peruano. (Octubre2019). Tipos de empresa. Obtenido de: <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>
21. Plataforma digital única del Estado Peruano. (Octubre2019). Regímenes tributarios. Obtenido de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
22. Powerdata.es (2020). Big Data: ¿En qué consiste? Su importancia, desafíos y gobernabilidad. Obtenido de: <https://www.powerdata.es/big-data>
23. Real Academia Española. Definición de razón social. Sección: Diccionario de la Lengua Española. Obtenido de: <https://dle.rae.es/razon%20social>
24. Real Academia Española. Definición de mercado. Sección: Diccionario de la Lengua Española. Obtenido de: <https://dle.rae.es/mercado>
25. Udep.edu.pe (12 de mayo 2020). El nuevo consumidor peruano. ¿Cómo reconectar con él? Obtenido de: <http://udep.edu.pe/hoy/2020/el-nuevo-consumidor-peruano-como-reconectar-con-el/>
26. Xataka.com (09 marzo de 2020). Qué es el 5G y qué diferencias tiene con el 4G. Obtenido de: <https://www.xataka.com/basics/que-5g-que-diferencias-tiene-4g>

ANEXO

ANEXO N° 1: Minuta de la empresa Autocar S.A.C.

MODELO DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA – S.A.

SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA, QUE OTORGAN:

- A. JHONSON EDELL CHANCAS CHOQUE DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN COMERCIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 40761044, ESTADO CIVIL SOLTERO
- B. ISDAEL ROGER CHANCAS CHOQUE DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN ESTUDIANTE CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 46761044, ESTADO CIVIL SOLTERO.

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN JR. ALMUDENA 350 VILLA JARDE EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO. - POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE **AUTOCAR SOCIEDAD ANÓNIMA**”.

LA SOCIEDAD PUEDE USAR LA ABREVIATURA DE “AUTOCAR S.A.”;

LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO. - EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 180 000.00 (CIENTO OCHENTA MIL Y 00/100 SOLES), DIVIDIDO EN [NUMERO DE ACCIONES] ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/. ...00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. [NOMBRE DEL SOCIO 1], SUSCRIBE [NÚMERO DE ACCIONES 1] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA [MONTO DEL CAPITAL S/. QUE PAGA EL SOCIO 1] MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS.
2. [NOMBRE DEL SOCIO 2], SUSCRIBE [NÚMERO DE ACCIONES 2] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA [MONTO DEL CAPITAL S/. QUE PAGA EL SOCIO 2] MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO. - LA SOCIEDAD SE REGISTRARÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES -LEY 26887 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARÁ “LA LEY”.

ESTATUTO

ARTICULO 1°. - **DENOMINACIÓN - DURACIÓN - DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: “**AUTOCAR SOCIEDAD ANÓNIMA**”,

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA: “AUTOCAR S.A”.

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA; INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO SOCIAL Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES EN MZ A LOTE 25 URB. LAS PRADERAS DE PARIACHI – ATE, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

ARTICULO 2°. - **OBJETO SOCIAL.** - LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE ATIVIDADES COMERCIALES EN EL RUBRO AUTOMOTRIZ. SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

ARTICULO 3°.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. [MONTO S/.] ([MONTO EN LETRAS] Y 00/100 NUEVOS SOLES), REPRESENTADO POR [NÚMERO DE ACCIONES] ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/. ...00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTICULO 4°. - **ACCIONES:** LA CREACIÓN, EMISIÓN, REPRESENTACIÓN, PROPIEDAD, MATRICULA, CLASES DE ACCIONES, TRANSMISIÓN, ADQUISICIÓN, DERECHOS Y GRAVÁMENES SOBRE ACCIONES, SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 82° A 110° DE LA “LEY”.

ARTICULO 5°. - **RÉGIMEN DE LOS ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD:**

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA “LEY” LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

ARTICULO 6º.- JUNTA OBLIGATORIA ANUAL: LA JUNTA GENERAL SE REÚNE OBLIGATORIAMENTE CUANDO MENOS UNA VEZ AL AÑO DENTRO DE LOS TRES MESES SIGUIENTES A LA TERMINACIÓN DEL EJERCICIO ECONÓMICO, TIENE COMO OBJETO TRATAR LOS ASUNTOS CONTEMPLADOS EN EL ARTICULO 114º DE LA "LEY". OTRAS JUNTAS GENERALES: COMPETE, ASIMISMO A LA JUNTA GENERAL LAS ACCIONES PREVISTAS EN EL ARTICULO 115º DE LA "LEY".

LOS REQUISITOS Y FORMA DE LA CONVOCATORIA A JUNTA GENERAL SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 116º A 119º DE LA LEY.

EL QUÓRUM Y LA ADOPCIÓN DE ACUERDOS SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 125º, 126º Y 127º DE LA LEY.

ARTICULO 7º. - EL DIRECTORIO: EL DIRECTORIO ES EL ÓRGANO COLEGIADO ELEGIDO POR LA JUNTA GENERAL. LA SOCIEDAD TIENE UN DIRECTORIO COMPUESTO POR DOS MIEMBROS; CON UNA DURACIÓN DE 2 AÑOS.

PARA SER DIRECTOR NO SE REQUIERE SER ACCIONISTA.

EL FUNCIONAMIENTO DEL DIRECTORIO SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 153º A 184º DE LA "LEY".

ARTICULO 8º. - LA GERENCIA: LA SOCIEDAD CUENTA CON UNO O MAS GERENTES. EL GERENTE PUEDE SER REMOVIDO EN CUALQUIER MOMENTO POR EL DIRECTORIO O POR LA JUNTA GENERAL, CUALQUIERA QUE SEA EL ÓRGANO DEL QUE HAYA EMANADO SU NOMBRAMIENTO.

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B) ASISTIR CON VOZ, PERO SIN VOTO A LAS SESIONES DEL DIRECTORIO, SALVO QUE ESTE ACUERDE SESIONAR DE MANERA RESERVADA.
- C) ASISTIR CON VOZ, PERO SIN VOTO A LAS SESIONES DE JUNTA GENERAL, SALVO QUE ESTA DECIDA LO CONTRARIO.
- D) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115º DE LA LEY N.º 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS, PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD Y REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES

- E) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, PÓLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.
- F) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTIRING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.
- G) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.
- H) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL. EL GERENTE GENERAL PODRÁ REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS O AL DIRECTORIO.

ARTICULO 9º.- MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN

DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DE CAPITAL SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 198º AL 220º DE LA "LEY".

ARTICULO 10º.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES. - SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40º, 221º A 233º DE LA "LEY".

ARTICULO 11º.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407º, 409º, 410º, 411º, 412º, 413º AL 422º DE LA "LEY".

CUARTO. - EL PRIMER DIRECTORIO QUEDA INTEGRADO POR:

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO: [NOMBRE DEL MIEMBRO DEL DIRECTORIO - PRESIDENTE]. [DOCUMENTO DE IDENTIDAD DEL MIEMBRO DEL DIRECTORIO 1 – PRESIDENTE (DNI, CARNET EXTRANJERIA, PASAPORTE)]

DIRECTOR: [NOMBRE DEL MIEMBRO DEL DIRECTORIO 2]. [DOCUMENTO DE IDENTIDAD DEL MIEMBRO DEL DIRECTORIO 1 (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)]

QUINTO. - QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: JHONSON EDEL CHANCAS CHOQUE CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD 40761044 CON DOMICILIO EN: JR RAYMONDI 376, DISTRITO DE LA VICTORIA, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.


ASI MISMO, SE DESIGNA COMO SUB GERENTE DE LA SOCIEDAD A ISDAEL TOGER CHANCAS CHOQUE], IDENTIFICADO CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD CON NUMERO 46761044 QUIEN TENDRÁ LAS SIGUIENTES FACULTADES:

REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA.

INTERVENIR EN FORMA CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS E, F, G Y H DEL ARTÍCULO 8º DEL ESTATUTO.

LIMA, QUINCE DE DICIEMBRE DEL DOS MIL VEINTE


ANEXO N° 2: Simulación de crédito – Caja Huancayo

BloqueosCaja Virtual


[Productos y Servicios](#) [Nuestra caja](#) [Proveedores](#) [Transparencia](#) [Gobierno corporativo](#) [Atención al cliente](#)

Simulador de Créditos

Inicio / Simulador de Créditos



RESULTADO DE SIMULACIÓN

 Caja Huancayo	Fecha: 18/12/2020
Producto	Empresarial - Empresarial
Monto Solicitado	31694.12
Moneda	Soles
T.E.A.(%) Expresada a 360 días	39.29
Tasa Interés Moratoria Anual	264.62
Número de Cuotas	24
Cuota a Pagar (cuota aprob)	1855.19
Total Intereses a Pagar	12472.06
Total I.T.F.	2.16
Total a Pagar(Inc. I.T.F)	44524.62
Tasa Costo Efectivo Anual	40.57
Fecha de Desembolso	2020/12/18

- Nuestra Caja
- Red de Agencias
- Productos y Servicios
- Atencion al Cliente
- Noticias
- Transparencia de Productos
- Proveedores
- Gobierno Corporativo
- Solicitud de Credito

ANEXO N° 3: Encuesta Virtual Aplicada

ENCUESTA VIRTUAL APLICADA

Pregunta N° 1 Género

Pregunta N° 2 Edad

Pregunta N° 3 Estado civil

Pregunta N° 4 Indique su nivel de ingreso promedio

Pregunta N° 5 ¿Usted realiza mantenimiento preventivo a su vehículo?

Pregunta N° 6 ¿A qué distrito lleva su vehículo para el servicio de mantenimiento preventivo?

Pregunta N° 7 ¿Usted qué servicio considera importante para el servicio de mantenimiento preventivo de su vehículo?

Pregunta N° 8 ¿Usted donde realiza el mantenimiento preventivo para su vehículo?

Pregunta N° 9 ¿Usted cuenta con algún tipo de crédito vehicular que le realiza el servicio de mantenimiento preventivo a su vehículo?

Pregunta N° 10 ¿Se encuentra conforme con el servicio de mantenimiento preventivo a su vehículo?

Pregunta N° 11 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un servicio de mantenimiento preventivo (Cambio de aceite, bujía, filtro de aire y aceite, revisión de freno, revisión de dirección y lavado vehicular a su vehículo)?