



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE ALQUILER DE AUTOMÓVILES EN LA CIUDAD DE
TALARA-2013”**

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

AUTOR:

RUIZ ESPINOZA LEVÍ

ASESOR:

MG. SANCHEZ PACHECO LUIS ALBERTO

DR. SALDARRIAGA PACHERRE MIGUEL GLICERIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

PIURA – PERÚ

2013

De acuerdo con el CAPÍTULO II del ARTÍCULO 15º del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Piura y el de la Escuela de Administración, de optar el título de Licenciado en Administración.

Se realizó la ceremonia pública de sustentación de la tesis titulada **“Plan de Negocio para la Creación de una Empresa de Alquiler de Automóviles en la ciudad de Talara - 2013”**

Tesis aprobada por el jurado integrado por el Mg. Luis Alberto Sánchez Pacheco, Dr. Miguel Glicerio Saldarriaga Pacherre y Lic. Alfredo Seminario Venegas. Autor Leví Ruiz Espinoza. Asesor metodólogo Mg. Luis Alberto Sánchez Pacheco, Asesor especialista Dr. Miguel Glicerio Saldarriaga Pacherre.

Presidente

Secretario

Vocal

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios, creador de todo lo que nos rodea y el que hace posible cada paso que damos, él quien nos da la fortaleza para seguir adelante. De igual forma a mis padres, mis primeros guías, por ser ejemplo de lucha y éxito en la vida, por confiar siempre en mí y apoyarme en todo lo que he necesitado. A ellos que me han formado con valores y buenos hábitos para escoger el mejor camino sin pedirme nada a cambio.

AGRADECIMIENTO

Siempre teniendo en cuenta a nuestro Dios, ya que sin él no podríamos hacer posible nada de lo que nos proponemos, darle Gracias por iluminarnos y guiarnos en todo momento.

A mis Padres y Hermanos por apoyarme en todo momento.

A mis maestros, por la paciencia y el apoyo que me brindaron.

Ruiz Espinoza Leví

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Leví Ruiz Espinoza, estudiante de la Escuela de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo - Piura, identificado con DNI. 44370680 con la Tesis **“Plan de Negocio para la Creación de una Empresa de Alquiler de Automóviles en la ciudad de Talara - 2013”**

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Ruiz Espinoza Levi

DNI 44370680

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado calificador

Dando cumplimiento con las normas vigentes del Reglamento de elaboración y sustentación de tesis de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo - Piura, para elaborar la tesis de licenciatura en administración, presento el trabajo de investigación denominado ***“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALQUILER DE AUTOMÓVILES EN LA CIUDAD DE TALARA – 2013”***

Con la convicción de que se le otorgará el valor justo y mostrando apertura a sus observaciones, agradezco por anticipado por las sugerencias y apreciaciones que se brinden a la investigación.

Espero, señores miembros del jurado, que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la universidad y merezca su aprobación.

El Autor

INDICE

CARATULA _____	i
PAGINA DEL JURADO _____	ii
DEDICATORIA _____	iii
AGRADECIMIENTO _____	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD _____	v
PRESENTACIÓN _____	vi
RESUMEN _____	x
ABSTRACT _____	xi
I. INTRODUCCION _____	1
II. MARCO METODOLOGICO _____	9
2.1. Variables _____	9
2.2. Dimensiones _____	9
2.2.1. Estudio de mercado _____	9
2.2.2. Estudio técnico _____	9
2.2.3. Estudio financiero _____	9
2.3. Metodología _____	11
2.4. Tipo de Estudio _____	11
2.5. Diseño _____	11
2.6. Población, muestra y muestreo _____	11
2.6.1. Población _____	11
2.6.2. Muestra _____	11
2.6.3. Muestreo _____	12
2.7 Técnicas e instrumentos de selección de datos _____	12
2.8 Método de análisis de datos _____	12
III. RESULTADOS _____	13
3.1 Resumen Ejecutivo _____	13
3.2 Formulación de la idea de negocio _____	13
3.3 Análisis de la oportunidad _____	13
3.4 Análisis del entorno _____	14

3.4.1	Económico	14
3.4.2	Tecnológico	15
3.4.3	Político	15
3.4.4	Social	16
3.4.5	Cultural	16
3.5	Análisis de la Industria, mercado y estimación de la demanda	18
3.5.1	Sondeo del mercado	18
3.5.2	Análisis de la industria	35
3.5.3	Estimación de la Demanda	37
3.5.4	LA OFERTA	37
3.6	Planeamiento Estratégico	41
3.6.1	Visión	41
3.6.2	Misión	41
3.6.3	El FODA	41
3.6.4	Objetivos Genéricos Estratégicos	42
3.6.5	Estrategia Genérica	42
3.6.6	Fuentes de Ventajas	42
3.7	Plan de Marketing	43
3.7.1	Objetivos del plan de Marketing	43
3.7.2	Estrategias Mix	43
3.8	Plan de Operaciones	45
3.8.1	Tecnología	45
3.8.2	Capacidad de Inversión	45
3.8.3	Selección del Tamaño	45
3.8.4	Localización	45
3.8.5	Proceso	45
3.8.6	Requerimientos	48
3.9	Estructura y requerimiento del personal	50
3.9.1	Estructura	50
3.9.2	Plan de recursos humanos	50
3.9.3	Aspectos legales	53
3.10	Proyección de Estados Financieros	56
3.10.1	Inversiones	56
3.10.2	Inversión fija	56

3.10.3 Capital de trabajo	56
3.10.4 Financiamiento	61
3.10.5 Presupuesto de ingresos y egresos	63
3.10.6 Punto de Equilibrio	71
3.10.7 Estados Financieros Proyectados	72
3.11 Evaluación Financiera	74
3.11.1 Evaluación Económica	76
3.11.2 Evaluación Financiera	78
3.12 Contratación de hipótesis	78
3.12.1 Contratación de la hipótesis general	78
3.12.2 Contratación de las hipótesis específicas	78
IV. DISCUSION	80
V. CONCLUSIONES	81
VI. RECOMENDACIONES	83
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	83
VIII. ANEXOS	84

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal Analizar la situación actual del mercado Talareño con el fin de proponer un Plan de Negocio para la creación de una empresa de alquiler de automóviles en la Ciudad de Talara, para realizar este estudio se ha utilizado como metodología el diseño No experimental de tipo descriptiva - correlacional de corte transversal, la recolección de los datos se obtuvo a través de una encuesta que se aplicó a 200 empresas de la ciudad de Talara, encontrándose evidencias relevantes sobre los requerimientos de los clientes en el servicio de alquiler de vehículos.

Para el procesamiento de los resultados del trabajo de campo se ha utilizado técnicas de análisis estadístico. Los resultados de los estudios de mercado, técnico, económico y la evaluación financiera, permitieron evidenciar que el proyecto de creación de una empresa de alquiler de automóviles en la Ciudad de Talara, es viable y merece ser puesto en marcha ya que existe una amplia demanda potencial y una excelente oportunidad para incursionar en este mercado en crecimiento. Además, se constató que las utilidades y los flujos de efectivo son autosuficientes y están en capacidad de cumplir con los compromisos financieros y demás costos que se generen con la operatividad de la prestación del servicio. De igual manera, la evaluación económica revelo la alta rentabilidad del proyecto, con una TIRF de 71,02% razón por la cual se recomendó su instalación.

Palabras Claves: Empresa, viabilidad, rentabilidad

ABSTRACT

The present research aims to analyze the current main market Talareño order to propose a business plan for the creation of a car rental company in the city of Talara, for this study has been used as a methodology No experimental design descriptive correlational cross-sectional data collection was obtained through a survey applied to 200 companies from the city of Talara, finding relevant evidence on the requirements of customers in the service car rental.

For processing the results of the field work was used statistical analysis techniques. The results of market research, technical, economic and financial assessment, allowed to evidence that the project of creating a car rental company in the city of Talara, is viable and deserves to be put in place as there is a great demand potential and an excellent opportunity to tap into this growing market. In addition, it was found that earnings and cash flows are sufficient and are able to meet the financial commitments and other costs generated by the operation of the service. Similarly, the economic evaluation revealed the high profitability of the project, with a 71.02% TIRF why installation is recommended.

Keywords: Company, viability, profitability

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación científica se sustenta en un marco referencial que contiene antecedentes y marco teórico, en lo que respecta a los antecedentes, se revisó trabajos relacionados con la variable de estudio a nivel internacional, nacional y local, tomando como guía principal la tesis de (Fuentes Vaca, 2007), titulada “Plan de publicidad para promover empresas de renta de autos” Universidad Tecnológica Equinoccial de Guayaquil-Ecuador. La importancia del tema planteado radica en el carácter real de la investigación, contribuyendo con una propuesta publicitaria para las empresas de renta de autos que las ayude a conocer, fortalecer y posicionar en el mercado nacional. La aplicación de este desarrollo a un caso específico como el estudio de la empresa Ribas Renta Car, responde a una motivación personal, a la vez que permitirá poner en evidencia la utilidad de esta propuesta (Lama Cruz, 2011). “Elaboración de un Plan de Negocio para la instalación de una Galería de arte en la Caleta de Máncora – Piura”, Universidad César Vallejo – Piura. Ayuda a conocer los niveles de competitividad con lo que directamente se beneficiarán y por consiguiente a los turistas peruanos y extranjeros. Las conclusiones nos permiten conocer el perfil de turistas y servicios complementarios que están requiriendo. (Sigvas Sifuentes, 2003) “Proyecto de Inversión para el servicio de alquiler de Montacargas” Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Lima. Analizando el mercado de servicios de alquiler de montacargas y los rubros que cubre, el proyecto pretende dar una opción a la necesidad de empresarios en los problemas de movilización de productos en sus fases de internamiento y despacho. (Esparza Carrasco & Gonzales Guerrero, 2009) “Plan de negocio para facilitadora de Servicios Turísticos en Nicaragua”, Universidad de Chile. Se utiliza como referencia este Plan de Negocio ya que especifica problemas con respecto al mejoramiento del posicionamiento de una empresa creando un plan de desarrollo que promueva el manejo sustentable y crecimiento.

En el marco teórico que respalda la metodología empleada en la elaboración de Planes de Negocio se revisó literatura de varios autores, empezando por definir la idea del negocio y las capacidades del empresario, definiciones de la variable de estudio, centrándose en los modelos de Planes de negocio, se citó el MODELO CANVAS (Coworking Lemon, 2012) y (Weinberger, 2009), el

modelo que se escogió para la presente de tesis es de (Weinberger, 2009) porque se ajusta a la realidad peruana y está dirigida para las MYPES, dentro de la estructura teórica se presenta la idea de negocio que pueden venir de muchas fuentes, unas pueden salir de nuestra propia intuición, de los hábitos de vida, etc. Ahora bien, también podemos tener un espíritu emprendedor y no conocer en determinado momento que ideas pueden suponer una oportunidad de negocio. Así una idea de negocio puede derivar de las siguientes fuentes:

- ✓ **Propia creatividad:** Como bien hemos dicho antes, la idea puede surgir de un pensamiento propio o de un planteamiento que tenga a cerca de una necesidad en nuestros hábitos de consumo.
- ✓ **Nuevos inventos:** Cuando la idea viene de una investigación que se ha realizado sobre ese planteamiento que lleva implícita una orientación comercial.
- ✓ **Nuevas Tecnologías:** La utilización de Internet está provocando la aparición de nuevos métodos de comercialización de los productos o servicios que ofrecemos a nuestros clientes, utilizando la red como medio de trabajo.
- ✓ **Tendencias Sociales:** En nuestro entorno van surgiendo cambios demográficos, culturales, políticos, que van creando nuevas necesidades en la sociedad. Por lo tanto estos cambios nos pueden surgir ideas de negocio,
- ✓ **Servicios mal prestados:** Cuando en nuestro entorno nos damos cuenta de la existencia de servicios demandados que no están bien cubiertos, por una mala prestación de estos servicios por otras empresas o porque no existe ninguna empresa que ofrezca estos servicios.
- ✓ **Conocimientos adquiridos:** Una persona emprendedora que haya adquirido determinada formación académica, le surgirán mejores ideas de negocio relacionadas con sus estudios específicos. En cuanto a Las características principales del pronóstico de un plan de negocios son: Investigar cuidadosamente la industria donde el plan va a desempeñarse, desarrollar un plan detallado para influenciar favorablemente en los factores que determinan si el propósito tendrá éxito, definir cuidadosamente cada fase del negocio, los detalles de la operación, y de qué manera acoplar adecuadamente cada una de las partes del mismo para una entidad de negocio viable, recabar la

información necesaria para realizar un estimado de la probabilidad que tendrá la empresa de resultar exitosa y el grado de riesgo al que estará expuesta, examinar las fortalezas y debilidades de la empresa relacionadas con el mercado, competencia y consumidores. Para definir la **Estructura del plan de negocios** se revisó varios autores encontrándose que no existe una única estructura que pueda servir a los distintos destinatarios o usuarios de este documento. Cada emprendedor e inversionista requiere un plan de negocios particular y por ello, el empresario debe ser capaz de definir cuál es la mejor estructura, en función a la solicitud de cada destinatario, audiencia o público demandante. A continuación se presenta una pequeña descripción de cada uno de los elementos del plan de negocios propuesto para la presente investigación.

- ✓ **Resumen Ejecutivo:** Es una presentación breve de aspectos más relevantes del plan de negocios que se ha elaborado. Esta presentación de tres páginas como máximo, es la sección más importante del plan de negocio y debe contener el perfil de la empresa, el producto o servicio que se quiere ofrecer, el mercado objetivo, las estrategias que se emplearán, los resultados económicos y los indicadores financieros del plan de negocio.
- ✓ **Descripción de la compañía o formulación de la idea de negocio** cuando el plan de negocio se desarrolla para evaluar la posibilidad de poner en marcha una nueva empresa, éste comienza con la formulación de la idea de negocio, que surge generalmente, como resultado de dos procesos de innovación que se inician de manera distinta.
- ✓ **Análisis de Entorno** es fundamental para detectar oportunidades e identificar amenazas que dificultarían su ingreso al mercado. Cuando se hace el análisis del entorno se estudian los siguientes factores: económicos, sociales, políticos y Legales, tecnológicos y ambientales.
- ✓ **Sondeo de Mercado** permite conocer el perfil potencial del cliente, los atributos del producto o servicio que el cliente requiere y el comportamiento del cliente potencia, permite conocer y analizar a los competidores para determinar si representa una amenaza para el negocio.
- ✓ **Análisis de la Industria** implica el estudio de aquellas fuerzas que podrían afectar directamente el desarrollo y desempeño de la empresa.

De acuerdo al modelo de Porter (1979), estas fuerzas son: Los competidores actuales, Competidores potenciales, Productos o servicios sustitutos, Clientes, Proveedores.

- ✓ **Plan estratégico** comienza con una relación de variables que pudieran representar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para ella. El plan consta de los siguientes elementos **Visión:** Es el sueño al que aspiramos, la meta ambiciosa a lo que queremos llegar **Misión:** Es el reflejo del esfuerzo por traducir la visión en un objetivo general y de lo que debe hacer. **Objetivos Estratégicos:** Propósitos de la organización que debe tener como requisito, de establecerse para toda la organización, de manera permanente y establecerse en términos cuantitativos. **Estrategias del Negocio:** Se refiere a como la empresa va alcanzar sus objetivos propuestos y cómo va a responder a la competencia. **Fuentes generadoras de ventajas competitivas:** Es la forma como una empresa crea valor para sus clientes, a través del uso de recursos internos que pueda controlar y aprovechar las oportunidades que se presentan en el entorno.
- ✓ **Plan de Marketing** Debe comenzar con una definición del segmento del mercado o público objetivo al que se pretende llegar y cuál es el posicionamiento que la empresa desea lograr para luego fijar los objetivos de marketing, que permitirán elaborar la mezcla de marketing con las respectivas estrategias.
- ✓ **Plan de Operaciones** Este comprende principalmente la descripción del plan de operaciones a utilizar en la nueva empresa, identificando los recursos materiales y humanos necesarios para aplicar la estrategia de operaciones. El plan de operaciones, tiene como fin establecer los “objetivos de producción” en función al plan de marketing y los “procesos de producción” en función a los atributos del producto o servicio, los “estándares de producción” que harán que la producción sea eficiente, se logre satisfacer las demandas de los clientes y la rentabilidad esperada por los accionistas, el “presupuesto de inversión” para la transformación de insumos en productos o servicios finales. **Objetivos de operaciones** Los objetivos del proceso de producción deben establecerse en función a la demanda estimada y a la capacidad de producción disponible. Para ello, se establecerán procesos e indicadores que permitan programar las operaciones de la empresa.

Los objetivos de operaciones generalmente están en función a: La cuota o meta de producción, que tiene como base la proyección de ventas y la capacidad productiva. El nivel de inventarios de seguridad: ¿Cada cuánto tiempo se repondrán inventarios? La falta de materia prima puede paralizar toda la empresa. Los estándares de productividad: Incrementar el número de unidades producidas en un tiempo determinado. El nivel de satisfacción del cliente: Tiempo que se demora un vendedor en atender a un cliente. Los estándares de calidad por ejemplo, no aceptar más de: 0,5% de productos con defectos. Los tiempos de entrega de productos terminados: Por ejemplo, entre un 80% y un 85% de los clientes serán atendidos antes de 10 minutos desde su llegada. La reducción de residuos: Por ejemplo porcentaje de merma no mayor a 2%. **Plan de Organización** Una vez definido los objetivos y estrategias del plan de marketing y del plan de operaciones, es muy importante que se desarrolle el plan del recurso humano. Es importante establecer las funciones del personal, expresadas en un manual de organización, así mismo se debe determinar la estructura de la organización indicando los tipos de autoridad y responsabilidad. Se tiene que contemplar el tipo de sociedad más conveniente para la empresa. El plan de recursos humanos debe considerar: Las principales funciones que se requieren en el negocio. Las habilidades y conocimientos que cada función requiere. Los cargos que serán permanentes en la empresa. Las tareas, que por ser temporales o requerir un alto grado de especialización, podrían ser realizadas por personas o compañías ajenas a la empresa. Los puestos claves y del personal propio que hará las tareas que le permitan a la empresa diferenciarse de las demás.

- ✓ **Plan Económico y Financiero** Este plan deberá reflejar todas las decisiones que ha tomado la empresa a lo largo de su desarrollo. Por ejemplo, si usted decidió introducir un nuevo producto, desarrollar un nuevo mercado, contratar más personal, desarrollar actividades de integración que contribuyan a retener a sus trabajadores, comprar mayores inventarios de materia prima para evitar desabastecimientos, comprar nuevas maquinarias, hacer más publicidad o hacer mayores ofertas o descuentos para captar una mayor porción del mercado, todas esas decisiones tendrán un impacto en sus estados financieros Es una

de las partes más importantes ya que a través de este plan se puede determinar lo siguiente: Recursos económicos necesarios para la realización del plan de negocio. Costos totales del negocio: Venta, producción. Administrativos. Monto de inversión inicial Necesidades de financiamiento, Fuentes de financiamiento así como las ventajas y desventajas de cada alternativa. Proyectar los estados financieros, Evaluar la rentabilidad económica y financiera del plan de negocio. Análisis de sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio.

- ✓ **Conclusiones y Recomendaciones** El plan de negocio debe terminar con algunas conclusiones, por lo general responderán a la viabilidad económica, operativa, social, ambiental, atractiva para los inversionistas, las grandes oportunidades o amenazas, las fortalezas y debilidades más resaltantes y el desarrollo de una ventaja competitiva.

Con la finalidad de cumplir con los objetivos que se han propuesto en la investigación recurrimos al uso de instrumentos para determinar la viabilidad en la creación de una empresa de alquiler de automóviles en la ciudad de Talara. Así mismo, tener conocimiento de los requerimientos necesarios para la creación de una empresa de alquiler de automóviles, generando en mí, aprendizaje que me ayude en mi crecimiento profesional y por qué no tomar la decisión de poner en marcha este plan de Negocio, aperturando una empresa dedicada a este rubro, con la finalidad que este servicio satisfaga las necesidades de nuestros futuros clientes, generando confianza y posicionamiento tanto en el mercado Talareño como en la mente de nuestros clientes potenciales.

Hoy en día el mercado globalizado exige mayor competitividad y una mayor flexibilidad al cambio para una constante adaptación de las necesidades cambiantes del cliente. Se destaca la necesidad inmediata de desarrollar una estrategia integral que permita elevar la calidad de servicio, posicionamiento en el mercado, obtener mayores ganancias y en general un mejor rendimiento empresarial, Los procesos y procedimientos de las empresas en alquiler de automóviles en la Ciudad de Piura son inadecuados, generando un bajo rendimiento empresarial en términos de eficiencia y economía de recursos, limitando el potencial crecimiento de la empresa y su respectivo posicionamiento en el mercado. Debido al incremento anual del 5% de los visitantes extranjeros y nacionales que están visitando nuestra ciudad,

asimismo vemos que la inversión extranjera en nuestra ciudad va en aumento, este plan de Negocio plantea incorporar al mercado piurano la creación de una empresa de alquiler de automóviles que cubra con las exigencias de empresas y clientes que recurran a nuestro servicio, como podemos ver en nuestra ciudad estas empresas no cuentan con calidad de servicio, como por ejemplo “puntualidad, credibilidad y seguridad”.

Cabe tener en cuenta que en la actualidad contamos con las facilidades en el mercado para adquirir vehículos nuevos como señala la Asociación Automotriz del Perú: La venta de vehículos nuevos en nuestro país aumentó en el año 2012 a un 36% de igual modo el aumento en el financiamiento bancario para la adquisición de vehículos se explica por el dinamismo que muestra la venta de este tipo de bienes en el país, lo que impulsa la demanda de créditos vehiculares. No podríamos dejar de lado los tratados de libre comercio que firmamos con países como por ejemplo: “Singapur, que es uno de los países que está a la vanguardia en tecnología con respecto a automóviles”, lo cual beneficiaría para poder adquirirlos siendo importados a nuestro país con arancel cero con la facilidad de incorporar a nuestro sistema automotriz automóviles ecológicos que nos ayuden a preservar el medio ambiente. Esto lleva a la formulación del problema. ¿Existirán condiciones de mercado que permitan proponer un Plan de Negocio para la creación de una empresa de alquiler de automóviles en la Ciudad de Talara disgregándose problemas específicos que direccionen la investigación como son :

- ✓ ¿Cuántas empresas dedicadas al rubro existen en la ciudad de Talara?,
- ✓ ¿Existirá demanda para nuestro plan de negocio?, ¿Será viable la creación de una empresa de alquiler de automóviles?
- ✓ ¿Generará rentabilidad la creación de una empresa dedicada al rubro de alquiler de automóviles?

Dentro de la metodología se formula la hipótesis general, definida de la siguiente manera. En la Ciudad de Talara existen las condiciones de mercado para proponer a través de un Plan de Negocio la Creación de una Empresa de Alquiler de Automóviles. Y a su vez tres hipótesis específicas: En el mercado piurano existen pocas empresas dedicadas al rubro de alquiler de automóviles, El mercado piurano cuenta con las condiciones necesarias para la creación de

una empresa de alquiler de automóviles, Existe una alta demanda en la ciudad de Talara con respecto al alquiler de automóviles, El nivel de rentabilidad es considerablemente alto ante la creación de una empresa de alquiler de automóviles en la ciudad de Talara.

Para ello se planteó un objetivo general que fue, analizar la situación actual del mercado Talareño con el fin de proponer un Plan de Negocio para la creación de una empresa de alquiler de automóviles en la Ciudad de Talara, y a su vez tres objetivos específicos, como son:

- ✓ Proporcionar información detallada si en el mercado Talareño existen empresas de alquiler de automóviles,
- ✓ Evaluar la demanda que existe en la ciudad de Talara con respecto a las empresas de alquiler de automóviles,
- ✓ Determinar la viabilidad de la creación de una empresa de alquiler de automóviles en la ciudad de Talara, Determinar la rentabilidad que generaría la creación de una empresa de alquiler de automóviles en la ciudad de Talara.

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Variables

2.1.1. El plan de negocio para la creación de una empresa de alquiler de automóviles: Es un documento escrito que permite conocer si la creación de una empresa de alquiler de autos, será viable y rentable, tomando como punto de partida el diagnóstico logrado a través de la encuesta y de la entrevista, para medir las dimensiones del estudio del mercado, técnico y financiero. Por otro lado contiene todos los aspectos importantes de un proyecto de esta característica.

2.2 Dimensiones

2.2.1. Estudio de mercado: Permite realizar un análisis profundo acerca de la demanda, oferta, fijación de los precios y asimismo un análisis para la comercialización del producto y/o servicio.

2.2.2. Estudio técnico: Permite emplear eficaz y eficientemente los recursos disponibles para la producción del bien o servicio, asimismo determina el tipo de materiales y equipo que se requerirá para la puesta en marcha del proyecto, así como también determina el tamaño y la localización óptima del servicio, la estructura organizacional, la ingeniería del servicio, entre otros. (Weinberger, 2009)

2.2.3. Estudio financiero: Permite realizar un análisis económico-financiero para determinar la viabilidad del proyecto, además determina los egresos (costos y gastos), inversiones tangibles e intangibles, ingresos, formas de financiamientos, flujos de caja y sobre todo la evaluación fina.

A continuación se muestra la matriz operacional de la variable: Plan de negocio para la creación de la Empresa de Alquiler de Automóviles.

CUADRO 01

VARIABLES	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	Indicadores
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE ALQUILER DE AUTOMOVILES EN LA CIUDAD DE TALARA.	ESTUDIO DE MERCADO	Producto	Producto Principal
			Determinantes de la calidad
			Productos complementarios
		Consumidor	Población
			Ingreso
			Limitantes de consumo
		Demanda	Elasticidad
			Situación actual
			Situación futura
		Oferta	Situación actual
			Régimen del mercado
			Situación futura
		Precios	Análisis del precio actual
			Evolución histórica
			Proyección de los precios
	ESTUDIO TECNICO	Localización	Micro localización
			Macro localización
		Estructura Física	Obra básica
			Distribución del área
		Estudio Administrativo	Planta de personal
			Funciones
			Estructura orgánica
		Impacto	Valor agregado
			Generación de empleo
	ESTUDIO FINANCIERO	Vida del Proyecto	Vida de la maquinaria y equipos
			Financiamiento
		Inversión	Monto recursos propios
Financiación			
Estados Financieros		Estado de P y G	
		Flujo de Caja	
Evaluación Económica		tasa interna de retorno	
		Valor presente Neto	

2.3 Metodología

Para la presente investigación se aplicó los siguientes métodos científicos:

El método inductivo o inductivismo, ya que después de haber observado y realizado un análisis de la realidad problemática, se prosiguió a postular hipótesis que dieron solución a los problemas planteados en la investigación, asimismo permitió generar conclusiones que determinó que el proyecto era viable

El método deductivo, ya que este método se utiliza para las actividades de fijación y aplicación de conceptos a partir de datos que están validados, en este caso el plan de negocio tuvo como base teorías de diferentes autores.

2.4 Tipo de estudio

El estudio corresponde a una investigación de tipo cuali-cuantitativo, descriptivo correlacional.

La investigación descriptiva; busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.

Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones).

2.5 Diseño

No experimental de corte transversal.

2.6 Población, muestra y muestreo

2.6.1 Población

Se tomó como unidad de análisis a las empresas de la ciudad de Talara de los diferentes giros y clasificación, según La Municipalidad Provincial de Talara existen 513 empresas de diferentes rubros. Por lo tanto aplicando la fórmula de población finita, calculamos la muestra.

2.6.2 Muestra

Para extraer la muestra analizaremos la formula finita, que queda expresada de la siguiente manera:

Para su respectivo calculo:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * q}{e^2 (N-1) + Z^2 * P * q}$$

Siendo $Z=1.96$ (es el intervalo de confianza), con un nivel de confianza de 95%,

$e=$ error permitido del 5%

$P=$ 50%

$Q=$ 1-P

$N =$ 513

$n =$ 220

Reemplazando los valores tenemos 220 de empresas a encuestar.

2.6.3 Muestreo

Es de tipo probabilístico.

El tipo de muestra que se utilizó en el trabajo de investigación será de forma aleatoria, pues a través de una serie de herramientas como encuestas se aplicó el análisis.

2.7 Técnicas e instrumentos de selección de datos

Fueron las siguientes:

Técnicas e Instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Entrevistas	Protocolo de entrevistas
Encuestas	Formato de encuestas

2.8 Método de análisis de datos

Para la codificación y tabulación del cuestionario se utilizó el *software* estadístico informático SPSS versión en español, el cual es uno de los programas estadísticas más usados ya que cuenta con gran capacidad para trabajar con grandes bases de datos.

Así mismo se utilizó la base de datos Excel 2010 para la elaboración de los flujos de caja, ya que nos ofrece hojas de cálculos que permiten obtener los resultados de las operaciones realizadas. Además, los resultados obtenidos fueron presentados en gráficos y tablas que permitió un análisis más preciso.

III. RESULTADOS

3.1 Resumen ejecutivo

El Plan de negocio pretende analizar la situación actual del mercado Talareño con el fin de proponer un Plan de Negocio para la creación de una empresa de alquiler de automóviles en la ciudad de Talara, cuyos objetivos específicos pretenden diagnosticar por medio de un estudio de mercado la necesidad de instalar esta iniciativa empresarial para satisfacer la demanda potencial.

Asimismo, establecer un Plan estratégico a mediano plazo y un Plan de Marketing a corto plazo, una estructura organizacional adecuada y evaluar la rentabilidad económica de su instalación. Esta investigación se encuentra enmarcada dentro de la modalidad de Plan de negocios viables, apoyado en un diseño de campo de tipo descriptivo.- correlacional.

Las técnicas e instrumentos empleados fue la encuesta, la que permitió obtener información primaria del mercado detectando algunas ventajas competitivas que se podrían aprovechar para ingresar a este mercado..

Los estudios de mercado índico que existe demanda potencial para este negocio, asimismo los estudios técnicos, económicos y financieros arrojaron que el Plan de Negocio es viable y rentable por la cual se recomienda su instalación.

3.2 Formulación de la idea del negocio

El crecimiento de la población en Talara, han motivado la idea de crear un negocio que satisfaga las exigencias de transporte de la población Talareña. El atractivo de esta idea de negocio es satisfacer la demanda de los clientes, e incursionar en un sector en crecimiento.

3.3 Análisis de la oportunidad

El instalar una empresa de alquiler de automóviles es una gran oportunidad de negocio debido a los nuevos conceptos de administración que permiten a las empresas ser competitivos tercerizando algunos gastos operativos como es el caso del alquiler de vehículos.

Presentación del modelo del negocio

La creación de la empresa de alquiler de vehículos está dirigido a las empresas del medio de Talara. Los servicios que se brindarán son alquiler de autos, camioneta y mini van.

3.4 Análisis del entorno

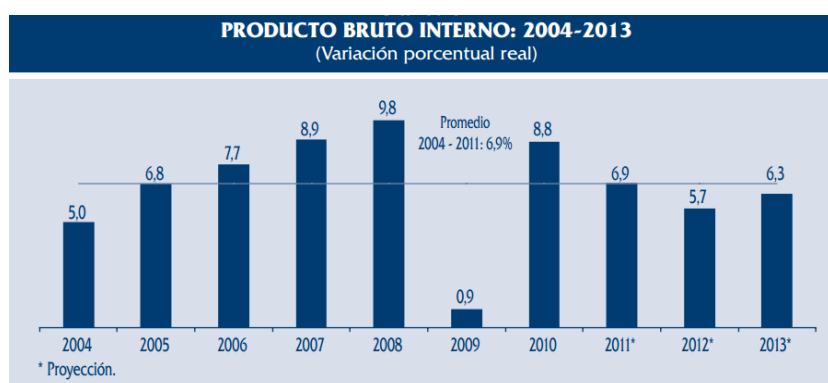
3.4.1 Económico

Este año según el Banco Central de Reserva del Perú, la economía crecería 5.7%. En su segundo trimestre – 2013 creció 6,1 % gracias al dinamismo de la demanda interna que se expandió 8,7% según la metodología de cálculo del INEI. Mientras que las exportaciones disminuyeron 3%, debido a la menor demanda externa, originada en un contexto de crisis financiera en la zona del euro y el menor crecimiento de la economía mundial.

Cabe indicar que, con estos resultados la oferta y demanda global de la economía se expandió en 7,1%.

En el primer semestre del presente año, el Producto Bruto Interno (PBI) acumuló un crecimiento de 6,1% impulsado por los sectores del comercio creciendo un 7.1% y la construcción un 15.7%. El informe de inflación del BCRP muestra en el gráfico 1 la variación porcentual y la proyección del PBI para el 2012 y el 2013 y en el gráfico 2 las proyecciones del crecimiento del PBI para los países de América latina los años 2012 y 2013 en donde se reflejan mayores las del Perú.

GRÁFICO 1
PRODUCTO BRUTO INTERNO NACIONAL (2004 -2013)



Fuente: Reporte de inflación BCRP

3.4.2 Tecnológico

El acceso a la información a través del internet; los avances en tecnología y sistemas de información, el desarrollo acelerado de las comunicaciones y energía; el equipamiento y maquinaria de tecnología de punta, están permitiendo el desarrollo del país y sus regiones. Es una oportunidad contar con estos avances, pues nos permite ofrecer servicios de calidad a los clientes a través de la automatización.

3.4.3 Político

El Perú es una república presidencialista de representación democrática con un sistema multipartidario. Organizada bajo un Estado, conformado con base en la Constitución política del Perú aprobada en 1993 mediante referéndum, promulgada a finales de ese mismo año y vigente desde el 1 de enero de 1994.

El actual gobierno es precedido por el Presidente Ollanta Humala el 28 de julio de 2011 hasta 2006, en su manejo denota la existencias de estabilidad política en nuestro país lo que genera confianza para inversión extranjera, permitiendo el crecimiento económico del país. Un 62% de la población aprueba la gestión del presidente Ollanta Humala, según una encuesta nacional de Datum Internacional, realizada entre el 5 y el 8 de agosto, pero en julio del presente año la aprobación es de 36%.

El Gobierno Regional de Piura es consciente que el fortalecimiento del proceso de descentralización, que se ha iniciado, solo puede ser posible si consideramos las medidas, acciones y condiciones que incrementan la competitividad Regional. En el área política legal, los problemas que ameritan la atención, son los conflictos por límites territoriales que no están definidos; las explotaciones mineras, la distribución de los recursos, demandas laborales, que son aprovechados por fines políticos, generando huelgas, disturbios, etc.

3.4.4 Social

El crecimiento económico sostenido de los últimos años se ha reflejado en una disminución de la pobreza y en mejoras en las condiciones de vida de la población. Sin embargo, falta todavía un largo camino por recorrer para lograr la inclusión social y superar las condiciones de pobreza así como para articular la acción estatal en un conjunto de políticas sociales sostenibles.

Se espera que el presupuesto del 2013 disminuya niveles de pobreza y desigualdad; priorizará pilares importantes como la prevención de desastres, la seguridad ciudadana y la inclusión social. El presupuesto condensará los principales lineamientos sociales de la política emprendida por el presidente Humala para bienestar del pueblo, redistribuyendo los ingresos fiscales para lograr bajar los niveles de pobreza y desigualdad en el Perú, presupuesto que asciende a 108 mil 418 millones 909 mil 559 soles, es decir se incrementa en un 13% respecto a la partida presupuestal del 2012.

3.4.5 Cultural

El escenario actual es de emergencia de nuevos y complejos fenómenos culturales que están modificando profundamente las relaciones humanas en todos sus aspectos, con un impacto en particular en los procesos cognitivos, la comunicación y la construcción de la identidad.

En este contexto, las interpretaciones tradicionales de los procesos sociales han dejado de tener eficacia, mientras que el intento de establecer un nuevo orden cultural, si bien ha conseguido un apoteósico éxito inicial, no puede superar la incertidumbre ni ocultar las profundas grietas de su construcción. En el reino de la crisis de los paradigmas y los proyectos sociales, son necesarias nuevas competencias cognitivas y nuevas formas de organización de la experiencia humana.

La nueva era del capitalismo se basa en una poderosa revolución tecnológica y en la globalización de la economía. En ésta, la expansión del mercado en escala mundial, gracias a la electrónica, la informática y los modernos medios de comunicación, se realiza a través de redes de producción y gestión que combinan la organización flexible, la

descentralización de las unidades económicas y su funcionamiento en un mismo tiempo real.

Por lo tanto, con la nueva era del capitalismo emerge también la sociedad de la información, en la cual juegan un papel central los flujos de información y el conocimiento para el incremento de la productividad y la competitividad, así como para la organización del espacio social y la satisfacción de las necesidades humanas.

CUADRO Nº 02
MATRIZ PEST

	Peso Ponderado	Clasificación	Ponderado Parcial	Total
Aspecto Políticos				
· Asuntos ecológicos/ambientales	0,049	3	0,147	0,853
· Legislación actual en el mercado local	0,045	3	0,135	
· Procesos y entidades regulatorias	0,047	2	0,094	
· Políticas gubernamentales	0,051	3	0,153	
· Aumento del ingreso per cápita	0,035	3	0,105	
· Financiamiento e iniciativas	0,034	3	0,102	
· Grupos de opinión pública y de presión	0,039	3	0,117	
Aspecto Económicos				
· Situación económica local	0,07	4	0,28	1,38
· Tendencias en la economía local	0,09	4	0,36	
· Impuestos específicos de los productos y servicios	0,06	2	0,12	
· Ciclos de mercado del sector	0,08	3	0,24	
· Factores específicos de la industria	0,08	3	0,24	
· Intereses y tasas de cambio	0,07	2	0,14	
Aspecto Social				
· Tendencias de estilo de vida	0,018	3	0,054	0,47
· Incremento de la población	0,022	3	0,066	
· Opinión y actitud del consumidor	0,021	4	0,084	
· Cambios de leyes que afecten factores sociales	0,017	3	0,051	
· Imagen de la marca, la tecnología y la empresa	0,019	3	0,057	
· Demanda de Centros comerciales	0,015	4	0,06	
· Grandes eventos e influencias	0,022	3	0,066	
· Publicidad y relaciones públicas	0,016	2	0,032	
Aspecto Tecnológicos				
· Desarrollos tecnológicos competidores	0,007	3	0,021	0,302

· Financiamiento para la investigación	0,01	2	0,02	
· Tecnologías asociadas/dependientes	0,01	2	0,02	
· Tecnologías/soluciones sustitutas	0,009	3	0,027	
· Madurez de la tecnología	0,008	3	0,024	
· Capacidad y madurez de la manufactura	0,008	3	0,024	
· Información y comunicación	0,011	4	0,044	
· Legislación tecnológica	0,007	3	0,021	
· Potencial de innovación	0,01	3	0,03	
· Acceso a la tecnología, licenciamiento, patentes	0,011	4	0,044	
· Asuntos de propiedad intelectual	0,009	3	0,027	
TOTAL	1			3,005

Fuente Elaboración propia

El ponderado que se obtiene del entorno PEST, posee un valor de 3.005, que en la escala del uno al cuatro se ubica en el campo de las oportunidades, es decir que existen condiciones favorables para la creación de la empresa de alquiler de autos en la ciudad de Talara, situación que el empresario debe aprovechar.

3.5 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, MERCADO Y ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA:

3.5.1 Sondeo del mercado

Este proyecto pretende instalar una empresa de alquiler de automóviles, de tal manera que los clientes puedan satisfacer su necesidad de transporte.

La instalación de la empresa, está dirigida a los empresarios de la ciudad de Talara.

➤ **Cliente**

Para determinar el perfil del cliente potencial, fue necesario realizar un sondeo o estudio de mercado, el cual se realizó mediante la técnica de la encuesta, con la finalidad de conocer las preferencias y la demanda, asimismo identificar el perfil del cliente.

Cabe decir que la encuesta reveló datos importantes que permitieron analizar y conocer la opinión sobre la creación de la empresa de alquiler de autos. A continuación se presentan los resultados del trabajo de campo:

DESARROLLO DE LA ENCUESTA

Realizada al personal que labora en las distintas empresas de la ciudad de Talara que según el tamaño de la muestra equivale a 220; las personas encuestadas son del área de Logística ya que se encargan de la obtención de un determinado bien y/o servicio con previa autorización de sus superiores.

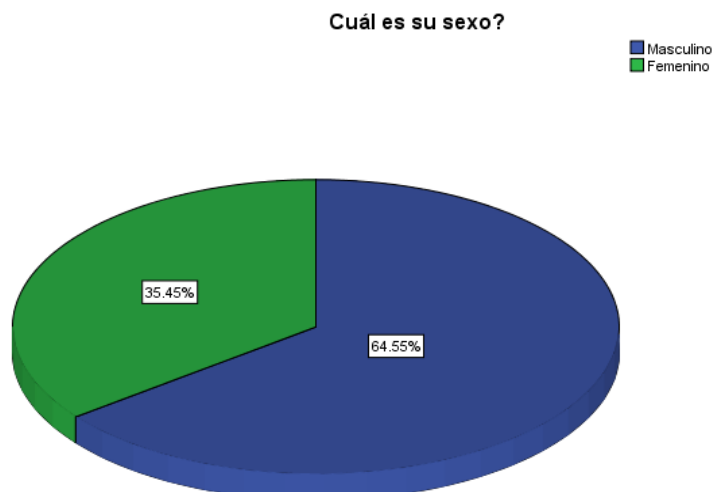
TABLA 01 “Estudio del sexo de los encuestados”

¿Cuál es su sexo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	142	64.5	64.5	64.5
	Femenino	78	35.5	35.5	100.0
Total		220	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 01



Interpretación

Como se puede observar, la distribución del sexo de las personas encuestadas es bastante uniforme; ya que el 35,45% pertenecen al sexo femenino y el 64,55% al masculino. Con este resultado se deduce que el trabajo de mercadeo deberá realizarse hacia ambos sexos, aprovechando la paridad en los porcentajes obtenidos.

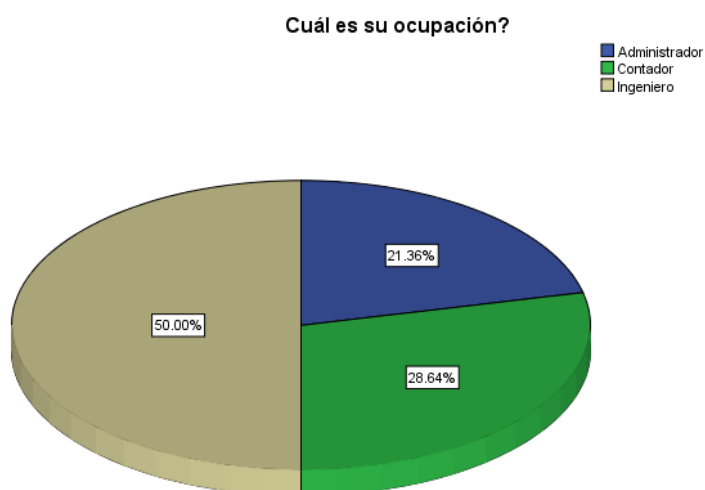
TABLA 02 “Estudio de la Ocupación o Profesión del encuestado”

¿Cuál es su ocupación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Administrador	47	21.4	21.4	21.4
Contador	63	28.6	28.6	50.0
Ingeniero	110	50.0	50.0	100.0
Total	220	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 02



Interpretación

Como se puede observar, la distribución de las profesiones de las personas encuestadas el 50% son ingenieros, 28,64 son contadores y el 21,36% administradores.

TABLA 03 “Estudio del lugar de procedencia de los encuestados”

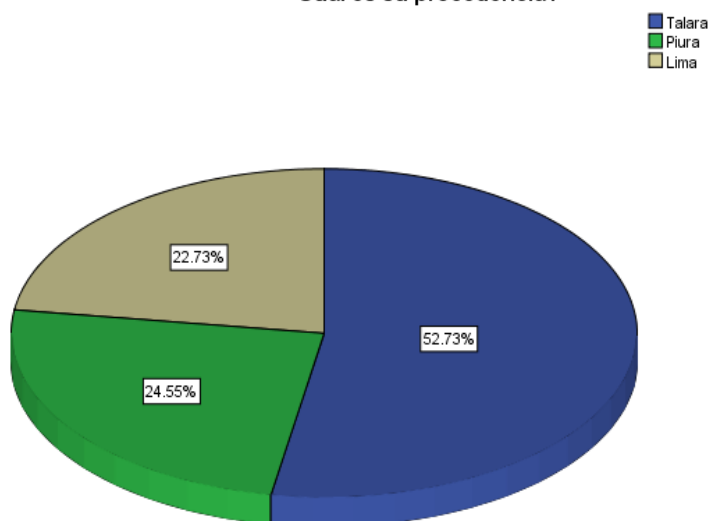
¿Cuál es su procedencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Talara	116	52.7	52.7	52.7
Piura	54		24.5	77.3
Lima	50	22.7	22.7	100.0
Total	220	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 03

Cuál es su procedencia?



Interpretación:

En las encuestas podemos ver que el 52,73% son de Talara, 24,55% proceden de Piura y el 22,73% de Lima.

TABLA 04 “Estudio del ingreso promedio mensual de los encuestados”

¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 2,500 a 3,500	23	10.5	10.5	10.5
3,500 a 4,500	132	60.0	60.0	70.5
4,500 a 5,500	65	29.5	29.5	100.0
Total	220	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 04



Interpretación:

Como se puede observar, el ingreso promedio con un 60% es entre S/3,500 y S/4,500. Con un 29,55% es entre S/4,000 y S/5,500 y un 10,45% es entre S/2,500 y S/3,500

TABLA 05 "Estudio sobre el alquiler de automóviles"

¿Utiliza usted el servicio de alquiler de automóviles?

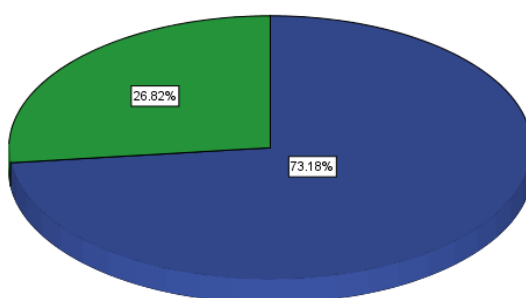
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	161	73.2	73.2	73.2
NO	59	26.8	26.8	100.0
Total	220	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 05

Utiliza usted el servicio de alquiler de automóviles?

■ SI
■ NO



Interpretación

De acuerdo al gráfico el 73.18% de las personas encuestadas, utilizan los servicios de alquiler de autos mientras que el 26,82% no lo utiliza.

TABLA 06 “Estudio de satisfacción ante las exigencias de los clientes”

¿Cree usted que las empresas de alquiler de automóviles ubicadas en Talara tienen la capacidad de satisfacer sus exigencias?

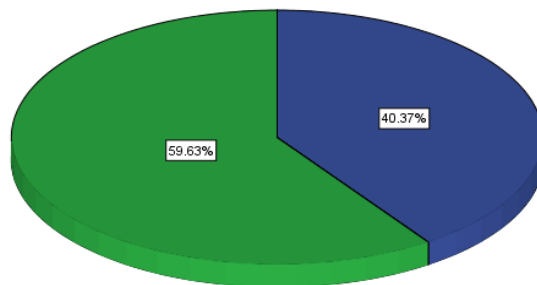
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	65	29.5	40.4	40.4
	NO	96	43.6	59.6	100.0
	Total	161	73.2	100.0	
Perdidos	Sistema	59	26.8		
Total		220	100.0		

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 06

Cree usted que las empresas de alquiler de automóviles ubicadas en Talara tienen la capacidad de satisfacer sus exigencias?

■ SI
■ NO



Interpretación:

Como podemos observar en el gráfico el 59,63% de las personas encuestadas manifiestan que las empresas de alquiler de automóviles que existen en la ciudad de Talara no satisfacen las exigencias de los clientes, mientras que un 40,37% manifiesta que sí.

TABLA 07 “Estudio sobre si el precio de pago por el servicio de alquiler de automóvil es adecuado”

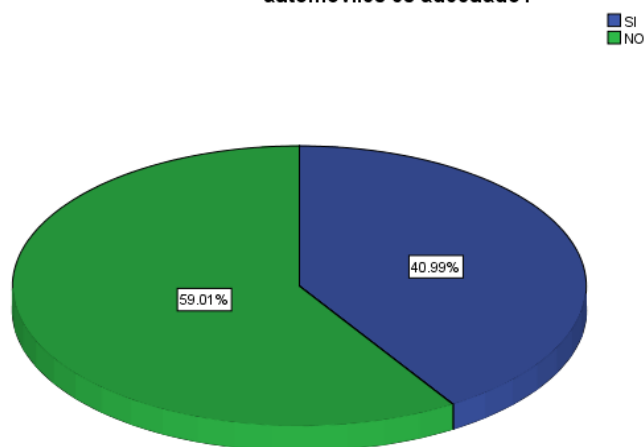
¿Cree usted que el precio que paga por la calidad del servicio de alquiler de automóviles es adecuado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	66	30.0	41.0	41.0
	NO	95	43.2	59.0	100.0
	Total	161	73.2	100.0	
Perdidos	Sistema	59	26.8		
Total		220	100.0		

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 07

Cree usted que el precio que paga por la calidad del servicio de alquiler de automóviles es adecuado?



Interpretación:

Como podemos observar en el gráfico el 59,01% de las personas encuestadas manifiestan que el precio que pagan por el servicio de alquiler de autos No satisface sus exigencias, mientras que un 40,99% manifiesta que sí.

TABLA 08 “Estudio del tiempo de espera que brindan las empresas de alquiler de automóviles”

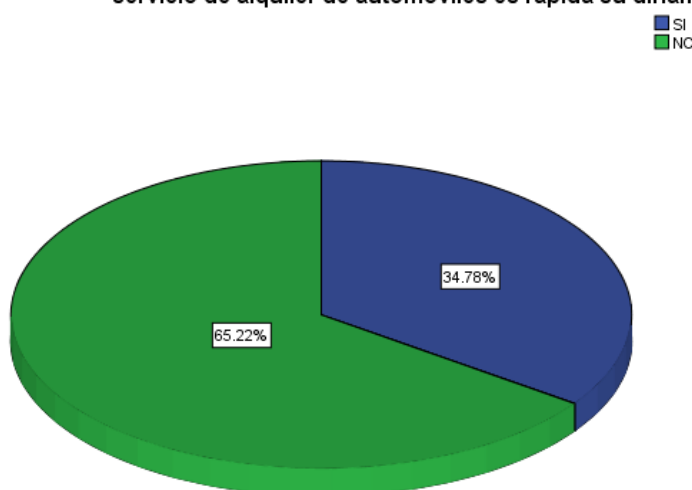
¿En relación a los tiempos de espera que actualmente brindan las empresas de servicio de alquiler de automóviles es rápida su dinámica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	56	25.5	34.8	34.8
	NO	105	47.7	65.2	100.0
	Total	161	73.2	100.0	
Perdidos	Sistema	59	26.8		
Total		220	100.0		

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 08

En relación a los tiempos de espera que actualmente brindan las empresas de servicio de alquiler de automóviles es rápida su dinámica?



Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Interpretación:

Como podemos observar en el gráfico el 65,22% de las personas encuestadas manifiestan que los tiempos de espera para brindar el servicio no es rápido, mientras que un 34,78% manifiesta que sí.

TABLA 09“Estudio de contratos con empresas de alquiler de automóviles”

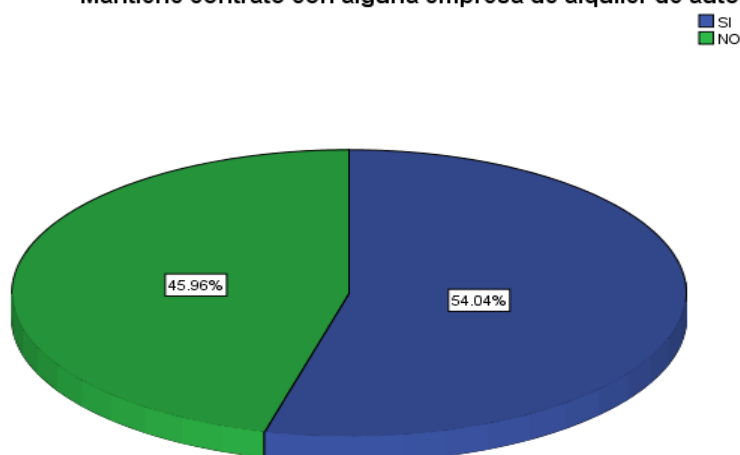
Mantiene contrato con alguna empresa de alquiler de automóviles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	87	39.5	54.0	54.0
	NO	74	33.6	46.0	100.0
	Total	161	73.2	100.0	
Perdidos	Sistema	59	26.8		
Total		220	100.0		

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 09

Mantiene contrato con alguna empresa de alquiler de automóviles?



Interpretación:

Como podemos observar en el gráfico el 54,04% de las personas encuestadas mantiene un contrato con empresas de alquiler de autos, mientras que un 45,96% manifiesta que no, esto se considera una oportunidad que la nueva empresa debe aprovechar.

TABLA 10 “Estudio de disposición a usar un nuevo servicio de alquiler de automóviles”

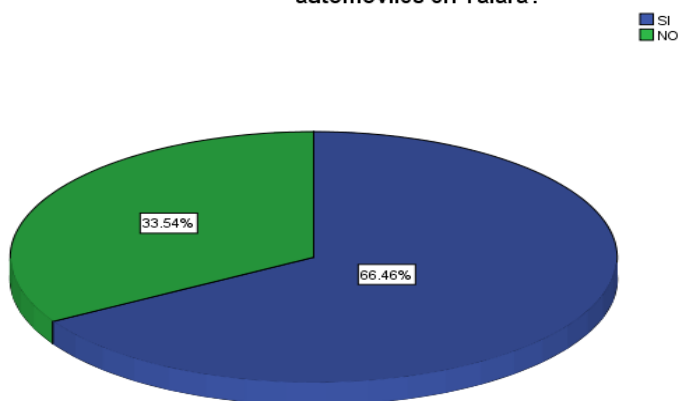
¿Estaría dispuesto a utilizar los servicios de una nueva empresa de alquiler de automóviles en Talara?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	107	48.6	66.5	66.5
	NO	54	24.5	33.5	100.0
	Total	161	73.2	100.0	
Perdidos	Sistema	59	26.8		
Total		220	100.0		

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 10

Estaría dispuesto a utilizar los servicios de una nueva empresa de alquiler de automóviles en Talara?



Interpretación:

Se puede observar en el gráfico una gran aceptación de la idea del proyecto, es decir el 66,46% estaría dispuesto a utilizar los servicios de una nueva empresa de alquiler, lo cual permitirá proyectar de manera más objetiva la demanda que podría tener el negocio, mientras que un 33,54% manifiesta que no utilizaría.

TABLA 11 “Estudio de los medios de comunicación a utilizar para darnos a conocer”

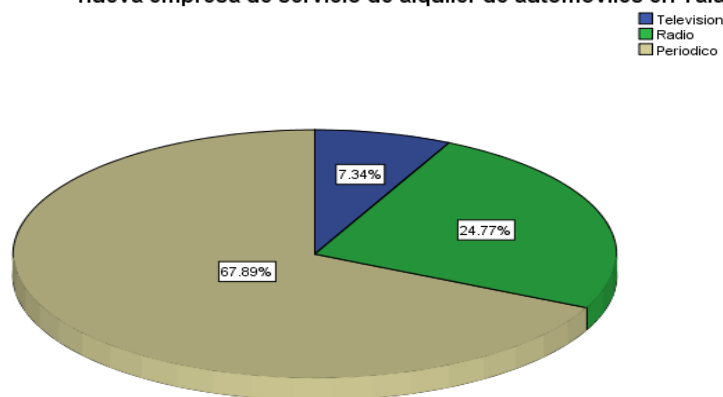
En qué medios de comunicación social cree usted debería promocionarse la nueva empresa de servicio de alquiler de automóviles en Talara?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Televisión	8	3.6	7.3	7.3
Radio	27	12.3	24.8	32.1
Periódico	74	33.6	67.9	100.0
Total	109	49.5	100.0	
Perdidos Sistema	111	50.5		
Total	220	100.0		

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico11

En qué medios de comunicación social cree usted debería promocionarse la nueva empresa de servicio de alquiler de automóviles en Talara?



Interpretación:

En el presente gráfico muestra que el periodico es uno de los medios más utilizado por las personas encuestadas, se puede observar que es el medio de mayor porcentaje el cual equivale al 67,89% del total de los encuestados, por otro lado y no menos significativo el 24,77% de las personas encuestadas optan por la publicidad mediante la radio y, únicamente el 7,34% eligió la televisión.

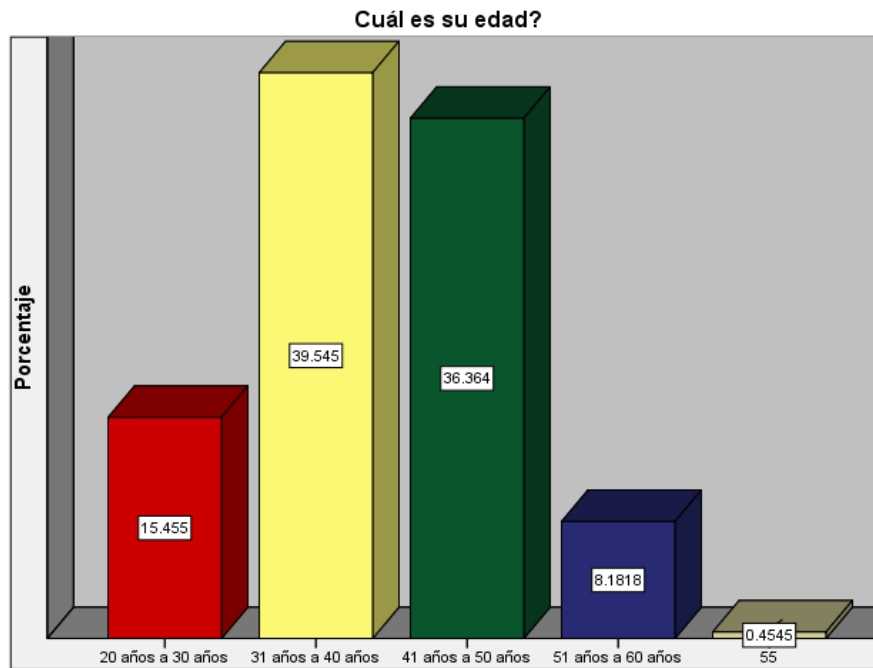
TABLA 12 “Estudio de la edad de los encuestados”

¿Cuál es su edad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 20 años a 30 años	34	15.5	15.5	15.5
31 años a 40 años	87	39.5	39.5	55.0
41 años a 50 años	80	36.4	36.4	91.4
51 años a 60 años	18	8.2	8.2	99.5
55	1	.5	.5	100.0
Total	220	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 12.



Interpretación:

El mayor porcentaje de la población encuestada equivale al 39,55% los cuales se encuentra en un rango de edad entre 31 y 40 años, únicamente el 0,46% está entre 61 a más años y de 66 a más. Este dato será de gran importancia para poder definir al cliente principal del negocio

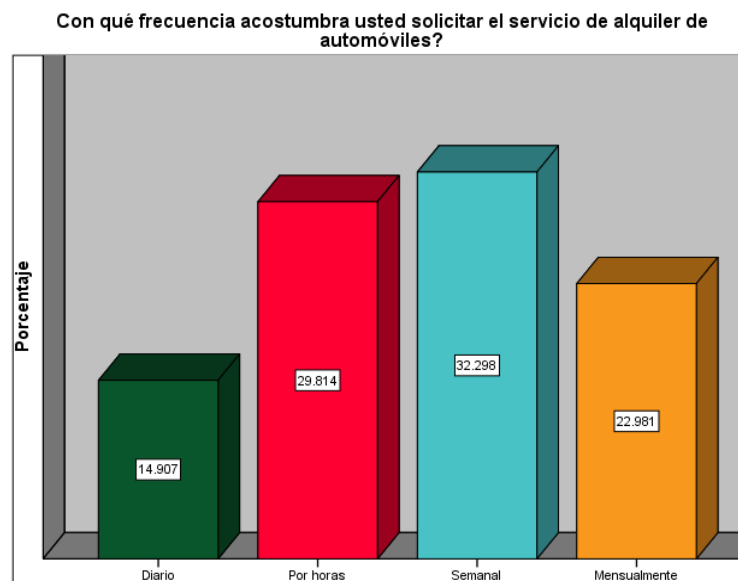
TABLA 13 “Estudio de cuáles son las exigencias de los encuestados antes de alquilar un automóvil”

Cuáles serían las exigencias de los automóviles en caso usted los alquilara?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Autos del año	15	6.8	9.3	9.3
	Equipamiento	42	19.1	26.1	35.4
	Seguros	74	33.6	46.0	81.4
	Con chofer	30	13.6	18.6	100.0
	Total	161	73.2	100.0	
Perdidos	Sistema	59	26.8		
Total		220	100.0		

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 13



Interpretación:

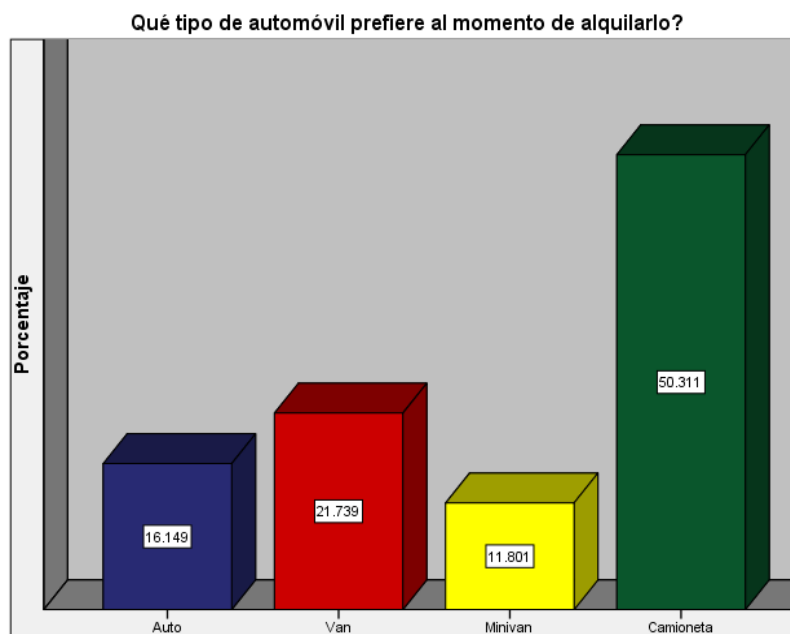
El 32,30% de las personas encuestadas acostumbran solicitar el servicio de alquiler de automóvil semanalmente; el 29,8% lo hace por horas, un 22,98% mensual y un 14,9% diario. Esto es muy beneficioso ya que la frecuencia del servicio es constante.

TABLA 14 “Estudio sobre el tipo de automóvil preferidos por los encuestados”

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Auto	26	11.8	16.1	16.1
	Van	35	15.9	21.7	37.9
	Minivan	19	8.6	11.8	49.7
	Camioneta	81	36.8	50.3	100.0
	Total	161	73.2	100.0	
Perdidos	Sistema	59	26.8		
Total		220	100.0		

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 14



Interpretación:

El 50,31% de las personas encuestadas prefieren alquilar de camionetas; el 21,74% las Van, un 16,15% autos y un 11,8% minivan. Esto permite determinar lo que la empresa debe ofertar a los clientes

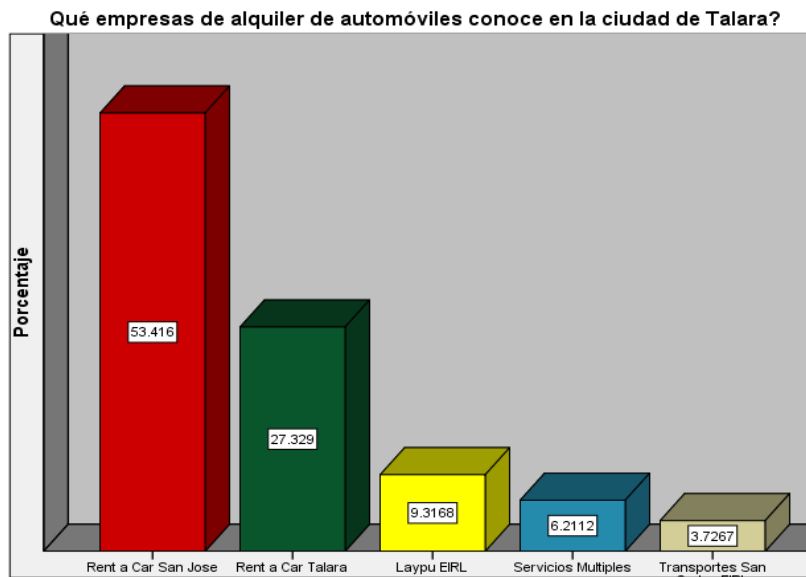
TABLA 15 “Estudio de las empresas de alquiler de automóviles que los encuestados conocen”

¿Qué empresas de alquiler de automóviles conoce en la ciudad de Talara?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Rent a Car San José	86	39.1	53.4	53.4
	Rent a Car Talara	44	20.0	27.3	80.7
	Laypu EIRL	15	6.8	9.3	90.1
	Servicios Múltiples	10	4.5	6.2	96.3
	Transportes San Carlos EIRL	6	2.7	3.7	100.0
	Total	161	73.2	100.0	
Perdidos	Sistema	59	26.8		
Total		220	100.0		

Fuente: Elaboración Propia 26 de abril del 2013

Gráfico 15



Interpretación:

Del total de los encuestados, las personas que conocen Rent a Car San José equivalen al 43,42%, seguido con el 27,33% Rent a Car Talara y con menor porcentaje del 3,73% Transporte San Carlos.

3.5.2 Análisis de la industria

Existen dos factores importantes que han contribuido al crecimiento de esta industria, el mantenimiento de la tendencia al alza de los desplazamientos turísticos, especialmente de turistas extranjeros y el dinamismo del segmento de negocios. No en vano, el alquiler de automóviles ha sido un negocio al alza en los últimos tiempos,

- **Competencia Actual;** Según la investigación de campo en la ciudad de Talara existen 5 empresas que se dedican al alquiler de automóviles constituyéndose en la competencia entre ellas lidera el mercado Renta Car San José, Renta Car Talara, Servicios Múltiples, Laypu E.I.R.L y Transporte San Carlos
- **Competidores potenciales;** Es un negocio que requiere mucha inversión para su creación existiendo barreras de entrada altas, constituyéndose en una oportunidad de pertenecer en esta industria pues no existirían muchos competidores.
- **Proveedores;** Existen muchas casas comerciales que nos vendan los vehículos de las diferentes marcas y modelos, proveedores que ofrecen materiales y herramientas para el funcionamiento de la empresa, por lo tanto la agencia tiene poder de negociación en este factor.
- **Acreedores;** La constituye los Bancos, Financieras y Casa Comerciales, con las que la empresa trabajara para financiar la inversión del plan de negocio.
- **Grupos de presión;** La empresa se compromete a generar empleo de calidad y estable, apostando por la formación y el desarrollo profesional de sus recursos humanos, respetando todas aquellas legislaciones laborales relacionadas con los derechos de los trabajadores, la prevención de riesgos laborales, la igualdad de oportunidades, la conciliación de la vida laboral y familiar, la diversidad cultural y de nacionalidades y la no discriminación por motivos de sexo, raza, nacionalidad o religión.

CUADRO N° 3

MATRIZ EVALUACIÓN MICROENTORNO					
ACREEDORES	PESO	OPORTUNIDAD	AMENAZAS	CLASIFICACION	PONDERADO
1. Líneas de crédito	0.0025	X		3	0.0075
2. Acceso a las Fuentes de financiamiento	0.0030	X		4	0.012
3. Costo del servicio	0.0040		X	2	0.008
4. Exigencia de Garantías	0.0020		X	2	0.004
5. Cobertura y plazos de los créditos	0.0035		X	1	0.0035
TOTAL	0.0150				0.035
GRUPOS DE INTERES	PESO	OPORTUNIDAD	AMENAZAS	CLASIFICACION	PONDERADO
1. Seguridad Pública	0.0035		X	1	0.0035
2. Capacidad de respuesta o ayuda mutua	0.0020	X		3	0.006
3. Representatividad	0.0010	X		3	0.003
4. Presión sobre la pymes	0.0010		X	1	0.001
5. Ornato y limpieza pública	0.0025	X		3	0.0075
TOTAL	0.01				0.021
CLIENTE	PESO	OPORTUNIDAD	AMENAZAS	CLASIFICACION	PONDERADO
1. Posicionamiento de la empresa	0.0055	X		4	0.022
2. Percepción de la Calidad del Servicio	0.0065	X		3	0.0195
3. Satisfacción de sus necesidades	0.0065	X		3	0.0195
4. Calificación del Local	0.0070	X		4	0.028
5. Nivel de ingresos y su Capacidad de consumo	0.0045	X		3	0.0135
TOTAL	0.0300				0.1025
COMPETENCIA	PESO	OPORTUNIDAD	AMENAZAS	CLASIFICACION	PONDERADO
1. Ubicación, presentación	0.0060	X		3	0.018
2. Política de precios y formas de pago	0.0035		X	2	0.007
3. Cantidad y variedad de servicios	0.0070	X		3	0.021
4. Publicidad y sistemas promocionales	0.0040	X		3	0.012
TOTAL	0.0205				0.058
PROVEEDORES	PESO	OPORTUNIDAD	AMENAZAS	CLASIFICACION	PONDERADO
1. Volúmenes, diversidad y modelos de vehículos	0.0053	X		4	0.0212
2. Facilidades y condiciones de Crédito	0.0055	X		3	0.0165
3. Ubicación	0.0047	X		3	0.0141
4. Costo del financiamiento	0.0030		X	1	0.003
5. Personalización de las ventas	0.0060	X		3	0.018
TOTAL	0.0245				0.0728
TOTAL GENERAL	0.1				0.2893

El ponderado que se obtiene del Micro entorno que está relacionada con la industria comercial, posee un valor de 2.893, que en la escala del uno al cuatro se ubica en el campo de las oportunidades, es decir que existen condiciones favorables para la creación de la empresa de alquiler de automóviles.

3.5.3 Estimación de la Demanda

Según la Municipalidad de Talara la tasa de crecimiento de creación de empresas es del 0,6%, tomando como base el estudio de mercado donde muestra que el 66,5% de las empresas estarían dispuestas a utilizar los servicios de alquiler de automóviles se determinó la demanda potencial.

CUADRO N°04

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	POBL. PROYECTADA	PREFERENCIAS DE EMPRESAS 66,5%
2012	513	341
2013	516	343
2014	519	345
2015	522	347
2016	525	349
2017	529	352
2018	532	354
2019	535	356
2020	538	358
2021	541	360

Fuente: Elaboración propia

3.5.4 LA OFERTA

Existe una demanda potencial de empresas que utilizarían los servicios de alquiler de automóviles, Teniendo en cuenta el sondeo del mercado existen cuatro empresas en Talara que lideran este rubro de los cuales el 40,4% están satisfechos, este dato permitió determinar la oferta.

CUADRO N° 05

PROYECCION DE LA OFERTA

AÑOS	POBLACION CONSUMIDORA	SE ENCUENTRAN SATISFECHOS 40,4%
2013	343	139
2014	345	139
2015	347	140
2016	349	141
2017	352	142
2018	354	143
2019	356	144
2020	358	145
2021	360	145
2022	362	146

Fuente: Elaboración propia

CUADRO N°06

BALANCE DEMANDA-OFERTA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	BALANCE DEMANDA OFERTA
2013	343	139	205
2014	345	139	206
2015	347	140	207
2016	349	141	208
2017	352	142	209
2018	354	143	211
2019	356	144	212
2020	358	145	213
2021	360	145	215
2022	362	146	216

Fuente: Elaboración propia

El proyecto pretende cubrir solo el 20% de la demanda potencial, por la inversión

CUADRO N°07
OFERTA DEL PROYECTO

AÑOS	DEMANDA	OFERTA 20%	OFERTA DEL PROYECTO
2013	205	0.2	41
2014	206	0.2	41
2015	207	0.2	41
2016	208	0.2	42
2017	209	0.2	42
2018	211	0.2	42
2019	212	0.2	42
2020	213	0.2	43
2021	215	0.2	43
2022	216	0.2	43

Fuente: Elaboración propia

Frecuencia de Alquiler	
Semanal	32.30%
Mensual	23.00%
Diario	44.70%
	100.00%

CUADRO N°08
OFERTA DEL PROYECTO

DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA A ATENDER 20%	ALQUILERES AL AÑO
205	41	7400
206	41	7436
207	41	7472
208	42	7508
209	42	7544
211	42	7616
212	42	7652
213	43	7688
215	43	7760
216	43	7797

Fuente: Elaboración propia

CUADRO N°09
ALQUILER POR VEHÍCULOS

CONCEPTO	PREFERENCIAS	PRECIO POR DÍA
AUTO	16.10%	135
VAN	21.70%	190
MINIVAN	11.80%	140
CAMIONETA	50.4%	160
	100.00%	

Fuente: Elaboración propia

3.6 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

3.6.1 Visión

Será reconocida como una de las empresas líder en el campo de la **renta de vehículos de la ciudad de Talara**, gracias a la excelente asesoría, la calidad de sus servicios, la diversidad en su flota de vehículos, los precios competitivos y la atención personalizada de las necesidades de cada uno de sus clientes.

3.6.2 Misión

Es una empresa dedicada a la renta de automóviles que ofrece una amplia variedad de autos y camionetas de modelos nuevos y recientes con el fin de atender las necesidades y expectativas de nuestros clientes particulares y empresariales, brindándoles un excelente servicio, comodidad, agilidad en los trámites y una asesoría especializada, garantizando así una experiencia positiva al momento de rentar un vehículo.

3.6.3 EI FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FODA	F.1 Precios competitivos F.2 Local moderno F.3 Solvencia económica F.4 Dinamismo y empuje de los accionistas	D.1 Pocos clientes D.2 Poca experiencia en la gestión empresarial

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
O.1 Estabilidad económica y política el país O.2 Aumento de la renta per cápita O.3 Demanda de Agencias de alquiler de autos O.4 Incremento de la población O.5 Disponibilidad de financiamiento O.6 Alianzas estratégicas con empresas	Adquisición de vehículos de las mejores marcas del mercado	Diseñar un programa publicitario para incrementar la cartera de clientes.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
A.1 Desastres naturales A.2 Competidores futuros A.3 Inseguridad ciudadana A.4 Conflictos sociales	Adquirir un local en una zona estratégica para la empresa	Realizar convenios con empresas del medio.

Fuente: elaboración propia

3.6.4 Objetivos Genéricos Estratégicos

Aumento continuo de nuestra competitividad y la máxima satisfacción de las necesidades de nuestros clientes.

3.6.5 Estrategia Genérica

- ✓ Adquisición de vehículos de las mejores marcas del mercado
- ✓ Diseñar un programa publicitario para incrementar la cartera de clientes.
- ✓ Adquirir un local en una zona estratégica para la empresa
- ✓ Realizar convenios con empresas del medio

3.6.6 Fuentes de Ventajas

Entre las ventajas competitivas, que generarán valor para los clientes tenemos:

- La principal ventaja competitiva radica en los vehículos con tecnología de punta.
- Los horarios de atención accesibles
- Atención personalizada
- Instalación amplia donde se exhiben los vehículos
- Choferes altamente capacitados

3.7 PLAN DE MARKETING:

3.7.1 Objetivos del plan de Marketing

Objetivo General

Posicionarse en el mercado como la mejor empresa de alquiler de vehículos..

Objetivos Específicos

- ✓ Diferenciarse de la competencia
- ✓ Segmentar el mercado de Talara

3.7.2 Estrategias Mix

❖ Estrategias de precios

Los precios de alquiler de los vehículos serán fijados siguiendo la estrategia de precios más bajos de la competencia y tomando en cuenta el costo de prestar el servicio.

CONCEPTO	Costo de gasolina y mantenimiento
AUTO	S/.67.5
VAN	S/.95.00
MINIVAN	S/.70.00
CAMIONETA	S/.80.00

Fuente: Elaboración propia

CONCEPTO	PRECIO POR DÌA
AUTO	S/.135.00
VAN	S/.190.00
MINIVAN	S/.140.00
CAMIONETA	S/.160.00

Fuente: Elaboración propia

COSTO DE ALQUILER DE LA COMPETENCIA

CONCEPTO	PRECIO POR DÌA
AUTO	S/.150.00
VAN	S/.200.00
MINIVAN	S/.160.00
CAMIONETA	S/.170.00

❖ Plaza

Como estrategia de distribución se utilizará la venta directa a través del contacto con las empresas que requieran el servicio de alquiler de los vehículos.

❖ Promoción

La promoción del negocio se hará a través de la publicidad y promoción de ventas. La promoción de ventas consistirá en:

- ✓ Convenio de descuento del 5% a empresas del sector turismo con las que se tengan alianzas estratégicas
- ✓ Descuento del 2% para empresas fidelizados con la organización.

❖ Publicidad

La publicidad utilizada será de tipo informativa, se prevé entrar al mercado con publicidad intensiva, para informar los servicios de alquiler y esto se hará a través de:

- ✓ Avisos en diario de la localidad.
- ✓ Creación de una página web, para ofrecer los diferentes servicios de alquiler.
- ✓ Entrega de llaveros, Stickers con el logo de la empresa.

3.8 PLAN DE OPERACIONES

El plan de operaciones es una parte importante del plan de negocio ya que con este se establecerán los procesos, recursos materiales y humanos.

3.8.1 Tecnología

Los vehículos utilizados en el negocio de alquiler serán de tecnología avanzada, nuevos y de las mejores marcas del mercado, para lograr la satisfacción plena de las empresas que han requerido el servicio.

3.8.2 Capacidad de Inversión

Con respecto a la inversión, ésta equivale a S/.**384,590.55** de los cuales el 48% será financiado por el Banco Continental del Perú y el 52% por los inversionistas del plan de negocio.

3.8.3 Selección del Tamaño

El negocio tendrá un área de 600 m² para satisfacer la demanda total del mercado, según el análisis de demanda, para la cual se invertirá en la compra de vehículos, equipo y muebles, en la contratación de personal, teniendo como inversión total de S/. **384,590.55** nuevos soles.

3.8.4 Localización

La empresa de alquiler de autos estará localizada a los alrededores del centro de Talara por ser accesible a los Clientes y por contar con todos los servicios de agua, luz, transporte, seguridad y amplia cochera para guardar los vehículos.

3.8.5 Proceso

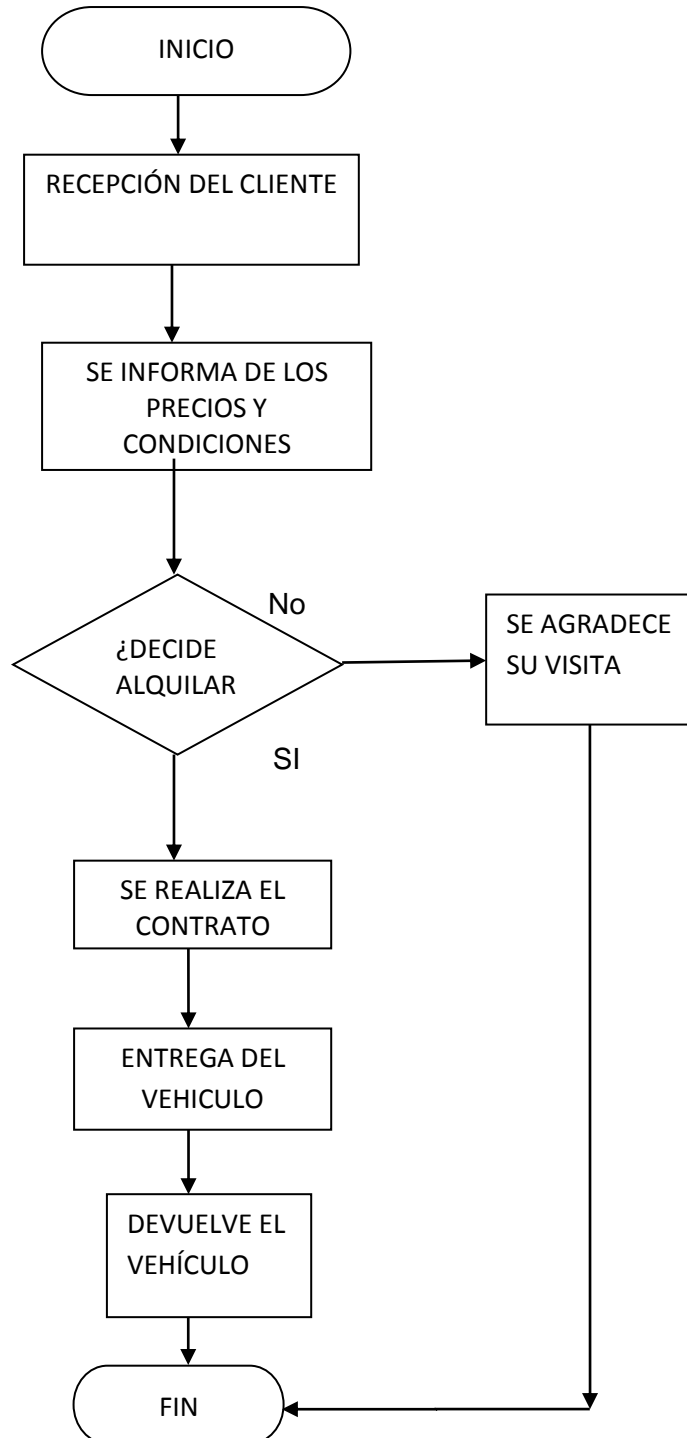
El proceso del alquiler de vehículos se inicia desde que el cliente se pone en contacto con la empresa y termina con el uso del servicio. Las etapas a seguir son las siguientes:

1. Recepción del cliente al llegar a la empresa, esta actividad es importante ya que dependiendo del trato y la información que se le brinde, el cliente decidirá alquilar el automóvil.
2. El Cliente decide alquilar, según la información brindada, se orienta sobre el precio y las condiciones del contrato.
3. El cliente firma el contrato y cancela por el tiempo que requerirá el servicio.

4. El cliente recibe el vehículo verificando que todo esté en regla de acuerdo al contrato.
5. El cliente devuelve el vehículo, verificando que este se encuentre en óptimas condiciones

FIGURA N°01

FLUJO DEL PROCESO DE ALQUILER DE AUTOS



3.8.6 Requerimientos

Todos los recursos materiales que se utilizarán para brindar el servicio de alquiler de vehículos.

✓ VEHÍCULOS Y EQUIPOS

Descripción	Unidad	Cantidad
Toyota yaris 2013	V.U	2
Minivan toyota 12 pasajeros	V.U	2
Van Toyota 14 pasajeros	V.U	2
Camioneta Nissan Frontier 4X4	V.U	2
1 Juego de sala	V.U	1
Escritorios	V.U	2
TV LCD RECORD 42"	V.U	1
Ventiladores	V.U	2
Sillas	V.U	3
Sillas Giratorias	V.U	2
Estantes	V.U	2
Computadoras	V.U	2

Fuente: Elaboración propia

✓ EQUIPOS DE LA OFICINA ADMINISTRATIVA

Equipos	Unidad	Cantidad
Archivadores	Unidad	3
Teléfono	Unidad	1
Impresora	Unidad	1
RPC	Unidad	1
RPM	Unidad	1
Extinguidor	Unidad	1
Botiquín	Unidad	1
Útiles de oficina	Global	1
Consola para tarjetas de crédito		2

Fuente: Elaboración propia

✓ **VEHÍCULOS**

Descripción	Unidad	Cantidad
AUTO	V.U	1
VAN	V.U	1
MINIVAN	V.U	1
CAMIONETA	V.U	1
TOTAL		

Fuente: Elaboración propia

✓ **MANO DE OBRA**

Descripción	Unidad	Cantidad
Gerente General	UNIDAD	1
Contador Externo	UNIDAD	1
Recepcionista	UNIDAD	1
Choferes	UNIDAD	4

Fuente: Elaboración propia

✓ **LOCAL**

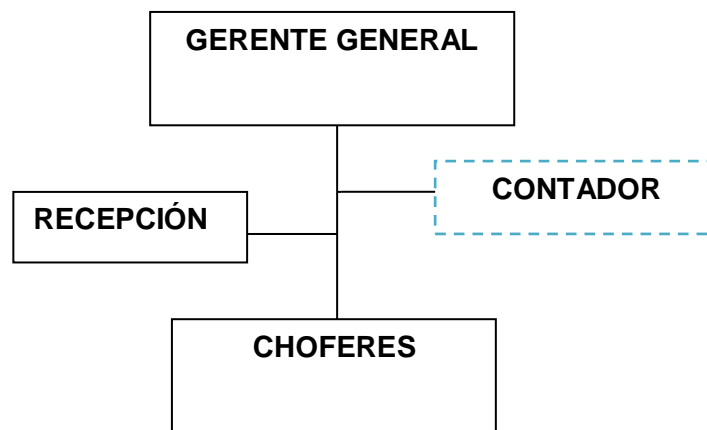
Se contará con un local de 100 m² ubicado en la Zona Industrial de Talara.

3.9 ESTRUCTURA Y REQUERIMIENTO DEL PERSONAL

3.9.1 Estructura

La empresa se va a constituir como una Sociedad Anónima Cerrada, con el nombre de Horizonte "S.A.C, de acuerdo a la ley de sociedades 26887. La estructura organizacional de la empresa es lineal, con líneas de autoridad vertical, combinando la departamentalización por funciones.

**GRÁFICO N° 02
ORGANIGRAMA**



3.9.2 Plan de recursos humanos

El equipo humano es una parte importante para el funcionamiento de un negocio, de los procesos anteriormente descritos y a las necesidades percibidas en cuanto a la administración del negocio, se determinó las necesidades de recursos humanos:

Las descripciones de los puestos son los siguientes.

CARGO: GERENTE GENERAL

Funciones

- Realizar funciones del proceso administrativo en la organización.

- Organizar adecuadamente los recursos humanos y materiales de la empresa.
- Representar a la empresa ante organismos, instituciones, autoridades, proveedores, clientes, etc.
- Preparar, ejecutar y controlar el presupuesto y de inversiones de la empresa.
- Realizar funciones inherentes al control de los ingresos y egresos de la empresa.

Requisitos

- Tener título de Administración de Empresas, o carrera afín
- Contar con experiencia de 3 años en trabajos similares
- Aptitud creativa, equilibrada, proactivo,
- capacidad de liderazgo.
- Capacidad de trabajar en equipo.

CARGO: CONTADOR

Es un órgano externo de la empresa encargado de llevar la contabilidad de la empresa. Sus funciones son:

Funciones

- Registrar las operaciones comerciales, financieras y económicas.
- Formular los estados financieros y de presentarlos a los entes que amerite el caso.
- Representar a la empresa frente a diligencias ante organismos como: SUNAT y otros relacionados con el aspecto tributario.

Requisitos

- Tenga título de contador público colegiado
- Experiencia 03 años como mínimo

CARGO: RECEPCIONISTA

Funciones

- Atiende al cliente y lo deriva al gerente
- Brinda información de los servicios de alquiler
- Ordenar y archivar los documentos de la agencia
- Otras que le asigne el Gerente.

Requisitos

- Formación técnica en manejo documentario
- Experiencia mínimo un año
- Dominio de programas de Word y Excel.

CARGO: CHOFERES

Funciones

- Ordenar la documentación de la unidad
- Revisar la unidad una vez concluido el transporte de materiales
- Cumplir con las políticas de la empresa.
- Hacer conocimiento al administrador si la unidad presenta alguna falla.
- Otras que le asigne el administrador.

Requisitos del puesto

- Tener Licencia de conducir de categoría A – III profesional
- Contar con experiencia de 3 años en trabajos similares
- Tener conocimiento de mecánica
- Tratar en forma cortés y efectiva con el público en general
- Trabajo en equipo
- Proactivo
- Creativo

3.9.3 Aspectos legales

✓ **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)**

A esta entidad se acudirá para obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC); para ello nos acercaremos a las Oficinas de las SUNAT y presentaremos los siguientes documentos:

Requisitos:

- Documento Nacional de Identidad (DNI) del representante.
- Recibo de luz
- Recibo de agua
- Recibo de teléfono fijo del local donde funcionara la microempresa.

Se elegirá entre los siguientes Regímenes Tributarios que más nos convenga:

- El Régimen Único Simplificado(RUS)
- Régimen Especial
- Régimen General

✓ **Notario Público**

El notario da fe del contenido en la minuta y la envía a Registros Públicos para su inscripción.

Deberás presentar en la Notaría:

- Una copia de la minuta redactada.
- Boleta de búsqueda mercantil.
- Copia simple del DNI de los titulares.
- Pagar los derechos notariales.
-

✓ **Superintendencia Nacional De Registros Públicos (SUNARP)**

Requisitos:

- Formato de solicitud de inscripción.
- Copia del documento de identidad del representante legal.
- Escritura Pública con el Pacto Social y el Estatuto.
- Comprobante de pago por los derechos registrales.

✓ **Ministerio Del Trabajo**

Se acude a esta institución para realizar el registro de las planillas de los trabajadores, para lo cual se presentan los siguientes requisitos para la obtención de la primera planilla.

Requisitos (primera planilla):

- Solicitud según Formato.
- Libro u hojas sueltas a ser autorizadas, debidamente numeradas.
- Copia del comprobante de información registrada conteniendo el Registro Único del Contribuyente - RUC.
- Constancia de pago de la tasa correspondiente, abonada en el Banco de la Nación.

✓ **Defensa Civil**

Inspecciones Ex-Post (áreas de hasta 100 m2, 20 computadoras como máximo y predios de hasta dos niveles):

Requisitos:

- ✓ Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil.
- ✓ Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
Distribución gratuita en plataforma
- ✓ Pago por derecho de trámite. (S/ 71.00)

✓ **Municipalidad**

Inscripción Municipal

Consiste en acudir a la municipalidad del distrito en donde va a estar ubicado tu negocio y tramitar la obtención de la licencia de funcionamiento de tu empresa.

La Licencia de Funcionamiento

Es la autorización que te otorga la municipalidad para el desarrollo del giro de tu negocio en su jurisdicción, ya sea como persona natural o jurídica.

Procedimientos para obtener la Licencia de Funcionamiento:

- 1) Solicitud de zonificación: Consiste en verificar la ubicación del negocio de acuerdo a las categorías de áreas geográficas establecidas, conforme a normas técnicas urbanísticas.
- 2) Certificado de compatibilidad de uso: Es la evaluación que realiza el Municipio con el fin de verificar si el tipo de actividad económica a ser desarrollada por el empresario resulta o no compatible con la categorización del espacio geográfico establecido en la zonificación vigente.
- 3) Inspección técnica de seguridad de defensa civil: Es la verificación de las condiciones de seguridad en defensa civil, efectuada por inspectores de la municipalidad acreditados por el INDECI para la inspección técnica básica y los inspectores de seguridad del Instituto Nacional de Defensa Civil - INDECI para la inspección técnica de detalle o multidisciplinaria.

Licencia de Funcionamiento municipal definitivo.

Documento que se emite de conformidad con el TUPA de cada municipalidad. Esta licencia tiene de carácter indeterminado

3.10 PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

3.10.1 Inversiones

Las inversiones están constituidas por aquellos recursos que demandan el negocio para su creación. En este punto se presenta la información referente a inversión necesaria para poner en marcha el plan de negocio.

3.10.2 Inversión fija

Es aquella que se realiza en activos que se adquieren durante la etapa de implementación del negocio y se utiliza a lo largo de la vida útil. Dentro de estas inversiones se ubica las inversiones intangibles y las inversiones tangibles.

3.10.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del negocio.

Se refiere a la inversión requerida para el negocio con la finalidad de adquirir y mantener caja e inventario, por cuanto se requiere además de las instalaciones, ciertos materiales y afrontar dichos pagos, siendo de suma importancia determinar la caja mínima que permita cubrir por lo menos un mes de operación.

ESPECIFICACIONES DE LOS COSTOS

CUADRO Nº 10

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA (\$.)

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor
Permiso .Sanitario	V.U	1	150.00	150.00
Defensa .Civil	V.U	1	42.60	42.60
Sunat	V.U	1	200.00	200.00
Conformidad de Zonificación	V.U	1	35.50	35.50
Municipalidad	V.U	1	400.00	400.00
Constitución de Empresa	V.U	1	350.00	350.00
Ministerio de T.	V.U	2	40.00	80.00
TOTAL				1258.10

Fuente: Elaboración propia

CUADRO Nº 11

MAQUINARIA Y EQUIPO (S/.)

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor
Toyota yaris 2013	V.U	2	33600	67200
Minivan toyota 12 pasajeros	V.U	2	28000	56000
Van Toyota 14 pasajeros	V.U	2	36400	72800
Camioneta Nissan Frontier 4X4	V.U	2	61600	123200
1 Juego de sala	V.U	1	600.00	600.00
Escritorios	V.U	2	150.00	300.00
TV LCD RECORD 42"	V.U	1	1,200.00	1,200.00
Ventiladores	V.U	2	70.00	140.00
Sillas	V.U	3	32.00	96.00
Sillas Giratorias	V.U	2	95.00	190.00
Estantes	V.U	2	100.00	200.00
Computadoras	V.U	2	1,000.00	2,000.00
TOTAL	V.U			323,926.00

Fuente: Elaboración propia

CUADRO Nº 12

EQUIPOS COMPLEMENTARIOS

Equipos	Unidad	Cantidad	P.U	Total S/
Archivadores	Unidad	3	4.8	14.4
Teléfono	Unidad	1	100.00	100.00
Impresora	Unidad	1	150.00	150.00
RPC	Unidad	1	60.00	60.00
RPM	Unidad	1	60.00	60.00
Extintidor	Unidad	1	90.00	90.00
Botiquín	Unidad	1	40.00	40.00
Útiles de oficina	Global	1	100.00	100.00
Consola para tarjetas de crédito		2	100.00	200.00
TOTAL				814.40

Fuente: Elaboración propia

CUADRO N° 13**MATERIA PRIMA (S/.)**

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor
AUTO	V.U	1	80,414	80,414
VAN	V.U	1	152,541	152,541
MINIVAN	V.U	1	61,120	61,120
CAMIONETA	V.U	1	298,348	298,348
TOTAL				592,423.75

Fuente: Elaboración propia

CUADRO N° 14**PLANILLAS MENSUAL (S/.)**

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor
Gerente General	UNIDAD	1	1,500.00	1,500.00
Contador Externo	UNIDAD	1	120.00	120.00
Recepcionista	UNIDAD	1	800.00	800.00
Choferes	UNIDAD	4	1,000.00	4,000.00
TOTAL				6,420.00

Fuente: Elaboración propia

CUADRO Nº 15**BENEFICIOS SOCIALES**

Personal	Nº	Sueldo	Essalud	CTS	Vacaciones	TOTAL ANUAL
			4.5%	No	15 días	
Gerente General	1	1500.00	67.50	-	750.00	1,560.00
Recepcionista	1	800.00	36.00	-	400.00	832.00
Choferes	4	1000.00	90.00	-	1000.00	2,080.00
			193.50			4,472.00

Fuente: Elaboración propia

CUADRO Nº 16**CAJA BANCOS (S/.)**

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor
Alquiler del local	UNIDAD	1	600.00	600.00
Garantía del Local	UNIDAD	2	600.00	1,350.00
Publicidad	UNIDAD	1	100.00	100.00
Imprevistos 10%	UNIDAD	1	130.00	130.00
TOTAL				2,180.00

Fuente: Elaboración propia

CUADRO Nº 17**SERVICIOS (S/.)**

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor
Luz	UNIDAD	1	100.00	100.00
Agua	UNIDAD	1	50.00	50.00
Teléfonos	UNIDAD	2	40.00	80.00
Paquete Internet , Telefono y cable	UNIDAD	1	120.00	120.00
TOTAL MENSUAL				350.00

Fuente: Elaboración propia

CUADRO N° 18

MATERIALES DE LIMPIEZA (S/.)

Equipos	Unidad	Cantidad	P.U	Total S/
Papel Higiénico	UNIDAD	6	0.70	4.20
JabónLíquido de 1 Lit.	UNIDAD	1	5.00	5.00
Bolsas Negras de Basura	UNIDAD	10	0.90	9.00
Perfumador de 1 Lt.	UNIDAD	1	3.20	3.20
Desinfectante de 1 Lt.	UNIDAD	1	3.50	3.50
Escoba	UNIDAD	2	8.00	16.00
Tacho de basura mediano	UNIDAD	2	14.00	28.00
Recogedor	UNIDAD	1	5.00	5.00
Franelas	UNIDAD	2	3.00	6.00
TOTAL				79.90

Fuente: Elaboración propia

CUADRO N °19

INVERSION TOTAL

Rubros	Unidad	Cantidad	P.Unitario	Valor
I. Inversión Fija				326,348.50
A. I.F.Tangible				324,740.40
Maquinaria. Y Equipo	Global	1	323,926.00	323,926.00
Equipo complementario	Global	1	814.40	814.40
B. Inversión Intangible				1,608.10
Gastos .de Constitución	Global	1	1,258.10	1,258.10
Servicios	V.U	1	350.00	350.00
II. Cap.de Trabajo				58,242.05
Caja-Bancos	Global	1	2,180.00	2,180.00
Materia Prima	mes	1	49,368.65	49,368.65
Planillas	Global	1	6,420.00	6,420.00
Beneficio Social	Global	1	193.50	193.50
Mat. de Limpieza	Global	1	79.90	79.90
TOTAL				384,590.55

Fuente: Elaboración propia

Resumen

Rubros	Montos (S/.)	%
I. Inversión Fija	326,348.50	85%
II. Cap. De Trabajo	58,242.05	15%
TOTAL	384,590.55	100%

Elaboración: Grupo Ejecutor

Fuentes	S/	%
Aporte Propio	184,590.55	48%
Banco	200,000.00	52%
Total	384,590.55	100%

La inversión total para el negocio se ha determinado en S/. **32,802.92** nuevos soles, de los cuales la inversión fija representa el 23%.

El capital de trabajo representa el 77% que es el dinero necesario para empezar el negocio para el primer mes de operación.

3.10.4 Financiamiento

Para financiar la inversión del negocio contamos con el 58% del aporte de los socios y el otro 42% será financiado por el Banco Continental del Perú.

CUADRO Nº 20

SERVICIO DE LA DEUDA

Cuota	F. Vencimiento	Saldo	Amortización	Interés	Com. Env. + Seg. (*)	Cuota Total
1	30/07/2013	199,483.22	516.78	6,093.06	75.5	6,685.34
2	02/09/2013	198,608.26	874.96	5,734.88	75.5	6,685.34
3	30/09/2013	196,688.76	1,919.50	4,690.34	75.5	6,685.34
4	30/10/2013	195,059.88	1,628.88	4,980.96	75.5	6,685.34
5	02/12/2013	193,890.55	1,169.33	5,440.51	75.5	6,685.34

6	30/12/2013	191,859.63	2,030.92	4,578.92	75.5	6,685.34
7	30/01/2014	190,272.51	1,587.12	5,022.72	75.5	6,685.34
8	28/02/2014	188,318.58	1,953.93	4,655.91	75.5	6,685.34
9	31/03/2014	186,638.76	1,679.82	4,930.02	75.5	6,685.34
10	30/04/2014	184,755.37	1,883.39	4,726.45	75.5	6,685.34
11	30/05/2014	182,824.29	1,931.08	4,678.76	75.5	6,685.34
12	30/06/2014	181,000.63	1,823.66	4,786.18	75.5	6,685.34
13	30/07/2014	178,974.46	2,026.17	4,583.67	75.5	6,685.34
14	01/09/2014	177,356.48	1,617.98	4,991.86	75.5	6,685.34
15	30/09/2014	175,086.50	2,269.98	4,339.86	75.5	6,685.34
16	30/10/2014	172,910.56	2,175.94	4,433.90	75.5	6,685.34
17	01/12/2014	170,975.35	1,935.21	4,674.63	75.5	6,685.34
18	30/12/2014	168,549.22	2,426.13	4,183.71	75.5	6,685.34
19	30/01/2015	166,351.86	2,197.36	4,412.48	75.5	6,685.34
20	02/03/2015	164,096.97	2,254.89	4,354.95	75.5	6,685.34
21	30/03/2015	161,362.45	2,734.52	3,875.32	75.5	6,685.34
22	30/04/2015	158,976.94	2,385.51	4,224.33	75.5	6,685.34
23	01/06/2015	156,665.03	2,311.91	4,297.93	75.5	6,685.34
24	30/06/2015	153,888.73	2,776.30	3,833.54	75.5	6,685.34
25	30/07/2015	151,175.98	2,712.75	3,897.09	75.5	6,685.34
26	31/08/2015	148,653.18	2,522.80	4,087.04	75.5	6,685.34
27	30/09/2015	145,807.84	2,845.34	3,764.50	75.5	6,685.34
28	30/10/2015	142,890.45	2,917.39	3,692.45	75.5	6,685.34
29	30/11/2015	140,021.36	2,869.09	3,740.75	75.5	6,685.34
30	30/12/2015	136,957.43	3,063.93	3,545.91	75.5	6,685.34
31	01/02/2016	134,167.53	2,789.90	3,819.94	75.5	6,685.34
32	29/02/2016	130,726.19	3,441.34	3,168.50	75.5	6,685.34
33	30/03/2016	127,426.87	3,299.32	3,310.52	75.5	6,685.34
34	02/05/2016	124,371.15	3,055.72	3,554.12	75.5	6,685.34
35	30/05/2016	120,698.46	3,672.69	2,937.15	75.5	6,685.34
36	30/06/2016	117,248.40	3,450.06	3,159.78	75.5	6,685.34
37	01/08/2016	113,808.36	3,440.04	3,169.80	75.5	6,685.34
38	31/08/2016	110,080.61	3,727.75	2,882.09	75.5	6,685.34
39	30/09/2016	106,258.46	3,822.15	2,787.69	75.5	6,685.34
40	31/10/2016	102,430.38	3,828.08	2,781.76	75.5	6,685.34
41	30/11/2016	98,414.49	4,015.89	2,593.95	75.5	6,685.34
42	30/12/2016	94,296.90	4,117.59	2,492.25	75.5	6,685.34
43	30/01/2017	90,155.67	4,141.23	2,468.61	75.5	6,685.34
44	28/02/2017	85,751.91	4,403.76	2,206.08	75.5	6,685.34
45	30/03/2017	81,313.66	4,438.25	2,171.59	75.5	6,685.34
46	02/05/2017	76,971.78	4,341.88	2,267.96	75.5	6,685.34
47	30/05/2017	72,179.71	4,792.07	1,817.77	75.5	6,685.34

48	30/06/2017	67,459.47	4,720.24	1,889.60	75.5	6,685.34
49	31/07/2017	62,615.66	4,843.81	1,766.03	75.5	6,685.34
50	31/08/2017	57,645.04	4,970.62	1,639.22	75.5	6,685.34
51	02/10/2017	52,593.63	5,051.41	1,558.43	75.5	6,685.34
52	30/10/2017	47,225.84	5,367.79	1,242.05	75.5	6,685.34
53	30/11/2017	41,852.33	5,373.51	1,236.33	75.5	6,685.34
54	02/01/2018	36,409.81	5,442.52	1,167.32	75.5	6,685.34
55	30/01/2018	30,659.82	5,749.99	859.85	75.5	6,685.34
56	28/02/2018	24,800.22	5,859.60	750.24	75.5	6,685.34
57	02/04/2018	18,882.09	5,918.13	691.71	75.5	6,685.34
58	30/04/2018	12,718.17	6,163.92	445.92	75.5	6,685.34
59	30/05/2018	6,430.41	6,287.76	322.08	75.5	6,685.34
60	02/07/2018	0	6,430.41	179.35	75.5	6,685.26
			200,000.00	196,590.32	4,530.00	401,120.32

3.10.5 Presupuesto de ingresos y egresos

➤ Presupuesto de Ingresos

Los ingresos son el resultado del precio que pagan los clientes por el alquiler de los locales comerciales. El precio se ha determinado tomando en cuenta los precios que ellos están dispuestos a pagar según encuesta y los costos de cada servicio.

CUADRO Nº 21
PRESUPUESTO DE INGRESOS (S/.)

PROYECCION DE LOS INGRESOS										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
AUTO	160828	161613	162398	163182	163967	165536	166320	167105	168674	169458
VAN	305082	306570	308058	309547	311035	314011	315499	316988	319964	321452
MINIVAN	122240	122836	123433	124029	124625	125818	126414	127010	128203	128799
CAMIONETA	596697	599608	602518	605429	608340	614161	617072	619983	625804	628715
TOTAL INGRESOS	1184847	1190627	1196407	1202187	1207966	1219526	1225306	1231085	1242645	1248425

Fuente: Elaboración propia

➤ **Presupuesto de Egreso**

Se toma en cuenta la clasificación de costos directos e indirectos para la operación y el mantenimiento del negocio, todos los egresos se ajustarán tomando en cuenta la tasa inflacionaria del 3%.

Aquí se calculan las depreciaciones y los costos financieros, tal como se muestran en los siguientes cuadros.

a) Costos de Producción

CUADRO N° 22
PRESUPUESTO DE COSTOS DE LOS SERVICIOS (S/.)

PROYECCION DE LOS COSTOS DE PRODUCCION										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
AUTO	80414	80807	81199	81591	81983	82768	83160	83552	84337	84729
VAN	152541	153285	154029	154773	155517	157006	157750	158494	159982	160726
MINIVAN	61120	61418	61716	62014	62313	62909	63207	63505	64101	64400
CAMIONETA	298348	299804	301259	302715	304170	307081	308536	309991	312902	314357
TOTAL	592424	595314	598203	601093	603983	609763	612653	615543	621322	624212

Fuente Elaboración propia

CUADRO N° 23
PRESUPUESTO DE COSTOS MANO DE OBRA DIRECTA (S/.)

Remuneraciones (incluye beneficios sociales)	50080	51582	53130	54724	56365	58056	59798	61592	63440	65343
Total	50080	51582	53130	54724	56365	58056	59798	61592	63440	65343

Fuente Elaboración propia

b) Gastos de operación

Se han considerado los gastos de administración y de marketing; en los cuales se consignan los rubros de sueldo de administrativos, beneficios sociales y cargas sociales. A continuación se detallan los gastos de operación

CUADRO N°24
GASTOS ADMINISTRATIVOS (S/.)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos. Administrativos	35632	37802	38936	40104	40104	41307	42546	43823	45138	46492
Remuneraciones (incluye beneficios sociales)	31432	32375	33346	34347	35377	36438	37531	38657	39817	41012
Servicios										
Luz	1200.00	1236.00	1273.08	1311.27	1350.61	1391.13	1432.86	1475.85	1520.12	1565.73
Agua	600.00	618	637	656	675	696	716	738	760	783
Teléfonos	960.00	989	1018	1049	1080	1113	1146	1181	1216	1253
Paquete Internet , Teléfono y cable	1440.00	1483	1528	1574	1621	1669	1719	1771	1824	1879

Fuente: Elaboración propia

**CUADRO N°25
GASTOS DE VENTA (S/.)**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos. Ventas	1200	1236	1273	1311	1351	1391	1433	1476	1520	1566
Publicidad	1200	1236	1273	1311	1351	1391	1433	1476	1520	1566

**CUADRO N°26
GASTOS GENERALES (S/.)**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
G. Generales	8159	8404	8656	8915	9183	9458	9742	10034	10335	10645
Materiales e implementos	959	988	1017	1048	1079	1112	1145	1179	1215	1251
Alquiler	7200	7416	7638	7868	8104	8347	8597	8855	9121	9394

Fuente: Elaboración propia

CUADRO Nº27
COSTO TOTAL (S/.)

RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
I.- Costos Fabricación	642630	647022	651459	655943	660475	667945	672577	677261	684888	689681
Materia Prima	592424	595314	598203	601093	603983	609763	612653	615543	621322	624212
M.O.D	50080	51582	53130	54724	56365	58056	59798	61592	63440	65343
Amortización C.dif	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126
II.- Gatos. Operación										
2.1 Gastos .Administrativos	35632	36701	37802	38936	40104	41307	42546	43823	45138	46492
Remuneraciones (incluye beneficios sociales)	31432	32375	33346	34347	35377	36438	37531	38657	39817	41012
Servicios										
Luz	1200	1236	1273	1311	1351	1391	1433	1476	1520	1566
Agua	600	618	637	656	675	696	716	738	760	783
Teléfono Móvil	960	989	1018	1049	1080	1113	1146	1181	1216	1253
Paquete Intenet , Teléfono y cable	1440	1483	1528	1574	1621	1669	1719	1771	1824	1879
2.2 Gastos .de Ventas	1200	1236	1273	1311	1351	1391	1433	1476	1520	1566
Publicidad	1200	1236	1273	1311	1351	1391	1433	1476	1520	1566
2.3. Gastos. Generales	8159	8404	8656	8915	9183	9458	9742	10034	10335	10645
Materiales e implementos	959	988	1017	1048	1079	1112	1145	1179	1215	1251
Alquileres	7200	7416	7638	7868	8104	8347	8597	8855	9121	9394
2.4. DEPRECIACIONES	129608	129608	129608	129608	129608	129608	129608	129608	129608	129608
TOTAL	817228	822970	828798	834714	840720	849710	855906	862202	871489	877992

Fuente: Elaboración propia

c) **Depreciación:**

Es el desgaste, obsolescencia, o la caída del precio de un activo. El valor residual será del 25% del total de activos fijos que se pueden depreciar.

**CUADRO Nº28
DEPRECIACIONES (S/.)**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Depreciación de maquinaria y equipo	129570.40	129570.40	129570.40	129570.40	129570.40	129570.40	129570.40	129570.40	129570.40	129570.40
Depreciación de equipos complementarios	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50
TOTAL DEPRECIACIONES	129607.90	129607.90	129607.90	129607.90	129607.90	129607.90	129607.90	129607.90	129607.90	129607.90

Fuente: Elaboración propia

**CUADRO Nº 29
AMORTIZACIONES**

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor	amortización
G. de constitución	global	1	1258	1258	
				1258	126
amortización	10%				

Fuente: Elaboración propia

3.10.6 Punto de Equilibrio

Es aquel donde el volumen de ventas tiene utilidad igual a cero; esto se produce en la intersección del costo total y ventas, es decir en donde ambos se igualan.

$$Q^* = \frac{CFT}{(PV_{\text{sinigv}} - CUV)}$$

COSTOS FIJOS	TOTAL
Gasto operativo	174599
COSTOS VARIABLES	
COSTOS DE FABRICACIÓN	592424
COSTO TOTAL	767022

	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO VARIABLE UNITARIO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	PUNTO DE EQUILIBRIO EN SOLES
AUTO	28110	95380	80	512	69077
VAN	37888	128556	80	345	65480
MINIVAN	20603	69906	80	344	48123
CAMIONETA	87998	298582	80	1101	176133
TOTAL	174599	592424			

Fuente: Elaboración propia

3.10.7 Estados Financieros Proyectados

➤ Balance Inicial

CUADRO Nº 30 BALANCE INICIAL(S/.)

ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo No Corriente	
Existencias	S/. 49,368.65	Obligaciones Financieras	S/. 200,000.00
Disponibles	S/. 8,873.40		
Total Activo Corriente	S/. 58,242.05	Total Pasivo	
Activo No Corriente		Patrimonio	
Tangible	S/. 324,740.40	Capital	S/. 184,590.55
Intangible	S/. 1,608.10		
Total Activo No Corriente	S/. 326,348.50		
TOTAL ACTIVO	S/. 384,590.55	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/. 384,590.55

Fuente Elaboración propia

➤ Estado de Resultados

**CUADRO N° 31
ESTADO DE RESULTADOS (S/.)**

RUBRO	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ingreso Por Ventas	1184847	1190627	1196407	1202187	1207966	1219526	1225306	1231085	1242645	1248425
Costo de Fabricación	592424	595314	598203	601093	603983	609763	612653	615543	621322	624212
UTILIDAD BRUTA	592424	595314	598203	601093	603983	609763	612653	615543	621322	624212
Gastos Operativos	-174599	-177049	-178473	-179939	-180245	-181765	-183329	-184941	-186601	-188311
Gastos de ventas	1200	1236	1273	1311	1351	1391	1433	1476	1520	1566
Gastos de Administración	35632	37802	38936	40104	40104	41307	42546	43823	45138	46492
Gastos generales	8159	8404	8656	8915	9183	9458	9742	10034	10335	10645
Depreciación	129608	129608	129608	129608	129608	129608	129608	129608	129608	129608
UTILIDAD OPERATIVA	417825	418264	419731	421155	423738	427998	429324	430602	434722	435902
Gastos Financieros	60319	52206	42678	29529	11859	906	0	0	0	0
U. ANTES DE IMP.	357506	366058	377053	391626	411879	427092	429324	430602	434722	435902
I. Renta (30%)	107252	109817	113116	117488	123564	128128	128797	129181	130416	130770
U. NETA	250254	256241	263937	274138	288315	298965	300527	301421	304305	305131

Fuente: Elaboración propia

3.11 EVALUACIÓN FINANCIERA

➤ **Flujo de caja económico y financiero**

Para determinar el valor residual se considera el 10% de la inversión fija.

CUADRO Nº 32
FLUJO DE CAJA ECONOMICO Y FINANCIERO

RUBROS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I) INGRESOS		1184847	1190627	1196407	1202187	1207966	1219526	1225306	1231085	1242645	1280899
VENTAS		1184847	1190627	1196407	1202187	1207966	1219526	1225306	1231085	1242645	1248425
V. RESIDUAL											32,474.04
II) EGRESOS		-892370	-897842	-902595	-907378	-911350	-919927	-924779	-929664	-938340	-943294
2.1 INVERSIONES	-384591										
2.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN		-592424	-595314	-598203	-601093	-603983	-609763	-612653	-615543	-621322	-624212
2.3. GASTOS OPERATIVO		-174599	-177049	-178473	-179939	-180245	-181765	-183329	-184941	-186601	-188311
2.5. IMPUESTO A LA RENTA		-125348	-125479	-125919	-126346	-127121	-128400	-128797	-129181	-130416	-130770
III) FLUJO NETO ECONOMICO	-384591	292478	292785	293812	294808	296616	299599	300527	301421	304305	337605
IV) FLUJO FINANCIERO											
PRÉSTAMO	200000										
AMORTIZACIÓN		-18999	-27112	-36640	-49789	-67459					
INTERESES		-60319	-52206	-42678	-29529	-11859					
SEGURO DESGRAVAMENT		-906	-906	-906	-906	-906					
ESCUDO FISCAL		18096	15662	12803	8859	3558					
V) FLUJO NETO FINANCIERO	-184591	230349	228223	226391	223443	219950	299599	300527	301421	304305	337605

Fuente: Elaboración propia

➤ Evaluación del Negocio

Este análisis estima la rentabilidad del capital propio complementado con el financiamiento externo para ello utilizaremos las tasas de descuento que a continuación se indican:

CUADRO N° 27

TASA DE RENDIMIENTO EXIGIDA	0.12		
TEA pasiva más alta del mercado	0.1		
Riesgo	0.02		
TEA DEL PRESTAMO	0.35		
INVERSION TOTAL	384590.55		
APORTE PROPIO	0.480	184591	
FINACIAMIENTO	0.520	200000	
Calculo del costo promedio ponderado de capital			0.1850042

Fuente: Elaboración propia

3.11.1 Evaluación Económica

Aquí presentamos la evaluación del proyecto de inversión por medio de sus indicadores económicos que son: La tasa interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN),

CUADRO N ° 33

INDICADORES DE RENTABILIDAD ECONOMICO

EVALUACION	
VANE	1302653
TIRE	71.02%

Fuente: Elaboración propia

➤ **VALOR ACTUAL NETO. VANE**

Considerando una tasa de Rendimiento exigida del 12% se tiene un VANE equivalente a S/. 1302653

Con un VAN mayor que cero se considera el proyecto rentable

➤ **TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICA. TIR**

La Rentabilidad de la inversión total mediante la TIR del proyecto es de alta con un 71,02%, lo cual nos permite financieramente cubrir los costos a través del horizonte de planeación.

3.11.2 Evaluación Financiera

Este análisis estima la rentabilidad del capital propio complementado con el financiamiento externo para los cuales se pueden utilizar los siguientes indicadores:

CUADRO N ° 34

INDICADORES DE RENTABILIDAD FINANCIERA

EVALUACION	
VANF	515,815.09
TIRF	121.61%

Fuente: Elaboración propia

Determina la rentabilidad financiera en función al flujo de caja financiero y la tasa de descuento financiero.

- El VANF es de S/.515,815.09por lo tanto el proyecto es altamente rentable financieramente.

➤ **TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA: TIRF**

La TIR es una tasa de actualización de flujos a la que el valor Actual Neto Financiero tiende a cero.

La TIR del proyecto es de 121.61%

Quiere decir que la alternativa de financiamiento es altamente rentable razón por la cual debe llevarse a cabo el proyecto.

3.12 Contrastación de hipótesis

3.12.1 Contrastación de la hipótesis general

H: Mediante el plan de negocio se determina que sí existen condiciones de viabilidad y rentabilidad para la creación de una empresa de Alquiler de automóviles en la ciudad de Talara – 2013.

La elaboración de un plan de negocios permite la viabilidad de crear una Empresa de Alquiler de Automóviles, para satisfacer la demanda del mercado objetivo.

Al preguntárseles a las personas por su disposición de acudir a una nueva empresa de Alquiler de automóviles respondió que sí, en un 66.46%, esto nos lleva a concluir que el proyecto tiene una demanda potencial alta y que comercialmente es viable.

Por otro lado se han evaluado los diferentes estudios que contiene el Plan de Negocio y los resultados son favorables, económicamente y financieramente es rentable por lo tanto se ACEPTA, la hipótesis general.

3.12.2 Contrastación de las hipótesis específicas

H1: Los condicionantes del mercado, en cuanto a oferta, demanda y precio para la creación de una empresa de alquiler de Automóviles en la ciudad de Talara 2013 se presentan favorablemente.

H2: Existen dos empresas más reconocidas en Talara las cuales serían

competencia cercana a nuestra futura empresa las cuales son: Rent a Car San José y Rent a Car Talara.

H3: Los condicionantes técnicos a través de los diferentes planes (plan operativo, plan de marketing, plan de organización, etc.) para la creación de la empresa de Alquiler de Automóviles en la ciudad de Talara - 2013 se presentan de manera positiva y favorable.

H4: Los condicionantes económicos financieros (VAN, TIR) para la creación de la empresa de alquiler de Automóviles en la ciudad de Talara - 2013 presentan ratios favorables para el proyecto. De la evaluación económica y financiera a través de los indicadores de rentabilidad del VAN fue positivo y el TIR mayor a su tasa de descuento por lo que se concluye que el plan de negocio es rentable, por lo tanto se ACETA la hipótesis.

IV. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el trabajo de campo a través de la aplicación del cuestionario a las 200 empresas de Talara, nos muestra que existe una demanda potencial de empresas que utilizan los servicios de alquiler de vehículos con un 74%, además la disposición de las empresas por utilizar estos servicios de la nueva empresa es del 66.5% constituyéndose en una gran oportunidad.

Por otro lado las empresas encuestadas manifestaron en un 59.6% no estar satisfechos con los servicios que prestan actualmente las empresas del medio, estas empresas demandan alquiler de camionetas en un 21.74%, por otro lado en la investigación se detectó que existe oferta directa del servicio de alquiler liderando Renta Car San José, por lo expuesto se puede concluir que existe las condicionantes favorables de mercado para la creación de la empresa de alquiler de vehículos.

El estudio de mercado permitió definir la cantidad y tipo de vehículos, equipos, materiales y muebles necesarios para el negocio, tomando en cuenta las especificaciones técnicas de calidad. Asimismo se determinó el tamaño y la localización de acuerdo a las preferencias de los clientes, en este caso se ubicará en los alrededores de la ciudad de Talara y tendrá un tamaño de m^2 para satisfacer la demanda potencial, razón por la cual se constituirá una empresa de tipo sociedad anónima cerrada con seis colaboradores acogidos a la ley Pyme. Por lo expuesto se puede concluir que existen las condiciones favorables técnicas para la creación de esta nueva empresa.

El estudio económico y financiero determinó el monto de la inversión total que asciende a S/.**384,590.55** nuevos soles, distribuidos el 85% inversión fija y el 15% en capital de trabajo. Se financiará la inversión en un 52% y se trabajará con el Banco Continental del Perú. Los estados financieros proyectados arrojan utilidad desde el primer año de vida útil del plan de negocio de la misma manera los flujos económicos y financieros son positivos. El estudio financiero medido a través de los indicadores de rentabilidad determinan que el Plan de negocio, es altamente rentable económica y financieramente, como lo demuestran los indicadores: VANE 1302653, VANF 515815.09 y TIRE71.02%, TIRF 121.61%, descontados con la tasa de descuento del 18,5%. De todos los resultados encontrados se puede concluir que el Plan de negocio es viable.

V. CONCLUSIONES

1. En el trabajo de investigación se determinó que existe una demanda potencial de empresas que solicitan los servicios de alquiler de autos, de igual manera los resultados arrojan un porcentaje de insatisfacción por el servicio que reciben actualmente por las empresas existentes en Talara, constituyéndose en una oportunidad de negocio.
2. Existe oferta directa de 06 empresas en cuanto al tipo de negocio que se piensa instalar, siendo Renta Car San José el que lidera el mercado con un 53,4%.
3. Los vehículos, equipos e insumos utilizados para brindar el servicio de alquiler de vehículos requieren de tecnología de punta, los automóviles a adquirir son de las mejores marcas del mercado.
4. El tamaño y la localización del restaurante se ha determinado, de acuerdo a la demanda de las empresas, a la disponibilidad del local para alquilar y factores técnicos necesarios para la localización; en este caso se ubicará en la Zona Industrial de Talara y contará con una área de 600 metros cuadrados.
5. El monto de la inversión total requerido por el proyecto asciende a **S/384,590.55** nuevos soles, que será financiado con el Banco Continental después de haber evaluado otras fuentes de financiamiento.
6. El tipo de organización que se propone para la creación de la empresa de alquiler de autos es una Sociedad Anónima Cerrada por características y ventajas que proporciona y su tipo de estructura es la lineal con departamentalización por funciones.
7. El Plan de negocio, es altamente rentable económica y financieramente, como lo demuestran los indicadores: VANE 1302653, VANF 515815.09 y TIRE 71.02%, TIEF 121.61%.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda instalar la empresa de alquiler de automóviles por ser viable según lo demuestran los estudios del Plan de Negocio y deberá estar ubicado en la zona industrial de Talara.
2. Se recomienda que los vehículos que se adquirieran sean de cero kilómetro y de marcas reconocidas en el mundo automotriz. Igualmente los muebles y enseres de la oficina deben ser de óptima calidad.
3. Se sugiere que al seleccionar a los choferes se tomen en cuenta las especificaciones de manual de funciones, que posea breveté A-3 y que tenga amplia experiencia en viajes de ruta larga.
4. El Administrador del negocio, debe contar con las capacidades y la experiencia de gestión empresarial, para llevar con éxito la gestión empresarial en la nueva organización.
5. Asimismo se recomienda realizar contratos con empresas grandes dedicadas a la minería, turismo y servicios generales.
6. Para en un futuro, después de consolidarse en el mercado Local expandirse a otras ciudades, utilizando alianzas estratégicas.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Adams, B. (1998). *COMPLETE BUSINESS PLAN*. Holbrook: Adams Streetwise.
- Alcaraz, R. (1995). *EL EMPRENDEDOR DE EXITO*. Mexico DF: McGraw-Hill.
- Antonio, B. (2000). *EL PLAN DE NEGOCIOS*. Colombia: MCGRAW-HILL.
- Esparza Carrasco, & Gonzales Guerrero. (2009). *PLAN DE NEGOCIO PARA FACILITADORA DE SERVICIOS TURISTICOS EN NICARAGUA*. Santiago: Universidad de Chile.
- Fuentes Vaca, T. (2007). *PLAN DE PUBLICIDAD PARA PROMOVER EMPRESAS DE RENTA DE AUTOS*. Guayaquil: Universidad Tecnológica Equinoccial de Guayaquil.
- Lama Cruz, M. (2011). *ELABORACION DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACION DE UNA GALERIA DE ARTE EN LA CALETA DE MANCORA-PIURA*. Piura: Universidad César Vallejo.
- Siguas Sifuentes, S. (2003). *PROYECTO DE INVERSION PARA EL SERVICIO DE ALQUILER DE MONTACARGAS*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Weinberger, K. (2009). *HERRAMIENTAS PARA EVALUAR LA VIABILIDAD DE UN NEGOCIO*. Lima: Universidad del Pacífico.

LINKOGRAFÍA:

- ✓ Plan de Marketing (Marketing siglo XXI): <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- ✓ Modelo Canvas :http://www.coworkinglemon.com/blog/modelo-canvas-generacionmodelosnegocios/http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2009/valle_m/sources/valle_m.pdf;

VIII. ANEXOS

ANEXO N°01

TÉCNICA CUALITATIVA

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Nombre de la Empresa :

Ruc :

Dirección :

Tiempo que lleva operando :

Número de empleados :

Nombre :

Buenos días/tardes soy estudiante de la escuela de administración de la Universidad César Vallejo- Piura y vengo a pedirle su apoyo para contestar una entrevista en profundidad, la misma que será de gran utilidad para la realización del trabajo de investigación.

1. ¿Cuáles son las principales actividades que realiza su empresa?
2. ¿Qué líneas de producto maneja?
3. ¿Qué vehículos son los que más requieren los clientes?
4. ¿Cuáles son las marcas de las marcas de autos que más requieren?
5. ¿Quiénes son sus proveedores de esta marca de automóviles?
6. ¿Ofrece garantía a sus clientes por el servicio que brinda?
7. ¿Su negocio solo es en la ciudad de Talara?
8. ¿De dónde provienen sus clientes?
9. ¿Cómo es el pago de los clientes?
10. ¿Con que frecuencia solicitan el alquiler de vehículos los clientes?
11. ¿Cuál es el mes de mayor demanda de alquiler de autos?
12. ¿Maneja algún descuento por el número de días de alquiler?

13. ¿Maneja una base de datos o registro de sus clientes?
14. ¿Cuál es el promedio de alquiler diario en su establecimiento?
15. ¿Qué margen de utilidad maneja?
16. ¿Además del giro del negocio que tiene piensa ampliar en otros rubros?
17. ¿Realiza actividades de publicidad en su negocio?
18. ¿Cree que su local está bien ubicado?
19. ¿Está pensando en ampliar la infraestructura de su negocio?
20. ¿Cuál es horario de atención?
21. ¿A quién considera su principal competidor?

ENCUESTA

Estimado Sr/Sra. /Srta., la siguiente encuesta tiene un fin académico lleva como objetivo Analizar cuál es la situación actual del mercado Talareño con el fin de proponer un Plan de Negocio para la creación de una empresa de alquiler de automóviles en la Ciudad de Talara, por lo que le solicitamos nos responda con la mayor sinceridad posible las preguntas formuladas. Muchas gracias por su tiempo y colaboración.

INSTRUCCIONES

Lea atentamente las preguntas, llene o marque solo una alternativa que usted crea conveniente.

Datos Generales

1. Sexo
 - a) Femenino
 - b) Masculino
2. Edad
 - a) 20 años – 30 años
 - b) 31 años – 40 años
 - c) 41 años – 50 años
 - d) 51 años – a más
3. Ocupación
 - a) Administrador
 - b) Contador
 - c) Ingeniero
4. Lugar de procedencia
 - a) Talara
 - b) Piura
 - c) Lima
5. Ingreso Promedio Mensual
 - a) S/ 2,500 – S/ 3,500
 - b) S/3,500 – S/4,500
 - c) S/4,500 – S/5,500
6. ¿Utiliza Usted el servicio alquiler de automóviles?

Sí No
7. ¿Con qué frecuencia acostumbra usted solicitar el servicio de alquiler de automóviles?
Diario Por horas
Semanal Mensualmente
8. ¿Cree usted que las empresas de alquiler de automóviles ubicadas en Talara tienen la capacidad de satisfacer sus exigencias?
Sí No
9. ¿Cuáles serían las exigencias de los automóviles en caso usted los alquilaría?
Autos del año Equipamiento
Seguros Con chofer
10. ¿Qué tipo de automóvil prefiere al momento de alquilarlo?
Auto Van
Minivan Camioneta
11. ¿Cree usted que el precio que paga por la calidad del servicio del alquiler de automóviles es adecuado?
Sí No
12. ¿En relación a los tiempos de espera que actualmente brindan las empresas de servicio de alquiler de automóviles es rápida su dinámica?
Sí No
13. ¿Qué empresas de alquiler de automóviles conoce en la ciudad de Talara?
Rent a car San José
Rent a Car Talara
Otros _____
14. ¿Mantiene contrato con alguna empresa de alquiler de automóviles?
Sí No
15. ¿Estaría dispuesto a utilizar los servicios de una nueva empresa de servicio de alquiler de automóviles que se instale en la ciudad de Talara?
Sí No
16. ¿En cuál de los siguientes medios de comunicación social cree usted que debería promocionarse la nueva empresas de servicio de alquiler de automóviles en la ciudad de Talara?
Televisión Radio
Periódico

