

UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL SUR

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Plan de negocios: “Taxi kids”

**Trabajo de investigación para optar el grado académico de
Bachiller en Administración de Empresas**

Presentado por:

Allpas Zúñiga, Marilyn Elizabeth

Bustamante Varela, Mariella Tatiana

Caballero García, José Roberto

López Paredes, Verónica Patricia

Romero Manihuari, Greysi Patricia

LIMA- PERÚ

2019



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ANEXO 6
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER

Fecha: 13 / 10 / 2019

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:	GRUPO N° 4 PLAN DE NEGOCIOS: "TAXI KIDS"
COMENTARIO/ SUGERENCIAS/ RECOMENDACIONES/ OBSERVACIONES:	- Revisar el cálculo de la demanda proyectada con respecto al espacio de influencia del negocio. - Ajustar los cálculos financieros proyectados.

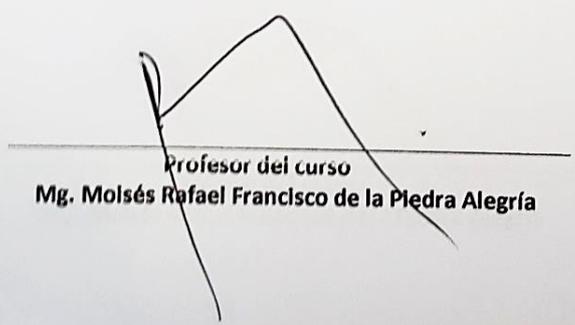
RESULTADO DEL TRABAJO FINAL					
*CODCAR	CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	NOTA FINAL
ADMC	100000027	ALLPAS ZUÑIGA, MARILYN ELIZABETH	mazlyn17@gmail.com	947542719	14
ADMC	100034286	BUSTAMANTE VARELA, MARIELLA TATIANA	mbustamante23@hotmail.com	960358642	16
ADMC	4200911162	CABALLERO GARCIA, JOSE ROBERTO	4200911162@ucientifica.edu.pe	949543582	14
ADMC	100011359	LOPEZ PAREDES DE SALINAS, VERONICA PATRICIA	vplopez@hotmail.com	988887586	17
ADMC	100037216	ROMERO MANIHUARI, GREYSI PATRICIA	Greysirm1967@hotmail.com	963204228	16

**Nota final del curso aprobatoria (Excluir a quienes hayan desaprobado el curso)

Legenda:

NOTA	CALIFICACION
13-15	Aprobado
16-18	Aprobado – Muy Buena
19-20	Aprobado – Sobresaliente

CODCAR	CARRERA
ISE	Ingeniería de Sistemas Empresariales
ISIG	Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión - CPE
IEN	Ingeniería Económica y de Negocios
ANI	Administración de Negocios Internacionales
MYA	Marketing y Administración
ADM	Administración de Empresas
ADMC	Administración de Empresas - CPE


Profesor del curso
Mg. Moisés Rafael Francisco de la Piedra Alegría

INDICE DE CONTENIDO

1. RESUMEN EECUTIVO.....	4
1.1. FORMULACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	5
1.2. ANÁLISIS DE LA PORTUNIDAD.....	6
1.3. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	6
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	8
2.1. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	8
2.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	11
2.3. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA.....	13
3. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.....	17
3.1. ANÁLISIS FODA.....	18
3.2. VISIÓN.....	18
3.3. MISIÓN.....	18
3.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	18
3.5. ESTRATEGIA GENÉRICA.....	19
3.6. FUENTES DE VENTAJAS COMPETITIVAS.....	19
3.7. ALIANZAS ESTRATÉGICAS.....	20
4. PLAN DE MARKETING.....	21
4.1. OBJETIVOS DE MARKETING.....	21
4.2. MEZCLA DE MARKETING.....	21
4.2.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	21
4.2.2. ESTRATEGIA DE PRECIO.....	22
4.2.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN O PLAZA.....	23
4.2.4. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	24
4.2.5. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	25

5. PLAN DE OPERACIONES.....	25
5.1. OBJETIVOS DE OPERACIONES.....	26
5.1.1. ACTIVIDADES PREVIAS AL INICIO DEL SERVICIO.....	26
5.1.2. PROCESOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO.....	28
6. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	30
6.1. ESTRATEGIAS DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL	30
6.2. ESTRATEGIAS DE INDUCCIÓN, CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PERSONAL.....	32
6.3. ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL.....	33
6.4. POLITICAS DE REMUNERACIONES Y COMPENSACIONES.....	34
7. PLAN FINANCIERO.....	35
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	41
9. ANEXO.....	42

1. RESUMEN EJECUTIVO

Hace aproximadamente 10 años viene creciendo la venta de productos y servicios mediante los dispositivos conectados a internet, contando cada vez menos a los intermediarios para lograr una venta y que ello conlleva a disminuir el costo a los usuarios finales.

Es así, que los servicios de taxi por aplicativo se han convertido en una idea de negocio que son considerados como una economía colaborativa desde el 2009 y desde entonces han tenido un crecimiento muy rápido llegando a millones de usuarios.

El servicio de taxi por aplicación se maneja en diferentes lugares del mundo teniendo como sede central en el extranjero principalmente en Estados Unidos, ha llegado a tener tanta acogida el servicio, pero en los años el tema de la seguridad ciudadana ha venido generando preocupación en los clientes, es evidente para toda la inseguridad como el riesgo de ser asaltados en un taxi cada vez es mayor.

Ante esta situación ¿Cómo podemos transportarnos confiados y seguros? Y es aquí donde encontramos otra oportunidad para implementar una idea de negocio.

En éste trabajo plantearemos las estrategias que la empresa Taxi Kids debe emplear para disminuir la preocupación de los padres de familia y que su traslado de sus menores hijos es segura y confiable.