



**UNIVERSIDAD  
MARCELINO CHAMPAGNAT**  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD

## **TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Implementación de un taller de detalle automotriz ubicado en  
las zonas 7 y 8 de la ciudad de Lima

BUSTAMANTE LA TORRE, Pedro Luis

HIP MARCHENA, Javier Renato

CERRON GARCIA, Jober

Plan de Negocio para optar al Título Profesional de  
Administrador y Contador Público

***Lima – Perú***

2019

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mis padres, hermano, abuelos y a toda mi familia y amigos que apoyaron durante toda esta etapa de mi vida. Gracias por estar siempre.

**Javier Renato Hip Marchena**

## **Dedicatoria**

Dedico este a mi familia y amigos que no dejaron de creer en mí durante toda mi carrera y parte de mi vida, Gracias

**Pedro Luis Bustamante la Torre**

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a quienes han forjado mi camino y me ayudaron en todo momento dirigiéndome por el camino correcto, a Dios, el que siempre me enseña a aprender de mis errores.

**Jobber Cerrón García**

## **Agradecimiento**

Agradecemos de todo corazón a todos los profesores que estuvieron involucrados con nosotros en la realización de este proyecto, en especial al profesor Julio César Roca por el apoyo de siempre. También agradecemos a nuestros amigos y compañeros que nos apoyaron con sus consejos y aliento.

**Gracias**

## Índice

1. Marco teórico.....	13
2. Oportunidad y justificación.....	19
3. Modelo de negocio.....	20
4. Factores críticos de éxito.....	25
5. Componentes estratégicos.....	25
Visión.....	25
Misión.....	25
Valores.....	25
6. Objetivos (General, específicos).....	26
7. Planeamiento Societario y sectorial.....	27
8. Planeamiento Tributario.....	31
9. Conocimiento del Mercado.....	32
9.1    Análisis.....	32
9.1.1    PESTEL.....	32
9.1.2    Cinco fuerzas de PORTER.....	41
9.1.3    Dimensionamiento del Mercado.....	44
9.2    Investigación de mercado.....	46
9.2.1    Objetivos del estudio.....	46
9.2.2    Diseño metodológico del estudio.....	46
9.2.3    Población, muestra y unidad de muestreo.....	52
9.2.4    Hallazgos y limitaciones del estudio.....	52
9.2.5    Conclusiones de investigación.....	55
9.3    Propuesta estratégica del Modelo de Negocio. ....	56
9.3.1    Estrategia del marketing mix.....	56
Producto.....	56
Precio.....	58
Plaza.....	61
Promoción.....	61
9.3.2    Estrategia de posicionamiento.....	64
9.3.3    Indicadores de gestión del plan de marketing (KPI).....	65
10. Operaciones.....	67
10.1    Mapa de procesos.....	67

10.1.1	Determinación procesos operativos.....	69
10.1.2	Determinación procesos estratégicos.....	70
10.2	Definición de estándares de calidad.....	70
10.2.1	Métodos y sistemas de verificación.....	70
10.3	Gestión de recursos humanos.....	73
10.3.1	Determinación de puestos, funciones y competencias....	73
10.3.2	Propuesta de evaluación de desempeño del personal.....	78
11.	Plan de implementación.....	79
11.1	Descripción de tareas.....	79
11.2	Cronograma de tareas.....	79
12.	Valorización de la propuesta.....	79
12.1	Presupuesto de ventas.....	79
12.2	Definición de la estructura de costos del producto.....	80
12.3	Costeo estándar del producto.....	80
12.4	Presupuesto de gastos operativos (Sugerido: Considerar RSE) ...	81
12.5	Punto de equilibrio.....	82
12.6	Calculo del WACC.....	82
12.7	Flujo de caja libre.....	82
12.8	VAN, TIR.....	82
12.9	Análisis de sensibilidad.....	83
	Conclusiones.....	84
	Anexo.....	85
	Referencias.....	98

## Índice de Tablas

Tabla 1: CANVAS.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 2: Porcentaje de accionistas .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 3: Inversión inicial .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 4: Aportes Socios .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 5:Plazo de contrato.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6: Planilla .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 7: Distribución de la población en Lima metropolitana	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 8: Comparación del total de servicios e ingresos promedios en lima metropolitana y en las zonas 7 y 8.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 9: Ejemplo Taller MAGIC TOUCH .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 10: Oportunidad en el mercado.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 11: Personas con automóvil .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 12: Plan de implementación.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 13: Tabla de ventas .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 14: Estructura de costos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 15: Costeo Estándar del producto .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 16: Gastos Operativos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 17:Punto de Equilibrio .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 18: WACC .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 19: Flujo de caja libre .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 20: Tabla Van.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 21: TIR.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>



## Índice Figuras

Figura 1. Logo Quick Fix.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 2 .Planchado .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 3. Pintura.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 4. Desabolladura en frío .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 5. Cristalizado de Pintura .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 6.Rejuvenecimiento de Faros .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 7.Ubicación del local .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 8.Facebook.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 9.Página Web.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 10.Banners .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 11.Mapa de proceso.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 12.ORGANIGRAMA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## **Resumen**

El presente estudio muestra el diseño, elaboración y creación de una idea de negocio de taller de detallado automotriz denominado Quick Fix. En el mencionado trabajo se analizan aspectos importantes: como los aspectos generales del negocio, la idea del negocio y el CANVAS de este; trabaja el planeamiento estratégico; el plan de marketing, ventas y proyección de la demanda. El plan de operaciones; los aspectos concernientes a los recursos humanos; asimismo, se despliega el plan económico y financiero señalando los principales indicadores de rentabilidad: valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR); los cuales son también incorporados en el análisis de escenarios. Finalmente, en las conclusiones se validan las hipótesis con los resultados de las encuestas realizadas y se analiza la viabilidad financiera del proyecto.