



**DECANATO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION.**

**“MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE TRANSPORTE ESCOLAR, SANTO DOMINGO,
REP. DOM., AÑO 2013”.**

Sustentantes:

Héctor Maldonado	2007-0224
Judith Genao	2006-1716
Leanny Melo	2007-1909

Asesor Titular:

Ing. Juan Enrique Rosales

Asistente:

Lic. Margarita Abreu

**Monografía para optar por el título de
Licenciado en Administración de Empresas**

Santo Domingo, D.N.

Agosto, 2013

INDICE

	Págs.
AGRADECIMIENTOS	i
DEDICATORIA	iv
INTRODUCCIÓN	vii
RESUMEN EJECUTIVO	x
CAPÍTULO I: MARCO CONCEPTUAL	
1.1 Modelos de Negocios para Emprendimiento y creación de Empresas.....	1
1.1a Modelo.....	1
1.1. b Negocio	2
1.1. c Modelo de negocio.....	2
1.2 TIPOS DE MODELOS DE NEGOCIOS.....	3
1.2.a Modelo de Negocio B2B	3
1.2. b Modelo de negocio B2C	4
1.2. c Modelo de negocio B2G	4
1.2. d Modelo de negocio B2E.....	4
1.3 Elementos de los Modelos de Negocios.....	4
1.3.a Proposición de valor	4
1.3.b Modelo de ingresos	5
1.3. b.i. Por publicidad	5
1.3. b.j. Por suscripción	5
1.3. b.k Cuota por transacción.....	5
1.3. b.l Por ventas.....	5
1.3. b.m Por afiliación	5
1.3.c Oportunidad en el mercado	6

1.3.d Entorno competitivo	6
1.3.e Ventaja competitiva	6
1.3.f Estrategia de mercado	6
1.3.g Desarrollo Organizacional	6
1.3.h Equipo Administrativo	6
1.4 Ventajas de los modelos de negocios	7
1.4. a Permite la evaluación de los elementos que lo conformarán.....	7
1.4. b Generación de atractivas ganancias	7
1.4. c Existencia artículos y/o servicios para comercializar a través del modelo	7
1.4 d Control de los costos operativos.....	7
1.4. e Grado aceptable de seguridad en la inversión	7
1.4. d Claridad en los objetivos.....	8
1.5 Evolución de los modelos de negocios.....	8
2.1 Modelo Canvas.....	9
2.2 Enfoque	10
2.3 Componentes	11
2.3. a –Clientes.....	11
2.3. b -Propuesta de valor	11
2.3. c -Canales de distribución	11
2.3. d -Relaciones con los clientes	11
2.3 .e -Fuentes de ingresos	11
2.3. f -Recursos claves	11
2.3. g -Actividades claves	12
2.3. h -Alianzas claves.....	12

2.3. j -Estructura de costes	12
2.4 Ventajas.....	13
3. Modelo Lean Canvas.....	13
3.1 Enfoque	14
3.2 Componentes	15
3.3 Ventajas.....	16
4 Modelo J.E.R. Canvas	17
4.1 Los componentes agregados al Modelo JER Canvas son	17
5. Etapas para la aplicación de un modelo de negocios a un emprendimiento ..	19
5.1 Etapa 1: la movilización	20
5.2 Etapa 2: la comprensión	20
5.3 Etapa 3: el diseño	20
5.4 Etapa 4: la aplicación	21
5.5 Etapa 5: la gestión	21

CAPÍTULO II.- DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE NEGOCIO DE TRANSPORTE ESCOLAR.

2.1- Características	23
2.2- Industria o mercado.....	24
2.3.- Tendencias	25
2.4 -Clientes / Consumidores	27
2.5- Competidores	27
2.6- Tecnología	29
2.7.- Otros aspectos relevantes	29

CAPÍTULO III.- PRE DISEÑO DEL MODELO

III.1.-Definicion del tipo de modelo de negocio a utilizar	31
III.2.- Definición de los componentes del modelo de Negocios	31
III.3.- Definición de Segmento de Clientes	32
III.4.- Identificación del problema al resolver	33
III.5.- Identificación de la posible solución	34
III.6.- Validación del problema y la solución	35
III.7.-Propuesta de valor.	36
III.8.- Elaboración de los componentes del modelo.	38
III .9 Modelo prediseñado.	41

CAPÍTULO IV.- EVALUACIÓN DEL MODELO PRE DISEÑADO

IV. 1. Testeo	42
IV.2. Pivoteo	43
IV. 3. Modelo Pivoteado.	45

CAPITULO V.- PLAN PARA LA APLICACIÓN DEL MODELO

V.1 Objetivos	46
V.2 Etapas	46

CONCLUSIONES.....	48
-------------------	----

RECOMENDACIONES	50
-----------------------	----

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	51
----------------------------------	----

ANEXOS	xi
--------------	----

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a Dios, que me ha bendecido con la oportunidad de estudiar y también por lograr esta meta tan importante en mi vida, por siempre acompañarme en cada paso y situación que se me presentaba y poder salir con éxito de cada una de ellas.

Le agradezco a mi madre Anastania Bernabel, que sin su apoyo incondicional no hubiera podido terminar mi carrera, su dedicación, empeño, sus consejos y su sacrificio, fueron la gran base para poder terminar este proyecto, sin ti no lo hubiera logrado, gracias por ser mi madre te amo.

A mi padre Juan Geraldo Genao, que a donde quiera que esté, ese siempre fue su sueño, mi realización en la vida como una gran profesional, gracias por tu apoyo, por tus consejos y por querer lo mejor para mí.

A mi segundo padre Rafael Santana, gracias por su apoyo, su colaboración y paciencia, para poder estudiar, finalizar este proyecto y realizarme como toda una gran profesional.

También le agradezco a mi hermana, Nancy Aponte, por siempre darme su colaboración y apoyo en todas las situaciones que se me presentan, gracias por estar siempre para mí y por tu cariño incondicional.

Estoy muy agradecida por mi compadre Guarionex Sánchez, por siempre estar dispuesto ayudarme en el aspecto financiero, para poder cursar mis asignaturas y nunca decirme que no.

A mi esposo, Cleudys Álvarez, por sus consejos que me ayudaron a salir adelante, su colaboración, y por su apoyo en cuidar de nuestro hijo para poder ir a la universidad.

A mi hijo, Gabriel Alvares, por ser mi motivación, para servirte de ejemplo en la vida y te sientas orgulloso de tu madre.

Me siento infinitamente agradecida por mis primas Santa Báez, Pamela Segura Báez, Génesis Segura Báez e Indira Guzmán, por su apoyo incondicional, en ayudarme a cuidar a mi hijo cuando tenía clases o algún compromiso de la universidad, sus consejos y sacrificios, sin ustedes no lo hubieran logrado, muchas gracias.

A mi compañeros Leanny Melo y Héctor Maldonado por sus esfuerzos, sacrificios, empeño y dedicación para poder realizar este trabajo.

Judith Genao

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a en primer lugar a Dios, por darme la sabiduría y desenvolvimiento para lograr todo lo que me he propuesto, a él le debo todo lo que soy, lo que seré y seguiré siendo.

A mi madre Ingrid Peña, por ser una madre ejemplar y por haberme brindado todo el apoyo que siempre necesité en los momentos más difíciles de mi vida, por darme la fuerza y hacerme ver que todo lo que quiero lo puedo lograr.

A mi padre Willy Melo , por ser un padre digno de admiración, gracias por educarme en un hogar lleno de valores, por tus consejos y sugerencias y por ayudarme a ver las cosas desde diferente puntos de vista, siempre buscando lo positivo de cada una de ellas.

A mis hermanos Massiel Melo, Lissette Melo, Licelot Melo y Michelle Melo, por ser modelos de inspiración para mi vida, gracias por estar conmigo en los momentos más difíciles de mi vida, y por siempre ayudarme a coordinar mis ideas en momentos de inseguridad.

Al profesor Ing. Juan Rosales, porque gracias a usted fue posible la realización de este perfil de proyecto por su excelente asesoría para la misma.

A mi compañera/o de monográfico Judith Genao y Héctor Maldonado porque juntos comprobamos que formamos un buen equipo y por plasmar las brillantes ideas en la realización de este monográfico.

A mi amiga Vanessa Acosta, por haberme apoyado y darme aliento cuando en algún momento me encuentro desamparada, agradezco a Dios tu amistad y espero que siempre sigamos siendo las mejores amigas. **Leanny Melo**

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar gracias a Dios por permitirme alcanzar esta meta de finalizar mis estudios de grado, la cual solo él sabe que tanto me he esforzado para lograrla y por darme la fe de que sí se puede.

Le agradezco a mi padre Héctor Manuel Maldonado por darme el apoyo económico cuando lo necesité para realizar mis estudios y a mi madre por darme la motivación y siempre creer en mí de que alcanzaría mi profesión.

A mis hermanos, abuelos, tíos, primos y demás familiares los cuales me dieron seguimiento y mostraron interés de que culminara mi carrera universitaria.

A mis compañeros de trabajo la Lic. Rosa Disla y el Lic. Rafael Sánchez por siempre estar en la disposición de colaborarme cuando necesité de sus conocimientos como profesionales a fin.

A mis compañeras Judith Genao y Leanny Melo por trabajar junto conmigo el desarrollo de este trabajo.

A mi amigo Darwin Peralta por sus aclaraciones cuando se me presentaban ciertas dudas en el desarrollo del curso monográfico.

Héctor Maldonado

DEDICATORIA.

Primero a Dios por ser lo más importante en mi vida y la inspiración para poder seguir hacia delante.

A mi madre por ser la que motivo que terminara esta Carrera, por su confianza en mí y motivación para seguir adelante.

A mi padre por su deseo de verme realizada como una persona profesional.

Mi hijo para ser fuente de inspiración y de ejemplo a seguir. Y demás familiares por su apoyo incondicional

Judith Genao.

DEDICATORIA.

Le dedico este proyecto a mi señor Jesucristo, por siempre responder a mis peticiones y hacerme saber que soy uno de tus favoritos. Estoy muy agradecido por las bendiciones que has derramado sobre mí y mi familia.

A mis padres, porque esto es parte del fruto de lo que un día sembraron.

Leanny Melo.

DEDICATORIA

Le dedico esta monografía, primero a Dios, a mis padres y demás familiares, ya que sin ellos este logro personal no hubiera sido posible.

Héctor Maldonado

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el sistema de transporte escolar en la zona del Distrito Nacional presenta una gran problemática en cuanto a la seguridad de los estudiantes en el momento de dirigirse a sus respectivos centros educativos y hogares. Una situación preocupante se manifiesta en la expresión de los padres y tanto de los colegios con la falta de protección que presenta los mismos, ya que por esta supuesta razón son expuestos a situaciones de alto riesgo.

El impacto que ocasiona en estos tiempos en los estudiantes la constante falta de seguridad ciudadana provoca que los mismos sean propensos a ser afectados por situaciones no convenientes, ya que los infantes, para cumplir con sus respectivas responsabilidades de educación, se dirigen a sus centros educativos de múltiples maneras, a veces a pie con falta de un adulto que les acompañe o son llevados por supuestos conocidos de sus respectivos padres pero, estos sin saber a qué tipo de persona le están encomendando a sus hijos; las cuales exponen al peligro. Por otra parte, la situación provoca que los padres tomen la iniciativa de llevar a sus hijos a los recintos escolares aunque esto provoque que tanto los alumnos como los padres no puedan llegar a tiempo a sus labores en ocasiones. Esto sin dudas provoca una situación no muy favorable para la mayoría de padres con hijos cursando en las escuelas, ya que les arroja cierta tensión a nivel personal en sus desenvolvimientos del día a día.

En aporte a esta problemática, nace la idea de crear un sistema de transporte escolar el cual movilice a los estudiantes de forma confiable y confortable sin dejar aparte la calidad, a sus recintos escolares como hogares, con un personal debidamente capacitado y responsable, los cuales velen por la seguridad de los mismos.

En consecuencia este modelo de negocio propone a disposición tanto de los padres como centro educativos el concepto de servicio de transporte escolar garantizando seguridad, responsabilidad y vigilancia a los estudiantes en el momento de dirigirse tanto a sus planteles educativos y hogares.

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro tema “Modelo de negocio para la creación de una empresa de transporte escolar, Santo Domingo, Rep. Dom., Año 2013”, nos llevó a la necesidad de investigar e indagar los pasos sistemáticos para la elaboración de un modelo de negocios el cual capture valor.

Determinamos las características, mercado, clientes, etc. enfocándonos en el territorio nacional, en nuestro pre-diseño trabajamos con el modelo Canvas, además identificamos la problemática que arroja la falta de un servicio seguro y de calidad que se brinde a los padres o colegios de nuestra ciudad y validamos el problema y solución realizando varias encuestas a un número x de padres; con esto quedo el pre-diseño del modelo elaborado.

Por último elaboramos el Plan para la aplicación del Modelo pautando los objetivos de cuando entre en marcha el negocio, cuales son las acciones a tomar y estableciendo las pautas a seguir.

CAPÍTULO I: MARCO CONCEPTUAL

Este capítulo abordaremos el concepto de Modelos de negocios para Emprendimiento y Creación de Empresas, detallando sus tipos, ventajas, cómo han evolucionado, la importancia en la creación y desarrollo de negocios, a través de la planificación y objetivo determinados.

Lo anterior lo realizaremos, a través de la revisión de publicaciones y teorías de varios autores que citan definiciones, conceptos y trazan las directrices por las cuales se enmarcará la investigación.

1.1 Modelos de Negocios para Emprendimiento y creación de Empresas.

Antes de iniciar con la definición de los modelos de negocios a profundidad, tipos, ventajas y evolución de los mismos. Introduciremos explicando de forma sencilla que es un modelo y que es un negocio para garantizar la correcta interpretación de los conceptos expuestos.

1.1a Modelo: Presentamos en esta unidad unas nociones básicas necesarias para comprender la complejidad y la riqueza de los distintos tratamientos del tema por diversos autores plasmando por ultimo nuestros criterios sobre los conceptos.

-Según gago (1999) define modelo como ejemplar o forma que uno propone y sigue en la ejecución de una obra artística o en otra cosa, ejemplar para ser imitado, representación que sirve para medir, explicar e interpretar los rasgos y significados de las actividades agrupadas en las diversas disciplinas.¹

¹ <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4060010/lecciones/Capitulo1/modelo.htm>

- Según Aguilera (2000) : es una representación parcial de la realidad; esto se refiere a que no es posible explicar una totalidad ni incluir todas las variables que esta pueda tener, por lo que se refiere más bien a la explicación de una fenómeno o proceso específico .²

- **De los conceptos expuestos nuestra opinión** es que un modelo es como una representación de un objeto, sistema o idea de forma diferente al de la entidad misma.

1.1. b Negocio: Presentamos en esta unidad unas nociones básicas necesarias para comprender la complejidad y la riqueza de los distintos tratamientos del tema por diversos autores plasmando por último nuestros criterios sobre los conceptos.

-según Isaac Guzmán Valdivia es la unidad económico – social en la que el capital, el trabajo y la dirección que se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en que la propia empresa actúa.

- José Antonio Fernández Arena: Es la ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio, especialmente el que consiste en realizar operaciones comerciales, comprando y vendiendo mercancías o servicios.³

-- **De los conceptos expuestos nuestra opinión** es como una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas.

1.1. c Modelo de negocio: Presentamos en esta unidad unas nociones básicas necesarias para comprender la complejidad y la riqueza de los distintos tratamientos del tema por diversos autores plasmando por último nuestros criterios sobre los conceptos.

²<http://www.innmentor.com/2012/09/19/que-es-un-modelo/>

³http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/empresa/

-Según el autor Alexander Osterwalder & Yves Pigneur definen modelo de negocio es aquel que describe la lógica de cómo una organización crea, entrega, y captura valor.⁴

- Otro autor como Alan Smith: lo define como una guía organizativa para desarrollar nuestra idea de emprendimiento.⁵

- **De los conceptos expuestos nuestra opinión** es que un modelo de negocio es la planificación que realiza la empresa respecto a los ingresos y beneficios que intenta obtener, donde también se establecen pautas a seguir para atraer cliente y definir oferta de productos.

1.2 TIPOS DE MODELOS DE NEGOCIOS

Generalmente, los modelos se clasifican por su estructura interna más que por los detalles formales del input, el output o la forma de representación.⁶

1.2.a Modelo de Negocio B2B

(Business to Business o B-to-B) Negocio a negocio. Consiste en el comercio electrónico entre empresas a través de Internet. Esto incluye la presentación de propuestas, negociación de precios, cierre de ventas, despacho de pedidos y otras transacciones. Con este método se agiliza notablemente el tiempo empleado para esta contratación, ya que los pedidos a través de Internet se tramitan en tiempo real. También abarata los costos del pedido, se pueden comunicar con otras empresas de lugares distantes, e incluso de otros países; por otra parte, el ahorro de tiempo es en sí un valor económico importante.

⁴ <http://www.slideshare.net/gmontero/taller-1-definicion-del-modelo-de-negocio-ed1>

⁵ <http://www.slideshare.net/jcejias/modelos-de-negocio-the-business-model-generation>

⁶ http://www.buenastareas.com/search_results.php?action=search&hidden=0&query=modelos+de+negocios

1.2. b Modelo de negocio B2C (Business-to-Consumer o B to C) negocio a consumidor. Se refiere a la estrategia que desarrollan las empresas comerciales para llegar directamente al cliente o usuario final. A pesar del sentido amplio de la expresión B2C, en la práctica, suele referirse a las plataformas virtuales utilizadas en el comercio electrónico para comunicar empresas (vendedoras) con particulares (compradores). Por eso, el uso más frecuente es Comercio electrónico B2C.

1.2. c Modelo de negocio B2G

(Business to Government o B to G) consiste en optimizar los procesos de negociación entre empresas y el gobierno a través del uso de Internet. Se aplica a sitios o portales especializados en la relación con la administración pública. En ellos las instituciones oficiales pueden ponerse en contacto con sus proveedores, y estos pueden agrupar ofertas o servicios, podríamos llamarlos de “empresa a Administración”.

1.2. d Modelo de negocio B2E

(Del inglés business to employee, empresa ha empleado) es la relación comercial que se establece entre una empresa y sus propios empleados. Por ejemplo, una empresa aérea puede ofrecer paquetes turísticos a sus empleados a través de su propia intranet y, además de sus ofertas puede incluir las de compañías aéreas asociadas.

1.3 Elementos de los Modelos de Negocios.

Entre los elementos de los modelos de negocios que cubren las principales áreas del negocio: oferta, consumidores, infraestructura y viabilidad financiera están:

1.3.a Proposición de valor: Forma en que el producto o servicio de una compañía satisface las necesidades de los clientes.⁷

⁷<http://www.gestiopolis.com/canales8/emp/modelo-de-negocio.htm#sthash.A7LzI4nU.dpuf>

PREGUNTA CLAVE.	SERVICIO	EJEMPLO
¿Por qué el cliente le debe comprar a usted?	-personalización de ofrecimientos de productos.	los Fresh Direct de
	-Reducción de costos.	
	-Facilitación de las transacciones	
	-Administración de la entrega de productos.	

1.3.b Modelo de ingresos: Describe cómo se van a obtener los ingresos, las ganancias y el rendimiento.

Se dividen:

1.3. b.i. Por publicidad: proporciona un foro para anuncios publicitarios y recibe cuotas de los anunciantes. Ej. Yahoo

1.3. b.j. Por suscripción: Cobra a los usuarios por el acceso a algunos o a todos los contenidos o servicios. Ej. Consumer Reports

1.3. b.k Cuota por transacción: se debe pagar una cuota por permitir o ejecutar una transacción. Ej. EBay

1.3. b.l Por ventas: ingresos al vender artículos, información o servicios a los clientes. Ej. Amazon

1.3. b.m Por afiliación: cobro de una tarifa o un porcentaje de los ingresos de cualquier venta resultante. Ej.: my points

1.3.c Oportunidad en el mercado: Espacio de mercado destinado para las compañías y las oportunidades financieras potenciales en general, que están disponibles para la empresa en ese espacio de mercado.

Un espacio de mercado es un área de valor comercial actual o potencial en que se espera que una compañía compita.

1.3.d Entorno competitivo: demás compañías que venden productos u ofrecen servicios similares o sustitutos y que operan en el mismo espacio de mercado.

1.3.e Ventaja competitiva: producto superior llevado al mercado a un precio menor que la mayoría o que todos los competidores. Estas ventajas se pueden desarrollar debido a que de alguna forma han podido obtener un acceso diferencial a los factores de producción que se niega a sus competidores.

1.3.f Estrategia de mercado: plan que se debe preparar y que detalla con exactitud como planea entrar a un nuevo mercado y atraer nuevos clientes.

1.3.g Desarrollo Organizacional: Organización eficiente que se implementa dentro de una empresa para llevar a cabo planes y estrategias.

Describe cómo organizar el trabajo que se debe realizar en una compañía.

1.3.h Equipo Administrativo: empleados de la compañía, responsables de hacer que el modelo de negocio funcione.

-De los elementos expuestos nuestra opinión en conclusión los elementos de un modelo de negocio vienen a darle vida al negocio y a la vez despertar el interés de los consumidores mediante la entrega de los que ellos necesitan.

1.4 Ventajas de los modelos de negocios.

Un modelo de negocio bien estructurado orienta a una empresa a los beneficios de manera significativa.

1.4. A Permite la evaluación de los elementos que lo conformarán: Esto garantizará que el modelo de negocio esté bien estructurado y acorde a las necesidades que se quiere satisfacer para que no se presenten imprevistos en un último momento.

1.4. B Generación de atractivas ganancias: Esto es si se sabe negociar para obtener clientes satisfechos por los productos y/o servicios ofrecidos, así como integrar un equipo eficiente de ventas y comercialización.

1.4. C Existencia artículos y/o servicios para comercializar a través del modelo: Lo cual asegura a la empresa la obtención de beneficios por la comercialización de los productos y/o servicios que esta ofrece a sus clientes.

1.4 D Control de los costos operativos: Gracias a novedosos sistemas de la información con lo que trabaje el nuevo modelo de negocio.

1.4. E Grado aceptable de seguridad en la inversión: Esto es que cada modelo de negocio está pensado y estructurando de manera cautelosa, y estudiando cada posible riesgo para tratar de asegurar lo más que se pueda la inversión de capital por parte de los accionistas.

1.4. D Claridad en los objetivos: En los modelos de negocios los objetivos están claramente definidos, la empresa sabe hacia dónde quiere llegar, lo que facilita el trabajo de los miembros de la organización.⁸

-De las ventajas expuestas En nuestra opinión los modelos de negocios representan en sentido general una ventaja para cualquier persona que desee incursionar en este mundo.

Estas ventajas aparecen siempre, lo que la empresa debe de hacer es saber aprovecharlas para crear valor al explotar dichas oportunidades de negocio.

Un modelo de negocio bien estructurado orienta a una empresa a los beneficios de manera significativa, ya que los conjuntos de elementos seleccionados para la confección del mismo están acordes con el negocio que desea implementar la

1.5 Evolución de los modelos de negocios.

El término “modelos de negocio” ha prosperado en la bibliografía dedicada a las actividades gerenciales desde finales de la década de 1990, especialmente a raíz de la aparición de la era de Internet y de su adopción masiva por parte del comercio (Ghaziani y Ventresca, 2005). En los discursos de los directivos, los modelos de negocio se suelen mencionar para evocar la idea de cambio, en frases como esta: “Tenemos que hacer evolucionar nuestro modelo de negocio” (véase, por ejemplo, Yip, 2004 o Johnson y cols., 2008). Lo que es más, un modelo de negocio raras veces se descubre de inmediato. Para crear una coherencia interna o adaptarse al entorno, es necesario realizar sucesivos ajustes. Como Winter y Szulanski (2001: 731) argumentan: “La fórmula o el modelo de negocio, lejos de ser una cantidad de información que se revela de una sola vez, normalmente es un conjunto complejo de rutinas interdependientes que

⁸ <http://www.soyentrepreneur.com/8-modelos-de-negocio-para-emprender.html>

se descubren, ajustan y matizan mediante la acción”. Algunos cambios masivos en el modelo de negocio pueden incluso transformar radicalmente un sector industrial. Por ejemplo, la aparición de un sector de prensa gratuita se describe a menudo como uno de los factores del declive de los medios de comunicación tradicionales.⁹

-De lo expuesto Para nosotros, el modelo de negocio abarca las elecciones de una organización para generar ingresos en un sentido amplio: volumen de negocio, pero también derechos de propiedad intelectual, alquileres, intereses, subsidios, transferencias de activos (Afuah, 2004; Lecocq y cols., 2006).

2.1 Modelo Canvas.

Para definir un modelo de negocio de una empresa o proyecto se suele utilizar el denominado Modelo Canvas, por ende antes de iniciar el tema buscaremos como definen varios autores el modelo Canvas.

Según Mauborgne, R. (2002): Son herramientas de modelo de negocios ideados por expertos en negocios, que basados en el desarrollo de estrategia empresarial permiten describir de manera lógica la forma en que un modelo de negocio en marcha o recién iniciado crea, entrega y captura valor.¹⁰

-Según Alexander Osterwalder (2004): trata de hacer que el proceso de desarrollo de un nuevo modelo de negocio contemple todos los aspectos claves que la futura organización ha de tener en cuenta viéndolos de forma integrada en un gráfico. Para ello, el modelo se divide en 9 módulos o secciones básicas que reflejan la lógica que sigue una empresa para generar los ingresos y que cubren

⁹ http://ubr.universia.net/pdfs_web/UBR_2300986.pdf

¹⁰ Kim, W. C.; Mauborgne, R. (2002). «Charting Your Company's Future» (en ingles). Harvard Business Review: pp. 77-83

las principales áreas de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica.¹¹

-Según el consultor suizo Lesley Robles (2008): Cuando conoció el modelo Canvas quedó impresionado. Este lo define como algo tan simple y tan potente para alcanzar un modelo de negocio y hasta el momento, no ha visto nada parecido. Destaca la simpleza del modelo que resume en una sencilla hoja el proceso de generación de modelo de negocio.¹²

De los conceptos expuestos nuestra opinión modelo que permite realizar un análisis muy visual de los aspectos críticos de un negocio. el Modelo Canvas tiene como fin asegurar el desarrollo de un modelo de negocio claro y consistente, que sea capaz de ofrecer las respuestas indicadas a las necesidades comerciales de la empresa o emprendimiento agregándole valor

2.2 Enfoque

En nueve pasos podemos estructurar una acción formativa y su correspondiente seguimiento práctico (recordad, los procesos de Learned Lessons) nos referimos a la utilización del modelo Canvas como herramienta no solo de negocio sino para ir afianzando conceptos de formación en habilidades comerciales.

Visualiza el modelo de negocio según nueve campos en sólo una 'hoja', resultando un documento que ofrece directamente una visión global (el 'helicopter view') de la idea de negocio, mostrando claramente las interconexiones entre los diferentes elementos.¹³

El modelo Canvas a través de sus nueve pasos y correspondientes preguntas ayuda a tener estructurada el concepto y su comercialización. A quién llegar,

¹¹http://www.eoi.es/wiki/index.php/Modelo_CANVAS_en_Proyectos_de_negocio

¹²<http://www.innovacion.cl/reportaje/metodologia-canvas-la-nueva-forma-de-agregar-valor/>

¹³<http://emprenderesposible.org/modelo-canvas>

cómo preparar los mensajes comerciales generales y específicos, a modular su oferta de productos y servicios, a argumentar en función de las características, ventajas y beneficio.

2.3 Componentes

Se divide en 9 campos que son los siguientes:

2.3. a -Clientes: Los grupos de personas a los cuales se quieren ofrecer el producto/servicio. Son la base del negocio, así que se deben conocer perfectamente.

2.3. b -Propuesta de valor: Trata del “pain statement” que solucionamos para el cliente y cómo le damos respuesta con los productos y/o servicios la iniciativa. Explica el producto/servicio que se ofrece a los clientes.

2.3. c -Canales de distribución: Se centra en cómo se entrega la propuesta de valor a los clientes (a cada segmento). Es determinar cómo comunicar, alcanzar y entregar la propuesta de valor a los clientes.

2.3. d -Relaciones con los clientes: Uno de los aspectos más críticos en el éxito del modelo de negocio y uno de los más complejos de tangibilizar. Existen diferentes tipos de relaciones que se pueden establecer son segmentos específicos de clientes.

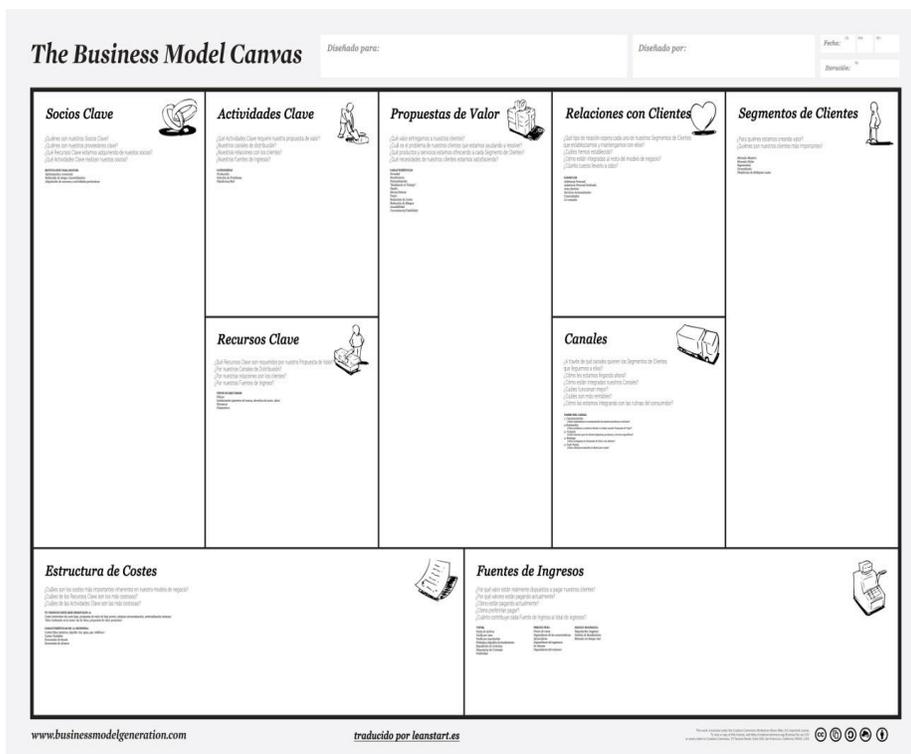
2.3 .e -Fuentes de ingresos: Representan la forma en que en la empresa genera los ingresos para cada cliente. La obtención de ingresos puede ser directa o indirecta, en un solo pago o recurrente.

2.3. f -Recursos claves: Se describen los recursos más importantes necesarios para el funcionamiento del negocio, así como tipo, cantidad e intensidad.

2.3. g -Actividades claves: Para entregar la propuesta de valor se deben desarrollar una serie de actividades claves internas (procesos de producción, marketing, etc.).

2.3. h -Alianzas claves: Se definen las alianzas necesarias para ejecutar el modelo de negocio con garantías, que complementen las capacidades y optimicen la propuesta de valor: la co-creación es imprescindible hoy en día en los negocios

2.3. j -Estructura de costes: Describe todos los costes en los que se incurren al operar el modelo de negocio. Se trata de conocer y optimizar los costes para intentar diseñar un modelo de negocio sostenible, eficiente y escalable.¹⁴



¹⁴ <http://emprenderesponsible.org/modelo-canvas>

2.4 Ventajas

- Una forma de agregar valor a las ideas de negocios.
- Puede ser usada por pequeñas, medianas y grandes empresas, independientes del giro que tengan y el público al que apunten.
- Es de vital importancia estructurar este tipo de recursos para conocer a profundidad cómo opera una empresa, de tal manera de poder conocer las fortalezas y debilidades de la misma.
- Su resultado determina las diferentes formas de hacer rentable la empresa.
- Una de las mayores innovaciones y ventajas de Canvas es que los nueve módulos que componen un modelo de negocio pueden identificarse de manera clara en una simple hoja.
- Ayuda a tener estructurada el concepto y su comercialización. Es decir, a quién llegar, cómo preparar los mensajes comerciales generales y específicos, a modular su oferta de productos y servicios, a argumentar en función de las características, ventajas y beneficios.
- Proporciona una guía didáctica que refuerza los aspectos tratados en las acciones formativas presenciales.

3. Modelo Lean Canvas

A continuación presentaremos el modelo Lean Canvas, la importante herramienta que es utilizada en el diseño e innovación para modelo de negocio, el mismo Se utilizado para el seguimiento y la realización de los experimentos necesarios para comprobar las hipótesis de negocio, en lo siguiente algunas definiciones por varios autores.

¹⁵ javiermegias.com/blog/2011/11/herramientas-el-lienzo-de-modelos-de-negocio-business-model-canvas/

Eric Ries, define: herramienta (también conocida como “Lienzo de Modelos de negocio” es un instrumento muy popular dentro de la innovación estratégica, y es usado para definir y crear modelos de negocios innovadores. En ella se analiza la empresa a través de los nueve elementos clave dentro de su negocio.¹⁶

Según Javier Mejías, no dice que es una interesante herramienta que nos ayuda a diseñar e innovar sobre nuestro modelo de negocio de forma visual. El Lean Canvas adapta los bloques a la definición de un modelo de negocio menos desarrollado. Lo que se busca, es concretar problemas, soluciones, mercado y flujos de ingresos y gastos, es decir, plantear las bases de modelo de negocio.¹⁷

De acuerdo a las definiciones expuestas consideramos que el modelo de negocio Lean Canvas, es una herramienta importante que ayuda tanto de creación como administración, el mismo permite: renovar, crear y diseñar modelos de negocios.

3.1 Enfoque

En lo siguiente presentaremos en que se enfoca el modelo de Lean Canvas, cuáles son sus prioridades, en que orienta y como ayuda de una manera eficaz la creación y gestión de modelo de negocio.

El enfoque en El método Lean Startup hace que las empresas sean más eficientes en el uso del capital y que apoyen de manera más efectiva la creatividad humana. Se trata de poner en marcha diversas prácticas que acortan el ciclo de desarrollo del producto, miden el progreso real sin recurrir a los indicadores vanidosos y ayudan a entender qué es lo que realmente quieren los consumidores. Además, este método permite a la empresa cambiar de dirección con agilidad y alterar los planes minuto a minuto.

¹⁶ <http://www.emprendoteca.com/lean-canvas-estructura-tu-idea-desarrolla-tu-negocio/>

¹⁷ <http://javiermegias.com/blog/2012/10/lean-canvas-lienzo-de-modelos-de-negocio-para-startups-emprendedores/>

En lugar de despilfarrar tiempo diseñando elaborados planes de negocio, el método Lean Startup ofrece a los emprendedores de empresas grandes y pequeñas la mejor manera para poner a prueba de forma continua su visión, para adaptarla y ajustarla antes de que sea demasiado tarde.¹⁸

En conclusión El Business Model Canvas, o lienzo de modelo de negocio, es el punto de partida para diseñar nuevos escenarios empresariales o un nuevo modelo de negocio, es considerado una herramienta estratégica empresarial y de gestión que permite describir, diseñar, retar, inventar y pivotar nuevos modelos de negocio.

3.2 Componentes

El lienzo o Canvas, descrito en el imprescindible “Generación de Modelos de Negocio” por A. Osterwalder, es una estupenda herramienta para conceptualizar el modelo de negocio de una empresa, **punto de partida para diseñar nuevos escenarios y modelos**, propone 9 bloques sobre los que trabajar nuestro modelo de negocio:¹⁹

1. Segmento de clientes: define el mercado sobre el que vas a trabajar. Averiguar quiénes son los usuarios con los que se va a empezar a trabajar. Este paso es muy importante, ya que una Startup se dirige, en sus primeros pasos, a un mercado en el que probar el modelo de negocio.
2. Problema: enumera los 3 problemas principales de este colectivo, en relación con la actividad, y descubrir las alternativas a al producto que se puede utilizar en el mercado para solucionar los estos problemas.

¹⁸ <http://www.casadellibro.com/libro-el-metodo-de-leanstartup/9788423409495/1953644#modSipnosis>

¹⁹ <http://www.emprendoteca.com/lean-canvas-estructura-tu-idea-desarrolla-tu-negocio/>

3. Proposición de valor única: define qué te diferencia del resto, cuáles son las peculiaridades del modelo de negocio y del producto, con respecto a las alternativas que puede tener el cliente.
4. Solución: resaltar las 3 características más importantes del producto que van a resolver los problemas de los clientes. Tratar de centrarse en ellas y no perder tiempo en características secundarias.
5. Canales: cómo llegar a los clientes. Se debe pensar en todo el proceso de relación con el cliente, no sólo en el momento de la venta.
6. Flujos de ingresos: cómo ganar dinero. Plantea la estrategia de ingresos.
7. Estructura de costes: qué supone un gasto. Estructurar los costes e indicar el gasto mensual aproximado.
8. Métricas clave: se debe establecer qué actividades quieres medir y cómo medirlas. Se debe tener en cuenta que los indicadores le ayudaran a tomar decisiones en el desarrollo de la idea.
9. Ventaja especial/diferencial: cuál es la característica que le hace diferente del resto y es difícil de copiar. Es posible que, en un principio, no sepamos qué poner, se irá descubriendo a medida que madure la idea.
De esta forma, sabremos sobre qué trabajar y marcaremos del proyecto, dejando a un lado los mercados y funcionalidades secundarios.

3.3 Ventajas

A continuación presentaremos las ventajas que ofrece la utilización del Modelo Lean Canvas en el uso de creación y gestión de negocios, dentro de las mismas que nos ofrece el modelo las siguientes:

- Ventaja competitiva.
- Ayuda al pensamiento estratégico, ya que nos ofrece una visión a alto nivel del modelo de negocio.
- Permite entender las interrelaciones entre los distintos elementos del modelo, clave para valorar en escenarios y si el impacto de cada cambio.
- Se integra muy bien con otras herramientas del nuevo management, como las que provienen de la estrategia de los océanos azules, mapas de empatía...etc.²⁰

4 Modelo J.E.R. Canvas

El modelo del J.E.R. Canvas, fue creado por el Ing. Juan Enríquez Rosales, Director del Departamento Emprende de la Universidad UNPHU, el mismo surgió de la unión de los conceptos del modelo Canvas, el modelo de Lean Canvas y otros elementos más empleados que dan mayor claridad a la propuesta.

En la primera parte están los mismos elementos que el modelo Lean Canvas separados en las categorías Producto y mercado y en la segunda parte se agregan algunos elementos relacionados con la Empresa y otros relacionados con el mercado.

4.1 Los componentes agregados al Modelo JER Canvas son:

En el caso de la Empresa se agregan los elementos:

- Productos o servicios ampliados: aquí se dividen los productos básicos o central, de los periféricos o secundarios.

²⁰ javiermegias.com/blog/2011/11/herramientas-el-lienzo-de-modelos-de-negocio-business-model-canvas/

- Los procesos a utilizar donde se especifican los de apoyo y centrales. Por la relevancia de distinguir cuales son los procesos centrales.
- Cadena de valor: donde se plantean o desarrolla el proceso de entrada, desarrollo y salida que tendrá el producto o servicio a ofrecer por la organización y la importancia de tener presente el valor que tiene el producto.

En el caso del mercado se agregan los elementos siguientes:

- Relación con los clientes: aquí se exponen los componentes a utilizar para crear y mantener el seguimiento constante con los clientes.
- Competencias relevantes: Por le relevancia de tener a la " vista ", la competencia directa e indirecta que enfrentara el producto o servicio en el mercado.
- Patner networks: son los socios o proveedores que nos apoyaran en el desarrollo del proyecto.²¹

²¹ Exposiciones y folletos de apoyo presentado por el Ing. Juan Rosales en el Dept. de Emprnde de la UNPHU



De los componentes expuestos , el modelo de negocio J. E. R, Canvas permite a cada emprendedor pueda desarrollar su negocio a la mejor forma posible y le ofrece también como ventaja, que pueden transformar e incluir pasos, que le ayudaran a que el modelo de negocio se sostenga de una forma firme y duradero en el mercado.

5. Etapas para la aplicación de un modelo de negocios a un emprendimiento.

Presentamos en esta unidad las etapas básicas necesarias para comprender la aplicación de un modelo de negocio según:

El Dr. Alexander Osterwalder identifica cinco etapas principales para el proceso de diseño de modelos de negocio:

- **Movilización**
- **Comprensión**
- **Diseño**
- **Aplicación**
- **Gestión**

Estas actividades pueden ser realizadas tanto en forma lineal como también en paralelo, según la manera de trabajar de la empresa y del tipo de modelo de negocio a generar.

5.1 Etapa 1: la movilización

Consiste en la preparación de un proyecto de diseño de modelo de negocio. Está enfocada en la preparación del escenario. Se trata de reunir los elementos necesarios para el diseño de un modelo de negocio, gestionando la motivación que se esconde detrás del proyecto y armonizando un lenguaje común para todo el proyecto y la generación del modelo de negocio.

5.2 Etapa 2: la comprensión

Investigar y analizar los elementos necesarios para el diseño del modelo de negocio. Consiste en inmersión.

Reunir el equipo de diseño del modelo de negocio y revisar toda la información relevante en relación con clientes actuales y potenciales, tecnología, reuniones con expertos. Identificar los posibles problemas y las necesidades.

5.3 Etapa 3: el diseño

Adaptar y modificar el modelo de negocio en función de la respuesta del mercado. Es el trabajo de análisis.

Se trata de la conversión y transformación de la información en ideas de las fases anteriores en prototipos de modelo de negocio que se pueden explorar y comprobar. Después de haber analizado en detalle estos prototipos se selecciona el o los modelos de negocio que mejor cumple(n) las expectativas.

5.4 Etapa 4: la aplicación

Consiste en aplicar el (o los) prototipo(s) de modelo de negocios elegido(s). Es la fase de ejecución. Se ejecuta el negocio elegido con la planificación y las personas definidas.

5.5 Etapa 5: la gestión

Se trata de la adaptación y modificación del modelo de negocio según la reacción del mercado.

Esta etapa es llamada también evolución. En esta fase se realizan las readecuaciones y modificaciones del sistema de gestión de la empresa para estructurar el modelo de negocio. Se supervisa y adapta o transforma en forma continua el modelo de negocio.²²

De los conceptos expuestos nuestra opinión estas cinco operaciones corresponden a actividades constantes en el tiempo y metódicas. Para que la organización pueda mejorar sus negocios debe contar con indicadores de medición y de desempeño para así retroalimentar de forma continua el sistema del modelo de negocio.

Cuando analizamos estas cinco operaciones, podemos también darnos cuenta que son actividades que realizamos en el ámbito personal y privado sin problema

²² <http://icvalda.wordpress.com/2013/02/12/las-5-etapas-de-diseno-de-modelo-de-negocio/>

CAPÍTULO II.- DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE NEGOCIO DE TRANSPORTE ESCOLAR.

Día a día las ciudades crecen y esto se refleja, entre otras cosas, en las filas interminables de automóviles que simplemente ya no caben en las calles, las personas permanecen varios minutos y hasta horas en medio de embotellamientos, sobre todo durante las horas pico, como la hora de entrada y de salida de las escuelas y centros de trabajo.

Esta situación plantea la necesidad, tanto de los individuos como de los centros educativos, de contratar un servicio de transporte particular para reducir el número de unidades que circulan a diario en las principales vialidades y la seguridad de los alumnos en sus traslados. Pagar por ello genera importantes ventajas, pues disminuye costos en tiempo de traslado y ayuda a preservar el medio ambiente.

Actualmente la mayoría de los padres laboran para sustentar sus familias y no pueden trasladar a sus hijos a sus centros educativos, por lo que requieren de un transporte que los ayude a movilizar a sus hijos y los regrese, esto les ahorraría tiempo, dinero y poder realizar otras actividades del día a día.

El modelo de negocio está enfocado a los padres, y colegios que deseen la seguridad y facilidad de transportar a los niños, para que los cuales no se vean afectados a los inconvenientes tanto del ambiente externo como del ambiente interno y los mismos puedan cumplir con sus actividades a tiempo. El transporte escolar es una idea de negocio innovadora que aún no se ha explotado ya que este es un negocio redituable debido a que siempre se solicitara este tipo de negocios y algo en lo que no mucha gente se fija o simplemente piensas que no hay ganancias cuando esto es todo lo contrario creemos que es un negocio que cada vez se expande más y se obtienen más ganancias a través de él.²³

²³ <http://ideasdenegocioinnovadoras.com/transporte-escolar-una-excelente-idea-de-negocio.html>

II.1- Características

Nuestro modelo de negocio está enfocado en brindar la más alta calidad y excelente servicio a nuestros clientes de una manera eficiente y confiable, cumpliendo con las expectativas de los mismos.

- Calidad en el servicio, lo importante es que nuestros clientes tengan el mejor servicio cumpliendo y satisfaciendo sus necesidades específicas, para dar valor justo valor a los clientes, con actitud positiva y espíritu de servicio.
- Elaboración de un esquema de atención y servicio personalizado.
- La selección de un personal altamente capacitado y certificado para el desempeño de este trabajo, ya que el mismo exige experiencia y seguridad, para la protección de los estudiantes.
- Confiabilidad, los niños estarán altamente protegidos contra peligros existentes, que atente contra su seguridad
- Comodidad y confort, cada alumno ira sentado en un asiento específico dentro del autobús, no se excederá en la cantidad de pasajeros, además los mismos tendrán aire acondicionado.
- Contamos con unidades amplias para la comodidad de tus hijos; los asientos cuentan con cinturón para mayor seguridad y todos los cristales son inastillables, además de contar con sistema de rastreo GPS coordinado con nuestro departamento de logística.
- En nuestros recorridos proyectamos películas adecuadas para la edad de tus hijos, haciendo más divertido el trayecto.

- Ahorro a nuestro cliente, ya que ofrecemos la tarifa más cómoda del mercado.
- Excelente trato a nuestros clientes, ya que dentro en los autobuses abra un asistente encargado de las necesidades de los alumnos y estará presente en cada situación que se presente.
- los autobuses después de ser usados por cada ruta serán inspeccionados para verificar y mantener la higiene dentro de los mismos.
- También ofrecemos nuestros servicios para la realizan de otras actividades fuera de la movilización de la ruta de los centros educativos.

II.2- Industria o mercado

El mercado del transporte escolar

La demanda se identifica en el momento del inicio del colegio: volumen de tráfico, orígenes y destinos, horarios de desplazamientos. Este mercado es muy previsible en función de la evolución del número de alumnos y de la situación de los centros Escolares. Esta demanda ha evolucionado rápidamente con la población de alumnos y la concentración de los colegios e institutos en zonas rurales. Los transportes se efectúan o por transportes especiales, exclusivos para esta clientela, o por líneas regulares clásicas.

Características del mercado del transporte escolar

La clientela es joven, pero las edades pueden ir de los 6 a los 16 años. Esta clientela es: Cautiva, ya que no existen modos de sustitución Poco exigente en calidad de servicio, confort, y rapidez de desplazamiento

Muy exigente en materia de seguridad interna y externa, ya que los pocos accidentes que se producen tienen una repercusión mediática importante.

La necesidad de proporcionar seguridad a los alumnos en condiciones ejemplares tiene consecuencias sobre la gestión de los transportes: equipamientos específicos de los materiales, equipamientos y gestión de los puntos de parada, educación y formación de los alumnos en cuanto a seguridad.²⁴

II.3.- Tendencias

El **transporte escolar en países desfavorecidos** como Vietnam, India o Brasil, son casos peculiares que muestran una cara de la moneda desconocida para muchos occidentales. El transporte escolar debería ser accesible y seguro, así se entiende en los países industrializados, por desgracia no ocurre de este modo en los países mencionados. En países como Vietnam las familias más desfavorecidas deberían destinar todo el dinero que ganan para poder pagar la inscripción escolar, esta es una razón que hace que los niños abandonen los estudios y por ende no asistan a las escuelas.

Para combatir el absentismo escolar una ONG se ha propuesto facilitar medios para que los niños puedan ir a las escuelas, para ello han repartido bicicletas entre las familias más humildes. Nos hablan de la ciudad vietnamita Da Nang localizada en la costa sur del país, una de las ciudades más importantes y pobladas de este estado, los hijos de las familias que viven en el extrarradio de la ciudad deben recorrer a pie varios kilómetros para poder ir al colegio, gracias a Children of Vietnam las familias más necesitadas pueden recibir una bicicleta con la que los niños pueden acudir al colegio con más facilidad. Algo tan simple como una bicicleta reduce el absentismo y permite que los niños puedan seguir estudiando.²⁵

En Costa Rica, los autobuses escolares, están sometidos a amplias exigencias de seguridad, tanto por parte de la legislación, como por parte de los padres de familia y centros Educativos para quienes brindan el servicio, indica la Directora Ejecutiva del Consejo de Seguridad Vial Ing. Rocío Gamboa. No obstante indica

²⁴<http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/6276/7/06.pdf>

²⁵ <http://pequelia.es/71541/transporte-escolar-en-paises-desfavorecidos/>

la jerarca todos los años el COSEVI, inicia una campaña preventiva en Centros Educativos ubicados en todo el país, con la finalidad de reducir el índice de accidente en menores de edad.

Y en conjunto con la Policía De Tránsito se planifican operativos preventivos y de control dirigidos a autobuses escolares, con el fin de que estos automotores cumplan con la normativa vigente para transportar estudiantes.²⁶

En el caso de un país Sudamericano; Chile posee una tarifa diferida para estudiantes a la que se puede optar presentando un Pase escolar al momento de cancelar el pasaje. Este a su vez permite optar a diferentes tarifas, siendo Educación primaria pasaje sin costo y Educación secundaria además de Educación superior un porcentaje del pasaje adulto (50% en regiones y 33% en Santiago).²⁷ El negocio del transporte escolar debe acoplarse a las normas planteadas por la ley, cuando el finaliza del verano, son cerca de 2 millones 400 mil estudiantes vuelven al colegio. Frente a eso, el ministro de Educación, Harald Beyer, llamó a los padres a verificar que los 19 mil vehículos de transporte escolar cuenten con las medidas de seguridad exigidas y que estén inscritos en el registro nacional de transporte respectivo.²⁸

En la República Dominicana debido al incremento de la flota vehicular a nivel nacional y especialmente en la ciudad capital, los aumentos en los precios de los combustibles y los correspondiente congestionamientos en las vías, además de los compromisos laborales de los padres de niños en edad escolar, cada día son más los escolares que, para asistir a los centros educativos donde reciben enseñanza básica y media, utilizan el transporte escolar ofrecido por diversos operadores en un servicio puerta a puerta que se hace más popular; y por ende, es ofrecido por mayor número de operadores.²⁹

²⁶ <http://www.ninosfelicesyseguros.com/transporte-estudiantil/>

²⁷ [http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte#M.C3.A9todos de simulaci.C3.B3n de transporte](http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte#M.C3.A9todos_de_simulaci.C3.B3n_de_transporte)

²⁸ <http://www.latercera.com/noticia/nacional/2013/03/680-511591-9-ministro-de-educacion-y-transporte-escolar-los-padres-son-los-primeros.shtml>

²⁹ <http://ottt.gob.do/Portals/0/docs/Manual%20escolar.pdf>

En Estados Unidos y otros países es habitual que se dediquen autobuses para llevar a los escolares de su lugar de residencia a la escuela. La normativa de Estados Unidos obliga a que un cuidador adulto, aparte del conductor, vaya en el autobús y que los autobuses no tengan más de 16 años. En Davis, Estados Unidos, más del 40% de los niños y niñas van al colegio en bicicleta.

En otros países como Alemania o Finlandia, los alumnos van solos en los vehículos del transporte público de la ciudad. Normalmente, los estudiantes reciben una tarjeta que les permite hacer uso de estos servicios por todo el semestre de forma ilimitada, a un costo muy bajo (subsidiado).³⁰

II.4 -Clientes / Consumidores

Nuestros clientes y consumidores serán los padres de familias que deseen recibir el servicio facilitándole el mejor aprovechamiento de su tiempo, ahorro de combustibles y menor estrés.

Como también los colegios que requieran de este servicio brindándoles nosotros como ventaja la optimización de tiempos por reducción de carros en filas y mejora en la viabilidad en calles colindantes al colegio.

II.5- Competidores

En el comienzo de una empresa, la competencia siempre será las más sólidas y la más antigua en el mercado, pero si se cuenta con ideas innovadoras y creativas, se puede lograr el objetivo propuesto. Teniendo en cuenta, que trabajaremos con los mismo padres de familia.

Entre los posibles competidores estarán las mismas empresas que dan estos mismos servicios, compañías de servicios de transporte, compañías de taxi y los mismos padres de familias que acuden a otros medios de transporte.

³⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte>



-Transporte Escolar tía Miledy. Pequeña empresa de transporte escolar nuestra competidora ya que de despeja en la misma zona en la que estaremos laborando, brinda el mismo servicio de transporte a colegios y tutores.



-Compañías de taxis: empresa con mayor tiempo que ofrecen un amplio rango de servicios de taxis y que cuentan con una amplia flota de vehículo para brindar el servicio.



-Transporte Público. Es el término aplicado al transporte colectivo de pasajeros. A diferencia del transporte privado, los viajeros de transporte público tienen que adaptarse a los horarios y a las rutas que ofrezca el operador.³¹

³¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_p%C3%BAblico

II.6- Tecnología

Tenemos muy presente el concepto de seguridad, es por eso que nuestras unidades y personal responden a los más alto estándares de calidad y servicio.

- Unidades controladas vía satélite desde nuestros centros de operaciones.
- Botón de pánico en todas las unidades, conectado directamente al centro de operaciones.
- como a la vez implementaremos GPS para que los padres de los estudiantes conozcan el paradero de sus hijos.
- Tendremos televisión con DVD y un sistema de micrófono y bocinas para cualquier información que se desee transmitir.

II.7.- Otros aspectos relevantes

- Te ofrecemos descuentos al contratar nuestro servicio para dos o más de tus hijos, para que toda la familia goce de las ventajas que te brindamos.
- Para el segundo hijo que viaje con nosotros aplicamos un descuento del 25 %, 50% para el tercero y 100% para cada hijo adicional.
- El vehículo tendrá ventanas que se puedan abrir a ambos lados.
- Tendremos revisión técnica que debe indicar la capacidad máxima de pasajeros, cifra que debe ser informada al interior del vehículo y respetada por el o la conductora y exigida por las familias, para la comodidad de los estudiantes.
- Los vehículos de año de fabricación desde el 2007 en adelante, deben contar con cinturón de seguridad, en todos los asientos.

- El tiempo de viaje desde y hacia el colegio no debe superar los 60 minutos.
- Se prohibirá el traslado de menores de ocho años en los asientos delanteros.
- Estaremos sujetos a los reglamentos del Decreto 489-87 que da origen a la Oficina Técnica de Transporte Terrestre (OTTT), asume el compromiso de regular esta modalidad de transporte mediante la elaboración e implementación de la presente normativa, cuyo objetivo de la Normativa para la Operación del Transporte Escolar, establece lograr a través de la misma, la implementación de mejoras en la calidad y seguridad del servicio, mediante una herramienta que garantice la seguridad de los estudiantes transportados en rutas escolares.

CAPÍTULO III.- PRE DISEÑO DEL MODELO

III.1.-Definición del tipo de modelo de negocio a utilizar

Este será un negocio orientado al servicio, el cual se basará en el transporte de escolares con frecuencia diaria desde el domicilio de los estudiantes hasta sus establecimientos educacionales y viceversa. Cumpliendo con estándares de calidad orientados a satisfacer las exigencias de nuestros clientes. Por lo que, elegimos el modelo de negocios Canvas el cual es una herramienta muy utilizada por empresarios o expertos en negocios, ya que este nos simplificará los pasos de cómo generar un modelo de negocio que sea rentable. Debido a que describe de manera lógica la forma en que un modelo de negocio en marcha o recién iniciado crea, entrega y captura valor.

III.2.- Definición de los componentes del modelo de Negocios

El modelo de negocios Canvas, se compone de 9 bloques que representan las áreas clave de una empresa y que son de debida importancia y estudiaremos en nuestro modelo de negocio:

COMPONENTES DEL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS SON LOS SIGUIENTES:

- Segmentos de clientes
- Propuesta de valor
- El canal
- La relación
- Flujos de ingreso
- Recursos clave
- Actividades clave
- Alianzas
- Estructura de costes

III.3.- Definición de Segmento de Clientes

El servicio de transporte escolar ofrecerá el servicio a padres y/o tutores de los planteles educativos de clase media alta, en el Distrito Nacional. Como también a tutores de los estudiantes.

Los alumnos con edades entre los 5 y 18 años, que cursan los grados desde preescolar hasta 11° de educación básica. Es importante resaltar que los clientes serán los padres de familia de los alumnos y los usuarios son sus hijos estudiantes de las instituciones educativas.

También ofreceremos servicios de outsourcing para los centros educativos que ofrezcan el servicio gratis a los padres, (nos remuneraran los centros educativos).

De los sectores escolares que abarcaremos están los siguientes:

- Bella Vista
- Mirador
- Renacimiento
- El millón
- Cacicazgo
- Gazcue

III.4.- Identificación del problema al resolver

La problemática del traslado de los estudiantes a sus centros educativos y a otros lugares y la falta disponibilidad del transporte, es un agravante que perjudica a los alumnos poder realizar sus actividades a tiempo e incluso son expuestos a múltiples peligros que muchas veces pueden ser fatales,

La ubicación de las viviendas de los estudiantes que muchas veces quedan muy retiradas de sus planteles escolares y en muchas ocasiones los altos costos generados al momento de requerir el servicio para realización de las diferentes actividades de los niños.

En muchas ocasiones los padres de familia trabajan todo el día por lo cual No tienen la oportunidad de llevar a sus hijos a las diferentes actividades escolares, los mismo requieren de un buen servicio confiable que los apoye en esa ardua tarea, porque les da la oportunidad tanto a los padre como a los niños de poder realizar otras actividades productivas.

Otro factor es que debido a la gran masa de personas que se transportan en el día a día a llevar a sus hijos al colegio, este se ha convertido en un estrés y un caos en asunto del tránsito, ya que por el alto flujo de personas se congestionan las calles y dichos padres llegan con tardanzas a los trabajos.

la Poca disponibilidad de tiempo, la familia por llegar temprano a dichas labores se olvidan de compartir un desayuno en familia, ya que demasiada carga y por querer cumplir en ambos aspecto llegar temprano al colegio y trabajo esto causa la prisa de que se olviden de esos momento.

Inseguridad. En el caso de los padres que no tienen vehículos corren más el riesgo de ser asaltado u otros motivos que arriesguen su vida.

III.5.- Identificación de la posible solución

Le haremos los días más fáciles ofreciéndoles a nuestros clientes el servicio más cómodo y confiable de trasladar a sus hijos a sus respectivos colegio. Presumiremos que las ventajas del transporte escolar serían considerables, para las soluciones que provoca el no usar el servicio.

- La puntualidad en los trabajo ya que no habrá la necesidad de trasladar sus hijos.
- Ahorro de tiempo, disponibilidad de tiempo para realizar otras actividades. El tiempo que se emplea sería de treinta minutos a una hora de ida y otra media hora o una hora de vuelta, a la semana sería de cinco a diez horas, y si se lo multiplica por veinte días hábiles escolares, el resultado sería de veinte a cuarenta horas al volante por mes. Es decir que el autobús escolar ahorraría casi un día o dos que se podría traducir en horas laborales, recreativas, entre otras.
- Confiabilidad y seguridad en el servicio, garantizamos el buen manejo para trasladarlo velando por la seguridad y la puntualidad de que los alumnos lleguen a tiempo a sus colegios.
- Ahorro de combustible, por el alto costo de los combustibles los padre no tendrán la necesidad de comprar del mismo para trasladar a sus hijos a sus planteles educativos.
- Salud y productividad

Se mejoraría la salud y la productividad de la ciudad al usar el transporte escolar, si pensáramos que la contaminación del aire sería menos, los daños ocasionado a nuestros organismos como al medio ambiente, y no contrajéramos enfermedades como son alergias respiratorias que perjudica el desempeño escolar y laboral de la población.

-Estrés

Con el uso del transporte escolar se ahorraría horas en el tráfico matutino y vespertino, y con ello evitaría sufrir de ansiedad y depresión, y en algunos escasos hasta cierto grado de neurosis.

III.6.- Validación del problema y la solución

En las entrevista realizada a los clientes pudimos observar que los motivos por los cuales hoy en día muchos padres no utilizan el transporte escolar es debido a que los colegios le quedan muy cerca, pero aun así se quejan porque corren el riesgo de que por la poca seguridad ciudadana pueden de ser asaltados.

También pudimos determinar que por el trayecto de llevar a sus hijos a los colegios dichos padres llegan tardes a sus labores, y no pueden emplear su tiempo en otras actividades.

Por dicho problema en que se atraviesa hoy en día el país sobre la poca seguridad ciudadana, implementamos en nuestros servicios de transporte escolar lo que es el GPS para que cada padre esté al tanto de las ubicaciones de sus hijos, como también asociándose a recibir nuestros servicios pues no habrá más tardanza en sus labores de empresa.

Otra problemática que pudimos detectar en la aplicación de las entrevistas, fue que muchos padres se dirigen a pie a buscar a sus hijos a sus respectivos planteles escolares, le es sumamente incomodo a ellos salir procurar a sus hijos en el horario del medio día por las siguientes razones:

1. Tienen que elaborar los alimentos de forma rápida, cuestión de que no se le haga tarde recoger a los niños.
2. El clima a esa hora es sumamente fuerte, el sol castiga sin piedad tanto a los padres como a los niños.
3. Otro factor que pudimos detectar es que hay padres que tienen más de dos alumnos en los centros educativos que tienen horario de salidas diferentes hasta más de una hora, los padre tienen que dirigirse hasta dos

o tres veces a los centros a recoger a sus hijos, evitando que los alumnos se vayan solos a sus casas.

4. Otra problemática es que hay padres que tienen hijos en diferentes centros educativos y se le hace muy incómodo poder procurar a sus hijos, porque chocan en horario tanto de entrada y de salida, tienen que buscar otro tipo de ayuda para poder recoger a sus hijos, como solicitar un vecino que se los lleve y se los recoja, que los niños se acompañen de otros niños etc.

Le brindaremos el servicio a todo público sin importar que sus casas estén cerca de sus recintos escolares pero estos tendrán tarifas más baja debido a la cercanía.

No obstante al recibir nuestros servicios tendrán como ventaja, disponibilidad de más tiempo, seguridad con sus hijos, puntualidad en sus trabajos, ahorro de combustible para lo que tienen carro, entre otras.

Según las entrevistas realizadas pudimos validar nuestras hipótesis iniciales, tanto en el problema como en la solución.³²

III.7.-Propuesta de valor.

Como una estrategia empresarial maximizaremos la demanda a través de configurar de forma óptima la oferta. Seleccionando los elementos específicos de un producto o servicio que son más valorados por la demanda.

-Precio: Ofreceremos cuotas módicas y diferentes formas de pagos a crédito y como hemos planteado anteriormente varios paquetes de descuentos. De esa manera les quitaremos cierta presión en el aspecto económico a los padres a la hora de pago.

³² Detalle de la entrevista del problema y solución se encuentra en anexos.

-Calidad: nuestros autobuses tendrán su mantenimiento al día para así brindar el máximo confort a nuestros clientes.

Contaremos con servicio GPS, para que dichos padres estén al tanto del paradero de sus hijos.

Utilizaremos personal capacitado y debidamente certificado, los cuales permitirán que los estudiantes lleguen a sus centros educativos seguros y a tiempo para realizar sus actividades escolares, lo mismo a la hora de la salida al dirigirse a sus casas.

-Desempeño: mediremos el tiempo que tomen en ruta nuestros choferes diariamente comparándolo con el tiempo promedio que se tomarán nuestros competidores de esa forma mediremos la eficacia de nuestro servicio en lo que a tiempo se refiere.

-Reducción de riesgos: todos nuestros choferes tendrán una educación de bachiller, licencia al día, seguimiento conductual y un chequeo de rutina por nuestro personal antes de tomar el volante para así garantizar que estén sobrios a la hora de conducir garantizando de que no pase ninguna eventualidad lamentable a terceros.

Customización.

Permitiremos la opinión de nuestros clientes sobre la calidad del servicio brindado y sugerencia de cosas que quisieran agregarle a nuestro servicio de transporte mediante buzones de sugerencias en nuestras oficinas.

III.8.- Elaboración de los componentes del modelo.



Clientes: nuestro segmento de clientes se caracterizará por padres, tutores y colegios para niños entre edades de 5 a 18 años, quienes de forma directa van a ser manejados por sus padres los cuales devengarán nuestros servicios.



Propuesta de valor: autobuses con mantenimiento al día, confortables, con sistema de rastreo, GPS y sus respectivos sistemas de seguridad. Además pagos flexibles y descuentos en las cuotas, así ofreciéndoles un servicio de calidad y económico a nuestros clientes adecuado a sus necesidades.



Canales de distribución: los canales de distribución serán nuestra página web, promotores, visitas a los colegios. La forma más efectiva para conquistar nuestros clientes será a través de la comunicación constante con las diferentes escuelas de las zonas cada año escolar en curso y las solicitudes abiertas para contratos vía web. Con este mecanismo podremos detectar los padres que necesiten de este servicio.



Relaciones con los clientes: el acompañamiento permanente con los niños de nuestros guías en el autobús es nuestra principal estrategia para mantener la fidelidad y confianza de nuestros clientes y como también el contacto vía web, telefónica u otros medios con ellos.



Fuentes de ingresos: nuestra forma de ingresos estará conformada por los padres, tutores y colegios que requieran el servicio y por el flujo de dinero recibido por la comercialización de nuestro servicio. Nuestra empresa ofrecerá formas de pagos tanto al contado como a través de créditos o pagos en cuotas para ofrecer facilidades a nuestros clientes.

El ingreso será: 10 cuotas anuales de \$ 5,000.00 c/u

Cada vehículo con la capacidad de 21 asiento disponibles para niños $5000 \times 21 =$ RD \$ 105,000.00 este monto calculado por 10 vehículos = RD \$ 1, 050,000.00 mensualmente.



Recursos claves: contaremos con GPS, calidad de vehículos y talento humano especializado en manejo de niños y también con choferes experimentados en el manejo de autos de esta categoría. También como otros recursos: ubicación de nuestro local principal y la creación de nuestra página web.



Actividades claves: nuestras actividades claves control de mantenimiento de los vehículos, control de cumplimiento de las rutas y horarios, control de calidad dado por los choferes. Llevaremos un control en la parte financiera de nuestro negocio con el fin de detectar cualquier escape o descenso monetario. Así como también el mantenimiento óptimo de nuestros autobuses que serán nuestra principal herramienta de trabajo. Además el análisis de las sugerencias de mejoras que nos brinden los padres de los niños.



Alianzas Claves: nuestros aliados estratégicos serán los proveedores que importen los modelos de autobuses a utilizar de dicha marca (Mitsubishi) , por igual el Ministerio de Transporte, ministerio de educación y todos los recintos escolares los cuales estén localizados en la zona que cubrirá nuestro servicio.



Estructura de costes: nuestros costos más representativos serán el contrato del personal administrativo y operativo, la compra de todos los autobuses a operar y compra de nuestro local principal.

Mapa de Empatía.

QUE PIENSA, QUE SIENTE.

Mejor aprovechamiento del tiempo Estrés
Necesito transporte escolar Preocupación
Ahorro en combustible Inseguridad
Ajetreo

Que oyes.

Quejas de vecinos que viven alrededor de colegios.
Quiero un transporte escolar, seguro.
Impuntualidad.
Quiero más tiempo con mi familia.



QUE VES.

Tapones
Servicio informal
Personas apuradas
Asaltos
Secuestros
Transporte público deficiente

DOLOR

Inseguridad, poco tiempo, estrés,
Impuntualidad, mucho tránsito,
Precio de combustible.

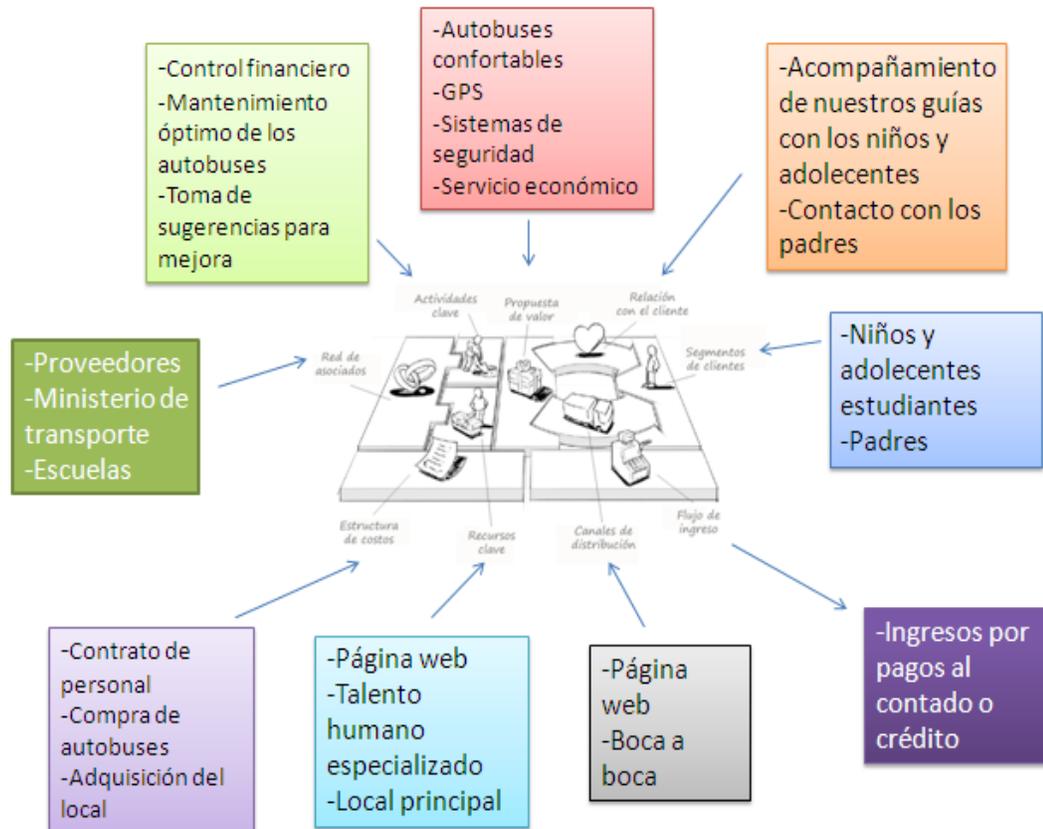
QUE DICE, QUE HACE.

Gasto de combustible
Poco tiempo
Desviación de calles
Madrugar
Aguantar calor.

BENEFICIOS.

Ahorro de combustible, menor estrés, mejora en tránsito, tiempo de traslado más rápido, menor riesgo de accidentes.

III .9 Modelo prediseñado.



CAPÍTULO IV.- EVALUACIÓN DEL MODELO PRE DISEÑADO

IV. 1. Testeo

Para saber cómo recibirá el cliente nuestro modelo de negocio mostramos el pre-diseño a varios padres y colegios para así demostrar su factibilidad. Estos emitieron sus opiniones acerca de si están de acuerdo o no, con el proyecto como también sus aportes para mejora. La información recogida detalladamente esta presentada en anexos.

Padres:

- Franchesca Álvarez
- Verónica Carpio
- Santa Báez
- Ing. Félix Rosa
- Lic. Rosa Disla
- Lic. Héctor Manuel Maldonado
- Lic. Fanny Tejeda

Colegios:

- Colegio Luz de Cristo
- Colegio Compostela
- CAFAM
- CEDI

IV.2. Pivoteo

Dentro de las recomendaciones más objetivas sugeridas por nuestros futuros clientes en los componentes del pre diseño del modelo fueron las siguientes:

-Propuesta de valor

Los entrevistados agregaron las siguientes recomendaciones en este punto.

- Botiquín de primeros auxilios.
- Precio
- Reducción de Costo
- Reducción de Riesgo
- Especificar quienes estarán con los niños y el estricto control de entrega de estos.

-Alianzas claves

- Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
- Alianzas estratégicas entre competidores.
- Cooperativas de empleados.

-Recursos claves

Dentro de los recursos claves, especificaron:

- Físicos
- Humanos
- Financieros
- Modernas instalaciones

-Canales de distribución

Prensa, anuncios televisivos, redes sociales, radio y entregas de brochures.

-Estructura de costos

- Costos Fijos
- Costos variables
- Economías de escalas
- Economías de alcance

-Actividades claves

- Traslado responsable y eficiente a los estudiante
- Control y monitoreo
- Asistencia inmediata por el fallo de algún autobús.
- Resolución de problemas: Servicios de consulta para clientes individuales o grupos.

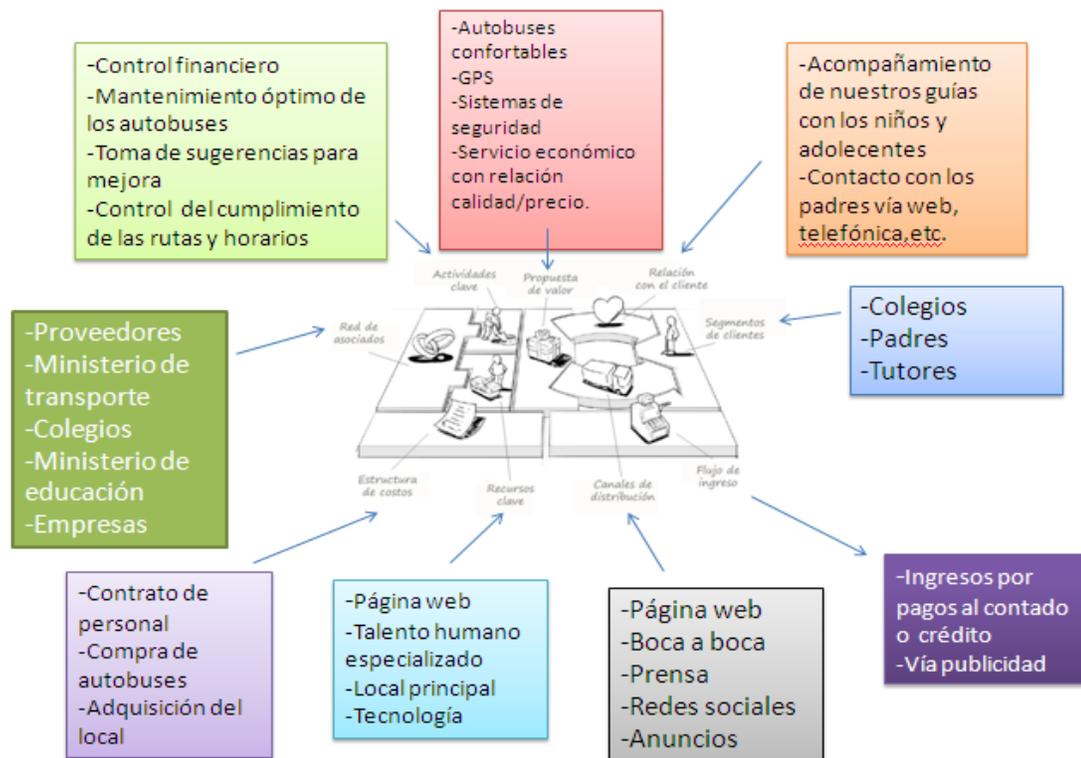
-Fuentes de ingreso

La renta o alquiler de nuestros autobuses y el pago mensual del servicio que los padres recibirán de nuestra empresa.

-Relación con los clientes

- Servicios Automatizados.
- Co-creación.

IV. 3. Modelo Pivoteado.



Posibles Clientes

Dentro de las posibles personas que estarían dispuestos a comprar nuestro propuesta después de habérselo mostrado muestra los beneficios, servicios y seguridad a la hora de transportar niños hacia y desde las escuelas o colegios están las siguientes:

- Nalia Guerrero
- Yara Familia
- Juan Carlos Méndez
- Nicauris LLuerez
- Dairy Tiburcio
- Vanessa Acosta
- Carlos Rojas.

CAPITULO V.- PLAN PARA LA APLICACIÓN DEL MODELO

V.1 Objetivos

Como toda empresa plasmamos nuestros objetivos para tener un proceso que seguir

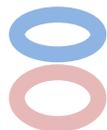
1-Lanzarnos como empresa a principios del 2014, ofreciendo el servicio solo a la ruta establecida.

V.2 Etapas

- 1- Buscar local
- 2- Cotización vehículos
- 3- Contratación de choferes
- 4- Acuerdo de financiamiento compañías
- 5- Captar clientes y colegios
- 6- Compra de vehículos
- 7- Promoción al servicio

Carta Gantt

<u>Actividades</u>	Junio				julio				agosto				septiembre			
Meses –semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.Bucar local	■	■	■	■	■	■	■	■								
2.Cotizacion vehículo		■	■	■	■	■	■	■								
3.Contratacion de choferes			■	■	■	■										
4.Acuerdo de financiamiento con compañías				■	■	■	■	■								
5.Captar clientes y colegios					■	■	■	■								
6.Compra de vehículos					■	■	■	■								
7.Promocion al servicio					■	■	■	■	■	■	■	■				



Provección de actividades.

Vacaciones

CONCLUSIONES

Después de culminar este proyecto podemos determinar lo siguiente: la definición de modelos de negocios es un término reciente o actual, el cual ha sido puesto en práctica por varios autores de periodo o era reciente. Los mismos van relacionándose al componente más perteneciente de creación de empresas para crear provecho y aumentar rentabilidades. Un factor importante en la creación de empresas es que hay que estar en avance o desarrollo constante por que los tiempos actuales exigen, y de esa manera poder estar preparado para hacer frente a los desafíos del crecimiento de los nuevos periodos en la sociedad. Para la creación de nuevos modelos de negocios es vital la mejora, la originalidad y la inducción de aportes para la generación futura.

Al evaluar las contrariedades en el sistema de transporte escolar, se presenta el plan de crear el modelo de negocio de un sistema que movilice o traslade a los estudiantes de forma confiable, rápida y confortable, en distintos colegios ubicados en varios sectores de Santo Domingo, Distrito Nacional. Luego de haber realizados varias observaciones e investigaciones se pudo identificar una necesidad del mercado, la cual promueve el uso y la aplicación de los conocimientos obtenidos, con el propósito de satisfacer ese menester y obtener rentabilidad por causa de la misma.

El uso de la tecnología es un factor importante ya que es un gran aliado en las aplicaciones de nuevas estrategias de negocios, ya que accede a la garantía en cuanto a seguridad, y brindar servicios de calidad, facilitando la manera o forma de vida de las personas. Los clientes prefieren pagar y obtener un bien o servicio que le asegure la satisfacción de su necesidad en un tiempo determinado. Por lo tanto es recomendable aprovechar las oportunidades para aportar un beneficio que ayude a los clientes.

Después de haber realizado este proyecto se ha obtenido una experiencia única tanto para los integrantes como para todas las personas que se relacionaron con este trabajo, es importante destacar que en el transcurso del desarrollo del mismo surgieron aportes importantes para el beneficio y la mejora del mismo.

El aprendizaje obtenido del mismo fue el trabajo en equipo y del desarrollo de la creatividad, cuando se trabaja de esta forma se pueden obtener los resultados esperados y el cumplimiento de las metas anheladas y la agilización de los procesos de manera considerable, también se logran resolver las problemáticas, al consultar y tomar en cuenta las diferentes opiniones de los integrantes del grupo.

Con la creación de este modelo se pretende cooperar con el desarrollo de ideas que ayuden hacia el avance de la sociedad y una visión positiva hacia el futuro, que se puedan resolver los problemas presentados por los consumidores satisfaciendo las necesidades específicas en el momento indicado, mejorando la calidad de vida de los mismo y las exigencias de los nuevos tiempos, así como también aplicar los conocimientos aprendidos, para la implementación de nuevas estrategias las cuales sean de beneficios de nosotros mismos y para la sociedad.

RECOMENDACIONES

Los modelos de negocios son una manifestación de nuestra sugestión, motivación e ingenio acogidos de una renovación para producir o crear beneficio. Por lo que cabe señalar que este modelo de negocio de transporte escolar genera una contribución para las empresas y la sociedad actual.

Esta clase de modelo revela la visión de un futuro inmediato la resolución de contrariedades e inconvenientes que presentan la sociedad y las etapas cambiantes por los que recorren los países en expansión y desarrollo.

La creación de empresas es un componente vital dentro las universidades, el procedimiento y el orden de la enseñanza de generación de modelos de negocios proporcionaran a los aprendices y a los maestros extraer y desarrollar las habilidades existentes, y permitir la proyección e implementación de nuevas ideas las cuales proporcionar beneficios y aportes a las nuevas sucesiones actuales y futuras.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. De la idea a tu empresa – Servulo Anzola – Mc Graw Hill -2005
2. Emprendedor de Éxito – Rafael Alcaraz R – Mc Graw Hill -2006.
3. Empresarismo –Kathelen All – Mc Graw Hill -2012
4. Generación de modelos de negocios –Alexander Osterwalder
5. The lean Start Up – Eric Ries
6. Innovación Empresarial –Rodrigo Varela-Pearson – Tercera Edición- 2008

Web

- [wiki.ideas.org.ve/images/d/d7/CANVAS Social \(Ideas 2012\).pdf](http://wiki.ideas.org.ve/images/d/d7/CANVAS_Social_(Ideas_2012).pdf)
- [3 ejemplos de modelos de negocio innovadores | Ciberopolis](#)
- [8 modelos de negocio | SoyEntrepreneur](#)
- [Cómo definir tu Modelo de Negocio: versión pdf | Advenio](#)
- <http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/documents/innovacion-modelo-negocio.pdf>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Autob%C3%BAs escolar](http://es.wikipedia.org/wiki/Autob%C3%BAs_escolar)
- <http://www.listin.com.do/la-republica/2011/5/11/187732/25-de-escolares-va-a-colegios-privados>
- http://www.dominicanaonline.org/Portal/espanol/cpo_noti4618.asp
- <http://ottt.gob.do/Portals/0/docs/Manual%20escolar.pdf>

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4060010/lecciones/Capitulo1/modelo.htm>

http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/empresa/

<http://www.slideshare.net/gmontero/taller-1-definicion-del-modelo-de-negocio-ed1>

<http://www.slideshare.net/jcejjas/modelos-de-negocio-the-business-model-generation>

http://www.buenastareas.com/search_results.php?action=search&hidden=0&query=modelos+de+negocios

<http://www.gestiopolis.com/canales8/emp/modelo-de-negocio.htm#sthash.A7Lzl4nU.dpuf>

<http://www.soyentrepreneur.com/8-modelos-de-negocio-para-emprender.html>

http://ubr.universia.net/pdfs_web/UBR_2300986.pdf

Kim, W. C.; Mauborgne, R. (2002). «Charting Your Company's Future» (en inglés). Harvard Business Review: pp. 77-83

http://www.eoi.es/wiki/index.php/Modelo_CANVAS_en_Proyectos_de_negocio

<http://www.innovacion.cl/reportaje/metodologia-canvas-la-nueva-forma-de-agregar-valor/>

<http://emprenderesposible.org/modelo-canvas>

<http://emprenderesposible.org/modelo-canvas>

<http://www.emprendoteca.com/lean-canvas-estructura-tu-idea-desarrolla-tu-negocio/>

ANEXOS.



**DECANATO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION.**

**“MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE TRANSPORTE ESCOLAR, SANTO DOMINGO,
REP. DOM., AÑO 2013”.**

Sustentantes:

Héctor Maldonado	2007-0224
Judith Genao	2006-1716
Leanny Melo	2007-1909

Asesor Titular:

Ing. Juan Enrique Rosales

Asistente:

Lic. Margarita Abreu

**Anteproyecto de Monografía para optar por el título de
Licenciado en Administración de Empresas**

Santo Domingo, D.N.

Agosto, 2013

Modelo de negocio para la creación de una empresa de transporte escolar, Santo Domingo, Rep. Dom., Año 2013.

1.- Planteamiento del problema.

El autobús escolar es un servicio de transporte ofrecido para los alumnos tanto de escuelas y colegios, el servicio puede ser público, privado o compartido con los miembros de las propias escuelas.³³ Cuyo objetivo importante de brindar confiabilidad y tranquilidad en el proceso de movilidad.

En el Ministerio de Educación existen registrados 4,403 de estos centros privados que albergan 671,304 estudiantes.³⁴ Y un total 5, 145 centros públicos que asilan más de 1, 473, 222 escolares.³⁵ No todos estos planteles educativos ofrecen el servicio del transporte para sus estudiantes, los centros educativos que realizan esta función, brindan un mejor servicio y por ende reciben una mejor cantidad de alumnos.

Por lo tanto un servicio transporte escolar eficiente será útil para los colegios que deseen brindar un servicio a sus niños, en conjunto con una empresa confiable que les ofrezca seguridad y comodidad a sus estudiantes, los cuales lleguen a tiempo y exentos de peligros tanto al colegio como a sus hogares.

Dentro de los problemas podemos detectar en base la información de público conocimiento, está la falta de responsabilidad de muchos choferes, los cuales no conducen con la debida prudencia al movilizar a los alumnos, otro de los problemas que mencionaremos, es la falta de comodidad, muchos estudiantes son trasladados de

³³ http://es.wikipedia.org/wiki/Autob%C3%BAs_escolar

³⁴ <http://www.listin.com.do/la-republica/2011/5/11/187732/25-de-escolares-va-a-colegios-privados>

³⁵ http://www.dominicanaonline.org/Portal/espanol/cpo_noti4618.asp

forma incomoda e insegura por la falta de espacio en los vehículos de transporte escolar, varios de esos vehículos no están en las mejores condiciones para su uso.

Actualmente la mayoría de los padres están laborando y no pueden trasladar a sus hijos a sus centros educativos, por los que requieren de un transporte que los ayude a movilizar a sus hijos y los regrese, esto les ahorraría tiempo, dinero y poder destinar tiempo para realizar otras actividades.

En la actualidad lo importante es la satisfacción del cliente por lo tanto el modelo de negocio se verá integrado a nuevas tendencias, en el mismo se podrá hacer uso del servicio de transporte para realización de otras actividades diferentes al horario de clases, las cuales requerirán el uso del mismo para su objetivo.

Por la razón de la falta de tiempo para poder llevar a los niños a los colegios muchos de los estudiantes tienen que dirigirse a los centros por si solos, los cuales son expuestos a muchos peligros como son los accidentes de tránsito, los asaltos, secuestros etc.

Hoy en día la competencia es muy fuerte todos quieren brindar un buen servicio, los clientes son más exigentes al adquirir un servicio, los mismos exigen personal capacitado, eficiencia, comodidad, ahorro, cuidado, responsabilidad y excelente trato.

Como resultado de nuestras actitudes emprendedoras hemos descubierto esta posible oportunidad de negocio en este campo de acción, para por medio de nuestra gestión profesional ofrecer respuesta a una necesidad de ese punto de público en la República Dominicana.

Nuestro modelo de negocio está enfocado a los padres, y colegios que deseen la seguridad y facilidad de transportar a los niños, para que los cuales no se vean afectados a los inconvenientes tanto del ambiente externo como del ambiente interno y los mismos puedan cumplir con sus actividades a tiempo, por estas razones vamos a entrar a competir a esa industria y vamos a innovar ofreciendo un servicio eficiente.

El modelo se sustentara en calidad de servicio, personal cuidadosamente seleccionado y capacitado y tecnología de respaldo para la gestión operativa y la oportuna información de los clientes, ya sean estos colegios o padres en forma individual.

2. -Objetivos de la Investigación.

Objetivo General.

- Diseño de un Modelo de Negocios para crear una empresa, transporte escolar.

Objetivos Específicos.

- Identificar las características de los Modelos de Negocios.
- Delinear los elementos centrales del tipo de Negocio de transporte escolar.
- Elaboración de la primera versión del Modelo de Negocios.
- Pre diseñar un modelo de negocios.
- Evaluar el Modelo de Negocios pre diseñado a nivel de clientes.
- Proponer un modelo definitivo.
- Establecer un plan para la aplicación de Modelo.

3.- Justificación de la Investigación

Justificación teórica.

Un sector descuidado de este negocio es el de ofrecer transporte escolar confiable a los estudiantes, brindar confortabilidad, higiene dentro de nuestros autobuses y cuidado responsable por parte de los encargados.

Justificación Metodológica.

Utilizaremos un modelo de negocio ya que vamos a resumir el proceso de planificación y estrategias para servir a nuestros clientes, buscando satisfacer sus necesidades.

Justificación práctica.

Un transporte escolar confiable va a servir para la resolución del problema de traslados de los alumnos tanto a los centros educativos como a sus hogares, mejorando con ello en forma importante la calidad del servicio ofrecido por los planteles educativos.

4. Tipos de investigación.

En esta investigación se van a usar los siguientes tipos de investigación:

➤ Documental

Porque analizaremos la información escrita sobre el transporte escolar, como son periódicos, informes, entre otros documentos de investigación.

➤ Descriptiva

Ya que explicaremos las características, facultades y propiedades del transporte escolar.

➤ Correlacional

Se medirá el grado de relaciones entre los diferentes transportes escolares y el servicio eficiente.

➤ Explicativa

Debido a que se proporcionaran las razones del porque se requieren y es un negocio, el establecer o instaurar transporte escolar confiable.

5.- Marcos de referencia.

Marco Teórico.

Debido al incremento de la flota vehicular a nivel nacional y especialmente en la ciudad capital, los aumentos en los precios de los combustibles y los correspondiente congestionamientos en las vías, además de los compromisos laborales de los padres de niños en edad escolar, cada día son más los escolares que, para asistir a los centros educativos donde reciben enseñanza básica y media, utilizan el transporte escolar ofrecido por diversos operadores en un servicio puerta a puerta que se hace más popular; y por ende, es ofrecido por mayor número de operadores.

Desde hace varios años las federaciones y asociaciones de transportistas dedicados a la prestación de este importante servicio, han demandado su regulación, En este sentido, y tomando en consideración la importancia que reviste esta modalidad de transporte, no sólo por la cantidad de estudiantes transportados, sino por la seguridad que debe garantizárseles, en virtud de las atribuciones conferidas por el Decreto 489-87 que da origen a la Oficina Técnica de Transporte Terrestre (OTTT), asume el compromiso de regular esta modalidad de transporte mediante la elaboración e implementación de la presente normativa.

El objetivo de la Normativa para la Operación del Transporte Escolar, establece lograr a través de la misma, la implementación de mejoras en la calidad y seguridad del servicio, mediante una herramienta que garantice la seguridad de los estudiantes transportados en rutas escolares.³⁶

³⁶ <http://ottt.gob.do/Portals/0/docs/Manual%20escolar.pdf>

Marco conceptual

Autobús: es un vehículo diseñado para el transporte de personas. Generalmente es usado en los servicios de transporte público.³⁷

Escuela: centro docente, centro de enseñanza, centro educativo toda institución que imparta educación o enseñanza.³⁸

Estudiante: se refiere al educando o alumno dentro del ámbito académico.³⁹

Modelo de negocio: mecanismo por el cual un negocio busca generar ingresos y beneficios.⁴⁰

Transporte: se refiere al traslado de un lugar a otro de algún elemento, en general personas o bienes.⁴¹

Chofer: persona capacitada para conducir un vehículo de motor contratada para transportar a personas o mercancías.⁴²

Servicio: conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente.⁴³

³⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Autob%C3%BAs>

³⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Escuela>

³⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Estudiante>

⁴⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_de_negocio

⁴¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte>

⁴² <http://es.wikipedia.org/wiki/chofer>

Domicilio: es un atributo de la personalidad, que consiste en el lugar donde la persona (física o jurídica) tiene su residencia con el ánimo real o presunto de permanecer en ella.⁴⁴

Facilidad: Condiciones o circunstancias que permiten conseguir o realizar algo, especialmente el pago de un producto o un servicio.⁴⁵

Benchmarking. Es un anglicismo que, en las ciencias de la administración de empresas, puede definirse como un proceso sistemático y continuo para evaluar comparativamente los productos, servicios y procesos de trabajo en organizaciones. Consiste en tomar "comparadores" o benchmarks a aquellos productos, servicios y procesos de trabajo que pertenezcan a organizaciones que evidencien las mejores prácticas sobre el área de interés, con el propósito de transferir el conocimiento de las mejores prácticas y su aplicación.⁴⁶

Santo Domingo. (Oficialmente Santo Domingo de Guzmán) es la capital de la Republica Dominicana. Su población metropolitana se sitúa en torno a tres millones de habitantes, de acuerdo con el censo 2010. La ciudad está situada sobre el Mar Caribe, en la desembocadura del rio Ozama.⁴⁷

⁴³ <http://es.wikipedia.org/wiki/servicio>

⁴⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/domicilio>

⁴⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/facilidad>

⁴⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/benchmarking>

⁴⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/santodomningo>

Marco espacial.

Este modelo de negocio se llevara a cabo en República Dominicana, tomando como referencia a la provincia de Santo Domingo, Distrito Nacional.

Marco temporal.

El periodo de investigación para el modelo de negocio será desde 2009 al 2013.

6. Métodos, Procedimientos y Técnicas.

Métodos.

Los métodos de estudio a utilizar serán: observación, inductivo, análisis y de síntesis.

La observación.

Sera de gran importancia adquirir datos de variables que tengan vínculos sociables entre choferes, asistentes, con los tutores, profesores, los estudiantes, centros educativos y conductas sociales.

El método inductivo.

Nuestro trabajo de investigación lo comenzaremos con el procedimiento de la observación de situaciones específicas, con el objetivo de llegar a la determinación y proposiciones generales que puedan ser aplicadas a las situaciones parecidas a la observada.

El método del análisis.

Determinaremos todo lo relacionado a las partes que representan la objetividad. Con el propósito de implantar la relación causa y efecto de transporte escolar confiable.

El método de síntesis.

Comenzaremos de lo simple a lo complejo de la causa a los efectos de la parte al todo de los principios a las consecuencias.

Procedimientos y Técnicas.

Los procedimientos y técnicas que se utiliza para recabar la información serán:

➤ **Encuestas.**

Se realizaran encuestas a diferentes padres y centros educativos para obtener información si estarían dispuestos a utilizar el servicio y cuanto estarían dispuestos a pagar por el uso del mismo, para poder identificar el tamaño del mercado y cuáles son las necesidades que satisfacen el transporte escolar.

➤ **Entrevistas.**

Se realizaran entrevistas a diferentes centros educativos y padres.

➤ **Cuestionarios.**

Para estructurar las preguntas coherentes, organizadas y secuenciales con los objetivos de la investigación para la encuesta y las entrevistas.

➤ **Investigación bibliográfica.**

Se utilizara para dar soporte a la investigación.

➤ **Investigación en Internet.**

Para adquirir información en línea en los diferentes buscadores.

7.- Tabla de Contenido

Portada

Índice

Resumen ejecutivo

Dedicatorias

Introducción.

Capítulo I- Marco Conceptual

1. Modelos de Negocios para Emprendimiento y creación de Empresas
 - Tipos
 - Ventajas
 - Evolución
2. Modelo Canvas
 - Enfoque
 - Componentes
 - Ventajas
3. Modelo Lean Canvas
 - Enfoque
 - Componentes
 - Ventajas
4. Modelo J.E.R. Canvas
 - Enfoque
 - Componentes
 - Ventajas
5. Etapas para la Aplicación de un modelo de negocios a un Emprendimiento

Capítulo II.- Descripción del tipo de Negocio de Transporte Escolar.

- .1.- Características
- .2.- Industria o mercado
- 3.- Tendencias
- 4.- Clientes / Consumidores
- 5.- Competidores
- 6.- Tecnología

7.- Otros aspectos relevantes

Capítulo III.- Pre diseño del modelo

- 1.-Definición del tipo de modelo de negocio a utilizar
- 2.- Definición de los componentes del modelo de Negocios
- 3.- Definición de Segmento de Clientes
- 4.- Identificación del problema al resolver
- 5.- Identificación de la posible solución
- 6.- Validación del problema y la solución
- 7.-Propuesta de valor
- 8.- Elaboración de los componentes del modelo
- 9.- Modelo prediseñado

Capítulo IV.- Evaluación del Modelo Pre Diseñado

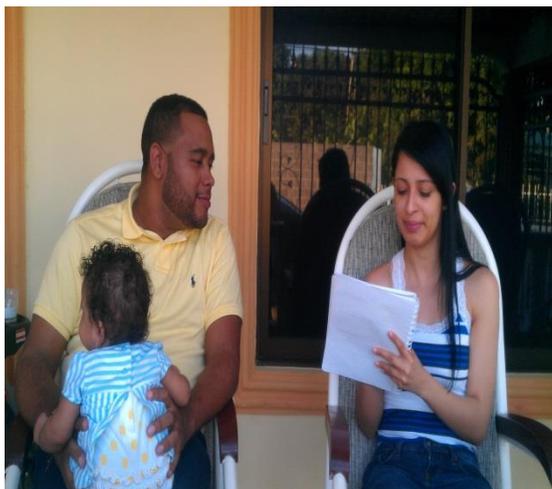
- 1 Testeo
- .2 Pivoteo
- .3 Modelo Ajustado

Capitulo V.- Plan para la aplicación del Modelo

- 1.- Objetivos
- 2.- Etapas

Conclusiones y Recomendaciones.

Fotos de las entrevistas realizadas.



Aceptación de nuestros futuros compradores.

saludos ↑ ↓ ×

 Dairy Tiburcio (dairy91@hotmail.es) [Agregar a contactos](#) 01/08/2013 Acciones ↓
Para: leanny@hotmail.es ✉

Se han bloqueado partes del mensaje por tu seguridad.
[Mostrar el contenido](#) | dairy91@hotmail.es es de confianza. [Mostrar siempre el contenido.](#)

Habla Dairy Tiburcio Lic. Administración de Empresas, he leído su propuesta y me ha impresionado pues resulta interesante tener este servicio de transporte escolar para los niños, les brinda a los ciudadanos mas seguridad en cuanto a sus hijos al momento de transportarse a su recinto escolar ademas de que permite que exista puntualidad en la llegada de los mismo a su destino. Estas son dos se las cosas que mas me han llamado la atención en cuanto a ofrecer este servicio se refiere. me gustaría que tomaram en cuenta mi institución para implementar su proyecto.

Transporte escolar ↑ ↓ ×

 Carlos Rojas (shambel1985@gmail.com) [Agregar a contactos](#) 01/08/2013 Acciones ↓
Para: leanny@hotmail.es ✉

apruebo el transporte escolar por varias razones, entre ellas, es más seguro para los estudiantes, ya que no tendrían que cruzar las avenidas que son tan peligrosas cuando los automóviles llevan una alta velocidad.

También, de esta forma los padres podrían estar mas tranquilos, menos preocupados por si sus hijos llegaran bien a sus escuelas.

La seguridad ante todo, y esto promueve la seguridad para los niños y jóvenes estudiantes.

Carlos Rojas

Re: modelo de negocio de transporte escolar



Para ver mensajes relacionados con este, [agrupar mensajes por conversación](#).



Nicauris Llubes (nicaurisllubes29@gmail.com) [Agregar a contactos](#) 01/08/2013 ▶
Para: judith genao ✉

Buenas Tardes

Me encanto esta propuesta y si estoy de acuerdo en la compra del mismo, me gusto sobre todo, que este negocio esta muy bien distribuido y esto ayuda al cliente con cualquier contratiempo que se le presente, otra cosa que me llamo la atención, es que los niños estarán bien cuidados ya que estarán acompañados por guías y mantendrán comunicación con los padres.

(Sin asunto)



vanessa acosta lapaix (vanessa_acostalp@hotmail.es) [Agregar a contactos](#) 01/08/2013 ▶
Para: Leanny Melo ✉

[Acciones](#) ▾

Se han bloqueado partes del mensaje por tu seguridad.

[Mostrar el contenido](#) | [vanessa_acostalp@hotmail.es](#) es de confianza. [Mostrar siempre el contenido.](#)

Yo vanessa Acosta

Apruebo el transporte escolar ya que los niños estan mas seguros , sin miedo que le pase algo en la calle al caminar solo o al cruzar las calles

deberian de haber mas transporte escolares.

RE: modelo de negocio de transporte escolar



Para ver mensajes relacionados con este, [agrupar mensajes por conversación](#).



diveris_21 mendez 01/08/2013 ▶
Para: JUDTHY PRIMA GENAO ✉

Saludos.

Es una propuesta muy interesante, donde hemos podido observar que tiene muy buena seguridad con referencia a los niños, el medio de transporte según lo estipulado es bastante confortable y seguro ya que cuenta con un sistema de GPS en caso de extraviarse, también que ofrecen una buena comunicación con los padres que es algo esencial para darle seguimiento a los niños.

Por tales razones hemos tomado la decisión mi esposa y yo de aceptar esta propuesta

Re: modelo de negocio de transporte escolar



Para ver mensajes relacionados con este, [agrupar mensajes por conversación](#).



yara familia 31/07/2013 ▶

Para: judith genao ▾

Buenas noches,

Está Excelente!

Esta muy interesante la propuesta y muy completa. Me encantó.

Estoy muy interesada.

Re: FW: modelo de negocio de transporte escolar



Para ver mensajes relacionados con este, [agrupar mensajes por conversación](#).



Nalia Guerrero (naliaguerrero01@gmail.com) [Agregar a contactos](#) 31/07/2013 ▶

Para: judith genao ▾

Pues me parece excelente, ya que de forma detallada muestra los beneficios, servicios y seguridad a la hora de transportar niños hacia y desde las escuelas o colegios.

Estoy dispuesta a comprar tu propuesta!!

Según la información leída
estoy de acuerdo con el monto a
pagar, ya que ofrece diversos servicios
muy atractivos.



Santo Domingo, D.N.
30 de Julio del 2013

A QUIEN PUEDA INTERESAR:

Por medio de la presente, yo Grace E. Florenzan E. cedula de identidad electoral No. 001-0779246-7, certifico que despues de haber leido el contenido , estoy de acuerdo con el plan elaborado y estoy segura de que dicho proyecto dara buenos frutos, por que esta enfocado en lo mas importante que es el CLIENTE.

Atentamente,



Grace E. Florenzan E.
Sec. Administrativa
CEDI



La propuesta presentada se ajusta perfectamente a las exigencias del proceso educativo de hoy en día, la logística orquestada para dar este servicio es muy acertada y completa.

La única sugerencia que tengo es que deberían de asignar un asistente por autobús ya que siendo los pasajeros de diferentes edades sería propicio que una persona pueda ayudarle al subir y bajar, además de que van a portar sus mochilas y loncheras, pienso que esa persona proporcionaría seguridad y mejor desempeño en la mecánica de este servicio.

Lucrecia Peña

Lucrecia Peña

Orientadora de Media del CAFAM



