

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRESTADORA DEL SERVICIO DE TRANSPORTE MIXTO-CAMPEROS EN EL
MUNICIPIO DE SILVIA CAUCA



ANDRÉS FELIPE CAMPO COBO
LUIS FABIÁN ZÚÑIGA VELASCO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN, 2018

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRESTADORA DEL SERVICIO DE TRANSPORTE MIXTO-CAMPEROS EN EL
MUNICIPIO DE SILVIA CAUCA



ANDRÉS FELIPE CAMPO COBO
LUIS FABIÁN ZÚÑIGA VELASCO

Trabajo de grado en modalidad de investigación para optar al título de
Profesional en Administración de Empresas

Director

Especialista en Gerencia de Proyectos y Gestión Tecnológica Empresarial

Juan Pablo Castrillón Fossi

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN, 2018

Nota de Aceptación

Director

Jurado

Jurado

Popayán, Fecha _____

Dedicatoria 1

Este trabajo primero que todo quiero dedicarlo a:

A Dios, gracias padre celestial por darme la vida, salud, fuerza, sabiduría y ánimo para llegar hasta aquí.

A mi familia que me apoyado a lo largo de mi carrera universitaria, ayudándome a pesar de todas las pruebas y dificultades presentadas en el desarrollo de este proyecto, con la visión de ver mis metas y objetivos cumplidos.

En especial este trabajo quiero dedicarlo a mi madre Maximina Velasco que con su trabajo, dedicación y esfuerzo me enseñó que en la vida nada es fácil y que cada esfuerzo tiene su recompensa.

Luis Fabián Zúñiga Velasco

Dedicatoria 2

Este trabajo primero que todo quiero dedicarlo a:

Dios por la vida que me regalo, por iluminar mi mente y fortalecer mis pasos en esta etapa como estudiante , por ser mi fortaleza en los momentos de adversidad y no permitirme que desfalleceré en el reto que me había propuesto.

A mi madre Victoria Cobo, por su amor, comprensión, consejos y apoyo en la construcción de mis sueños.

A mi esposa Nevis Ordoñez y mis hijos Andrés Sebastián y María Isabel, regalos maravillosos de Dios. Gracias por su amor, comprensión, paciencia, apoyo, por creer en mí y ser mi fuente de motivación para lograr esta meta.

Andrés Felipe Campo Cobo

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro agradecimiento a la Corporación Universitaria Autónoma del Cuaca en especial a los docentes quienes durante estos años contribuyeron con sus conocimientos a nuestra formación profesional. A nuestro asesor Especialista Juan Pablo Castrillón Fossi, por su conocimiento, dedicación, compromiso y acompañamiento constante. Al docente Daniel Parra por sus observaciones y sugerencias que hicieron posible la realización de este trabajo. A los participantes de la investigación por el interés y disponibilidad que prestaron a la hora de realizar las encuestas, material que hizo posible la realización de este proyecto.

Andrés Felipe Campo C. Y Luis Fabián Zúñiga V.

Contenido

1.	Generalidades del Trabajo	1
1.1.	Planteamiento del Problema.....	1
1.2.	Justificación.....	3
1.3.	Objetivos	5
1.3.1	<i>Objetivo general</i>	<i>5</i>
1.3.2	<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>5</i>
2.	Marco Referencial	6
2.1.	Marco teórico	6
2.1.1.	<i>Transporte Automotor Mixto.....</i>	<i>6</i>
2.2.	Marco legal.....	9
2.3.	Marco conceptual	10
2.3.1.	<i>Plan de negocios.....</i>	<i>11</i>
2.3.2.	<i>¿Qué es un Plan de Negocios?.....</i>	<i>12</i>
2.3.3.	<i>Análisis de Mercado</i>	<i>12</i>
2.3.4.	<i>El Análisis Técnico</i>	<i>12</i>
2.3.5.	<i>El Análisis administrativo.....</i>	<i>13</i>
2.3.6.	<i>El Análisis Legal y Social</i>	<i>13</i>
2.3.7.	<i>El Análisis Económico.....</i>	<i>13</i>
2.3.8.	<i>El Análisis Financiero.....</i>	<i>14</i>
2.3.9.	<i>La Evaluación Integral del Proyecto.....</i>	<i>14</i>
3.	Metodología.....	15
3.1.	Instrumento	17

3.1.1. Cuestionario.....	17
3.2. Tratamiento y análisis de la información.....	18
3.3. Población.....	18
3.3.1. Muestra.....	19
3.4. Productos esperados	19
4. Desarrollo del Proyecto	20
4.1. Estudio de Mercado.....	20
4.1.2.1. Alcances y limitaciones	20
4.1.2.2. Recursos	20
4.1.3. Mercado meta	21
4.1.4. Delimitación geográfica	21
4.1.5. Descripción del servicio	22
4.1.6. Tipo de mercado.....	24
4.1.7. Determinación del área de influencia	26
4.1.8. Análisis micro o macro del ambiente	27
4.1.9. Metodología de la investigación del mercado	31
4.1.11. Análisis de la Demanda.....	42
4.1.12. Mezcla del Mercado del Proyecto.....	48
4.2. Estudio Legal Administrativo	52
4.2.1. Constitución legal.....	52
4.3. ESTUDIO TECNICO	71
4.4. Estudio Ambiental	80
4.5. Estudio Financiero	84
4.5.1 Inversión Inicial.....	84

4.5.2.	<i>Ventas</i>	86
4.5.3.	<i>Gastos</i>	86
4.5.4.	<i>Proyección de los estados financiero</i>	89
4.5.4.3.	<i>Depreciación</i>	94
4.5.4.4.	<i>Balance General</i>	96
4.5.6.	<i>Criterios de Evaluación Financiera</i>	98
4.5.6.1.	<i>VPN (valor presente neto)</i>	99
4.5.6.2.	<i>TIR (Tasa Interna de Retorno)</i>	99
4.5.7.3.	<i>RBC (Relación Costo Beneficio)</i>	100
4.5.6.4.	<i>PE (Punto de Equilibrio)</i>	101
5.	<i>Conclusiones</i>	102
6.	<i>Recomendaciones</i>	103
7.	<i>Bibliografía</i>	104
8.	<i>Anexos</i>	109

Listado de tablas

Tabla 1 Distribución poblacional por zona	32
Tabla 2 Determinación de la demanda de acuerdo a la necesidad de transporte de según las personas encuestadas.....	42
Tabla 3 Proyección de la demanda.....	42
Tabla 4 Matriz de impactos.....	44
Tabla 5 Oportunidades y Amenazas.....	44
Tabla 7 Oferta Potencial del Servicio	47
Tabla 8 Proyección de la oferta.....	47
Tabla 9 Demanda insatisfecha del Servicio.....	47
Tabla 10 DOFA.....	68
Tabla 11 Tamaño del Proyecto.....	72
Tabla 12 Implementos de Oficina y Papelería.....	76
Tabla 13 Equipos de Oficina.....	76
Tabla 14 Otros Elementos	76
Tabla 15 Obras Físicas	77
Tabla 16 Maquinaria y Equipo.....	78
Tabla 17 Muebles y encerres	78
Tabla 18 Equipo de Transporte.....	78
Tabla 19 Constitución Legal.....	78
Tabla 21 Evaluación ambiental	80
Tabla 22 Legislación vigente sobre el medio ambiente.....	83
Tabla 23 Inversión inicial.....	84
Tabla 24 Parque automotor	85
Tabla 25 Ventas	86
Tabla 26 Mano de obra directa.....	86
Tabla 27 Instalaciones	87
Tabla 28 Otros	88
Tabla 29 Flujo de caja	89
Tabla 30 Estado de resultados.....	92

Tabla 31 Depreciación	94
Tabla 32 Balance general.....	96
Tabla 34 VPN.....	99
Tabla 35 TIR 15%.....	99
Tabla 36 TIR 25%.....	99
Tabla 37 TIR Final.....	100
Tabla 38 Punto de equilibrio.....	101

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1	Mapa del municipio de Silvia-Cauca (Zuñiga, 2012).	27
Ilustración 2	Distribución poblacional por zona (Fuente Propia).	33
Ilustración 3	Sexo (Fuente Propia).	33
Ilustración 4	Zona (Fuente Propia).	34
Ilustración 5	Estrato (Fuente Propia).	35
Ilustración 6	¿En la actualidad utiliza transporte mixto de pasajeros y mercancías? (Fuente Propia).	35
Ilustración 7	Periodicidad (Fuente Propia).	36
Ilustración 8	¿Qué distancia recorre en su movilización? (Fuente Propia).	36
Ilustración 9	¿Qué transporte utiliza actualmente? (Fuente Propia).	37
Ilustración 10	¿El transporte es efectivo a sus requerimientos de tiempo? (Fuente Propia).	37
Ilustración 11	¿Cuál es el costo de transporte actualmente? (Fuente Propia).	38
Ilustración 12	¿Cómo califica el transporte que hay actualmente en el municipio de Silvia? (Fuente Propia).	38
Ilustración 13	¿Cómo se realiza la prestación del servicio de transporte que utiliza? (Fuente Propia).	39
Ilustración 14	¿Si le ofrecieran los servicios de una empresa de transporte CAMPEROS la utilizaría? (Fuente Propia).	39
Ilustración 15	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio? (Fuente Propia).	40
Ilustración 16	¿Qué espera del servicio? (Fuente Propia).	40
Ilustración 17	Estructura Propuesta de Valor (Johnson y Scholes, 1997).	48
Ilustración 18	Mapa de procesos (Fuente Propia).	58
Ilustración 19	Organigrama.	67
Ilustración 20	Distribución de planta.	75

Índice de Anexos

Anexo a Encuesta.....107

Resumen

El presente trabajo de investigación busca desarrollar estudio de factibilidad para la creación de una empresa prestadora del servicio de transporte mixto–camperos en el municipio de Silvia Cauca, a partir del análisis de mercado, técnico, administrativo, ambiental y financiero al igual que contextualización de los elementos relevantes y necesarios para el desarrollo del estudio.

De igual manera en la búsqueda del cumplimiento del objetivo general de la investigación se espera llevar a cabo un estudio de mercado para identificar las condiciones reales del mismo y el mercado objetivo de la empresa, para luego precisar la capacidad de infraestructura y logística del servicio para determinar la factibilidad técnica del proyecto, así como el puntualizar los aspectos administrativos y legales ligados al proyecto para definir la adecuada estructura administrativa y las políticas organizacionales de la futura empresa y finalmente se espera llevar a cabo un estudio financiero y económico para determinar la factibilidad financiera y económica del proyecto.

Palabras claves: Empresa, Transporte, Mercado, Infraestructura, Logística del Servicio, Financiero y Económico.

Abstract

The present research work seeks to develop a feasibility study for the creation of a company that provides mixed transport service-campers in the municipality of Silvia Cauca, based on market, technical, administrative, environmental and financial analysis as well as contextualization of the relevant and necessary elements for the development of the study.

Likewise, in the search for compliance with the general objective of the research, a market study is expected to identify the actual conditions of the research and the target market of the company, to then specify the infrastructure and logistics capacity of the service to determine the technical feasibility of the project, as well as the administrative and legal aspects linked to the project to define the appropriate administrative structure and organizational policies of the future company and finally it is expected to carry out a financial and economic study to determine the financial feasibility and economic of the project.

Keywords: Company, Transport, Market, Infrastructure, Service logistics, Financial and Economic.

Introducción

Con respecto al tema a desarrollar, se hace importante tener en cuenta el concepto de Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Mixto, el cual según el Artículo 6 del Decreto 175 (2001) del Ministerio de Transporte indica textualmente lo siguiente:

Es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada, a través de un contrato celebrado entre la empresa y cada una de las personas que han de utilizar el vehículo de servicio público a esta vinculado, para su traslado simultáneo con el de sus bienes o carga, en un recorrido legalmente autorizado o registrado (p.6).

Frente a este hecho es significativo tener en cuenta que, a nivel nacional, existe una clara normatividad para el ejercicio de dicha actividad, la cual exige del cumplimiento de ciertos requerimientos de tipo técnico que puedan avalar la prestación de estos servicios, en las condiciones que los usuarios de este transporte lo demanda.

La presente investigación tiene como propósito el realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa prestadora del servicio de transporte mixto–camperos en el municipio de Silvia Cauca, a partir del análisis y contextualización de los elementos relevantes y necesarios para el desarrollo del estudio.

1. Generalidades del Trabajo

1.1. Planteamiento del Problema

Los medios de transporte tienen una importancia en la sociedad que permiten la circulación o movilidad de bienes y de personas, logrando una integración social que favorece el desarrollo de los países, ciudades y regiones. El transporte ofrecido en el departamento del Cauca presenta diferentes dificultades de movilidad, infraestructura, estado de los vehículos, entre otros, relacionadas con la cobertura, oferta y calidad del servicio que se presta. De acuerdo con los autores Fajardo y Gómez (2015) los principales problemas se originan por:

la existencia de un sistema de transporte público colectivo ineficiente (ya que es lento y costoso), cuya sobreoferta es cercana al 60%. El esquema institucional que opera en el transporte urbano no es el mejor, pues está segmentado, es decir, el servicio está en manos de tres agentes (las empresas afiliadoras, los propietarios de los vehículos y los conductores), quienes tienen intereses particulares y diferentes, situación que genera un sistema de recaudo independiente. Todos lo observan como un negocio particular, lo que va en detrimento de la operación y la calidad del servicio que se le presta al usuario. (p.159)

Transporte ilegales, que cada vez toman más fuerza, los cuales, por su condición, no ofrecen ningún tipo de garantía de seguridad para el usuario, ni tarifas reguladas, de acuerdo a Hernando soto (1987) quien define que el transporte pirata es un sinónimo de extra legalidad ósea, son todas aquellas actividades que están al margen de la ley y que se prestan de forma clandestina siendo estas perseguidas por las entidades del estado, como son las actividades de vivienda, comercio, transporte, entre otras (p.73)

El caso concreto de esta problemática lo evidencia el municipio de Silvia-Cauca, en donde se encuentra que trasportes piratas desarrollan esta actividad en la

clandestinidad, este problema se evidenció mediante observación directa, debido a que existen lugares apartados de la geografía, que exigen que la población se movilice en este denominado transporte informal e ilegal, poniendo en peligro la integridad y derechos de sus pasajeros, ya que estos vehículos no cuentan con los permisos necesarios para la movilización de pasajeros, los cuales utilizan este tipo de servicio. Según Portes (1995) citado en Valdez (2014), este tipo de transporte se caracteriza por:

Ser un servicio que puede o no ser ilegal, este transporte cuenta con vehículos poco adaptados para el transporte público, de baja capacidad, operados regularmente por sus propios dueños, con menor vigilancia pública y sin ningún tipo de responsabilidad y observancia de la ley (p.45)

Para el caso del servicio de transporte ilegal, existe poca vigilancia, por parte del Estado y sus instituciones (entes municipales), ya que no tienen en cuenta los requerimientos del Ministerio y las exigencias de sus usuarios para el ejercicio de dicha actividad (transporte). Esta inoperancia, trae consigo el desconocimiento de la demanda insatisfecha de transporte. Lo cual finalmente genera una percepción negativa frente a la prestación de servicios de transporte.

La investigación tiene como propósito el realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa prestadora del servicio de transporte mixto-CAMPEROS en el Municipio de Silvia- Cauca, que le permita a la comunidad contar con servicio acorde a los requerimientos de ley y ajustado a sus necesidades.

Desde esta perspectiva surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Es viable crear una empresa prestadora del servicio de transporte mixto - CAMPEROS en el Municipio de Silvia – Cauca?

1.2. Justificación

“El municipio de Silvia se encuentra ubicado en la región centro oriental del departamento del Cauca” (PNUD COLOMBIA, 2013), según el estudio de perfil productivo rural y urbano del municipio de Silvia realizado por el Ministerio de Trabajo y el programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (2013)

Silvia es el tercer municipio en el país con mayor población indígena luego de la Uribí en la Guajira y Rio Sucio en Caldas, con un 79,55% siendo las etnias más predominantes la Misak/Gauambiana y Naza/Páez. Dichas comunidades están distribuidas en 7 resguardos: Ambalo, Kizgo, Quichaya, Tumbarao, Pitayo, Guambia y la Gaitana (cabildo auxiliar), mientras la población mestiza y campesina (que representa un 20,3%) se encuentran ubicadas en Usenda y Valleneuve, aunque también se localiza población campesina en las veredas de Pan Pedro el bosque y Santa Lucia al Sur del municipio y en el Suroccidente en la zona de Miraflores (p. 14-15)

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Territorial (2016):

El municipio de Silvia tiene 40.283 habitantes, de los cuales 5.520 viven en el casco urbano y 34.763 en la zona rural, es decir que la población de este Municipio es esencialmente rural. Al igual que otros municipios de Colombia tiene necesidades en los siguientes aspectos; educación, salud, saneamiento básico, servicios públicos, vivienda, creación de trabajo, vías, entre otros (pp. 30-31)

El presente estudio de factibilidad surge como una respuesta a una de esas necesidades presentadas por la comunidad, específicamente la prestación de servicios de transporte legalmente constituido y con las condiciones de seguridad, que les garantice un desplazamiento seguro y con comodidad. (Plan Desarrollo Territorial. (2016).

Silvia cuenta con una extensión de 531km de los cuales 425.25km corresponden a lo rural y 97.28km a lo urbano, en lo rural cuenta con una vía de orden nacional que comunica al municipio con otros municipios y las de tipo veredal que comunican internamente a los centros o poblados rurales y estos con la cabecera municipal, así como caminos reales o de herradura que actualmente sirven de comunicación interna entre parajes (PNUD COLOMBIA, 2013)

Pensando en el bienestar y en la calidad de vida de todos los habitantes del Municipio de Silvia-Cauca, se busca a través del siguiente estudio de factibilidad analizar si es posible o no la creación de una empresa prestadora del servicio de transporte mixto-CAMPEROS en el Municipio de Silvia – Cauca, que garantice rapidez, comodidad, seguridad y beneficios a los usuarios que utilicen este medio de transporte. También es importante resaltar que la satisfacción de la necesidad de transporte y movilidad no solo está contemplada para los habitantes de Silvia sino también para ofrecer una solución de primera instancia a los turistas que visitan esta región brindándoles seguridad y agilidad en su movilización.

Finalmente, serán varios los beneficiarios de este estudio de factibilidad, en primer lugar, el grupo de investigadores quienes lograron generar una idea de negocio, en segundo lugar, los habitantes de Silvia-cauca quienes tendrán un servicio de acuerdo a sus expectativas y necesidades y en tercer lugar la comunidad en general debido a que la creación de esta empresa contribuirá a la generación de empleo.

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Identificar la viabilidad para la creación de una empresa prestadora del servicio de transporte mixto – CAMPEROS en el Municipio de Silvia – Cauca.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar el mercado potencial al cual va dirigida la empresa de transporte.
- Elaborar un estudio técnico que permita conocer los requerimientos o procesos operativos y organizacionales de la empresa.
- Elaborar un estudio administrativo que permita identificar los tramites y procedimientos legales formuladas por el gobierno colombiano para la creación de la empresa de transporte mixto.
- Elaborar un estudio ambiental que permita conocer cuál es el impacto que tiene al crear la empresa de transporte mixto.
- Elaborar un estudio financiero que permita determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto.

2. Marco Referencial

2.1.Marco teórico

2.1.1. Transporte Automotor Mixto

En el departamento del Cauca hay una serie de problemas que se vienen presentando especialmente en el tema del transporte, la falta de oportunidades ha hecho que las personas se dediquen a trabajos informales, con el objetivo de sostener a sus familias, nos encontramos que el fenómeno del transporte informal piratas crece a pasos agigantados en el departamento del cauca (diariodelcauca, 2013) teniendo en cuenta que las empresas constituidas y los carros piratas no cubren toda la demanda de servicios que se requiere, el municipio de Silvia Cauca no es la excepción a este fenómeno que se está presentando, las empresas que prestan el servicio de transporte de pasajeros y mercancías, Coomotoritas del cauca, Tax Belarcazar y Trans Guambia, en el municipio de Silvia no cubren las rutas que se requieren, desde la cabecera municipal hacia el resto del municipio, muchas de las familias deben hacer uso del transporte informal pirata para llegar a su lugar de destino, motivo por el cual nace la idea de crear una empresa prestadora de servicio de transporte mixto- camperos.

Para el desarrollo de la presente investigación, se hace importante, tener en cuenta el concepto del Ministerio de Transporte, sobre el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Mixto, el cual según Artículo 2°. Modificar el artículo 6° del Decreto 175 (2001), quedará así:

Servicio público de transporte terrestre automotor mixto. Es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada, a través de un contrato celebrado entre la empresa de transporte y cada una de las personas que utilizan el servicio para su traslado

simultáneo con el de sus bienes o carga, en una zona de operación autorizada.
(p.9)

Conforme a lo anterior el transporte mixto se concibe desde diferentes enfoques, los cuales indican, por un lado, que este tipo de transporte consiste en aquella modalidad que permite el traslado de personas y mercancías al mismo tiempo, desde una zona rural a otra, desde una zona rural a un centro urbano o desde un centro urbano a una zona rural. Según lo expresado por el Ministerio de Transporte en Concepto N° 48242 del 23 de septiembre de (2004), el cual indica que:

esta modalidad de servicio (mixto) no es para el traslado únicamente de pasajeros, pues la norma está referida al traslado simultáneo, lo que quiere decir, que el pasajero y la carga se trasladan al mismo tiempo, para el traslado de pasajeros o carga en forma independiente existe una reglamentación para cada una (p. 12).

En cuanto a su clasificación, el artículo 8° decreto 175 (2001) Ministerio de Transporte clasifica la actividad de transporte mixto de la siguiente forma:

- **Metropolitano, Distrital o Municipal:** Cuando se presta entre municipios de un área metropolitana constituida por ley o dentro de la jurisdicción de un distrito o municipio;
- **Nacional o Intermunicipal:** Cuando se presta entre dos o más municipios que no hacen parte de un área metropolitana.

El artículo 9° decreto 175 (2001) Autoridades de Transporte. Son autoridades de transporte competentes las siguientes:

- **En la Jurisdicción Nacional o Intermunicipal:** El Ministerio de Transporte.
- **En la Jurisdicción Distrital y/o Municipal:** Los alcaldes municipales o distritales o las entidades en las que ellos deleguen tal atribución.
- **En la Jurisdicción de una Área Metropolitana constituida de**

conformidad con la ley: La autoridad única de transporte metropolitano o los alcaldes respectivos en forma conjunta, coordinada y concertada.

El artículo 10 decreto 175 de (2001) Control y vigilancia define de la siguiente forma:

- La inspección, vigilancia y control de la prestación de este servicio público en la jurisdicción nacional o intermunicipal estará a cargo de la Superintendencia de Puertos y Transporte.

El artículo 11 decreto 175 de (2001) respecto a su habilitación describe:

- Las empresas legalmente constituidas, interesadas en prestar el Servicio Público de Transporte Terrestre Mixto deberán solicitar y obtener habilitación para operar.
- La habilitación concedida autoriza a la empresa para prestar el servicio solamente en la modalidad solicitada.
- Si la empresa pretende prestar el servicio de transporte en una modalidad diferente, debe acreditar ante la autoridad competente de la nueva modalidad los requisitos de habilitación exigidos.

En el departamento del Cauca encontramos 14 empresas de transporte mixto legalmente registradas, (según Transporte mixto en Colombia. Listado de empresas de Transporte) de las cuales se escogieron tres en el departamento del Cauca, las cuales son dos empresas en el municipio de Piendamó y una en municipio de Popayán, estas por estar cerca al municipio de Silvia, a continuación se relacionan:

- La empresa transportes tierra del sol e a t se encuentra situada en el departamento de Cauca, en la localidad Popayán y su dirección postal es calle 3 NTE 10 a 07, Popayán, Cauca. Transportes tierra del sol e a t está constituida como una empresa asociativa de trabajo. La actividad a la que se dedica la empresa transportes tierra del sol e a t es transporte mixto.
- La empresa cooperativa integral de transportes del Cauca se encuentra situada en el departamento de Cauca, en la localidad de Piendamó y su dirección postal es vereda San José Piendamó, Piendamó, Cauca. Cooperativa integral de

transportes del cauca está, constituida como una entidad sin ánimo de lucro, la actividad a la que se dedica la empresa cooperativa integral de transportes del cauca es transporte mixto.

- La empresa sociedad transportadora de la región de Piendamó Cauca SAS se encuentra situada en el departamento de cauca, en la localidad Piendamó y su dirección postal es carrera 10 19 20, Piendamó, cauca. sociedad transportadora de la región de Piendamó Cauca SAS está constituida como una sociedad por acciones simplificada. la actividad a la que se dedica la empresa sociedad transportadora de la región de Piendamó Cauca SAS es transporte mixto. (eleconomistaamerica.co, s.f.)

2.2. Marco legal.

Las siguientes normas están relacionadas con el estudio de factibilidad:

Decreto 171 de 2001 (Febrero 5). “Por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor de Pasajeros por Carretera”. (Ministerio de Transporte, 2001).

Decreto 175 de 2001 (Febrero 5). “Por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Mixto”. (Ministerio de Transporte, 2001).

Decreto 1906 de 2015. “Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 1079 de 2015, en relación con el Plan Estratégico de Seguridad Vial. Amplía el plazo de entrega del Plan Estratégico de Seguridad Vial”. (Ministerio de transporte, 2015).

Decreto 2297 de 2015 (Noviembre 27) “Por el cual se modifica y adiciona el Capítulo 3, Título 1, Parte 2, Libro 2 del Decreto número 1079 de 2015, en relación con la prestación del servicio público de transporte terrestre automotor individual de pasajeros en los niveles básico y de lujo” (Ministerio de transporte, 2015).

Decreto 2060 de 2015 (Octubre 22) “Por el cual se adiciona el Decreto 1079 de 2015 y se reglamenta el artículo 84”. (Ministerio de transporte, 2015).

Decreto 1310 de 2016 (Agosto 10). “Por el cual se modifica el Decreto 1079 de 2015, en relación con el Plan Estratégico de Seguridad Vial”. (Ministerio de transporte, 2016).

La Ley 769 del 6 de agosto de 2002. “Por la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictan otras disposiciones”. (Ministerio de transporte, 2002).

Ley 105 de 1993 (Diciembre 30). “Por la cual se dictan disposiciones básicas sobre el transporte, se redistribuyen competencias y recursos entre la Nación y la Entidades Territoriales, se reglamenta la planeación en el sector transporte y se dictan otras disposiciones”. (Alcaldía de Bogotá, 1993).

Ley 336 de 1996 (Diciembre 20). “Por la cual se adopta el estatuto nacional de transporte”. (Alcaldía de Bogotá, 1996).

2.3.Marco conceptual

Estudio de mercado: Según, Córdova y Sandoval (2002): En este estudio se analiza el mercado en torno del proyecto la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudia el producto, el precio, los canales de distribución, y la promoción o publicidad. Siempre desde el punto de vida del evaluador (p.9).

Factibilidad: De acuerdo a estudios realizados por Sahlman (1997, como se citó en Carrillo y Flores, 2011), un estudio de factibilidad es una herramienta que permite comunicar una idea de negocio, a partir de ello una idea es una noción elemental a cerca de algo y el plan es la concepción o el medio para realizarla.

La Competencia: Este grupo es identificado como el número de empresas dedicadas a ofrecer un mismo bien o servicio. Por ello identificar quienes son los competidores más cercanos y como desarrollan su actividad, como son los productos que ofrecen, el precio de comercialización, la aceptación que tienen en el mercado y la atención ofrecida al consumidor, es de gran importancia para una nueva empresa puesto que se comprenderá el papel y posicionamiento de la misma en el sector, las oportunidades y amenazas de sus competidores.

Los Clientes: En economía se definen como el mercado objetivo que se ha identificado después de la segmentación del mercado ya sea por edad, género, estrato o nivel de vida, esta división es útil para evaluar la conveniencia de iniciar o no con la inversión en un tiempo determinado, el grupo de compradores a los cuales se dirige el bien o servicio puede ser más o menos amplio y tener características determinadas.

Producto (servicio): Como ya se definió anteriormente este es importante no por los rasgos físicos sino por las funciones que desempeña y las necesidades que satisface. Gracias a esta interpretación identificar los componentes del producto que determinan la venta, significa actuar a un nivel estratégico; de hecho, el conocimiento del mercado es requisito para definir el producto que responda a las exigencias del consumidor y que por consiguiente tenga éxito. Entonces es necesario evaluar también otros factores que acompañan al producto como son los empaques, servicio postventa y su comercialización.

Vehículo: Todo aparato montado sobre ruedas que permite el transporte de personas, animales o cosas de un punto a otro por vía terrestre pública o privada abierta al público.

Vehículo de servicio público: Vehículo automotor homologado, destinado al transporte de pasajeros, carga o ambos por las vías de uso público mediante el cobro de una tarifa, porte, flete o pasaje.

Vía: Zona de uso público o privado, abierta al público, destinada al tránsito de vehículos, personas y animales.

2.3.1. Plan de negocios

Según Miranda (2004):

El plan de negocio busca dar respuestas adecuadas, en un momento específico, a las cinco grandes preguntas que todo empresario, todo inversionista, financista, todo proveedor, todo comprador etc., desea resolver. ¿Qué es y en qué consiste el negocio? ¿Quién dirigirá el negocio? ¿Cuáles son las causas y

razones de éxito? ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas? ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo el negocio y que estrategias se van a usar para conseguirlos? (p.5).

Lo anterior tiene como propósito anunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos las formas operativas, los resultados y en resumen la visión del empresario sobre el proyecto.

2.3.2. ¿Qué es un Plan de Negocios?

Radica primordialmente en un instrumento ordenado y detallado que se puede asociar con el concepto de formato guía, “donde se establece la trayectoria organizacional, operacional y financiera de una idea de negocio o empresa a partir del análisis de mercado, técnico, económico, legal, financiero y ambiental” (Miranda, 2004, p.10), tal y como se describe a continuación:

2.3.3. Análisis de Mercado

Este aspecto tiene como propósito el determinar la existencia real de clientes que presenten necesidades que se deseen satisfacer. Se espera de igual manera como lo señala Miranda (2004):

Determinar la cantidad demanda en términos de poder elaborar una proyección de ventas, la aceptación de las formas de pago, la valides del mecanismo de mercado y venta previstos la identificación de los canales de distribución que se van a usar, la identificación de las ventajas y desventajas competitivas y etc. Este análisis de mercado incluye, claro está en análisis del entorno y comercial, en el cual se va a mover el nuevo negocio (p.8).

2.3.4. El Análisis Técnico

Esta variable de los planes de negocios busca establecer la probabilidad de lograr generar un producto o servicio acorde a las necesidades del mercado en aspectos tales como calidad, servicio, presentaciones y el costo requerido como lo refiere Miranda (2004):

Lo anterior origina la necesidad de identificar procesos productivos productores de materias primas equipos tecnología, recursos humanos, suministros, sistemas de control, formas de operación, consumos unitarios de materia prima e insumos y servicio distribución de planta de equipos requerimientos de capacidad de recursos humanos, etc. En resumen, debe definir la posibilidad de producir lo que se ha planteado en el análisis de mercado (p.8).

2.3.5. El Análisis administrativo

Busca establecer las necesidades de “perfil empresarial, los estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados, y está la posibilidad de contar con todos estos elementos” (Miranda, 2004, p.9).

2.3.6. El Análisis Legal y Social

Tiene como objetivo definir la posibilidad legal y social que existe para que el negocio establezca y opere temas como permisos reglamentaciones leyes, efectos sociales, tipo de sociedad, responsabilidades entre otros, deben estudiarse detalladamente para visualizar la factibilidad para cumplir estos requerimientos legales y evitar las incidencias negativas sobre la comunidad.

2.3.7. El Análisis Económico

Pretende determinar cuál es la suma de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, para ello debe tener claro los indicadores económicos como

son el PIB, PIB per cápita, el índice de desempleo, la calidad de vida de la población los cuales servirán de base para la última etapa y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

2.3.8. El Análisis Financiero

Asume como objetivo central establecer las características económicas del plan; según Miranda (2004):

Para ello hay una necesidad de identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, los gastos, la utilidad los puntos de equilibrio contable, y económico y determinar la posibilidad que al vender el producto al precio establecido el negocio deje un excedente adecuado” (p.10).

De ahí que el Análisis Financiero tiene como propósito central establecer las necesidades de trámites financieros, la fuente y las circunstancias de estas y las posibilidades reales de acceso a las mismas.

2.3.9. La Evaluación Integral del Proyecto

En la evaluación del proyecto se tendrá en cuenta una metodología que integre todos los elementos a evaluar. Teniendo en cuenta que el proyecto surge de una idea en el que se establecen unas propuestas de acción técnicas y económicas en las que se integran recursos económicos, humanos, tecnológicos, entre otros. Es así que según Miranda (2004):

tiene como fin el establecer los indicadores de factibilidad del proyecto, el efecto, mediante el análisis de sensibilidad, que cambios en las distintas variables del proyecto puedan tener en esa evaluación” (p.11). El objetivo de los planes de negocios es suministrar y hacer posible el logro de los objetivos más demostrativos de una empresa por lo que es preciso que se incluya una

organización que permita constituir la información y facilitar su análisis para cumplir objetivos específicos, el plan debe ser simple, claro, conciso e informativo, debe identificar los riesgos y obstáculos para llevarlo a cabo exitosamente, especificando las variables que pudieran tener mayor impacto en los resultados que se buscan (Miranda, 2004, p.15)

Por otro lado Santillán, (2006)

Además la evaluación del proyecto intenta demostrar la factibilidad del proyecto, la pertinencia de llevar a cabo o no dicha acción, satisfacer una necesidad o la solución de los problemas (Santillán, 2006).

3. Metodología

La investigación se concibe dentro del enfoque cuantitativo, de tipo Exploratoria-Descriptiva ya que este “enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Exploratorio porque a través del estudio se pretende recolectar información respecto a la necesidad que tienen los habitantes de Silvia-Cauca, por contar con un servicio de transportes mixto-CAMPEROS, tema poco explorado y reconocido en el municipio de Silvia.

Hernández, et al. (2010) respecto a este tipo de investigación indica:

“la investigación exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar es un tema o problema de investigación poco estudiado del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (p.177)

De igual manera la investigación será descriptiva, porque se especificará la situación problema y se evaluará los diferentes aspectos o componentes los cuales se medirán de manera independientemente, para así describirse.

Para la recolección de la información se utilizarán dos tipos de fuentes:

- **Fuentes de información primaria:** Contiene toda la información sobre la encuesta, la cual recolectara de manera directa con los partícipes de la investigación, la información relacionada con los datos necesarios sobre las necesidades y preferencias de ellos como clientes, además de que permite estandarizar y exponer toda la información recolectada a través de gráficos, tablas, y análisis escritos (Hernández 2006).
- **Fuentes de información secundaria:** Contiene toda la información de interés para los investigadores, la cual favorece el proceso de revisión, organización, análisis e interpretación de los datos recolectados. La misma se encuentra en libros, tesis, artículos, leyes, revistas y normas (Hernández 2006).

Teniendo en cuenta el punto de vista de Monje (2011) el proceso investigativo del estudio de factibilidad se llevará a cabo siguiendo las siguientes fases y etapas de la investigación cuantitativa:

- **Fase conceptual:** Constara de la formulación y delimitación del problema, revisión de la literatura, construcción del marco teórico y formulación de la hipótesis
- **Fase de planeación y diseño:** Representa la selección del diseño de investigación, la identificación de la población que se va a estudiar, la selección de métodos de instrumentos y diseño del plan de muestreo, el término y revisión del plan de investigación y la realización del estudio piloto y las revisiones.
- **Fase empírica:** Constituye la recolección de datos y la preparación de los datos para el análisis.
- **Fase analítica:** Consigna el análisis de datos y la interpretación de resultados.
- **Fase de difusión:** Señala la comunicación de las observaciones y Aplicación de las observaciones (Álvarez, 2011). El proceso terminara mediante

informe final, en él se dan cuenta de los antecedentes del problema planteado en la investigación, objetivos, diseños metodológicos empleados, dificultades y limitaciones de los datos, como sugerencia para nuevos estudios.

Para la recolección de la información o los datos se aplicarán las siguientes técnicas:

- **Técnicas:** Encuesta

De acuerdo con García (como se citó en Anguitaa, 2003) la encuesta es:

Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”
(p.143)

Se utiliza esta técnica de investigación de campo cuantitativa ya que permiten obtener una gran cantidad de información demográfica, económica, geográfica, de gustos y tendencias, necesidades y preferencias de los usuarios, en un periodo corto de tiempo y sin necesidad de invertir grandes cantidades de dinero, además de que permite sobre todo que los datos se estandaricen y sean expuestos posteriormente a través de gráficos, tablas y análisis escritos.

3.1. Instrumento

3.1.1. Cuestionario

De acuerdo con Sierra (como se citó en Corral, 2010) menciona que: “este instrumento consiste en aplicar a un universo definido de individuos una serie de preguntas o ítems sobre un determinado problema de investigación del que deseamos conocer algo”
(p.156)

En cuanto a la organización de las preguntas estas serán estructuradas y presentaran un grupo de alternativas de respuesta, ya preestablecidas en las cuales se ofrecerán preguntas de opción múltiple es decir los participantes de la investigación tendrán una serie de respuestas y se les pide que seleccionen una o varias alternativas ofrecidas y preguntas dicotómicas las cuales brindan sólo dos alternativas de respuesta como son: verdadero-falso, sí-no etc. (Preguntas de opción múltiple). (Corral, 2010, p.17.)

De acuerdo con Corral (2010) las preguntas de opción múltiple: son aquellas en las que se ofrecen una serie de respuestas y se pide al participante que seleccione una o más de las alternativas ofrecidas.

Se elige este instrumento (cuestionario) porque permite obtener información precisa entorno a un tópico específico (transporte mixto) además de que tiene la ventaja que puede aplicarse en mayor cantidad dada la relativa sencillez del procedimiento para hacerlo.

3.2. Tratamiento y análisis de la información

Una vez obtenida la información a través de las encuestas, esta se someterá análisis estadístico de manera cuantitativa, descriptiva y deductiva. Esto ayudará a que la información sea muy precisa ,contribuyendo a explicar y predecir el fenómeno investigado, ya que los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad que permiten sacar conclusiones y contribuir a la generación de conocimiento ,siendo este realmente objetivo.

3.3. Población

El conjunto de individuos sobre el cual los investigadores están interesados en obtener una muestra lo conforman 40.283 habitantes representados por 7 comunidades indígenas (Ambaló, Kizgo, Quichaya, Tumburao, Pitayo, Gaitana, Guambia) población campesina y mestiza, 5.520 son de Zona Urbana y 34.763 de la zona rural de los cuales 49,1% Mujeres y 50,9% Hombres.

3.3.1. Muestra

La parte representativa de la población que será seleccionada para ser estudiada, se obtendrá a través del Muestreo Aleatorio Simple; procedimiento que permite que se seleccionen al azar y donde cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.

3.4. Productos esperados

Permitirán tener una estimación de la demanda potencial y a su vez tener un claro análisis del mercado, lo cual permitirá saber cuál es la inversión necesaria para la creación de la empresa de transporte.

4. Desarrollo del Proyecto

Para realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa prestadora del servicio de transporte mixto-CAMPEROS en el Municipio de Silvia-Cauca, se realizaron diversos estudios, que se plantean a continuación:

4.1. Estudio de Mercado

Mediante el estudio de mercado se analizaron diferentes factores relacionados con la demanda del servicio de transporte mixto-CAMPEROS, con el fin de identificar mercados y clientes observando cuáles son sus necesidades y preferencias.

4.1.2.1. Alcances y limitaciones

- **Alcances:** El presente estudio de factibilidad investiga el mercado de servicio de transporte mixto – CAMPEROS en el Municipio de Silvia – Cauca, para la población en general y en especial para aquella que se debe desplazar a zonas apartadas y de difícil acceso en este municipio.
- **Limitaciones:** Situaciones de seguridad para el desarrollo de las actividades investigativas, así como falta de participación de la población en las actividades de indagación en el trabajo de campo.

4.1.2.2. Recursos

A. Recursos humanos:

- Investigadores
- Asesor

B. Documentos escritos:

- Libros
- Revistas científicas

- Artículos

C. Recursos físicos

- Oficinas de la universidad
- Bibliotecas

4.1.3. Mercado meta

La empresa de servicio de transporte mixto-CAMPEROS, está dirigida a todos los habitantes del Municipio de Silvia-Cauca.

4.1.4. Delimitación geográfica

El estudio de factibilidad está orientado a realizarse en la región centro oriental del Departamento del Cauca, exactamente en el municipio de Silvia, debido a que a raíz del crecimiento de la población se ha convertido en una nueva oportunidad de negocio el cual puede ser explotado favorablemente frente a los objetivos de la futura organización.

Según el Plan de Desarrollo (2016), del municipio de Silvia, se encuentra ubicado en la región centro oriental del departamento del Cauca, es el tercer municipio en Colombia que cuenta con mayor población indígena ya que está conformado por: la etnia Misak/Guambiana, la etnia Nasa/Páez, la etnia Ambalueña, la etnia Kizweña además de la población campesina y la población mestiza.

De acuerdo con cifras de la Secretaria de Planeación cuenta con 40.283 habitantes de los cuales 5.520 son de Zona Urbana y 34.763 de la zona rural. Al igual que otros municipios de Colombia este “sufre necesidades en diferentes aspectos básicos como son; la educación, la salud, saneamiento básico, servicios públicos, agua potable, alumbrado público, alcantarillado, vivienda, oportunidad de creación de trabajo, vías, entre otros” (Plan de Desarrollo Territorial, 2016, p.16).

4.1.5. Descripción del servicio

Para la descripción del servicio se establecen a continuación los siguientes atributos en relación a la prestación del servicio de transporte mixto – CAMPEROS en el Municipio de Silvia – Cauca.

4.1.5.1. Atributos del servicio

A. Recogida: los vehículos afiliados a la empresa de transporte mixto-CAMPEROS en el Municipio de Silvia-Cauca, tendrán las siguientes rutas de movilización:

- Zona campesina: se inicia el recorrido en la vereda Alto Grande, La Estrella, El Jardín, la Chulica y culmina en el municipio de Silvia.
- Resguardo Quizgo: se inicia el recorrido en la vereda Chuluambo, Quizgo, Camojo, Las Tres Cruces y culmina en el municipio de Silvia.
- Resguardo de Ambalo: se inicia el recorrido en la vereda Miraflores, Ambalo y culmina en el municipio de Silvia.
- Resguardo de Quichaya: se inicia el recorrido en la vereda Quichaya, Juanambu, Manzanal, El Tengo, Salao y culmina el en municipio de Silvia.
- Resguardo de guambia: se inicia el recorrido en el corregimiento La Campana, El Cacique culmina en el municipio de Silvia.

B. Recorrido: El recorrido que realiza cada campero es el siguiente:

- Zona campesina: desde la vereda Altogrande hasta el municipio de Silvia; 10 kilómetros.
- Resguardo de Quizgo: desde la vereda Chuluambo hasta el municipio de Silvia; 11 kilómetros.
- Resguardo de Ambalo: desde de la vereda Miraflores hasta el municipio de Silvia; 9 kilómetros.

- Resguardo de Quichaya: desde la vereda Quichaya hasta el municipio de Silvia; 16 kilómetros.
- Resguardo de guambia: desde el corregimiento La Campana hasta el municipio de Silvia; 18 kilómetros.

C. Seguridad: todos los usuarios del servicio, estarán amparados bajo el seguro de responsabilidad extracontractual, re refiere a daños materiales que se causan a terceros como lo son las cosas, animales o personas, así como el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT), obligatorio que deben de portar todos los vehículos automotores que transitan por las vías del país, seguro integral que cubre todas las lesiones que pueden sufrir el conductor, acompañantes y terceros en la prestación del servicio.

D. Tiempo del recorrido: los CAMPEROS prestaran el servicio de transporte en las zonas indicadas, manejando tiempos que puedan variar de acuerdo al recorrido que realicen, teniendo en cuenta que para algunos resguardos es más largo el recorrido que deben realizar por las circunstancias en las que se encuentra las carreteras del municipio y sus alrededores, los tiempos descriptos a continuación se verificaron demandando el servicio, donde pudimos comprobar el tiempo que gasta cada vehículo pirata en su recorrido, a continuación se relacionan;

- Zona campesina: se inicia el recorrido en la vereda Altogrande, a las 6:00 am, con un tiempo establecido de 25 minutos hasta el municipio de Silvia.
- Resguardo Quizgo: se inicia el recorrido en la vereda Chuluambo, 6:00 am, con un tiempo establecido de 30 minutos hasta el municipio de Silvia.
- Resguardo de Ambalo: se inicia el recorrido en la vereda Miraflores, 6:00 am, con un tiempo establecido de 30 minutos hasta el municipio de Silvia.
- Resguardo de Quichaya: se inicia el recorrido en la vereda Quichaya 6:00 am, con un tiempo establecido de 40 minutos hasta el municipio de Silvia.

- Resguardo de Guambia: se inicia el recorrido en el corregimiento la campana, 6:00 am, con un tiempo establecido de 40 minutos hasta el municipio de Silvia.

4.1.5.2. Clasificación del servicio

El servicio a prestar es de tipo comercial privado y se clasifica como de consumo, por cuanto es intangible, el cual está dirigido a prestar servicios de transporte mixto en CAMPEROS para la comunidad en general del municipio de Silvia Cauca.

4.1.5.3. Servicios complementarios

El servicio de transporte mixto CAMPEROS para la comunidad en general del municipio de Silvia Cauca, por sus características tendrá como valores agregados y complementarios en prestar un servicio de transporte especial para las personas que lo requieran, servicio turístico tendiente a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.

4.1.5.3.1. Afiliación de vehículos

La empresa en su sede principal está ubicada en el municipio de Silvia Cauca, la cual estará habilitada para afiliar los vehículos de transporte CAMPEROS, para los cuales se ha previsto una tarjeta de operación que les permita a los vehículos trabajar dentro de esta área de influencia.

4.1.6. Tipo de mercado

Teniendo en cuenta que el tipo de mercado es de vital importancia ya que estos permiten conocer un conjunto de personas, organizaciones e instituciones que se involucran en la compra y venta de bienes y/o servicios o en el uso de ellos, para ello

hay que establecer cuáles son los clientes potenciales a cuáles se va a dirigir el servicio de transporte mixto, teniendo en cuenta una ventajas competitivas y comparativas los cuales poseen sus propias características.

A. Ventajas Competitivas.

- Contar con un espacio físico para solicitar el servicio.
- Ubicación geográfica.
- Seguridad
- Servicio diferenciador.

B. Ventajas Comparativas

- Precio
- Confort
- Calidad
- Tiempo

Teniendo en cuenta el tipo de servicio que se constituyó del siguiente modo:

A. Mercado: servicio de transporte mixto CAMPEROS, para la población en general del municipio de Silvia-Cauca.

B. Segmento: la cantidad de servicios que espera realizar la empresa es de 388.493 servicios por año. Para ello la futura organización cuenta con comodidad, seguridad y responsabilidad de una manera eficaz y eficiente en el recorrido de la ruta al lugar de destino. Esta segmentación del mercado en la que se ofrecen servicios de transporte mixto de manera demográfica permitirá determinar, cuáles son y donde se encuentran los clientes potenciales y a su vez implementar aspectos que el servicio ofrece; De esta manera se podrá determinar el mercado objetivo.

Para esto se ha segmentado el mercado en base a las siguientes cuatro variables:

- **Geográficas:** el estudio se desarrollará en el municipio de Silvia ubicado en la región centro oriental del departamento del Cauca, limita con los municipios de Piendamó, Caldono, Jámbalo y Totopo, considerado un municipio en riqueza hídrica, alberga gran diversidad de fauna y flora y posee dos tipos de clima frío y templado, las carreteras que tiene el municipio son paisajes hermosos y su entrada a Silvia es muy agradable debido a que esta tiene un mirador que permite visualizar el municipio, lo cual resulta muy atractivo para propios y visitantes.
- **Demográficas:** va dirigido a todos los habitantes del municipio de Silvia, indiferente de clase social, estrato, sexo, profesión, religión y cultura, estas nos ayudaran a segmentar el mercado llegando a todos nuestros clientes
- **Psicográficas:** el estilo de vida que se puede encontrar en el municipio de Silvia es formales, familias que buscan un mejor estatus social, y en lo cual trabajan diariamente en diferentes actividades, como son ganadería, agricultura y comercio de productos, con el fin de brindarle a sus hijos un mejor futuro, mejor educación y mejor sostenibilidad económica.
- **Conductual:** el servicio que prestará la empresa de servicio público CAMPEROS en el municipio de Silvia Cauca, será diario, en recorridos constantes de 6 am a 8 pm, adicional a otros servicios como paseos, encuentros deportivos, culturales, académicos. La empresa brindara este servicio adicional en cualquier día de la semana, garantizándoles confiabilidad, seguridad y puntualidad, con personal capacitado y vehículos en buen estado.

4.1.7. Determinación del área de influencia



Ilustración 1 Mapa del municipio de Silvia-Cauca (Zuñiga, 2012).

4.1.8. Análisis micro o macro del ambiente

4.1.8.1. Mercado consumidor

La empresa de transporte mixto CAMPEROS, tendrá como clientes potenciales o consumidores a todos los pobladores del municipio de Silvia, en especial a los habitantes de:

- Resguardo de Quizgo
- Resguardo de Ambalo
- Resguardo de Quichaya
- Resguardo de Guambia
- Resguardo de Tumburao
- Resguardo de Pitayo

En estas zonas se puede encontrar que sus habitantes optan por servicio piratas, lo cual es factor de fortaleza para el futuro desempeño de la empresa, para ello se firmaran convenios, basados en la prestación de un buen servicio, con buena publicidad voz a voz por la calidad del servicio, valores agregados que hasta la actualidad no prestan los carros piratas ni otros medios de transporte regional.

4.1.8.2. Mercado competidor

En el municipio de Silvia, se encuentran distintas empresas de transporte formal; las cuales se asemejan con la actual propuesta, ya que son empresas que su mercado objetivo son la movilización de pasajeros y transporte de carga, entre las rutas se encuentran Silvia-Piendamó, Silvia-Pitayo-Jámbalo, Silvia-Guambia, así como de otros vehículos de transporte informal que brindan el mismo servicio a diferentes corregimientos y veredas del municipio, las empresas de competencia directa que brindan este servicio son las siguientes:

- **Coomotoristas:** La Cooperativa es una persona jurídica de derecho cooperativo, empresa asociativa sin ánimo de lucro, unitaria, con dirección central y gestión descentralizada, de número de asociados y de patrimonio social variable e ilimitados; constituida el día 7 de septiembre de 1942 y se denomina Cooperativa de Motoristas del Cauca, también identificada con la sigla Coomotoristas. Cubriendo rutas el departamento del Cauca y Valle, desde Popayán a Silvia y Silvia a Popayán salen busetas cada 30 minutos, desde las 05:30 am, hasta las 06:30 pm, de Piendamó a Silvia y Silvia Piendamó cada 30 minutos, desde 06:am hasta las 07:00 pm, Sede Silvia.
- **Tax Belalcazar:** La cooperativa presta servicios de transporte especial de pasajeros, empresarial turística, escolar, cubrimiento a nivel regional y nacional. Servicio especial mixto pasajero y carga, la ruta Popayán a Silvia y Silvia Popayán, la cubren cada 2 horas y empieza desde las 06: am hasta 04: pm

4.1.8.3. Mercado proveedor

El análisis del poder de negociación de los proveedores permite formular estrategias destinadas a reducir el poder que tienen las actuales empresas y vehículos de transporte informal (piratas) que están prestando el servicio.

La empresa de transporte mixto CAMPEROS, realizara alianzas estratégicas con las diferentes comunidades y sus líderes, garantizando un servicio de excelente calidad, con seguridad y confiabilidad con precios acordes, respeto y comodidad.

4.1.8.4. Amenazas de productos sustitutos

Según Las 5 Fuerzas de Porter (s.f.) una empresa comienza a tener serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser reales, eficaces y más baratos que el que vende la empresa inicial. Esto hace que dicha empresa tenga que bajar su precio, lo que lleva una reducción de ingresos en la empresa (Las 5 Fuerzas de Porter, s.f.).

Los productos sustitutos que encontraría servicio de transporte mixto en CAMPEROS para la comunidad en general del municipio de Silvia Cauca, son los antes mencionados entre otros, como lo son la Cooperativa Coomotoristas del Cauca, Cooperativa Tax Belarcazar, transporte informal (piratas), otros, motocicletas y bicicletas.

En este mercado se encuentra que los habitantes cuentan con poder adquisitivo y sustituyen el transportarse de servicio público, por transporte propio a partir de la adquisición de vehículos, moto u bicicleta, como también hay usuarios que utilizan sus vehículos personales.

4.1.8.5. Análisis de precios de la competencia

En la teoría y práctica, dadas las leyes de oferta y demanda, se dice que cuando la demanda es insatisfecha, los precios suben por la presión que esta ejerce sobre la oferta, y los precios bajan si la respuesta en la oferta por incrementos en los niveles de producción en el tiempo, superan las expectativas del comportamiento de la demanda.

Teniendo en cuenta que son tres las cooperativas constituidas legalmente, Coomotoristas del Cauca, Tax Belarcazar y Transguambia estas manejan un precio equitativo de \$ 3000 mil pesos.

El transporte informal (piratas) maneja otra tarifa diferente, esta varía, de acuerdo a que parte presta el servicio, entre ellos encontramos: Al resguardo de Quichaya \$2500, al resguardo de Ambalo \$ 2000 mil, al resguardo de guambia \$ 2500 y al resguardo de pitayo \$ 3000 mil, siendo estos los puntos críticos para la prestación del servicio. Estos vehículos no cuentan con una tabla que les regule las tarifas o pasajes, por lo tanto ellos mismos cobran el pasaje acorde a la distancia y tiempo; teniendo en cuenta lo mencionado anterior mente la empresa determinara una estrategia (rotación/volumen) significa vender muchos servicios a un precio bajo

4.1.8.6. Sistemas e comercialización y publicidad de la competencia

Las cooperativas que utilizan sistema de comercialización y publicidad son las tres que están constituidas legalmente.

Cooperativa Coomotoristas del Cauca, su sistema de comercialización lo basa en la comunidad mediante servicio de transporte intermunicipal, interdepartamental, especial y taxi urbano, presta ayudas educativas a diferentes instituciones y los servicios a los asociados Servicio odontológico, Almacén de Filtros y lubricantes, Estaciones de Servicio en Popayán y Puerto Tejada, Auxilio Educativo para hijos de asociados hábiles, Créditos para asociados, Capacitaciones para Asociados y conductores (Coomotoristas del Cauca, s.f.). Por ser una cooperativa reconocida maneja diferentes clases de publicidad como son vallas publicitarias, páginas web, cuñas en las emisoras y en los canales locales.

Tax Belarcazar, su sistema de comercialización lo basa en la comunidad mediante servicio de transporte intermunicipal, Transporte especial de pasajeros, empresarial turístico, escolar, cubrimiento a nivel regional y nacional, transporte local urbano, encomiendas, garantizando la entrega de la mercancía en forma rápida y segura. En

modernos vehículos cubriendo las principales rutas del suroccidente de Colombia. Diagnóstico y estaciones de servicio para los vehículos afiliados a la cooperativa Tax Belarcazar, por ser una cooperativa reconocida maneja diferentes clases de publicidad como son vallas publicitarias, páginas web, cuñas en las emisoras y en los canales locales.

Trans Guambia, su sistema de comercialización lo basa a la comunidad mediante servicio de transporte de pasajeros y carga a todo el resguardo indígena de guambia, por ser esta una cooperativa nueva su flota de vehículos con los que cuentan los asociados son carros CAMPEROS, Nissan, Toyota y camionetas, la publicidad que manejan es mediante páginas web, cuñas en las emisoras locales y publicidad voz a voz en toda la comunidad.

4.1.9. Metodología de la investigación del mercado

Para la recolección de la información del presente trabajo de investigación, se apoya en fuentes primarias y secundarias.

4.1.9.1. Tipo de investigación

La investigación que se realizara es de tipo cuantitativa la cual permitirá contar con datos estadísticos claros y concretos y a su vez probar la hipótesis de esta investigación.

4.1.9.2. Fuentes de información del estudio de factibilidad

A. Fuentes de información primaria.

- Encuestas: se realizan encuestas a los padres de familia de los estudiantes de diferentes colegios.

B. Fuentes de información secundaria.

La obtención de la información tendrá como soporte:

- Documentos: son los documentos escritos relacionados con el tema.
- Publicaciones: es todo lo relacionado con la información por internet, libros, revistas, artículos, textos, periódicos y otros.

C. Análisis de la información. Para efectos de análisis e interpretación de la información, se realizó lo siguiente:

- Tablas: esto permitirá organizar la información de manera sistematizada logrando un mayor control en el momento de realizar el análisis.
- Graficas: por medio de las gráficas se visualizará de forma clara los datos más relevantes suministrados en la tabla.

4.1.9.3. Determinación de la población demandante

En este caso serán todos los habitantes del municipio de Silvia Cauca, a quienes se espera prestar el servicio de transporte mixto CAMPEROS.

4.1.9.4. Selección técnica del tamaño de la muestra

40.283 habitantes de los cuales 5.520 son de Zona Urbana y 34.763 de la zona rural.

- **Muestra: 381 encuestas**

Tabla 1 Distribución poblacional por zona

ZONA	POBLACIÓN	%	ENCUESTAS A REALIZAR
URBANA	5.520	14	52
RURAL	34.763	86	329
Total	40.283	100	381

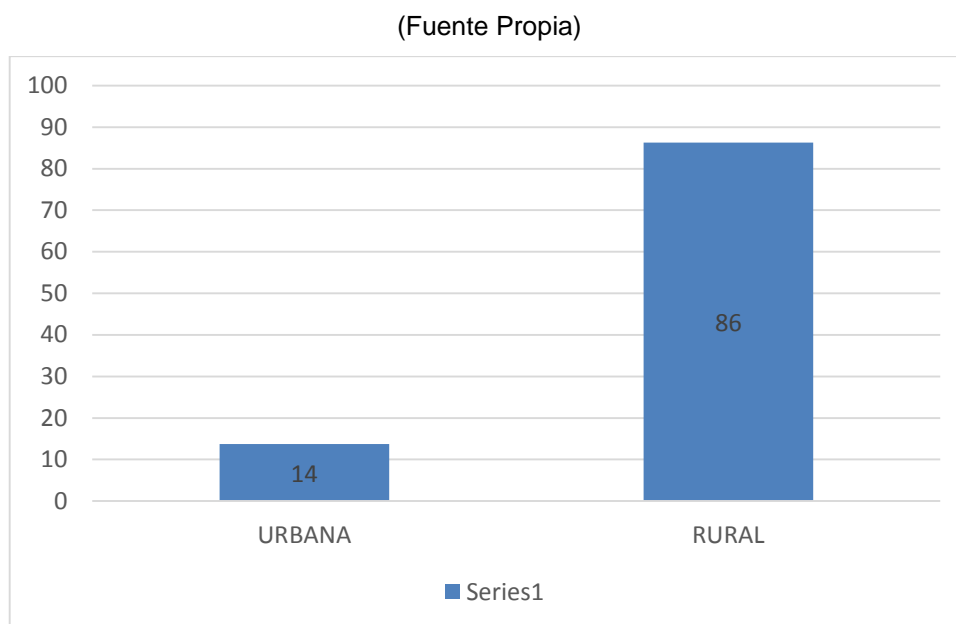
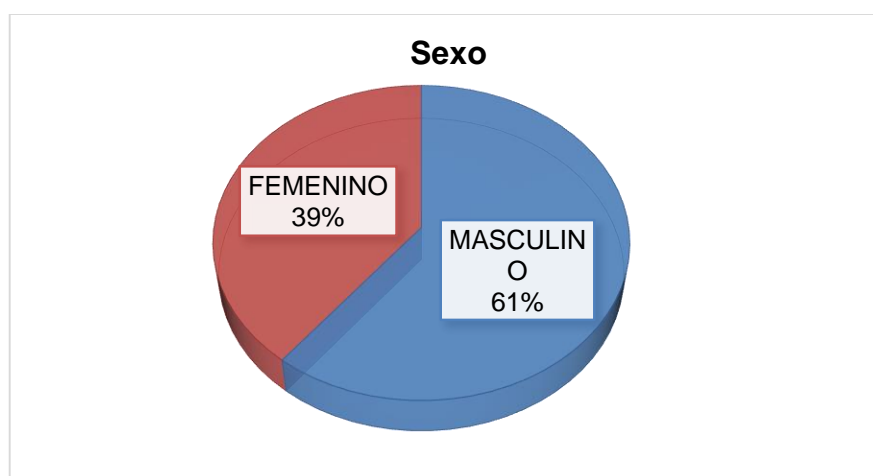


Ilustración 2 Distribución poblacional por zona (Fuente Propia).

4.1.9.6. Diseño del medio para recolectar la información

Ver Anexo a Encuesta

4.1.9.7. Tabulación y análisis de la información



*Ilustración 3.*Sexo (Fuente Propia).

La gráfica anterior indica que en el municipio de Silvia un 61% de las personas entrevistadas pertenece al sexo masculino, mientras que un 39% al sexo femenino, entre ellas se entrevistaron a jóvenes, estudiantes, padres de familia, amas de casa, profesores, agricultores y ganaderos del municipio

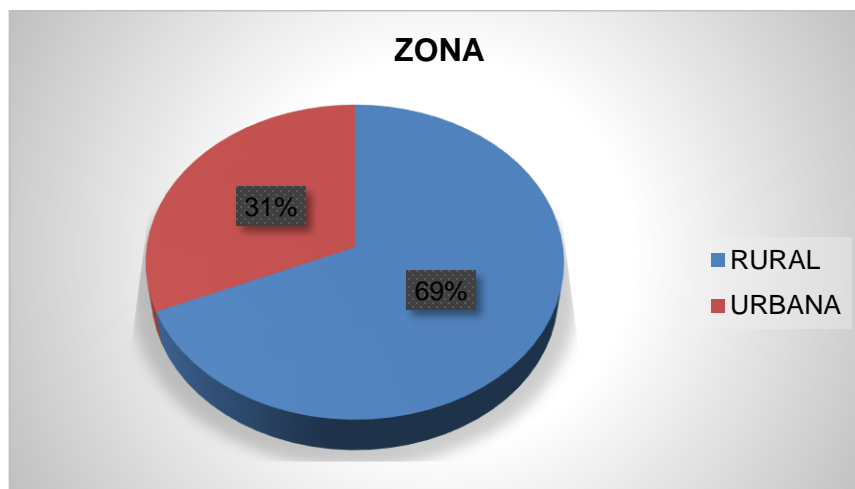


Ilustración 4. Zona (Fuente Propia).

De acuerdo a la muestra se debía entrevistar al 86% de población rural y el 14% de la población urbana, realizando las encuestas nos encontramos que la información anterior registrada en la ilustración 4, infiere que un 69% de la población entrevistada indica que pertenece a la zona rural de este municipio, mientras que el 31% indica que pertenece a la zona urbana, debido a que muchas de las personas que viven en la zona urbana se encontraban laborando en las zonas rurales del municipio, individuos a los cuales se le realizaron las entrevistas.

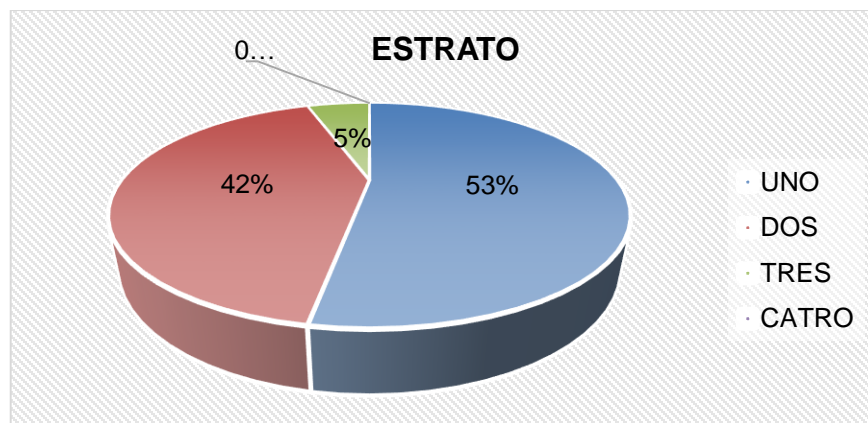


Ilustración 5. Estrato (Fuente Propia).

El 53% de la población entrevistada manifiesta que pertenece al estrato uno, mientras que el 42% al dos y un 5% al tres.

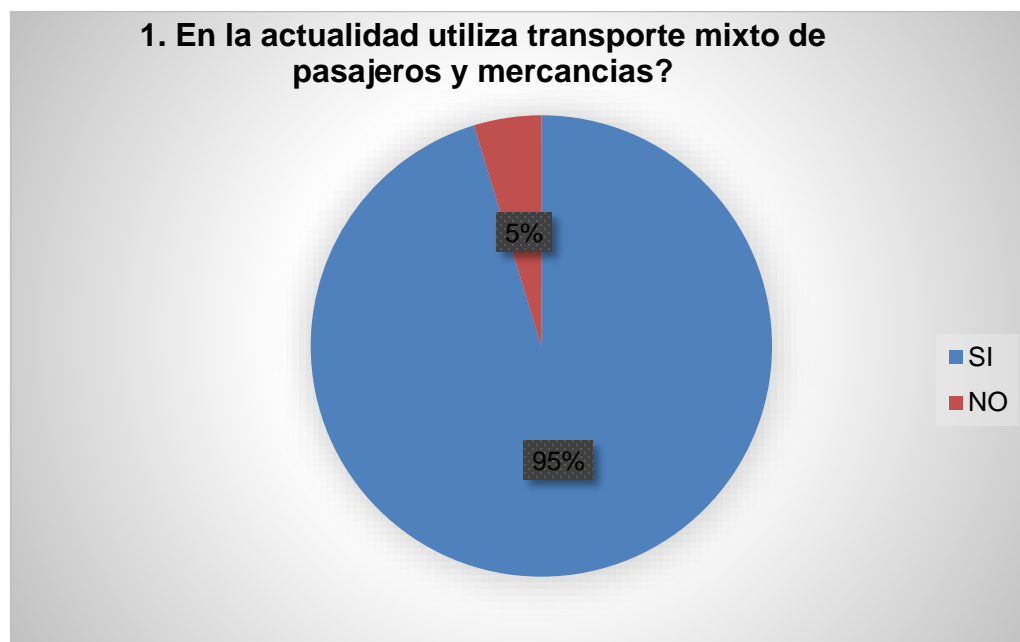


Ilustración 6. ¿En la actualidad utiliza transporte mixto de pasajeros y mercancías? (Fuente Propia).

Con referencia a la pregunta sobre si utiliza o no transporte mixto de pasajeros y mercancías, se encontró que un 95% dice si utilizarlo, mientras que un 5% indica que no.

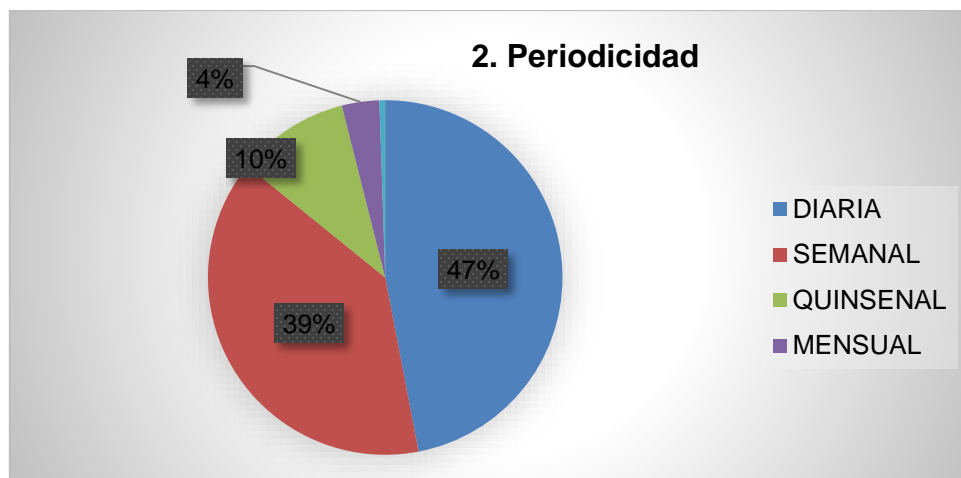


Ilustración 7. Periodicidad (Fuente Propia).

Con referencia a la periodicidad con la que utilizan el servicio de transporte mixto de pasajeros y mercancías, se encontró que un 47% lo utiliza diariamente, un 39% en forma semanal, un 10% quincenal y un 4% en forma mensual.

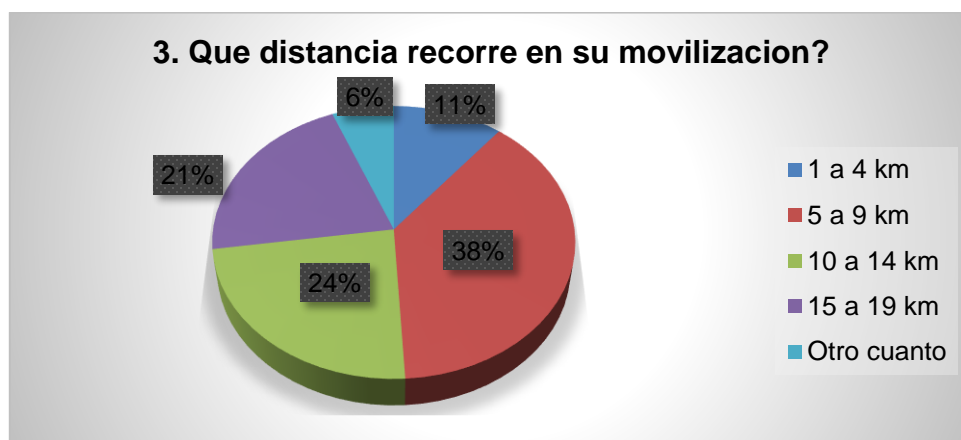


Ilustración 8. ¿Qué distancia recorre en su movilización? (Fuente Propia).

Las personas entrevistadas en el marco de esta investigación, indicaron en un 11% de 1 a 4 km, mientras que un 38% de 5 a 9 km, un 24% entre 10 y 14 km, un 21% de 15 a 19 km, y finalmente un 6% manifiesta que recorren más de estas distancias indicadas.

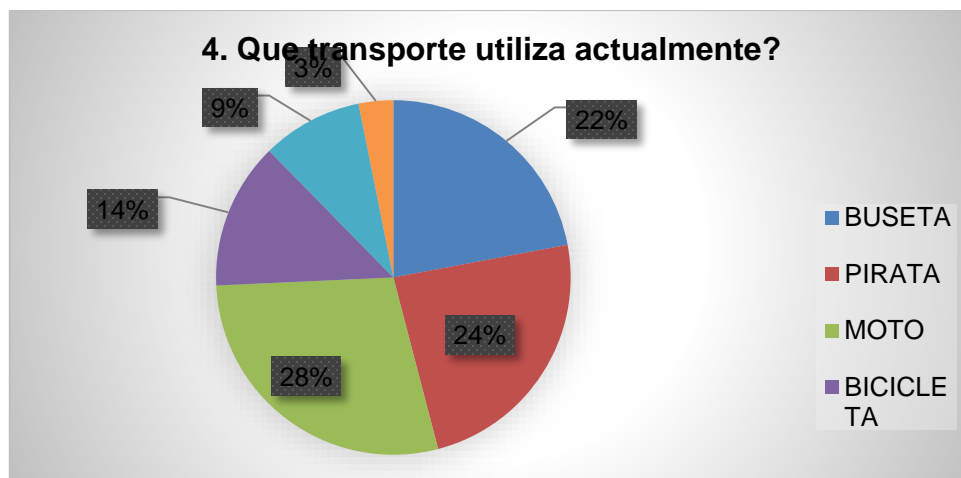


Ilustración 9. ¿Qué transporte utiliza actualmente? (Fuente Propia).

La gráfica anterior infiere que un 22% de la población entrevistada utiliza buseta, mientras que un 24% dice utilizar transporte pirata, un 28% moto, un 14% bicicleta, un 9% dice movilizarse a pie y un 3% otro medio de transporte.

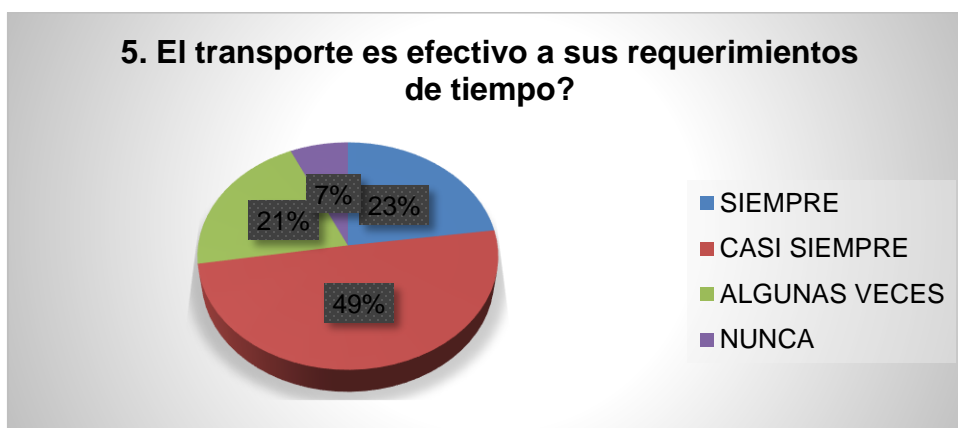


Ilustración 10. ¿El transporte es efectivo a sus requerimientos de tiempo? (Fuente Propia).

Un 49% de la población indica que el transporte casi siempre es efectivo a sus requerimientos de tiempo, mientras que un 21% indica que solo algunas veces, mientras que un 7% dice que nunca un 23% manifiesta que siempre es efectivo.

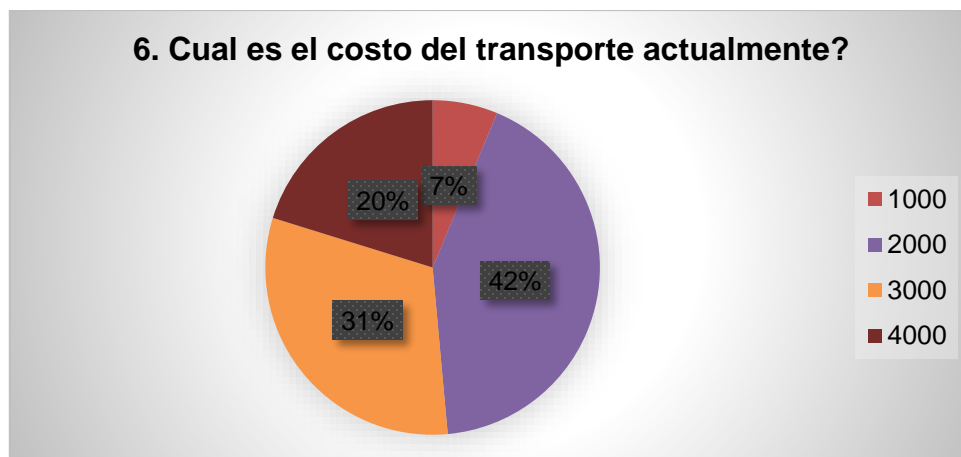


Ilustración 11. ¿Cuál es el costo de transporte actualmente? (Fuente Propia).

En referencia al costo del transporte que pagan las personas encuestadas se encontró que un 7% indica que son 1000, mientras que un 42% manifiesta pagar 2000, un 31% 3000 y un 20% cuatro mil pesos.

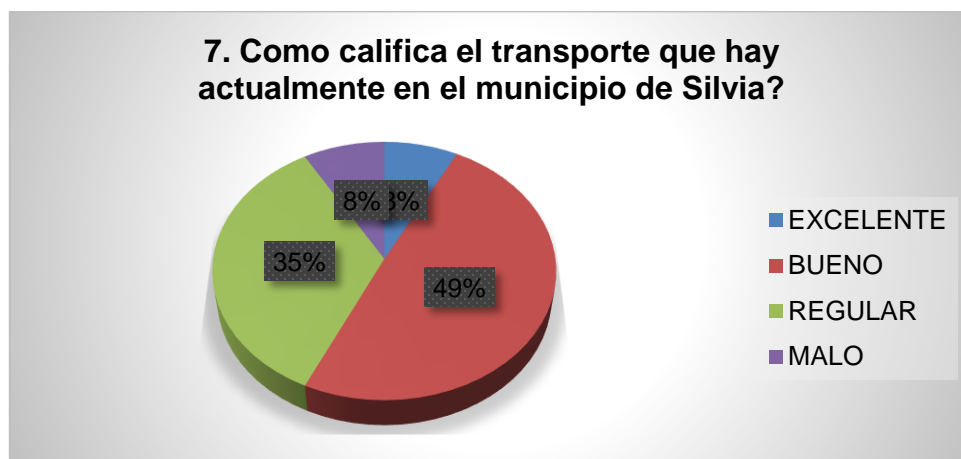


Ilustración 12. ¿Cómo califica el transporte que hay actualmente en el municipio de Silvia? (Fuente Propia).

La gráfica anterior infiere que la calificación otorgada por la población en referencia en un 49% resulta ser buena, y un 43% califico el transporte como malo y regular, lo cual identificamos una oportunidad para nuestra empresa de incursionar en el servicio de transporte, y finalmente un 8% califica el transporte como excelente.

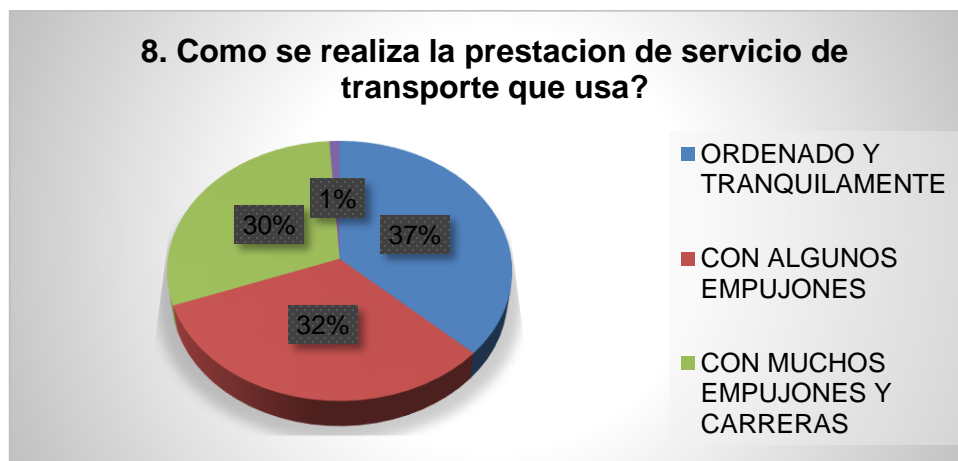


Ilustración 13. ¿Cómo se realiza la prestación del servicio de transporte que utiliza? (Fuente Propia).

Las variables se determinan basándose en el uso del transporte, como investigadores realizamos varios recorridos utilizando el transporte que se presta, algunas veces el transporte era ordenado y tranquilo, se presentaban empujones y otras veces con muchos empujones, entrevistando la población se determinó que en un 37 % la prestación del servicio utilizado es ordenada y tranquilo, mientras que un 32% dice que se desarrolla con algunos empujones, un 30% con muchos empujones y carreras y un 1% con otro tipo de problemas que no dan una comodidad apropiada.

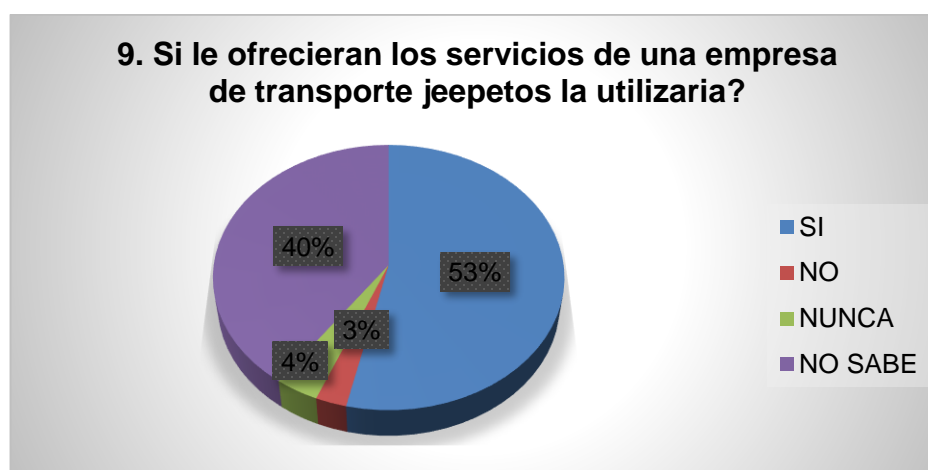


Ilustración 14. ¿Si le ofrecieran los servicios de una empresa de transporte CAMPEROS la utilizaría? (Fuente Propia).

¿En referencia a la pregunta si le ofrecieran los servicios de una empresa de transporte camperos la utilizaría? La población en un 53% manifiesto que sí, mientras que un 3% indico que no, un 4% nunca y un 40% no sabe.

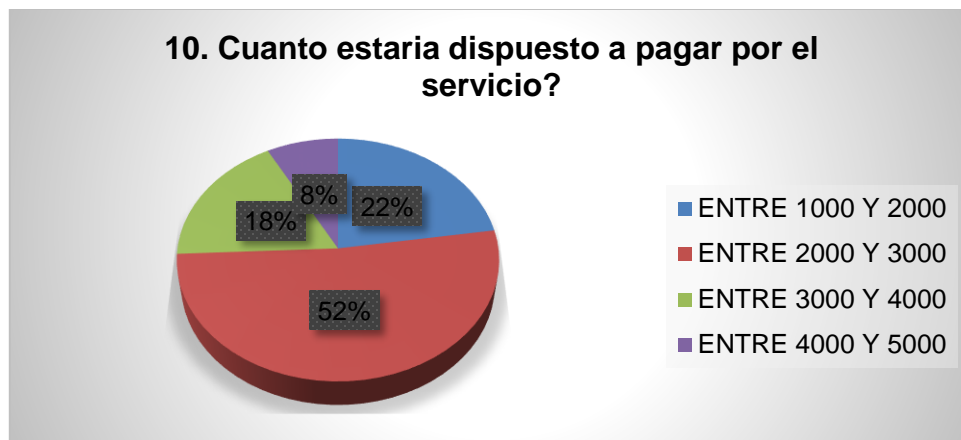


Ilustración 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio? (Fuente Propia).

La gráfica anterior indica que un 22% de la población entrevistada pagaría entre 1000 y 2000, mientras que el 52% dice que pagaría entre 2000 y 3000, un 18% entre 3000 y 4000 y un 8% entre 4000 y 5000 mil pesos.

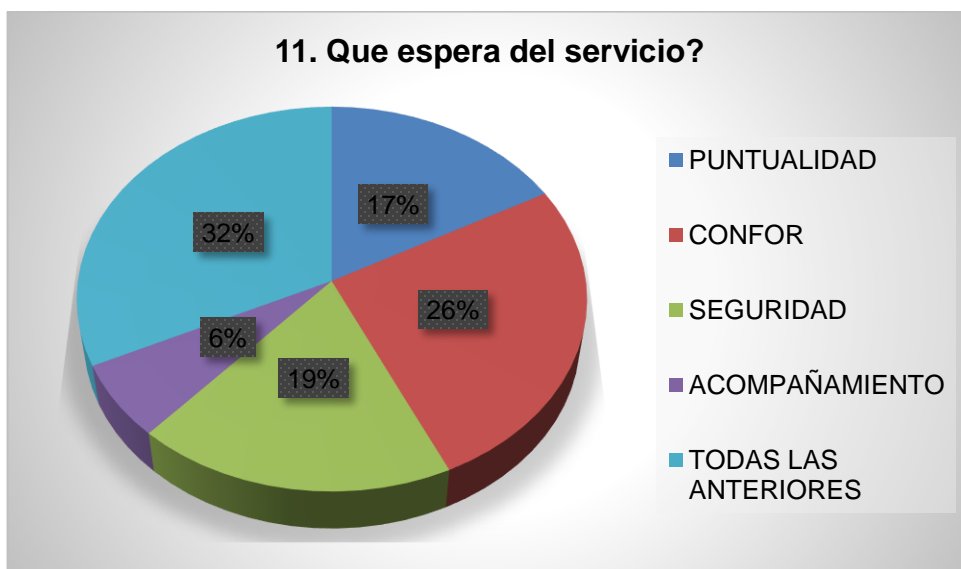


Ilustración 16. ¿Qué espera del servicio? (Fuente Propia).

La gráfica anterior infiere que un 17% la puntualidad, un 26% de la población entrevistada espera confort en el transporte adquirido, mientras que un 19% manifiesta que es importante la seguridad, un 6% el acompañamiento y finalmente un 32% todas las anteriores.

4.1.11. Análisis de la Demanda

4.1.11.1. Proyección de la demanda

- **Análisis de la demanda actual.** Dadas las características de la población se encontró que un 95% de la población, equivalente a 38,268 personas, si usan algún medio de transporte para uso personal o de sus mercancías, siendo este aspecto fundamental para la formulación de estrategias que busquen maximizar la oportunidad de negocio de la futura organización.

La periodicidad más alta de utilización de servicio transporte mixto en esta región indica que un 47% lo utiliza diariamente, un 39% en forma semanal, finalmente y gracias a estos datos se pudo establecer que un 22% de la población entrevistada utiliza buseta, mientras que un 24% dice utilizar transporte pirata, un 28% moto, un 14% bicicleta, un 9% dice movilizarse a pie y un 3% otro medio de transporte, lo cual resulta ser una oportunidad de crecimiento.

Tabla 2 Determinación de la demanda de acuerdo a la necesidad de transporte de según las personas encuestadas.

PRODUCTO	POBLACIÓN (VER TALBA 1)	SI UTILIZ A	TOTAL DEMANDA	DEMAND A DIARIA 47%	DEMAND A AÑO 360 DÍAS (SERVICIOS)
TRANSPORTE MIXTO	40,283	95%	38,288	17.986	6.475.089

(Fuente propia)

Tabla 3 Proyección de la demanda

PRODUCTO	DEMANDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5

ANUAL						
(Serv)						
TRANSPO	6.474.9	6.474.	6.562.	6.650.	6.740.	6.831.
RTE MIXTO	60	960	372	964	752	752
CRECIMIE	1,35%					

NTO

POBLACION

ANUAL

(DANE 2012)

(Fuente propia)

- **Descripción del servicio.** El montaje de una empresa que ofrezca el servicio de transporte mixto - camperos, nace de la necesidad que presentan los pobladores del Municipio de Silvia Cauca, por transportarse y transportar sus productos, encomiendas y otros artículos, en buenas condiciones hacia otras regiones de la geografía local.

En vista de lo anterior la futura organización busca crear una empresa con vehículos que cuenten con los estándares de control y calidad que permitan transportar a personas y sus artículos en términos de confort y seguridad.

- **Valor Agregado:**
 - A. Transporte mixto de personas y mercancías.
 - B. Confort a pasajeros y cuidado de mercancías.
 - C. Monitoreo y seguimiento.
 - D. Control en línea a través de los recorridos.
 - E. Manejo de tiempos.
 - F. Tarifas ajustadas a la ley
 - G. Buen servicio
 - H. Personal capacitado

Tabla 4 Matriz de impactos

FACTOR CLAVE	PONDERACION	CLASIFICACION	RESULTADO
Desaceleración de la Economía	0,05	-1	-0,05
Tasas de Interés	0,3	2	0,6
Tasas de Inflación	0,05	0	0
Tasa de cambio	0,2	1	0,2
Déficit Fiscal	0,15	-1	-0,15
Crecimiento de la Economía P.I.B.	0,1	1	0,1
Precio del petróleo	0,15	1	0,15
Totales	1		0,85

(Fuente Propia).

La matriz indica un resultado positivo de 0,85, lo cual demuestra que el impacto del entorno económico resulta positivo para los fines económicos del proyecto. Las variables de mayor relevancia son las tasas de interés como una oportunidad importante. Examinando las amenazas, se detectan la desaceleración de la economía y el déficit fiscal como amenazas de nivel medio, por un lado, la desaceleración de la economía puede indicar un bajo clima general para los negocios, lo cual llega a afectar en general a todas las empresas y el déficit fiscal, que puede conllevar a una reforma tributaria y a un eventual incremento en impuestos.

Tabla 5 Oportunidades y Amenazas

MACROENTORNO OPORTUNIDADES	MACROENTORNO AMENAZAS
Producto Interno Bruto	Déficit Fiscal
Inflación	Precio Internacional del Petróleo
Tasas de Interés	Inseguridad
Tasa De Cambio	Crisis económica mundial
	Entradas de grandes empresas
	Carencia de experiencia
	Capital social

La política de seguridad

La reducción de tramites empresariales

Política Fiscal

Política de estímulo a creación de PYMES

Desempleo

Ofertas tecnológicas

El mercado

(Fuente Propia)

4.1.11.2. Competencia

- **Competencia directa e indirecta.** De acuerdo a los acercamientos realizados por el grupo de investigación se encontró que en relación a los servicios que ofrecen la competencia, la diferencia está marcada entre las empresas transportadoras (Directos), los transportadores independientes y piratas (Indirectos)

Las ventajas competitivas que muestran los independientes es principalmente la trayectoria, y en el caso particular de los transportadores es la fidelización.

Por otra parte, se encuentra que ninguna empresa cuenta con una página de internet y sistemas publicitarios que les permita promocionar sus servicios, así como ninguna de ellas cuenta con un apropiado plan de mercado. Ya que las

operaciones de los transportadores competidores se realizan a través de vehículos propios o sub arrendados. Para estos últimos, las empresas les cancelan un menor valor del cobro que realizan a los clientes, y lo que ofrecen a estos afiliados o arrendados es una garantía de carga diaria para no dejar parados sus vehículos, cuanto son utilizados para el transporte de mercancías.

Tabla 6 Fortalezas y Debilidades Competencia Directa e Indirecta

competencia	Quiénes son?	Condición	Fortalezas	Debilidades
Directa	Servicio de camiones tradicionales	Empresas	Experiencia	Normas técnicas
			Trayectoria	Publicidad
			Capital social	Externa
			Organización administrativa	
Indirecta	Todas las empresas de transporte que no tiene definida una línea para este tipo de servicio, incluyendo a los piratas. Además de los carros escalera y los camiones de servicio particular que no están afiliados a empresa alguna.	Transportadores Independientes e ilegales	Publicidad	
			Fidelización	Publicidad
			Experiencia	Normas técnicas
				Intermediarios ilegalidad

(Fuente Propia)

4.1.11.3. Oferta potencial del servicio

Teniendo en cuenta la anterior información y respaldada en los datos obtenidos en el estudio de mercado se pudo determinar que los competidores directos e indirectos para la futura empresa transportadora cubren un 40% del mercado total, como indica la tabla

No 7 de esta investigación, es por ello que se expresa la siguiente oferta potencial consistente en 37.627 del servicio expresada en toneladas/año.

Tabla 6 Oferta Potencial del Servicio

OFERTA (SERVICIOS/año)		
SERVICIO	COMPETIDORES	TOTAL
	DIRECTOS	E
	INDIRECTOS	
TRANSPORTE MXTO	6.475.089 X 40%	2.590.035
TOTAL		2.590.035

(Fuente propia)

Tabla 7 Proyección de la oferta

TRANSPO	2.590.	2.590.	2.621.	2.654.	2.686.	2.719.
RTE MIXTO	035	035	892	142	788	835
CRECIMIE	1,23%					

NTO

POBLACION

ANUAL

(DANE)

(Fuente Propia)

4.1.11.4. Demanda insatisfecha

Tabla 8 Demanda insatisfecha del Servicio

AÑO	DEMANDA ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
1	6.474.960	2.590.035	3.884.925
2	6.562.372	2.621.892	3.940.480
3	6.650.964	2.654.142	3.996.822
4	6.740.752	2.686.788	4.053.964

5	6.831.752	2.719.835	4.111.917
---	-----------	-----------	-----------

(Fuente Propia)

El cuadro anterior indica que la demanda insatisfecha en número de servicios requeridos por la población objeto de estudio, asciende a 3.884.925 servicios de transporte de personas y mercancías para el primer año de operaciones.

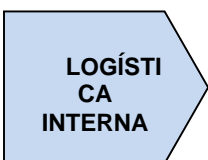
4.1.12. Mezcla del Mercado del Proyecto

El concepto de mercadeo del proyecto es especialmente útil para comprender la capacidad estratégica de la futura organización, ya que se concentra en las actividades de valor y los vínculos entre ellas, más que los simples recursos. Se destaca así, de hecho, la existencia de una estrecha relación entre la capacidad y la forma en que se utilizan y controlan los recursos. También, el análisis de recursos no debe limitarse a los recursos que posee la organización. Las piedras angulares de la capacidad de una organización son, con cierta frecuencia, los vínculos con las cadenas de valor de los proveedores. Distribuidores y clientes, que impiden la imitación por parte de los competidores¹.



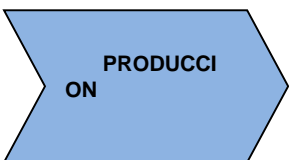
Ilustración 17. Estructura Propuesta de Valor (Johnson y Scholes, 1997).

¹ Johnson, G. y Scholes, K. (1997). *Dirección estratégica*. Madrid, España: Prentice Hall.



Recolección de Productos: Se hará según la orden de solicitud del servicio mediante el traslado al lugar previamente acordado con el cliente para esto la empresa contará con un proceso adecuada para la recepción e inspección de mercancías como de los camperos para verificar su buen estado y su limpieza. Que permitan prestar un buen servicio.

Almacenamiento: Cuando así sea el caso se prestará con el servicio de almacenamiento de las mercancías permitiéndole así la seguridad de estos evitando la pérdida o el deterioro de los mismos.



Transporte: se hará mediante la utilización de camperos, los cuales estarán acondicionados para prestar un servicio de calidad y seguro. La empresa se caracterizará por garantizar a sus clientes una fecha y hora exacta de entrega de sus mercancías, también es esencial mencionar que la empresa asegura la mínima manipulación de sus mercancías, gracias al mecanismo de estibado plástico y canastillas que no permite el estropeo, ni deterioro de estos.

Orden de pedido y Despacho: este proceso se realizará mediante la integración y utilización de un sistema electrónico, una línea de atención al cliente y la página web, con lo cual se construirá una comunicación directa, permitiéndoles solicitar el servicio en tiempo real, hacer su seguimiento desde el momento del despacho hasta el momento de entrega. Esto le concederá reducir niveles de incertidumbre con respecto a la fecha y condiciones de entrega de sus mercancías.



Entrega del producto: La entrega del producto se hará en la fecha y hora, lugar y horario definido al momento de perfeccionar la orden de trabajo. Con esto se asegura la entrega oportuna y confiable de las mercancías cuando el cliente lo desee.

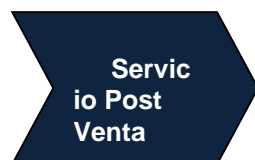


Atención al Cliente: contara con personal con competencias en manejo de clientes y política de servicio, manejara las solicitudes de servicios, requisitos y necesidades de los usuarios, brindándoles servicio personalizado de acuerdo a sus exigencias. Con esto se logra entablar una relación directa entre la empresa y el cliente final, permitiendo adecuar el servicio a sus expectativas y poder definir estrategias que se integren con sus propósitos. Con lo cual se le ofrece al cliente final contar con una empresa de transporte estable y confiable.

Pago: Dependiendo del tiempo que lleva funcionando, de su reputación en la región, de su volumen de transporte y de su capacidad de pago se abrirán líneas de crédito para aquellas personas que cumplan con estos requisitos y que además sean clientes habituales de la empresa.

Seguimiento: Los clientes de transporte de mercancías, tendrán la posibilidad de estar en contacto en todo momento con el conductor y además contarán con un sistema de comunicación directa con la empresa, en tiempo real, evitando el riesgo de robo o pérdida total o parcial.

Cobro: Una de las principales características de la empresa será el cobro mediante una tabla de fletes especificada por el gobierno y aplicada al municipio según los kilómetros recorridos evitando así el uso de intermediarios y el regateo con la competencia que genera precios más altos que lo permitido por la ley.



Política de servicio: se tendrá un proceso para el manejo y gestión de las quejas, reclamos, observaciones, peticiones y sugerencias, las cuales podrán ser remitidas por cualquier de los canales de comunicación antes mencionados, en el cual se dará una respuesta ágil, oportuna y efectiva, buscando la satisfacción total del cliente. Este proceso estará liderado por el gerente de la empresa y apoyado por todo el personal. Se

tendrá la premisa de que cada queja, reclamo, sugerencia o petición será una oportunidad de mejora.

El portal web acercara la empresa al cliente, donde encontrara sus actividades, planes, y servicios y demás información de interés, con el fin de consolidar una relación más directa; según Cirena y Reca (2012):

La principal preocupación de la empresa en el momento actual, es crecer buscando un mayor control y eficiencia. En un entorno más inestable donde clientes y empresas miden más sus inversiones, los crecimientos en base a recursos adicionales han dado lugar a un mayor análisis del potencial que ya está en la propia empresa, incluyendo mejora de procesos comerciales y optimización de las capacidades de transporte a los clientes actuales (párr.15).

El clásico modelo de captar clientes, desarrollarlos y finalmente concretarlos ha pasado a la historia y ahora se ha cambiado el orden de prioridades, empezando por asegurar que los clientes clave actuales sigan con la empresa, mientras se desarrollan un proceso en el que los clientes dispongan una capacidad de crecimiento y finalmente captando selectivamente aquellos donde el valor proporcionado por ambas partes empresa y cliente es el más adecuado (párr.16).

Pero para proceder a este cambio se precisa una revolución interna, donde procesos, personas, soluciones y sistemas, se unan alrededor de una inteligencia de cliente capaz de inspirar y dirigir a todos ellos. Encontrando algunas áreas clave de acción:

- a. Identificar las claves de éxito del mercado.
- b. Diferenciar a los clientes como base de la estrategia.
- c. Se debe asegura que todas las piezas de la organización están alineadas.
- d. Diseñar estrategias y tácticas enfocadas a la fidelización de los clientes clave y la retención del resto de clientes.
- e. Obsesionarse con medirlo todo.
- f. Definir objetivos alineados con las estrategias y prioridades (párr.17).

Canal de Distribución o Comercialización. Los canales principales que se utiliza para dar a conocer la compañía y sus servicios son; vía internet, relaciones públicas y brochure. El canal vía internet mostrara los servicios que se ofrecen, la cobertura de la empresa, los clientes y monitoreo.

En cuanto a las relaciones públicas, se realizarán los primeros contactos comerciales en empresas donde los socios tengan una relación de contacto directo con los dueños de agremiaciones que necesitan este servicio para su operación, y el brochure se realizara como carta de presentación de la compañía a los clientes que se ofrecerá el servicio.

Dado lo anterior el canal de comercialización será el de fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo.

4.2. Estudio Legal Administrativo

4.2.1. Constitución legal.

La empresa se establecerá bajo un aspecto organizacional de Sociedad por Acciones Simplificada, con el fin de controlar las funciones de cada uno de los miembros del equipo de trabajo con el que cuenta la organización, en este punto es importante tener en cuenta la delegación de funciones y actividades a realizar en los diferentes departamentos, áreas y cargos; logrando diseñar una estructura organizacional que faciliten el desarrollo de los procesos y procedimientos dentro de la descripción de cargos. También se establecerá un mecanismo para el proceso de toma de decisiones con el fin de encontrar

relación entre los objetivos; así mismo se coordinará todos los aspectos de la organización para alcanzar el éxito empresarial.

Dentro de las características que presenta la organización con respecto a su actividad como Sociedad por Acciones Simplificada "SAS", se tendrán en cuenta los siguientes requerimientos, expresados en la Ley 1258 de 2008: Las sociedades por acciones simplificadas (SAS) son más flexibles que las sociedades anónimas tradicionales. Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notaria, con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suscrito a la sociedad.

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a la sociedad anónima. La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas, pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.

- **SOCIOS:** Estos podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas.

- **DENOMINACION SOCIAL:** Las a S.A.S deben tener un nombre único que las distinga de otros entes económicos; su nombre debe ir acompañado de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las letras “S.A.S.” (Numeral 2º del artículo 5º de la Ley 1258 de 2008)
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL:** Se limitará al monto de los respectivos aportes. Los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad, siempre y cuando no existas la utilización de la sociedad para incurrir en fraude a la ley o perjuicios a terceros, pues ante esta eventualidad la responsabilidad será solidaria e ilimitada.
- **CAPITAL:** Sera dividido en acciones de igual valor nominal.
- **DERECHO DE VOTO:** Cada accionista tiene derecho a tantos votos como acciones posea
- **OBJETO SOCIAL:** La sociedad tendrá como objeto principal el servicio de transporte mixto de personas y carga en el Departamento del Cauca. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.
- **ACCIONES:** Las acciones y demás títulos valores que emita una S.A.S. no pueden ser negociadas en bolsas de valores ni tampoco inscritas en el Registro Nacional de Valores y Emisores (artículo 4º de la Ley 1258) (S.A.S., 2014)

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

- **NEGOCIACIÓN DE ACCIONES:** El retiro e ingreso de accionistas a la sociedad por motivo de la negociación de acciones debe registrarse en el libro de acciones.
- **ADMINISTRACIÓN Y REP. LEGAL:** Asamblea General de Accionistas y el representante legal. No es obligatorio crear una Junta Directiva; la revisoría fiscal solo se exige si así lo determina la ley.
- **DURACIÓN:** Puede existir término de duración indefinido.

De igual manera se tendrán en cuenta los requerimientos legales que hace el Ministerio de Transporte en su Decreto número 175 de 2001 (febrero 5 de 2001). “Por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Mixto”.

Misión: La empresa transporte mixto camperos en el municipio de Silvia, es una organización de sociedad por acciones simplificada que promueve y apoya la diversificación de actividades económicas en busca del desarrollo integral de sus asociados y su núcleo familiar. Su actividad principal es el servicio de transporte público terrestre mixto, para todos los habitantes del municipio de Silvia Cauca.

Para ello trabaja con profesionales altamente capacitados, buscando beneficios mutuamente. Como responsabilidad social busca implantar un sistema para la dirección de la organización y la confianza hacia sí misma, con el objetivo de acercarla paulatinamente a la sociedad en materia económica, social y ambiental, además de aplicar valores éticos incorporados en la prestación de un buen servicio.

Visión: Para el año 2030, convertirse en la empresa líder del mercado regional en la prestación de servicios de transporte mixto, caracterizándose por la calidad del servicio y cumpliendo con las expectativas y deseos de nuestros clientes.

Principios Corporativos

- Compromiso en la realización de las diferentes actividades impuestas por la organización, logrando un desempeño satisfactorio para las dos partes.
- Desarrollar actividades de la empresa bajo la ética profesional ya que para los clientes es indispensable saber que se trabaja de la mano con este tipo de valores.
- La prioridad por la Responsabilidad Social Empresarial en la protección y defensa del medio ambiente.
- La valoración y fortalecimiento de una cultura orientada hacia la prestación de un servicio de calidad que satisfaga las necesidades del cliente.

Políticas

- **Honestidad y Transparencia:** Principios que guiaran las operaciones tanto internas como externas de la empresa, en donde siempre se deberá tener en cuenta que el interés colectivo debe prevalecer ante el interés particular.
- **Responsabilidad y Compromiso:** Manejar cada una de las actividades de manera eficiente y eficaz que refleje en la organización un excelente desempeño.
- **Justicia y Respeto:** tener en cuenta a cada subordinado sin importar su posición, dándole libertad de expresión en cada una de sus opiniones que aporte a la organización.
- **Participación y Trabajo en equipo:** Disposición de ayudar en cualquier actividad a los compañeros de trabajo cuando sea necesario su apoyo.
- **Tolerancia:** Saber respetar a las demás personas en su entorno, sabiendo escuchar y corregir de manera cordial en el momento que estas lo requieran.
- **Lealtad:** Velar por el buen nombre de la organización dentro y fuera de ella, resaltar la ética profesional con respecto al manejo información confidencial de la organización.
- **Actitud de servicio:** Disposición que se debe reflejar hacia las situaciones que puedan servir de colaboración hacia los miembros que las requieran.

Procesos claves

Procesos de la Gerencia: Las actividades de la empresa que se encuentran relacionadas con la dirección se enmarcan dentro de los siguientes procesos:

- **Gestión de los recursos:** realizar las actividades pertinentes para la conservación y generación de nuevos recursos para la empresa. Responsable: Gerente
- **Planificación de la calidad:** Si la empresa vende un servicio con excelente calidad tendrá asegurada la fidelización de la clientela, este proceso se hace con anticipación al inicio de un periodo laboral y se controla durante el mismo con revisiones periódicas al servicio. Responsable: Gerente

- **Revisión del Sistema de Gestión:** Controlar aquellas actividades encaminadas al buen funcionamiento de la empresa y que permitan la prestación del servicio con normalidad. Responsable: Gerente
- **Servicio de Atención a los Clientes:** Actividad que permite la correlación entre los clientes y la empresa, en este punto se encargan de la recepción de solicitudes de servicio, servicios de información, realización de órdenes de salida, órdenes de carga, entre otras. Responsable: Secretaria

Procesos misionales o de realización: Son los procesos necesarios en la empresa para la prestación del servicio, comprenden:

- **Inspección Condiciones del vehículo:** Procedimiento que se lleva a cabo para determinar si el vehículo se encuentre en condiciones de limpieza e higiene necesarias para prestar el servicio. Responsable: Inspector
- **Registro de salida de los vehículos:** Se debe llevar un completo y riguroso informe en el cual se registre datos como, la hora de salida, el nombre del conductor, las condiciones del vehículo, destino, etc. Es aquí donde se cumple con la actividad de entrega de los documentos necesarios para que el vehículo inicie su recorrido. Responsable: Despachador
- **Traslado de los Productos:** Después de la aplicación del mecanismo acordado con el cliente el camión sale hacia su destino para la entrega del producto. Responsable: Conductor
- **Monitoreo del vehículo:** Gracias a la alianza con una empresa dedicada exclusivamente a esta actividad en la empresa se recibirá toda la información cuando se presenten inconvenientes en la vía ya sea de tipo mecánicos o por orden público. Responsable de los Informes: Secretaria

Procesos de Gestión Financiera: Entre las actividades a desarrollar dentro de este tipo de procesos se pueden anotar:

- **Pago de Fletes:** Revisión de documentos donde conste el pago de fletes y realizar su respectivo registro. Responsable: Contador

- Generación de paz y salvo del cliente: Proceso con el cual el cliente queda registrado en la base de datos sin ninguna deuda. Responsable: Secretaria
- Realización de Actividades Contables: Comprende todas las operaciones necesarias para el buen funcionamiento contable de la empresa tales como: pago de nómina, generación de estados de resultado, balance general y todos los requerimientos contables de ley. Responsable: Contador

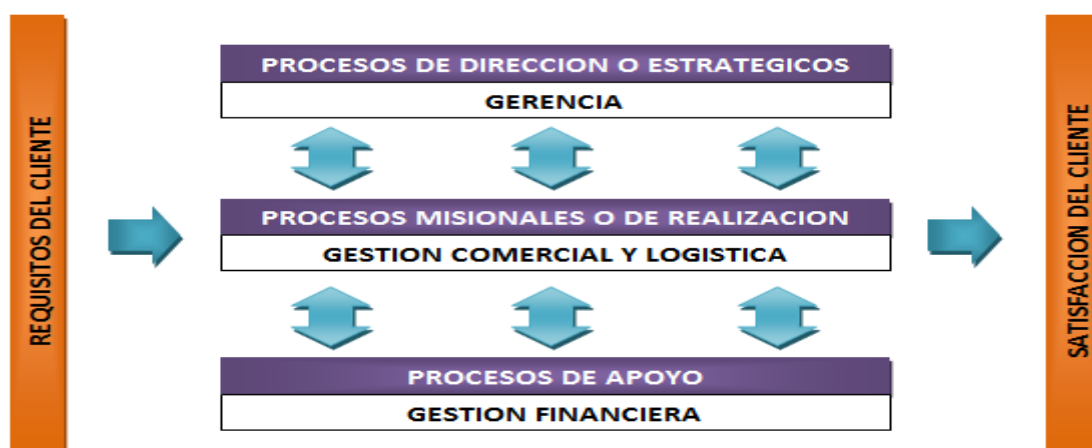


Ilustración 18. Mapa de procesos (Fuente Propia).

Manual de Funciones

Cargo: Gerente

TIPO DE CONTRATO: Laboral o Prestación de Servicios

DEDICACION: Tiempo Completo

JEFE INMEDIATO: Junta Directiva

NOMBRADO POR: Junta Directiva

PERIODO: Un año

REQUISITOS

FORMACION-ENTRENAMIENTO: Profesional Universitario.

EXPERIENCIA: Diez años en administración de empresas y/o proyectos Productivos

HABILIDADES: Manejo de Software Ofimática

RESPONSABILIDADES

Con respecto a la Operación de la Empresa:

1. Nombramiento de Secretaria, Despachador y Conductores.
2. Nombramiento del Contador.
3. Firma de contratos con Clientes.
4. Supervisar el cumplimiento de las funciones de la Secretaria, Despachador, Conductores y Contador.
5. Representar a la Empresa en foros gremiales, comerciales o gubernamentales de interés para esta.
6. Terminar o Liquidar los contratos con los Clientes cuando se requiera siguiendo los procedimientos establecidos por la ley comercial.
7. Atender las Auditorias Fiscales, Gestión de Calidad, Montajes Industriales cuando se requiera.
8. Desarrollar Revisiones por la Dirección semanales y de acuerdo con los estándares de calidad implementados por la Empresa con los funcionarios subalternos.
9. Calcular y hacer seguimiento a los Objetivos de Calidad y a los indicadores de cumplimiento del Plan de Gestión.
10. Tomar las acciones correctivas y preventivas necesarias para el cumplimiento de los Objetivos de Calidad y el Plan de Gestión.
11. Asegurarse que los documentos y registros de la Empresa se mantengan y preserven en un archivo ordenado y adecuado.
12. Revisar y conocer los requisitos del Cliente.
13. Formular propuestas de innovación que permitan mejorar la eficiencia de la Empresa.
14. Fijar las tarifas de los servicios de la Empresa de tal manera que no se incumpla el presupuesto establecido.

Con respecto a la Junta Directiva

15. Proponer al Junta Directiva proyectos para el usufructo de los activos y patrimonio de la Empresa a través de un Plan de Gestión.
16. Generar informes mensuales de administración y anuales de gestión para el Junta Directiva.
17. Convocar reuniones mensuales de la Junta Directiva.
18. Elaborar y presentar a la Junta Directiva para aprobación el Presupuesto Anual discriminado mensualmente
19. Aprobación del Balance General, Estado de Resultados y Flujos de Caja
20. Transcribir, y publicar las Actas de la Junta Directiva y otras comunicaciones para la consulta de los socios de la Empresa.
21. Cumplir y hacer cumplir con las resoluciones de la Junta Directiva.

Con respecto a los Empleados

22. Nombrar los funcionarios que requiera la Empresa de acuerdo con el presupuesto y el Plan de Gestión aprobado por la Junta Directiva.
23. Terminar los contratos laborales cuando se requiera siguiendo los procedimientos establecidos por la ley laboral.
24. Atender las novedades laborales que se presenten de parte de los funcionarios de la Empresa.

Con respecto a las Autoridades Competentes

25. Representación Legal de la Empresa
26. Generar y Firmar las comunicaciones oficiales de la Empresa.
27. Atender los requerimientos de las autoridades competentes.

Con respecto a los Clientes y el Público en general

28. Responder a las peticiones formuladas por los clientes y el público en general a la Empresa.

29. Atender las posibles Quejas y Reclamos formuladas por los clientes. Tomar las acciones correctivas que se requieran según el caso.
30. Envío de Notificaciones a clientes con respecto a cobros jurídicos que sean reportados por el Contador.

Cargo: Contador

TIPO DE CONTRATO: Laboral o Prestación de Servicios

DEDICACION: Tiempo Completo

JEFE INMEDIATO: Gerente

NOMBRADO POR: Gerente

PERIODO: Un año

REQUISITOS

FORMACION-ENTRENAMIENTO: Profesional en Contabilidad

EXPERIENCIA: Cinco años en contabilidad de empresas

HABILIDADES: Manejo de Ofimática.

RESPONSABILIDADES

1. Recaudar los pagos de los clientes a la Empresa ya sea en cheques, efectivo, vales por anticipo o pagarés a través de la caja única de la Empresa.
2. Recaudar pagos de los clientes a través de mensajería y radicarlos en la caja única de la Empresa.
3. Generar facturas y cuentas de cobro a los clientes de acuerdo con los registros enviados por los conductores.
4. Enviar facturas y cuentas de cobro a los clientes.
5. Recibir los registros de cumplimiento del Servicio de Transporte para cobros a los clientes.
6. Generar los Comprobantes de Egreso, Cheques y/o Transferencias para pago a proveedores. Entregar los pagos a los proveedores en la Caja Única de la Empresa.
7. Custodiar y archivar de acuerdo con las normas contables los títulos valores, garantías, escrituras, y prendas constituidas a favor de la Empresa

8. Registrar todos los movimientos y transacciones en el Software para manejo contable disponible en la Empresa.
9. Generar los Estados Financieros de la Empresa para revisión de la Junta Directiva y del Gerente.
10. Aprobar con firma los Estados Financieros de la Empresa
11. Solicitar a los clientes los pagos de las facturas y cuentas de cobro que se encuentren en mora.
12. Reportar a la Gerencia los cobros con mora mayor a tres meses para envío a cobro jurídico. Anexar los soportes pertinentes para el abogado.
13. Expedir paz y salvos en los casos en que se solicite por parte de clientes. En caso que el cliente no se encuentre a paz y salvo, expedir certificado de deuda con la Empresa.
14. Atender las Auditorias Fiscales, Gestión de Calidad, cuando se requiera.
15. Atender a las Revisiones por la Dirección semanales con el Gerente y de acuerdo con los estándares de calidad implementados por la Empresa
16. Brindar al Gerente la información requerida para el cálculo de los Objetivos de Calidad y los indicadores de cumplimiento del Plan de Gestión.

CARGO: Secretaria

TIPO DE CONTRATO: Laboral

DEDICACION: Tiempo Completo

JEFE INMEDIATO: Gerente

NOMBRADO POR: Gerente

PERIODO: Un año

REQUISITOS

FORMACION-ENTRENAMIENTO: Bachiller o Secretariado

EXPERIENCIA: No requiere

HABILIDADES: Manejo de Ofimática.

RESPONSABILIDADES

1. Atender con bebidas o snacks a los visitantes, clientes o en reuniones de la Gerencia
2. Generar las comunicaciones escritas solicitadas por el Gerente

3. Atender en la recepción de la Empresa a Clientes y Asociados. Informarlos sobre procedimientos y trámites.
4. Atender las llamadas al teléfono de la Empresa. Re direccionar las llamadas según lo necesario.
5. Recibir y entregar mensajes telefónicos a los funcionarios de la Empresa.
6. Recibir la correspondencia de la Empresa (mensajería o fax) y remitirla al Gerente para su distribución según el caso.
7. Mantener y custodiar el archivo de documentos y registros de todos los documentos de la Empresa excepto aquellos que se encuentran bajo custodia del Contador.

CARGO: Inspector

TIPO DE CONTRATO: Laboral

DEDICACION: Tiempo Completo

JEFE INMEDIATO: Gerente

NOMBRADO POR: Gerente

PERIODO: Un año

REQUISITOS

FORMACION-ENTRENAMIENTO: Profesional Universitario.

EXPERIENCIA: Dos años.

HABILIDADES: Relaciones interpersonales y mecánica general.

RESPONSABILIDADES

1. Responsable de hacer cumplir con la utilización adecuada de las instalaciones, baños, áreas de proceso y áreas de descanso.
2. Es quien debe mantener la disciplina en cuanto al manejo de los servicios dentro de los vehículos además de hacer cumplir normas tales como:
 - El uso de atuendo e indumentaria adecuada
 - La ausencia de artículos restringidos

Finalmente, aspectos relevantes en donde se vean involucrados riesgos externos.

3. Lavado y desinfección de los vehículos
4. Reportar la compra de utensilios utilizados para dicha limpieza

5. Determinar la frecuencia de lavado de los vehículos.
6. Combustible de vehículos.
7. Mantenimiento de vehículos.
8. Otros inherentes a su cargo.

CARGO: Despachador

TIPO DE CONTRATO: Laboral

DEDICACION: Tiempo Completo

JEFE INMEDIATO: Gerente

NOMBRADO POR: Gerente

PERIODO: Un año

REQUISITOS

FORMACION-ENTRENAMIENTO: Bachiller o Técnico

EXPERIENCIA: Un año en atención al público

HABILIDADES: Manejo de Software Ofimática

RESPONSABILIDADES

Con respecto a la Operación de la Empresa:

1. Atender los despachos programados.
2. Atender los viajes que lleguen al destino sede de la Oficina de Despachos.
3. Generar vales de entrega de anticipos en combustible, cheque o transferencia bancaria.
4. Generar y entregar al conductor todos los documentos requeridos por las autoridades competentes para el desarrollo del viaje.
5. Asegurarse que los documentos del vehículo se encuentren al día.
 - Copia de la licencia de tránsito del vehículo.
 - Copia del SOAT.

- Copia de la Póliza Todo Riesgo o en su defecto Póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual
 - Copia Revisión Tecno mecánica
 - Copia de la Cédula del Conductor
 - Copia de Licencia de Conducción del Conductor
 - Carta Pantalla de Internet de la Licencia de Conducción del Conductor. Validez 30 días.
 - Copia del último pago de parafiscales del conductor
6. Alimentar en el sistema los cumplidos para la generación del cobro.
 7. Enviar soportes documentales a la oficina del contador para la realización de los cobros correspondientes.
 8. Atender las comunicaciones de Clientes y la Oficinas a través del teléfono e Internet.
 9. Asegurarse que los documentos de los Clientes y de los despachos se encuentren en un archivo ordenado en la oficina.
 10. No realizar despachos a Clientes no autorizados por la Empresa.
 11. Realizar los pagos a los proveedores para el mantenimiento de la Oficina y costos del transporte.

CARGO: Conductor

TIPO DE CONTRATO: Laboral

DEDICACION: Tiempo Completo

JEFE INMEDIATO: Despachador

NOMBRADO POR: Gerente

PERIODO: Un año

REQUISITOS

FORMACION-ENTRENAMIENTO: Bachiller

EXPERIENCIA: No requiere

HABILIDADES: Permiso de Conducción para Camión

RESPONSABILIDADES

1. Conducir el camión de acuerdo con los viajes solicitados por el Despachador. No utilizar el vehículo para asignaciones diferentes a las indicadas por el Despachador como representante de la Empresa
2. Lavado del Vehículo
3. Mantenimiento básico.
4. Asegurarse de la buena presentación física y mecánica del vehículo.
5. Respetar la normatividad de tránsito vigente. Atender los requerimientos de las autoridades competentes.
6. Asegurarse de mantener actualizados y vigentes los documentos de operación del vehículo.
7. Informar acerca de los mantenimientos requeridos por el vehículo.

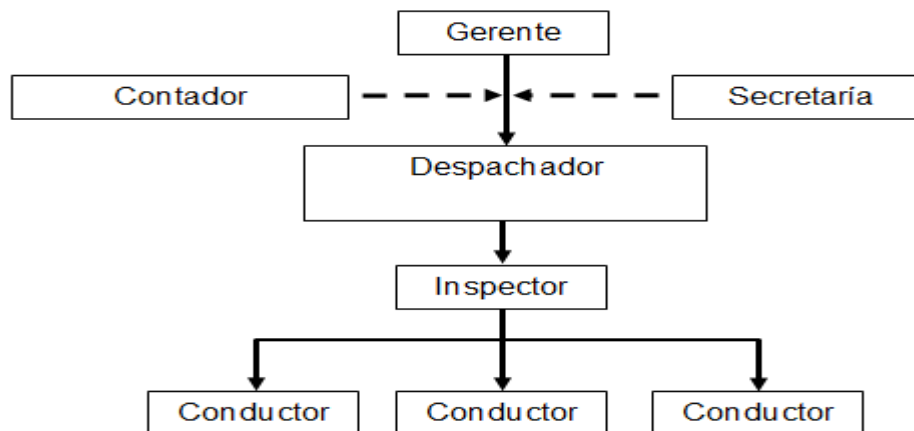


Ilustración 19. Organigrama.

Estrategia organizacional: Para implementar una estrategia competitiva, se debe tener en cuenta los entornos de la empresa tanto interno como externo, esto con el fin de definir aspectos que contribuyan al desarrollo de un plan estratégico eficiente, logrando el éxito de la organización.

Para lograr este propósito, se define una matriz DOFA, en la cual se identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización con su respectiva estrategia, las cuales se tienen como punto de referencia para la toma de decisiones dentro del proceso administrativo, logrando aprovechar los aspectos externos convirtiéndolos como fuente de información y una valiosa herramienta para controlar el ambiente interno.

Dentro de la empresa se debe minimizar las debilidades a nivel interno para aprovechar las oportunidades que se presenten en el ambiente externo (cuadrante DO); se debe maximizar o aprovechar las fortalezas que tiene a nivel interno para beneficiarse con las oportunidades que se encuentran a nivel externo (cuadrante FO); en caso de que la empresa presente muchas debilidades, la amenaza será mayor, las estrategias a utilizar se deben enfocar a solventar las necesidades y enfrentar las amenazas (cuadrante DA); por último se debe maximizar las fortalezas para contrarrestar las amenazas, creando un ambiente óptimo (cuadrante FA).

Matriz De Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA)

Tabla 9 DOFA

DOFA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	1 TALENTO HUMANO	1 CARENCIA PUBLICIDAD
	2 CONVENIOS EMPRESARIALES	2 SERVICIO
	3 COBERTURA	3 RESPONSABILIDAD SOCIAL
	4 BUENA ACOGIDA	4 ORGANIZACIÓN
	5 RELACIONES SOCIALES	5 VEHICULOS
	6 TRAYECTORIA	6 MERCADEO
	7 PUNTUALIDAD	7 TRAYECTORIA
	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
		Organización
OPORTUNIDADES (O)	1 TICS	
	2 AMBITO SOCIAL, CULTURAL, POLITICO Y EMPRESARIAL	Generación de estrategias basadas y logística.
	3 EXIGENCIAS TRIBUTARIAS	administrativa, contable y logística.
	4 UBICACIÓN GEOGRAFICA	en desarrollo de un programa publicitarios que permita ganar la confianza de las

	5	NUEVOS MERCADOS	agregaciones regionales	
	6	MODELOS ADMINISTRATIVOS ACTILIZADOS		
	7	MANO DE OBRA CALIFICADA		
AMMENAZAS (A)			USO DE FORTALEZAS PARA APROVECHAR OPORTUNIDADES	USO DE DEBILIDADES APROVECHANDO OPORTUNIDADES
	1	DESACELERACION ECONOMICA	Fortalecer la imagen empresa a partir de un buen nombre y precios acordes a la ley.	Formulación de un plan estratégico de mercadeo.
	2	COMPETENCIA NACIONAL		
	3	ASPECTOS DEMOGRAFICOS		
	4	SEGURIDAD VIAL		
	5	ASPECTOS AMBIENTALES		
			USO DE FORTALEZAS PARA EVITAR AMENAZAS	REDUCIR A UN MÍNIMO LAS DEBILIDADES Y EVITAR LAS AMENAZAS.

(Fuente propia)

Entre las fortalezas que presenta la futura competencia están:

- Talento Humano

- Convenios Empresariales
- Cobertura
- Buena Acogida
- Relaciones Sociales
- Trayectoria
- Puntualidad

Las debilidades de mayor impacto en la competencia son:

- Carencia Publicidad
- Servicio
- Responsabilidad Social
- Organización
- Vehículos
- Mercadeo
- Trayectoria

Las oportunidades que presenta el medio para la futura organización son:

- Ámbito social, cultural, político y empresarial
- Exigencias tributarias
- Ubicación geográfica
- Nuevos mercados
- Modelos administrativos actualizados
- Mano de obra calificada

Finalmente, las amenazas que presenta el medio con respecto a la actividad planteada en este plan de negocios, son:

- Desaceleración económica
- Competencia nacional
- Aspectos demográficos
- Seguridad vial

- Aspectos ambientales

En cuanto a las estrategias que se esperan desarrollar en el marco de esta investigación se encuentran las siguientes:

- Generación de estrategias basadas en desarrollo de un programa publicitario que permita ganar la confianza de las agremiaciones regionales.
- Organización administrativa, contable y logística.
- Fortalecer la imagen a partir de un buen nombre y precios acordes a la ley.
- Formulación de un plan estratégico de mercadeo.

4.3. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico conforma la tercera parte de nuestro proyecto en el que se busca describir los requerimientos técnicos necesarios para el montaje de una empresa de servicio de transporte mixto CAMPEROS en el Municipio de Silvia – Cauca.

TAMAÑO

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de transporte de personas desde los sectores identificados en el Municipio de Silvia – Cauca, durante el primer año de operaciones.

Para el presente caso el cálculo de capacidad de transporte se desarrolla en función de la oferta y demanda actual y sus respectivas proyecciones. Teniendo que la demanda de transporte es de 6.474.960 servicios al año y su oferta es de 2.590.035 servicios al año, se concluye que la demanda insatisfecha para este sector es de 3.884.925 servicios al año.

De acuerdo a esta información se espera que la empresa, cumpla con una comercialización real del 10% de esta demanda insatisfecha, para el primer año de operación, equivalente 388.493 servicios al año. Este porcentaje se expresa de tal

manera gracias al estudio de mercado realizado previamente y a las necesidades de inversión que serán expuestas en el estudio financiero de este estudio de factibilidad, este es uno de los puntos más importantes al momento de crear la empresa, ya que la inversión del proyecto puede ser afectada por la capacidad de comercialización. El porcentaje debe permitir cubrir una demanda real, aterrizada con el comportamiento futuro del mercado, las expectativas del consumidor y las características del producto.

Tabla 10 Tamaño del Proyecto

PRODUCTO	DEMANDA INSATISFECHA (Serv/año)	COMERCIALIZACION REAL 10%	DÍA	MES
TRANSPORTE MIXTO	3.884.925	388.493	1.349	32.374

(Fuente propia)

La base para determinar este porcentaje se expresa en las necesidades operacionales de la futura empresa dada la demanda del servicio en el mercado regional que permite establecer un margen relativamente alto de operaciones, ya que la demanda es quizá el factor condicionante más importante, aunque no necesariamente deberá definirse en función de un crecimiento esperado del mercado, ya que el nivel óptimo de operación no siempre será el que maximice las ventas.

En resumen, para determinar el tamaño es muy importante especificar si con este porcentaje se logrará el costo mínimo. Este ocurre cuando no existen dificultades para elegirlo, pudiéndose evaluar a distintas escalas de comercialización los diferentes costos.

Distribución de la planta: La empresa de transporte mixto CAMPEROS, estará ubicada en el sector central del Municipio de Silvia Cauca, con un área de distribución en planta de 10 metros de frente, x 100 metros de fondo, que equivale a 31,08 m². Se distribuirá de la siguiente manera:

Área Total y Condiciones del Terreno El área total del terreno será de 1000 m² de los cuales se construirá 246 m² el resto está destinado para parqueaderos y zonas verdes en los primeros años de funcionamiento luego se destinará para ampliación si las circunstancias así lo ameritan. El terreno posee una ligera inclinación para acceder a que las aguas lluvias corran en temporada de invierno, sin embargo esta inclinación debe permitir el libre tránsito de vehículos y personas. El suelo es firme y debe ser alejado de zonas de riesgo de deslizamiento y riesgos volcánicos.

Área Administrativa Comprende dos oficinas y un baño, con un área total de 31,08 m². Distribuido de la siguiente manera: una oficina de 370m * 4.40m = 16.28 m² para la dirección o gerencia. Una oficina de 370m * 4.00m = 14.80 m² donde se ubicará la secretaria y el contador en los días en que visite la planta. Todas las áreas antes mencionadas son de forma rectangular.

Área de Recepción y Despacho Se pretende destinar esta área para recibir y hacer la primera inspección en esta área se cargará el vehículo o los vehículos, tiene un sistema de rampa para facilitar los procesos y evitar que ingrese el vehículo a la planta interrumpiendo así la entrada de un foco de contaminación. Posee un área total de 25.20 m² distribuidos así, área de recepción de 3.00 por 4.40 m² un total de 3.20 m² y un área de despacho de 4.00*3.00 = 12 m²

Área de Producción Es el área en la cual se desarrollan todos los procesos internos, está ocupada por la maquinaria, equipos y herramientas, cabe resaltar que aunque no se divide por muros existe una sub. Área sucia y una sub. Área limpia, es de forma rectangular que tiene 5.00m *6.80m para un total de 34 m²

Área de Almacenamiento Parte de esta área esta junto con el área de recepción y despacho, se refiere al sitio donde se ubicarán las canastillas con los productos. El área es de forma cuadriculada, no está separada del área de recepción y despacho con muros tiene un área de 35.8m².

Área de Insumos Esta área se destinará al almacenamiento de insumos que se necesiten, es de forma rectangular y tiene el área total de 17.28

Área de Mantenimiento y Herramientas Se tiene un sitio destinado a salvaguardar herramientas, repuestos de los equipos y planta en general. Es de forma rectangular 8m *2.5m, tiene un área de 20m²

Área de Servicios. Constituye el área destinada para las bacterias sanitarias y los vestiers tiene un área de 50.94 m² y es de forma rectangular especificados así. Baños de mujeres 11.04 m² y baños de hombres 8.4 m² vestiers de 7.50 *4.20 m² para un total de 31 m²

Áreas Comunes. Se refiere a sitios destinados para pasillo, parqueaderos y zonas verdes, las cuales deben servir como soporte para la construcción o ampliación de la empresa cuando las circunstancias lo ameriten. La forma es irregular y tiene un área en los pasillos de 4.00 2.50 = 10 m² Hall de 24.55 m² (5.704.30) patio maniobras de 186 m²

Área de Información. Constituye un área de 4.60m

Consideraciones sobre el Diseño

Paredes: estarán normalmente fabricadas o construidas en bloques de ladrillo, con cubierta de cemento, en el área de mantenimiento debe existir azulejo en la parte inferior de la pared hasta la altura de 1m para permitir el lavado de esta área. Paredes lisas de colores claros

Pisos: el área de procesos poseerá pisos antideslizantes e impermeables con una pendiente del 2% para permitir el desagüe y una rejilla en aleación de hierro con recubrimiento antioxidante que permita la evacuación del agua de lavado.

Techos: a una altura suficiente para la normal distribución de los equipos para una buena circulación del aire además son tipo cierra con sus respectivas claraboyas (6 en total) que permiten la buena iluminación.

Tuberías: utilizadas en el transporte de agua de proceso y de limpieza, de aguas, así como en el recubrimiento de cables eléctricos. Serán tuberías en pvc en ambos casos.

Ventanas: es muy importante la iluminación para el excelente desarrollo de las labores por lo tanto casi todas las áreas poseen ventanas para permitir dicha iluminación.

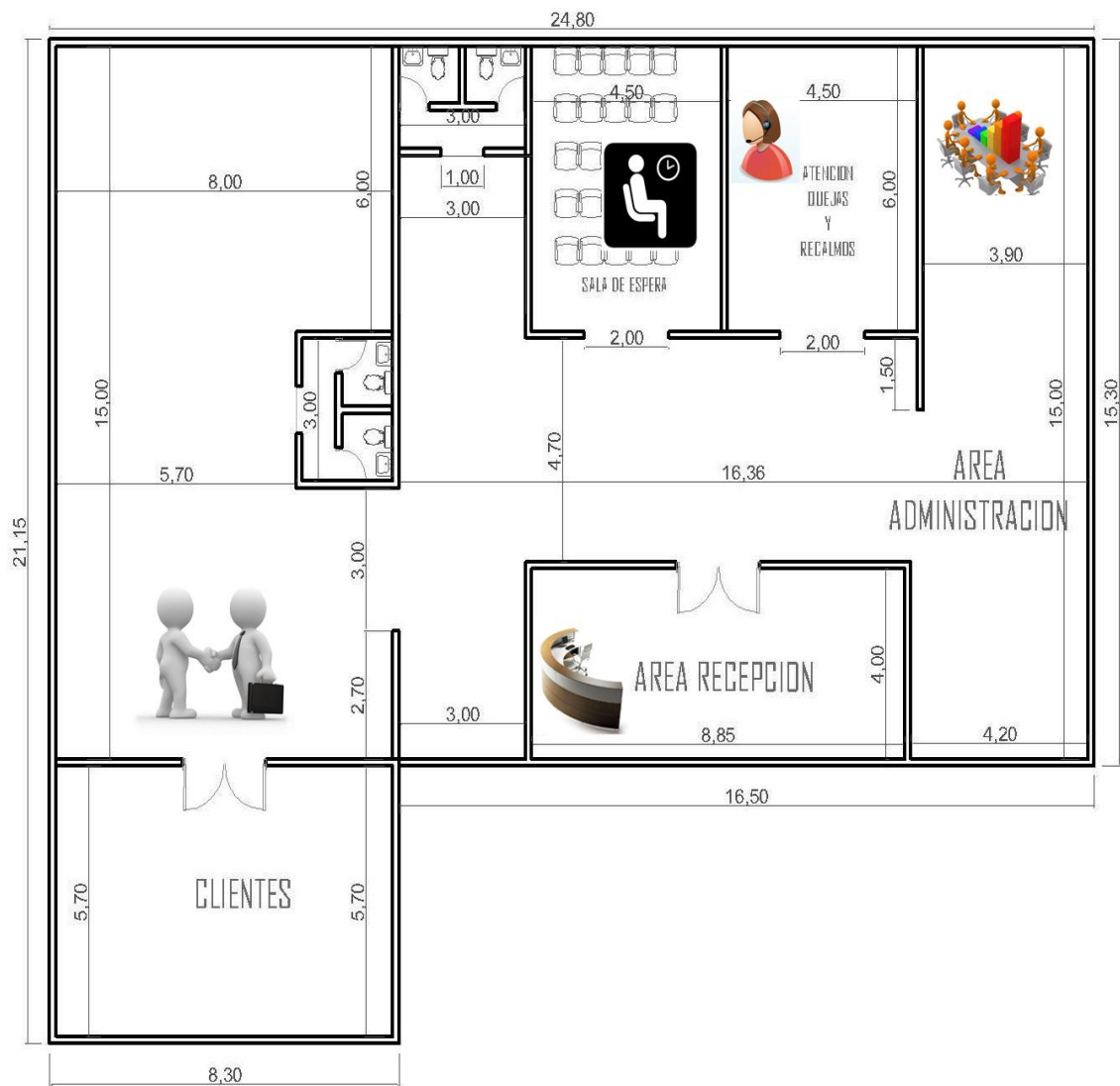


Ilustración 20. Distribución de planta.

Tabla 11 Implementos de Oficina y Papelería

DESCRIPCION	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Lapiceros	60	500	30.000
Resma hoja carta	6	6.500	39.000
Regla	4	800	3.200
Resaltadores	40	800	32.000
Tablero acrílico	1	40.000	40.000
Marcador borrable	2	3.000	6.000
Borrador tablero acrílico	1	2.000	2.000
Caja de grapas	32	2.000	64.000
Cosedora para escritorio	8	15.000	120.000
Az	8	5.000	40.000
Perforadora	4	15.500	62.000
Tijeras	4	800	3.200
Folder oficio	300	120	36.000
Pegante	12	1.500	18.000
Talonario facturas de venta	100	400	40.000
Orden de pedido	1000	10	10.000
TOTAL			545.400

(Fuente propia)

Tabla 12 Equipos de Oficina

DESCRIPCION	CAN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Computador de Escritorio	2	719.000	1.438.000
Teléfono de Oficina	1	19.900	19.900
Teléfono Fax	1	149.990	149.990
Impresora Multifuncional	1	189.990	189.990
TOTAL			1.797.880

(Fuente propia)

Tabla 13 Otros Elementos

Otros			
DESCRIPCION	CAN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Gorros desechables	300	80	24.000

Guantes desechables	300	150	45.000
Tapabocas desechables	300	100	30.000
Tapones de oídos	4	3.000	12.000
Gafas de protección	4	5.000	20.000
Guantes de caucho	8	2.000	16.000
Cepillo baño	2	1.500	3.000
Bomba sanitario	2	2.600	5.200
Cepillo lava piso	2	3.500	7.000
Escoba	6	3.000	18.000
Recogedor	3	5.000	15.000
Trapero	6	7.000	42.000
Detergente en polvo (3kg)	12	7.000	84.000
Limpido (3 l)	6	6.200	37.200
Valde	3	8.000	24.000
Bolsas para basura	240	200	48.000
Isodine	2	6.500	13.000
Alcohol	2	2.000	4.000
Dolex(20)	2	4.500	9.000
Agua oxigenada	4	1.200	4.800
Algodón	4	1.600	6.400
Aspirinas(20 UND)	4	3.200	12.800
Gasa	2	1.500	3.000
TOTAL			483.400

(Fuente propia)

Tabla 14 Obras Físicas

DESCRIPCION	CAN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
OBRAS FISICAS			
Arrendo	12	1.000.000	12.000.000
oficinas (Adecuaciones)	1	500.000	500.000
instalaciones eléctricas (Adecuaciones)	1	1.200.000	1.200.000
instalaciones hidráulicas (Adecuaciones)	1	500.000	500.000

TOTAL	14.200.000
--------------	-------------------

(Fuente propia)

Tabla 15 Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
DESCRIPCION	CAN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Gato estibador	2	400.000	800.000
Basculas de base	2	800.000	1.600.000
Mangueras de lavado	4	100.000	400.000
Carretas metálicas	5	150.000	750.000
Canastillas plásticas	500	15.000	7.500.000
Estibas plásticas	34	180.000	6.120.000
TOTAL			17.170.000

(Fuente propia)

Tabla 16 Muebles y encerres

DESCRIPCION	CAN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Escritorio	4	259.000	1.036.000
Silla Ejecutiva Ergonómica	8	135.000	1.080.000
Silla de Espera	10	35.000	350.000
Archivador	2	170.000	340.000
TOTAL			2.806.000

(Fuente propia)

Tabla 17 Equipo de Transporte

EQUIPO DE TRANSPORTE	
DESCRIPCION	VALOR TOTAL
6 Vehículos CAMPEROS	\$ 320.000.000

(Fuente propia)

Tabla 18 Constitución Legal

DESCRIPCION	VALOR
Registro cámara de comercio	\$ 1.544.000
Registro Mercantil	\$ 20.000

Industria y Comercio	\$	200.000
Apertura de Cuenta	\$	100.000
Formularios Cámara de Comercio	\$	8.000
Total	\$	1.872.000

(Fuente propia)

Tabla 20 Gastos de Ventas

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	V/UNITARIO	V/TOTAL
VOLANTES	10.000	HOJAS	75	750.000
CUÑA RADIAL	180	CUÑAS/MES	2.600	468.000
AVISO PERIODICO	1	MES	175.000	175.000
TRANSPORTE VISITAS	300	BUS	1.100	330.000
CARNET IDENTIFICACIÓN	4	NA	10.000	40.000
TRAJES DE TRABAJO	8	NA	65.000	520.000
IMAGEN LOCATIVA	1	VARIOS	2.000.000	2.000.000
LETRERO	1	NA	500.000	500.000
ADECUACIONES	1	VARIOS	3.000.000	3.000.000
		IMPREVISTOS 5%		389.150
		TOTAL		8.172.150

(Fuente propia)

4.4. Estudio Ambiental

Teniendo en cuenta la matriz de evaluación ambiental, visualizada en la tabla 21 la empresa se encargara de realizar las estrategias que sirvan para mitigar todos los impactos negativos que genere el desarrollo de la empresa tanto en el entorno social, ambiental y cultural.

Tabla 19 Evaluación ambiental

Viabilidad Medio Ambiente del proyecto														
Informe Ambiental														
1. Fase de Construcion y Opercion Transporte Mixto Camperos														
Transporte de pasajeros y carga	variables			Actividades										
				Requerimiento de mano de obra	Distribucion de la planta	Compra de materiales	Adecuacion de oficinas	compra de maquinaria y equipos	Instalacion de maquinaria y equipos	compra de vehiculos camperos	Afiliacion y registro de los mismos según requerimientos de la ley	Transporte de carga y movilizacion de pasajeros	Mantenimiento de vehiculos	
Aspectos Ambientales	Medio fisico		Incremento del ruido	-		N/A		N/A	-		N/A	-	-	
		Aire	Contaminacion del aire	-		N/A	-	+			N/A	-	-	
		Agua	Incremento en el uso del recurso	-		+			-	N/A	N/A	-	-	
		Fauna	Desplazamineto de especies				-	N/A			N/A	N/A	N/A	
		Suelo	Generacion de residuos	-		-	-		-		N/A	-	-	
	Medio socio Economico Cultural	Demografia	Migracion	+		N/A	N/A					+		
		Infraestructura	Incremento de residuos	-		-		+	-			-	-	
		Medio socio Cultural	Poblacion	Integracion social	+	+		+		+	+	+	+	+
				Fuente de empleo	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
		Economico		Incremento de servicios	+		+		-	+	+		+	+
	Oportunidades de ingresos		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
	Actividad economica		+	+	+		+	+	+	+	+	+		

(Fuente propia)

Impacto ambiental

Variable afectada: Aire-incremento del ruido

Descripción del impacto: En el transporte mixto el incremento del ruido es ocasionado por los vehículos que cubren las rutas diarias, dentro del ruido originado por los vehículos automotores hay una superposición, de tres tipos de ruido diferenciados, tales como: el

ruido de propulsión (el motor, la transmisión y el sistema de escape asociado), el ruido de rodadura entre las cubiertas y la calzada, y el ruido aerodinámico.

Estrategia de mitigación: para evitar el incremento del ruido puede ser reducido evitando empedrados irregulares, baches, carreteras en mal estado. Utilizar pavimentos más porosos permite reducir la emisión secundaria causada por las reflexiones del sonido en la carreteras. Utilizar superficies irregulares, mantenimiento y revisión de los vehículos que nos ayuden a minimizar el riesgo y nos brinde garantías para el buen funcionamiento de los mismos, esto puede ayudar a desviar las reflexiones del sonido unos 2 o 3 Db.

Variable afectada: Aire- Contaminación del aire.

Descripción del impacto: debido al constante movimiento de los vehículos, estos generan monóxido de carbono es un gas inodoro e incoloro que puede causar varios problemas de salud sobre todo cuando se genera en niveles elevados, Se produce por la combustión incompleta de sustancias como el gas, gasoil, keroseno, carbón, y por el motor encendido de los vehículos detenidos.

Estrategia de mitigación: En un principio y sabiendo que los vehículos camperos trabajan a gasolina y ACPM, a medida que la empresa esté en funcionamiento se van realizando cambios, para que estos trabajen con gas natural, es un energético ecológico que además es más económico que la gasolina. Viable para mejorar la calidad del aire, además que no afecta en nada al rendimiento del vehículo.

Variable afectada: Agua- incremento en el uso del recurso

Descripción del impacto: En la empresa se incrementa el uso del recurso causando un impacto como la generación de aguas residuales, generando contaminación, estas

pueden salir de procesos como son lavado de los vehículos y lavados de las instalaciones.

Estrategia de mitigación: se implementará un programa para el manejo de aguas residuales mitigando el impacto que estas generan.

Variable afectada: fauna- desplazamiento de especies.

Descripción del impacto: El desplazamiento de especies debido a que se realizarán actividades en las cuales es necesario la remoción de cobertura vegetal, para tener las vías limpias y la construcción de la planta en donde quedarán las oficinas y el parqueadero de la empresa, generando estos residuos sobre el suelo.

Estrategia de mitigación: se implementará un programa para el manejo de residuos sólidos, también mantener las instalaciones de la empresa limpia, ordenada y marcadas disminuyendo la proliferación de vectores.

Variable afectada: suelo- generación de residuos.

Descripción del impacto: la adecuación del parqueadero y las oficinas, mantenimiento de las carreteras, genera escombros los cuales alteran significativamente el suelo, cambiando su uso y cobertura vegetal.

Estrategia de mitigación: realizar capacitación a los empleados directos e indirectos, para que realicen una correcta clasificación y especificación de los residuos generados, de acuerdo al tipo de residuo, ubicándolos en los recipientes adecuados, marcando cada recipiente para su identificación y mejor manejo de los mismos.

Evaluación socioeconómica: El proyecto en su desarrollo espera generar un impacto positivo en el entorno social y económico de la región, por cuanto se crearán

cerca de 8 empleos directos y 40 indirectos. Las personas que hagan parte del área técnica, contarán con todas sus prestaciones, así como todos los beneficios de ley.

Una responsabilidad fundamental de los estrategas consistirá en encargarse de desarrollar un sistema eficaz de seguimiento y evaluación. Esto incluye utilizar la tecnología de la información para elaborar un sistema de auditoría externa que permita entender las tendencias, necesidades y los conocimientos clave necesarios para el éxito del sector.

La planificación puede producir impactos positivos en el desempeño organizacional, este aspecto permitirá que la organización identifique y aproveche las oportunidades externas y que minimice las consecuencias de las amenazas externas. También incluye elaborar una misión, pronosticar las tendencias y los hechos futuros, establecer objetivos y elegir las estrategias que se seguirán.

Tabla 20 Legislación vigente sobre el medio ambiente

Nombre de la norma	Aspectos que regula aplicables al proyecto
Decreto 948 de 1995	Por el cual se Reglamenta la Protección y Control de Calidad del Aire, de alcance general y aplicable en todo el territorio nacional, mediante el cual se establecen las normas y principios generales para la protección atmosférica, los mecanismos de prevención, control y atención de episodios por contaminación del aire generada por fuentes contaminantes fijas y móviles,
Ley 40 de 2008	Mediante el cual se adoptan medidas para controlar, vigilar y reducir todo tipo de contaminación acústica en el territorio colombiano, otorgados por la operación constante de los vehículos en sus rutas,

Ley 2811 de 1974	Por lo cual se establecen los sistemas de recolección selectiva y gestión ambiental de las llantas y se dictan otras disposiciones, con el fin de proteger la diversidad e integridad del medio ambiente
ley 165 de 1994	Regula la biodiversidad de las formas de vida de poblaciones, especies, ecosistemas y paisajes, donde se implementara el proyecto en el municipio de Silvia y los cambios que se puedan presentar, una vez se inicie las actividades
Ley 373 de 1997	Por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua, teniendo en cuenta que se tendrá un consumo elevado del recurso para el lavado de los vehículos camperos

4.5. Estudio Financiero

4.5.1 Inversión Inicial

El actual estudio permite conocer el estado financiero de forma cuantitativa y expresa nuevas formas de operaciones futuras desarrolladas dentro de este trabajo. En la tabla 23 se expresa la inversión inicial para la creación y desarrollo de la empresa.

Tabla 21 Inversión inicial

COSTO	TOTAL	TASA DE DISTRIBUCION N%	COSTO FIJO					COSTO VARIABLE				
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
			Costo									
Mano de Obra Directa	72.341.47	100						72.3	88.	77.	88.	96.
Materiales Directos	8.176	100					8.17	8.5	9.0	9.4	9.9	
							6	85	14	65	38	

Materiales	109.941.	100						109.	213	221	229	238
Indirectos	858							941.858	.665.493	.635.215	.902.209	.477.561
Depreciación	65.440.4	100	65.	65.	65.	64.	64.					
Sub-	93		440.493	440.493	440.493	841.200	841.200					
Total	247.731.		65.	65.	65.	64.	64.	182.	302	299	318	334
	974		440.493	440.493	440.493	841.200	841.200	291.480	.268.653	.181.916	.669.932	.595.887
Gasto de Administración												
Mano de Obra	30.600.0	100	30.	32.	33.	35.	37.					
Indirecta	00		600.000	130.000	736.500	423.325	194.491					
Amortización de diferidos	2.938.00	100	2.9	2.9	2.9	2.4	2.4					
Otros gastos	0		38.000	38.000	38.000	38.000	38.000					
Sub-	483.400	100	483	501	520	539	559					
Total	34.021.4		400.000	469.001	498.520	513.329	537.559	0	0	0	0	0
	00		021.400	569.431	194.634	400.860	192.151					
Gastos de ventas												
CONC												
EPTO												
VOLA	750.000		750.00	777	806	837	868					
NTES			0	.975	.993	.094	.318					
CUÑA	468.000		468.000	485	503	522	541					
RADIAL			0	.456	.564	.347	.830					
AVISO	175.000		175.00	181	188	195	202					
PERIODICO			0	.528	.298	.322	.608					
0	0		0	0	0	0	0					
TRAN	330.000		330.00	342	355	368	382					
SPORTE			0	.309	.077	.322	.060					
VISITAS												
CARN	40.000		40.000	41.	43.	44.	46.					
ET				492	040	645	310					
IDENIFICACION												
TRAJE	520.000		520.00	539	559	580	602					
S DE			0	.396	.515	.385	.034					
TRABAJO												
IMAGE	2.000.00		2.000.	2.0	2.1	2.2	2.3					
N LOCATIVA	0		000	74.600	51.983	32.252	15.515					
LETRE	500.000		500.00	518	537	558	578					
RO			0	.650	.996	.063	.879					
Sub-	5.172.15		5.172.	4.9	5.1	5.3	5.5	0	0	0	0	0
Total	0		150	61.406	46.466	38.430	37.553					
TOTAL	286.925.		104.63	105	107	108	110	182.	302	299	318	334
ES	524		4.043	.971.330	.781.594	.580.490	.570.904	291.480	.268.653	.181.916	.669.932	.595.887

(Fuente propia)

Tabla 22 Parque automotor

EQUIPO DE TRANSPORTE	
DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Vehículos camperos No 6	\$ 320.000.000

(Fuente propia)

El Parque automotor reflejado en la tabla 24 nos muestra el valor de 6 camperos por un total de \$ 320.000.000, dinero que se adquiere mediante el préstamo que realizamos con la Cooperativa Financiera Confiar.

4.5.2. Ventas

Tabla 23 Ventas

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TRANSPORTE MIXTO	776.985.000	897.417.675	1.036.517.415	1.197.177.614	1.382.740.144

(Fuente propia)

Las Ventas reflejadas en la tabla 25 nos muestran que año a año se ha ido incrementando las ventas en un 15.5%.

4.5.3. Gastos

Gastos de personal

Tabla 24 Mano de obra directa

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA DEL NEGOCIO					
ÍTEMS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Salario Básico	46.874.520	49.218.246	51.679.158	54.263.116	56.976.272
Prima (8.33%)	3.904.648	3.579.260	3.253.873	6.833.133	10.087.006
Vacaciones (4.17%)	1.954.667	4.374.846	4.593.588	4.520.118	4.746.123
Cesantías (8.33%)	3.904.648	1.640.608	1.722.639	2.262.772	2.375.911
Intereses sobre Cesantías (1%)	468.745	4.374.846	4.593.588	4.823.268	5.064.431

Caja Comp. (4%)	1.874. 981	43.748	45.936	48.233	50.644
ICBF (3%)	1.406. 236	2.695.2 85	468.745	2.170.5 25	2.279.0 51
SENA (2%)	937.49 0	1.796.8 57	351.559	1.627.8 93	1.709.2 88
Pensiones (12%)	5.624. 942	10.781. 140	234.373	1.085.2 62	1.139.5 25
Salud (8.5%)	3.984. 334	5.906.1 90	6.201.4 99	6.511.5 74	6.837.1 53
Riesgo Profesional (3%)	1.406. 236	4.183.5 51	4.392.7 28	4.612.3 65	4.842.9 83
Total Mano de Obra Mensual	72.341 .447	88.594. 576	77.537. 686	88.758. 258	96.108. 388

(Fuente propia)

La tabla 26 nos permite conocer los gastos de personal directo por año.

Tabla 25 Instalaciones

DESCRIPCION	CA N	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
OBRAS FISICAS			
Arrendo oficinas (Adecuaciones)	12	1.000.000	12.000.000
instalaciones (Adecuaciones)	1	500.000	500.000
instalaciones (Adecuaciones)	1	1.200.000	1.200.000
instalaciones (Adecuaciones)	1	500.000	500.000
TOTAL			14.200.000

(Fuente propia)

La tabla 27 nos permite conocer el valor anual de las instalaciones por un costo de \$ 14.200.000.

Tabla 26 Otros

Otros			
DESCRIPCION	CAN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Gorros desechables	300	80	24.000
Guantes desechables	300	150	45.000
Tapabocas desechables	300	100	30.000
Tapones de oídos	4	3.000	12.000
Gafas de protección	4	5.000	20.000
Guantes de caucho	8	2.000	16.000
Cepillo baño	2	1.500	3.000
Bomba sanitario	2	2.600	5.200
Cepillo lava piso	2	3.500	7.000
Escoba	6	3.000	18.000
Recogedor	3	5.000	15.000
Trapero	6	7.000	42.000
Detergente en polvo (3kg)	12	7.000	84.000
Límpido (3 l)	6	6.200	37.200
Balde	3	8.000	24.000
Bolsas para basura	240	200	48.000
Isodine	2	6.500	13.000
Alcohol	2	2.000	4.000
Dolex	2	4.500	9.000
Agua oxigenada	4	1.200	4.800
Algodón	4	1.600	6.400
Aspirinas(20 UND)	4	3.200	12.800
Gasa	2	1.500	3.000
TOTAL			483.400

(Fuente propia)

En la tabla 28 se nos muestra otros gastos por valor de \$ 483.400 en los que se invierte para el buen funcionamiento de las instalaciones.

4.5.4. Proyección de los estados financiero

4.5.4.1 Flujo de caja

Tabla 27 Flujo de caja

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO					
ÍTEMS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
SALDO					
INICIAL					
INGRESO					
S					
Ventas de	621.588.	717.934.	829.213.	957.742.0	1.106.192
Contado	000	140	932	91	.115
(80%)					
Ventas a	155.397.	155.397.	155.397.	155.397.0	155.397.0
Crédito (20%)	000	000	000	00	00
Otros	776.985.	873.331.	984.610.	1.113.139	1.261.589
Ingresos	000	140	932	.091	.115
TOTAL	776.985.	873.331.	984.610.	1.113.139	1.261.589
DISPONIBLE	000	140	932	.091	.115
MAQUINA					
RIA Y					
EQUIPO					
Gato	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Basculas	1.600.00	1.600.00	1.600.00	1.600.000	1.600.000
de base	0	0	0		
Mangueras	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
de lavado					

MUEBLES					
Y ENCERES					
Escritorio	1.036.00	1.036.00	1.036.00	1.036.000	1.036.000
	0	0	0		
Silla	1.080.00	1.080.00	1.080.00	1.080.000	1.080.000
Ejecutiva	0	0	0		
Ergonómica					
Silla de	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Espera					
Archivador	340.000	340.000	340.000	340.000	340.000
EQUIPOS					
DE OFICINA					
Computador de	1.438.00	1.438.00	1.438.00	1.438.000	1.438.000
Escritorio	0	0	0		
Teléfono	19.900	19.900	19.900	19.900	19.900
de Oficina					
Teléfono	149.990	149.990	149.990	149.990	149.990
Fax					
Impresora	189.990	189.990	189.990	189.990	189.990
Multifuncional					
EQUIPOS					
DE					
TRANSPORTE					
E					
Vehículos	320.000.	320.000.	320.000.	320.000.0	320.000.0
camperos No	000	000	000	00	00
6					
NORMAS					
Y PATENTES					

Registro	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.000	1.500.000
	0	0	0		
Registro	3.360.00	0	0	0	0
cámara de	0				
comercio					
Estudio de	400.000	0	0	0	0
factibilidad					
Subtotal	12.190.0	0	0	0	0
	00				
Arrendami	12.000.0	12.600.0	13.230.0	13.891.50	14.586.07
entos	00	00	00	0	5
Servicios	8.040.00	8.442.00	8.864.10	9.307.305	9.772.670
	0	0	0		
Publicidad	8.172.15	8.172.15	8.172.15	8.172.150	8.172.150
y promoción	0	0	0		
Sueldos	46.874.5	49.218.2	51.679.1	54.263.11	56.976.27
	20	46	58	6	2
Prestación	30.600.0	32.130.0	33.736.5	35.423.32	37.194.49
de servicios	00	00	00	5	1
Gastos	72.341.4	75.958.5	79.756.4	83.744.26	87.931.48
administrativo	47	19	45	7	1
s					
Gastos de	8.172.15	8.580.75	9.009.79	9.460.285	9.933.299
ventas	0	8	5		
Prestacion	85.935.0	109.118.	99.087.6	111.536.5	120.025.6
es sociales	58	365	64	87	33
Parafiscale	7.968.66	15.273.2	1.054.67	4.883.680	5.127.864
s	8	81	7		
TOTAL	624.957.	319.493.	304.590.	330.682.2	349.719.9
EGRESOS	873	318	490	16	36

SALDO	152.027.	553.837.	680.020.	782.456.8	911.869.1
EFFECTIVO	127	822	442	75	80
DEL					
PERIODO					

(Fuente propia)

En la tabla 29 en el flujo de caja podemos evidenciar que dentro del 1 año de inversión, el saldo a favor fue de \$152.027.127, debido a que se invirtió en maquinaria y equipo, muebles y enceres, equipos de oficina, equipos de transporte, registros. Para los años siguientes se incrementa debido a que no tenemos gastos de inversión.

4.5.4.2 Estado de resultados.

Tabla 28 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
ÍTEM	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	776.985.	897.417.	1.036.51	1.197.17	1.382.740.
brutas	000	675	7.415	7.614	144
	COSTO DE VENTAS				
+ Compras	8.176	8.585	9.014	9.465	9.938
de Materias					
Primas					
+ Mano de	72.341.4	88.594.5	77.537.6	88.758.2	96.108.38
Obra Directa	47	76	86	58	8
+ Costos	174.898.	213.665.	221.635.	229.902.	238.477.5
Indirectos de	951	493	215	209	61
Fabricación					

TOTAL	247.248.	302.268.	299.181.	318.669.	334.595.8
COSTO DE VENTAS	574	653	916	932	87
UTILIDAD BRUTA	529.736.	595.149.	737.335.	878.507.	1.048.144.
	426	022	499	682	257
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS O GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de administración	30.600.00	31.741.380	32.925.333	34.153.448	35.427.372
Gastos de Ventas	8.172.150	8.580.758	9.009.795	9.460.285	9.933.299
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	38.772.150	8.580.758	9.009.795	9.460.285	9.933.299
UTILIDAD OPERATIVA	490.964.276	586.568.264	728.325.704	869.047.397	1.038.210.958
OTROS INGRESOS Y OTROS EGRESOS					
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0
- Otros Egresos	483.400	507.570	532.949	559.596	587.576
GASTOS FINANCIEROS					
Gastos por Intereses	11.589.065	11.589.065	11.589.065	11.589.065	11.589.065
Otros Gastos financieros		0	0	0	0

UTILIDAD	478.891.	586.568.	728.325.	869.047.	1.038.210.
ANTES DE	811	264	704	397	958
IMPUESTOS					
Menos	158.034.	193.567.	240.347.	286.785.	342.609.6
Impuestos	298	527	482	641	16
33%					
Menos	32.085.7	39.300.0	48.797.8	58.226.1	69.560.13
Reservas 10%	51	74	22	76	4
UTILIDAD	288.771.	353.700.	439.180.	524.035.	626.041.2
NETA DEL	762	663	399	580	08
EJERCICIO					

(Fuente propia)

En la tabla 29 estado de resultados nos encontramos que para el primer año por cada 100 pesos que nos ingresan a la empresa 37 % son utilidad, para el segundo año por cada 100 pesos que nos ingresan a la empresa 39 % son utilidad, para el tercer año por cada 100 pesos que nos ingresan a la empresa 42 % son utilidad, para el cuarto año por cada 100 pesos que nos ingresan a la empresa 44 % son utilidad, para el quinto año por cada 100 pesos que nos ingresan a la empresa 45 % son utilidad, lo cual nos muestra que la empresa está creciendo entre un 2 a 3 % anual.

4.5.4.3. Depreciación

Tabla 29 Depreciación

Activo	Vi da útil estima da	Costo del activo	Valor Depreciación y Amortizaciones					Valor residual
			1	2	3	4	5	
MAQUINA RIA Y EQUIPO								
Gato	10	800.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	400.000
Basculas	10	1.600.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	800.000
de base		00	0	0	0	0	0	
Mangueras de lavado	10	400.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	200.000

subtotal		2.800.0	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	1.400.0
		00	0	0	0	0	0	00
MUEBLES								
Y ENCERES								
Escritorio	5	1.036.0	207.20	207.20	207.20	207.20	207.20	1.036.0
		00	0	0	0	0	0	00
Silla	5	1.080.0	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	1.080.0
Ejecutiva		00	0	0	0	0	0	00
Ergonómica								
Silla de	5	350.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	350.000
Espera								
Archivador	5	340.000	68.000	68.000	68.000	68.000	68.000	340.000
subtotal		2.806.0	561.20	561.20	561.20	561.20	561.20	2.806.0
		00	0	0	0	0	0	00
EQUIPOS								
DE OFICINA								
Computad	3	1.438.0	479.33	479.33	479.33	0	0	1.438.0
or de Escritorio		00	3	3	3			00
Teléfono	3	19.900	6.633	6.633	6.633	0	0	19.900
de Oficina								
Teléfono	3	149.990	49.997	49.997	49.997	0	0	149.990
Fax								
Impresora	3	189.990	63.330	63.330	63.330	0	0	189.990
Multifuncional								
subtotal		1.797.8	599.29	599.29	599.29	0	0	1.797.8
		80	3	3	3			80
EQUIPOS								
DE								
TRANSPORTE								
E								
Vehículos	5	320.000	64.000	64.000	64.000	64.000	64.000	320.000
camperos No 6		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
subtotal		320.000	64.000	64.000	64.000	64.000	64.000	320.000
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TOTAL		327.403	65.440	65.440	65.440	64.841	64.841	326.003
DEPRECIACIONES		.880	.493	.493	.493	.200	.200	.880
ACTIVOS AMORTIZABLES								
NORMAS Y PATENTES								
Registro	3	1.500.0	500.00	500.00	500.00	0	0	1.500.0
sanitario		00	0	0	0			00
subtotal		1.500.0	500.00	500.00	500.00	0	0	1.500.0
		00	0	0	0			00
DIFERIDOS								

Registro	5	3.360.00	672.00	672.00	672.00	672.00	672.00	3.360.00
cámara de comercio			0	0	0	0	0	0
Industria y Comercio	5	960.000	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	960.000
			0	0	0	0	0	0
Industria y Comercio	5	3.120.00	624.00	624.00	624.00	624.00	624.00	3.120.00
			0	0	0	0	0	0
Apertura de Cuenta	5	100.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	100.000
Formulario s Cámara de Comercio	5	600.000	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	600.000
			0	0	0	0	0	0
Mantenimiento	5	1.000.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	1.000.00
			0	0	0	0	0	0
Seguro	5	2.000.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	2.000.00
			0	0	0	0	0	0
Elaboración de diseño de marca	5	300.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	300.000
Estudio de pre factibilidad	5	350.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	350.000
Estudio de factibilidad	5	400.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	400.000
subtotal		12.190.000	2.438.000	2.438.000	2.438.000	2.438.000	2.438.000	12.190.000
TOTAL			2.938.000	2.938.000	2.938.000	2.438.000	2.438.000	13.690.000
AMORTIZACIONES			000	000	000	000	000	000

(Fuente propia)

De acuerdo a la vida útil de los activos, se realiza una depreciación y amortización de estos teniendo en cuenta la proyección de proyecto.

4.5.4.4. Balance General

Tabla 30 Balance general

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
	1	2	3	4	5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
DISPONIBLE					

CAJA	621.588.0	717.934.1	829.213.9	957.742.0	1.106.192
	00	40	32	91	.115
CUENTAS POR COBRAR	155.397.0	155.397.0	155.397.0	155.397.0	155.397.0
	00	00	00	00	00
MATERIA PRIMA E INSUMOS					
TOTAL ACTIVO	776.985.0	873.331.1	984.610.9	1.113.139	1.261.589
CORRIENTE	00	40	32	.091	.115
ACTIVOS NO CORRIENTES					
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	327.403.8	327.403.8	327.403.8	327.403.8	327.403.8
	80	80	80	80	80
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	65.440.49	65.440.49	65.440.49	64.841.20	64.841.20
	3	3	3	0	0
DIFERIDOS	2.438.000	2.438.000	2.438.000	2.438.000	2.438.000
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	259.525.3	264.401.3	264.401.3	265.000.6	265.000.6
	87	87	87	80	80
<u>TOTAL ACTIVOS</u>	1.036.510	1.137.732	1.249.012	1.378.139	1.526.589
	.387	.527	.318	.771	.795
PASIVO					
CUENTAS POR PAGAR	415.652.8	444.731.7	461.034.0	495.878.0	530.988.4
	73	90	97	15	54
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	415.652.8	444.731.7	461.034.0	495.878.0	530.988.4
	73	90	97	15	54
TOTAL PASIVO	415.652.8	444.731.7	461.034.0	495.878.0	530.988.4
	73	90	97	15	54
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	300.000.0	300.000.0	300.000.0	300.000.0	300.000.0
	00	00	00	00	00
RESERVA (10%)	32.085.75	39.300.07	48.797.82	58.226.17	69.560.13
	1	4	2	6	4
EXCEDENTE O (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO	288.771.7	353.700.6	439.180.3	524.035.5	626.041.2
	62	63	99	80	08
TOTAL PATRIMONIO	620.857.5	693.000.7	787.978.2	882.261.7	995.601.3
	14	37	21	56	42
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	1.036.510	1.137.732	1.249.012	1.378.139	1.526.589
	.387	.527	.318	.771	.795

(Fuente propia)

En la tabla 32 del balance general podemos establecer un análisis tanto vertical como horizontal.

En el análisis vertical podemos ver cómo han crecido o decrecido las cuentas, el efectivo en caja representa un 60% de los activos que tiene la empresa en el primer año, en el pasivo la empresa tiene un 100 % en cuentas por pagar a largo

plazo, mientras el 48 % del capital social pertenece aportes que han realizado los socios, por otro lado el resultado del ejercicio para el primer año nos aporta un 47 de utilidad.

En el análisis horizontal podemos evidenciar que el efectivo en caja crece más que las cuentas por cobrar, además se observa que el pasivo tiene un menor crecimiento que el patrimonio, lo cual nos da liquidez para solventar las cuentas por pagar.

4.5.4.5. Amortización Del Crédito

Tabla 33 Amortización del crédito

1,00% tasa de interés mensual		monto		\$415.652.873	
N =		80			
periodos	inicial	Interés	Amort	cuota	final
0					\$415.652.873,00
1	\$415.652.873,00	\$4.156.528,73	\$3.416.188,66	\$7.572.717,39	\$412.236.684,34
2	\$412.236.684,34	\$4.122.366,84	\$3.450.350,55	\$7.572.717,39	\$408.786.333,79
3	\$408.786.333,79	\$4.087.863,34	\$3.484.854,05	\$7.572.717,39	\$405.301.479,73
4	\$405.301.479,73	\$4.053.014,80	\$3.519.702,59	\$7.572.717,39	\$401.781.777,14
5	\$401.781.777,14	\$4.017.817,77	\$3.554.899,62	\$7.572.717,39	\$398.226.877,52
6	\$398.226.877,52	\$3.982.268,78	\$3.590.448,62	\$7.572.717,39	\$394.636.428,90
7	\$394.636.428,90	\$3.946.364,29	\$3.626.353,10	\$7.572.717,39	\$391.010.075,80
8	\$391.010.075,80	\$3.910.100,76	\$3.662.616,63	\$7.572.717,39	\$387.347.459,17
9	\$387.347.459,17	\$3.873.474,59	\$3.699.242,80	\$7.572.717,39	\$383.648.216,36
10	\$383.648.216,36	\$3.836.482,16	\$3.736.235,23	\$7.572.717,39	\$379.911.981,14
11	\$379.911.981,14	\$3.799.119,81	\$3.773.597,58	\$7.572.717,39	\$376.138.383,56
12	\$376.138.383,56	\$3.761.383,84	\$3.811.333,56	\$7.572.717,39	372.327.050,00

(Fuente propia)

La tabla 33 nos muestra que la empresa obtuvo un crédito por valor de \$415.652.873, diferido a 80 meses a un interés mensual de 1%, mensualmente la cuota que se pagara del préstamo es de 7.572.717,39. Préstamo que se adquirido mediante la cooperativa financiera confiar.

4.5.6. Criterios de Evaluación Financiera

4.5.6.1. VPN (valor presente neto)

Tabla 31 VPN

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
UTILIDAD DEL EJERCICIO	478.891	586.568	728.325	869.047	1.038.210
	.811	.264	.704	.397	.958
Depreciaciones y Amortizaciones	67.878.	67.878.	67.878.	67.279.	67.279.20
Reserva Legal	493	493	493	200	0
	32.085.	39.300.	48.797.	58.226.	69.560.13
	751	074	822	176	4
FLUJO NETO DE EFECTIVO	578.856	693.746	845.002	994.552	1.175.050
	.056	.831	.019	.772	.292

(Fuente propia)

Teniendo en cuenta que el VPN del proyecto es mayor que cero, con una tasa de rentabilidad del 15% vemos que el capital invertido en el proyecto produce una rentabilidad mayor a la obtenida. Se puede aceptar el proyecto y el dinero ofrece un rendimiento superior al 15%, generando un capital equivalente a \$2.449.448.828,36.

$$VPN = -286.925.524 + \frac{578.856.056}{(1+0,15)^1} + \frac{693.746.831}{(1+0,15)^2} + \frac{845.002.019}{(1+0,15)^3} + \frac{994.552.772}{(1+0,15)^4} + \frac{1.175.050.292}{(1+0,15)^5} = 2449448828,36$$

4.5.6.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

Tabla 32 TIR 15%

TASA DE OPORTUNIDAD = 15%					
1	2	3	4	5	VPN(+)
578.856.056	693.746.831	845.002.019	994.552.772	1.175.050.292	
1,15	1,32	1,52	1,75	2,01	
503.353.092	524.572.273	555.602.544	568.638.775	584.207.668	2.736.374.353

(Fuente propia)

Tabla 33 TIR 25%

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DEL SERVICIO DE TRANSPORTE MIXTO – CAMPEROS EN EL MUNICIPIO DE SILVIA CAUCA
 Andrés Felipe Campo Cobo
 Luis Fabián Zúñiga Velasco

TASA DE OPORTUNIDAD = 25%					
1	2	3	4	5	VPN(+)
-578.856.056	-693.746.831	-845.002.019	-994.552.772	-1.175.050.292	
1,25	1,56	1,95	2,44	3,05	
-463.084.845	-443.997.972	-432.641.034	-407.368.816	-385.040.480	-2.132.133.146

(Fuente propia)

Tabla 34 TIR Final

DIFERENCIAS ENTRE TASAS UTILIZADAS %	SUMA VPN (En valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR.
25	2.507.455.640	58,1	0,581	24,42
24	1.807.366.120	41,9	0,419	24,42
1	4.314.821.760	100	1	

(Fuente propia)

La tabla 35 observamos en el proyecto que la TIR(tasa interna de retorno) con un 15% se considera como excelente puesto que la inversión se recupera rápidamente teniendo en cuenta que la inversión inicial, frente a los ingresos proyectados dándonos una TIR del 220%.

4.5.7.3. RBC (Relación Costo Beneficio)

R^{BC}	<u>SUMATORIA DE INGRESOS TOTALES</u> <u>SUMATORIA DE EGRESOS TOTALES</u>
R^{BC}	<u>776.985.000</u> <u>624.957.873</u>
R^{BC}	1,2432598

De acuerdo a la evaluación costo beneficio podemos establecer que el proyecto es atractivo debido a que los valores presentados de los ingresos de todo el proyecto son superiores a los valores presentados de los egresos, aproximadamente en 1,2 de esto podemos decir que por cada peso de ingreso, se puede pagar 1,2 veces los gastos.

4.5.6.4. PE (Punto de Equilibrio)

Tabla 35 Punto de equilibrio

COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTOS VARIABLES/PRODUCCION ESPERADA				
	1	2	3	4	5
COSTO VARIABLE UNITARIO	469	707	636	616	588
PUNTO DE EQUILIBRIO	=	$\frac{CF}{PVq - CVq}$	$\frac{COSTO FIJO}{PRECIO DE VENTA UNITARIO - COSTO VARIABLE UNITARIO}$		
PUNTO DE EQUILIBRIO	=	$\frac{104.63}{4.043}$	1.531		
PUNTO DE EQUILIBRIO UND	=	68.354	SERVICIOS		
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	=	$\frac{136.70}{7.530}$	Millones de Pesos M/cte.		
PUNTO DE EQUILIBRIO TIEMPO (DÍAS)	=	71	DÍAS		
PUNTO DE EQUILIBRIO TIEMPO (DÍAS)	=	2	MESES		

(Fuente propia)

La empresa de transportes mixtos camperos su punto de equilibrio lo lograra en 71 días, donde la utilidad es igual a cero no se tendrán ganancias ni perdidas, esto se alcanza prestando a la comunidad un total de 68354 servicios.

5. Conclusiones

La conclusión más importante de este estudio de factibilidad es la viabilidad que tiene el proyecto y su rentabilidad ya que se puede sostener en el tiempo.

Por otra parte el estudio de mercado determina que en el municipio de Silvia hay un porcentaje de demanda insatisfecha en la prestación de servicio de transporte del municipio hacia las veredas, lo cual permite tener un campo de acción en pro de la búsqueda y posicionamiento de la empresa.

De acuerdo al estudio de mercado se determina que en el municipio de Silvia hay un porcentaje de demanda insatisfecha en la prestación de servicio de transporte, lo cual nos permite tener un campo de acción en pro de la búsqueda y posicionamiento de la expansión de la empresa.

La tasa interna de retorno que representa el proyecto es del 15%, así se observa que el proyecto es viable y fomenta a la inversión, puesto que el retorno del capital invertido es suficientemente atractivo para los socios y los futuros inversionistas

Teniendo en cuenta la estructura organizativa de la empresa, se puede concluir que tiene capacidad para absorber el proyecto y los costos del mismo sin ningún tipo de traumatismo, en la que se garantiza la prestación de un servicio continuo, adecuado, eficiente y efectivo.

Analizando el VPN del proyecto es mayor que cero con una rentabilidad del 15% podemos concluir que el capital invertido produce una rentabilidad mayor que la obtenida.

La tasa interna de retorno que representa el proyecto es del 15%, así se observa que el proyecto es viable y fomenta a la inversión, puesto que el retorno del capital invertido es suficientemente atractivo para los socios y los futuros inversionistas.

La evaluación financiera justifica la inversión en el estudio, pues la empresa generará utilidades a lo largo de su vida útil.

6. Recomendaciones

En función de los resultados obtenidos en todos los estudios que comprenden el presente proyecto de factibilidad se recomienda lo siguiente:

Teniendo en cuenta que en el estudio de mercado se presenta una demanda insatisfecha es de vital importancia capacitar al personal para una adecuada prestación del servicio.

Tomar en cuenta la optimización de tiempos para prestar mayor número de servicios.

Es necesario que después de tener un posicionamiento de calidad y responsabilidad dentro del sector del transporte mixto de pasajeros y tener una infraestructura financiera adecuada, incursionar en las demás modalidades que tiene el transporte lo cual permitiría una nueva alternativa de negocio y una mayor expansión de la empresa en el sector.

Debe tomarse muy en cuenta que la inversión en este proyecto conlleva riesgo, debido a que los egresos pueden variar más allá de lo previsto, lo que produciría repercusiones directas en la rentabilidad del proyecto.

Por otro lado debe tenerse en cuenta las políticas gubernamentales las cuales están en continuo cambio o mejoramiento lo cual puede o no permitir que el servicio se preste de la mejor manera.

Garantizar el nivel de utilidades previstos en la planificación en el primer año, para proporcionar niveles de seguridad a los inversionistas.

7. Bibliografía

- Álvarez, A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. Carmonje. Recuperado de <https://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Guía+didáctica+Metodología+de+la+investigación.pdf>
- Anguita, J. C. (2003). *La encuesta como técnica de investigación*. Aten Primaria.
- Aparicio, P. (s.f.). *El cuestionario. Métodos de investigación avanzada*. Métodos de investigación avanzada. Centro de Estudios de Opinión.
- Carrillo, J. y Flores, k. (2011). *Reciclamet* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.
- Cirena, J. y Reza, L. (2012). *Diez elementos clave hacia la proactividad y eficiencia*. La Sección de los Expertos. Recuperado de <https://www.gestion.com.do/pdf/016/016-diez-elementos-clave.pdf>
- Coomotoristas del Cauca. (s.f.). Coomotoristas del Cauca. Recuperado de: http://coomotoristas.com.co/sitio/?page_id=81
- Córdova, S. y Sandoval, P. (2002). *Guía del estudio del mercado para la evaluación de proyecto* (Tesis de Pregrado). Universidad de Chile. Santiago de Chile, Chile.
- Corral, Y. (2010). Diseño de cuestionarios. *Revista ciencias de la educación*, 6(1).
- Decreto 175. (2001). *Por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Mixto*. Ministerio de Transporte de la Republica de Colombia. diariodelcauca.com.co/noticias/nacional/alternativas-legales-o-ilegales-del-transporte-en-popay%20n-65358
- DE SOTO, Hernando. (1987). *El otro sendero, la revolución informal*. Colección Económica. Editorial Oveja Negra. Bogotá, Colombia. Pp.73
- FAJARDO Y GOMEZ. (2015). Análisis de la elección modal de transporte. *SCIELO*, 157-190.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Hernández S,R (2006) La elaboración del marco teórico, revisión de la literatura y construcción de una perspectiva teórica. Recuperado de <https://idolotec.files.wordpress.com/2012/04/sampieri-cap-3.pdf>

Johnson, G. y Scholes, K. (1997). *Dirección estratégica*. Madrid, España: Prentice Hall.

Las 5 Fuerzas de Porter (s.f.). *Clave para el Éxito de la Empresa*. Recuperado de <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Ministerio del Trabajo. (2013). *Perfil productivo del municipio de Silvia*. Ministerio del Trabajo.

Ministerio de Transporte. (2013). *Informe 7-Informe final de ICOVÍAS*. Ministerio de Transporte

Miranda, A. (2004). *Como elaborar un plan de empresa*. Madrid, España: Paraninfo.

Monje. C. (2011). *Metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa. Guía dinámica* (Informe). Universidad Surcolombiana, Neiva, Huila.

Plan Desarrollo Territorial. (2016). *Plan de Desarrollo, estratégico, participativo e intercultural del municipio de Silvia “Unidos por Silvia con Honestidad y Gestión” 2012-2015*. Recuperado de http://silvia-cauca.gov.co/apc-aa-files/62623233323533353664323531393231/Original_PDM.pdf

Transporte mixto en Colombia. Listado de empresas de Transporte
<http://empresite.eleconomistaamerica.co/Sector/H4904922/>

Valdez, P. (2014). *Piratas de asfalto. Una caracterización del transporte informal y sus formas de organización colectivas en el oriente de Cali* (Tesis de Pregrado). Universidad del Valle, Santiago de Cali, Cali.

Zuñiga, J. (2012). *Silvia atracción turística* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.google.com.co/search?q=Mapa+del+municipio+de+Silvia&espv=2&bi>

w=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiyvckUIfjQAhXD
7SYKHV3JDBIQ_AUIBigB#imgrc=gb0VKgrLNJirxM%3A (10, Marzo, 2018). Tax
Belalcazar. (s.f.). Obtenido de Tax Belalcazar:
<http://www.taxbelalcazar.co/#SERVICIOS>

8. Anexos

Anexo a Encuesta

Encuesta: La siguiente encuesta pretende hacer un análisis sobre el transporte mixto y la necesidad de que se preste un buen servicio en relación a la creación de una empresa de transporte mixto CAMPEROS.

Los datos aquí presentados son confidenciales, ninguna respuesta es buena o mal, simplemente se trata de identificar una tendencia.

Código ICFES 2849 - Calle 5 No. 3-85 Popayán, Colombia - PBX: 8213000 - Fax: 8214000 - uniautonomia@uniautonomia.edu.co

Encuesta a comunidad en general

Buenos días, somos estudiantes de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca y estamos realizando un estudio de factibilidad sobre la creación de una empresa de transporte mixto CAMPEROS en el municipio de Silvia, lo cual requiere de su colaboración y de respuesta al siguiente cuestionario (Tiempo aproximado de 15 minutos) gracias.

Datos generales



Sexo () Masculino () Femenino

Zona: Rural___ Urbana___

Estrato: 1___ 2___ 3___ 4___

1. ¿En la actualidad utiliza transporte mixto de pasajeros y mercancías?

A. Sí___ No___

2. Periodicidad

Diaria _____

Semanal _____

Quincenal _____

Mensual _____

Cuantos transportes por periodo _____

3. ¿Qué distancia recorre en su movilización?

A. 1 a 4 km _____

B. 5 a 9 km _____

C. 10 a 14 km _____

D. 15 a 19 km _____

E. Otro cuanto _____

4. ¿Qué transporte utiliza actualmente?

A. Buseta _____

B. Pirata _____

C. Moto _____

D. Bicicleta _____

E. A pie _____

F. ¿Otro _____ Cual? _____

5. ¿El transporte es efectivo a sus requerimientos de tiempo?

- A. Siempre _____
- B. Casi siempre _____
- C. Algunas veces _____
- D. Nunca _____

6. ¿Cuál es el costo de transporte actualmente?

- A. 1000 _____
- B. 2000 _____
- C. 3000 _____
- D. 4000 _____

7. ¿Cómo califica el transporte que hay actualmente en el municipio de Silvia?

- A. Excelente _____
- B. Bueno _____
- C. Regular _____
- D. Malo _____

8. ¿Cómo se realiza la prestación del servicio de transporte que usa?

- A. Ordenado y tranquilamente _____
- B. Con algunos empujones _____
- C. Con muchos empujones y carreras _____
- D. ¿Otro _____ Cual? _____

9. ¿Si le ofrecieran los servicios de una empresa de transporte CAMPEROS la utilizaría?

- A. Si _____
- B. No _____

- C. Nunca _____
D. No sabe _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio?

- A. Entre 1000 y 2000 _____
B. Entre 2000 y 3000 _____
C. Entre 3000 y 4000 _____
D. Entre 4000 y 5000 _____

11. ¿Qué espera del servicio?

- A. Puntualidad _____
B. Conformidad _____
C. Seguridad _____
D. Acompañamiento _____
E. Todas las anteriores _____

¡Muchas gracias por su participación!!