

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE  
ESPECIALIZADO PARA PERSONAS CON LIMITACIÓN MOTRIZ EN LA  
CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**TATIANA BAUTISTA GARCÍA  
ARLEN JOHANNA GARCÍA CHANAGÁ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2016**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE  
ESPECIALIZADO PARA PERSONAS CON LIMITACIÓN MOTRIZ EN LA  
CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**TATIANA BAUTISTA GARCÍA  
ARLEN JOHANNA GARCÍA CHANAGÁ**

**Trabajo de Grado para optar el título de:  
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director:  
QUERUBÍN SANCHEZ MARTÍNEZ  
Profesional en Gestión Empresarial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA**

**2016**

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la sabiduría y la oportunidad de cada día ser mejor.

A mi madre por su apoyo y colaboración durante mi carrera como profesional.

A mi futuro esposo Javier por todo su apoyo y comprensión y a mi familia por ser la fuente de mis esfuerzos.

*TATIANA*

## **DEDICATORIA**

Gracias a Dios, y a la virgen por darme la sabiduría y el entendimiento para sacar adelante éste proyecto.

A mi esposo Javier Eduardo, por ser mi pilar y apoyo, por su paciencia y por brindarme su propio conocimiento, consejo y amor todos los días.

A mi hija Ana María, por ser mi luz, mi motor, y un motivo para hacer de mí una mejor persona todos los días.

A mis padres, que con su apoyo y positivismo en todo momento para llegar a convertirme en un ser humano exitoso.

*ARLEN JOHANNA*

## **AGRADECIMIENTOS**

Como autores de este proyecto queremos manifestar nuestra gratitud a:

Dios por darnos la oportunidad de cada día ser mejores y permitirnos crecer a manera personal y profesional.

Universidad Industrial de Santander, a los tutores que han sido parte importante para lograr nuestra formación y objetivos.

Profesional en Gestión Empresarial Querubín Sánchez Martínez, todo nuestro agradecimiento por su excelente asesoría y profesionalismo.

Todos nuestros compañeros de clases, amigos, personas que hicieron parte de este proyecto, y muy especialmente a nuestras familias por todo su apoyo y comprensión durante la carrera, ya que por ellos son nuestros esfuerzos y motivaciones.

## CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	22
1. GENERALIDADES	23
1.1 PANORAMA DEL SECTOR	23
1.1.1 Antecedentes Investigativos.	23
1.1.2 Origen del transporte.	23
1.1.3 Evolución y Tendencias Sector.	25
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	28
1.3 ASPECTOS LEGALES	30
2. ESTUDIO DE MERCADOS	37
2.1 OBJETIVOS	37
2.1.1 Objetivo General	37
2.1.2 Objetivos Específicos.	37
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	38
2.2.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio	38
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	40
2.3.1 Mercado Potencial	40
2.3.2 Mercado Objetivo.	40
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	40
2.4.1 La demanda.	40
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados	43
2.4.3 Estimación de la demanda.	54
2.4.4 Proyección de la demanda	54
2.5 OFERTA O COMPETENCIA	56
2.5.1 Necesidades de información.	56
2.5.2 Análisis de la Situación actual de la competencia.	56
2.5.3 Ficha Técnica.	57

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	58
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	58
2.7.1 Estructura de los canales actuales.	58
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.	59
2.7.3 Selección de los canales de comercialización.	59
2.8 PRECIO	60
2.8.1 Análisis de precios de la competencia	60
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	60
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	60
2.9.1 Objetivos	60
2.9.2 Logotipo	61
2.9.3 Slogan.	61
2.9.4 Análisis de medios.	61
2.9.5 Selección de medios.	62
2.9.6 Estrategias Publicitarias.	63
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	63
2.9.7.1 De lanzamiento.	63
2.9.7.2 De operación.	63
3. ESTUDIO TÉCNICO	65
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	65
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	65
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.	65
3.1.3 Capacidad del proyecto	66
3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio.	66
3.1.3.2 Capacidad instalada.	67
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	67
3.2 LOCALIZACIÓN	68
3.2.1 Macro localización.	68
3.2.2 Micro localización.	68
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	71

3.3.1 Ficha técnica del servicio	71
3.3.2 Descripción técnica del proceso.	71
3.3.3 Diagrama de procedimiento.	72
3.3.4 Control de calidad.	74
3.3.5 Recursos.	74
3.3.5.1 Recurso humano (M. O. D., M. O. I. D de servicio).	74
3.3.5.2 Recurso físico.	74
3.3.5.3 Recurso de insumos por línea de producto o servicio.	76
3.3.6 Análisis de Proveedores.	76
3.3.7 Distribución de planta	77
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	79
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	79
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL	80
4.2.1 Visión.	80
4.2.2 Misión.	80
4.2.4 Políticas	81
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	82
4.3.1 Organigrama	82
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	83
4.3.3 Asignación salarial.	87
5. ESTUDIO FINANCIERO	88
5.1 INVERSIONES	88
5.1.1 Inversión Fija.	88
5.1.2 Inversión diferida.	90
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.	91
5.1.3.1 Costos de producción.	91
5.1.3.2 Gastos de Administración y Ventas	93
5.1.3.3 Gastos Financieros (Intereses)	95
5.1.3.4 Total Capital de trabajo	95
5.1.4 Inversión Total	96

5.1.5 Fuentes de financiación.	96
5.2 COSTOS Y GASTOS	97
5.2.1 Costos y gastos fijos.	97
5.2.2 Costos y gastos variables.	98
5.2.3 Costo y gasto total unitario.	98
5.3 PRECIO DE VENTA	99
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	99
5.4.1 Ingresos	99
5.4.2 Egresos	100
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	100
5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años.	100
5.5.2 Flujo de Caja Proyectado	101
5.5.3 Balance General inicial y proyectado	102
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	104
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	104
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL	104
6.2.1 Matriz de evaluación de impactos.	104
6.2.2 Políticas ambientales.	105
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	105
6.3.1 Valor presente neto.	106
6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR.	107
6.3.3 Período de recuperación.	107
6.3.4 Análisis de las Razones Financieras.	107
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	108
7. CONCLUSIONES	110
8. RECOMENDACIONES	112
BIBLIOGRAFIA	113
ANEXOS	116

## LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Ficha Técnica	41
Cuadro 2. Hogares con personas que tienen limitación motriz.	43
Cuadro 3. Hogares donde se requiere silla de ruedas para desplazarse	44
Cuadro 4. Porcentaje de hogares donde se requiere silla de ruedas.	45
Cuadro 5. Medios de desplazamiento empleados.	46
Cuadro 6. Frecuencia de uso de medios de transporte.	47
Cuadro 7. Promedio invertido por cada por cada desplazamiento.	48
Cuadro 8. Percepción respecto a la calidad del servicio de transporte ofrecido.	49
Cuadro 9. Tipo de inconvenientes que se presentan a la hora de utilizar el transporte público.	50
Cuadro 10. Nivel de aceptación del nuevo servicio de transporte especial.	51
Cuadro 11. Principal motivación a la hora de elegir un servicio de transporte especial.	52
Cuadro 12. Medio de publicidad preferido	53
Cuadro 13. Ficha Técnica.	57
Cuadro 14. Ventajas y desventajas de los canales actuales.	59
Cuadro 15. Precios de la competencia	60
Cuadro 16. Presupuesto lanzamiento servicio	63
Cuadro 17. Presupuesto Publicidad	64
Cuadro 18. Capacidad diseñada del servicio.	66
Cuadro 19. Capacidad instalada del servicio.	67
Cuadro 20. Capacidad utilizada y proyectada del servicio.	67
Cuadro 21. Micro localización del servicio.	70
Cuadro 22. Selección, ponderación y asignación de puntos.	70
Cuadro 23. Ficha técnica del servicio	71
Cuadro 24. Muebles para administración.	75

Cuadro 25. Equipos para administración.	75
Cuadro 26. Transporte.	76
Cuadro 27. Aéreas de la planta física.	78
Cuadro 28. Descripción y perfil del cargo Gerente	83
Cuadro 29. Descripción y perfil del cargo Contador	84
Cuadro 30. Descripción y perfil de la Secretaria	85
Cuadro 31. Descripción y perfil del Conductor	86
Cuadro 32. Asignación Salarial.	87
Cuadro 33. Carga Prestacional.	87
Cuadro 34. Vehículos	89
Cuadro 35. Muebles y Enseres.	89
Cuadro 36. Equipos de Oficina	90
Cuadro 37. Inversión Fija	90
Cuadro 38. Inversión diferida.	90
Cuadro 39. Mano de obra directa.	91
Cuadro 40. Depreciación Vehículos, Seguros y Mantenimiento.	92
Cuadro 41. Costos indirectos de fabricación.	93
Cuadro 42. Total costos del servicio.	93
Cuadro 43. Gastos de Administración y Ventas.	93
Cuadro 44. Gastos Generales	94
Cuadro 45. Gastos Administración y Ventas.	95
Cuadro 46. Capital de Trabajo.	95
Cuadro 47. Inversión Total.	96
Cuadro 48. Características del Crédito.	96
Cuadro 49. Amortización del Crédito.	96
Cuadro 50. Costos y Gastos Fijos.	98
Cuadro 51. Costos y Gastos Variables.	98
Cuadro 52. Costos y Gastos Total	98
Cuadro 53. Precio de Venta	99
Cuadro 54. Proyección de Ingresos	99

Cuadro 55. Proyección de Egresos.	100
Cuadro 56. Estado de Resultados Proyectados.	100
Cuadro 57. Flujo de caja proyectado.	101
Cuadro 58. Balance General inicial y proyectado.	102
Cuadro 59. Valor presente neto.	106
Cuadro 60. Periodo de recuperación	107
Cuadro 61. Razones Financieras	108

## LISTA DE FIGURAS

	<b>pág.</b>
Figura 1. Hogares con personas que tienen limitación motriz.	43
Figura 2. Hogares donde se requiere silla de ruedas para desplazarse.	44
Figura 3. Porcentaje de hogares donde se requieren silla de ruedas.	45
Figura 4. Medios de desplazamiento empleados	46
Figura 5. Frecuencia de uso de medios de transporte.	47
Figura 6. Promedio invertido por cada desplazamiento.	48
Figura 7. Percepción respecto a la calidad del servicio de transporte ofrecido	49
Figura 8. Tipo de inconvenientes que se presentan a la hora de utilizar el transporte público	50
Figura 9. Nivel de aceptación del nuevo servicio de transporte especial.	51
Figura 10. Principal motivación a la hora de elegir un servicio de transporte especial.	52
Figura 11. Medio de publicidad preferido	53
Figura 12. Logotipo	61
Figura 13. Micro localización	68
Figura 14. Diagrama del servicio	73
Figura 15. Distribución de planta	77
Figura 16. Organigrama	82
Figura 17. Punto de Equilibrio	109

## LISTA DE ANEXOS

	<b>pág.</b>
Anexo A. Encuesta	117

## GLOSARIO

**ADAPTADO:** Acomodado y ajustado a una situación o un lugar distinto del habitual.

**ASIENTOS ABATIBLES:** Mueble para sentarse que se puede inclinar o colocar en posición horizontal.

**CAMILLA:** Dispositivo utilizado para transportar de un lugar a otro con el fin de mantener al paciente enfermo o con alguna discapacidad a una consulta médica.

**DESPLAZAMIENTO:** Sacar a alguien de una posición o viajar desde un sitio hacia u otro.

**DISCAPACIDAD:** Es aquella condición bajo la cual ciertas personas presentan alguna deficiencia física, mental, intelectual o sensorial que a largo plazo afectan la forma de interinar y participar plenamente en la sociedad.

**FACTIBILIDAD:** Disposición que hacer una cosa sin gran esfuerzo.

**LIMITACION MOTRIZ:** Deficiencia que provoca en el individuo que la padece alguna disfunción, como consecuencia se pueden producir limitaciones posturales, de desplazamiento o de coordinación del movimiento.

**RAMPA:** Elemento que tiene la funcionalidad de circunvalar parcialmente dos planos distintos, de modo que éstos posean una relativa diferencia de altitud en determinado espacio.

**SILLA DE RUEDAS:** Ayuda técnica que consiste en una silla adaptada con al menos tres ruedas, aunque lo normal es que disponga de cuatro.

**TRANSPORTE:** Actividad se basada en el desplazamiento de objetos o personas de un lugar punto de origen a otro punto de destino en un vehículo medio o sistema de transporte.

**VEHICULO:** Medio de transporte que permite el traslado de un lugar a otro de personas o cosas.

## RESUMEN

### TITULO:

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE ESPECIALIZADO PARA PERSONAS CON LIMITACIÓN MOTRIZ EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA\*.

### AUTORES:

BAUTISTA GARCÍA, Tatiana  
GARCÍA CHANAGA, Arlen Johanna\*\*

### PALABRAS CLAVES:

Factibilidad, Discapacitados, Limitación, Transporte, Bucaramanga.

### DESCRIPCION:

En el Municipio de Bucaramanga, de acuerdo a unos estudios recientes realizados, se evidencia la gran necesidad que tienen nuestros discapacitados y personas con movilidad reducida para trasladarse de un lugar a otro dentro y fuera de nuestra ciudad y contar con un transporte cómodo, eficiente y seguro,

Por lo cual se realizó una propuesta para los habitantes de Bucaramanga y nace la idea de crear una empresa de transporte para brindarte un servicio con calidad humana, que permita movilizarte a donde quiera o necesite, garantizando la seguridad y confort, sin tener que bajar de la silla de ruedas, haciendo la vida más fácil y la de la familia diseñado para Personas con Discapacidad Física Temporal o Permanente, Pacientes con Movilidad Reducida, Personas de la Tercera Edad, Mujeres en estado de embarazo.

La empresa de transporte, cuenta con una demanda efectiva de 73538 hogares de estratos 4, 5 y 6 del AMB, proyecto que iniciará labores con la capacidad utilizada y proyectada para 25.229 servicios en el año, equivalente al 60% de su capacidad estimada de ocupación, generará en el corto plazo iniciando un total de 3 empleos, y en el mediano plazo generará nuevos empleos indirectos, contribuyendo a mejorar y elevar la calidad de vida de todas las comunidades de sus alrededores que se beneficiarán con éste proyecto.

De acuerdo a la visión financiera y al análisis de información de los diferentes estudios, el proyecto "Factibilidad para la creación de una empresa de transporte especializado para personas con limitación motriz en la ciudad de Bucaramanga" se considera, viable, factible y lo suficientemente rentable, por lo tanto conveniente para futura instalación, se comprobó que sus cifras son acertadas y concluyentes, que para una inversión de \$ 75.859.600, da un VPN de \$ 119.483.303 y una TIR del 21.83%.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión empresarial. Director Querubín Sanchez Martínez.

## ABSTRACT

### TITLE:

FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY SPECIALIZED TRANSPORT FOR PEOPLE WITH LIMITED TO DRIVE IN THE CITY OF BUCARAMANGA .

### AUTHORS:

BAUTISTA GARCÍA, Tatiana  
GARCÍA CHANAGA, Arlen Johanna\*\*

### KEYWORDS:

Feasibility, Handicapped, limitation, Transportation, Bucaramanga.

### DESCRIPTION:

In the city of Bucaramanga, according to some recent studies, it shows the great need our handicapped and disabled people to move from place to place inside and outside our city and have a comfortable, efficient transport and safe.

Therefore a proposal to the inhabitants of Bucaramanga is performed and the idea to create a transport company to offer a service with a human quality that allows movilizarte wherever or need, ensuring the safety and comfort without having to lose the wheelchair, making life easier and family designed for people with physical disability temporary or permanent Patients with reduced mobility, people of the Third Age, Women who are pregnant.

The transport company has a real demand for homes 73538 strata 4, 5 and 6 of the WBA project will start work with projected capacity utilization and services in the year 25,229, equivalent to 60% of its estimated capacity occupancy will generate in the short term starting about 3 jobs in the medium term and generate new indirect jobs, helping to enhance and improve the quality of life of all communities in the surrounding area that will benefit from this project.

According to the financial overview and analysis of information from different studies, the project "Feasibility Study for the creation of a specialized company to transport people with mobility limitations in the city of Bucaramanga" is considered viable, feasible and profitable enough , therefore suitable for future installation, it was found that its figures are accurate and conclusive, that for an investment of \$ 75,859,600, gives an NPV of \$ 119,483,303 and an IRR of 21.83%.

---

\* Degree Work

\*\* Institute of Regional outreach and Distance Education. Business Management. Director Querubín Sanchez Martínez.

## INTRODUCCIÓN

Resaltando el motivo principal que impulsó el estudio de éste proyecto, se hace necesario especificar los factores principales para el desarrollo del mismo; el cual se inicia con la necesidad en la población de personas discapacitadas.

En Bucaramanga se encuentran muchas personas discapacitadas con inconvenientes para movilizarse, debido a todos los problemas que presenta la ciudad, es decir falta de rampa o lugares demarcados donde puedan transitar con tranquilidad.

Es por eso que el servicio que se presentará será brindar un transporte especial adecuado para personas en calidad de discapacitados e incapacitados, con características específicas como rampa para el ingreso al vehículo, frenos, cinturones de seguridad y equipo de primeros auxilios; para que de alguna forma toda persona discapacitada pueda desplazarse hacia el sitio que desee.

De igual manera de acuerdo a investigaciones realizadas de mercadeo, con los componentes básicos de la factibilidad como son el estudio general de mercado, ingeniería, finanzas, impacto ambiental, medios de transporte del área metropolitana; donde manifiestan su necesidad de un transporte especial para discapacitados.

De acuerdo a la información relacionada en los capítulos administrativo, técnico y financiero, se evaluó desde el punto de vista social, cuál sería su impacto en cuanto a generación de empleo, contribución al mejoramiento del transporte, desarrollo e infraestructura del proyecto de la puesta en marcha.

Finalmente se evaluó financieramente el proyecto a través de las variables tales como TIR, y VPN, periodo de recuperación, costos y beneficios, demostrando de manera clara su viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la futura puesta en marcha del transporte especializado, enfatizando en la conveniencia del mismo.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 PANORAMA DEL SECTOR

#### 1.1.1 Antecedentes Investigativos.

COOPERATIVA DE TRANSPORTE ESCOLAR “COOTRANIÑEZ”. Julio César Barona López y Nora Patricia Quiceno Metaute. Fundación Universitaria Ceipa, Administración De Empresas, Medellín 2008.

**Descripción.** La realización de este Proyecto busca solucionar el problema de transporte escolar para una parte de la población estudiantil, ubicada en barrios alejados de la Unidad Educativa Salazar y Herrera y que actualmente cursan sus estudios escolares en ésta.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD DE TRANSPORTE SOTRANCEN LTDA. Autores: Johanna Marcela Rivero García, Andrea Juliana Zarate Galvis. Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga Facultad de Ingeniería Industrial. Bucaramanga 2009.

**1.1.2 Origen del transporte.** Se ignora quién inventó los medios más antiguos para transportar objetos de un lugar a otro, pues simplemente la necesidad originó ideas semejantes en diferentes tiempos y espacios. Una vez superada la etapa de recolección, caza, agricultura y dominio del fuego, El hombre aprendió a domesticar a los animales, y al descubrir que éstos le podían ser útiles, aprovechando la carne, leche y piel, comenzó a criar rebaños, y trasladarlos a diversos lugares en busca de hierba. Descubrió que los lobeznos le ayudaban a cuidar el rebaño, y esto significaba transportar más cosas de las que cargaban las mujeres de la familia, razón por la cual comenzó a poner cargas sobre los lomos de sus perros, o bien, les enseñó a arrastrar cosas. Por ejemplo, determinados

indios norteamericanos, antes de que los españoles introdujeran los caballos, amarraban perros a una especie de trineo formado por dos palos largos unidos por uno o dos travesaños. Los palos largos eran por lo general las estacas de la tienda. En un extremo del trineo enganchaban al perro y el otro lo arrastraba por el suelo.

Es posible que los perros hayan sido los primeros animales que el hombre llevó a su caverna; lo cierto es que de una u otra forma, los perros, asnos, caballos, bueyes, elefantes y camellos lo ayudaron a conquistar la tierra. Actualmente los esquimales utilizan perros para halar sus trineos como lo hacían desde época inmemorial; incluso los niños esquimales al jugar con los cachorros cerca de los iglúes, empiezan a adiestrarlos, haciéndolos jalar algún trineo rústico o huesos. Los trineos esquimales transportan una carga de 500 kg. que arrastran dos perros árticos, y mantienen un ritmo uniforme de 3 km por hora, arrastrando a un hombre y a su esposa.

Antiguamente existió una ruta comercial entre Palestina y Egipto, por donde las caravanas transportaban téis, sedas y perfumes de Extremo Oriente; alfombras de Persia; café de la costa de Arabia; terciopelos marroquíes y cueros rusos sobre los lomos de los camellos, que posteriormente llegaban a los mercaderes de La Meca y de Bagdad.

El invento de la rueda, que originalmente era sólo una sección circular de un árbol, aumentó la posibilidad de transportar más peso y a una velocidad mayor; de ahí que surgieran los vehículos provistos de ruedas. Desde luego se ignora dónde comenzaron a usarse y cómo se idearon. El más antiguo que se conoce es un carro militar descubierto en Kish, Mesopotamia, al que se le calculan 5500 años de antigüedad. No obstante, los vehículos provistos de ruedas no se podían utilizar sin caminos adecuados sobre los que pudiesen rodar; en consecuencia, los

romanos realizaron vías adecuadas para los transportes de larga distancia por tierra.

Respecto al transporte acuático, es importante resaltar que el paso del hombre de recolector a reproductor trajo como consecuencia la necesidad de intercambiar productos, y apareció la propiedad privada. Así, al encontrarse cercano a ríos, el hombre empezó a hacer uso de ellos como medio de transporte, primero diseñando balsas rudimentarias que paulatinamente se fueron transformando en pequeñas canoas<sup>1</sup>.

**1.1.3 Evolución y Tendencias Sector.** El mercado del sector transporte en Colombia, es un mercado que día a día crece, ya que todas las personas que lo utilizan, lo hacen por una necesidad, como desplazarse a su lugar de trabajo, salir de compras, pagar servicios públicos. Existe una regularidad y es que mientras más personas lo utilizan, menos cómodo es, por esta razón las personas con deficiencia motriz les obligada a coger un taxi, pero este no cuenta con el equipamiento apropiado para su transporte. Este servicio hoy en día está decayendo por falta de garantías para su cumplimiento de acuerdo a las normas legales.

La demanda de transporte se describe como “derivada”, es decir que la acción de transportarse no es un fin en sí mismo, sino que es un medio para alcanzar determinados destinos para satisfacer un conjunto de necesidades.

Específicamente, el patrón de viajes es el resultado de dos factores: El deseo o la necesidad de realizar ciertas actividades y la distribución espacial de oportunidades para su realización. Las necesidades de desplazamiento (demanda) se localizan en un determinado ámbito espacial y temporal con las

---

<sup>1</sup> BACCA, Juan Carlos. Una onza de acción vale mucho más que una tonelada de teoría. [en línea]. 2013. [citado el 28 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL:<https://profebaca.wordpress.com/2013/05/17/los-medios-de-transporte-origen-y-evolucion/>>

consecuencias de aparente (o real) descoordinación entre servicios y requerimientos y, dependen en gran medida de la diversidad e intensidad de las actividades, magnitudes estas que pueden ser explicadas en gran medida por el tamaño y características de la economía: El empleo, la renta, la inversión y el consumo, entre otros<sup>2</sup>.

Para conocer el Capital Humano en las personas con discapacidad, es necesario contar con información que permita relacionar las características de los individuos, su entorno inmediato, y las condiciones sociales en las que se desarrolla su cotidianidad<sup>3</sup>.

Hay ciudades donde se están implementando medidas para cubrir las necesidades de las personas con discapacidad y existen avances importantes, que pueden contener algunos pendientes en lo que se refiere a hacer adecuaciones para facilitar el acceso a débiles visuales y gente pequeña. El uso de rampas en las rutas, pero solo estamos haciendo referencia al sistema de transporte masivo.

Existen muchas empresas en el mundo que tienen este servicio a través de furgonetas, y realizan la misma función que un taxi solo que es más cómodo y la persona viaja de una forma tranquila y sin inconveniente alguno.

En el contexto nacional, el transporte para discapacitados en Medellín, que es una empresa que brinda servicios de transporte para discapacitados asistencial básico a usuarios en situación de movilidad reducida, con diligencia, seguridad y amabilidad, apoyados en un grupo altamente calificado y comprometido

---

<sup>2</sup> UNIVERSIDAD PEDAGOGICA Y TECNOLOGICA DE COLOMBIA. Caracterización socio-económica de Tunja y de la Región Central. [en línea]. Tunja, 2012. [citado el 18 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL:[http://tunja-boyaca.gov.co/apc-aa-files/30306565363361376237353733316534/b\\_caracterizacion\\_socioeconomica.pdf](http://tunja-boyaca.gov.co/apc-aa-files/30306565363361376237353733316534/b_caracterizacion_socioeconomica.pdf)>

<sup>3</sup> GOMEZ BELTRAN, Julio Cesar. Discapacidad en Colombia: reto para la inclusión en Capital Humano. [en línea]. Bogotá, 2010. [citado el 28 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL:<http://es.slideshare.net/cristianmaya90/discapacidad-en-colombiaretoparalainclusionencapitalhumano>>

éticamente con su labor, a través de vehículos para discapacitados especialmente adaptados para hacer un recorrido cómodo y satisfactorio en su traslado. Se trabaja día a día para darles soluciones a personas en sillas de ruedas y prestarle el mejor servicio.

Los vehículos con los que se cuenta para prestar el servicio de transporte son: Los servicios con los que cuenta son los siguientes:

Seis (6) vehículos especiales tipo Van para el traslado de un (1) usuario y dos acompañantes, con las siguientes características:

- Están debidamente equipados con un sistema de elevación hidráulica,
- Con capacidad de 700Lbs que permite el aseguramiento de la silla de ruedas con su usuario, en condiciones óptimas, seguras y privadas.

Cuentan además con otros sistemas que permiten agilizar y garantizar un servicio eficiente y a tiempo como:

- Aire acondicionado
- Cilindro de oxígeno (en caso de requerimiento médico)
- GPS. Permittiéndonos rutas alternas y rápidas
- Silla de ruedas en cada vehículo (en caso de ser solicitada para el servicio)
- Equipo de primeros auxilios
- Kit de carretera
- Cinturones de seguridad para la silla de ruedas y el usuario
- Monitoreo Satelital

## 1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

**Población.** La población total de Bucaramanga, proyectada por el DANE a 2012 es de 526.056 habitantes, equivalente al 1,1% del total de la población nacional, de los cuales 519.384 (98,7%) habitan en el casco urbano y 6,672 (1,3%) viven en la zona rural. “La desagregación por género y zona es similar a nivel nacional y departamental, al observarse mayor concentración de la población en la zona urbana y representación de las mujeres”<sup>4</sup>.

El Área Metropolitana de Bucaramanga es una conurbación colombiana, ubicada en el departamento de Santander. Ubicada en el valle del Río de Oro. Su núcleo principal es Bucaramanga, y sus municipios satélites son Girón, Piedecuesta, Floridablanca y tiene 1.024.350 habitantes. Fue creada por la Ordenanza No. 20 de 1981.

Bucaramanga se comunica con las demás ciudades del país por carretera. Para el transporte aéreo, cuenta con el Aeropuerto Internacional Palonegro. Está rodeada por los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta con los cuales se conforma el Área Metropolitana de Bucaramanga. Su economía gira alrededor de la fabricación de calzado y sus similares; industria, comercio. La tasa de desempleo se ha mantenido relativamente estable, oscilando entre 8% y 10% en los últimos seis años<sup>5</sup>.

**Territorio y suelos.** El área de Bucaramanga es de 165 km<sup>2</sup>; las diferentes altitudes de algunos puntos del suelo permiten que la ciudad se encuentre en

---

<sup>4</sup> ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Indicadores. [en línea]. [citado el 17 de noviembre de 2016]. Disponible en internet: <URL: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?param=277>>

<sup>5</sup> MARIN MARIN, Nancy Yazmin. Mi Tierra Santandereana. [en línea]. Bucaramanga, 2014. [citado el 18 de octubre de 2015]. Disponible en internet:<URL: <https://prezi.com/yImr3ky092ls/mi-tierra-santandereana/>>

varios pisos térmicos que se distribuyen en cálido 55 km<sup>2</sup>, medio 100 km<sup>2</sup> y frío 10 km<sup>2</sup> <sup>6</sup>.

La meseta de Bucaramanga está ubicada dentro del valle del río de Oro y forma un ancho saliente adosado a la vertiente oriental del Valle. Está formada por una sucesión de mantos del periodo Pleistoceno, que descienden ligeramente hacia el oeste. La meseta comienza por el este al pie del Macizo de Bucaramanga, y queda delimitada por el oeste por una escarpa vertical, en cuya base comienza una topografía disertada por corrientes de agua intermitentes que dan al territorio una morfología dendrítica. Cerca de la banda occidental del río aparecen también restos de materiales que forman la meseta, de rocas formadas en los periodos jurásico y triásico. El suelo agrupa una sucesión de mantos casi horizontales que varían litológicamente entre conglomerados, limonitas, arcillas, areniscas y gravas<sup>7</sup>.

La ciudad de Bucaramanga se encuentra en una zona de Actividad Sísmica Alta, El sector donde está ubicada por la meseta de Bucaramanga es un bloque hundido entre las Fallas de Bucaramanga - Santa Marta al Oriente, que limita las rocas del Macizo de Bucaramanga, y la Falla del Suárez además de estar ubicada cerca del nudo sísmico de Los Santos<sup>8</sup>.

Sus suelos, desde el punto de vista agrológico, se pueden dividir en dos grupos: los primeros, al no tener peligro de erosión, son propicios para el cultivo de gran variedad de productos y el uso para la ganadería. La otra clase de suelos tiene

---

<sup>6</sup> ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. Plan de Desarrollo 2012-2015. [en línea]. Bucaramanga, 2012. [citado el 15 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL: [http://www.bucaramanga.gov.co/documents/PRIMER\\_%20DOCUMENTO\\_%20PLAN\\_%20DE\\_%20DESARROLLO\\_%202012-2015.pdf](http://www.bucaramanga.gov.co/documents/PRIMER_%20DOCUMENTO_%20PLAN_%20DE_%20DESARROLLO_%202012-2015.pdf)>

<sup>7</sup> SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL MUNICIPAL SIGAM. Agenda Ambiental del Municipio de Bucaramanga. [en línea]. Bogotá, 2002. [citado el 24 de agosto de 2015]. Disponible en internet:<URL: <http://koha.ideam.gov.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=4520842>>

<sup>8</sup> WIKIPEDIA. Información general de Bucaramanga. [en línea]. [citado el 8 de diciembre de 2015]. Disponible en internet:<URL: <https://es.wikipedia.org/wiki/Bucaramanga>>

una alta potencialidad erosiva; por esta razón, presenta baja fertilidad y una capa de fertilidad superficial, en algunas situaciones casi nulas.

### **1.3 ASPECTOS LEGALES**

**RESOLUCIÓN 4575 DE 2013 (Noviembre 7) Por la cual se reglamenta el numeral 6 del artículo 15 de la Ley 1618 del 27 de febrero de 2013.**

**Artículo 15. Derecho al transporte.** Las personas con discapacidad tienen derecho al uso efectivo de todos los sistemas de transporte en concordancia con el artículo 9° numeral 1, literal a) y el artículo 20, de la Ley 1346 de 2009. Para garantizar el ejercicio efectivo de este derecho, el Ministerio de Transporte, la Superintendencia de Puertos y Transporte, la Aeronáutica Civil y demás entidades relacionadas deben adoptar las siguientes medidas:

Los vehículos que transporten una persona con discapacidad de manera habitual, estarán exentos de las restricciones de movilidad que establezcan los departamentos y municipios (pico y placa), para lo cual el Ministerio de Transporte reglamentará dentro de los 6 meses siguientes estas excepciones.

Que el Ministerio de la Protección Social cuenta con el “Registro para la Localización y Caracterización de las personas con Discapacidad”, el cual constituye una herramienta técnica que permite recolectar información continua y actualizada de las personas con discapacidad, desde el nivel municipal y distrital y en coordinación con los niveles departamental y nacional, como apoyo al desarrollo de planes, programas y proyectos orientados a la garantía de los derechos de las personas con discapacidad en Colombia.

Que por lo anterior, se hace necesario definir los requisitos bajo los cuales se otorgará la exención de la medida de pico y placa en los municipios a las personas

con discapacidad que se encuentren inscritas en el Registro para la Localización y Caracterización de las Personas con Discapacidad del Ministerio de la Protección Social.

**Decreto 1660 de 2003** (Junio 16) "Por el cual se reglamenta la accesibilidad a los modos de transporte de la población en general y en especial de las personas con discapacidad". EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, en uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y el artículo 65 de la Ley 361 de 1997, en concordancia con la Ley 762 de 2002, y CONSIDERANDO:

Que de conformidad con el mandato contenido en los artículos 13 y 47 de la Constitución Política, le corresponde al Estado proteger especialmente a aquellas personas que por su condición física, mental y/o sensorial se encuentren en circunstancias de debilidad manifiesta, así como adelantar una política de prevención, rehabilitación e integración social para las personas con discapacidad física, sensorial y síquica, a quienes prestará la atención especializada que requieran;

**Artículo 1°.** Objeto. El presente decreto tiene por objeto fijar la normatividad general que garantice gradualmente la accesibilidad a los modos de transporte y la movilización en ellos de la población en general y en especial de todas aquellas personas con discapacidad.

**Artículo 2°.** Ámbito de aplicación. Las disposiciones contenidas en el presente decreto se aplicarán al servicio público de transporte de pasajeros y mixto, en todos los modos de transporte, de acuerdo con los lineamientos establecidos en las Leyes 105 de 1993, 336 de 1996 y 361 de 1997, en concordancia con las Leyes 762 y 769 de 2002.

En cuanto hace a la infraestructura de transporte, la presente normatividad será aplicable sólo a los municipios de Categoría Especial y a los de Primera y Segunda Categoría.

**Artículo 3°.** Normas técnicas. Los equipos, instalaciones e infraestructura del transporte relacionados con la prestación del servicio de transporte de pasajeros, en los diferentes modos, que sean accesibles, de acuerdo con lo que determine este decreto, deberán indicarlo mediante el símbolo gráfico de accesibilidad, Norma Técnica NTC 4139 Accesibilidad de las personas al medio físico, símbolo gráfico, características.

En materia de accesibilidad de transporte y tránsito, serán de estricto cumplimiento las señalizaciones contenidas en el manual vigente sobre dispositivos para la regulación del tránsito en calles y carreteras, la Norma NTC 4695, así como las que se expidan o adopten en el futuro como soporte de esta reglamentación.

**Ley 1429 de 2010 (diciembre 29) Diario Oficial No. 47.937 de 29 de diciembre de 2010.** Pequeñas empresas: Para los efectos de esta ley, se entiende por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

- Inicio de la actividad económica principal: Para los efectos de esta ley, se entiende por inicio de la actividad económica principal la fecha de inscripción en el registro mercantil de la correspondiente Cámara de Comercio, con independencia de que la correspondiente empresa previamente haya operado como empresa informal.
- Tipos de informalidad de empleo: para los efectos de esta ley, existirán 2 tipos de informalidad de empleo:

- Informalidad por subsistencia: Es aquella que se caracteriza por el ejercicio de una actividad por fuera de los parámetros legalmente constituidos, por un individuo, familia o núcleo social para poder garantizar su mínimo vital.
- Informalidad con capacidad de acumulación: Es una manifestación de trabajo informal que no necesariamente representa baja productividad.

**Ley 100 de 1993.** Reúne de manera coordinada un conjunto de entidades, normas y procedimientos a los cuales podrán tener acceso las personas y la comunidad con el fin principal de garantizar una calidad de vida que esté acorde con la dignidad humana, haciendo parte del Sistema de Protección Social junto con políticas, normas y procedimientos de protección laboral y asistencia social.

**Constitución Política de Colombia de 1991.** En el título 1 "De los principios fundamentales", Artículo 1 expone: "Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general". En el Artículo 67 "Educación", que señala, entre otros "la igualdad de toda persona humana, la inalienabilidad de los derechos de las personas sin discriminación alguna; la protección especial a personas que por condición económica, física o mental, se encuentren en condición de protección especial".

**Código de comercio decreto 410 de 1971.** En él se encuentran un conjunto de normas y preceptos legales, ordenadas y sistemáticas que regulan las relaciones mercantiles todos regidos bajo disposición de una ley comercial. Define y clasifica lo que en Colombia se conoce como comerciante, sus obligaciones y sus efectos legales.

**Ley 50 (Código sustantivo del trabajo).** Hace parte del derecho laboral Colombiano, en ella se introducen reformas del código sustantivo del trabajo y se dictan otras disposiciones alrededor de las relaciones laborales y lo seguridad social en el país.

En éste código se encuentran las normas y procedimientos legales que reglamentan las relaciones individuales que surgen entre el trabajador y el empleador, buscando un equilibrio entre las dos partes.

**Legislación tributaria, estatuto tributario, decreto 624 de 1989.** Expresa todas las obligaciones tributarias que debe cumplir un comerciante y la manera como se debe diligenciar la respectiva declaración de renta según el tipo de empresa.

**Ley 550 de 1999.** Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

**Ley 789 de 2002.** Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del trabajo.

**Plan de Ordenamiento Territorial – POT.** El Plan de Ordenamiento Territorial 2012 – 2027 del municipio de Bucaramanga se constituye en el referente, guía y sustento de la planificación del territorio para los próximos años. Este segundo POT tiene su génesis en la lectura del municipio actual, en el análisis concienzudo de las normas vigentes, en la manifiesta y urgente necesidad de revisar, ajustar, actualizar y/o redireccionar el desarrollo municipal desde el ámbito territorial, y en la potenciación de la vocación del territorio.

El proceso de formulación del segundo plan tomó como punto de partida, el balance presentado en el documento de seguimiento y evaluación del POT1, de acuerdo a lo estipulado en la Ley 388 de 1997 - Ley de Desarrollo Territorial, en relación con la suficiencia y coherencia de sus contenidos; la articulación entre objetivos, estrategias y proyectos; los avances en la construcción del modelo de ordenamiento territorial; el cumplimiento de sus objetivos y la ejecución de sus proyectos.

El Expediente Municipal definido por el artículo 112 de la Ley 388 de 1997, como el instrumento de seguimiento y evaluación del POT, se constituye en el soporte fundamental para el proceso de formulación del POT 2012 - 2027.

**Plan Único de Cuentas – PUC.** DECRETO 2650 DE DICIEMBRE 29 DE 1993  
Por el cual se modifica el Plan Único de Cuentas para los comerciantes El presidente de la República, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial de las que le confiere el Ordinal 11 del Art. 189 de la Constitución Política y los Artículos 50 y 2035 del Código de Comercio, DECRETA: CAPÍTULO I Disposiciones Generales.

ARTÍCULO 1o. Objetivo. El Plan Único de Cuentas busca la uniformidad en el registro de las operaciones económicas realizadas por los comerciantes con el fin de permitir la transparencia de la información contable y por consiguiente, su claridad, confiabilidad y comparabilidad.

ARTÍCULO 2o. Contenido. El plan único de cuentas está compuesto por un catálogo de cuentas y la descripción y dinámica para la aplicación de las mismas, las cuales deben observarse en el registro contable de todas las operaciones o transacciones económicas.

ARTÍCULO 3o. Catálogo de Cuentas. El Catálogo de Cuentas contiene la relación ordenada y clasificada de las clases, grupos, cuentas y subcuentas del Activo, Pasivo, Patrimonio, Ingresos, Gastos, Costo de Ventas, Costos de Producción o de Operación y Cuentas de Orden, identificadas con un código numérico y su respectiva denominación.

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 Objetivo General.** Elaborar un estudio de mercados, mediante información primaria y secundaria, para determinar el servicio, su mercado potencial y objetivo, la demanda y oferta, canales de comercialización y los demás elementos del mercado, para la creación de una empresa de transporte especializado para personas con limitación motriz en la ciudad de Bucaramanga

#### 2.1.2 Objetivos Específicos.

- Establecer mediante la aplicación de encuestas personalizadas las características, gustos, preferencias, entre otros aspectos de los posibles clientes.
- Determinar el perfil socio demográfico de la población objetivo.
- Identificar el mercado objetivo y el mercado potencial que tendrá el proyecto, de manera que se pueda determinar la capacidad instalada del proyecto desde el punto de vista de la demanda.
- Realizar un estudio de la competencia mediante la toma de información de fuentes primarias y secundarias que permitan identificar el tipo de mercado en que se mueve el sector y el tipo de competencia si la hay.
- Examinar la demanda de servicios de transporte mediante la recolección de información primaria para cuantificarla.

- Analizar los canales actuales de comercialización del servicio hallando sus ventajas y desventajas para seleccionar el nivel de intermediación más apropiado.
- Identificar las estrategias de precios dominantes en el mercado, con el fin de destacar la oferta de precios con relación a las demás empresas de transporte en la ciudad de Bucaramanga.
- Establecer una continua comunicación efectiva a través de campañas publicitarias persuasivas y atractivas que mantengan a los clientes conectados periódicamente con los servicios del transporte especializado a través de descuentos especiales.

## **2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

**2.2.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio.** Empresa de transporte especializado para personas con limitación motriz en la ciudad de Bucaramanga que tiene como fin poner al alcance del usuario final un servicio de calidad y comodidad. El propósito fundamental es que el usuario final, tenga a su disposición un servicio óptimo, que no lo limite al desplazarse de un lugar a otro.

El vehículo cumple con las siguientes condiciones:

En su exterior está ubicada una rampa de acceso fácil, para silla de ruedas o caminador, que se activará de acuerdo a la discapacidad de la persona, comprobando que la parada o donde se recogerá la persona, incluya el espacio apropiado.

Para el desembarque del vehículo, se deberá habilitar la plataforma elevadora o rampa con borde señalizado mediante una banda antideslizante, de 5 cm de

anchura y ubicada a 3 cm del borde, (Según normas de tránsito). El vehículo en su interior tendrá los pasamanos de los accesos y los mecanismos automáticos de seguridad de las puertas.

Características de los sistemas de seguridad para usuarios de sillas de ruedas:

- La disponibilidad de asientos abatibles en los espacios reservados para sillas de ruedas.
- Color y material de pasamanos horizontales y verticales, y la altura de los pulsadores de llamada
- La habilitación y ubicación de espacios para la colocación de equipaje.
- El carácter no deslizante del piso del coche.

La empresa consiste en un servicio especializado para personas con discapacidad física. Brindar un servicio que actualmente no existe en la ciudad de Bucaramanga y sus alrededores para personas que por su condición no cuenta con un transporte especializado y adaptado para su desplazamiento.

El servicio que se va ofrecer es, **Servicio Sin acompañamiento:** El servicio sin acompañamiento, es el servicio normal de traslado, donde solo el conductor y el cliente interactúan; el usuario puede llevar un familiar o amigo como acompañante.

**2.2.2 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia.** A continuación se dan a conocer los elementos tangibles e intangibles del servicio:

La fidelización y el buen servicio es lo más importante para la empresa, por esta razón los usuarios contarán con apoyo incondicional contratando una acompañante bajo la responsabilidad de la empresa, el cual brindará tranquilidad y

seguridad a los clientes al momento de realizar sus diligencias y necesidades marcando la diferencia a nivel local.

Contar con vehículos adecuados para que la prestación del servicio sea cómodo.  
Disponibilidad del servicio en el momento que lo requieran durante todo el día.

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado Potencial.** Todas las personas con discapacidad motriz de los diferentes estratos que viven en el área metropolitana de Bucaramanga.

**2.3.2 Mercado Objetivo.** Personas con discapacidad que les obliga a usar silla de ruedas o camilla entre 9 y 69 años de los estratos 4, 5, y 6 del área metropolitana de Bucaramanga. Su cuantificación será posible mediante la investigación de la demanda.

## **2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

**2.4.1 La demanda.** La demanda del transporte para personas con deficiencia motriz está conformada por la población de Bucaramanga que buscan adquirir el servicio para las necesidades y calidad del servicio.

- **Descripción del problema de investigación de mercados.** Después de realizar consultas en diferentes fuentes de información secundarias (Cámara de Comercio de Bucaramanga, Alcaldía de Bucaramanga e Internet), se encontró que no existe información confiable que permita determinar la demanda del servicio, los precios que pueden ser aceptados por el mercado objetivo y los medios de publicidad preferidos. Esta dificultad de obtener información obliga la realización de una investigación que satisfagan los futuros clientes.

- **Necesidades de información.** En este ítem se establecen las necesidades que existen para elaborar la información de mercados.
  - Las principales características, comodidad, agilidad, rapidez y eficiencia del servicio.
  - La demanda total.
  - Los canales de comercialización.
  - Ventajas y desventajas del mercado en cuestión.
  - Los precios de referencia para el proyecto.
  - Los medios de publicidad para su proyección.
  - El valor que las personas estarían dispuesto a pagar por el servicio.
  - Contacto directo con el cliente.
  - Horario de atención.

**Cuadro 1. Ficha Técnica**

<b>Tipo de investigación</b>	Investigación Descriptiva: también conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea.
<b>Método de investigación</b>	Inductivo, se implementará este método debido a que permite analizar datos recopilados particulares.
<b>Fuentes de información</b>	Fuentes Primarias: Población con deficiencia motriz de la ciudad de Bucaramanga. Fuentes Secundarias: como fuente secundaria se resaltan las siguientes: Cámara de comercio, Banco de Datos del DANE, proyectos y revistas.
<b>Técnicas de investigación</b>	La información primaria se obtendrá mediante la aplicación de una encuesta.
<b>Instrumento para la recolección de la información</b>	Cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas (ver Anexo A)

Continuación Cuadro 1.

<p><b>Modo de aplicación</b></p>	<p>Población: Hombres y mujeres con deficiencia motriz.          Elemento Muestral: hombres y mujeres de estratos 4 en adelante con deficiencia motriz          Unidad muestral: Hogares de los estratos 4, 5, 6.</p>
<p><b>Proceso de muestreo</b></p>	<p>Muestreo aleatorio simple, se aplicando la siguiente fórmula:  <math display="block">n = \frac{z^2 (N) (P_o) (q_o)}{e^2 (N-1) + z^2 c (P_o) (q_o)}</math>         Define:          N= Población = 73538 Hogares de los estratos 4, 5 y 6 del AMB          p= probabilidad de aceptación= 0,5          q= Probabilidad de rechazo = 0,5          e= error estimado= 5%          Z= Nivel de confianza= 1,96 para un nivel de confianza del 95%.  <math display="block">n = \frac{(1,96^2)(5260) * (0,5)(0,5)}{(0,05^2)(5260 - 1) + (1,96^2)(0,5)(0,5)} = =383</math>         encuestas</p>
<p><b>Alcance</b></p>	<p>La población de la ciudad de Bucaramanga</p>
<p><b>Tiempo de aplicación</b></p>	<p>El período de tiempo de aplicación es del 15 de Agosto al 15 de Septiembre de 2015</p>

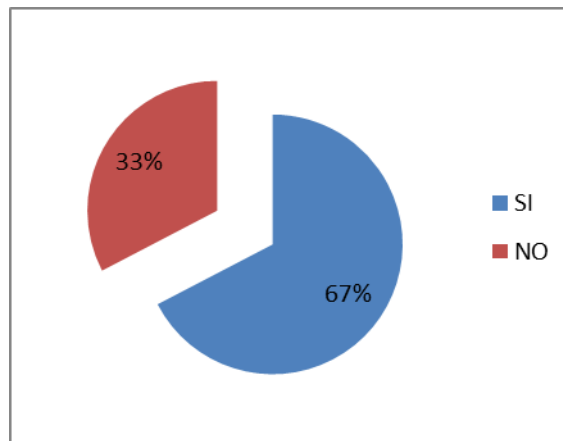
## 2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados

**Pregunta 1. En este hogar vive alguna persona con limitación motriz?**

**Cuadro 2. Hogares con personas que tienen limitación motriz.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	258	67%
NO	125	33%
Total	383	100%

**Figura 1. Hogares con personas que tienen limitación motriz.**



Con respecto a la Pregunta 1 de la encuesta, los resultados obtenidos fueron los siguientes. El 67% de los hogares tienen personas con limitación motriz, a diferencia del 33% que no tienen personas con este tipo de limitación. Este porcentaje es muy representativo y deja ver la necesidad tan elevada que el mercado objetivo tiene de servicios dirigidos a personas con limitaciones motrices; además ese 67% es un porcentaje necesario para estimar la demanda el servicio que la nueva empresa pretende ofrecer en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

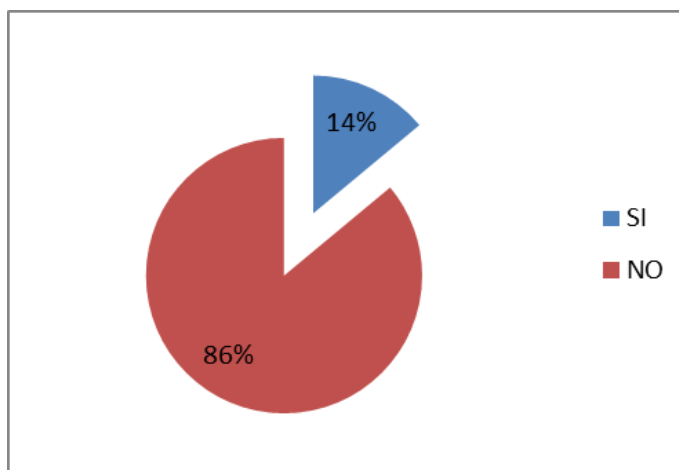
Las siguientes preguntas fueron aplicadas solo a hogares donde viven personas con discapacidad motriz.

**Pregunta 2. Alguno de ellos requiere silla de ruedas para desplazarse?**

**Cuadro 3. Hogares donde se requiere silla de ruedas para desplazarse**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	36	14%
NO	222	86%
<b>Total</b>	<b>258</b>	<b>100%</b>

**Figura 2. Hogares donde se requiere silla de ruedas para desplazarse.**



De la población encuestada en 86% no requiere de silla de ruedas para desplazarse, mientras que el 14% si lo hace ya se sea para cualquier diligencia.

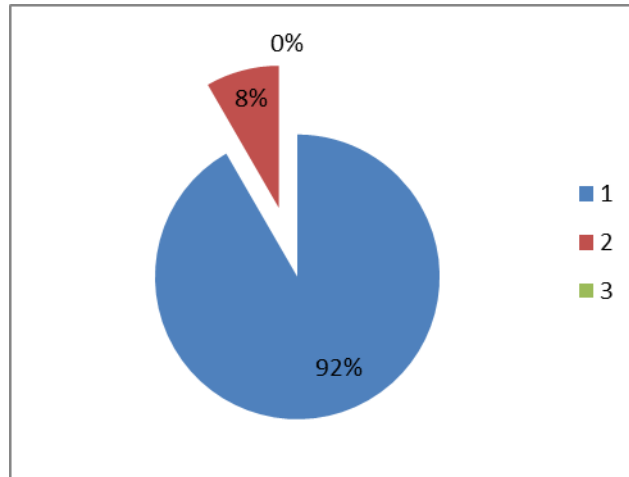
Este porcentaje es bajo, a pesar de esto es un estimador de la demanda para el servicio de transporte especial.

**Pregunta 3. Si contestó si, ¿Cuántas personas la requieren?**

**Cuadro 4. Porcentaje de hogares donde se requiere silla de ruedas.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Valor	Promedio ponderado
1	33	92%	1	0,92
2	3	8%	2	0,17
3	0	0%	3	-
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>		<b>1,08</b>

**Figura 3. Porcentaje de hogares donde se requieren silla de ruedas.**



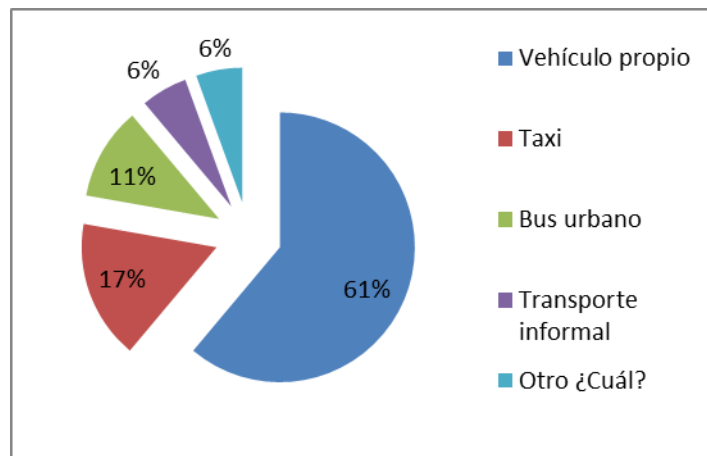
De los hogares encuestados, el 92% corresponde a los hogares que tienen una persona con alguna limitación mientras que el 8% tienen dos personas con alguna limitación, ésta información es relevante para el proyecto pues permite la identificación de la población potencial usuaria del servicio.

**Pregunta 4. Generalmente se desplaza en:**

**Cuadro 5. Medios de desplazamiento empleados.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Vehículo propio	22	61%
Taxi	6	17%
Bus urbano	4	11%
Transporte informal	2	6%
Otro ¿Cuál?	2	6%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Figura 4. Medios de desplazamiento empleados**



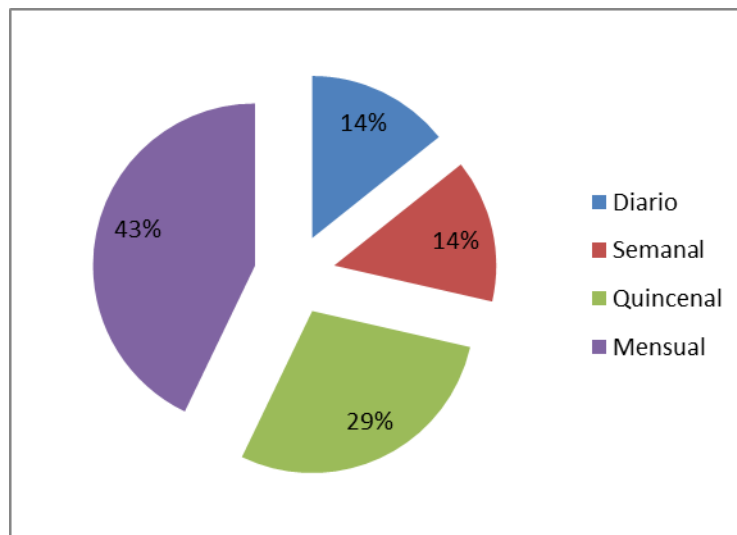
De los medios de transporte utilizado están; vehículo propio con un 61%, taxi con un 17%, seguido de bus urbano con un 11%, transporte informal y otro ¿Cuál? 6%. El transporte particular y propio fue el de mas porcentaje ya que es un medio en el cual por ser propio es de fácil acceso y comodidad, sin embargo el taxi con un 17% también es utilizado ya que en ocasiones se debe contratar en vista a que la persona que lo transporta no lo puede hacer con la frecuencia y el tiempo que se requiere; se identifica un 23% de oportunidad para la aplicación de los usuarios del servicio, en aquellos que utilizan taxi y transporte informal, siendo éste un factor importante al momento de identificar los clientes potenciales.

**Pregunta 5. ¿Con que frecuencia utiliza los medios de transporte anteriores?**

**Cuadro 6. Frecuencia de uso de medios de transporte.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Veces/Año	Promedio ponderado
Diario	2	14%	365	52,14
Semanal	2	14%	52	7,43
Quincenal	4	29%	24	6,86
Mensual	6	43%	12	5,14
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>		<b>71,57</b>

**Figura 5. Frecuencia de uso de medios de transporte.**



Referente a la pregunta 5, con respecto a los porcentajes arrojados fueron los siguientes; con mayor porcentaje esta la respuesta Mensual con 43%, Quincenal 29%, seguido de Semanal y Diario con un 2%.

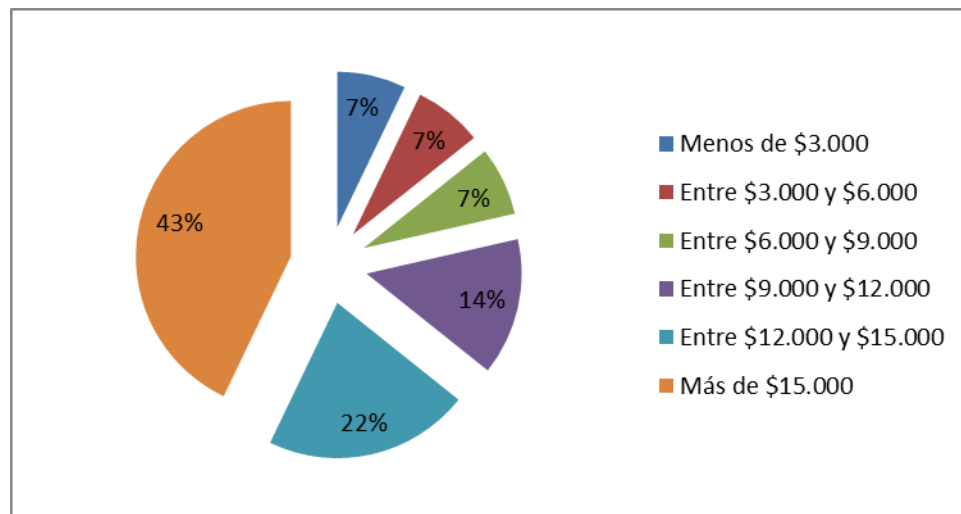
71,57 veces al año por cada hogar donde hay silla de ruedas y con esa frecuencia se puede determinar la demanda del servicio que se va a ofrecer.

**Pregunta 6. En promedio, ¿Cuánto dinero invierte por cada desplazamiento?**

**Cuadro 7. Promedio invertido por cada por cada desplazamiento.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Medio de Clase	Promedio ponderado
Menos de \$3.000	1	7%	1500	107,14
Entre \$3.000 y \$6.000	1	7%	4500	321,43
Entre \$6.000 y \$9.000	1	7%	7500	535,71
Entre \$9.000 y \$12.000	2	14%	10500	1500,00
Entre \$12.000 y \$15.000	3	21%	13500	2892,86
Más de \$15.000	6	43%	16500	7071,43
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>		<b>12428,57</b>

**Figura 6. Promedio invertido por cada desplazamiento.**



Con mayor porcentaje está la respuesta, Más de \$15.000 con 43%, Entre \$12.000 y \$15.000 con 21%, Entre \$9.000 y \$12.000 con 14%, y con un 7% \$6.000 y \$9.000, \$3.000 y \$6.000, Menos de \$3.000.

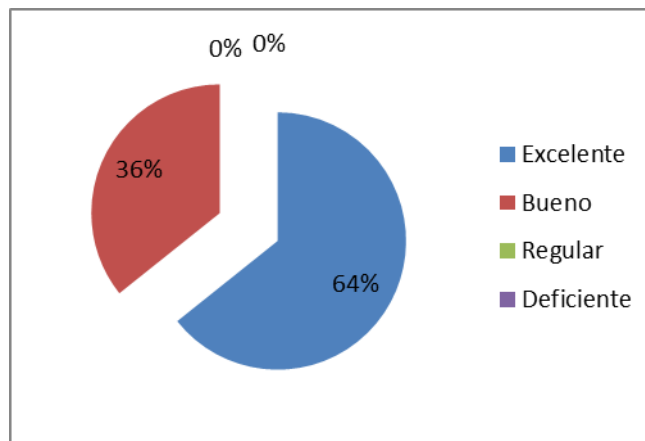
En promedio las personas que desplazan en sillas de ruedas invierten 12.428,57 por recorrido siendo esto sujeto al promedio orienta los precios que la nueva empresa debe fijar para sus recorridos

**Pregunta 7. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad del servicio de transporte que le ofrecen?.**

**Cuadro 8. Percepción respecto a la calidad del servicio de transporte ofrecido.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	4	29%
Bueno	3	21%
Regular	2	14%
Deficiente	5	36%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Figura 7. Percepción respecto a la calidad del servicio de transporte ofrecido.**



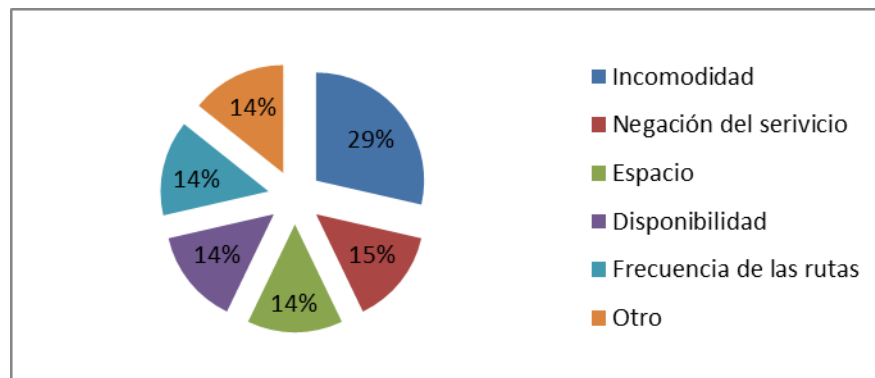
De las respuestas obtenidas en esta pregunta sobre la percepción de calidad del servicio, los resultados el porcentaje más alto fue Excelente con 64%, 36% Bueno, seguidos Regular y Deficiente que no obtuvieron porcentaje. Esta percepción sobre el servicio prestado es muy positiva, obligando a la formulación de este proyecto, al diseño de estrategias que permitan a la nueva empresa ser muy competitiva.

**Pregunta 8. Solo si su respuesta anterior fue REGULAR o DEFICIENTE señale el tipo de inconvenientes**

**Cuadro 9. Tipo de inconvenientes que se presentan a la hora de utilizar el transporte público.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Incomodidad	2	29%
Negación del servicio	1	14%
Espacio	1	14%
Disponibilidad	1	14%
Frecuencia de las rutas	1	14%
Otro	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 8. Tipo de inconvenientes que se presentan a la hora de utilizar el transporte público.**



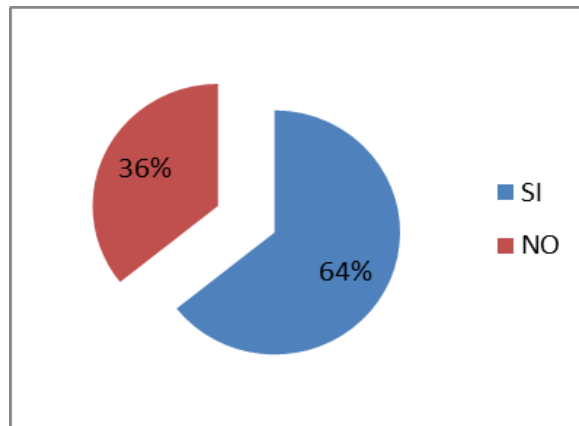
La pregunta 8, es la más importante para nuestro estudio, ya que en esta pregunta se identifican las falencias presentadas en el servicio de transporte público. El 29% manifiesta que es la incomodidad una de las grandes deficiencias, mientras que el 14% manifiestan sus inconvenientes en negación del servicio, falta de espacio, y disponibilidad, frecuencia de rutas y otro.

**Pregunta 9. ¿Si en la ciudad se creara una empresa de servicio de transporte especial utilizaría sus servicios?**

**Cuadro 10. Nivel de aceptación del nuevo servicio de transporte especial.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	64%
NO	5	36%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Figura 9. Nivel de aceptación del nuevo servicio de transporte especial.**



El 64% de las personas que utilizan silla de ruedas para desplazarse muestran disposición de utilizar los servicios de transporte especial que ofrecerá la nueva empresa, mientras un 36% no le gustaría que existiera una empresa de este tipo.

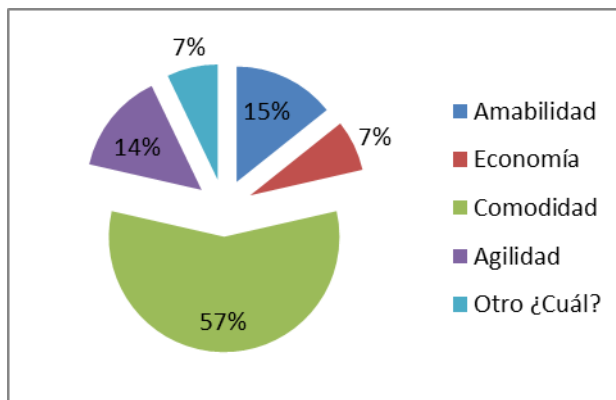
Con el 64% encontrado se puede calcular la demanda efectiva del servicio que prestara la nueva empresa.

**Pregunta 10. ¿Cuál es la principal motivación a la hora de elegir un servicio de transporte especial?**

**Cuadro 11. Principal motivación a la hora de elegir un servicio de transporte especial.**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Amabilidad	2	14%
Economía	1	7%
Comodidad	8	57%
Agilidad	2	14%
Otro ¿Cuál?	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Figura 10. Principal motivación a la hora de elegir un servicio de transporte especial.**



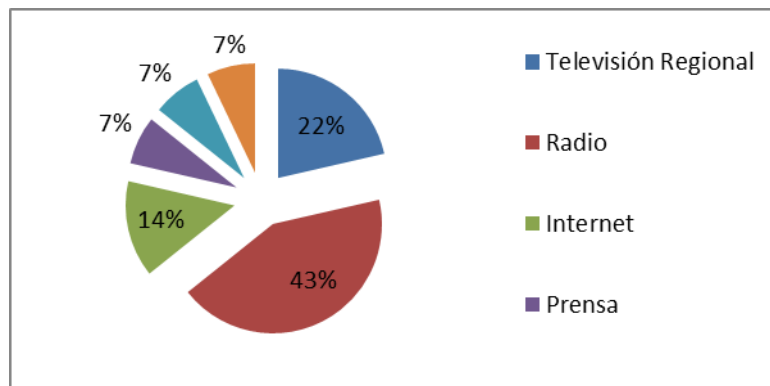
Referente a la pregunta 10, las respuestas fueron las siguientes; con mayor porcentaje esta Comodidad con un 57%, Agilidad 14%, Amabilidad 14%, Otro ¿Cuál? y Economía con un 7%. Estas motivaciones son fundamentales en el momento de implementar el servicio a ofrecer, lo que garantizara que los clientes vuelvan a tomar el servicio, pues creara fidelidad de los clientes para con la empresa; esta fidelidad será un elemento importante en la divulgación del servicio lo que atraerá nuevos clientes.

**Pregunta 11. ¿A través de qué medio de publicidad preferiría recibir información del nuevo servicio?**

**Cuadro 12. Medio de publicidad preferido**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Televisión Regional	3	21%
Radio	6	43%
Internet	2	14%
Prensa	1	7%
Volante	1	7%
Directorio telefónico	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Figura 11. Medio de publicidad preferido**



La pregunta 11, referente a los medios de publicidad, con mayor porcentaje esta Radio con un 43 % siendo este un medio de comunicación con fácil acceso a la población, 21% Televisión Regional, 14% Internet, 7% de Prensa, Volante y Directorio telefónico.

Con esta información se pueden trazar estrategias publicitarias donde se utilicen los medios preferidos por el mercado objetivo.

**2.4.3 Estimación de la demanda.** Con base en la información que se ha recolectado, en la aplicación de la encuesta; se pretende realizar la estimación de la demanda, mediante la técnica de la extrapolación. Para este cálculo se toma información de la pregunta 1 (67% de la población objetivo tiene limitación motriz), de la pregunta 2 (14% de los hogares requieren silla de ruedas), pregunta 3 (en promedio 1,08 personas que usa silla de ruedas en cada hogar donde se requiere el servicio de transporte especial), pregunta 4 (porcentaje de hogares que no se desplazan en vehículo propio 39%) pregunta 5 (la frecuencia anual del servicio es de 71,57 veces). Los porcentajes anteriores se multiplican por el tamaño del mercado objetivo (73538 hogares de estratos 4, 5 y 6 del AMB)

Demanda anual estimada =  $73538 * 67\% * 14\% * 1,08 * 39\% * 71,57 = 207.938$   
Servicios de transporte especial.

Demanda efectiva = Demanda anual estimada \* porcentaje de aceptación del servicio (Pregunta 9).

$220731 * 64\%$  pregunta 9 = 133.080 servicios de transporte especial.

**2.4.4 Proyección de la demanda.** Esta proyección es el resultado del valor futuro, fórmula utilizada en la economía para la demanda actual.

Ecuación  $VF = VP (1 + i)^t$

Dónde:

VP: 133080 demanda efectiva de servicios de transporte especial

i: 2,1% anual (factor de crecimiento poblacional de Bucaramanga según DANE)

t: Número de períodos

- Demanda del año 1

$$\text{Demanda Año 1} = VP(1 + i)^n$$

$$\text{Demanda Año 1} = 133080(1 + 0,021)^1$$

$$\text{Demanda Año 1} = 135874,68 \text{ Servicios}$$

- Demanda del año 2

$$\text{Demanda Año 2} = VP(1 + i)^n$$

$$\text{Demanda Año 2} = 133080(1 + 0,021)^2$$

$$\text{Demanda Año 2} = 137828,0483 \text{ Servicios}$$

- Demanda del año 3

$$\text{Demanda Año 3} = VP(1 + i)^n$$

$$\text{Demanda Año 3} = 133080(1 + 0,021)^3$$

$$\text{Demanda Año 3} = 141641,3373 \text{ Servicios}$$

- Demanda del año 4

$$\text{Demanda Año 4} = VP(1 + i)^n$$

$$\text{Demanda Año 4} = 133080(1 + 0,021)^4$$

$$\text{Demanda Año 4} = 144615,8054 \text{ Servicios}$$

- Demanda del año 5

$$\text{Demanda Año 5} = VP(1 + i)^n$$

$$\text{Demanda Año 5} = 133080(1 + 0,021)^5$$

$$\text{Demanda Año 5} = 147652,7373$$

## **2.5 OFERTA O COMPETENCIA**

**2.5.1 Necesidades de información.** Debemos observar a las empresas de transporte público, como brindan el servicio a las personas con discapacidad motriz. Además tener en cuenta los siguientes aspectos.

- Empresas más representativas del sector.
- Debilidades y fortalezas de los competidores
- Factores diferenciadores

**2.5.2 Análisis de la Situación actual de la competencia.** El servicio de transporte especial está siendo prestado por taxistas actualmente, cuyos vehículos no se encuentran adaptados para transportar al paciente juntamente con su silla.

De manera que la silla debe plegarse y ubicarse en el baúl, en tanto que la persona tiene que ser cargada o hacer esfuerzo físico para ocupar el puesto del pasajero.

Por otro lado se identificó la existencia de los vehículos de una empresa que presta un servicio similar al propuesto a este anteproyecto. A continuación se presenta una matriz competitiva.

### 2.5.3 Ficha Técnica.

**Cuadro 13. Ficha Técnica.**

Servicio	Servicio que ofrece	Debilidades	Fortalezas
Bus Urbano	Transporte a todo público en General, por \$1800 pesos	No tiene rampla de acceso para personas con deficiencia motriz. Sobrecupo en el sistema	Es un servicio muy económico.
Taxi	Transporte para todo público en general, donde su tarifa se rige a través de un taxímetro y su mínimo costo es \$4.500 pesos	No existe un diseño apropiado para personas con deficiencia motriz. El servicio es negado en muchas ocasiones a personas con deficiencia motriz	Es un servicio cómodo en cuanto al espacio.
Transporte Informal	Transporte para personas de bajo estrato, donde su valor es de \$2.000 pesos	No existe un diseño apropiado para personas con deficiencia motriz.	Es un servicio económico.
EMPRESA TRADIS	Transporte para personas de estrato alto, donde su valor es de \$35.000 a \$40.000.	Existe busetas con diseños indicados para el transporte	Falta de publicidad

## 2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Existe una demanda insatisfecha del 50% este resultado da de sumar los porcentajes de Regular y Deficiente de la pregunta 7.

Demanda anual estimada  $207.938 \times 50\% = 103.969$

De acuerdo a esta demanda, se muestra que el proyecto es factible y viable la realización, puesto que las distintas empresas que ofrecen un servicio semejante, no son competencia, ya sea por el precio que cobran o por no tener los elementos necesarios para el transporte de la población en estudio.

## 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

### 2.7.1 Estructura de los canales actuales.

**Directo.** Las organizaciones que proporcionan productos, en lugar de servicios, usan canales de distribución como intermediarios para llevar los productos a los clientes. Este sistema crea una relación indirecta entre el fabricante y el cliente. En el sector de servicios, la relación es directa. La empresa de servicios lleva el servicio directamente al cliente. En el sector de consultorías, por ejemplo, el cliente trata directamente con la persona que lleva el servicio.

**Indirecto.** En algunos mercados de servicio, existe una relación indirecta de comercialización. Las empresas que venden servicios, como los seguros, servicios financieros, mano de obra, viajes o entretenimiento, pueden usar agentes además de venderlos directamente a los clientes. Sin embargo, muchas compañías de seguros establecidas transformaron su modelo de distribución de agentes y fuerza de ventas directa cuando se enfrentaron a la competencia de nuevos competidores que usaban el Internet para vender directamente a los clientes. Los

nuevos participantes, sin una infraestructura de ventas que soportar, podían ofrecer a los clientes primas más bajas y quedarse así con el negocio.

### 2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.

**Cuadro 14. Ventajas y desventajas de los canales actuales.**

CANAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Directo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay intermediarios.</li> <li>- El negocio se concreta directamente con el cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Requiere políticas internas, para su publicidad, la empresa asume el costo de publicidad e información.</li> </ul>
Indirectos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conexión,</li> <li>- amplia cobertura</li> <li>- financiamiento propio</li> <li>- organización de ventas propia</li> <li>- mantenimiento de stocks</li> <li>- complementación de líneas de productos y variedades de surtido</li> <li>- especialización por zonas o áreas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menor Promoción que los directos</li> <li>- Controlabilidad relativa, especialmente en los precios</li> <li>- Menor contribución marginal con relación al precio final de ventas</li> <li>- Volúmenes de compra adicionales a políticas ajenas al fabricante</li> </ul>

**2.7.3 Selección de los canales de comercialización.** Para la empresa es un servicio directo con el cliente, por lo tanto el canal seleccionado es el directo.



## 2.8 PRECIO

**2.8.1 Análisis de precios de la competencia.** La siguiente tabla, brinda la información apropiada, frente al análisis de precios de la competencia. Al no existir una empresa dedicada al 100% para el transporte de personas con deficiencia motriz, se toma como base todos los servicios que existen para el transporte.

**Cuadro 15. Precios de la competencia**

Servicio	Precio
Bus Urbano	\$1.900 Pesos
Taxi	\$4.500 a \$40.000 pesos
Transporte Informal	\$2.000 Pesos
Ambulancia	\$ Desde \$20.000 Pesos en adelante

**2.8.2 Estrategias de fijación de precios.** Según el análisis anterior se formula estratégicamente un precio accesible a todos los usuarios o clientes, basado en la competencia, para ello se establece una tabla de precios, de acuerdo a la cobertura y servicio solicitado. Estos precios se mantendrán durante todo el proyecto como base para el estudio financiero, de tal forma que la empresa no genere pérdida, si no por lo contrario su rentabilidad sea la esperada.

## 2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

### 2.9.1 Objetivos

- Informar a todos los usuarios, la calidad del servicio que se ofrece.
- Utilizar las redes sociales como medio informativo.

## 2.9.2 Logotipo

Figura 12. Logotipo



Sobre Ruedas, es el nombre más apropiado, para señalar que la empresa, dedica sus funciones al transporte de personas con discapacidad motriz de forma segura.

**2.9.3 Slogan. “Movilidad con facilidad”.** Hace referencia un minivans con el equipo necesario para el transporte del usuario.

**2.9.4 Análisis de medios.** En el mercado real existen gran variedad de apoyos para ofrecer un servicio, para esto encontramos la diversidad de publicidad; los hay impresos como: tarjetas de presentación, volantes y folletos, entre los audiovisuales están el internet, redes sociales y la televisión.

**Periódico.** Es un medio con alto nivel de credibilidad y gran flexibilidad geográfica. Se trata de un medio leído por personas que gustan de información por lo que la publicidad puede ser más extensa y precisa. La mayor fuente de ingresos en los periódicos por concepto de publicidad es gracias a los vendedores locales y los anuncios clasificados.

**Televisión.** Llega a un alto número de personas, es un medio caro y de gran impacto. Se utiliza para anunciar productos o servicios de amplio consumo.

**Radio.** Tiene varias fortalezas como medio de publicidad: selectividad de audiencia, muchos oyentes fuera de casa, bajos costos unitarios y de producción,

oportunidad y flexibilidad geográfica. Los anunciantes locales son los usuarios más comunes de la publicidad a través de la radio, por lo que contribuyen con más de tres cuartas partes de todos los ingresos de ese medio<sup>9</sup>.

**Volante.** Es un método efectivo para difundir un mensaje a bajo costo, pero más que nada, es efectivo porque la publicidad se segmenta al mercado meta que queremos dirigir nuestros esfuerzos. Los volantes se pueden repartir en ciertas zonas de la ciudad donde queremos incrementar nuestra presencia y por supuesto las ventas.

**2.9.5 Selección de medios.** Teniendo en cuenta la capacidad económica de la compañía dedicada al transporte de personas con deficiencia motriz, los medios publicitarios para iniciar con la publicidad de la misma son:

**Volante.** Este medio se empleara para dar a conocer la empresa y las promociones que se realicen. Para que el volante tenga el éxito que se desea debe tener un título llamativo, claro y preciso, la descripción debe ser detallada pero breve y claro, En cuanto al tamaño pueden ser utilizados son media carta y un cuarto de carta, el papel couché 100 y bond 20, su impresión es full color.

**Radio.** Es un medio de comunicación que tiene amplia red dentro y fuera del Área Metropolitana de Bucaramanga, de gran sintonía y acogida por los oyentes, expresando el aspecto creativo de planificar el contenido y la forma del mensaje, dentro del plan de acciones publicitarias, siendo esto importante para llegar a un número significativo de clientes o usuarios potenciales. La cucha radial tendrá una duración de 1 minuto con frecuencia de 3 diarias.

---

<sup>9</sup> s.n. Los medios publicitarios. [en línea]. [citado el 15 de diciembre de 2016]. Disponible en internet:<URL: <https://todopublicidad.wordpress.com/2009/07/06/los-medios-publicitarios/>>

**2.9.6 Estrategias Publicitarias.** Se realizará un coctel de bienvenida donde estará ubicada la empresa, esto con el fin que nuestros futuros clientes conozcan las instalaciones; el frente de las oficinas serán pintadas de los colores azul y blanco, colores representativos de la empresa. Entre los invitados estarán como posibles clientes personas tienen alguna limitación motriz, principalmente que tengan o utilicen silla de ruedas para transportarse, así mismo personal que tiene contacto con este tipo de clientes como los son: Droguerías, clínicas, hospitales, fundaciones, etc.

Para el día de la inauguración, se les dará un obsequio a todos los usuarios que se inscriban en nuestros planes ese día.

**2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción**

**2.9.7.1 De lanzamiento.** El presupuesto que se destinara para la inauguración es un valor de\$ 20.000.000 millones para suplir los gastos como son: compra de volantes, pautas radiales, y coctel de bienvenida a los posibles clientes.

**Cuadro 16. Presupuesto lanzamiento servicio**

Medio	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Pautas radiales	60	\$4.000	\$ 240.000
Volantes	10.000	\$ 200	\$ 2.000.000
Coctel	1	\$ 17.760.000	\$ 17.760.000
<b>Total</b>			<b>\$ 20.000.000</b>

**2.9.7.2 De operación.** En el momento que la empresa inicie sus operaciones, se debe mantener su publicidad para facilitar su posicionamiento y permanencia. En esta etapa se utilizarán principalmente, medios como volantes y radio, la fachada de la empresa y las minivans con el logo y los colores representativos de la empresa.

### Cuadro 17. Presupuesto Publicidad

Medio de publicidad	Valor mensual	Valor del año
Pautas radiales	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Volantes	\$ 40.000	\$480.000
<b>Total</b>	<b>\$290.000</b>	<b>\$3.480.000</b>

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** El tamaño de la empresa para personas con deficiencia motriz, está determinado por cada servicio que corresponde a lo solicitado por el usuario, donde podrán escoger de acuerdo al plan que más le convenga y así obtener un servicio de calidad.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.** Se precisa en cada uno de los factores como condiciona o no al proyecto con el ánimo de dimensionar en una pequeña, mediana o gran empresa, es aquí se analizan factores como:

- **El tamaño del proyecto y la demanda:** La demanda: es un factor determinante para saber el número de servicios. De acuerdo al tamaño del proyecto y la demanda, se estima para el primer año un total de 29.827 servicios.
- **El tamaño del proyecto y los suministros e insumos:** los insumos para este servicios son todos los elementos relacionados con el transporte de personas con deficiencia motriz como sillas ruedas, botiquín de primeros auxilios entre otros, suministros que no limita la realización del proyecto.
- **El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos:** La tecnología utilizada, no limita la realización del proyecto, ya que la tecnología a utilizar es de fácil adquisición.
- **El tamaño del proyecto y la localización:** De acuerdo con la distribución geográfica de la ciudad de Floridablanca, actualmente la ciudad cuenta con espacio amplio de publicidad, pasa calles, emisoras radiales, espacios de

televisión local y nacional. Cuenta además con grandes centros comerciales como: La Florida, Caracolí y Cañaveral.

Ubicar la empresa en Floridablanca casco urbano, siento esto un factor importante y no limitante para el desarrollo del proyecto, puesto que se presta para proyectar la publicidad del negocio y conocimiento del mismo por diferentes tipos de clientes.

- **El tamaño y el financiamiento.** Todo proyecto requiere de financiamiento, y entre más grande es la empresa, mayor será su inversión. Por tener unos recursos financieros limitados, el proyecto tendrá un tamaño limitado.

### 3.1.3 Capacidad del proyecto

#### 3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio.

Corresponde a la máxima capacidad que se puede producir según las necesidades reales de la demanda

Para determinar la capacidad diseñada, se tienen en cuenta todos los días del año sin importar la hora, ya que en muchas ocasiones este servicio es solicitado a altas horas de la noche y a tempranas horas de la madrugada, incluyendo días festivos y feriados. En base a la anterior información, se diseña el siguiente cuadro, teniendo dos minivans para el servicio.

**Cuadro 18. Capacidad diseñada del servicio.**

Días al año	Horas	Promedio del servicio por hora	Número de vehículos	Total de servicios
365	24	3	2	52.560

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** Se tienen en cuenta el tiempo real de producción de la empresa, según jornada laboral, número de empleados, vehículos disponibles. De acuerdo a la capacidad instalada, se tiene que tan solo 2 vehículos prestaran el servicio, al ser una empresa nueva, por lo que el porcentaje de uso se reduce a dos servicios por hora, como máximo y de acuerdo a la cantidad de empleados que existe en la empresa.

De acuerdo a la anterior información, el servicio se proyecta de la siguiente manera:

**Cuadro 19. Capacidad instalada del servicio.**

Días al año	Horas	Promedio del servicio por hora	Número de vehículos	Total de servicios
365	16	3	2	35.040

**3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.** Determina el margen de capacidad utilizada y el grado de participación que atenderá inicialmente el mercado. Este porcentaje de participación debe darse sobre la capacidad Instalada. La capacidad proyectada se determina para los primeros cinco años se tiene en cuenta la capacidad instalada por el porcentaje de uso y posteriormente se divide este valor por la demanda proyectada y se multiplica por cien.

**Cuadro 20. Capacidad utilizada y proyectada del servicio.**

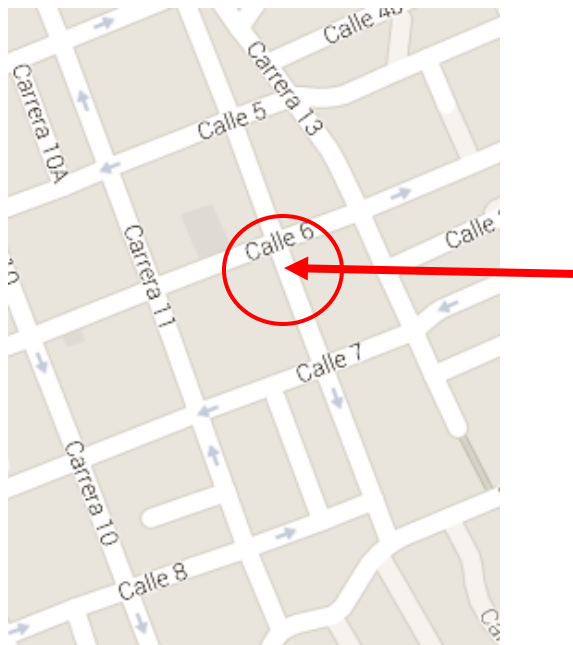
Año	Capacidad Instalada	Porcentaje de uso de la capacidad instalada	Capacidad utilizada Proyectada
1	35040	60%	21024
2	35040	63%	22075
3	35040	66%	23126
4	35040	69%	24178
5	35040	72%	25229

## 3.2 LOCALIZACIÓN

**3.2.1 Macro localización.** La localización de la sede de la empresa de transporte para personas con limitación motriz estará ubicada en el área Metropolitana de Bucaramanga.

**3.2.2 Micro localización.**

**Figura 13. Micro localización**



El lugar donde se ubicara la empresa será el casco urbano de Floridablanca, el cual contara con zona de parqueo para las minivans. El cual fue determinado por el método cualitativo de puntos, este consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende del criterio y experiencia del evaluador, al comprar dos o más localizaciones opcionales, se procede a asignar una

calificación a cada factor en una localización de acuerdo a una escala predeterminada como por ejemplo de cero a diez. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje<sup>10</sup>.

**Costo de arrendamiento.** El canon de arrendamiento mensual se pagará por el uso de las instalaciones donde se ubicará la sede de la empresa de transporte para personas con limitación motriz.

**Costo de servicios públicos.** Estos valores se generarán por el uso de los servicios públicos como agua, luz y teléfono, internet teniendo en cuenta que la ubicación del local se ubicará en el casco urbano de Floridablanca.

**Disponibilidad de locales.** Cantidad de locales disponibles para ubicar la empresa de transporte especializado en discapacitados con limitación motriz.

**Infraestructura del local.** Lugar donde se llevará a cabo el funcionamiento de la empresa con sus actividades técnicas y administrativas.

**Tránsito de personas.** Número de personas que circulan por el centro de Floridablanca.

**Cercanía del mercado objetivo.** Disposición de acceso a vías desde cualquier lugar del Área Metropolitana de Bucaramanga para llegar al casco urbano de Floridablanca.

---

<sup>10</sup> ARRIETA, Yuliana. Método cualitativo por puntos. [en línea]. [citado el 25 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL:<http://es.slideshare.net/YulyArrietacardenas/mtodo-cualitativo-por-puntos-41416164>>

**Cuadro 21. Micro localización del servicio.**

<b>FACTOR</b>	<b>PONDERACION ( % )</b>
Costo de arrendamiento	25
Costo de servicios públicos	15
Disponibilidad de locales	15
Infraestructura del local	20
Tránsito de personas	10
Cercanía del mercado objetivo	15
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>


**Cuadro 22. Selección, ponderación y asignación de puntos.**

<b>Área Metropolitana de Bucaramanga</b>									
<b>Factores</b>	<b>% Peso</b>	<b>Floridablanca</b>		<b>Piedecuesta</b>		<b>Girón</b>		<b>Bucaramanga</b>	
		<b>Calif</b>	<b>Total</b>	<b>Calif</b>	<b>Total</b>	<b>Calif</b>	<b>Total</b>	<b>Calif</b>	<b>Total</b>
<b>Costo de arrendamiento</b>	25	3	0,75	1	0,25	2	0,5	4	1
<b>Costo de servicios públicos</b>	15	2	0,3	1	0,15	3	0,45	4	0,6
<b>Disponibilidad de locales</b>	15	3	0,45	4	0,6	2	0,3	1	0,15
<b>Infraestructura del local</b>	20	4	0,8	1	0,2	3	0,6	2	0,4
<b>Tránsito de personas</b>	10	3	0,3	2	0,2	1	0,1	4	0,4
<b>Cercanía del mercado objetivo</b>	15	4	0,6	3	0,45	2	0,3	1	0,15
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>3,2</b>		<b>1,85</b>		<b>2,25</b>		<b>2,7</b>

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 3.3.1 Ficha técnica del servicio

**Cuadro 23. Ficha técnica del servicio**

<b>Servicio Principal</b>	El servicio se ofrecerá en la ciudad de Bucaramanga y su Área metropolitana.
<b>Diseño</b>	
<b>Especificaciones</b>	<p>El servicio será atendido por el conductor del vehículo.</p> <p>La duración del servicio está sujeta a la distancia del lugar a transportarse el cliente.</p> <p>Horario de atención: 6 am a 10 pm Días de Atención: Todos los días</p> <p>La empresa cuenta con su sede administrativa y zona de parqueadero propia.</p> <p>El vehículo es una Vans Nissan Urvan NV350 adaptada para silla de rueda o camilla, conducida por una persona con conocimientos de primeros auxilios.</p> <p>El servicio es solicitado por el cliente cuando lo requiera.</p>

**3.3.2 Descripción técnica del proceso.** Dentro de la selección del proceso productivo, es necesaria la atención que se le brinda al cliente, es decir estar en contacto en todo momento con el usuario, ya sea a través de los diferentes medios de comunicación que existen al alcance de la persona.

Se tiene en cuenta, desde que el usuario solicita el servicio hasta que llegue a su destino final como se especifica a continuación:

*Cliente solicita el servicio:* La atención brindada debe ser la más importante, ya que la primera impresión es la que mantiene el cliente satisfecho, de llevarse una mala impresión, el trayecto sería incómodo para la empresa y el cliente.

*Toma de datos y observaciones:* Se toman los datos de los clientes como Nombre completo, dirección, teléfono, correo electrónico, fecha nacimiento, lugar donde origen y destino de cada cliente.

*Cliente Aborda y Ubicación en el Vehículo:* El trato al cliente en este momento es muy importante porque inicia el trato con él para que pueda llegar a su destino.

*Desplazamiento del Cliente:* De acuerdo al sitio de destino, el cliente durante su trayecto deberá disfrutar de la vista, sin estar un solo minuto incómodo, para esto la minivans cuenta con un equipo altamente calificado para esta situación.

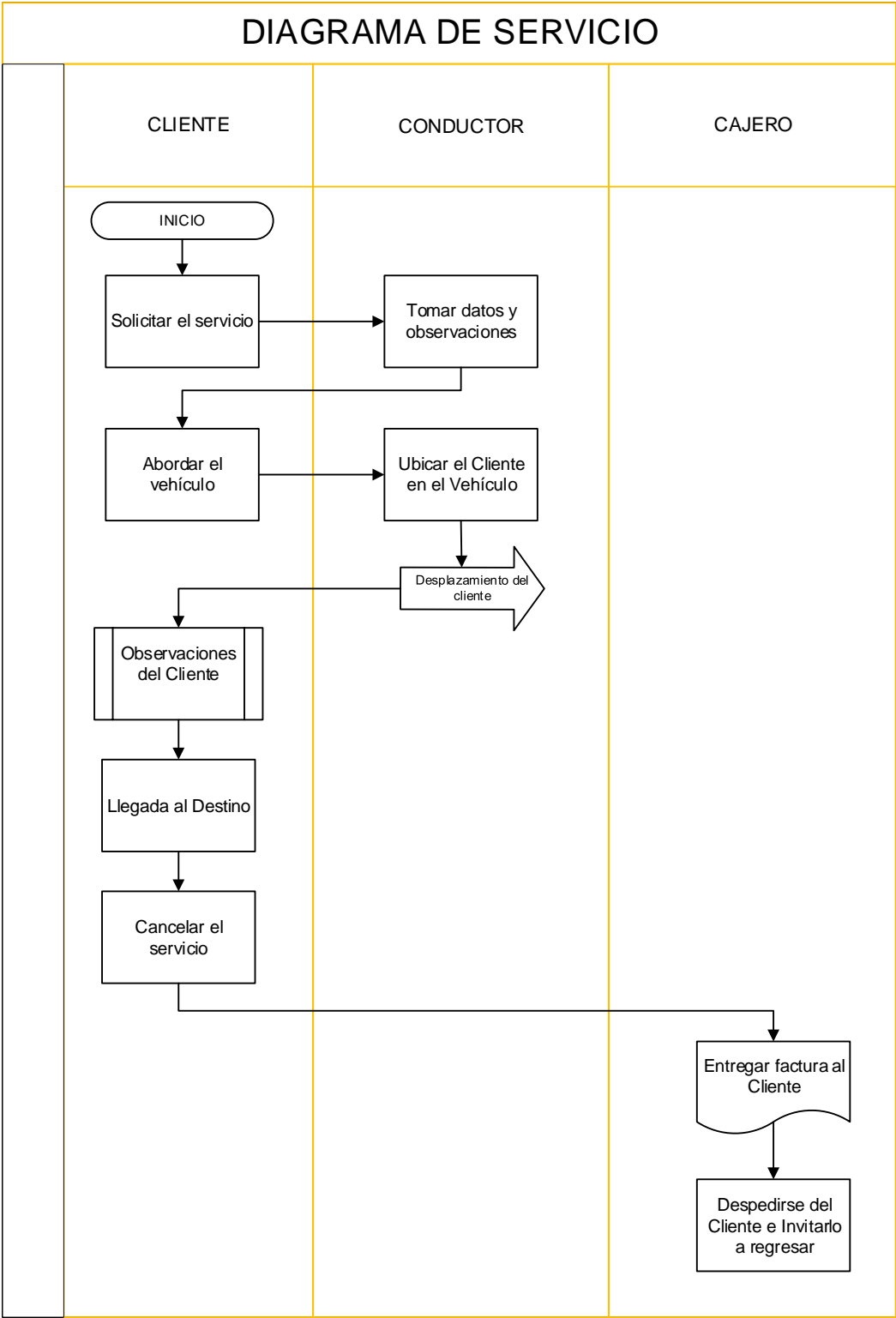
*Observaciones del cliente:* Se reciben las sugerencias de cada servicio para poder mejorar y retroalimentar a las personas que prestan el servicio.

*Cliente llega a su destino y Salida del vehículo:* Al igual que el abordaje, en este paso, el cliente debe llevarse la mejor impresión del servicio, la atención desde el abordaje hasta que llega su destino final.

*Generar cuenta de cobro:* En efectivo o Tarjetas débito y crédito.

**3.3.3 Diagrama de procedimiento.** Se incluye el tiempo estimado de producción. Acá se tienen cuenta los símbolos que se aplican para indicar operaciones, transportes, demoras, inspección y almacenamiento, en el caso de servicios se utiliza diagrama de procedimiento. Las secciones que intervienen en la prestación del servicio y las actividades que comprenden cada uno de ellos se establecen en la Figura 10:

Figura 14. Diagrama del servicio



**3.3.4 Control de calidad.** El control de la calidad del servicio se da desde la contratación del personal técnico, el cual contará con las competencias suficientes para resolver cualquier problema que se ocasione en la prestación del servicio.

También se verificará la calidad del servicio prestado a los clientes mediante un software sencillo de base de datos con el que se corregirán las oportunidades de mejora. Se realizará el mantenimiento preventivo y correctivo de los vehículos prestadores del servicio con el fin de evitar inconformidades por parte de los clientes.

**3.3.5 Recursos.** De acuerdo a la estructura del estudio financiero, los recursos, son los más importantes para que la empresa puede crecer y ejercer, estos recursos dependen directamente de la capacidad del proyecto.

**3.3.5.1 Recurso humano (M. O. D., M. O. I. D de servicio).** Es el trabajo aportado por un equipo humano o un conjunto de personas, para la empresa el recurso humano es el siguiente: un Gerente, dos conductores, una secretaria, un contador.

Es el equipo necesario con el que la empresa puede comenzar a laborar y a crecer, para consolidarse a nivel nacional.

**3.3.5.2 Recurso físico.** Lo compone todos los elementos de oficina, muebles y demás elementos para brindar un buen servicio.

- **Muebles para administración**

**Cuadro 24. Muebles para administración.**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Precio unitario</b>
2	Escritorios	Escritorio Cajón PRACTIMAC PM3400223 Wengue. Muebles, Mobiliario es el conjunto de muebles; son objetos que sirven para facilitar los usos y actividades habituales en casas, oficinas y otro tipo de locales.	\$119.900
2	Sillas ergonómicas	Silla De Oficina K-line Negra 5118d	\$225.900
4	Sillas sencillas	Muebles Oficina, Sillas Interlocutoras, Sillas	\$565.000
2	Silla de ruedas	Silla De Ruedas Estándar Plegable Asiento Más Ancho Garantía	\$315.000
2	Camillas	Camillas Portátiles 3 Posiciones	\$240.000

- **Equipos para administración**

**Cuadro 25. Equipos para administración.**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>
2	Equipos de cómputo	Intel Core I5 Cuarta Generación 1tb 4gb LedGtia 3años
2	Teléfonos	Teléfono Conmutador Panasonic Kxt7730 Para Planta Telefónica
2	Estabilizadores	Regulador Elevador Y Estabilizador De Voltaje De 2 Kva
1	Impresora	Impresora Multifuncional Hp Officejet Pro 8620 Oficio Dúplex

- **Vehículo**

**Cuadro 26. Transporte.**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>
2	MINIVANS	Vans Nissan Urvan NV350, acondicionada

**3.3.5.3 Recurso de insumos por línea de producto o servicio.** Dependen más de la papelería a utilizar por la empresa, como son los contratos, recibos, útiles, hojas, y son de fácil adquisición y de menor tiempo.

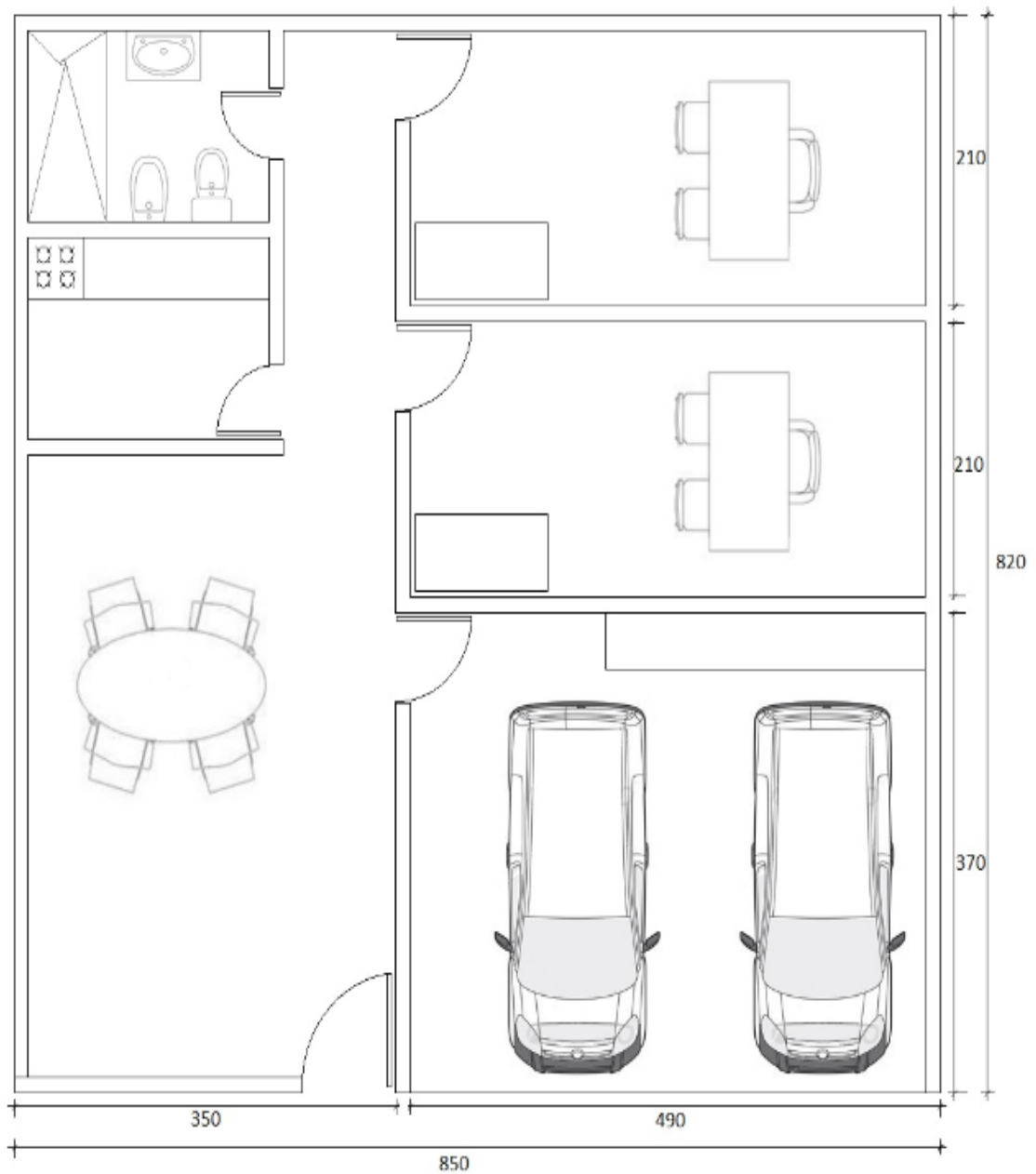
**3.3.6 Análisis de Proveedores.** La empresa “Sobre Ruedas” contara con los siguientes proveedores, quienes fueron seleccionados por su calidad, garantía y reconocimiento en el mercado, siendo esto un factor importante para la prestación del servicio de transporte.

- **Nissan.** Proveedor de compra de vehículo, mantenimiento preventivo y correctivo, esta es una ventaja ya que cuenta con todos los requerimientos necesarios para el funcionamiento de la empresa referente a los vehículos, Cl. 60 #27-15, Bucaramanga.
- **Líneas Hospitalarias.** Proveedor de sillas de ruedas ofrece soluciones médico-quirúrgicas de valor a sus clientes, buscando su satisfacción con sus recursos físicos y tecnológicos adecuados que soporten la mejora continua de sus procesos. Carrera 32 # 36 – 13, Bucaramanga.
- **Droguería Pague Menos.** Proveedor de productos de primeros auxilios para el botiquín de la empresa, ofreciendo los productos más económicos en el mercado. Calle 105 #21-139, Bucaramanga.

- **Hecho en Colombia.** Proveedor de los elementos de oficina, ubicado en la Calle 32 # 26 – 5, Bucaramanga.

### 3.3.7 Distribución de planta

**Figura 15. Distribución de planta**



**Cuadro 27. Áreas de la planta física.**

<b>Area</b>	<b>Sector</b>
69.7 m <sup>2</sup>	Área total de la empresa
10,29 m <sup>2</sup>	Área de la oficina del Gerente
10,29 m <sup>2</sup>	Área de la oficina de la Secretaria
16,8 m <sup>2</sup>	Área de Sala de Juntas
4 m <sup>2</sup>	Área de baño
1.75 m <sup>2</sup>	Área de Parqueadero
18,13 m <sup>2</sup>	Área de cafetería

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La constitución jurídica de la empresa, será constituida por medio de la Sociedad Simplificada, a través de dos socios y un préstamo por el valor del 35% del proyecto a la entidad bancaria que ofrezca la tasa más baja, en este caso la caja social.

La empresa se constituye mediante un documento a la cámara de comercio, por escritura pública ante un notario, con las siguientes especificaciones de una Sociedad por Acciones Simplificada:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 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 estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse al menos un representante legal.

Las personas que suscriben el documento de constitución deberán autenticar sus firmas antes que este sea inscrito en el registro mercantil. Esta autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado, en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal.

El documento privado debe ser inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal. Adicionalmente, ante la Cámara de comercio se diligencian los formularios del Registro Único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y se lleva a cabo el pago de lo atinente a matrícula mercantil, impuesto de registro y derechos de inscripción.

## **4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL**

**4.2.1 Visión.** En el 2020 ser la primera empresa a nivel nacional dedicada al servicio de transporte de personas con discapacidad motriz, con la mejor cobertura con diferentes sucursales.

**4.2.2 Misión.** Empresa de transporte para personas con discapacidad motriz con régimen simplificado, que ofrece un servicio de calidad y comodidad, logrando así la satisfacción de los usuarios del servicio a la hora de desplazarse desde su origen hacia su destino.

**4.2.3 Objetivos.** Los siguientes son los objetivos empresariales:

- Prestar un servicio que cumpla las expectativas de nuestros clientes, aplicando los correctivos necesarios sugeridos por ellos mismos.
- Conservar un buen ambiente laboral y agradable, cumpliendo con las prestaciones salariales justas y la aplicación de principios que integren al personal de la empresa.
- Realizar capacitaciones al personal operativo y comercial, esto con el fin de optimizar la atención a los clientes.
- Desarrollar estudios de mercados para la incorporación de nuevos servicios.

- Evaluar permanentemente la situación financiera de la empresa a través del análisis de indicadores financieros que permitan tomar decisiones para mejorar la rentabilidad de los inversionistas.

#### **4.2.4 Políticas**

##### **Políticas de personal:**

- Todos los cargos contarán con sus respectivos manuales de funciones, con sus perfiles y salarios basados en una estructura salarial previamente definidos.
- La estructura salarial será definida por un método cuantitativo que permita el aumento salarial a los empleados.
- La vinculación de personal a la empresa será mediante contrato de trabajo a término fijo por escrito.
- La empresa programará cursos de capacitación para mejorar la calidad de las labores desarrolladas por el personal de la empresa.
- Se responderá por sus actos de acuerdo a las líneas de autoridad existentes dentro de la organización.

##### **Políticas de compras:**

- Se evaluará semestralmente a los proveedores.
- Mantener los niveles de calidad del servicio de transporte.
- Seleccionar los proveedores con las características necesarias requeridas para el mantenimiento de los vehículos.
- Todas las compras serán de contado con su respectiva factura legal.

##### **Políticas de ventas:**

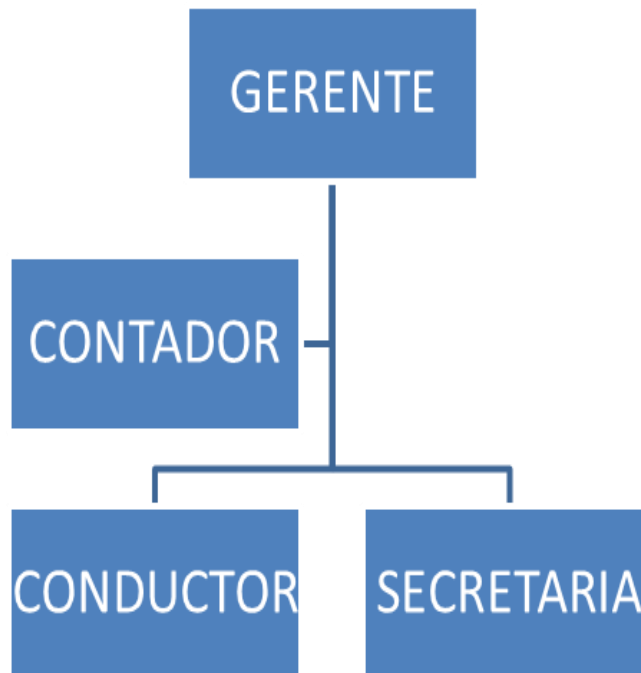
- Toda venta será de contado.
- Se facilitará el pago mediante tarjeta de crédito o débito.

- Descuento del 5% por la compra de 10 servicios por medio de tarjeta “Sobre Ruedas”.
- La empresa no aceptará cheques.
- Solo se aceptará pagos completos de acuerdo como el cliente lo haya decidido.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 4.3.1 Organigrama

Figura 16. Organigrama



### 4.3.2 Descripción y perfil de cargos

**Cuadro 28. Descripción y perfil del cargo Gerente**

<b>SOBRE RUEDAS S.A.S. DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo: GERENTE</b>		
Cargo jefe inmediato: Junta Directiva	Supervisa a: Todos los cargos	Nº de puestos: 1
<b>Objetivo del cargo:</b> Ejercer todas las funciones administrativas de la empresa		
<b>Funciones:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Representar legalmente a la empresa.</li> <li>2. Velar por el cumplimiento de los perfiles y las funciones de los diferentes cargos creados.</li> <li>3. Revisar los estados financieros, hacer un análisis de sus indicadores para tomar decisiones que ayuden a mejorar la utilidad operativa del periodo.</li> <li>4. Aprobar permisos, préstamos, vacaciones y bonificaciones a los empleados.</li> <li>5. Mantener al día los pagos a proveedores, impuestos y parafiscales.</li> </ol>		
<b>Perfil:</b> Formación Académica: Profesional en Gestión Empresarial Cursos: Actualización Normas ISO, Recurso Humana. Experiencia en cargos similares: 1 año Habilidad mental: Recursivo, creativo, emprendedor, proactivo. Otras habilidades: manejo de herramientas informáticas (Office, internet)		
<b>Responsabilidad:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Por documentos.</li> <li>2. Por supervisión de los cargos de la empresa.</li> <li>3. Por la buena sinergia entre la empresa.</li> <li>4. Por la imagen corporativa de la empresa.</li> </ol>		
<b>Esfuerzo:</b> Físico: Moderado Mental: Requiere concentración		
<b>Condiciones de trabajo:</b> Ambiental: Aceptables Riesgos: visuales, estrés, ergonómicos		

**Cuadro 29. Descripción y perfil del cargo Contador**

<b>SOBRE RUEDAS S.A.S. DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo: CONTADOR</b>		
Cargo jefe inmediato: Gerente	Supervisa a: ninguno	Nº de puestos: 1
<b>Objetivo del cargo:</b> Mantener actualizada y legalizada la contabilidad de la empresa.		
<b>Funciones:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisar los movimientos contables.</li> <li>2. Elaborar Estados Financieros: De Resultados, Balance general, Flujo de caja.</li> <li>3. Elaborar Declaraciones tributarias: IVA, Retefuente, de Renta y Complementarios, de Industria y Comercio.</li> <li>4. Contestar los requerimientos de la DIAN.</li> <li>5. Asesorar en la elaboración de presupuestos</li> <li>6. Elaboración de conciliaciones bancarias.</li> <li>7. Presentar los informes financieros que el Gerente solicite.</li> <li>8. Todas las demás funciones que se relacionen con su cargo.</li> </ol>		
<b>Perfil:</b>		
Educación: Contador Público Titulado		
Curso: NIFF		
Experiencia en cargos similares: 1 año		
Habilidad mental: Cálculo numérico, análisis de cifras		
Otras habilidades: Manejo de herramientas ofimáticas		
<b>Responsabilidad por:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Por actividades generales de contabilidad</li> <li>2. Por presentación de formularios y libros contables ante las autoridades competentes.</li> <li>3. Por manejo de información confidencial</li> </ol>		
<b>Esfuerzo</b>		
Físico: Moderado		
Mental: Concentración		
<b>Condiciones de trabajo</b>		
Ambiental: Normales		
Riesgos: Visuales, estrés, ergonómicos		

**Cuadro 30. Descripción y perfil de la Secretaria**

<b>SOBRE RUEDAS S.A.S. DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo: SECRETARIA</b>		
Cargo jefe inmediato: Gerente	Supervisa a: ninguno	Nº de puestos: 1
<b>Objetivo del cargo:</b> Persona asignada para cumplir con los requerimientos del gerente, el contador, cliente interno y externo.		
<b>Funciones:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recibir, transferir y hacer llamadas</li> <li>2. Hacer el cuadro diario de caja</li> <li>3. Elaborar los cheques, recibos de caja, facturas y demás documentos necesarios para el funcionamiento de la empresa</li> <li>4. Llevar el control diario de la relación de órdenes de servicio</li> <li>5. Hacer el registro de los gastos, efectuar el pago de facturas a proveedores</li> <li>6. Revisar y cuadrar cuentas de caja</li> <li>7. Recibir a los clientes el pago de las ordenes de servicio</li> <li>8. Organizar el archivo de la empresa de acuerdo a las indicaciones de la gerencia o el contador</li> <li>9. Atender los clientes cada vez que estos lo requieran</li> </ol>		
<b>Perfil:</b> Educación: Tecnóloga Empresarial o de carreras afines con conocimientos en sistemas Curso: Servicio al Cliente, Primeros Auxilios. Experiencia en cargos similares: 6 meses Habilidad: Responsable, honesta, buenas relaciones interpersonales, voluntad de servicio, cooperación, buena presentación Otras habilidades: Manejo de herramientas ofimáticas		
<b>Responsabilidad por:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Maneja información confidencial de la empresa</li> <li>2. Buena relación con los clientes tanto personal como telefónicamente</li> <li>3. Interpretar de forma correcta los requerimientos del cliente y dar información adecuada de los servicios y condiciones de la empresa</li> <li>4. Celeridad en la elaboración de los documentos</li> <li>5. Manejo del dinero de la caja</li> <li>6. Equipos, útiles de oficina y muebles y enseres del área administrativa</li> </ol>		
<b>Esfuerzo</b> Físico: Moderado Mental: Concentración		
<b>Condiciones de trabajo</b> Ambiental: Normales Riesgos: Visuales, estrés, ergonómicos		

**Cuadro 31. Descripción y perfil del Conductor**

<b>SOBRE RUEDAS S.A.S. DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo: CONDUCTOR</b>		
Cargo jefe inmediato: Gerente	Supervisa a: ninguno	Nº de puestos: 4
<b>Objetivo del cargo:</b> Manejar los vehículos de la empresa		
<b>Funciones:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manejar los vehículos de la empresa para transportar a los pasajeros.</li> <li>2. Cumplir con los horarios y los tiempos establecidos en cada recorrido.</li> <li>3. Prestar a los clientes toda la colaboración posible.</li> <li>4. Cumplir las normas de tránsito y cultura ciudadana.</li> <li>5. Dirigirse con respeto a los pasajeros, superiores y público en general.</li> <li>6. Informar de las fallas o desperfectos que se presenten en los vehículos.</li> </ol>		
<b>Perfil:</b>		
Educación: Bachiller.		
Curso: Servicio al Cliente, Primeros Auxilios, Colegio de Carros.		
Experiencia en cargos similares: 1 año.		
Habilidad: Agilidad para decidir asertivamente sobre situaciones en las vías.		
Otras habilidades: Manejo de vehículo y herramientas dadas delegadas por la empresa.		
<b>Responsabilidad por:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valor de cada vehículo y los implementos que se ubican dentro del mismo.</li> <li>2. Dinero del pago de cada servicio que se ofrece.</li> <li>3. Cumplir los recorridos y recordar las promociones a sus pasajeros.</li> </ol>		
<b>Esfuerzo</b>		
Físico: Moderado		
Mental: Concentración		
<b>Condiciones de trabajo</b>		
Ambiental: Aire libre, ruido diario del motor, contaminación.		
Riesgos: Alto		

**4.3.3 Asignación salarial.** Se incluyen el cuadro con el tipo de contratación, cargo, salario y carga prestacional. Además se tiene en cuenta la reforma tributaria vigente.

**Cuadro 32. Asignación Salarial.**

Cargo	Tipo de nomina	Salario	Transporte	Sueldo mes	Sueldo año
GERENTE	NOMINA	\$ 1.800.000		\$ 1.800.000	\$ 21.600.000
SECRETARIA	NOMINA	\$ 650.000	\$ 74.000	\$ 724.000	\$ 8.688.000
CONDUCTOR	NOMINA	\$ 820.000	\$ 74.000	\$ 894.000	\$ 10.728.000
CONTADOR	P.SERV	\$ 300.000		\$ 300.000	\$ 3.600.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3.718.000</b>	<b>\$ 44.616.000</b>

- **Carga prestacional**

**Cuadro 33. Carga Prestacional.**

Concepto	Porcentaje
Cesantías	8.33%
Prima de servicios	8.33%
Interés a las cesantías	1.00%
Dotación	3.00%
Vacaciones	4.16%
Caja de compensación familiar	4.00%
Fondo de pensiones	12.00%
ARL mínimo	0.522%

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se encuentra las proyecciones a precios constantes (SIN IPC o inflación) pero teniendo en cuenta que la tasa de interés del crédito es deflactada, de igual manera que la tasa de descuento o costo de oportunidad, utilizando la evaluación financiera.

### 5.1 INVERSIONES

La empresa debe realizar inversiones de acuerdo a su actividad, ya que de acuerdo a la inversión a realizar dependen las acciones a ejercer.

**5.1.1 Inversión Fija.** Es donde se encuentra agrupado lo tangible y lo intangible de la empresa. Esta inversión es basada de acuerdo a las cotizaciones realizadas por el personal a cargo, de todos los bienes a poseer para su funcionamiento.

Para la inversión fija se encuentra todas las compras a realizar y que van hacer parte de la empresa, como los equipos, terrenos, muebles, herramientas, entre otras.

- **Terreno.** La empresa al dar sus primeros pasos, no cuenta con terreno propio, ya que en donde va a realizar sus acciones, es un local acondicionado a cambio de un canon de arriendo, cuyo valor es de 1.500.000 pesos al mes.
- **Construcción.** Al no tener un terreno propio y el inmueble al estar adecuado para su funcionamiento, no es necesario la construcción, ya que se cuenta con las instalaciones en perfecto estado con todos los servicios básicos para una mejor comodidad.

- **Vehículos.**

**Cuadro 34. Vehículos**

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
MINIVANS	2	\$ 35.000.000	\$ 70.000.000
<b>Subtotal Maquinaria y Equipos</b>			\$ 70.000.000

- **Muebles y enseres.** Los muebles y enseres, son necesarios para la comodidad y buen funcionamiento de la empresa, manteniendo consigo las normas de seguridad, al tener los elementos necesarios para la salud de los empleados.

**Cuadro 35. Muebles y Enseres.**

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Camillas	2	\$ 240.000	\$ 480.000
Silla de ruedas	2	\$ 315.000	\$ 630.000
Escritorio	2	\$ 119.900	\$ 239.800
Sillas ergonómicas	2	\$ 225.900	\$ 451.800
Sillas sencillas	4	\$ 56.500	\$ 226.000
<b>Subtotal Muebles y Enseres</b>			\$ 2.027.600

- **Equipo de oficina.** En los equipos de oficina, se concentra todos los electrodomésticos para el manejo y visualización de la información, además del servicio telefónico, fundamental para realizar y atender llamadas.

### Cuadro 36. Equipos de Oficina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Computadores	2	\$ 1.350.000	\$ 2.700.000
Teléfonos	2	\$ 210.000	\$ 420.000
Estabilizadores	2	\$ 156.000	\$ 312.000
Impresora	1	\$ 400.000	\$ 400.000
<b>Subtotal Equipos de Oficina</b>			<b>\$ 3.832.000</b>

- **Total de inversión fija.** Dentro del total de la inversión se agrupan todos los bienes adquiridos o comprados por la empresa como se muestra en el siguiente cuadro:

### Cuadro 37. Inversión Fija

Activos	Valor
Muebles y enseres	\$ 2.027.600
Vehículos	\$ 70.000.000
Equipo de oficina	\$ 3.832.000
<b>Total</b>	<b>\$ 75.859.600</b>

**5.1.2 Inversión diferida.** En la inversión diferida se encuentra los costos o gastos necesarios de intangibles pre operativos que incurrirá la empresa antes de iniciar las actividades normales, como Estudios, constitución, patentes, código de barras, licencias, costos de instalaciones, capacitación de personal, lanzamiento de la empresa, entre otros, como se presentan a continuación:

### Cuadro 38. Inversión diferida.

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de factibilidad	\$ 2.400.000
Cámara de Comercio	\$ 120.000
Publicidad de lanzamiento	\$ 10.000.000
Adecuaciones locativas	\$ 2.500.000
Gastos de constitución	\$ 1.200.000
Software	\$ 1.500.000
<b>Total</b>	<b>\$ 17.720.000</b>

**5.1.3 Inversión de capital de trabajo.** En la inversión de capital, se parte de la definición de mantener en caja el efectivo necesario para cubrir los costos o gastos de funcionamiento normal de la empresa en un período de tiempo dado, según sea la política de ventas, para el periodo que no entra efectivo o recursos. (Se descuentan aquellos valores que no representan salidas de dinero en ese periodo, como: depreciación de activos y amortización de diferidos. De ahí la importancia de precisar claramente el presupuesto que incurrirá, teniendo en cuenta su estructura y la capacidad inicial y proyectada).

**5.1.3.1 Costos de producción.** En los costos de producción, al ser un servicio, solo depende de los insumos, mas no de materias primas, ya que la empresa no realiza ningún tipo de fabricación.

- **Materias Primas.** No es válido para este tipo de empresa.
- **Mano obra directa.** En la mano de obra directa, encontramos al personal que actúa directamente en el servicio, en este caso son el enfermero, el conductor y el auxiliar medico:

**Cuadro 39. Mano de obra directa.**

Concepto	%	conductor
Valor mensual jornada ordinaria		820.000
Subsidio de transporte		74.000
Salario base		894.000
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>		
Cesantías	8,33%	74.497
Prima de servicios	8,33%	74.497
Intereses a las cesantías	1,00%	8.940
Dotación	7,00%	62.580
Vacaciones	3,00%	26.820
<b>TOTAL PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>27,67%</b>	<b>247.334</b>
<b>APORTES PARAFISCALES</b>		

Continuación Cuadro 39.

Concepto	%	conductor
SENA	0,00%	-
ICBF	0,00%	-
Subsidio familiar	4,00%	32.800
<b>TOTALES APORTES PARAFISCALES</b>	<b>4,00%</b>	<b>32.800</b>
<b>TRANSFERENCIAS</b>		
Fondo de pensiones	12,00%	98.400
Salud EPS	8,50%	69.700
ARL estimado	1,04%	8.561
<b>TOTAL TRANSFERENCIAS</b>	<b>21,54%</b>	<b>176.661</b>

SALARIO MENSUAL UNITARIO	1.350.795
NÚMERO DE PUESTOS	4
<b>SALARIO ANUAL TOTAL</b>	<b>64.838.152</b>

- **Costos indirectos fabricación.** son todos los costos indirectos que asume la empresa, tales como: Materiales Indirectos, Insumos, Mantenimiento, Depreciación, seguros, otros C.I.F. En este caso que es un servicio, son los costos indirectos de la prestación del servicio.
- **Depreciación.**

**Cuadro 40. Depreciación Vehículos, Seguros y Mantenimiento.**

Descripción	Valor total	Vida Útil/años	Valor Anual	Valor Mensual
Depreciación	\$ 70.000.000	5	\$ 14.000.000	\$ 1.166.667
Seguros	\$ 3.000.000	1	\$ 3.000.000	\$ 250.000
Mantenimiento vehículos	\$ 7.200.000	1	\$ 7.200.000	\$ 600.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 80.200.000</b>		<b>\$ 24.200.000</b>	<b>\$ 2.016.667</b>

- **Costos indirectos fabricación**

**Cuadro 41. Costos indirectos de fabricación.**

<b>Descripción</b>	<b>Valor mes</b>	<b>Valor año</b>
Depreciación	\$ 1,166,667	\$ 14,000,000
Seguros	\$ 250,000	\$ 3,000,000
Mantenimiento vehículos	\$ 600,000	\$ 7,200,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2,016,667</b>	<b>\$ 24,200,000</b>

- **Total costos del servicio**

**Cuadro 42. Total costos del servicio.**

<b>Descripción</b>	<b>Valor mes</b>	<b>Valor año</b>
MOD	\$ 5.403.179	\$ 64.838.152
CIF	\$ 2.016.667	\$ 24.200.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.419.846</b>	<b>\$ 89.038.152</b>

### 5.1.3.2 Gastos de Administración y Ventas

- **Gastos de Administración y Ventas**

**Cuadro 43. Gastos de Administración y Ventas.**

<b>Concepto</b>	<b>%</b>	<b>Gerente</b>	<b>Secretaria</b>
Valor mensual jornada ordinaria		1.800.000	650.000
Subsidio de transporte		-	72.000
Salario base		1.800.000	722.000
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>			
Cesantías	8,33%	149.994	60.164
Prima de servicios	8,33%	149.994	60.164
Intereses a las cesantías	1,00%	1.500	602
Dotación	7,00%	126.000	50.540
Vacaciones	3,00%	54.000	19.500
<b>TOTAL PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>27,67%</b>	<b>481.488</b>	<b>190.971</b>
<b>APORTES PARAFISCALES</b>			

Continuación Cuadro 43.

Concepto	%	Gerente	Secretaria
SENA	0,00%	-	-
ICBF	0,00%	-	-
Subsidio familiar	4,00%	72.000	26.000
<b>TOTALES APORTES PARAFISCALES</b>	<b>4,00%</b>	<b>72.000</b>	<b>26.000</b>
<b>TRANSFERENCIAS</b>			
Fondo de pensiones	12,00%	216.000	78.000
Salud EPS	4,00%	72.000	26.000
ARL estimado	1,04%	18.792	6.786
<b>TOTAL TRANSFERENCIAS</b>	<b>17,04%</b>	<b>306.792</b>	<b>110.786</b>

<b>SALARIO MENSUAL UNITARIO</b>	2.660.280	1.049.757
<b>SALARIO ANUAL TOTAL</b>	<b>31.923.360</b>	<b>12.597.078</b>

- **Gastos Generales**

#### **Cuadro 44. Gastos Generales**

Descripción	Valor mes	Valor año
Papelería	\$ 25.000	\$ 300.000
Cafetería	\$ 20.000	\$ 240.000
Aseo	\$ 20.000	\$ 240.000
Publicidad operativa	\$ 470.000	\$ 5.640.000
Acueducto	\$ 35.000	\$ 420.000
Energía	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Amortización de diferidos	\$ 295.333	\$ 3.544.000
Depreciación de activos	\$ 80.763	\$ 969.160
Arriendo	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Honorarios contador	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Internet	\$ 35.000	\$ 420.000
Telefonía	\$ 50.000	\$ 600.000
<b>Total</b>	<b>\$ 2.021.097</b>	<b>\$ 24.253.160</b>

- **Total Gastos de Administración y Ventas.**

**Cuadro 45. Gastos Administración y Ventas.**

<b>Descripción</b>	<b>Valor mes</b>	<b>Valor Año</b>
Nómina	\$ 3.710.037	\$ 44.520.438
Gastos generales	\$ 2.021.097	\$ 24.253.160
<b>Total</b>	<b>\$ 5.731.133</b>	<b>\$ 68.773.598</b>

**5.1.3.3 Gastos Financieros (Intereses).** Para los primeros meses de apertura de la empresa como gastos financieros: \$280.951 del crédito requerido a la entidad bancaria.

**5.1.3.4 Total Capital de trabajo.** Corresponde a 2 meses de operaciones de la empresa.

- **Capital de Trabajo.**

**Cuadro 46. Capital de Trabajo.**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Costos del servicio	\$ 14.839.692
Gastos de administración y ventas	\$ 11.462.266
Gastos financieros	\$ 353.937
Menos depreciaciones	(\$ 161.527)
Menos amortizaciones	(\$ 590.667)
<b>Total</b>	<b>\$ 25.903.703</b>

#### 5.1.4 Inversión Total

**Cuadro 47. Inversión Total.**

Descripción	Valor
Inversión fija	\$ 75.859.600
Inversión diferida	\$ 17.720.000
Capital de trabajo	\$ 25.903.703
<b>Total</b>	<b>\$ 119.483.303</b>

**5.1.5 Fuentes de financiación.** La inversión necesaria para la creación de la empresa, la cual fue constituida como Sociedad Anónima Simplificada, los socios realizan un aporte primero y solicitan un crédito a una entidad financiera con el fin de cumplir los capitales monetarios necesarios. Para apalancar financieramente la empresa, se acude a un préstamo bancario con las siguientes características:

- **Características del Crédito.**

**Cuadro 48. Características del Crédito.**

Préstamo	\$ 10.000.000
Interés mensual	1,8%
Periodo	24 meses
Valor cuota mensual	\$ 516.808

- **Amortización del Crédito.**

**Cuadro 49. Amortización del Crédito.**

Cuotas	Cuota	Interés	Capital	Saldo
1	516.808	180.000	336.808	9.663.192
2	516.808	173.937	342.871	9.320.321
3	516.808	167.766	349.043	8.971.278

Continuación Cuadro 49.

<b>Cuotas</b>	<b>Cuota</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Saldo</b>
4	516.808	161.483	355.325	8.615.953
5	516.808	155.087	361.721	8.254.232
6	516.808	148.576	368.232	7.885.999
7	516.808	141.948	374.860	7.511.139
8	516.808	135.201	381.608	7.129.531
9	516.808	128.332	388.477	6.741.054
10	516.808	121.339	395.469	6.345.585
11	516.808	114.221	402.588	5.942.997
12	516.808	106.974	409.834	5.533.163
13	516.808	99.597	417.211	5.115.951
14	516.808	92.087	424.721	4.691.230
15	516.808	84.442	432.366	4.258.864
16	516.808	76.660	440.149	3.818.715
17	516.808	68.737	448.071	3.370.644
18	516.808	60.672	456.137	2.914.507
19	516.808	52.461	464.347	2.450.160
20	516.808	44.103	472.705	1.977.454
21	516.808	35.594	481.214	1.496.240
22	516.808	26.932	489.876	1.006.364
23	516.808	18.115	498.694	507.670
24	516.808	9.138	507.670	0

## **5.2 COSTOS Y GASTOS**

Son los Costó de producción y del servicio, gastos administrativos y de ventas y gastos financieros.

**5.2.1 Costos y gastos fijos.** Son los costos que se mantienen constante durante el transcurso del año y no varían.

- **Costos y gastos fijos**

**Cuadro 50. Costos y Gastos Fijos.**

Descripción	Valor año
Depreciación	\$ 14.000.000
Seguros	\$ 3.000.000
Nómina	\$ 44.520.438
Gastos generales	\$ 24.253.160
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 85.773.598</b>

**5.2.2 Costos y gastos variables.** Son los costos que varían en determinando tiempo del año, ya sea por temporada alta o baja del servicio, como lo es la adquisición de insumos, que varía de acuerdo a la economía nacional.

- **Costos y Gastos Variables**

**Cuadro 51. Costos y Gastos Variables.**

Descripción	Valor año
MOD	\$ 64.838.152
Mantenimiento vehículos	\$ 7.200.000
<b>Total</b>	<b>\$ 72.038.152</b>

**5.2.3 Costo y gasto total unitario.** En el costo unitario, se define el total del costo por el número de usuarios posibles, que en este caso serán de 29.827 personas al año.

**Cuadro 52. Costos y Gastos Total**

Descripción	Valor año	Capacidad Año 1	Costo Unitario
costos fijos	\$ 85.773.598	21.024	\$ 4.080
costos variables	\$ 72.038.152	21.024	\$ 3.426
<b>Total</b>	<b>\$ 157.811.751</b>		<b>\$ 7.506</b>

### 5.3 PRECIO DE VENTA

El precio del servicio es determinado por los socios de la empresa transportadora, obteniendo un margen de utilidad el 15%. Se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo total unitario} / (1 - \text{Margen de utilidad})$$

- Precio de venta

**Cuadro 53. Precio de Venta**

Costo total unitario	Margen de utilidad	Precio del Servicio
\$ 7.506	15,0 %	\$ 8.800

### 5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

#### 5.4.1 Ingresos

- Proyección de ingresos

**Cuadro 54. Proyección de Ingresos**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad utilizada	21.024	22.075	23.126	24.178	25.229
Precio de venta	\$ 8.800	\$8.800	\$ 8.800	\$8.800	\$8.800
<b>Total ingresos</b>	<b>\$185.011.200</b>	<b>\$ 194.261.760</b>	<b>\$ 203.512.320</b>	<b>\$ 212.762.880</b>	<b>\$ 222.013.440</b>

## 5.4.2 Egresos

- Proyección de egresos

**Cuadro 55. Proyección de Egresos.**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Seguros	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Nómina	44.520.438	44.520.438	44.520.438	44.520.438	44.520.438
Gastos generales	26.253.160	26.253.160	26.253.160	26.253.160	26.253.160
MOD	64.838.152	64.838.152	64.838.152	64.838.152	64.838.152
Mantenimiento vehículos	7.200.000	7.560.000	7.920.000	8.280.000	8.640.000
Total egresos	143.811.751	144.171.751	144.531.751	144.891.751	145.251.751

## 5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

### 5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años.

**Cuadro 56. Estado de Resultados Proyectados.**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 185.011.200	\$ 194.261.760	\$ 203.512.320	\$ 212.762.880	\$ 222.013.440
Costos de ventas	\$ 64.838.152	\$ 64.838.152	\$ 64.838.152	\$ 64.838.152	\$ 64.838.152
Utilidad Bruta	\$ 120.173.048	\$ 129.423.608	\$ 138.674.168	\$ 147.924.728	\$ 157.175.288
Gastos de Admón y ventas	\$ 68.773.598	\$ 68.773.598	\$ 68.773.598	\$ 68.773.598	\$ 68.773.598
Gastos financieros	\$ 1.734.863	\$ 668.537			
Utilidad antes de impuestos	\$ 49.664.586	\$ 59.981.472	\$ 69.900.569	\$ 79.151.129	\$ 88.401.689
Impuesto de renta	\$ 12.416.147	\$ 14.995.368	\$ 17.475.142	\$ 19.787.782	\$ 22.100.422
Impuesto CREE	\$ 1.986.583	\$ 2.399.259	\$ 2.796.023	\$ 3.166.045	\$ 3.536.068
Utilidad neta	\$ 35.261.856	\$ 42.586.845	\$ 49.629.404	\$ 56.197.302	\$ 62.765.200
Reserva legal (10%)	\$ 3.526.186	\$ 4.258.685	\$ 4.962.940	\$ 5.619.730	\$ 6.276.520
Utilidad del ejercicio	\$ 31.735.671	\$ 38.328.161	\$ 44.666.464	\$ 50.577.572	\$ 56.488.680

## 5.5.2 Flujo de Caja Proyectado

**Cuadro 57. Flujo de caja proyectado.**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Aportes sociales	\$ 109.483.303					
Préstamo bancario	\$ 10.000.000					
Ventas		\$ 185.011.200	\$ 194.261.760	\$ 203.512.320	\$ 212.762.880	\$ 222.013.440
Total ingresos	\$ 119.483.303	\$ 185.011.200	\$ 194.261.760	\$ 203.512.320	\$ 212.762.880	\$ 222.013.440
<b>EGRESOS</b>						
Inversión fija	\$ 75.859.600					
Inversión diferida	\$ 17.720.000					
Seguros		\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Nómina		\$ 44.520.438	\$ 44.520.438	\$ 44.520.438	\$ 44.520.438	\$ 44.520.438
Gastos generales		\$ 24.253.160	\$ 24.253.160	\$ 24.253.160	\$ 24.253.160	\$ 24.253.160
MOD		\$ 64.838.152	\$ 64.838.152	\$ 64.838.152	\$ 64.838.152	\$ 64.838.152
Mantenimiento vehículos		\$ 7.200.000	\$ 7.560.000	\$ 7.920.000	\$ 8.280.000	\$ 8.640.000
Impuesto de renta		\$ -	\$ 12.416.147	\$ 14.995.368	\$ 17.475.142	\$ 19.787.782
Impuesto CREE		\$ -	\$ 1.986.583	\$ 2.399.259	\$ 2.796.023	\$ 3.166.045
Gastos financieros		\$ 1.734.863	\$ 668.537	\$ -	\$ -	\$ -
Abono a capital		\$ 4.466.837	\$ 5.533.163	\$ 6.854.042	\$ -	\$ -
Total egresos	\$ 93.579.600	\$ 150.013.451	\$ 164.776.181	\$ 168.780.420	\$ 165.162.916	\$ 168.205.578
INGRESOS-EGRESOS	\$ 25.903.703	\$ 34.997.749	\$ 29.485.579	\$ 34.731.900	\$ 47.599.964	\$ 53.807.862
Recuperación capital de trabajo						\$ 25.903.703
Valor de salvamento						\$ 1.013.800
SALDO NETO DE CAJA	\$ 25.903.703	\$ 34.997.749	\$ 29.485.579	\$ 34.731.900	\$ 47.599.964	\$ 80.725.364
Saldo de caja anterior		\$ 25.903.703	\$ 60.901.452	\$ 90.387.031	\$ 125.118.931	\$ 172.718.895
Saldo final de caja	\$ 25.903.703	\$ 60.901.452	\$ 90.387.031	\$ 125.118.931	\$ 172.718.895	\$ 253.444.260

### 5.5.3 Balance General inicial y proyectado

**Cuadro 58. Balance General inicial y proyectado.**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja y bancos	\$ 25.903.703	\$ 60.901.452	\$ 90.387.031	\$ 125.118.931	\$ 172.718.895	\$ 226.526.757
Total activos corrientes	\$ 25.903.703	\$ 60.901.452	\$ 90.387.031	\$ 125.118.931	\$ 172.718.895	\$ 226.526.757
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Muebles y enseres	\$ 2.027.600	\$ 2.027.600	\$ 2.027.600	\$ 2.027.600	\$ 2.027.600	\$ 2.027.600
Equipo de oficina	\$ 3.832.000	\$ 3.832.000	\$ 3.832.000	\$ 3.832.000	\$ 3.832.000	\$ 3.832.000
Vehículos	\$ 70.000.000	\$ 70.000.000	\$ 70.000.000	\$ 70.000.000	\$ 70.000.000	\$ 70.000.000
Menos depreciación		\$ 1.938.320	\$ 3.876.640	\$ 5.814.960	\$ 7.753.280	\$ 9.691.600
Total activos fijos	\$ 75.859.600	\$ 73.921.280	\$ 71.982.960	\$ 70.044.640	\$ 68.106.320	\$ 66.168.000
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 17.720.000	\$ 17.720.000	\$ 17.720.000	\$ 17.720.000	\$ 17.720.000	\$ 17.720.000
Menos amortización diferidos		\$ 7.088.000	\$ 14.176.000	\$ 21.264.000	\$ 28.352.000	\$ 35.440.000
Total activos diferidos	\$ 17.720.000	\$ 10.632.000	\$ 3.544.000	\$ (3.544.000)	\$ (10.632.000)	\$ (17.720.000)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 119.483.303	\$ 145.454.732	\$ 165.913.991	\$ 191.619.571	\$ 230.193.215	\$ 274.974.757
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
Crédito bancario		\$ 5.533.163	\$ 6.854.042	\$ -		
Impuesto de renta		\$ 12.416.147	\$ 14.995.368	\$ 17.475.142	\$ 19.787.782	\$ 22.100.422
Impuesto CREE		\$ 1.986.583	\$ 2.399.259	\$ 2.796.023	\$ 3.166.045	\$ 3.536.068
Total pasivos corrientes	\$ -	\$ 19.935.893	\$ 24.248.669	\$ 20.271.165	\$ 22.953.828	\$ 25.636.490
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>						
Crédito bancario	\$ 10.000.000	\$ 6.854.042	\$ -			
Total pasivos no corrientes	\$ 10.000.000	\$ 6.854.042	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 10.000.000	\$ 26.789.935	\$ 24.248.669	\$ 20.271.165	\$ 22.953.828	\$ 25.636.490
<b>PATRIMONIO</b>						

Continuación Cuadro 58.

<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Capital social	\$ 109.483.303	\$ 109.483.303	\$ 109.483.303	\$ 109.483.303	\$ 109.483.303	\$ 109.483.303
Reserva legal acumulada		\$ 3.526.186	\$ 7.784.870	\$ 12.747.811	\$ 18.367.541	\$ 24.644.061
Utilidades Ejercicios anteriores acumulados		\$ -	\$ 31.735.671	\$ 70.063.831	\$ 114.730.295	\$ 165.307.867
Utilidad Ejercicio actual		\$ 31.735.671	\$ 38.328.161	\$ 44.666.464	\$ 50.577.572	\$ 56.488.680
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 109.483.303</b>	<b>\$ 144.745.159</b>	<b>\$ 187.332.004</b>	<b>\$ 236.961.408</b>	<b>\$ 293.158.710</b>	<b>\$ 355.923.910</b>

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La empresa especializada en el transporte de personas con limitación motriz, para su apertura creará 4 empleos directos, en su parte comercial, operativa y administrativa, estos trabajadores estarán afiliados a todas las entidades de ley, como lo son: EPS, ARL, SENA, Cajas de Compensación, Fondos de pensiones y cesantías, teniendo el beneficio de participar en los programas de salud, vivienda, recreación y educación.

El pago de los impuestos que se aplican a esta actividad, ayudarán a que el gobierno nacional, departamental y municipal, puedan desarrollar sus propios proyectos de inversión social.

### 6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

#### 6.2.1 Matriz de evaluación de impactos.

**Agua.** El lavado de los vehículos se realizará en lavaderos establecidos legalmente donde se certifique que no se afecte ningún tipo de fuente hídrica.

**Aire.** La gasolina o el aceite que se empleará para el funcionamiento de los vehículos serán certificados en las estaciones de servicios reconocidas en el Área Metropolitana.

**Suelo.** La vía donde estará ubicada la empresa es una zona amplia y con suficiente aireación, los carros solo estarán en funcionamiento durante el día, en la noche ingresan al estacionamiento de la empresa.

**6.2.2 Políticas ambientales.** El impacto ambiental generado se mitigará bajo el cumplimiento de las siguientes actividades políticas:

Compra de insumos. Se contactará una empresa que ofrezca utensilios que sean biodegradables y/o amigables con el medio ambiente.

Publicidad. Se utilizarán medios de publicidad como los son Radio y Televisión con el fin de no afectar más la tala de bosques en nuestro país.

Capacitación. Se realizaran capacitaciones para sensibilizar al personal interno, externo sobre los cuidados y protección de recursos naturales, ejecutando la regla de las tres erres de la ecología, la cual consiste en Reducir, Reutilizar y Reciclar.

### **6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA**

Tasa de inflación: 3,66%

TES: Títulos de tesorería a 5 años del Banco de la República: 6,75%

TR: Tasa de riesgo: 10%

$$TO = ((1+ TES) (1+TR))^{-1} \times 100$$

$$TO = ((1+ 0,0675) (1+0,1))^{-1} \times 100$$

$$TO = 17,43\%$$

TO: Tasa oportunidad calculada: 17,43 %

RP: Porcentaje de recursos propios: 92%

RC: Porcentaje de recursos del crédito: 8%

TI: Tasa de Interés del crédito: 21,60%

%IMP: Porcentaje de impuesto de renta: 25%

Debe existir una relación de:

$$\text{TMAR} = (\text{TO} \times \text{RP}) + (\text{RC} \times \text{TI} \times (1 - \% \text{IMP}))$$

$$\text{TMAR} = (0,1743 \times 0,92) + (0,08) \times 0,2160 \times (1 - 0,25)$$

$$\text{TMAR} = 17,32\%$$

Como se trabaja con pesos constantes se debe deflactar bajo la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR Deflactada} = \frac{((1+\text{TMAR}) - 1)}{(1+\text{Ti})} \times 100$$

$$\text{TMAR Deflactada} = \frac{((1+ 0,0366) - 1)}{(1+ 0,1732)} \times 100$$

$$\text{TMAR Deflactada} = 13,18\%$$

La evaluación financiera se hará tomando toda la inversión total del proyecto

**6.3.1 Valor presente neto.** Este valor se calcula a partir del Flujo de Caja Neto.

**Cuadro 59.Valor presente neto.**

Año	Saldo Neto de Caja	VNA
Año 0	\$ (119.483.303)	\$ (119.483.303)
Año 1	\$ 34.997.749	\$ 30.922.180
Año 2	\$ 29.485.579	\$ 23.018.109
Año 3	\$ 34.731.900	\$ 23.956.232
Año 4	\$ 47.599.964	\$ 29.008.587
Año 5	\$ 80.725.364	\$ 43.467.029
<b>Valor presente neto</b>		<b>\$ 30.888.834</b>

**6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR.** Esta tasa de descuento hace que el VPN sea igual a cero o que igual la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial. La TIR se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática:

$$VPN = (X) (1 + r)^{-t}$$

TIR es: 21,83%

**6.3.3 Período de recuperación.** Para conocer cuándo se recupera la inversión inicial, se toman los valores del saldo neto de caja que se proyectó a 5 años, trayendo cada valor al VPN.

**Cuadro 60. Periodo de recuperación**

Año	Por recuperar	Recuperado
Año 0	\$ 119.483.303	\$ -
Año 1	\$ 88.561.123	\$ 30.922.180
Año 2	\$ 65.543.014	\$ 53.940.289
Año 3	\$ 41.586.782	\$ 77.896.520
Año 4	\$ 12.578.195	\$ 106.905.108
Año 5	\$ (30.888.834)	\$ 150.372.136

Inversión a recuperar \$119.483.303

Recuperado año 1 a 5

**6.3.4 Análisis de las Razones Financieras.** Teniendo en cuenta la información de los estados financieros proyectados, se puede deducir las razones financieras Básicas, para efectuar el análisis. Se han seleccionado las siguientes:

- Margen Bruto de Ganancias.
- Margen Neto de Ganancias.
- Nivel de Endeudamiento.
- Razón Corriente.

### Cuadro 61. Razones Financieras

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen neto de ganancias	19,06%	21,92%	24,39%	26,41%	28,27%
Margen bruto de ganancias	64,95%	66,62%	68,14%	69,53%	70,80%
Nivel de endeudamiento	18,42%	14,62%	10,58%	9,97%	9,32%
Razón corriente	3,05	3,73	6,17	7,52	8,84

- **Margen Bruto de Ganancias.** Este punto se refleja de manera positiva desde el primer año de funcionamiento de la compañía, su porcentaje aumenta año a año, a pesar de que su precio de venta es constante
- **Margen Neto de Ganancias.** Su margen de utilización aumenta debido a los beneficios tributarios obtenidos.
- **Nivel de Endeudamiento.** Es menor todos los años y disminuye en el tiempo hasta alcanzar el 9,32%, teniendo la empresa un bajo nivel de endeudamiento. Permitiendo que la compañía a futuro crezca por sus buenas finanzas.
- **Razón Corriente.** Esto muestra que la empresa por cada peso que debe, tiene 3,05 pesos para resguardar la deuda, desde el primer año; aunque desciende en los siguientes años, mantiene ampliamente su capacidad de respaldo de pasivos corrientes. Por tanto la compañía cuenta con alto rango de liquidez.

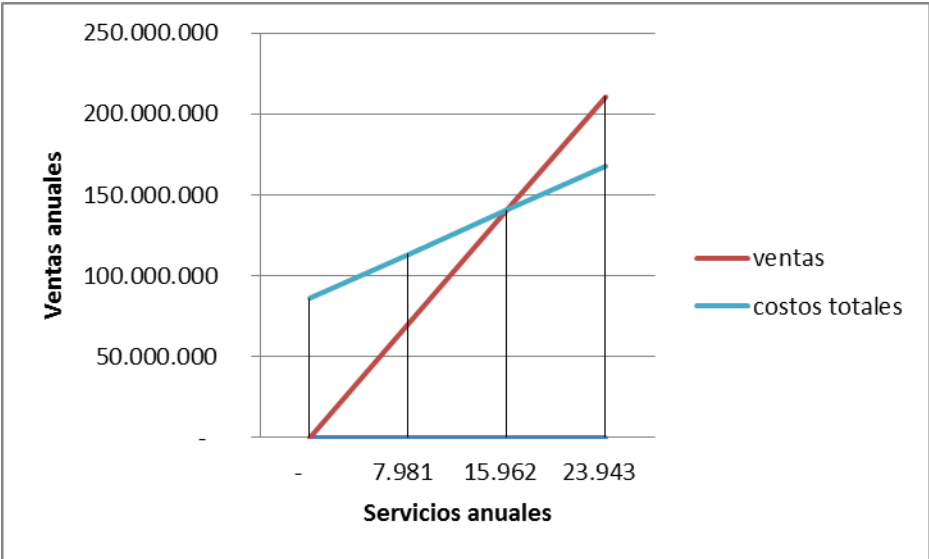
### 6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

$Q = \text{Costos fijos totales} / (\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario})$

$Q = 85.773.598 / (\$8.800 - \$3426)$

$Q = 15.962$

**Figura 17. Punto de Equilibrio**



## 7. CONCLUSIONES

El estudio de mercados determinó que hay una demanda de 207.938 servicios de transporte especial en el mercado objetivo; sin embargo, se presenta una oferta en dicho mercado por lo que hay que entrar a competir para lograr una participación en él.

El estudio técnico demuestra que se dan las condiciones necesarias para prestar el servicio de manera adecuada, sin embargo el diseño de la capacidad está siendo limitado por la demanda y el financiamiento.

El estudio administrativo muestra una sociedad constituida como una sociedad por acciones simplificada que inicia con los recursos del autor del proyecto, pero que requiere del apoyo financiero de nuevos inversionistas y de un crédito bancario. El personal que integrará el equipo de trabajo, tanto en la producción como en la administración, corresponde a siete puestos sin incluir el Contador.

El estudio financiero calcula costos totales por \$89.038.152, y los gastos de administración y ventas son de \$68.773.598; esos datos, discriminados entre fijos y variables, permitieron estimar el costo total unitario \$7.506 para cada servicio, con un margen de utilidad del 15%, define el precio del servicio en \$8.800. El Estado de resultados muestra generación de utilidades desde el primer año; el Flujo de caja es favorable pues no se requiere disponer del capital de trabajo en el primer año, y el Balance general muestra unos pasivos pequeños, predominando los pasivos corrientes.

La evaluación del proyecto, muestra que el VPN es positivo por valor de \$119.483.303; la TIR obtenida es del 21,83%, superior a la TMAR deflactada que fue del 13.18%; el período de recuperación de la inversión es de cinco años, las

razones financieras son favorables durante el horizonte del proyecto; el punto de equilibrio equivale a 15.962 servicios.

Realizados y posteriormente analizados los diferentes estudios que hacen parte de esta factibilidad, se concluye que este proyecto es viable comercial, técnica, administrativa, financiera, siempre que se cumplan las estrategias y proyecciones definidas.

## **8. RECOMENDACIONES**

- Mantener un excelente servicio en todo momento, con la mayor calidad, recordando siempre que el cliente es el factor más importante para que la empresa garantice su permanencia en el mercado.
- Se deben tener muy claros los objetivos a la hora de buscar un programa de publicidad, ya que implica un alto costo y de ello depende la imagen, el reconocimiento y el posicionamiento en el mercado.
- Conservar las utilidades en los primeros años con el fin de lograr mayor capital, ampliando el mercado para obtener nuevos clientes en nuevos sectores.
- Buscar siempre la mayor calidad en el mantenimiento de los vehículos, teniendo en cuenta lo importante que son para transportar a las personas con discapacidad motriz; tener en cuenta la amabilidad y el buen trato a los clientes con el fin de garantizar la oportunidad en un nuevo mercado.

## BIBLIOGRAFIA

ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Indicadores. [en línea]. [citado el 17 de noviembre de 2016]. Disponible en internet: <URL: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?param=277>>

\_\_\_\_\_. Plan de Desarrollo 2012-2015. [en línea]. Bucaramanga, 2012. [citado el 15 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL: [http://www.bucaramanga.gov.co/documents/PRIMER\\_%20DOCUMENTO\\_%20PLAN\\_%20DE\\_%20DESARROLLO\\_%202012-2015.pdf](http://www.bucaramanga.gov.co/documents/PRIMER_%20DOCUMENTO_%20PLAN_%20DE_%20DESARROLLO_%202012-2015.pdf)>

ALCALDIA DE FLORIDABLANCA. Plan de Desarrollo Municipal. [en línea]. [citado el 28 de julio de 2015]. Disponible en internet:<URL: <http://floridablanca.gov.co/wp-content/uploads/2012/05/Plan-de-Desarrollo-de-Floridablanca-2012-2015.pdf>>

AREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA. Diagnóstico del sector. [en línea]. [citado el 28 de julio de 2015]. Disponible en internet:<URL:[http://www.amb.gov.co/contenido\\_florida.html](http://www.amb.gov.co/contenido_florida.html)>

ARRIETA, Yuliana. Método cualitativo por puntos. [en línea]. [citado el 25 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL:<http://es.slideshare.net/YulyArrietacardenas/mtodo-cualitativo-por-puntos-41416164>>

BACCA, Juan Carlos. Una onza de acción vale mucho más que una tonelada de teoría. [en línea]. 2013. [citado el 28 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL:<https://profebaca.wordpress.com/2013/05/17/los-medios-de-transporte-origen-y-evolucion/>>

COLOMBIA. DANE. Proyección de la población. [en línea]. Bogotá, 2013. [citado el 5 de agosto de 2015]. Disponible en internet:<URL: [http://www.dane.gov.co/reloj/reloj\\_animado.php](http://www.dane.gov.co/reloj/reloj_animado.php)>

COLOMBIA. NORMA HACCP. [En Línea]. 2005. [citado el 18 de julio de 2015]. Disponible en internet:<[http://www.digesa.minsa.gob.pe/norma\\_consulta/proy\\_haccp.htm](http://www.digesa.minsa.gob.pe/norma_consulta/proy_haccp.htm)>

CONFECAMARAS. Como crear una empresa. Portal nacional de creación de empresas. 2006. [Citado el 15 de agosto de 2015]. Disponible en internet:<URL: <http://www.crearempresa.com.co/General/Home.aspx>>

GOMEZ BELTRAN, Julio Cesar. Discapacidad en Colombia: reto para la inclusión en Capital Humano. [en línea]. Bogotá, 2010. [citado el 28 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL: <http://es.slideshare.net/cristianmaya90/discapacidad-en-colombiaretoparalainclusionencapitalhumano>>

MARIN MARIN, Nancy Yazmin. Mi Tierra Santandereana. [en línea]. Bucaramanga, 2014. [citado el 18 de octubre de 2015]. Disponible en internet:<URL: <https://prezi.com/yImr3ky092ls/mi-tierra-santandereana/>>

s.n. Los medios publicitarios. [en línea]. [citado el 15 de diciembre de 2016]. Disponible en internet:<URL: <https://todopublicidad.wordpress.com/2009/07/06/los-medios-publicitarios/>>

SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL MUNICIPAL SIGAM. Agenda Ambiental del Municipio de Bucaramanga. [en línea]. Bogotá, 2002. [citado el 24 de agosto de 2015]. Disponible en internet:<URL: <http://koha.ideam.gov.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=4520842>>

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA Y TECNOLOGICA DE COLOMBIA. Caracterización socio-económica de Tunja y de la Región Central. [en línea]. Tunja, 2012. [citado el 18 de noviembre de 2015]. Disponible en internet:<URL:[http://tunja-boyaca.gov.co/apc-aa-files/30306565363361376237353733316534/b\\_caracterizacion\\_socioeconomica.pdf](http://tunja-boyaca.gov.co/apc-aa-files/30306565363361376237353733316534/b_caracterizacion_socioeconomica.pdf)>

WIKIPEDIA. Gestión o administración por procesos de negocios. [En línea]. 2015 [citado el 15 de abril de 2015]. Disponible en internet:<URL:[http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n\\_de\\_procesos\\_de\\_negocio](http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_procesos_de_negocio)>

\_\_\_\_\_. Historia Floridablanca (Santander). [En línea]. [Citado el 30 de abril de 2015]. Disponible en internet:<URL:[http://es.wikipedia.org/wiki/Floridablanca\\_\(Santander\)#Econom.C3.ADa](http://es.wikipedia.org/wiki/Floridablanca_(Santander)#Econom.C3.ADa)>

\_\_\_\_\_. Información general de Bucaramanga. [en línea]. [citado el 8 de diciembre de 2015]. Disponible en internet:<URL: <https://es.wikipedia.org/wiki/Bucaramanga>>

\_\_\_\_\_. ISO 22000. [En línea]. [Citado el 2 mayo de 2015]. Disponible en internet:<URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/ISO\\_22000](http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_22000)>

# **ANEXOS**

## Anexo A. Encuesta

### INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS ENCUESTA DEMANDA

#### UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

Somos estudiantes de la Universidad Industrial de Santander – UIS, estamos desarrollando un estudio para definir la FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE ESPECIALIZADO PARA PERSONA CON LIMITACION MOTRIZ EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA agradecemos su colaboración.

Por favor diligencie los siguientes datos de identificación.

Nombre: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Estrato: \_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_

Agradecemos contestar las siguientes preguntas:

- 1) ¿En este hogar vive alguna persona con limitación motriz?
  - a. Si ( )
  - b. No ( )
  
- 2) ¿Alguno de ellos requiere silla de ruedas para desplazarse?
  - a. Si ( )
  - b. No ( )
  
- 3) Si contestó si, ¿Cuántas personas la requieren?
  - a. 1 ( )
  - b. 2 ( )
  - c. 3 ( )
  
- 4) Generalmente se desplaza en:
  - a. Vehículo propio ( )
  - b. Taxi()
  - c. Bus urbano ( )
  - d. Transporte informal ( )
  - e. Otro ¿Cuál? ( )

5) ¿Con que frecuencia utiliza los medios de transporte anteriores?

- a. Diario ( )
- b. Semanal ( )
- c. Quincenal ( )
- d. Mensual ( )

6) En promedio, ¿Cuánto dinero invierte por cada desplazamiento?

- a. Menos de \$3.000 ( )
- b. Entre \$3.000 y \$6.000 ( )
- c. Entre \$6.000 y \$9.000 ( )
- d. Entre \$9.000 y \$12.000 ( )
- e. Entre \$12.000 y \$15.000 ( )
- f. Más de \$15.000 ( )

7) ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad del servicio de transporte que le ofrecen?

- a. Excelente ( )
- b. Bueno ( )
- c. Regular ( )
- d. Deficiente ( )

8) Solo si su respuesta anterior fue REGULAR o DEFICIENTE señale el tipo de inconvenientes.

- a) Incomodidad ( )
- b) Negación del servicio ( )
- c) Limitación de espacio ( )
- d) Falta de disponibilidad ( )
- e) Poca frecuencia del servicio ( )
- f) Otro ( ) Cual? \_\_\_\_\_

9) ¿Si en la ciudad se creara una empresa de servicio de transporte especial utilizaría sus servicios?

- a. Si ( )
- b. No ( )

10) ¿Cuál es la principal motivación a la hora de elegir un servicio de transporte especial?

- a. Amabilidad ( )
- b. Economía ( )
- c. Comodidad ( )
- d. Agilidad ( )
- e. otro ( ) Cual \_\_\_\_\_

11) ¿A través de qué medios de publicidad preferiría recibir información del nuevo servicio?

- a. Televisión Regional ( )
- b. Radio ( )
- c. Internet ( )
- d. Prensa ( )
- e. Volante ( )
- f. Directorio telefónico ( )

Agradecemos su Colaboración