

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE POSGRADOS  
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACION FINANICERA

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA SOLUCIONES EN  
TRANSPORTE DE COLOMBIA  
Informe Final de Investigación - IFI

AUTOR  
LEIDY MARCELA MUÑOZ BERNAL

NEIVA, NOVIEMBRE DE 2015

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE POSGRADOS  
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACION FINANICERA

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA SOLUCIONES EN  
TRANSPORTE DE COLOMBIA  
Informe Final de Investigación - IFI

ALFONSO MANRIQUE  
Asesor IFI

NEIVA, NOVIEMBRE DE 2015

## I. TABLA DE CONTENIDO

1	NATURALEZA DEL PROYECTO .....	8
1.1	JUSTIFICACIÓN .....	8
1.2	NOMBRE DE LA EMPRESA .....	9
1.3	TIPO DE EMPRESA.....	9
1.4	UBICACIÓN Y TAMAÑO.....	9
1.5	VISIÓN .....	10
1.6	MISIÓN.....	11
1.7	OBJETIVOS .....	11
1.8	VENTAJAS COMPETITIVAS .....	12
1.9	PROPUESTA DE VALOR.....	12
1.10	PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES .....	12
2	MERCADEO.....	13
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR .....	13
2.2	ANÁLISIS DEL MERCADO .....	15
2.3	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	18
2.4	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN .....	19
2.5	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN .....	20
2.6	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN .....	21
2.7	ESTRATEGIAS DEL SERVICIO .....	21
2.8	PLAN DE VENTAS .....	21

3	TÉCNICO .....	23
3.1	CONCEPTO DEL SERVICIO .....	23
3.2	RECURSOS Y REQUERIMIENTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO .....	25
3.3	INSUMOS Y MATERIALES DEL PROCESO PRODUCTIVO .....	27
4	ORGANIZACIONAL .....	29
4.1	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA.....	29
4.2	FUNCIONES DEL PERSONAL.....	29
4.3	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	30
4.4	ANÁLISIS DOFA .....	35
5	ESTUDIO FINANCIERO.....	36
5.1	CAPITAL DE TRABAJO.....	36
5.2	INVERSIONES DIFERIDAS .....	36
5.3	CAJA .....	36
5.4	INVERSIONES FIJAS.....	37
5.5	SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA .....	37
5.6	INGRESOS.....	37
5.7	EGRESOS .....	39
5.8	FLUJOS FINANCIEROS DEL PROYECTO .....	42
5.9	BALANCE GENERAL INICIAL PROYECTADO.....	44
5.10	ESTADO DE GANANCIAS O PÉRDIDAS PROYECTADO.....	45
5.11	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	48
5.12	EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....	49

6	CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES .....	50
7	BIBLIOGRAFIA .....	51
8	ANEXOS .....	52

## II. TABLA DE FIGURAS E IMAGENES

### Lista de figuras

FIGURA 1.....	10
FIGURA 2.....	16
FIGURA 3.....	16
FIGURA 4.....	19
FIGURA 5.....	29
IMAGEN 1.....	36
IMAGEN 2.....	37
IMAGEN 3.....	37
IMAGEN 4.....	38
IMAGEN 5.....	38
IMAGEN 6.....	49
IMAGEN 7.....	39
IMAGEN 8.....	39
IMAGEN 9.....	40
IMAGEN 10.....	40
IMAGEN 11.....	41
IMAGEN 12.....	41
IMAGEN 13.....	41
IMAGEN 14.....	42
IMAGEN 15.....	43
IMAGEN 16.....	45

IMAGEN 17 ..... 45

IMAGEN 18 ..... 46

IMAGEN 19 ..... 46

IMAGEN 20 ..... 48

IMAGEN 21 ..... 48

## **1. Naturaleza del proyecto**

### **1.1 Justificación**

Debido a los cambios de los últimos años, donde la globalización y el auge de los tratados bilaterales han reactivado la economía colombiana, ampliando la utilización de los recursos y el consumismo por parte de los usuarios quienes adquieren con mayor facilidad, bienes y servicios para su usufructo y goce, ha permitido que diversos sectores de la economía, se reactiven posicionándose como uno de los protagonistas en la economía nacional, este es el caso de la industria automotriz, pues a pesar de las medidas restrictivas que buscan siempre castigar al carro en los temas de movilidad y contaminación, los vehículos y todo el comercio y los servicios que genera a su alrededor siguen siendo factores claves de aporte a la economía y cada vez cobran mayor dinamismo en las cifras macroeconómicas, conclusión que se llegó en el estudio que solicito La Asociación Colombiana de Vehículos Automotores ANDEMOS a La Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo FEDESARROLLO (Octubre de 2014) para determinar el verdadero impacto de los tres factores que componen el negocio de los carros en Colombia: la industria (producción), el comercio (concesionarios, financieras y posventa) y los servicios complementarios (talleres, combustibles, peajes, impuestos y seguros.) Y ese impacto se concreta en una cifra: 52.3 billones de pesos al año que ingresan a la economía nacional.

Por otra parte entre los años 2011 y 2012 se evidenció un crecimiento del 0,7% en la adquisición de automotores, trayendo inmerso consumidores que solicitaran beneficios que les permitan estar amparados en momentos de contingencia o caso fortuito, siendo esta una necesidad que se quiere satisfacer, brindar soluciones tanto a los usuarios dueños de los automotores, como a compañías aseguradoras que brindan este recurso en sus planes de cobertura y seguridad, enfocándonos principalmente en la región sur colombiana, puesto que las tendencias de

ampliación vehicular son relativamente considerables y en la región no se cuenta con la infraestructura y el conocimiento necesario para atender esta necesidad.

De igual forma se busca subsanar la necesidad en materia de transporte de pasajeros enfocados a los usuarios de los automotores asociados a la contingencia, de tal manera que los beneficiarios gocen de un completo respaldo a la hora de desplazar su vehículo garantizando la llegada al destino planeado y así proporcionar satisfacción a los clientes en momentos de contingencia vehicular.

A su vez la perspectiva también va dirigida a proporcionar soluciones a las necesidades del sector petrolero e industrial, quienes requieren constantemente de personal y maquinaria especializada en el arrastre y movimiento de materiales pesados, sin embargo no se cuenta con una demanda eficaz en el sector surcolombiano, viéndose obligados a solicitar los elementos de otras regiones del país.

#### 1.2 Nombre de la empresa

Soluciones automotores de Colombia S.A.S

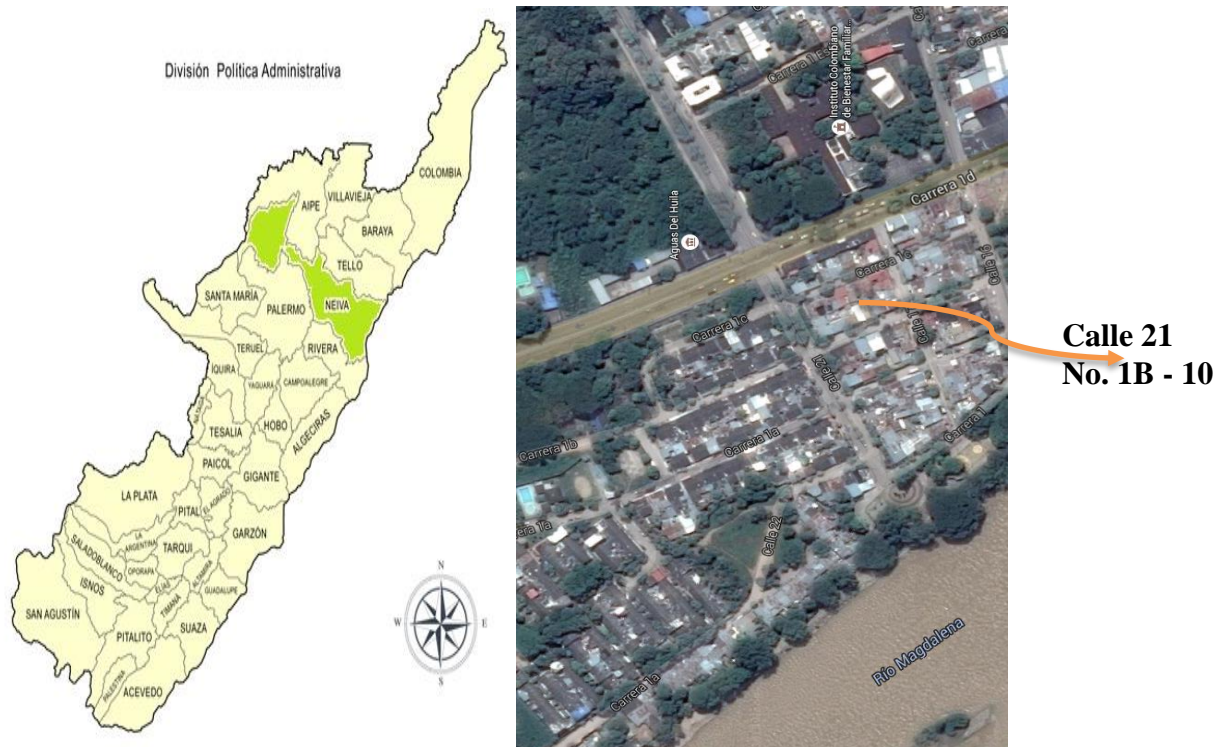
#### 1.3 Tipo de empresa

Servicios.

#### 1.4 Ubicación y tamaño

El domicilio de la compañía estará ubicado en la Calle 21 No. 1 B 10 de la ciudad de Neiva-Huila.

Figura 1. Departamento del Huila



### 1.5 Visión.

Para el año 2020 SOLUCIONES AUTOMOTORES DE COLOMBIA S.A.S se consolidara como la empresa número uno en prestación de servicios de transporte vehicular y contingencia vehicular, transporte de pasajeros, y apoyo en soluciones de transporte de materiales pesados en la

ciudad de Neiva, el departamento del Huila y sur del país, soportados con talento humano calificado, para ofrecer asistencia técnica especializada, responsable y de alta calidad, que permita satisfacer las exigencias de todos nuestros clientes.

### 1.6 Misión

Brindar un servicio de óptima calidad en transporte vehicular y de pasajeros a todos y cada uno de nuestros clientes, mediante el compromiso, dedicación y esfuerzo de un equipo humano en constante capacitación y la renovación de nuestra maquinaria con el fin de permanecer a la vanguardia en avances tecnológicos.

### 1.7 Objetivos

1. Cubrir las necesidades en materia de transporte vehicular con peso entre 1 y 10 toneladas a cualquier parte del país las 24 horas del día, mediante el apoyo de personal capacitado en el área de arrastre y transporte, con la maquinaria adecuada y de la mejor calidad que garanticen el buen estado del bien.
2. Asistir de manera rápida y oportuna a los usuarios que experimentan contingencias vehiculares garantizándoles una solución efectiva en su transporte, remolque o rescate según el caso, mediante una atención especializada al usuario e identificando las prioridades y principales necesidades que deben ser resueltas de manera inmediata producto de la contingencia o incidente en particular.
3. Garantizar el transporte de los usuarios que no cuenten con un medio adicional para desplazarse a su lugar de destino a través de un soporte completo de las necesidades del usuario, proporcionando la máxima satisfacción del cliente en su contingencia.
4. Custodiar los bienes de los usuarios cuando ellos lo requieran, proporcionando tranquilidad y confianza a través de un completo respaldo en los eventos pertinentes.
5. Solucionar la necesidad en materia de transporte de materiales pesados al sector petrolero e industrial a través de personal capacitado y con la infraestructura requerida para cada caso en particular siempre con el ánimo de dar una atención especializada al cliente y brindar soluciones efectivas y eficaces.

### 1.8 Ventajas Competitivas

SOLUCIONES AUTOMOTORES DE COLOMBIA es una organización que brinda respaldo a nuestros clientes de manera eficaz y eficiente en momentos de contingencia vehicular o personal enfocada a la necesidad primaria de nuestros clientes.

Se cuenta con la experiencia y un equipo especializado en el uso de las herramientas de trabajo, en permanente capacitación que garantizan la asistencia efectiva de las necesidades de nuestros clientes.

Infraestructura de última tecnología para el transporte tanto de elementos pesados, vehículos y personas que requieran del servicio.

### 1.9 Ventajas competitivas y propuesta de valor

- Servicio y adaptación a la medida de las necesidades y requerimientos del cliente.
- Atención personalizada enfocada a las necesidades primarias del cliente.
- Tecnología de punta que brinda soluciones a los requerimientos.
- Fácil localización de la empresa por su ubicación, medios de comunicación masivos como Internet y correo directo para el contacto con clientes.
- Servicio rápido y directo teniendo como prioridad las necesidades de los usuarios.
- Maquinaria desarrollada con tendencias tecnológicas actuales.
- Debido al precio establecido, la relación costo / beneficio es más alta que la de los competidores.
- Tranquilidad y confianza al cliente de gozar con un respaldo garantizado
- Atención sin restricciones horarias.

### 1.10 Perfil de los Emprendedores

LEIDY MARCELA MUÑOZ BERNAL. Contadora Publica de la Universidad Surcolombiana en formación como Especialista en Administración Financiera, con experiencia en análisis de proyectos, asesora de empresas en construcción, formulación e implementación de sistemas de información, optimización de recursos financieros dirigidos a la planeación, análisis, desarrollo y alcance de metas, experiencia en el campo del sector transporte vehicular, como apoyo en la compañía Auto Grúas Internacional de la Ciudad de Girardot.

## **2. Mercadeo**

### **2.1 Análisis del Sector**

Estadísticas. El sector de servicios de transporte se ha ido configurando como uno de los sectores más importantes en la economía mundial, teniendo un crecimiento extendido en todas las regiones y en todas las actividades económicas

Sector servicios en Asia Oriental y el Pacífico. El sector transporte se ha desempeñado bien en muchos países, lo que ha facilitado un impresionante crecimiento económico impulsado por el comercio y la reducción de la pobreza.

Sector servicios en Europa Oriental y Asia Central. La transición económica sigue su curso y las fuerzas del mercado moldean cada vez más todas las facetas de la demanda de transporte. Sin embargo, luego de un hiato durante el proceso de transición, casi todos los países de la región muestran deficiencias en cuanto a calidad y tecnología, así como grandes rezagos en el mantenimiento de su infraestructura de transporte. La modernización de la infraestructura y la reforma empresarial siguen siendo objetivos cruciales.

Sector servicios en América Latina y el Caribe. Se requiere promover medidas que incrementen las fuentes, la calidad y la productividad de las inversiones destinadas a mitigar la reducción masiva en la inversión tanto pública como privada en el sector transporte que acaece desde los años ochenta, lo que ha generado excesivos costos de transporte y logística que penalizan el comercio.

Sector servicios en Oriente Medio y África del Norte. Es necesario un continuo apoyo a los procesos de mejoramiento de infraestructura estratégica y de formación de capacidades en el sector transporte, incluyendo marcos para lograr una participación exitosa del sector privado, especialmente en el transporte urbano. Hasta el momento, la contribución del sector privado a las necesidades de transporte de la región ha sido magra.

Sector servicios en Asia Meridional. Los estudios sobre la inversión climática en la región de Asia Meridional han señalado que el transporte constituye una limitante importante al comercio

regional e internacional. Es más, a nivel micro, muchas familias rurales carecen de acceso a caminos transitables todo el año, y muchas megaciudades se ven limitadas por la falta de sistemas de transporte urbano confiables.

Sector de servicios en Colombia. Durante el año 2014, el sector transporte exhibió una recuperación, expandiéndose un 4,1% anual frente al 2,9% observado en 2013, según las cuentas nacionales del DANE. Sin embargo, la dinámica del sector aún resulta inferior a la registrada por toda la economía (4,6%).

Esto último se explica, principalmente, por el preocupante rezago del país en materia de infraestructura de transporte. En efecto, las mediciones internacionales muestran que, en una escala de 1 (mala) a 7 (óptima), Colombia reporta los peores registros de la Alianza del Pacífico a nivel de infraestructura vial (2,7) y férrea (1,5)

Sector de servicios en transporte vehicular. La primera empresa en ofrecer el servicio de transporte vehicular surgió en España en la década de los 70. Esta oportunidad de negocio nació debido a la consolidada motorización en este país tratando de cubrir las necesidades de los clientes en los viajes por carretera. Este servicio se coordinaba a través de un centro de recepción de llamadas y tenía cobertura nacional.

Estos servicios funcionaban igual que un seguro: el socio automovilista pagaba una prima anual y la empresa titular del servicio cubría el riesgo por avería o accidente en la parte de rescate, retirada y/o remolque del vehículo. Ante el constante incremento de vehículos, se produjeron dos hechos: se amplió la cobertura para el caso de reparación de urgencia “in situ” en caso de avería o accidente; y se crearon nuevas empresas de auxilio en carretera. La fuerte competencia que se produjo hizo que las empresas, para mantener su cartera de clientes, fueran añadiendo nuevos servicios y coberturas.

Posteriormente a finales de los años 30 llegaron a Colombia los primeros vehículos especializado en el transporte automotor ya que los caminos y carreteras nacionales eran

demasiado rudimentarios para cualquier vehículo por lo que los percances eran muy comunes y se requería de un medio para dar solución.

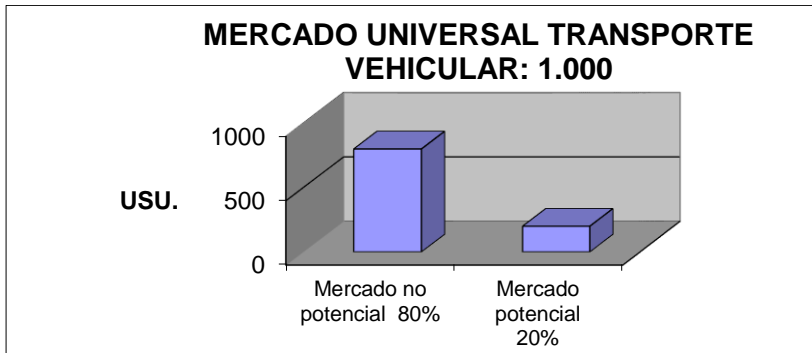
En la actualidad el número de vehículos en Colombia es muy extenso debido al aumento del nivel de vida y a la reactivación de la economía, sin embargo el servicio que cubre a nivel nacional las necesidades de transporte vehicular no han evolucionado delimitándose a cumplir con la función de transporte, sin ir más allá de subsanar la necesidad o prioridad del cliente en momentos de vulnerabilidad por sucesos inesperados.

Por otra parte la solicitud del sector industrial y petrolero de maquinarias especializadas para el transporte de materiales pesados es constante en la región sur colombiana pues, en esta área están ubicadas grandes petroleras e industrias que desarrollan proyectos de construcción y extracción tales como HOCOL, PETROBRAS INTERNACIONAL, PETROBRAS COLOMBIA, ECOPETROL, VARISUR, INDICOL, WEATHERFORD entre otras, quienes enfatizan en adquirir servicios de excelente calidad enmarcados en un mejoramiento continuo, sin embargo el sector sur colombiano carece de una compañía que aporte soluciones para este tipo de necesidad.

## 2.2 Análisis del Mercado

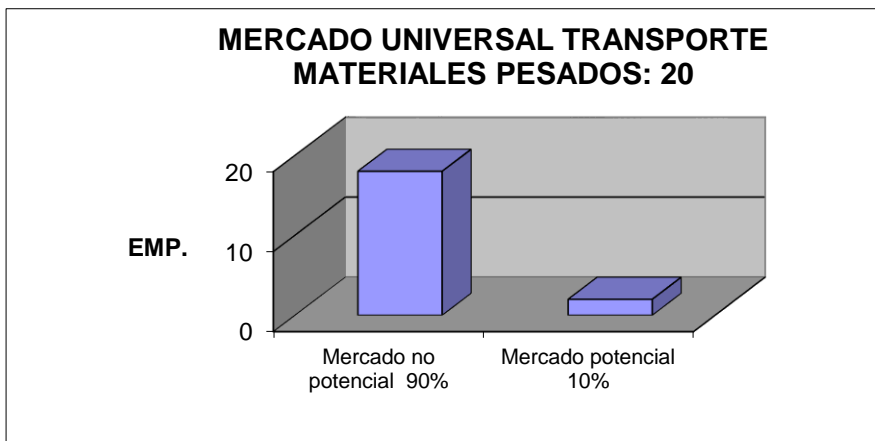
Inicialmente el mercado objetivo está dirigido a empresas nacionales con un universo de 30 compañías de seguros (información tomada del sistema de información estadística de LA FEDERACION DE ASEGURADORES COLOMBIANOS FACEDOLDA (2014), 1.000 usuarios con vehículos en circulación del cual son clientes potenciales el 20%, y 20 empresas del sector petrolero e industrial del Huila, del cual son clientes potenciales el 10% ver figura 1. y 2

Figura 2. Universo de Mercado



Fuente. Elaboración propia.

Figura 3. Universo de Mercado



Fuente. Elaboración propia.

El mercado objetivo para el proyecto SOLUCIONES EN TRANSPORTES DE COLOMBIA está determinado por Compañías aseguradoras con agencias o sucursales en Colombia que utilicen dichos servicios. Las empresas que componen al sector seleccionado son 30, de las cuales son clientes potenciales el 20% y el consumo per cápita del proyecto es 2; Particulares propietarios de vehículos que quieren contratar dichos servicios de manera puntual o

periódica porque su póliza no los cubre o por cualquier otra razón de 1.000 de los cuales son clientes potenciales el 20% y el consumo per cápita es 2, empresas del sector petrolero e industrial del Huila 20, del cual son clientes potenciales el 10% y el consumo per capital es de 24.

El análisis de mercado muestra un consumo promedio de 2 unidades anual para el inicio del proyecto en la adquisición de transporte vehicular y 24 unidades anuales, 2 mensuales para la adquisición del transporte de materiales pesados, seguido por 3 unidades anuales sobre una proyección a 3 años.

Tabla 1. Estructura del mercado –Unidades

SERVICIO	MERCADO POTENCIAL CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO	VENTA UNIDADES AÑO 1
Transporte vehicular	1.000	2	20%	400
Transp. de Materiales pesados	20	24	10%	48
Transporte Pasajeros	1.000	2	20%	400
<b>Total</b>				<b>848</b>

Fuente. Elaboración propia.

El mercado principal estará concentrado en la región del Huila con un 50%, seguido por los departamentos de Caquetá 20%, Putumayo 15%, Tolima 10% y Cundinamarca 5%. Ver figura

4

Tabla 2. Concentración del mercado por región

Concentración del mercado por región	
Departamento	Porcentaje
Huila	50,00%
Caquetá	20,00%
Putumayo	15,00%
Tolima	10,00%
Cundinamarca	5,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fuente. Elaboración propia.

La debilidad detectada en resumen, es generar beneficios rápidos, efectivos y confiables tanto para los usuarios como para las organizaciones que adquieren día a día estos servicios optimizando sus utilidades.

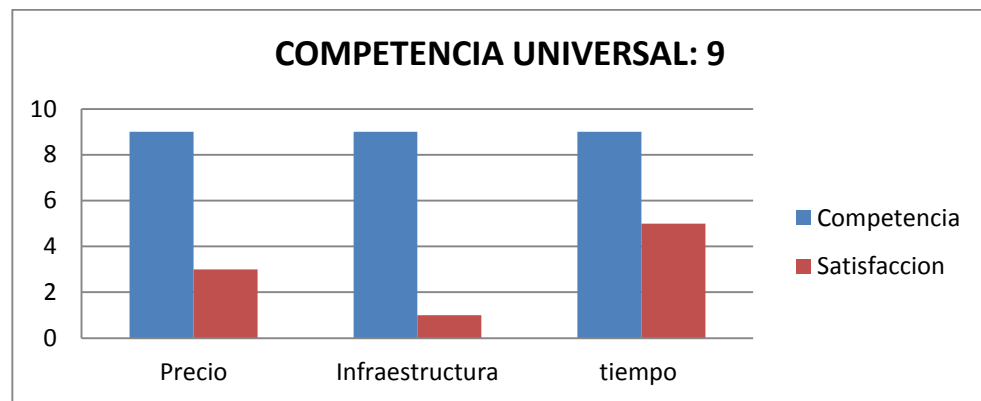
### 2.3 Análisis de la Competencia

A través de una investigación de campo se pudo determinar que los competidores existentes son cerca de 70 empresas dedicadas al transporte automotor en Colombia, las cuales pueden operar tanto con compañías aseguradoras como por su cuenta, prestando servicios de auxilio a sus clientes.

No obstante, la mayoría de estas empresas prestan sus servicios a través de las aseguradoras, por lo que tendrían su trabajo asegurado con independencia de la competencia. Es decir, no se produce una competencia directa en el trabajo, aunque ésta puede trasladarse a las negociaciones de los contratos de prestación de servicios que cada empresa de transporte acuerda con las aseguradoras.

Mediante el estudio se evidencio que en el Huila hay registradas 9 compañías que ofrecen este servicio, en el Tolima 4, en el Caquetá y putumayo no existe ningún registro; con estos datos se hizo un muestreo cuantitativo realizando llamadas telefónicas para determinar precios, infraestructura y tiempo en el cumplimiento del servicio dando como resultado lo siguiente: 6 de las 9 compañías entrevistadas el costo de sus servicio oscila entre 500.000 y 600.000 en 12 horas; 8 de las 9 empresas poseen infraestructura depreciada hace más de 10 años, 5 de las 9 empresas garantiza no excederse del tiempo establecido para la realización del servicio. Ver figura 5.

Figura 4. Universo de la Competencia



Fuente. Elaboración propia.

Esta metodología logra evidenciar la ausencia de un servicio enfocado a la satisfacción del cliente que garantice confianza y eficiencia en el proceso, por esto es ahí donde se abre un gran segmento de mercado, que busca un servicio pleno y satisfactorio.

Por otra parte se hizo un estudio exploratorio en las compañías del sector hidrocarburos y como resultado se obtuvo que tan solo existe una empresa que brinde los servicios de transporte de materiales pesados en el Huila, oferta que no alcanza a cubrir las necesidades del sector sur colombiano, por tal motivo se busca penetrar en este servicio cumpliendo con los estándares y peticiones de los cliente.

Es indiscutible que los mercados en general muestran hoy en día, altos niveles de competencia, en donde lo importante es innovar y mejorar en tecnología para hacer las cosas con calidad desde el principio y a si alcanzar los objetivos propios.

#### 2.4 Estrategias de Distribución

El servicio se proporciona las 24 horas y los 365 días del año con personal altamente capacitado para cualquier tipo transporte, arrastre o maniobra, la cobertura en Neiva abarca toda la ciudad, contando también con el servicio de traslado hasta cualquier parte del país. Se realiza

todo tipo de maniobra para arrastre o carga de vehículos y equipos u objetos especiales, Siempre con la seguridad, rapidez y eficiencia que requiere el cliente.

El proceso inicia en el momento en que se solicita el servicio a la organización; y a partir de ese momento se cuenta con tiempo determinado para llegar al lugar acordado de acuerdo a los estándares establecidos en los procesos de calidad; seguidamente nace la necesidad de brindar confianza y seguridad al propietario o asistente en la contingencia, con el fin de proporcionarle tranquilidad, debe existir empatía entre el asistente vehicular y el cliente; seguidamente se procede a inventariar el estado del vehículo u objeto para así mismo proceder al enganche del vehículo con el mas sumo cuidado, por último se transporta el vehículo al lugar acordado con el cliente.

Cada actividad será controlada durante todo el proceso de producción interno por medio de registros de calidad.

Se optará por una comercialización directa e indirecta a los posibles clientes a través de un monitoreo permanente, optando como estrategia tener una amplia cobertura en el área regional del Huila.

## 2.5 Estrategias de Promoción

Como forma de promoción y comercialización se utilizará Visitas comerciales a clientes empresariales, contacto telefónico, correo electrónico y portafolios empresariales para cada cliente potencial, base de datos, Guías Informativas, Anuncios en Directorios profesionales y Publicidad exterior.

El servicio tiene como objetivo, obtener ventajas competitivas por lo tanto se optara por una distribución ofensiva y directa. Se hará vigilancia y los debidos ajustes a la planeación estratégica, según los cambios del mercado.

Los métodos promocionales a utilizar son:

Venta personal, de gran importancia para la compañía, consiste en la visita directa a los clientes potenciales, permitiendo que este conozca claramente las características del servicio y la compañía, además consultar sobre el funcionamiento en la planta y comunicar inquietudes o nuevas necesidades que se presenten.

Publicidad masiva, se llevará a cabo por medios impresos como publicidad de la compañía, páginas amarillas, revistas industriales y especializadas leídas por clientes potenciales de la empresa; correos tradicionales y electrónicos con información de productos y servicios.

Ferias y Eventos, buscar un contacto directo con el círculo empresarial con el objetivo de mostrar el portafolio empresarial.

## 2.6 Estrategias de Comunicación

El principal medio de comunicación de la compañía serán canales directos como entrevistas telefónicas y personales, correos tradicionales y electrónicos, los cuales permitan asegurar la llegada de la información de la compañía a clientes sin importar su ubicación.

## 2.7 Estrategias del Servicio

El proceso inicia en el momento en que se solicita el servicio a la organización; y a partir de este momento se cuenta con tiempo determinado para llegar al lugar acordado; seguidamente nace la necesidad de brindar confianza y seguridad al propietario o asistente en la contingencia, con el fin de proporcionarle tranquilidad, debe existir empatía entre el asistente vehicular y el cliente; seguidamente se procede a inventariar el estado del vehículo u objeto para así mismo proceder al enganche del vehículo con el mas sumo cuidado, por último se transporta el vehículo al lugar que decida el cliente

## 2.8 Plan de Ventas

Antes de la puesta en marcha del proyecto se debe iniciar una campaña de promoción, intentando captar el mayor número de clientes que aseguren el buen inicio del objeto social.

Se debe centrar la publicidad en prensa, prensa de difusión gratuita, carteles en establecimientos públicos, buzoneo, guías informativas, anuncios en directorios profesionales (páginas amarillas).

Para los clientes que son empresas, como las aseguradoras, sería muy eficaz la realización de visitas comerciales presentándoles la oferta de servicios y mostrándoles las ventajas de trabajar con la empresa SOLUCIONES EN TRANSPORTES DE COLOMBIA.

En estos negocios es muy aconsejable hacer publicidad a través de los mismos vehículos de la empresa, que llevan insertada en los laterales el logotipo de la misma, un teléfono o la página web e, incluso, un eslogan.

Un medio económico y muy efectivo en este sector es el Internet, se recomienda crear una página Web en la que se publiciten todas las actividades que se ofrecen, servicios, flota, ofertas, etc.

La mejor forma de captación de clientes es el “boca – boca”. Por ello es importante la satisfacción del cliente a fin de que recomienden el servicio, que se conseguirá con una atención al cliente personalizada y dándole un trato exquisito.

Hacer frente a quejas y reclamaciones, es otro de los aspectos fundamentales; para esto se deben establecer mecanismos de recogida de PQR (Peticiones, Quejas y Reclamos) y prepararse para atenderlas y convertir esta segunda oportunidad que ofrece el cliente en elemento de reforzar el vínculo con él.

### 3. Técnico

#### 3.1 Concepto del Servicio

**Tabla 2. Cronograma Técnico**

ESTRATEGIA	TACTICA	CRONOGRAMA 2015												PRESUPUESTO	
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
1. Suministrar al cliente maquinaria de última tecnología para su total comodidad.	Transporte cubierto de vehículo de prestigio, para una absoluta privacidad. ( ver anexo 2)														\$140.000.000 compra de camión grúa cubierto (Junio 2016)
2. Precio por volumen de servicios.	Por cada 10 servicios urbanos que se soliciten se realiza otro gratis y por cada 15 servicios fuera de la ciudad de Neiva se realiza uno gratis.														\$ 440.000 mes
3. Plan de Medios	Revistas (anuncio), Directorios (anuncio), Publicidad Exterior (Valla), Creación de una página web.														\$ 4.300.000
4. Ampliación del mercado	Creación de sucursales al sur de Colombia.														\$3.000.000 adecuación e instalación.

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 3. Recursos y Requerimientos del Proceso

RECURSOS FISICOS	LUGAR	RESPONSABLE	TIEMPO	OBSERVACIONES
1. Combustible.  Presupuesto para pago de peaje.	Acordado por el cliente	Gerencia	2 meses	-El personal que conduzca esta maquinaria debe ser totalmente entrenado en materia de cuidado de vehículos.
2. factura de venta.	Sección finanzas	Jefe de finanzas	6 meses	-Solo se puede cubrir servicios gratis que no superen la totalidad del presupuesto.
3. Revistas, directorios, vallas, pagina web.	-Zona industrial de Neiva.  -Km 30 vía Neiva-Bogotá.	Gerente	4 meses	-Es de suma importancia elegir correctamente los medios que difundan el mensaje de las ventas al público.
4. Maquinaria, equipo y operarios.	-Pitalito	Administración y la gerencia.	3 meses	-La administración de las sucursales debe ser de confianza

Fuente. Elaboración propia.

### 3.1 Insumos y Materiales del Proceso Servicio

Tabla 4. Insumos y Materiales del Proceso Servicio

<b>CONSUMO POR UNIDAD PRESTACION DEL SERVICIO</b>					
<b>SERVICIO 1</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>UNIDAD DE</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
		<b>MEDIDA</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>POR UNIDAD</b>	<b>COSTO UNIT.</b>
Transporte vehicular	HIDRATACION, ELEMENTOS DE ASEO	UNIDAD	\$ 3.000	2	\$ 6.000
Transporte de Materiales pesados	KIT DE SEGURIDAD	UNIDAD	\$ 250.000	1	\$ 250.000
Transporte Pasajeros	HIDRATACION, ELEMENTOS DE ASEO	UNIDAD	\$ 3.000	2	\$ 6.000
Transporte Pasajeros	ELEMENTOS PRIMEROS AUX	UNIDAD	\$ 22.000	1	\$ 22.000

Fuente. Elaboración propia.

El consumo de materiales requeridos para la prestación del servicio de transporte Vehicular corresponde a insumos por Hidratación y elementos de aseo para suministrárselo al usuario beneficiario del servicio, se debe contar como mínimo con dos unidades mínimas de estos elementos.

El consumo de materiales requeridos para la prestación del servicio de transporte de Materiales pesados corresponde al Kit de Seguridad para la protección de las actividades a realizar por el operario, se debe contar con un Kit de seguridad por trabajo a realizar.

El consumo de materiales requeridos para la prestación del servicio de transporte de Pasajeros corresponde a insumos por Hidratación y elementos de aseo y elementos de primeros auxilios para asistir al beneficiario del servicio. Se debe contar al menos con una cantidad por trabajo realizado.

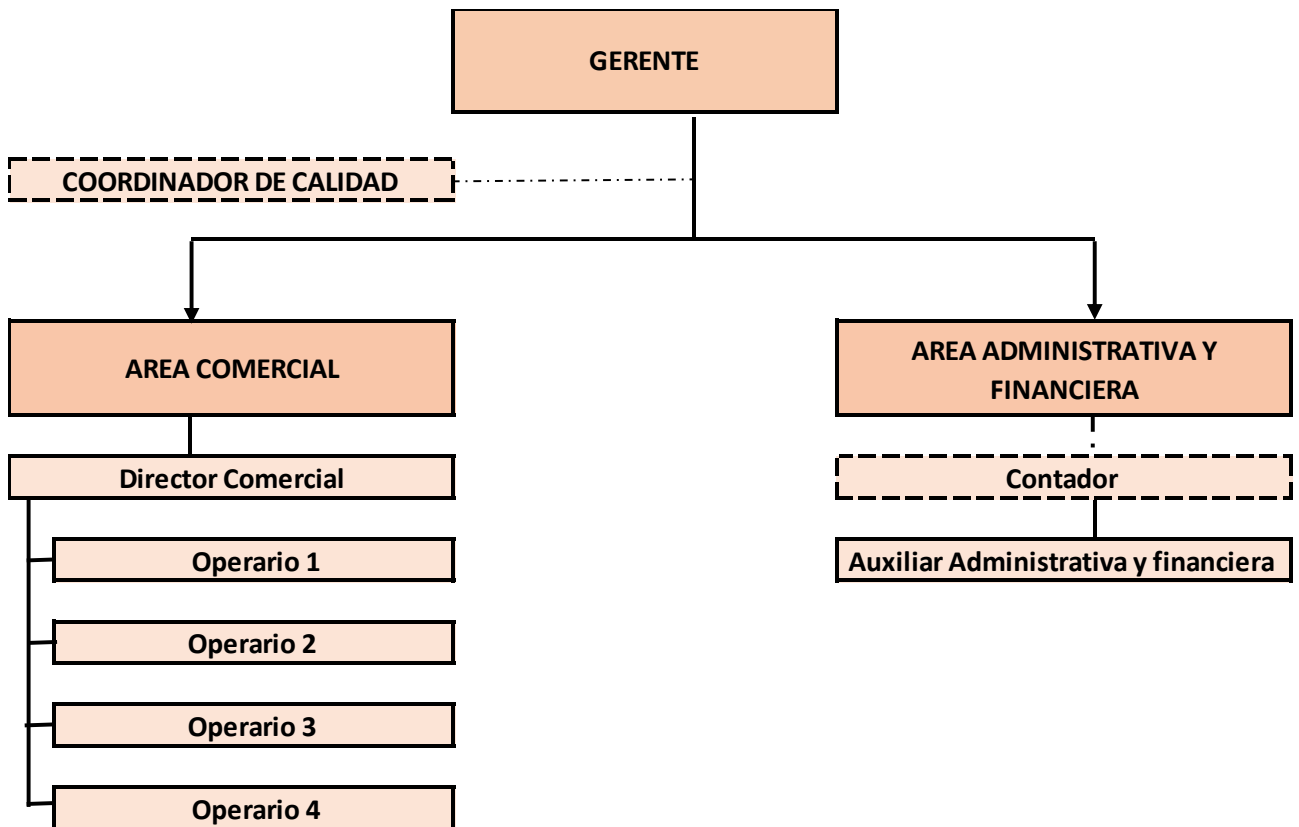
## 4. Organizacional

### 4.1 Estructura organizativa para el funcionamiento de la empresa

Para el cumplimiento del objeto social la empresa requiere de la siguiente estructura:

Número de empleados: 6

Figura 5. Estructura organizativa para el funcionamiento de la empresa



Fuente. Elaboración propia.

El gerente, el Coordinador de Calidad y el Contador serán contratados por Outsourcing.

### 4.2 Funciones del personal

El personal nombrado se registrará por el manual de funciones estipulado para los cargos en cuestión así:

- Director comercial ( Anexo 1 )

- 4 Operarios ( Anexo 2)
- Auxiliar administrativa y financiera ( Anexo 3)

### **4.3 Estudio Organizacional**

#### 4.3.1. Planeación estratégica organizacional

Para la implementación de las estrategias a poner en práctica dentro de la organización y por las cuales se regirá la gestión empresarial: se hace necesario conocer la influencia del ambiente externo e interno de esta en la producción y desempeño de los colaboradores en la empresa; por tal motivo se realizara un análisis profundo para modificar y potencializar conductas y procesos en beneficio de un mayor rendimiento y aprovechamiento de los recursos llevando a la eficacia de la organización.

Este análisis se pondrá en marcha inicialmente con la identificación de los factores de influencia externa (oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar la empresa en el mercado seleccionado) e interna (fortalezas y las debilidades de la empresa, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control) con la matriz DOFA, llegando a la creación de estrategias corporativas y de recursos humanos, que permita desarrollar todas las capacidades que se posee dentro de la organización y de cada uno de sus empleados, aprovechando oportunidades y minimizando o anulando amenazas directas o indirectas.

Clima organizacional. La empresa posee una estructura en la que cada uno de los miembros percibe el funcionamiento óptimo de esta, con base en actitudes caracterizadas por el compromiso, la solidaridad entre los empleados, el liderazgo, la comunicación asertiva y el sentido de pertenencia de estos por la organización, llegando a devenir en mejores resultados, mayor productividad y alto grado de cubrimiento de la población objetivo en la prestación de nuestros servicios, pero sin descartar posibles conflictos internos de origen variable que se presenten entre los miembros de la empresa. El clima organizacional en la empresa es medido mediante el rendimiento, resultados obtenidos y con base a evaluaciones periódicas aproximadamente cada año con un test que arroje los datos del estado de este en la organización.

Cultura organizacional. La empresa está inmersa en un ambiente amplio que requiere de una alta eficacia para la supervivencia de esta en el ambiente laboral y de competencia; la cultura laboral interna de la empresa es abierta y humana alentando la participación y la conducta madura de todos los miembros de la organización y respetando la diversidad cultural de nuestros empleados y clientes; contando con personas comprometidas y responsables con el desarrollo óptimo de sus tareas permitiendo el crecimiento de la organización hacia la excelencia y el éxito laboral.

#### Valores organizacionales.

- |                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|
| ❖ Sobriedad           | ❖ Trabajo en equipo      |
| ❖ Liderazgo           | ❖ Toma de decisiones     |
| ❖ Renovación          | ❖ Respeto a las personas |
| ❖ Integridad          | ❖ Sencillez              |
| ❖ Servicio al cliente |                          |

#### Metas organizacionales

- Ser la empresa número uno en la prestación de servicios a nivel regional.
- Establecer convenios con el 90% de las entidades de asistencia vehicular.
- Obtener certificación de calidad en 5 cinco años.
- Ser la empresa altamente especializada en servicios de arrastre de cualquier tonelaje.

#### Estrategias corporativas

Luego de realizar el análisis a profundidad e identificar los factores que influyen de forma directa e indirecta a la empresa, teniendo en cuenta que esta hace parte de un ambiente dinámico y flexible, se crean las siguientes estrategias para suplir las necesidades existentes; con base en una planeación optimizadora de los recursos, posibilitando la potencialización de las fortalezas y aprovechamiento de las oportunidades con el fin de minimizar o reducir las debilidades y las amenazas.

- Aprovechar la constante innovación tecnológica para incorporar suficiente maquinaria de alta calidad.

- Por medio de la variedad de proveedores a los cuales se puede llegar, gestionar la creación de sucursales en el territorio regional.
- Utilizar la atención personalizada y oportuna para minimizar la importancia del poco tiempo en el mercado laboral.
- Identificar si la falta de comunicación entre los procesos puede generar fuga de información que propicie la competencia desleal.
- Entrenamiento constante, actualizado y completo al personal en cada una de las tareas que realizan y en el manejo de las nuevas tecnologías sin excluir por grado de escolaridad.
- Valerse de la fidelidad de los clientes para minimizar la afectación por los desequilibrios en tarifas por la competencia.
- Servirnos de la constante innovación tecnológica para la adecuación de una infraestructura óptima y de fácil acceso a los clientes.

#### Planeación estratégica de recursos humanos

La planeación de recursos humanos parte de las estrategias corporativas y los objetivos que sustenta el que hacer de la empresa; por lo anterior la planificación de recursos humanos es de tipo adaptativo, pues se pretende llevar al cumplimiento de las metas, optimizando recursos e incorporando el análisis interno y externo realizado por esta.

La planeación estratégica de recursos humanos se ejecutara a partir del modelo de planificación Integrada debido a que permite realizar un diagnóstico adecuado para la toma de decisiones. La planeación de personal tendrá en cuenta variables que irán desde el Volumen de producción planeado por la organización, es decir, el número de vehículos a transportar en el transcurso de un día, los cambios tecnológicos incorporados a la organización, que modifican la productividad del personal. Además de tener en cuenta los cambios en la oferta y demanda en el mercado laboral, y la planificación de carreras dentro de la organización, pues es de importancia para la empresa que los empleados se autorealicen, mediante la implementación de elementos y herramientas apropiadas para su satisfacción personal y laboral.

Listado de actividades, tareas y funciones por las diferentes dependencias o áreas de la empresa

#### Área administrativa y financiera

- Verificar y controlar la ejecución de lo planeado Vs ejecutado dentro de los objetivos de la empresa
- Coordinar con las áreas las tareas a cumplir con el propósito de obtener una imagen en el mercado
- Diseñar planes de desarrollo y fijar metas realizables
- Atender los requerimientos de autoridades judiciales para procesos de legalización de los procesos de selección
- Verificar y evaluar las rentabilidades y crecimiento de la empresa en el sector
- Coordinar y cumplir los compromisos bancarios y legales
- Verificar y controlar la asistencia del personal
- Atender a los usuarios
- Controlar el correcto funcionamiento y buen uso de las áreas de la empresa
- Llevar todos los libros pertinentes a los procesos de selección de personal.
- Programar mensualmente al personal los servicios de los diferentes turnos (en caso de requerirse) en actividades como aseo, entrevistas, visitas domiciliarias etc.
- Programar reparaciones locativas y de mantenimiento
- Recibir y distribuir la correspondencia de las diferentes áreas de la empresa
- Informar diariamente sobre los servicios
- Redactar y elaborar oficios y memorandos
- Atender y agilizar los reclamos recibidos por vía telefónica o verbalmente de los usuarios
- Tramitar la correspondencia entregada a las otras áreas para proceder a su respectiva respuesta de los remitentes
- Contratación del personal
- Velar por el correcto funcionamiento tanto del hardware como del software.

- ❑ Controlar y ejecutar los procesos para la producción de los informes necesarios
- ❑ Mantener Backups necesarios de la informaciones almacenadas
- ❑ Incorporar las novedades de cada una de las aplicaciones para su producción
- ❑ Soporte a cada una de las áreas de la empresa
- ❑ Llevar una contabilización al día
- ❑ Controlar los movimientos y flujos de caja
- ❑ Llevar un control en los pagos de impuestos fiscales y legales oportunamente
- ❑ Programación de pagos
- ❑ Presentar los estados financieros

#### Área comercial o de producción

- ❑ Controlar los tiempos de selección.
- ❑ Controlar el inventario de los recursos como papelería y los elementos de dotación al personal
- ❑ Revisar que los computadores se encuentren adecuadamente para su funcionamiento
- ❑ Hacer la entrega de informes respectivos en la administración
- ❑ Rotular las hojas de vida y las solicitudes de prestación del servicio.
- ❑ Colaborar con el traslado de los accesorios para el proceso de selección.
- ❑ Diseñar planes de mercadeo en el uso del servicio de selección de personal para el área comercial de las empresas.
- ❑ Realizar presupuestos de ventas mensuales y a la vez realizar una reglamentación con lo realizado Vs lo presupuestado
- ❑ Diseñar y ejecutar planes de mercadeo en publicidad del servicio de selección de personal para el área comercial de las empresas.
- ❑ Realizar proyecciones de ventas futuras y captura de mercados cercanos

4.4 Análisis DOFA

INTERNAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquinaria de alta calidad tecnológica y suficiente.</li> <li>• Personal previamente entrenado y capacitado.</li> <li>• Infraestructura óptima y de fácil acceso a los clientes.</li> <li>• Atención personalizada y oportuna.</li> <li>• Precios competitivos con una alta atención.</li> <li>• Disponibilidad de tiempo las 24 horas del día.</li> <li>• Ubicación estratégica en materia de tiempo para cubrir la contingencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal con poca escolaridad.</li> <li>• Falta de sucursales en territorio regional.</li> <li>• Falta de comunicación entre los procesos.</li> <li>• No se cuenta con una imagen corporativa</li> <li>• Poca publicidad a nivel regional.</li> <li>• No se cuenta con estrategias de incentivo a la clientela.</li> </ul>
EXTERNAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenios con varias instituciones en el mercado.</li> <li>• Fidelidad de algunos clientes.</li> <li>• Variedad de proveedores a los cuales se puede llegar.</li> <li>• Constante innovación de la tecnología.</li> <li>• Alta demanda del servicio.</li> <li>• poca oferta en algunas áreas regionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco tiempo en el mercado laboral.</li> <li>• Desequilibrio de las tarifas por la competitividad</li> <li>• Competencia desleal</li> <li>• Alta publicidad por parte de la competencia.</li> <li>• Innovación de la competencia.</li> <li>• Propagación del mercado.</li> <li>• Monopolio del mercado a nivel regional.</li> </ul>

Imagen 1. Identificación y evaluación de las estrategias y de las acciones a futuro.

**IDENTIFICACION Y EVALUACION DE LAS ESTRATEGIAS  
Y DE LAS ACCIONES A FUTURO**

Aprovechar Oportunidades	Potenciar Fortalezas
Adquiriendo tecnología y buscando recursos tecnológicos innovadores que hagan diferencia en el mercado. Reafirmar el posicionamiento en el sector con el nuevo Servicio y producto.	Desarrollar un plan estrategico de mercadeo y ventas que permita evaluar en el sector en que nichos de mercado debe estar orientado la comercializacion del producto para su primera etapa.
Afrontar Amenazas	Corregir debilidades
Orientarce a las empresas graficas del sector de las PYMES, ofreciendo un buen precio y alternativas de financiamiento.	Reinvertir en investigacion e infraestructura que permita Mejorar deficiencias del producto y mejorar su linea de implementacion.

Fuente. Elaboración propia.

**5. Estudio Financiero**

Los recursos inversión para el desarrollo se obtendrán de la siguiente manera:

Recursos financiados por LEIDY MARCELA MUÑOZ Gestora del proyecto así:

5.1 Capital de trabajo. Corresponde al 37.50% del valor total de la inversión y se ha estimado un monto necesario para operar de manera adecuada durante el primer año de actividad y está compuesto por:

5.2 Inversiones diferidas. Se toma un monto de \$4.300.000 para publicidad en Revistas (anuncio), Directorios (anuncio), Publicidad Exterior (Valla), Creación de una página web.

5.3 Caja. Se toma un monto de \$19.009.283 para contar con efectivo para cubrir gastos de operación durante la fase de implementación.

Imagen 2. Caja

CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEED	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Inventario materia prima	0	0	0	0	0
Inventario productos en proceso	0	0	0	0	0
Inventario productos terminados	0	0	0	0	0
Cartera	0	0	0	0	0
Inversiones diferidas	4.300.000	0	0	0	4.300.000
Caja	9.009.283	0	0	10.000.000	19.009.283
Mobiliario	0	0	0	0	0
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>13.309.283</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10.000.000</b>	<b>23.309.283</b>

Fuente. Elaboración propia.

5.4 Inversiones fijas. Las inversiones fijas están compuestas por Muebles y Equipo de oficina, Equipo de cómputo y equipo de comunicación y Vehículos. Elementos que conforman la infraestructura para la Oficina y para la prestación de los servicios. Este rubro representa el 62.50% Del valor total de la inversión.

Imagen 3. Inversiones fijas.

ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEED.	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL REQUERIDO	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION AÑO 1
<b>Total muebles y enseres:</b>	<b>2.850.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.850.000</b>	<b>3</b>	<b>950.000</b>
COMPUTADORES	2.000.000	0	0	0	2.000.000		
ESCRITORIOS	850.000	0	0	0	850.000		
<b>Vehiculos:</b>	<b>36.000.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>36.000.000</b>	<b>5</b>	<b>7.200.000</b>
AUTOMOVILES	36.000.000	0	0	0	36.000.000		
<b>Total inversión fija</b>	<b>38.850.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>38.850.000</b>	<b>8</b>	<b>8.150.000</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>38.850.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>38.850.000</b>	<b>8</b>	<b>8.150.000</b>

Fuente. Elaboración propia.

Estos aportes son el 100% de la puesta en marcha e implementación.

5.5 Sistema contable de la empresa. El manejo contable se realizara con la figura de outsourcing y se le pagara por servicios, apoyado por un auxiliar contable en la empresa.

5.6 Ingresos. Los Ingresos de la empresa están representados por las ventas de la prestación de servicios en tres líneas: 1) Servicios de transporte Vehicular, 2) Servicios de transporte de Materiales Pesados y 3) Servicio de transporte de pasajeros.

Imagen 4. Ventas por línea de servicios año 1

NOMBRE SERVICIO	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VTA UNIT.	VENTAS TOTALES \$ AÑO 1
Transporte vehicular	400	480.000	192.000.000
Transp. de Materiales pesados	48	600.000	28.800.000
Transporte Pasajeros	400	400.000	160.000.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>848</b>	<b>1.480.000</b>	<b>380.800.000</b>

Fuente. Elaboración propia.

Imagen 5. Incremento de Precios Venta del Servicio hasta el año 5

PERIODO	INCREMENTO PRECIO %	BASE + INCREMENTO
Año 2	1%	101%
Año 3	3%	103%
Año 4	4%	104%
Año 5	6%	106%

Fuente. Elaboración propia.

Imagen 6. Ciclicidad ventas en el año 1

PERIODO	AÑO 1	AÑO 1
	UNIDADES	VENTAS \$
Enero	99	44.426.667
Febrero	42	19.040.000
Marzo	42	19.040.000
Abril	42	19.040.000
Mayo	71	31.733.333
Junio	99	44.426.667
Julio	99	44.426.667
Agosto	71	31.733.333
Septiembre	71	31.733.333
Octubre	42	19.040.000
Noviembre	71	31.733.333
Diciembre	99	44.426.667
<b>Total</b>	<b>848</b>	<b>380.800.000</b>

Fuente. Elaboración propia.

Imagen 7. Proyecciones De Ingresos

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	380.800.000	386.321.600	397.524.926	414.817.261	438.876.662

Fuente. Elaboración propia.

### 5.7 Egresos

#### Gastos Operacionales y no Operacionales.

Operacionales. Corresponde a los valores incurridos por compra de insumos varios en la prestación del servicio y a las erogaciones originadas por la relación laboral, aplicándose todas las consideraciones de ley y de acuerdos vigentes. Las observaciones legales corresponden a los Sueldos y salarios, Prestaciones sociales, pagos de Seguridad social y los pagos de aportes parafiscales, así como a los egresos generados por concepto de funciones administrativas generales complementarias al desarrollo del objeto social de la empresa.

Imagen 8. Costos

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Insumos	25.600.000	26.224.640	26.864.521	27.520.016	28.191.504
Depreciaciones	8.150.000	8.150.000	8.150.000	7.200.000	7.200.000
Costos Directos del servicio	162.411.396	166.309.270	170.300.692	174.387.909	178.573.218
Mano de Obra	48.931.701	49.401.445	49.875.699	50.354.506	50.837.909
<b>TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b>245.093.097</b>	<b>250.085.355</b>	<b>255.190.913</b>	<b>259.462.430</b>	<b>264.802.632</b>

Fuente. Elaboración propia.

Depreciaciones. Corresponde a los valores asignados al gasto periódico que disminuye el valor histórico de las inversiones fijas realizadas, como consecuencia del desgaste físico normal por uso, por su deterioro, por su obsolescencia o insuficiencia. Para el cálculo de las Depreciaciones se tuvo en cuenta los siguientes parámetros:

Depreciación de muebles y Equipo de oficina.....	3 años
Depreciación de Vehículos.....	5 años
Depreciación de Equipo de cómputo.....	3 años

Imagen 9. Gastos Operacionales

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios de Administración	24.465.851	24.700.723	24.937.850	25.177.253	25.418.955
Gastos de Administración	16.740.000	17.141.760	17.553.162	17.974.438	18.405.825
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>43.355.851</b>	<b>43.992.483</b>	<b>42.491.012</b>	<b>43.151.691</b>	<b>43.824.779</b>

Fuente. Elaboración propia.

Imagen 10. Costos directos prestación del servicio

COSTOS DIRECTOS DEL SERVICIO		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
ARRIENDO	565.000	6.780.000
CELULAR MOVIL 1 - 2	200.000	2.400.000
CUOTA LEASING	2.083.333	24.999.996
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	185.000	2.220.000
SEGURO VEHICULAR	900.000	10.800.000
ALQUILER MAQ. USUFRUTO	750.000	9.000.000
DOTACION Y SUMINISTROS	143.750	1.725.000
GASOLINA	4.000.000	48.000.000
PEAJES	107.200	1.286.400
VIATICOS	3.600.000	43.200.000
OTROS GASTOS	1.000.000	12.000.000
		0
<b>TOTAL</b>	<b>13.534.283</b>	<b>162.411.396</b>

Fuente. Elaboración propia.

Imagen 11. Salarios Mano de Obra directa para prestación del servicio

SALARIOS MANO DE OBRA		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
CONDUCTOR 1	700.000	8.400.000
Aux Conductor 1	660.000	7.920.000
CONDUCTOR 2	700.000	8.400.000
Aux Coconductor 2	660.000	7.920.000
<b>Subtotal</b>	<b>2.720.000</b>	<b>32.640.000</b>
Parafiscales	788.800	9.465.600
Cesantías	226.576	2.718.912
Intereses sobre Cesantías	2.266	27.189
Prima de Servicios	226.576	2.718.912
Vacaciones	113.424	1.361.088
<b>Total salarios</b>	<b>4.077.642</b>	<b>48.931.701</b>

Fuente. Elaboración propia.

Imagen 12. Salarios Administración

SALARIOS ADMINISTRACION		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
DIRECTOR COMERCIAL	700.000	8.400.000
AUXILIAR ADMINISTRATIVA	660.000	7.920.000
<b>Subtotal</b>	<b>1.360.000</b>	<b>16.320.000</b>
Parafiscales	394.400	4.732.800
Cesantías	113.288	1.359.456
Intereses sobre Cesantías	1.133	13.595
Prima de Servicios	113.288	1.359.456
Vacaciones	56.712	680.544
<b>Total salarios</b>	<b>2.038.821</b>	<b>24.465.851</b>

Fuente. Elaboración propia.

Imagen 13. Gastos de Administración

GASTOS DE ADMINISTRACION		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
		0
Energia	65.000	780.000
Agua	45.000	540.000
Telefono	200.000	2.400.000
Suministros de oficina	85.000	1.020.000
Honorarios	1.000.000	12.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>1.395.000</b>	<b>16.740.000</b>

Fuente. Elaboración propia.

### 5.8 Flujos financieros del proyecto

Para las proyecciones de los flujos financieros del proyecto, se toma como base un período de 1 años donde se detallan las Inversiones, los ingresos y los Egresos (costos y gastos) que se requieren para la puesta en marcha de la empresa.

Imagen 14. Flujo de caja mensual del primer año

Estudio de viabilidad para la creación de la empresa soluciones en transporte de Colombia. Informe final de investigación-IFI

PRIMER AÑO FLUJO DE CAJA MENSUAL													
MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
VENTAS	44.426.667	19.040.000	19.040.000	19.040.000	31.733.333	44.426.667	44.426.667	31.733.333	31.733.333	19.040.000	31.733.333	44.426.667	380.800.000
COMPRAS M.P. E INSUMOS	2.986.667	1.280.000	1.280.000	1.280.000	2.133.333	2.986.667	2.986.667	2.133.333	2.133.333	1.280.000	2.133.333	2.986.667	25.600.000
<b>CONCEPTO/MESES</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>	<b>MES 7</b>	<b>MES 8</b>	<b>MES 9</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>	<b>TOTAL AÑO</b>
<b>I. Ingresos Operativos</b>													
1. Ventas de Contado	44.426.667	19.040.000	19.040.000	19.040.000	31.733.333	44.426.667	44.426.667	31.733.333	31.733.333	19.040.000	31.733.333	44.426.667	380.800.000
2. Ventas a Crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Recuperación Cartera	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total Ingresos Operativos</b>	<b>44.426.667</b>	<b>19.040.000</b>	<b>19.040.000</b>	<b>19.040.000</b>	<b>31.733.333</b>	<b>44.426.667</b>	<b>44.426.667</b>	<b>31.733.333</b>	<b>31.733.333</b>	<b>19.040.000</b>	<b>31.733.333</b>	<b>44.426.667</b>	<b>380.800.000</b>
<b>II. Gastos Operativos Fijos</b>													
<b>A. Fijos:</b>													
1. Pagos Laborales:	4.330.950	5.514.150	5.514.150	5.514.150	5.514.150	7.553.334	5.514.150	5.514.150	5.514.150	5.514.150	5.514.150	9.594.966	71.106.600
Sueldos	4.080.000	4.080.000	4.080.000	4.080.000	4.080.000	4.080.000	4.080.000	4.080.000	4.080.000	4.080.000	4.080.000	4.080.000	48.960.000
Parafiscales	0	1.183.200	1.183.200	1.183.200	1.183.200	1.183.200	1.183.200	1.183.200	1.183.200	1.183.200	1.183.200	1.183.200	13.015.200
Cesantías e Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima de servicios	0	0	0	0	0	2.039.184	0	0	0	0	0	2.039.184	4.078.368
Vacaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.041.632	2.041.632
Subsidio de Transporte	143.750	143.750	143.750	143.750	143.750	143.750	143.750	143.750	143.750	143.750	143.750	143.750	1.725.000
Dotaciones	107.200	107.200	107.200	107.200	107.200	107.200	107.200	107.200	107.200	107.200	107.200	107.200	1.286.400
2. Arrendamientos	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	6.780.000
3. Servicios	2.778.333	2.778.333	2.778.333	2.778.333	2.778.333	2.778.333	2.778.333	2.778.333	2.778.333	2.778.333	2.778.333	2.778.333	33.339.996
Energía	265.000	265.000	265.000	265.000	265.000	265.000	265.000	265.000	265.000	265.000	265.000	265.000	3.180.000
Agua	2.128.333	2.128.333	2.128.333	2.128.333	2.128.333	2.128.333	2.128.333	2.128.333	2.128.333	2.128.333	2.128.333	2.128.333	25.539.996
Telefono	385.000	385.000	385.000	385.000	385.000	385.000	385.000	385.000	385.000	385.000	385.000	385.000	4.620.000
4. Mantenimiento	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	9.000.000
6. Transporte	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	48.000.000
7. Otros	6.585.000	6.585.000	6.585.000	6.585.000	6.585.000	6.585.000	6.585.000	6.585.000	6.585.000	6.585.000	6.585.000	6.585.000	79.020.000
<b>Subtotal</b>	<b>23.309.283</b>	<b>20.192.483</b>	<b>20.192.483</b>	<b>20.192.483</b>	<b>20.192.483</b>	<b>22.231.667</b>	<b>20.192.483</b>	<b>20.192.483</b>	<b>20.192.483</b>	<b>20.192.483</b>	<b>20.192.483</b>	<b>24.273.299</b>	<b>247.246.596</b>
<b>A. Variables</b>													
1. Compra de Contado Materia Prima e Insumos	2.986.667	1.280.000	1.280.000	1.280.000	2.133.333	2.986.667	2.986.667	2.133.333	2.133.333	1.280.000	2.133.333	2.986.667	25.600.000
<b>Subtotal</b>	<b>2.986.667</b>	<b>1.280.000</b>	<b>1.280.000</b>	<b>1.280.000</b>	<b>2.133.333</b>	<b>2.986.667</b>	<b>2.986.667</b>	<b>2.133.333</b>	<b>2.133.333</b>	<b>1.280.000</b>	<b>2.133.333</b>	<b>2.986.667</b>	<b>25.600.000</b>
<b>Total Gastos Operativos</b>	<b>26.295.950</b>	<b>21.472.483</b>	<b>21.472.483</b>	<b>21.472.483</b>	<b>22.325.816</b>	<b>25.218.334</b>	<b>23.179.150</b>	<b>22.325.816</b>	<b>22.325.816</b>	<b>21.472.483</b>	<b>22.325.816</b>	<b>27.259.966</b>	<b>277.146.596</b>
<b>Superavit/(deficit) Operativo</b>	<b>18.130.717</b>	<b>-2.432.483</b>	<b>-2.432.483</b>	<b>-2.432.483</b>	<b>9.407.517</b>	<b>19.208.333</b>	<b>21.247.517</b>	<b>9.407.517</b>	<b>9.407.517</b>	<b>-2.432.483</b>	<b>9.407.517</b>	<b>17.166.701</b>	<b>103.653.404</b>
<b>III. Inversiones Fijas</b>													0
4. Muebles y Enseres	2.850.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.850.000
5. Vehículos	36.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>38.850.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>38.850.000</b>
<b>IV. Recursos Obtenidos</b>													
1. Préstamo	52.159.283												
2. Recursos Propios	10.000.000												
<b>Subtotal</b>	<b>62.159.283</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>V. Amortización Pasivos Financieros</b>													0
1. Cuotas de Capital Crédito Propuesto	542.114	550.245	558.499	566.877	575.380	584.010	592.771	601.662	610.687	619.847	629.145	638.582	7.069.820
2. Intereses Crédito Propuesto	782.389	774.258	766.004	757.626	749.123	740.493	731.732	722.841	713.816	704.656	695.358	685.921	8.824.216
<b>Subtotal</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>1.324.503</b>	<b>15.894.036</b>
<b>Superavit/(deficit) Financiero</b>	<b>40.115.497</b>	<b>-3.756.986</b>	<b>-3.756.986</b>	<b>-3.756.986</b>	<b>8.083.014</b>	<b>17.883.830</b>	<b>19.923.014</b>	<b>8.083.014</b>	<b>8.083.014</b>	<b>-3.756.986</b>	<b>8.083.014</b>	<b>15.842.198</b>	<b>111.068.651</b>
<b>VI. Pago de Impuestos</b>													0
<b>SUPERAVIT / DEFICIT DE CAJA</b>	<b>40.115.497</b>	<b>-3.756.986</b>	<b>-3.756.986</b>	<b>-3.756.986</b>	<b>8.083.014</b>	<b>17.883.830</b>	<b>19.923.014</b>	<b>8.083.014</b>	<b>8.083.014</b>	<b>-3.756.986</b>	<b>8.083.014</b>	<b>15.842.198</b>	<b>111.068.651</b>
		40.115.497	36.358.511	32.601.525	28.844.539	36.927.553	54.811.383	74.734.397	82.817.411	90.900.425	87.143.439	95.226.453	660.481.135
<b>CAJA FINAL</b>	<b>40.115.497</b>	<b>36.358.511</b>	<b>32.601.525</b>	<b>28.844.539</b>	<b>36.927.553</b>	<b>54.811.383</b>	<b>74.734.397</b>	<b>82.817.411</b>	<b>90.900.425</b>	<b>87.143.439</b>	<b>95.226.453</b>	<b>111.068.651</b>	<b>771.549.787</b>

Estudio de viabilidad para la creación de la empresa soluciones en transporte de Colombia.  
Informe final de investigación-IFI

**Imagen 15.** Balance General proyectado

<b>BALANCE GENERAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
Caja y Bancos	96.621.628	147.608.402	147.660.943	155.215.989	186.731.080
Gastos Diferidos y Operativos	2.150.000	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>98.771.628</b>	<b>147.608.402</b>	<b>147.660.943</b>	<b>155.215.989</b>	<b>186.731.080</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>					
Muebles y Enseres	2.850.000	2.850.000	2.850.000	2.850.000	2.850.000
Vehículos	36.000.000	36.000.000	36.000.000	36.000.000	36.000.000
<b>SUBTOTAL FIJO</b>	<b>38.850.000</b>	<b>38.850.000</b>	<b>38.850.000</b>	<b>38.850.000</b>	<b>38.850.000</b>
Depreciación Acumulada	8.150.000	8.150.000	8.150.000	7.200.000	7.200.000
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>30.700.000</b>	<b>30.700.000</b>	<b>30.700.000</b>	<b>31.650.000</b>	<b>31.650.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>129.471.628</b>	<b>178.308.402</b>	<b>178.360.943</b>	<b>186.865.989</b>	<b>218.381.080</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>PASIVO CORRIENTE</b>					
Imporrenta por Pagar	27.563.856	27.984.835	31.038.247	35.769.496	42.982.253
Laborales por Pagar (Cesantías e Ints.)	4.119.152	4.158.696	4.198.619	4.238.926	4.279.619
Parafiscales y Provisiones	1.183.200	1.194.559	1.206.026	1.217.604	1.229.293
Obligación (Crédito)	8.452.805	10.106.327	12.083.308		
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>41.319.013</b>	<b>43.444.417</b>	<b>48.526.201</b>	<b>41.226.026</b>	<b>48.491.166</b>
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>					
Obligación (Crédito)	22.189.635	12.083.308			
<b>TOTAL PASIVO MEDIANO Y LARGO</b>	<b>22.189.635</b>	<b>12.083.308</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>63.508.648</b>	<b>55.527.725</b>	<b>48.526.201</b>	<b>41.226.026</b>	<b>48.491.166</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Utilidad del Ejercicio	55.962.980	56.817.696	63.017.047	72.622.916	87.266.998
Utilidad Retenida Ejercicios Anteriores		55.962.980	56.817.696	63.017.047	72.622.916
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>65.962.980</b>	<b>122.780.677</b>	<b>129.834.743</b>	<b>145.639.963</b>	<b>169.889.914</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>129.471.628</b>	<b>178.308.402</b>	<b>178.360.943</b>	<b>186.865.989</b>	<b>218.381.080</b>

Fuente. Elaboración propia.

**Imagen 16.** Estado de Ganancias o Pérdidas Proyecto

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	380.800.000	386.321.600	397.524.926	414.817.261	438.876.662
Costo Materia Prima	25.600.000	26.224.640	26.864.521	27.520.016	28.191.504
Depreciaciones	8.150.000	8.150.000	8.150.000	7.200.000	7.200.000
Costos Indirectos de Fabricación	162.411.396	166.309.270	170.300.692	174.387.909	178.573.218
Mano de Obra	48.931.701	49.401.445	49.875.699	50.354.506	50.837.909
<b>TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b>245.093.097</b>	<b>250.085.355</b>	<b>255.190.913</b>	<b>259.462.430</b>	<b>264.802.632</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>135.706.903</b>	<b>136.236.245</b>	<b>142.334.014</b>	<b>155.354.831</b>	<b>174.074.030</b>
Salarios de Administración	24.465.851	24.700.723	24.937.850	25.177.253	25.418.955
Gastos de Administración	16.740.000	17.141.760	17.553.162	17.974.438	18.405.825
Amortización del Diferido	2.150.000	2.150.000	0	0	0
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>43.355.851</b>	<b>43.992.483</b>	<b>42.491.012</b>	<b>43.151.691</b>	<b>43.824.779</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>92.351.052</b>	<b>92.243.762</b>	<b>99.843.002</b>	<b>112.203.139</b>	<b>130.249.251</b>
Intereses Crédito	8.824.216	7.441.231	5.787.709	3.810.727	
<b>TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>8.824.216</b>	<b>7.441.231</b>	<b>5.787.709</b>	<b>3.810.727</b>	<b>0</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>83.526.836</b>	<b>84.802.532</b>	<b>94.055.293</b>	<b>108.392.412</b>	<b>130.249.251</b>
Impuesto de Renta	27.563.856	27.984.835	31.038.247	35.769.496	42.982.253
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>55.962.980</b>	<b>56.817.696</b>	<b>63.017.047</b>	<b>72.622.916</b>	<b>87.266.998</b>
<b>IMPUESTOS</b>		<b>%</b>			
Impuesto de Renta		33%			

Fuente. Elaboración propia.

**Imagen 17.** Indicadores Financieros

INDICADORES					
Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez	2,4	3,4	3,0	3,8	3,9
Capacidad de pago (veces)	10	12	17	29	0
Endeudamiento (%)	49,05%	31,14%	27,21%	22,06%	22,20%
Rentabilidad Bruta (%)	35,64%	35,26%	35,81%	37,45%	39,66%
Rentabilidad Operacional (%)	24,25%	23,88%	25,12%	27,05%	29,68%
Rentabilidad Neta (%)	14,70%	14,71%	15,85%	17,51%	19,88%
Margen de Contribución (%)	93,28%	93,21%	93,24%	93,37%	93,58%
<b>Otra información financiera</b>					
VAN	70.591.538				
TIR	11,0%				
Punto de Equilibrio en ventas (\$)	302.112.535				

**Imagen 18.** Relación Costo Beneficio

RELACION COSTO BENEFICIO						
AÑO	0	1	2	3	4	5
INVERSIONES	-38.850.000					
Ingresos		380.800.000	386.321.600	397.524.926	414.817.261	438.876.662
Egresos		324.837.020	329.503.904	334.507.880	342.194.345	351.609.664
<b>FLUJO DE EVALUACION</b>	<b>-38.850.000</b>	<b>55.962.980</b>	<b>56.817.696</b>	<b>63.017.047</b>	<b>72.622.916</b>	<b>87.266.998</b>

Año	0	1	2	3	4	5
<b>VP INGRESOS</b>		359.245.283	343.824.849	333.769.594	328.574.124	327.954.172
<b>VP EGRESOS</b>	38.850.000	306.450.019	293.257.301	280.859.266	271.049.972	262.743.195

FACTOR	T.I.O.	VALOR
VPI		1.693.368.021
VPE		1.453.209.753
VPN		240.158.269
<b>Relación B/C</b>	<b>6%</b>	<b>1,17</b>

**Fuente.** Elaboración propia.

**Imagen 19.** Punto de Equilibrio

Estudio de viabilidad para la creación de la empresa soluciones en transporte de Colombia. Informe final de investigación-IFI

PUNTO DE EQUILIBRIO									
MARGEN DE CONTRIBUCION									
PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	MATERIAS PRIMAS	M.O. VARIABLE	GASTOS VENTA	TOTAL CTOS.VAR.	MARGEN DE CONTRIBUCION.		CONTRI. A VENTAS	MARGEN TOTAL
Transporte vehicular	480.000	6.000	0	0	6.000	474.000	98,75%	50,42%	49,79%
Transp. de Materiales pesados	600.000	250.000	0	0	250.000	350.000	58,33%	7,56%	4,41%
Transporte Pasajeros	400.000	28.000	0	0	28.000	372.000	93,00%	42,02%	39,08%
0	0	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
0	0	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
0	0	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
<b>MARGEN TOTAL DE CONTRIBUCION</b>								<b>100,00%</b>	<b>93%</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO 1 AÑO							
VENTAS TOTALES ANUALES:		78.687.465				DIFERENCIA DE VENTAS	
PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	Porcentaje	VENTAS PROYECTADAS		PUNTO DE EQUILIBRIO	
				PESOS	UNIDADES	PESOS	UNIDADES
Transporte vehicular	39.674.352	83	50,42%	192.000.000	400	152.325.648	317
Transp. de Materiales pesados	5.951.153	10	7,56%	28.800.000	48	22.848.847	38
Transporte Pasajeros	33.061.960	83	42,02%	160.000.000	400	126.938.040	317
0	0	0	0,00%	0	0	0	0
0	0	0	0,00%	0	0	0	0
0	0	0	0,00%	0	0	0	0
0	0	0	0,00%				
0	0	0	0,00%				
0	0	0	0,00%				
0	0	0	0,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>78.687.465</b>	<b>175</b>	<b>100,00%</b>	<b>380.800.000</b>	<b>848</b>	<b>302.112.535</b>	<b>673</b>

### 5.11 Análisis de Sensibilidad

Permite determinar el impacto financiero que tiene en el proyecto frente al riesgo del mercado, ya sea por el incremento o disminución de los ingresos y egresos proyectados.

Escenario 1. Tomaremos como base un incremento en el precio de los insumos del 10% en el año 2 al 5 afectando directamente los egresos del proyecto, en el que se refleja una disminución de la relación costo beneficio pasando de 1,17 a 1,08

**Imagen 20.** Relación costo Beneficio con incremento en precios del 10%

RELACION COSTO BENEFICIO CON INCREMENTO EN PRECIOS DEL 10%						
AÑO	0	1	2	3	4	5
INVERSIONES	-38.850.000					
Ingresos		380.800.000	386.321.600	397.524.926	414.817.261	438.876.662
Egresos		324.837.020	362.454.294	367.958.668	376.413.779	386.770.630
FLUJO DE EVALUACION	-38.850.000	55.962.980	23.867.306	29.566.259	38.403.482	52.106.032

Año	0	1	2	3	4	5
VP INGRESOS		359.245.283	343.824.849	333.769.594	328.574.124	327.954.172
VP EGRESOS	38.850.000	306.450.019	322.583.032	308.945.193	298.154.969	289.017.514

FACTOR	T.I.O.	VALOR
VPI		1.693.368.021
VPE		1.564.000.726
VPN		129.367.295
<b>Relación B/C</b>	<b>6%</b>	<b>1,08</b>

Escenario 2. Tomaremos como base una disminución en las ventas en el año 2 al 5 afectando directamente los ingresos del proyecto, en el que se refleja una disminución de la relación costo beneficio pasando de 1,17 a 1,05

**Imagen No. 21** Relación costo Beneficio con disminución en las ventas del 10%

RELACION COSTO BENEFICIO CON DISMINUCION EN VENTAS DEL 10%						
AÑO	0	1	2	3	4	5
INVERSIONES	-38.850.000					
Ingresos		342.720.000	347.689.440	357.772.434	373.335.535	394.988.996
Egresos		324.837.020	329.503.904	334.507.880	342.194.345	351.609.664
FLUJO DE EVALUACION	-38.850.000	17.882.980	18.185.536	23.264.554	31.141.190	43.379.332

Año	0	1	2	3	4	5
VP INGRESOS		323.320.755	309.442.364	300.392.634	295.716.711	295.158.755
VP EGRESOS	38.850.000	306.450.019	293.257.301	280.859.266	271.049.972	262.743.195

FACTOR	T.I.O.	VALOR
VPI		1.524.031.219
VPE		1.453.209.753
VPN		70.821.466
<b>Relación B/C</b>	<b>6%</b>	<b>1,05</b>

### 5.12 Evaluación económica.

Como resultado del cálculo financiero para establecer el Valor Presente Neto del conjunto de salidas y entradas que genera la operación nos expresa un valor positivo \$70.591.538 (Mayor que 1), lo que nos indica que el proyecto genera una tasa de rentabilidad mayor la tasa de oportunidad o tasa esperada; que para efectos del cálculo se ha estimado en un 6%, considerando que la tasa libre de riesgo de 6.5%.

La tasa interna de rentabilidad o de retorno financiero (TIR) que refleja el proyecto en su operación, da como resultado el 11.0%. Lo que nos refleja que el proyecto genera valor en el periodo de 5 años.

También podemos expresar, que de acuerdo a los resultados, el proyecto genera una Relación de BENEFICIO/COSTO (B/C) de 1,17, lo que significa que por cada peso que cuesta el proyecto se genera un beneficio de \$1.17

### **Conclusiones**

- El proyecto presenta un superávit financiero a partir del primer año de implementación.
- Financieramente, de acuerdo a los cálculos establecidos, el proyecto presenta una Relación B/C  $>1$ , lo que implica que los ingresos son mayores que los egresos, dando como resultado 1,17; indicando que por cada peso (\$) que se destina en el proyecto y que configuran los costos y gastos, se obtiene un rendimiento o beneficio de \$1,17.
- El VPN del proyecto es positivo generando un valor de 70.591.538
- La Tasa Interna de Retorno Financiero durante los 5 años de proyección y realizando una Inversión de \$62.159.283, es de 11.0%; con una tasa de Oportunidad esperada del 7%.
- Debe tenerse en cuenta el riesgo del mercado y la variación de precios de los insumos para la prestación del servicio, gastos de personal y generales; debido a que generan un impacto considerable en la rentabilidad del proyecto.
- Es recomendable considerar diversos escenarios para el análisis detallado de la variación de precios de los insumos teniendo en cuenta que, es uno de los indicadores que más afecta los resultados económicos.
- Es importante tener en cuenta el riesgo que implica el desarrollo de este servicio en Colombia.
- La realización de este estudio permitió la puesta en marcha de la empresa GRUAS NACIONAL S.A.S constituida ante cámara de comercio el 21 de Agosto de 2015 con Nit 900.761.205 y matricula mercantil Nro. 0025977.

### Referencias

- Transporte seguro, limpio y accesible en pos del desarrollo- *La estrategia de negocios del Grupo del Banco Mundial relativa al transporte para 2008 – 2012*- Elaborado por el Consejo Directivo del Sector Transporte del Grupo del Banco Mundial
- Reporte escrito por Sergio Clavijo Vergara denominado Dinámica del sector transporte en 2014 y perspectivas
- Análisis Bancolombia: investigación renta variable 01 febrero de 2015
- MENDEZ, Rafael. Formulación y evaluación de proyectos. Editorial Quebecor world, Bogotá, 2004
- <http://www.factoremprende.com/Planpg.asp?CategPlanID=2&ZoneID=23&DomainID=11&ContentID=398>
- <http://www.fasecolda.com/index.php/fasecolda/estadisticas-del-sector/>
- <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14715156>
- [www.facedolda.com](http://www.facedolda.com)

## ANEXOS

### Descripción del personal y sus responsabilidades

<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
Cargo con alta exigencia en la administración de empresa a partir de mínimos recursos para lograr la eficiencia a través de la planeación, dirección y evaluación, implementando en plan de negocios definido por la organización.	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
Profesional de carreras administrativas como Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, economía y afines. Experiencia mínima en manejo de personal de 2 años Capacidad de solucionar problemas administrativos, financieros y comerciales. Ser creativo.	
<b>PERSONAL A CARGO</b>	
Tendrá a su cargo en forma directa a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Director comercial</li> <li>• Auxiliar Administrativa</li> <li>• Conductores</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO</b>	
Evaluar desempeño de la diferentes áreas de la compañía de acuerdo con los objetivos y misión de la empresa Desarrollar el plan de negocios definido por la compañía. Planear, controlar y dirigir eficientemente la empresa	
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planear administrativamente los objetivos de cada una de las áreas</li> <li>▪ Realizar seguimiento comercial a cada una de las grandes cuentas.</li> <li>▪ Validar y tomar decisiones administrativas, comerciales y financieras</li> <li>▪ Desarrollar estrategias corporativas con apoyo de los gerentes de áreas.</li> <li>▪ Desarrollar integralmente la empresa.</li> <li>▪ Identificar la evolución del mercado y el correspondiente direccionamiento estratégico de la compañía.</li> </ul>	

<b>CARGO:</b>	Asistente Administrativa
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
Asistir a la empresa en diferentes labores secretariales y de asistencia administrativas	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
Estudiante de carreras administrativas con disposición de atención al cliente y con competencias en labores secretarias, asistencia administrativa y contabilidad	
<b>PERSONAL A CARGO</b>	
No tiene personal a cargo	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO</b>	
Asistir perramente a la empresa en funciones secretariales y de apoyo administrativo.	
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender y agilizar los reclamos recibidos por vía telefónica o verbalmente de los usuarios</li> <li>• Tramitar la correspondencia entregada a las otras áreas para proceder a su respectiva respuesta de los remitentes.</li> <li>• Atender a los usuarios</li> <li>• Recibir y distribuir la correspondencia de las diferentes áreas de la empresa</li> <li>• Informar diariamente sobre los servicios</li> <li>• Redactar y elaborar oficios y memorandos</li> <li>• Mantener Backups necesarios de la informaciones almacenadas</li> <li>• Rotular las hojas de vida y las solicitudes de prestación del servicio.</li> </ul>	

<b>CARGO:</b>	Contador
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
Cargo a quien le compete llevar la información contable de la empresa y brinda Información directa a la Gerencia Administrativa en el manejo financiero.	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
Profesional en carreras administrativas con experiencia de más de 3 años en el manejo financiero y contable.	
<b>PERSONAL A CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auxiliar Administrativa.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO</b>	

Coordinar que se lleve en forma eficiente y al día la contabilidad de la empresa y asistir en temas financieros a la Gerencia Administrativa.

**FUNCIONES DEL CARGO**

- Coordinar la contabilidad e la empresa.
- Controlar los movimientos y flujos de caja.
- Llevar un control en los pagos de impuestos fiscales y legales oportunamente.
- Programación de pagos.
- Confirmar los estados financieros.

**OPERATIVA**

Cargo: área operativa.

Cargo del jefe inmediato del cargo: jefe de personal.

Objetivo básico del cargo: supervisar el desempeño y cumplimiento de las funciones de los conductores y personal de mantenimiento.

Funciones:

Primarias

Apoyar las tareas del responsable de mantenimiento y conductores.

Supervisar el mantenimiento correctivo y preventivo de las máquinas y equipos de trabajo

Supervisar la salida oportuna de los conductores a la prestación del servicio.

Programar el trabajo del día, estableciendo la prioridad y orden de estas, tomando en cuenta los recursos y el tiempo para hacerlo.

Secundarias: Vigilar la adecuada presencia de los conductores al área de trabajo.

Responsabilidades:

Supervisión: Coordinar el trabajo realizado por los conductores y personal de mantenimiento.

Normas de calidad del trabajo

Documentos

Lista de rutas.

Listado de los subalternos

Bienes de la empresa

Un computador.

Maquinaria para el mantenimiento.

Condiciones ambientales

Espacio amplio para de trabajo.

Oficina equipada para sus funciones

Riesgo de accidentes

Lesiones en articulaciones por mal manejo de los equipos.

Accidentes viales

Exposición a factores de riesgo físico

Sonidos fuertes.

Requisitos mínimos

Educación: Tecnólogo en mantenimiento de equipos y maquinaria

Experiencia: Minino un año

Cualidades personales

Habilidades para dirigir e instruir.

Tener confianza en sí mismo.

Disposición a emprender una acción contraria cuando sea necesario.


Ser capaz de resistir presiones.

Ser sencillo.

Paciencia

## SOLUCIONES AUTOMOTORES DE COLOMBIA S.A.S

### REDES DE PARTNERS




- Asociaciones del sector Automotriz.
- Asociaciones del sector Hidrocarburos.
- Concesionarios.
- Red de apoyo HSEQ.
- Compañías de seguros.

### ACTIVIDADES CLAVES

- Constante innovacion tecnologica.
- Capacitacion continual al personal.
- Medicion continua de indicadores de tiempo.
- Implementacion de un plan de ventas.
- Control permanente de indicadores de ejecucion de procesos.


### OFERTA




- Atención personalizada enfocada a las necesidades primarias del cliente.
- Tecnología de punta que brinde soluciones a los requerimientos.
- Fácil localización de la empresa por su ubicación estrategica y acceso a medios de comunicación masivos.
- Servicio rápido y directo.
- Personal altamente capacitado.
- Precios competitivos con una alta atencion.
- Tranquilidad y confianza para el cliente.
- Atención sin restricciones horarias.

### RELACIONES CON LOS CLIENTES

- Influenciar psicológicamente el cliente. (Motivar al cliente en el momento en que se hace la asistencia, mediante una atencion personalizada).
- Utilizar las herramientas adecuadas.
- Puntualidad.
- Personal altamente capacitad.



### SEGMENTOS DE CLIENTES



- Compañías aseguradoras con agencias o sucursales en Colombia ----> cant. 30, Clientes potenciales 20%.
- Particulares propietarios de vehículos ----> 970, Clientes potenciales 20%.
- Empresas del sector petrolero e industrial del Huila. Cant----> 5, Clientes potenciales 10%.

### ESTRUCTURA DE COSTOS

Costo Materia Prima	25.600.000
Depreciaciones	8.150.000
Costos Indirectos de Fabricación	162.411.396
Mano de Obra	48.931.701

Salarios de Administración	24.465.851
Gastos de Administración	16.740.000
Amortización del Diferido	2.150.000
Intereses Crédito	8.824.216
Impuesto de Renta	38.123.856

### FLUJOS DE INGRESOS

NOMBRE PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VTA UNIT.	VENTAS TOTALES \$ AÑO 1
Transporte vehicular	400	480.000	192.000.000
Transp. de Materiales pesados	48	600.000	28.800.000
Transporte Pasajeros	400	480.000	192.000.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>848</b>	<b>1.560.000</b>	<b>412.800.000</b>