

UNIVERSIDAD EAN
PROYECTO DE GRADO CREACION DE EMPRESA DE TRANSPORTE SERVICIO
INDIVIDUAL LA PROVINCIA SAN PEDRO DE URABA

AUTORES
JESÚS ANTONIO MENA AGUALIMPIA
FRESKMANN DANILO SILVA MARIN
JAIRO ANTONIO PORTILLO

TUTOR
JOSE ALEJANDRO MARTINEZ SEPULVEDA

MAESTRÍA EN GERENCIA DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y PROYECTOS
TECNOLÓGICOS
MAESTRIA DE DESARROLLO DE PROYECTOS SOSTENIBLES
BOGOTÁ, D.C. OCTUBRE DE 2022

TABLA DE CONTENIDO

1. PRIMERA PARTE..... 14

1.1 Introducción 14

1.2 Naturaleza del proyecto..... 15

1.2.1 Origen o fuente de la idea de negocio..... 15

1.2.2 Descripción de la idea de negocio 16

1.2.3 Justificación y antecedentes. 16

1.2.4 Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo. 19

1.2.4.1 Objetivo General..... 19

1.2.4.2 Objetivos Específicos 19

1.2.5 Estado actual del negocio. 20

1.2.6 Descripción de productos o servicios..... 20

1.2.7 Nombre, tamaño y ubicación de la empresa..... 20

1.2.8 Potencial del mercado en cifras. 24

1.2.9 Ventajas competitivas del producto y/o servicio. 25

1.2.10 Resumen de las inversiones requeridas..... 26

1.2.11 Proyecciones de ventas y rentabilidad. 28

1.2.12 Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad. 33

1.3 Análisis del Sector 33

1.3.1 Estudio del Entorno General: Análisis Pestel..... 33

1.3.2 Caracterización del sector..... 35

1.3.3 Análisis de las fuerzas que impactan el negocio. 36

1.3.3.1 Poder de negociación de los clientes 37

1.3.3.2 Poder de negociación de los proveedores..... 38

1.3.3.3 Amenaza de productos sustitutos 39

1.3.3.4 Amenaza de nuevos competidores 39

1.3.3.5 Rivalidad competitiva 40

1.3.4 Análisis de oportunidades y amenazas..... 42

1.3.5 Conclusiones sobre la viabilidad del sector: 43

2. SEGUNDA PARTE. 45

2.1 Estrategia y plan de introducción de mercado 45

2.1.1 Objetivos de mercadeo..... 45

2.1.2	Estrategia de mercadeo	46
2.1.3	Estrategias de producto y servicio	49
2.1.4	Estrategias de distribución	51
2.1.5	Estrategias de precio – modelo de ingreso	52
2.1.6	Estrategias de comunicación y promoción	53
2.1.7	Presupuesto de la mezcla de mercadeo	54
2.2	Aspectos técnicos:	55
2.2.1	Objetivos de producción o de prestación de servicio	56
2.2.2	Ficha técnica del producto o servicio	56
2.2.3	Descripción del proceso, las necesidades y requerimientos, materias primas y suministros 60	
2.2.4	Personal requerido para la producción y/o prestación del servicio	62
2.2.5	Modelo de gestión integral del proceso productivo	62
2.2.6	Procesos de investigación y desarrollo	63
2.2.7	Presupuesto de producción	64
2.2.8	Presupuesto de infraestructura	65
3.	TERCERA PARTE	67
3.1.	Aspectos organizacionales y legales	67
3.2.	Esquema de contratación y remuneración	74
3.3.	Esquema de gobierno corporativo	74
3.4.	Aspectos legales	75
3.5.	Estructura jurídica y tipo de sociedad	76
3.6.	Aspectos financieros	77
3.7.	Enfoque hacia la sostenibilidad	84
3.8.	Conclusiones	89
	Recomendaciones	91
	Referencias	92
	Dirección de CvLac:	116

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Logo SPU - Provincia..... 21

Figura 2 Ilustración Carreteras del Municipio San pedro Urabá 23

Figura 3. Ilustración del Municipio San pedro Urabá..... 24

Figura 4 Proyecciones de ventas y rentabilidad..... 29

Figura 5 Tipo vehículo propuesto zona urbana..... 30

Figura 6 Tipo vehículo propuesto zona urbana-rural..... 31

Figura 7. Evaluación Financiera y Punto de Equilibrio 33

Figura 8. Perfil estratégico del entorno de Pestel..... 34

Figura 9 Lógica tradicional 53

Figura 10 Mezcla de mercadeo 55

Figura 11 Criterios orientadores para la gestión integral del transporte. 63

Figura 12 Costos de producto o servicio..... 65

Figura 13 Matriz de Análisis estratégico DOFA..... 67

Figura 14 Estructura Organizacional 69

Figura 15 Esquema de gobierno corporativo 75

Figura 16 Evaluación financiera servicio de taxi individual provincia..... 78

Figura 17 Presupuesto de ventas 79

Figura 18 Costos Nomina y marketing 79

Figura 19 Presupuesto de inversión 80

Figura 20 Proyección de Estados de resultados “Provincia”. 81

Figura 21 Proyección del Balance “Provincia”..... 81

Figura 22 Flujo de caja “Provincia”..... 82

Figura 23 Inversión y necesidades de financiación..... 83

Figura 24 Mapa de Sistema de Negocio 88

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Tabla de Precios Constitución de la Empresa.....	27
Tabla 2 Tabla Inversiones en tecnología e infraestructura.....	27
Tabla 3 Análisis de las fuerzas que impactan el negocio.....	37
Tabla 4 Poder de Negociación con los Clientes.....	38
Tabla 6 Amenaza de Productos Sustitutos.....	39
Tabla 5 Amenaza de Nuevos Competidores.....	40
Tabla 7 Rivalidad entre los Competidores.....	40
Tabla 8 Segmentación del servicio municipios cercanos.....	48
Tabla 9 Segmentación municipios turísticos.....	49

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Mapa de empatía	95
Anexo 2 Plantilla método persona	96
Anexo 3 Resultado Encuestas	97
Anexo 4 Árbol De Problema.....	102
Anexo 5 Lienzo de propuesta.....	103
Anexo 6 Análisis Pestel	104
Anexo 7 Formato de Entrevista	105
Anexo 8 Lienzo del modelo de negocio sostenible.....	115

NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO 1

JURADO 2

BOGOTÁ, D.C. OCTUBRE DE 2022

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo de grado con todo el corazón a nuestros padres por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado sin ustedes este logro no habría sido posible fueron siempre el motor que impulsaron nuestros sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a nuestro lado en los días y noches más difíciles durante las horas de estudio. Siempre han sido los mejores guías de vida.

Gracias por creer en nosotros.

AGRADECIMIENTO

Al Dios todo poderoso por bendecirnos la vida y guiarnos a lo largo de nuestra existencia, por el ser apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A nuestros docentes de la Universidad EAN, en especial a los de la facultad de Ingeniería, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra Maestría, quienes, con su paciencia y su rectitud como docentes, guiaron nuestro proceso de enseñanza y aprendizaje para llegar a esta etapa de la vida.

Agradecemos a nuestro jurado de trabajo de grado Doctor **JOSÉ ALEJANDRO MARTÍNEZ SEPÚLVEDA** por su enseñanza y dedicación en el proceso académico logrado, sin sus virtudes, su paciencia y constancia, este trabajo no hubiese posible, sus ideas y consejos en cada de una de las actividades, fueron siempre útiles. Usted formó parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que lo caracterizan. Muchas gracias por sus múltiples palabras de aliento, cuando más las necesitábamos.

Gracias por sus orientaciones.

RESUMEN

La comunidad del municipio de San Pedro de Urabá del Departamento de Antioquia es una población afectada por el conflicto armado, el cual hoy en día está catalogado como municipio PDET (Programa de desarrollo con enfoque territorial) y municipio ZOMAC (Municipios Más afectados por el conflicto) estos enfoques a estos municipios se dio a través de los acuerdos de la Habana de la los resultado de negociación del Gobierno con Las FARC-EP, el cual les va permitir ser priorizados para acceder prioritariamente a recursos de fuetes Departamental, Nacional e Internacional.

El municipio de San Pedro de Urabá cuenta con una población de “33,150 habitantes” según el DANE 2021.

Este municipio presenta diversas necesidades básicas insatisfechas, en especial la comunidad rural, careciendo de agua potable, escuelas, vías de acceso, deficientes escenarios deportivos, vivienda digna, entre otras más.

Mediante la implementación de herramientas como la observación, encuestas y reuniones con grupos de población se pudo definir la importancia de aportar al mejoramiento de la calidad de vida de esta comunidad con la implementación de un plan de negocio servicio de taxi individual "Provincia" San Pedro de Urabá, el cual tiene como objetivo prestar un buen servicio a la comunidad confortable, seguro y constante, debido a que en el municipio no existe un sistema de trasporte de esta envergadura, solo servicio informal como el moto taxi, generando accidentes llevando consigo afectaciones a la humanidad de los pasajeros, transeúnte como lesiones personales y hasta la muerte. La población como estudiantes, empleados, personal que viajan

fuera del municipio y deben de desplazarse al tomar el bus intermunicipal y el avión, servicio que cuenta este municipio tres veces a la semana, los turistas, los comerciantes y el personal que acude a citas médicas y salen de hospitalizaciones no cuenta con la disponibilidad de un servicio seguro y cómodo.

La propuesta busca crear una empresa legalmente constituida pagando tributo al municipio y generando empleo, con local propio, como acopio de los vehículos y donde los usuarios pueden solicitar un vehículo a través de una línea telefónica, un aplicativos o plataforma, como INDRIVER, BEAT o solicitarlo personalmente, también se busca que en este sitio se ofrezcan servicios complementarios como lavado de vehículos, taller mecánico, monta llantas, servicio de mecatos y refrescos.

El proyecto se pretende iniciar con la compra de dos vehículos de última tecnología, amigable con el medio ambiente. El proyecto tiene como base fundamental la sostenibilidad, el busca ofrecer un servicio en la parte urbana, rural e intermunicipal cuando así lo requieren los usuarios.

ABSTRACT.

The community of the municipality of San Pedro de Urabá in the Department of Antioquia is a population affected by the armed conflict, which today is catalogued as a PDET municipality (Development Program with Territorial Approach) and ZOMAC municipality (Municipalities Most Affected by the Conflict) these approaches to these municipalities were given through the Havana agreements of the Government's negotiation results with the FARC-EP, which will allow them to be prioritized for priority access to resources from Departmental, National and International sources.

The municipality of San Pedro de Urabá has a population of "33,150 inhabitants" according to DANE 2021.

This municipality has several unsatisfied basic needs, especially the rural community, lacking drinking water, schools, access roads, poor sports facilities, decent housing, among others.

Through the implementation of tools such as observation, surveys and meetings with population groups it was possible to define the importance of contributing to the improvement of the quality of life of this community with the implementation of a business plan for an individual cab service "Province" San Pedro de Urabá, which aims to provide a good service to the community comfortable, safe and constant, because in the municipality there is no transportation system of this size, only informal service as the motorcycle cab, generating accidents leading to human affectations to passengers, passers-by as personal injury and even death. The population such as students, employees, personnel who travel outside the municipality and must move by taking the intermunicipal bus and the airplane, service that this municipality has three times

week, tourists, merchants and personnel who go to medical appointments and leave hospitalizations do not have the availability of a safe and comfortable service.

The proposal seeks to create a legally constituted company paying taxes to the municipality and generating employment, with its own premises, as a storage of vehicles and where users can request a vehicle through a telephone line, an application or platform, such as inDriver, Beat or request it personally, also seeks that this site offers complementary services such as car wash, mechanical workshop, tire mounting, mekatos service and refreshments.

The project is intended to start with the purchase of two state-of-the-art, environmentally friendly vehicles. The project is based on sustainability and seeks to offer a service in urban, rural, and intermunicipal areas when required by users.

1. PRIMERA PARTE.

1.1 Introducción

El municipio de San Pedro de Urabá está ubicado al norte de la subregión de Urabá, de departamento de Antioquia, con nueve (9) municipios que comprenden esta sub región hacen parte de los municipios de desarrollo con enfoque territorial (PDET) y municipio ZOMAC (Municipio más afectados por el conflicto); El hacer parte como municipio PDET y ZOMAC lo hacen que el gobierno central y la comunidad internación pueda hacer mayor inversión social.

Esta zona es una región afectada por el conflicto armado, pero cada día se proyecta como una región con amplio desarrollo, con varia mega obras que están en ejecución como las vías 4G que solo a 4 horas quedará de la ciudad de Medellín, el puerto y la construcción de varios muelles ubicados en puntos estratégico haciendo mayor aprovechamiento de mar.

Este municipio por sus condiciones agroecológicas, comercio, vocación agrícola, la idiosincrasia de la gente, es llamado a ser protagonista con los grandes proyectos que está en desarrollo, el cual debe hacer un acondicionamiento o preparación para el futuro cercano.

El poder avanza con esta idea de negocio o creación de empresa permite dos aspectos fundamentales, poder dar cumplimiento a los requisitos como estudiantes maestrante y optar título y el otro objetivo fundamental es avanzar en la consolidación del diseño, creación y puesta en funcionamiento de la empresa de transporte individual en el municipio de San Pedro de Urabá.

El municipio de San Pedro de Urabá requiere un proyecto de esta envergadura el cual contribuya al mejoramiento de la calidad de la población, los sectores como el turismo, los comerciantes, empleados, viajeros, comunidad rural, población discapacitada y movilidad

reducida, y en general toda una comunidad que necesita realizar actividades cotidianas como mercar, ir a espacios deportivos, citas médicas, desplazamientos a terminal de transporte terrestre y aeropuerto

1.2 Naturaleza del proyecto

1.2.1 Origen o fuente de la idea de negocio.

Su origen radica en observar la movilidad en el municipio de San Pedro de Urabá, quien tiene una población aproximada de 33.150 habitantes (DANE) 2021, su economía se centra en la agricultura tradicional, en la comercialización de productos agropecuarios y mercado de consumo. Fuente: secretaria de agricultura municipal.

De acuerdo a los estudios realizados el municipio de San Pedro de Urabá requiere un mejor servicio en relación al transporte y movilidad en la zona urbana, rural e intermunicipal, el crecimiento poblacional, el desarrollo agropecuario y el comercio sólido debe ser acompañado de proyectos que cada día les garantice unas mejores condiciones.

Existen en el municipio un aproximado de 759 moto taxis, donde el 60% de estas motos realizan labor de carga de insumos y productos agropecuarios, además, de ofrecer el servicio de transporte, según información de la alcaldía municipal el 90% de estas motos no tiene técnico mecánica ni SOAT: fuente: secretaria de gobierno municipio San Pedro de Urabá.

Todo lo anterior nos permite poder aunar esfuerzo para llevar a cabo una propuesta de gran envergadura que contribuya al desarrollo social y económico del municipio marcando la diferencia como la primera empresa prestadora de servicios de transporte individual.

1.2.2 Descripción de la idea de negocio

El modelo de negocio creación de empresa, servicio especial de taxi individual en el municipio San Pedro de Urabá, estará ubicado dentro de sector transporte, cuyo objetivo es brindar a los agricultores, pobladores y turistas que visitan la región un transporte urbano y rural, donde se puedan desplazar de manera cómoda y segura, planteando alternativas eficientes con un factor diferenciador en el municipio debido a la forma actual de movilizarse.

El factor diferenciador hace referencia a la contribución al desarrollo social, económico, creativo e innovador en el municipio, marcando la diferencia como la primera empresa prestadora de servicios de transporte individual especial.

Es importante mencionar que la empresa transporte especial en el municipio San Pedro de Urabá, prestara sus servicios en razón al cliente interno y externo haciendo de este una organización comprometida con la comunidad, socios comerciales y demás interlocutores apuntándoles a la sostenibilidad comercial y ambiental mediante la incorporación progresiva de vehículos híbridos.

Otro aspecto muy importante es que el servicio tendrá costo bajo y con la seguridad adecuada para prestar el servicio público, de tal forma que sea incluyente para toda la comunidad.

1.2.3 Justificación y antecedentes.

En San Pedro de Urabá es un municipio de Colombia, localizado en la subregión de Urabá al noroccidente del Departamento de Antioquia. Limita al norte con el municipio de Arboletes, al sur con el municipio de Tierra alta (Córdoba), al occidente con el municipio de Turbo y al oriente con el municipio de Valencia (Córdoba). Su cabecera dista 425 kilómetros de la ciudad

de Medellín, capital del departamento de Antioquia. El municipio posee una extensión de 475 km² y una altura de 200 msnm”. (uraba, 2021).

Esta zona es una región afectada por el conflicto armado, pero cada día se proyecta como una región con amplio desarrollo, con varias mega obras (túnel del toyo) (Integral, 2022) que están en ejecución como la vía 4G que solo a 4 horas quedará de la ciudad de Medellín, el puerto y la construcción de vario muelles ubicados en puntos estratégico haciendo mayor aprovechamiento de mar.

El municipio de San Pedro de Urabá es un municipio de vocación agrícola con una población creciente, con comercio dinámico, el cual ha ido en un proceso creciente en los últimos años, donde la comunidad en especial la rural después de movilizarse en animales como caballa, burro, hoy en día ha cambiado ese medio a moto, además de tomar el servicio de puerta a puerta cuando se van a transportar a municipio aledaños.

El municipio de San pedro de Urabá está dentro de los municipios del programa de desarrollo con enfoque territorial, (territorial, 2015) donde también esta como municipio “ZOMAC” municipios afectados por el posconflicto esto permite que el gobierno central y la comunidad internacional realice inversiones en cada uno de los nueve pilares de inversión social. (Portafolio, 2021)

La carencia de una empresa organizada que ofrezca un buen servicio garantizado a la comunidad ha generado un crecimiento descontrolado del servicio informal, según secretaria de tránsito municipal y secretaria de gobierno, existe un promedio de 600 mototaxis, San Pedro de Urabá es un municipio que tiene 33.150 habitantes (DANE 2022), donde en mayor porcentaje está en la zona rural con 54 % comprendido por 18,052 habitantes (DANE 2022) y en la parte Urabá con

46 % correspondiente a 15,098 habitantes.

El comercio de este municipio es comercio muy movido donde diariamente los campesinos salen a vender sus productos y a comprar insumos y alimentos, además, existen 4 (cuatro) empresas de transporte intermunicipal regional y la empresa que despacha dos buses diariamente hacia la ciudad de Medellín – San Pedro - Medellín, la aerolínea hace tres viajes a la semana (Medellín – San Pedro - Medellín) donde se requiere transportar los pasajeros, turistas, comerciantes adicionalmente.

Según datos suministrado por la ESE Hospital Oscar Emiro Vergara Cruz del Municipio de San Pedro de Urabá para el año 2021 se tuvo un total de accidentes registrados de 230, de estos accidentes 122 no contaban con SOAT, normalmente el 65% en su mayoría motos, por lo que muchos conductores no puedan responder al momento de un accidente de tránsito, en algunas ocasiones, los reponsables de los accidentes toman el SOAT de otras motos al momento que se accidentan para poder responder ante las lesiones y cobro de la ESE, manifestó el profesional de la salud. Lo que va de este año a corte al mes de julio van 91 accidentes en motos.

Lo anterior deja en evidencia la falta de un transporte público legal, responsable que garantice seguridad a sus transportadores como lo establece el decreto 172/2001 en su artículo 6 *“El Transporte Público Terrestre Automotor Individual de Pasajeros en vehículos taxi es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada en esta modalidad, en forma individual, sin sujeción a rutas ni horarios, donde el usuario fija el lugar o sitio de destino”*.

Así mismo información suministrada por las empresas transportadoras intermunicipales manifiestan que el promedio de viajeros que ingresan diariamente oscila de 50 por cada empresa,

para un promedio de 200 personas diariamente, mas las rutas rurales y periurbana que bien a realizar compras al casco urbano, para la ciudad de Medellín salen dos buses en la mañana y noche con un promedio de 220 pasajeros entre los que ingresan y salen del municipio, en el servicio que ofrece la aerolínea San German tiene tres vuelos semanales, martes, jueves y sábados a través de esta aerolínea se movilizan semanalmente unas 90 personas, diariamente se podría calcular un promedio de 600 personas que se movilizan en el municipio.

El poder desarrollar un proyecto de transporte en el municipio se logra generar empleos directos e indirecto contribuyendo de esta manera a la reducción de desempleo en el municipio, de acuerdo con el informe de cámara de comercio establece que a pesar de que este municipio tiene diversas líneas económicas como la “agrícola y pecuaria”. (urabá, 2021)

La creación de “empresas” es necesaria en estos municipios de quinta categoría, el cual se caracterizan por tener una tasa de pobreza muy alta (Plan de desarrollo municipal, 2019-2023).

1.2.4 Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo.

1.2.4.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio de transporte servicio de taxi individual en el municipio de San Pedro de Urabá, que permita ofrecer un servicio a la comunidad de manera cómoda, segura y oportuna

1.2.4.2 Objetivos Específicos

1. Analizar los usuarios y las necesidades fundamentales que fundamenten la idea de negocio
2. Analizar el entorno de los usuarios y la oportunidad del negocio
3. Diseñar y validar el modelo del negocio de transporte

4. Validar técnica, financiera, legalmente y la puesta en marcha del plan de negocio

1.2.5 Estado actual del negocio.

Con el fin de tener un negocio legal que garantice un buen servicio a la comunidad, el negocio se encuentra en proceso de creación de empresas, el cual se registrará en la cámara de comercio de Urabá, ubicada en el municipio de Apartado en el Urabá Antioqueño. Para el registro del negocio es fundamental la creación de una minuta estatutos de conformación, posteriormente se realiza otro trámite legal de funcionamiento en la secretaria de gobierno del municipio de San Pedro de Urabá donde va a operar la empresa.

1.2.6 Descripción de productos o servicios.

Con esta idea de negocio se propende ofrecer el servicio de transporte individual local en el municipio de san Pedro de Urabá, este servicio tiene la opción de ofrecerse a los clientes que lo requieran de manera intermunicipal un servicio con seguridad, confort y confianza para toda la comunidad.

1.2.7 Nombre, tamaño y ubicación de la empresa.

El nombre es: Empresa de Transporte Servicio Individual Provincia

Figura 1. Logo SPU - Provincia



Fuente: Elaboración propia

Para determinar el tamaño de la empresa de transporte de servicio especial se tendrá en cuenta los siguientes factores, que son de gran importancia dentro del desarrollo de este análisis técnico.

- a.** La demanda de la empresa por el servicio prestado de pasajeros en el Municipio de san pedro de Urabá, la cual refleja un camino viable en un mercado altamente atractivo debido a la información obtenida en la investigación de campo (observación, encuesta y la vivencia de la problemática) donde se determinó que un gran porcentaje de los pobladores del municipio les parece atractiva para el mejoramiento de la movilidad en el municipio, y la mayoría de los usuarios que se encuentran en la zona rural tienen la necesidad de suplir la necesidad para el transporte de sus productos agrícolas con una empresa que les genere confianza y esté debidamente constituida.
- b.** La disponibilidad de los recursos financieros, puesto que la inversión inicial de los recursos será realizada por los socios del proyecto y sustentado en el tiempo por el servicio de transporte prestado.

Macro-localización: El plan de negocio de transporte servicio de taxi individual se desarrollará en el Municipio de San Pedro de Urabá, el cual tiene unas ventajas competitivas, por la planificación de su territorio ya que fue una de las más afectadas de la subregión por el conflicto armado. Precisamente por esa condición fue clasificada como una de las poblaciones PDET (Planes de Desarrollo con Enfoque Territorial), un programa con el que el Gobierno Nacional aporta recursos para territorios con estas características.

Este municipio agrícola y ganadero, en la zona norte y sin costa al mar, fue uno de los primeros beneficiados con estos aportes, ya que con recursos de la OCAD Paz (regalías) recibió una inyección de \$5.010 millones para la intervención y mejoramiento de vías terciarias permitiendo mejorar la movilidad en beneficio de sus más de 33.000 habitantes con la construcción de 2,9 kilómetros de placa huella y la intervención de 15 km de vía en las veredas Almagra, Pavas y El Caño. Lo anterior contribuirá a la creación de empresas de transporte terrestre lo cual disminuirá los tiempos de desplazamiento de las veredas hacia el casco urbano, a mejorar la comercialización de productos agropecuarios, disminuir costos de transporte de carga y pasajeros, brindar oportuno acceso a servicios médicos, generar empleo en las zonas urbanas y rurales, entre otros. (Gobernación de Antioquia, 2022).

Figura 2 Ilustración Carreteras del Municipio San pedro Urabá

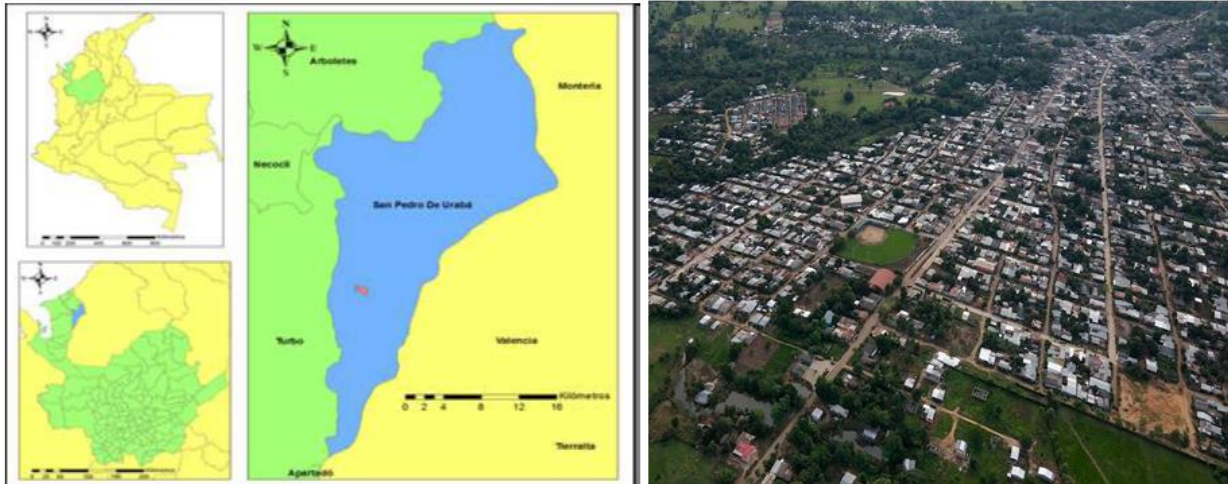


Fuente: Alcaldía municipal de san pedro de Urabá

Micro-localización: La ubicación de la empresa será en el Municipio de San Pedro de Urabá localizado en la subregión de Urabá al noroccidente del Departamento de Antioquia.

Limita al norte con el municipio de Arboletes, al sur con el municipio de Tierra alta (Córdoba), al occidente con el municipio de Turbo y al oriente con el municipio de Valencia (Córdoba). Su cabecera dista 425 kilómetros de la ciudad de Medellín, capital del departamento de Antioquia. El municipio posee una extensión de 475 km² y una altura de 200 msnm. La oficina estará ubicada en el barrio centro de san pedro de Urabá, en la Cll 3 N° 3 - 47, cuyo canon de arrendamiento será de un monto de quinientos mil pesos mcte. (\$500.000) mensuales, en un sector que es muy comercial ya que está dentro de la calle principal para acceder al parque principal del municipio, un punto estratégico para la empresa

Figura 3. Ilustración del Municipio San Pedro Urabá



Fuente: Alcaldía municipal de san pedro de Urabá

1.2.8 Potencial del mercado en cifras.

Para la empresa de servicio especial provincia se toma como referencia de ubicación la región de Urabá en los municipios de, Chigorodó, Carepa, Apartado y Turbo, los cuales ofrecen un servicio de transporte individual local e intermunicipal, con operación de las siguientes empresas:

Empresas prestadoras de servicio de taxi individual subregión de Urabá Departamento de Antioquia.

1. Apartadó

- COOTRANSCONDOR
- SOTRAGOLFO LTDA
- TAXI INDIVIDUAL TAXIS FMSAS

2- Chigorodó

- COOPERATIVA DE TRANSPORTE

- COOTRANSUR
- COOPERATIVA DE TRANSPORTES RS CHIGORODÓ

3- Carepa

- TRANSITUR.SAS
- COOTRANSCONDOR

3- Turbo

- COOTRANSCONDOR
- SOTRAGOLFO LTDA
- TRANSITUR.SAS

1.2.9 Ventajas competitivas del producto y/o servicio.

Para la empresa servicio de transporte individual, existen elementos trascendentales para obtener ventajas competitivas como: la estrategia del servicio y la innovación empresarial.

Con la *estrategia del servicio* buscamos mejorar la movilidad de los agricultores, pobladores y turista en la región, con la prestación de un servicio confiable y seguro que apunte a los objetivos de desarrollo sostenible y ambientales del municipio de San Pedro Urabá, así mismo reducir la demanda del transporte informal, la accidentalidad y los tiempos en los trayectos urbanos y rurales.

Si bien es cierto que el municipio San Pedro de Urabá, cuenta con una gran cantidad de servicios alternativos denominados mototaxis, las cuales realizan labor de carga de insumos y productos agropecuarios, así como ofrecer el servicio de transporte, el 90% de estas motos no tiene técnico mecánica ni SOAT, así como tampoco están aptas para el transporte de enfermos,

mujeres embarazadas o gestantes y/o personas en condición de discapacidad. (secretaria de gobierno municipio San Pedro de Urabá, 2022).

Por lo que se hace necesario gestionar la implementación de un sistema de transporte público, con todos los permisos legales y los documentos de funcionamiento del vehículo, que garantice confianza, seguridad y comodidad a sus clientes o viajeros, lo que sería una ventaja competitiva frente a los servicios alternos.

Todo lo anterior nos permite poder aunar esfuerzo para llevar a cabo una propuesta de gran envergadura que contribuya al desarrollo social y económico del municipio marcando la diferencia como la primera empresa prestadora de servicios de transporte individual.

A través de la *innovación empresarial* se crea una empresa que la busca la desarrollo y el ahorro de energía a través de la incorporación progresiva de vehículos híbridos, así mismo la implementación de GPS o sensores que ayuden mejorar las revisiones de mantenimiento, y reporte en tiempo real la conducción de los vehículos de tal forma que no exceda los límites de velocidad permitidos por la norma, igualmente se utilizaran tecnologías emergentes y aplicaciones innovadoras que aporten el desarrollo de las actividades diarias de la organización teniendo un impacto significativo en el transporte de la población del municipio en la zona urbana y rural.

1.2.10 Resumen de las inversiones requeridas.

Inversión en Constitución de la Empresa:

Para la creación del plan de negocio, tenemos la participación de tres (03) accionistas, los cuales al lograr el propósito final se repetirán las utilidades en partes iguales. Esta empresa sería clasificada como S.A.S Sociedad por Acciones Simplificada “La sociedad por acciones

simplificada está reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2022).

Tabla 1 Tabla de Precios Constitución de la Empresa

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Constitución SAS	1	\$45.000	\$45.000
Impuesto de Registro	1	\$97.000	\$97.000
Matrícula persona jurídica	1	\$220.000	\$220.000
Formulario de Registro	1	\$5.000	\$5.000
Inscripción de los Libros	1	\$22.000	\$22.000
Total, a Pagar			\$389.000

Fuente: Elaboración propia

Inversiones en tecnología e infraestructura:

Para la gestión del modelo de negocio de transporte servicio individual provincia. Se requiere contratar los servicios de una empresa para el desarrollo y mantenimiento de la plataforma tecnológica especializada para el servicio al público.

Para dar inicio a la empresa los socios van adquirir dos vehículos a créditos marca Renault-Duster modelo 2022, los cuales se ajustan a las condiciones del terreno de la región.

Tabla 2 Tabla Inversiones en tecnología e infraestructura

Concepto	Descripción	Modo de contrato	Pago Total
Diseño de la plataforma tecnológica	Desarrollo de una plataforma digital para solicitar el servicio y realizar los pagos	Único pago	\$ 4.000.000 COP
Desarrollo de la APP	Desarrollo de la app en un lenguaje de programación JAVA	Único Pago	\$ 6.000.000 COP

Hosting	Un espacio en la nube para subir nuestras aplicaciones y pagina web	Anual	\$ 290.000 COP
Dominio	La dirección de nuestras páginas digitales	Anual	\$130.000 COP
Marketing Digital	Desarrollar campañas publicitarias.	Por servicio	\$200.000 COP
Mantenimiento de la plataforma	Mantenimiento y ajuste de contenido digital	Anual	\$ 1.700.000 COP
Chatbots	Chatbot en sitio Web. WhatsApp en sitio web. Plataforma de gestión de leads.	Mensual	\$ 317.949 COP
02 - Vehículos	Renault-Duster modelo 2022	Mensual	\$ 4.500.000 COP

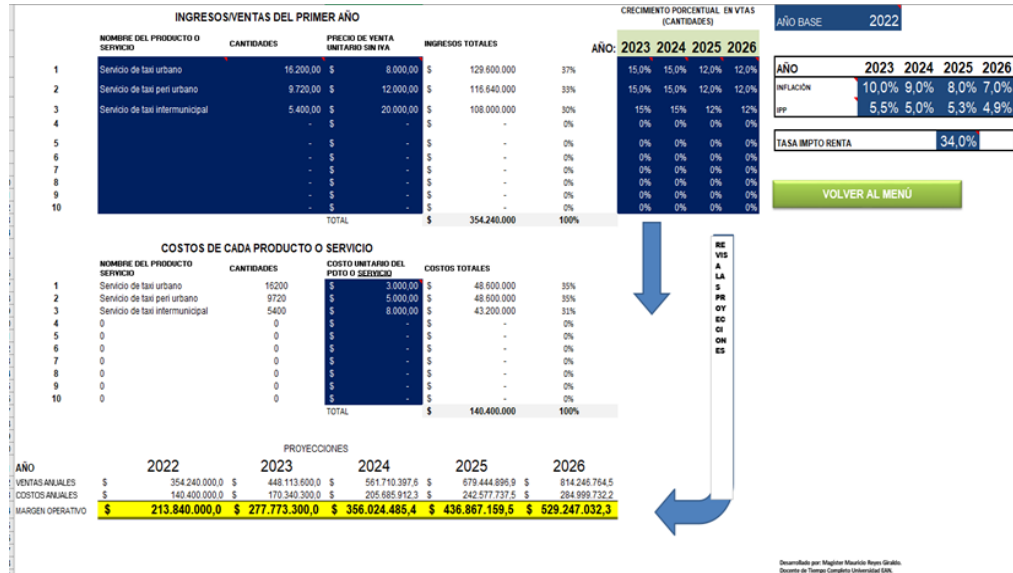
Fuente: Elaboración propia

La empresa de transporte servicio individual provincia requiere invertir en una plataforma digital con alto nivel de interacción para generar los reportes para las clientes y los conductores de la empresa.

1.2.11 Proyecciones de ventas y rentabilidad.

En las siguientes graficas se muestran las proyecciones de los ingresos totales durante los próximos cinco (5) años, teniendo como base el año 2022, contemplándose un crecimiento del 10% para el primer año de puesta en funcionamiento e incrementando en un 5% cada año.

Figura 4 Proyecciones de ventas y rentabilidad



Fuente: Elaboración propia equipo de trabajo (Fuente: Simulador financiero simplificado versión 2.12 enero 2022)

El proyecto que buscar mejorar las condiciones de vida de la comunidad el municipio de San Pedro de Urabá que tiene como fin, ofrecer servicio de transporte individual mediante vehículo tipo taxi amigables con el medio ambiente de última tecnología, estableciendo tarifas fijan de acuerdo al sitio de destino:

- Urbano \$8.000
- Peri-urbano \$12.000
- Intermunicipal \$20.000

Tipo de vehículo a utilizar: El municipio de San Pedro de Urabá es un municipio plano topográficamente en su área Urbana, se tiene según oficina de planeación un 65% pavimentada su zona urbana, pero todo el municipio es transitable con este tipo de vehículos, con el fin de ofrecer un mejor servicio y que los vehículos no sufran tanto, como es en el caso de los servicios

prestados por vehículos pequeños (tipo Chevrolet, Spark, Hyundai Atos, etc.).

Con el proyecto se busca llegar a comunidad más vulnerable y lejana del municipio por lo que estamos contemplando utilizar vehículo 4x4 para una segunda fase de negocio; con este vehículo inicialmente podríamos cubrir toda la zona urbana y de la zona rural llegar a los centros poblados que tiene algunos tramos con placa huella (tramos pavimentados) y vías destapada con acceso normal para el tránsito de todo tipo de vehículo, existen las vías para realizar viajes intermunicipales con Turbo el cual esta pavimentada en un 80% el 20% son tramos destapados con normal acceso, Según INVIAS se tiene proyectado invertir en Antioquia 1, 74 billones de pesos el contempla varias vías del Departamento entre ellos los tramos El tres San Pedro de Urabá, la vía San Predo de Urabá Valencia del Departamento de Córdoba, esta vía es vital debió a la conexión con el Departamento de Córdoba y articulada con el puerto de Urabá en el Municipio de Turbo.

Figura 5 Tipo vehículo propuesto zona urbana



Fuente: <https://www.testdriver.com.co/faw-r7-la-nueva-apuesta-por-las-suv/>

Figura 6 Tipo vehículo propuesto zona urbana-rural



Fuente: <https://www.lanzamientos/nueva-renault-duster-en-colombia/>

El proyecto se inicia con tres vehículos inicialmente, estos vehículos todos terrenos de última tecnología el cual va a garantizar un buen servicio a la comunidad según las condiciones de las vías urbanas y rural. Ofrecen el servicio de transporte en la zona urbana, además de la zona periférica son los barrios y las instituciones que están ubicadas entre la zona urbana y rural, los caseríos y centros poblados como son: Pueblito, quebrada del medio vía a la ciudad de Montería Departamento de Córdoba, El aeropuerto, Zumbidos, Café en Plato, Santa catalina El tomate vía al municipio de Arboletes, para la vía hacia Necoclí encontramos, Aguas prieta, San José de Mulatos entre otro puntos ubicado en la vía, hacia el municipio de Turbo y la ciudad de Apartado tenemos algunos corregimiento y sitios poblados como el batallón, las piscinas, Maquenque, Corregimientos San Vicente del Congo, Pueblo Bello entre otros.

Este otro servicio para ofrecer el cual es más costoso por su lejanía como son los municipios ubicados en el Urabá Antioqueño y los municipios del Departamento de Córdoba.

Para dar inicio al negocio, además, de contar con los tres vehículos se estiman ingresos y

costos de acorde al servicio ofrecido.

Según el servicio ofrecido se estipulan unos costos totales aproximados de \$ 140,000,000, este tipo de negocio tiene tres modalidades de trabajar con el personal de los conductores, el cual se requiere un buen manejo de tal manera que se evite fugas de recursos, los puntos pueden ser:

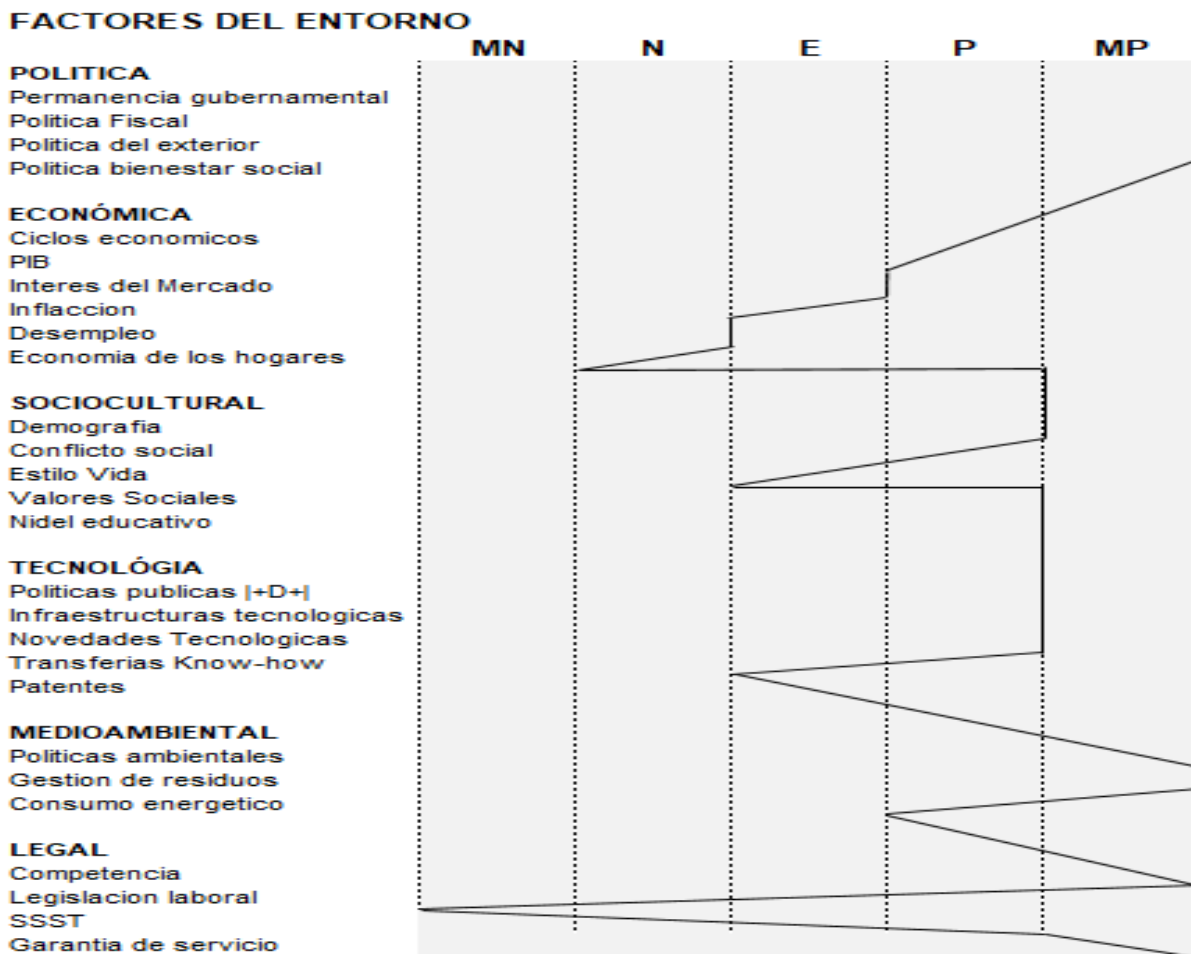
1. Estipular un salario básico mensual
2. El conductor paga una tarifa diaria para usar el vehículo
3. El conductor como dueño es el que maneja su propio vehículo y paga una cuota de sostenimiento a la empresa afiliada

La relación ventas y los costos anuales generan un margen operativo positivo para el negocio año tras años en el periodo establecido, es de anotar que esta empresa busca una posesión en el mercado local con muy buena proyección y madurez comercial.

A continuación, podemos observar que el proyecto estimula gran Viabilidad económica y financiera para su puesta en marcha contribuyendo a la generación de empleo, el desarrollo social para una comunidad que carece de un medio de transporte con garantías, comodidad y seguridad, el desarrollo económico regional, contribuyendo de esta manera al mejoramiento de la calidad de vida de toda una comunidad en general, visitantes, turistas entre otros.

mercado por medio de la herramienta PESTEL (político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal), **Ver Anexo 6.**

Figura 8. Perfil estratégico del entorno de Pestel



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se pueden observar dos amenazas para el plan de negocio de transporte, como primero, la economía en los hogares, por la tasa de desempleo en el país lo cual repercute en la región, lo anterior obedece a que la empresa de transporte de taxi individual acogería a pobladores y turistas que visitan el municipio de san pedro de Urabá. Otra amenaza importante surge del lado de la legislación laboral, consecuencia de los conflictos de intereses que se producen en las

organizaciones para resolver las altercaciones que en ellas se produzcan entre los trabajadores y los empleadores.

En cuanto a oportunidades destacamos la estabilidad en las políticas sociales implementadas por el gobierno nacional, ya que parte de esta política depende fuertemente las acciones de la empresa para mantener su actividad. y, por otro lado, las políticas medioambientales, estableciendo unos niveles de emisiones de CO₂ comparados con los vehículos tradicionales emitirán 3 decibelios menos de sonido, ofreciendo en términos contaminación del aire una percepción favorable por la sociedad, encontrando un modelo de negocio totalmente sostenible y rentable para la organización y sus pobladores.

1.3.2 Caracterización del sector.

El sector transporte a la cual va a ingresar la nueva empresa de servicio de taxi especial, más allá generar innumerables beneficios para la población, va a permitir vincular a las comunidades más apartadas del municipio de san pedro Urabá, con un servicio que elevara la eficiencia en términos de oportunidad, calidad, tiempo y costo, jugando un papel importante en la economía de la región contribuyendo a la producción agrícola, desarrollo social y el bienestar individual en la movilidad. Así mismo se constituirá en una empresa generadora de empleo coadyuvando con los objetivos de desarrollo sostenible del municipio.

De acuerdo a Findeter (2021) mediante un estudio, *el sector transporte es el mayor consumidor de energía con el 38% del consumo energético, seguido por los sectores industria 24%, residencial 19%, y comercial 5%*, el anterior análisis brinda una visión en cuanto a que para la nueva empresa de transporte la provincia se requiere un sistema movilidad que aporte a la sostenibilidad ambiental, adaptándose a las necesidades sociales y económicas de la población

cambiando formas de vida de los ciudadanos, así como la sostenibilidad urbana y rural del municipio.

La nueva empresa de transporte de servicio de taxi individual tiene como objetivo cerrar la brecha movilidad en el municipio mediante un transporte seguro y adecuados que supla las necesidades de los pobladores sin tener miedo de viajar y con la confianza que van cómodos y con todos los permisos legales de funcionamiento del vehículo.

Los medios de transporte urbano y rural que tiene el municipio de san pedro Urabá en la actualidad no son seguros, igualmente este servicio no tiene la documentación necesaria y al día para su funcionamiento, los vehículos están en muy mal estado, lo cual demuestra que el pasajero no tiene ninguna seguridad y nadie se hace responsable al momento de un accidente o cualquier otra eventualidad.

Mejorar sustancialmente el servicio de transporte en la región será un gran reto, la nueva empresa de transporte individual la provincia tendrá efectos directos incrementará la competitividad y la eficiencia del sector productivo y, por ende, un mayor crecimiento económico en el municipio de largo plazo.

1.3.3 Análisis de las fuerzas que impactan el negocio.

A continuación, se analizarán las cinco fuerzas de Porter, con sus aspectos relevantes que impactaran y orientaran a la empresa de servicio de transporte especial la provincia para su crecimiento y rentabilidad, permitiendo obtener información y tipologías estructurales del sector, para la sostenibilidad en el tiempo de la organización.

Tabla 3 Análisis de las fuerzas que impactan el negocio

#	Enumere las principales insumos, servicios o materiales necesarios para su negocio	Para cada insumo, servicio o material, enumere los proveedores posibles.	¿Cómo puede usted trabajar mejor con el proveedor para maximizar su poder de negociación?
1	Vehículos asegurados	Kia, Chevrolet, Renault, Skoda, Mazda, Subaru, Hyundai, Chery tigo.	Buena fuente de financiación de vehículos, con garantías absolutas, revisión técnica constante.
2	Línea telefónica	Tigo, claro, Movistar,	Operador que tenga buena cobertura constante para ofrecer buen servicio a los usuarios.
3	Celular	Nokia, Sony, Samsung, Huawei, Xiaomi, Motorola, LG.	Suministro de equipos resistente al trabajo de los conductores y operadora
4	Plataforma digital	Contratar con un ingeniero de sistemas con experiencia en la creación de plataforma digital como InDrive, Beat	Que sea de fácil acceso a los clientes en la región de Urabá.
5	Espacio físico – Oficina	Alquiler de una oficina en un punto estratégico, utilizada como acopio de taxis	Que cuente con servicios de agua, energía, amplia con parqueadero y en buenas condiciones.
6	Personal capacitado - conductores	Los diferentes conductores con experiencia que se identifiquen con la misión y visión de la empresa	Experiencia, atención a los usuarios, compromiso laboral, buena presentación personal.
7	Seguros todo riesgo	Sura, liberty, seguros del Estado, la previsor, Bolívar, Equidad, Compañía mundial, Axa Colpatria, Allianz, solidaria.	Amplia cobertura para conductores, pasajeros y peatones y daños a terceros

Fuente: Elaboración propia

1.3.3.1 Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes para este caso corresponde precisamente a los pobladores y turistas que visitan el municipio de san pedro de Urabá, clientes que provienen de la agricultura, la ganadería, el comercio, los hogares entre otras actividades que se desarrollan en la región.

Al tener una flota de transporte que garantiza seguridad y confort en los desplazamientos, así como un servicio diferenciador, los clientes ejercen una importante labor a la hora de buscar el servicio de transporte, proporcionando garantías y personalización las cuales no van obtener de los competidores, aumentando un valor añadido del servicio entregado.

Lo anterior evidenciara la integración de la cadena valor con los servicios prestado por la empresa de

transporte especial la provincia, lo cual garantizara un adecuado desplazamiento de sus clientes en las condiciones que estos determinen, reduciendo altos costes en la economía del municipio y sus actividades.

Con esto, la empresa de transporte especial provincia desarrollara la prestación de un servicio muy competitivo y atractivo para sus clientes, mediante el aprovechamiento su know-how y las experiencias de sus competidores que desarrollan el transporte informal, de tal forma que el servicio prestado por la empresa se perciba como el mejor y de mucha calidad.

Tabla 4 Poder de Negociación con los Clientes

#	Enumere los tipos de clientes que usted tiene o espera tener.	¿Qué alternativas podrían tener estos clientes para su producto?	¿Cómo puede crear lealtad para su producto o servicio reduciendo el poder de negociación con los clientes?
1	Amas de casa, empleados oficiales, comerciantes, pacientes médicos, campesinos.	Moto taxi, servicio informal de carros, ciclas.	Servicio oportuno y constante, buena atención, eficiente y eficacia, cobros justos por el servicio, amabilidad.
2	Turistas, viajeros	Vehículos en alquiler	Servicio más seguro y económico

Fuente: Elaboración propia

1.3.3.2 Poder de negociación de los proveedores.

Por ser la primera y única empresa en el municipio de san pedro de Urabá en prestar este servicio especial, el poder de negociación de los proveedores sería muy alto.

En primer lugar, el diferenciador de la prestación del servicio comodidad y seguridad como generación de valor.

Segundo, la utilización de plataformas tecnológicas para la solicitud del servicio, así como el monitorio en tiempo de real de los desplazamientos frente a su ubicación para una menor seguridad de los clientes y pasajeros.

Tercero y último, la flexibilidad en los horarios para la prestación del servicio, con disponibilidad las 24 horas del día, los 7 días de la semana sin interacción alguna, lo que facilita a los pobladores y turistas solicitar el servicio en cualquier momento e incluso en emergencias de salud.

Lo anterior refleja un panorama esperanzador para a nueva empresa de transporte, ya que al mejorar la estrategia mediante la prestación del servicio traería consigo grandes ganancias para los agricultores y demás actividades que se desarrollan en la región, lo cual repercute positivamente para la empresa de transporte especial provincia.

1.3.3.3 Amenaza de productos sustitutos

En el municipio de san pedro Urabá existen servicios sustitutos en la manufactura del transporte de pasajeros entre estos están los vehículos particulares y las motos taxi, los cuales asisten a una porción menor del mercado y no brindan un servicio de calidad y garantías para el cliente, por lo altos costos y no son viables para las rutas urbanas y rurales del municipio.

Tabla 5 Amenaza de Productos Sustitutos.

#	Enumere los posibles productos sustitutos que sus clientes podrían utilizar en lugar de su producto.	¿Qué tan fácil sería para su cliente considerar esta alternativa?	¿Cómo puede diferenciar sus productos o fidelizar a los clientes para manejar la amenaza de los productos sustitutos?
1	Moto taxi	Más económica Mayor oferta en el medio.	Mayor seguridad, comodidad para los usuarios
2	Servicios de vehículos informales	Por economía. Esporádica por los controles y regulación de tránsito municipal.	Garantía y respaldo para los usuarios
3	Para el desplazamiento a otras ciudades se podría utilizar las flotas que operan en el municipio	Económica Frecuencia de viajes diarios	No se cuenta con las disponibilidades constantes y en horas de la noche o muy madrugado

Fuente: Elaboración propia

1.3.3.4 Amenaza de nuevos competidores

Las amenazas serian aquellas empresas que deseen ingresar al sector del transporte especial en el municipio, lo que fomentaría el desarrollo de nuevas estrategias de mercado frente a la competencia actual, el ingreso de nuevas empresas marcara lo atractivo de la región, por lo que con la creación de la empresa de transporte especial provincia como primera en el municipio deben establecer barreras de

entradas, protegiendo a la ya instalada.

Tabla 6 Amenaza de Nuevos Competidores

1. ¿Cómo afectaría un nuevo competidor a su negocio?	Reduce la capacidad de atención de usuarios. Mayor competencia. Oferta económica
2. ¿Qué harán sus competidores si hay un nuevo competidor en su mercado?	Ofrecer un mejor servicio Reducir el valor o tarifa del servicio Buscar nuevos clientes Ofrecer mayor seguridad y comodidad
3. ¿Cómo va a responder a un nuevo competidor?	Ofreciendo promociones y un mejor servicio para ganar y fidelizar más clientes

Fuente: Elaboración propia

1.3.3.5 Rivalidad competitiva

Para la empresa de transporte especial provincia, como tal no existe una empresa que se encuentre en el mismo negocio, de tal sentido que los clientes al ser una empresa única y que ofrece un servicio de alta calidad sumamente diferenciado y a un costo óptimo, propenderán por la utilización del mismo, generando un valor agregado mediante uso de nuevas tecnologías para la obteniendo ventajas con respecto al transporte informal de la región.

Tabla 7 Rivalidad entre los Competidores.

#	Enumere sus principales competidores.	¿Qué estrategias de negocio y crecimiento utiliza este competidor?	¿Cómo afectará este competidor a su negocio?	¿Qué acciones va a tomar en respuesta a las acciones de sus competidores?
1	Servicio transporte informal	Poder ampliar su negocio con otro vehículo. Son incipientes	Ofreciendo mejores precios debido a que no paga impuestos	Ser competitivos y las exigencias de las autoridades para que realicen mayor control a este tipo servicio
2	Moto taxi	Se logra realizar un negocio, pero con poco crecimiento debido a que se presta un servicio informal, sin garantías para los usuarios	Al poder ofrecer mejores precios a los usuarios, debido que no tributa por el servicio prestado, algunos clientes lo podrían utilizar	- Exigir al gobierno local mayores garantías como empresa legal y que tributa en el municipio. - Dar a conocer las ventajas de hacer uso de un servicio con garantías para los usuarios y terceros.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al Banco Mundial (2021) El sector transporte juega un papel fundamental en la lucha contra la pobreza como impulsor de la economía y el cambio climático, la pasada pandemia COVID-19, dio a conocer la importancia del transporte, el cual fue esencial para transportar a miles de trabajadores con el fin de mantener la economía y poner en marcha la distribución de vacunas en el mundo. Reflexionar sobre la movilidad es una prioridad a fin de optimizar la resiliencia de los pueblos, estableciendo condiciones de movilidad segura e inclusiva por medio de un transporte sostenible que promueva el acceso equitativo, especialmente en comunidades vulnerables o de bajos ingresos, como forma poderosa de impulsar el desarrollo humano y la inclusión social de las zonas urbanas y rurales.

Lo anterior nos brinda un panorama esperanzador ya que se requieren medios de transportes amigables con el medio ambiente que amplíe las alternativas de sostenibilidad con recursos y políticas adecuadas.

Para que una empresa de transporte sea competitiva debe agregar tecnologías emergentes que les permita de manera eficiente la gestión del transporte, mediante el ofrecimiento de alternativas e integración de medios de pagos para la satisfacción del cliente. En esa línea, se destaca la importancia del transporte en la contribución del futuro como desarrollo y competitividad de una región. Lo anterior implica mejorar sustancialmente el servicio de transporte terrestre en el municipio de san pedro Urabá, elevando la rentabilidad social y económica en el territorio enfocada hacia la sostenibilidad y disminución de las emisiones de gases con la puesta en marcha de vehículos híbridos.

Los resultados internos de las organizaciones dependen en gran medida de las características

del ambiente o entorno a su alrededor. Es a través del modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter cómo es posible evaluar dicho entorno aplicable a cualquier empresa y en cualquier tipo de industria o segmento de la economía a la que pertenece, basándose en el análisis de las amenazas que supone la entrada de nuevos competidores o productos que sustituyan los ofrecidos en el mercado, del poder de negociación que se logra establecer de una parte con los clientes y de otra con los proveedores y finalmente de la rivalidad existente con los competidores actuales, lo que permite realizar una reflexión del nivel de la empresa de estudio frente a la competencia y definir estrategias que le permita mejorarla o mantenerla.

1.3.4 Análisis de oportunidades y amenazas.

A continuación, el análisis de las oportunidades y amenazas de la nueva empresa de transporte servicio individual provincia desde un enfoque estratégico para el fortalecimiento e implementación del emprendimiento.

Oportunidades: Para la creación de la empresa de transporte especial la provincia se tienen oportunidades como:

- La necesidad del servicio
- Sector sin servicio público confiable
- Incremento de turistas en la región
- Expansión de las zonas alejadas
- Aumento de carros y conductores

Estas oportunidades nos dan unas ventajas competitivas en el sector transporte del municipio, mediante la puesta en marcha de un servicio excepcional y confiable para los pobladores y

turistas que visitan la región.

Amenazas: En cuanto a las amenazas para empresa de transporte especial la provincia tenemos:

- Incremento del servicio ilegal
- Incrementos de insumos (aceite, llantas entre otros)
- Robo de vehículos o incineración
- Problemas con las autoridades locales
- Ganancias con márgenes negativos

Las amenazas son factores externos que nos obliga a tomar estrategias en la seguridad de nuestro personal y nuestra planta vehicular por robos y servicio ilegal que nos permita mejorar y tener un servicio de calidad, buscar estrategias que las ganancias sean buenas y manejar una empresa que nos permita tener precio de insumo económicos y de calidad para manejar una rentabilidad favorable para la empresa.

1.3.5 Conclusiones sobre la viabilidad del sector:

Las fortalezas encontramos los factores internos que son ventajas competitivas de la empresa de transporte servicio individual provincia, Falta de competidores y planta vehicular moderna que nos da la oportunidad de ofrecer un servicio a un precio bajo y seguro, y tener el reconocimiento mediante la voz a voz y el reconocimiento de la empresa para aumentar los servicios y tener un plus adicional es la forma de pago que vamos a manejar. Las oportunidades son los turistas y llevar a san pedro de Urabá a ser una zona turística y llegar a expandir a zonas con alianzas estratégicas.

La plataforma digital de transporte servicio individual provincia brindara seguridad y

confianza a los clientes, mediante el software le permite llevar información de su recorrido y costos de los pasajes, mantener una plataforma sostenible y eficaz en su funcionamiento.

2. SEGUNDA PARTE.

2.1 Estrategia y plan de introducción de mercado

Para la empresa de Transporte Servicio Individual la Provincia el entorno como parte estratégica de introducción al mercado establece, oportunidades y amenazas que pueden ser aprovechadas por la organización a partir de los servicios prestados, con el fin de fortalecer el patrimonio de la empresa, estableciendo un estudio del comportamiento de la actividad económica a partir de satisfacción de los clientes como soporte sostenibilidad empresarial.

2.1.1 Objetivos de mercadeo

La empresa de Transporte Servicio Individual Provincia, en busca de la estabilidad en la prestación de un servicio confiable y seguro para los pobladores y turistas que visitan el municipio de san pedro Urabá, proporcionara el desarrollo de metodologías racionales que reduzcan el nivel de incertidumbre que tienen los habitantes de la región frente al transporte inseguro y la falta de documentación de los vehículos existentes ante las responsabilidades que se deben tener frente algún accidente de tránsito.

De esta forma, los objetivos de mercadeo para la empresa provincia como estrategia de negocio, están enfocados al servicio de trasporte de pasajeros, con acciones que generen posicionamiento y competitividad en el mercado mediante optimización y aporte a los objetivos de desarrollo sostenible de la región, llegando hasta el último rincón del municipio, coadyuvando con la movilidad urbana y rural como agentes trasformadores de cambio, posicionando la empresa como la numero uno del sector transporte municipal dejando como resultado el desarrollo integral de la organización como objetivos estratégicos de mercadeo partiendo de:

- Contribución a la economía local municipal

- Optimizar la calidad del servicio en los pobladores y turista que visitan de la región.
- Mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios frente al servicio prestado.
- Promocionar los servicios de la empresa.
- Ofertar un servicio de transporte pasajeros eficaz, cómodo y seguro.
- Fortalecer el talento humano de la empresa para conservar el mercado y unirse a nuevos mercados.

Lo anterior permite diseñar estrategias previas, analizarlas de tal manera que puedan satisfacer las necesidades de los clientes frente al servicio que se quiere ofrecer y la obtención de mejores resultados.

2.1.2 Estrategia de mercadeo

La estrategia de marketing se maneja mediante una estrategia para el mejoramiento de los servicios prestados que requieren disciplina para tener resultados a mediano y largo plazo.

En el siglo XXI no se puede atraer a toda la población o compradores del mercado ya que muchos de los compradores ya tienen su preferencia por algunos servicios o productos de marcas diferentes y los comportamientos son diferentes y las organizaciones deben de cambiar y mejorar las estrategias de marketing dependiendo el lugar y la población que queremos atender el mercado.

Las organizaciones deben tener claro las partes del mercado a las que van a prestar los servicios para atender y fidelizar las necesidades de los clientes, para tener una estrategia es necesario tener en cuenta una estrategia de marketing para llegar a los clientes adecuados, y una estrategia de marketing para llegar al público en general para ser campañas dirigida.

Para el diseño de una estrategia de marketing que sea dirigida a los clientes debemos de nombrar los siguientes elementos:

1. segmentación del mercado
2. selección del mercado
3. Posicionamiento
4. Diferenciación
5. Estrategias de marketing de contenidos.
6. Estrategias de fidelización.

El objetivo claro y manejar unas estrategias para identificar las oportunidades y necesidades en el mercado para la empresa de TRANSPORTE SERVICIO INDIVIDUAL LA PROVINCIA SAN PEDRO DE URABA para lograr las expectativas a los usuarios potencial en la prestación del servicio teniendo una calidad y comodidad en sus viajes. Para realizar la segmentación de mercado de consumo.

Algunas de las variables que se puede llegar a segmentar el mercado de consumo son las siguientes:

1. las variables geográficas donde se encuentra (las regiones, municipios, ciudades, población urbana y rural y el estado del clima y tamaño de la región.
2. las variables demográficas donde se encuentra (Genero, Orientación Sexual, profesión, estatus económico, Ocupación entre otras).
3. la variable psicográfica donde se encuentra (personalidad, clase social, intereses).
4. La variable conductual donde se encuentra (fidelidad de marca, frecuencia de servicios, Beneficios entre otros)

A continuación, la segmentación de nuestros servicios a los municipios más cerca de san pedro de Urabá, para los Habitantes que requieren su servicio para necesidades personales.

Tabla 8 Segmentación del servicio municipios cercanos

VARIABLES	CUALIDAD	SEGMENTO DEL CONSUMO DE SERVICIOS	ALCANCE A CORTO PLAZO	ALCANCE A LARGO PLAZO
Geográficas	Ruta San pedro de Urabá – Municipio de Tierralta Ruta San pedro de Urabá- Municipio de valencia.	Habitante que viven en estos municipios que utilizan los servicios para viajar.	San Pedro de Urabá es un municipio de Colombia, municipio de Tierralta, el municipio de Valencia, san Vicente de pueblo bello	la ciudad de Medellín.
Demográfica	Género: Población Hombres y Mujer. Edad: 18- 65 Años	Hombre y Mujeres en promedio de los 18 a 65 años que utilizan los servicios de transporte.	Prestar el servicio a toda la población a una cómoda tarifa.	Prestar el servicio a toda la población a una cómoda tarifa y llegar a más municipios.
Psicográfica	Necesidad de Viaje	Visitas, Vacaciones, Salud, Estudios.	Manejar un servicio de call center para atender sus servicios	
Conductual	Frecuencia de servicios.	Clientes potenciales o cliente regular.	La fidelización de nuestros servicios.	La fidelización de nuestros servicios.

Fuente: Elaboración propia

A continuación, la segmentación de nuestros servicios a los municipios más cerca de san pedro de Urabá, para los Turistas que requieren su servicio para necesidades personales.

Tabla 9 Segmentación municipios turísticos

Variables	Cualidad	Segmento del consumo de servicios	Alcance a corto plazo	Alcance a largo plazo
las variables geográficas	Ruta: centros turísticos y paisajes.	Turistas que llegan a conocer los alrededores de san pedro de Urabá	Sitios turísticos de san pedro de Urabá	la ciudad de Medellín. La ciudad de Quibdó a los centros turísticos.
Demográfica	Género: Población Hombres y Mujer. Edad: 18- 65 Años	Hombre y Mujeres en promedio de los 18 a 65 años que utilizan los servicios de transporte.	Prestar el servicio a todos los turistas a unas tarifas cómodas y con servicio de calidad.	Prestar el servicio a todos los turistas a unas tarifas cómodas y con tour de viajes incluidos
Psicográfica	Turismo	Visitas, Vacaciones.	Manejar una plataforma web que se pueda visualizar nuestros servicios y planes.	Manejar una app con paquetes de viajes a los turistas
Conductual	Frecuencia de servicios.	Turistas.	La fidelización de nuestros servicios.	La fidelización de nuestros servicios.

Fuente: Elaboración propia

2.1.3 Estrategias de producto y servicio

La estrategia de servicio y productos permiten que se logre un posicionamiento en el mercado, generando un crecimiento y madurez de la empresa; Esta empresa de servicio de transporte para el municipio de San Pedro de Urabá debe ofrecer un buen servicio de tal manera que logre una satisfacción para los usuarios.

Bien sabemos sobre la diferencia y servicios ofrecidos por un empresa o persona, en esta ocasión “provincia empresa prestadora de servicio individual de taxi.”

EL marketing de servicio en un término “imprescindible cuando se habla de comercialización, por lo tanto, vamos a ver la importancia que tiene dentro del transporte y logística” (Martin Martínez, 2020).

El servicio ofrecido por una empresa contiene ciertas características como:

- a. Intangible. que no se puede tocar
- b. Perecedero. “Poco durable, no admite inventario. La principal consecuencia es que un servicio no prestado no se puede realizar en otro momento. Este rasgo supone un problema cuando existen fluctuaciones en la demanda por lo que tiene que realizar ajustes para equilibrar la oferta y demanda.”
- c. Inseparable.” Su producción y consumos son actividades que van unidas, siendo parcial o totalmente simultaneas. Lo que indica que el producto como tal no es posible hacerle devolución.
- d. Variable. “Cada servicio depende de quién lo presta, cuando y donde, teniendo gran importancia el factor humano, el cual participa en la producción y la entrega. Esta cualidad hace que cada servicio sea una experiencia única.” (Martin Martínez, 2020)

Es importante tener en cuenta que el marketing de servicio tiene tres enfoques o niveles:

- **Mercado.** “Es importante realizar un estudio de la demanda potencial del sector que permita una oferta adecuada”

- Servicio. Debe cumplir las expectativas de los clientes principalmente dando cumplimiento “calidad, precios y plazo o tiempo de entrega, asegurando el cumplimiento de la normativa legal”
- Comunicación. “Técnica de marketing destinadas a mejorar la comunicación interna de la empresa y sus relaciones interiores” (Martin Martínez, 2020).

Para dar cumplimiento a las estrategias de mercado, la empresa de transporte se especializa en ofrecer un servicio, para ello se contempla; Alto contenido de valor con la proyección con la prestación del servicio de transporte de servicio de taxi individual en el municipio de San Pedro de Urabá es integral, se busca satisfacer a toda una comunidad, con garantías de seguridad, oportuno, responsabilidad, confianza al realizar cada transporte o al prestar el servicio de la empresa

2.1.4 Estrategias de distribución

Canales de distribución.

Para el proceso de apertura en la prestación de servicio se realiza mediante la publicación de vallas, volantes, redes sociales, avisos radiales, además, de poner a disposición de centros de acopio uno como sede central, donde se cuente con personal que atienda personalmente y a través de vía celular tomar el servicio requerido por la comunidad.

Este servicio va dirigido a toda la comunidad del municipio principalmente para las amas de casa, viajeros, comerciantes, turistas, empleados, comunidad estudiantil entre otros.

Tipos de intermediarios

El modelo de negocio para la prestación de servicio de transporte individual en el municipio de San Pedro de Urabá, por ser una actividad de servicio y el usuario lo pide directamente en el

momento lo requiere a la empresa, va al sitio de acopio lo toma en la calle.

Numero de intermediarios de marketing

-Distribuciones intensivas, Con este mecanismo de distribución contempla que los vehículos estén distribuidos en todos los sitios, lugar del municipio de tal manera que estén a disposición de los usuarios que lo requieran.

-Distribución exclusiva, Mediante este mecanismo los usuarios pueden adquirir el servicio a través de una plataforma digital

-Distribución selectiva, Son los diferentes medios por el cual los usuarios puede adquirir el servicio, bien sea, en la calle, centros de acopio, llamadas telefónicas, a través de la aplicación.

2.1.5 Estrategias de precio – modelo de ingreso

“La mayoría de las empresas consideran al precio como una decisión táctica que debe tomarse a la hora de lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar el desempeño financiero de uno existente.” (Restrepo Abad, 2007).

Se propende lograr con esta idea de negocio que en su etapa de ejecución ofrecer buen servicio y de esta manera establecer según un precio de acuerdo con los costos y la utilidad a lograr teniendo en cuenta la capacidad adquisitiva de la población objetivo del proyecto.

Para la fijación de precios a los productos y servicios ofrecidos en un negocio de contemplan de dos maneras Según Restrepo Abad.

“Normalmente la técnica a implementar depende de las políticas y objetivos de la compañía. Cuando la empresa tiene unas políticas fijas de margen sobre las ventas que debe respetar, se incurre normalmente en la práctica de precio = costo+utilidad. En el otro extremo se ubica las compañías que buscan su participación de mercado a como dé lugar y optan por fijar sus precios

con base en la competencia, o peor aún, en comprar la lealtad de sus clientes por medio de descuentos de discriminados, como si los accionistas se les repartieran puntos de margen. Estos lo que esperan en dinero, para poder consignar en sus cuentas bancarias o invertir en otros negocios.” (Restrepo Abad, 2007)

Según Restrepo Abad la mejor manera para definir estratégicamente la fijación de precio a servicio prestado a través de una fórmula matemática de “precio = costo unitario + utilidad razonable.”

Figura 9 Lógica tradicional



Fuente: Lógica tradicional para la fijación de precios

El planteamiento propuesto para la unidad de negocio en mención se establecen unos precios de acuerdo a los costos de producción del servicio, la capacidad adquisitiva del usuario, teniendo referencias las tarifas de los municipios vecinos, ya que el municipio de San Pedro de Urabá no cuenta con este servicio legalmente y lo que en el municipio pagan por las carreras en moto taxi y los vehículos esporádicos que hacen el servicio de manera informal.

2.1.6 Estrategias de comunicación y promoción

Es importante crear promociones que impacten a los clientes, estrategias que sean innovadoras y no aburran o desconfíen a los clientes. Para ello se pueden crear promociones de tarifas económicas en horas menos utilizadas los servicios o algún porcentaje de descuento o servicio adicional por la adquisición del servicio de transporte son estrategias “simples” pero que

pueden motivar al cliente a adquirir los servicios y confiar en la empresa. Las promociones que se lancen al mercado se comparten a través de redes sociales, correos electrónicos, visitas presenciales a diferentes clientes dando a conocer todos los lineamientos que se están obsequiando.

Lo primero que se debe tener es un buen establecimiento que le genere comodidad y confianza al cliente, así como es necesario tener un lugar limpio y que muestre higiene y un ambiente agradable. Por otro lado, es importante brindar una atención personalizada, rápida, amable y eficiente. Es importante generar seguridad en el cliente.

Luego de tener factores clave para brindar un buen servicio al cliente es importante conocer los medios de comunicación con el cliente; se puede tener contacto cara a cara, telefónica, o virtual. Luego de eso, se puede empezar a brindar un servicio de reservación para estar más cerca del cliente y que este se sienta más seguro con la empresa, además para recordar que la empresa está ahí para servirle.

Manejar marketing digital promocionando nuestros servicios para los turistas tenga conocimiento de nuevos lugares turísticos y se presta los servicios de transporte lo cual se contrata la publicación del banner ofreciendo nuestros servicios de transportes en los buscadores y redes sociales para la atracción de turistas al municipio de san pedro de Urabá y el crecimiento de prestigio de la empresa.

2.1.7 Presupuesto de la mezcla de mercadeo

Para lograr la estructuración del presupuesto de la mezcla de mercado se establecen diversos medios de mercadeo según las condiciones de la zona, cultura y medios digitales disponibles, entre ellos tenemos:

- ✓ Cuñas radiales
- ✓ Redes sociales
- ✓ Volantes
- ✓ Pasa calles
- ✓ Banda musical de aire
- ✓ Divulgación con líderes sociales (voz a voz)

Figura 10 Mezcla de mercadeo



Fuente: Equipo de trabajo

Se establece un presupuesto con mezcla de mercado por valor de \$ 6.000.000 donde se busca integrar diversos mecanismos de difusión de tal manera que llegue a toda la comunidad.

2.2 Aspectos técnicos:

Se busca un medio transporte amigable con el medio ambiente, pero que ante todo garantice la movilidad y seguridad por las carreteras de sus pobladores y visitantes en lo urbano como lo rural del municipio de san pedro de Urabá.

2.2.1 Objetivos de producción o de prestación de servicio

La empresa de Transporte Servicio Individual Provincia mediante la prestación de un servicio confiable y seguro permitirá a sus clientes desplegar acciones de participación eficiente, con atributos como horario extendido, servicio personalizado o puerta a puerta con personal capacitado y entrenado en la conducción de vehículos con una excelente atención en el servicio prestado para la satisfacción del cliente.

2.2.2 Ficha técnica del producto o servicio

FICHAS TÉCNICAS DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	
Nombre del Producto	SERVICIO DE TAXI INDIVIDUAL EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO DE URABÁ
Nombre Comercial del Producto	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS
Calidad	<p>El marco normativo a nivel nacional relacionado con las normas de transporte de pasajeros son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley 769 de 2002 Código Nacional de Transito • Decreto 1557 del 1998 • Decreto 174 del 2001 • Resolución 09666 • Resolución 007171 • Acuerdo N° 43 del 2001 <p>Contar con los permisos o licencias establecidas por la normatividad vigentes para los siguientes sistemas de transporte de pasajeros.</p> <p>NTC 5206, la cual establece los requisitos de seguridad, comodidad, diseño operatividad y demás condiciones básicas para un buen servicio a los usuarios.</p> <p>Normas técnicas colombianas:</p> <p>Especificaciones técnicas del vehículo, carrocería, motor y seguridad ambiental.</p>

	<p>Señalización: pintura, dispositivos luminosos, alarmas, sistemas de comunicación bidireccional de uso obligatorio, cinturones de seguridad anclaje asientos y elementos de atención de emergencia.</p>
<p>Generalidades</p>	<p>El servicio de transporte de personas consiste en recoger, transportar y dejar uno o más pasajeros, traslado de un lugar predeterminado a otro en horarios y rutas específicas según correspondan.</p> <p>Constitución de póliza de seguro de responsabilidad civil contractual y extracontractual, que ampare a la empresa contra los riesgos inherentes a las actividades transportadoras, en los términos consagrado en el art 17 del decreto 174 del 2001 y los demás exigidos para el servicio público de transporte terrestre automotor especial.</p> <p>Los límites máximos y mínimos de velocidad deberán ser los establecidos por las respectivas autoridades.</p> <p>El vehículo que prestará el servicio deberá cumplir con los requisitos técnicos y mecánicos establecidos en las normas y el conductor deberá prestar la máxima diligencia y cuidado con el transporte de los pasajeros.</p>
<p>Requisitos Generales</p>	<p>Requisitos de la empresa:</p> <p>Resolución de habilitación como empresa de servicio especial de transporte terrestre automotor público expedido por el Ministerio de Transporte. Resolución de capacidad transportadora.</p> <p>Requisitos de los vehículos:</p>

Camioneta Doble Cabina 4X4	Tipo:	Camioneta Doble cabina 4X4
	Modelo	2009 en adelante
	Tracción	4x4
	Motor	Cuatro tiempos
	Cilindros y disposición	Cuatro (4) a seis(6) cilindros en línea o en V
	Tipo de combustible	Diesel, Gasolina y/o Gas
	Cilindraje	De 2000 c.c. a 3500 c.c. (denominación comercial del cilindraje)
	Recubrimiento de Platón	Con recubrimientos en material polimérico para protección contra humedad
	Sistema Eléctrico	12 voltios, alternador mínimo 60 amperios. Capaz de suministrar los requerimientos eléctricos y de carga de todo el vehículo.
	Carrocería	Tipo monocasco original de fábrica capacidad de cuatro (4) pasajeros y el conductor. No se aceptan doble cabina ensamblada.
Color	Blanco o verde	

Camioneta Tipo Van	Tipo:	Camioneta Tipo Van
	Modelo	2009 en adelante
	Tracción	4x4
	Motor	Cuatro tiempos
	Cilindros y disposición	Cuatro (4) a seis(6) cilindros en línea o en V
	Tipo de combustible	Diesel, Gasolina y/o Gas
	Cilindraje	De 2000 c.c. a 3500 c.c. (denominación comercial del cilindraje)
	Sistema Eléctrico	12 voltios, alternador mínimo 60 amperios. Capaz de suministrar los requerimientos eléctricos y de carga de todo el vehículo.
	Carrocería	Tipo monocasco original de fábrica capacidad de diez (10) a diecinueve (19) pasajeros.
	Color	Blanco o verde

Además de lo anterior los vehículos deberán reunir las siguientes condiciones.

- Deberán estar acondicionado para el servicio de transporte de pasajeros de acuerdo a la normatividad vigente.
- Amparo contra póliza de seguro todo riesgo vigente.
- Contar la tarjeta de operaciones.
- Encontrarse a paz y salvo por concepto de comparendos multas o sanciones.

	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con todos los requisitos mínimos del Ministerio de Transporte. • Contar con los equipos de comunicación o suministrar a los conductores teléfono móvil con sistema de manos libres para la comunicación permanente en la zona urbana y rural. • Dar cumplimiento a lo establecido en el código nacional de tránsito en su Art 131. • Estar dotados con los equipos de carretera reglamentarios. • Cada vehículo debe tener una carpeta con su documentación vigente de rodamiento. • Los vehículos deben estar en perfecto estado de funcionamiento y mantenimiento lavándolo periódicamente. • Los vehículos deben estar libres de sustancia que afecten el bienestar de las personas. • Cumplir con el suministro de combustible y repuestos para el funcionamiento de los vehículos. <p>Conductores y acompañantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el trayecto en los tiempos acordados sin sobre pasar los límites de velocidad. • Evitar situaciones de riesgo. • No tener más de una ruta. • No exceder la capacidad de los ocupantes de los vehículos. • Llevar los equipajes en los espacios acordados.
<p>Requisitos específicos</p>	<p>Requisitos del Vehículo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aire acondicionado • Carpa o cabina que cubra el platón para los vehículos que los requieran. • Placa de servicios especiales blanca. • Logo de la empresa prestadora de servicio. • Los vehículos contar con un sistema de rastreo satelital GPS en tiempo real. <p>Los conductores para realizar la labor de transporte de pasajeros deberán cumplir con las siguientes condiciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayores de edad que carezcan de antecedentes penales, que acrediten capacitación en transporte y cuenten con las autorizaciones respectivas.

	<ul style="list-style-type: none"> • Mientras se encuentren en servicio los conductores serán sometidos a pruebas de alcoholemia por las autoridades de tránsito correspondiente sin previo aviso. <p>Logística para prestar el servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El servicio debe ser prestado por conductores en la sede central. • Se deberá tener disponibilidad de vehículos y conductores las 24 horas y 7 días a la semana. <p>Recursos Humanos.</p> <p>Se refiere a las personas de apoyo que garantizan la sostenibilidad y el desarrollo del servicio de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente con título profesional en las áreas a fines a la administración, con experiencia en dirección y/o coordinación de programas o proyectos logísticos. • Coordinador de operaciones con título profesional con experiencia en proyectos logísticos. • Conductores para los automotores con los siguientes documentos. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Licencia de conducción categoría C2 ▪ Curso primeros auxilios ▪ Curso manejo defensivo ▪ Ser bachiller ▪ Vacunación de acuerdo a los lineamientos del MINSALUD ▪ Experiencia mínima de 3 años como conductor de transporte público o particular.
--	--

Fuente. Elaboración propia

2.2.3 Descripción del proceso, las necesidades y requerimientos, materias primas y suministros

“El concepto de servicio hace referencia a la acción y efecto de servir. También a la organización y personal destinado a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada.” (Martin Peña & Díaz Garrido, 2017).

Procedimiento del servicio de taxi. Para lograr prestar un buen servicio, además, de tener una organización organizada en fundamental establecer el proceso del servicio logrando de esta

manera que los empleados, accionistas y usuarios sean parte activa de proceso en la solicitud y uso del servicio.

Para la prestación del servicio de taxi para el procedimiento en su parte inicial parte desde diferentes apartes entre los que tenemos, servicio pedido por plataforma, servicio pedido por vía celular, servicio tomado en el centro de acopio, servicio tomado en la vía, calles.

Todo lo anterior como partida inicial, posteriormente se continua con los siguientes ítems del procedimiento:

- Solicitud del servicio (plataforma, vía celular, centro de acopio, en la vía, calles)
- Día del servicio
- Hora de recojo o inicio
- Dirección de origen
- dirección de destino
- teléfono celular del usuario
- Nombre del usuario
- Centro de costo
- Calificación del servicio.

Necesidades y requerimiento para prestar el servicio. Lograr la prestación un buen servicio en fundamental contar con buenos vehículos, personal administrativo, técnico y conductores capacitados, tener un sitio de atención y sitios de acopia, contar con herramientas informativas optimas, además de los siguientes elementos (Quijano, 2013):

1. “Conocer profundamente el cliente
2. Darle el servicio exacto a la hora exacta y en el lugar exacto

3. Canal de comunicación eficaz
4. Hacerlo participe del uso del servicio
5. Que evalúe y monitoree su servicio
6. Hacer sentir importante al cliente
7. Que se sienta premiado con la atención y el servicio”.

Para la prestación del servicio de transporte individual en relación con la materia prima y suministros. se requiere poca materia prima y suministros, ya que después de contar con un buen vehículo se requiere suministrar combustible, hacer cambio de aceite periódico, suministrar refrigerante en cantidades mínimas periódicamente también, el cambio de llantas, el mantenimiento preventivo, disponer de una plataforma digital, un teléfono celular,

2.2.4 Personal requerido para la producción y/o prestación del servicio







Para el emprendimiento del negocio en su fase de inicio se requieren los conductores calificados con experiencia y capacitados, un auxiliar administrativo que realice las recepciones de los servicios solicitados, además de una persona que le realice lavado a los vehículos diariamente, este aspecto se hace con la finalidad que en la medida que la empresa valla creciendo, en la medida que existan más vehículos podamos ofrecer servicio de monta llantas y mecánica automotriz a los vehiculados de los socio y los particulares.

2.2.5 Modelo de gestión integral del proceso productivo

La empresa de Transporte Servicio Individual Provincia, a través del diseño de los procesos, permitirá generar cambios eficientes para el logro de los objetivos organizacionales, vinculando al personal que labora en la empresa mediante la creación de un manual de funciones, para que

las actividades funcionales diarias se realicen de forma segura y con los protocolos establecidos por la misma, igualmente una vez entre en funcionamiento se buscara la certificación de un sistema de gestión integrado mediante las ISO 9000, ISO 14000 y ISO 4500, que mejore la satisfacción de los clientes y empleados, y facilite la mejora continua en la organización.

Figura 11 Criterios orientadores para la gestión integral del transporte.

	<p>PLANIFICACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan Nacional de Transporte Terrestre y Logística • Diseño de herramientas para toma de decisiones: M O-D; Sistema de Aforos.
	<p>REGULACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento normativo y de control: control de gestión a las operadoras, Plan de regularización y racionalización rutas y frecuencias (permisos de operación) • Equilibrio de la Oferta y Demanda para evitar saturación.
	<p>GESTIÓN - EL TRANSPORTE COMO EMPRESA</p> <p>Mejorar la Calidad del Servicio Impulsando la profesionalización del transporte público, el desarrollo empresarial y comercial de las cooperativas; Auditar la idoneidad de los servicios de infraestructura y la operación del transporte; Fomentar proyectos de transferencia de conocimiento , seminarios nacionales e internacionales.</p>
	<p>CONTROL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de un marco regulatorio nacional que incluya deberes y derechos, de todos los actores, de manera clara. • Garantizar la provisión del servicio bajo estándares mínimos de seguridad y calidad.
	<p>SEGURIDAD VIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar las condiciones de seguridad a través del control, monitoreo de operaciones y optimización de frecuencias. (Realizar campañas de Seguridad Vial) • Planificar la Movilidad Incorporando conceptos de Gestión del Riesgo y Seguridad Interna y Externa.
	<p>DESARROLLO URBANO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propender a garantizar una movilidad integral orientada al buen vivir de la sociedad favoreciendo al medio ambiente y fomentando la cultura del uso del servicio

Fuente: Elaboración propia a partir de (ISO 9000, ISO 14000 y ISO 4500, 2015)

2.2.6 Procesos de investigación y desarrollo

Instrumento de validación de la propuesta de valor con 20 entrevistados.

Este método de investigación como lo es la observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Durante varios años se logró realizar un análisis de observación detallado de la importancia de

tener un medio de transporte en dicho municipio, este método permitió a través de la observación que existen cuadros como el transporte de personas enfermas al hospital, la dificultad para desplazarse con los mercados, desplazamiento a la terminal de transporte terrestre, la terminal aérea, el desplazamiento de los campesinos a las cabeceras rurales como veredas y corregimiento que faciliten el acceso de los vehículo, existe dificultad para el transporte a los municipio aledaños posterior al cierre de la terminal o el horario de las flotas de transporte intermunicipal en el municipio, las amas de casa y la comunidad en general no cuentan con un trasporte seguro, cómodo y rápido.

Este procedimiento investigativo se desarrolló mediante una encuesta donde se tuvo: Muestra de 20 encuestados, donde el 60% población femenina el 40% masculino, en una edad promedio de 37 años de los encuestados, con profesiones principales como amas de casa, comerciantes, tecnólogos, profesionales y teniendo en cuenta los turistas que ingresan constamele en el municipio el cual son clientes poténcieles para este proyecto.

A continuación, se describe las preguntas proyectadas y las repuestas obtenida a través de la aplicación del instrumento (encuesta)

2.2.7 Presupuesto de producción

En la unidad de negocio se contempla inicialmente ofertar servicio de transporte individual, el cual esta categorizado en tres líneas

- Servicio de taxi urbano
- Servicio de taxi periurbano (servicio que toman los usuarios a las afueras del pueblo

- Servicio intermunicipal (servicio a los municipios aledaños, bien sea veredas y corregimientos).

En la siguiente grafica se establecen los valores del costo de cada servicio o recorrido en la prestación del servicio de taxi.

Figura 12 Costos de producto o servicio

COSTOS DE CADA PRODUCTO O SERVICIO					
	NOMBRE DEL PRODUCTO SERVICIO	CANTIDADES	COSTO UNITARIO DEL POTO O SERVICIO	COSTOS TOTALES	
1	Servicio de taxi urbano	16200	\$ 3.000,00	\$ 48.600.000	35%
2	Servicio de taxi peri urbano	9720	\$ 5.000,00	\$ 48.600.000	35%
3	Servicio de taxi intermunicipal	5400	\$ 8.000,00	\$ 43.200.000	31%
4	0	0	\$ -	\$ -	0%
5	0	0	\$ -	\$ -	0%
6	0	0	\$ -	\$ -	0%
7	0	0	\$ -	\$ -	0%
8	0	0	\$ -	\$ -	0%
9	0	0	\$ -	\$ -	0%
10	0	0	\$ -	\$ -	0%
TOTAL				\$ 140.400.000	100%

Fuente: equipo de trabajo (datos tomados simulador financieros-seminario de grado)

2.2.8 Presupuesto de infraestructura

La infraestructura requerida para la empresa de transporte de TRANSPORTE SERVICIO INDIVIDUAL LA PROVINCIA SAN PEDRO DE URABA.

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos técnicos
Escritorio	Escritorio de Oficina en L	5	400.000	Madera aglomerada recubierta con Melanina
Sillas	Silla Gamer's	5	450.000	cojín de respaldo lumbar, reposa cabezas, soporte lumbar desmontable, cojín asiento grueso de alta densidad y base

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos técnicos
				en forma de estrella con rudas giratorias de 360°.
Computadores	Portátil Hp	5	1.800.000	Portátil Hp Intel I5, memoria RAM 16 DDR4, SSD 980 GB.
Celular	Huawei	5	750.000	Huawei Y70 Cámara principal 48 MP, apertura f/1.8 Lente de profundidad de 2 MP, apertura f/2.4
Sitio WEB	Sitio web con dominio y hosting	1	1.300.000	10 GB de espacio, 10 correos electrónicos, 2 bases de datos.
Impresoras	Epson l555	2	500.000	Impresora multifuncional
Internet	Claro	1	85.000	100 MB de internet
Sillas	Rimax	5	40.000	Sillas blancas esperas

Fuente: Elaboración propia

3. TERCERA PARTE

3.1. Aspectos organizacionales y legales

-Misión

Es una empresa de transporte regional de pasajeros que brinda el servicio personalizado para contribuir al desarrollo sostenible de san pedro de Urabá para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, teniendo una planta de automotor moderno.

-Visión

La empresa de Transporte Servicio Individual Provincia para el 2026 será la más confiable en calidad y responsabilidad en sus servicios.

Figura 13 Matriz de Análisis estratégico DOFA.



Fuente: Elaboración propia

-Análisis de la Matriz DOFA

A partir de la matriz DOFA elaborada logramos obtener una visión de la Empresa de transporte servicio individual provincia tenemos un análisis previo de las estrategias de implementación del emprendimiento.

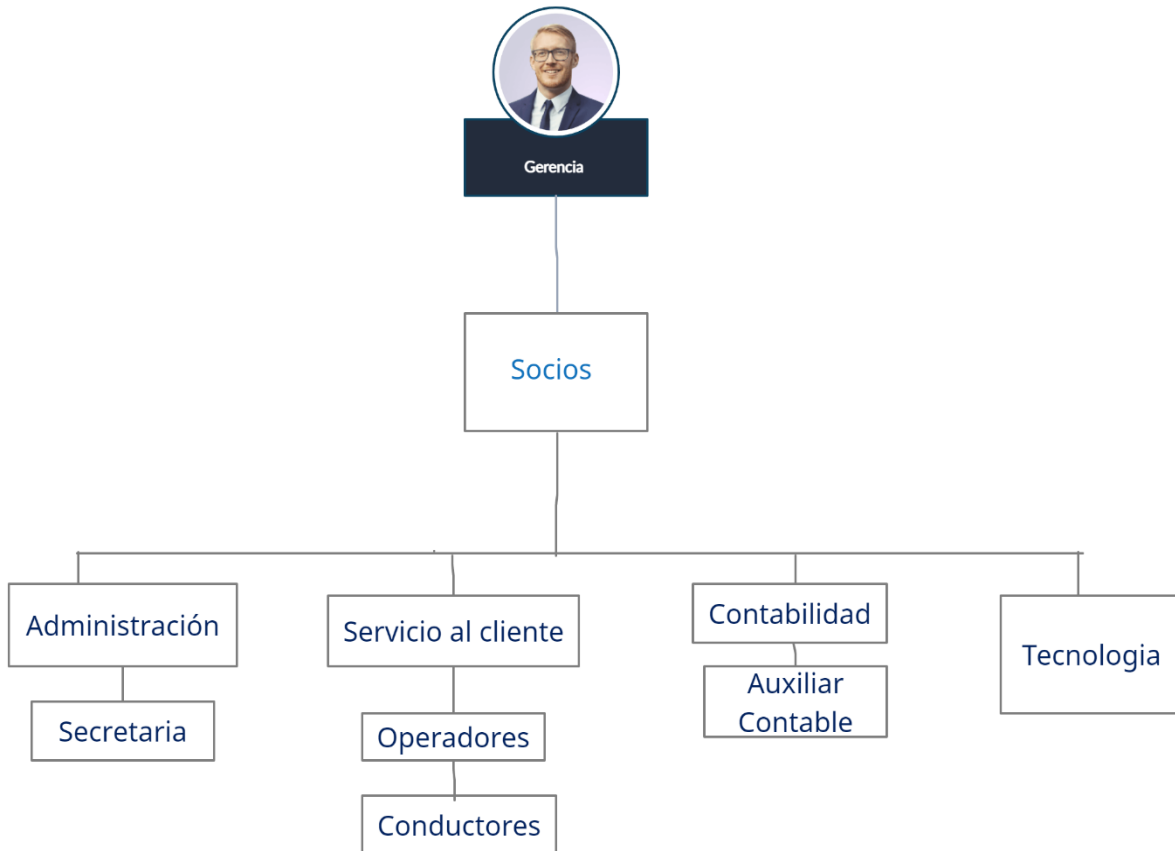
Podemos encontrar en las debilidades algunas limitaciones en el compromiso de los conductores que pueden no tener una buena remuneración económica por la frecuencia de pasajeros en el sector, otra debilidad es el costo del mantenimiento periódicamente a los vehículos ya que tiene que ser puntuales por las condiciones que se encuentra las carreteras del sector de san pedro de Urabá. Por lado de la cultura de los clientes se tiene una gran debilidad la cual las personas del sector están acostumbrados a utilizar servicio público de manera ilegal y muy poco seguro, pero con el paso del tiempo y las estrategias de cultura al cliente se va robusteciendo con el aumento de servicios.

Las amenazas son factores externos que nos obliga a tomar estrategias en la seguridad de nuestro personal y nuestra planta vehicular por robos y servicio ilegal que nos permita mejorar y tener un servicio de calidad, buscar estrategias que las ganancias sean buenas y manejar una empresa que nos permita tener precio de insumo económicos y de calidad para manejar una rentabilidad buena.

Las fortalezas encontramos los factores internos que son ventajas competitivas de la empresa de transporte servicio individual provincia, Falta de competidores y planta vehicular moderna que nos da la oportunidad de ofrecer un servicio a un precio bajo y seguro, y tener el reconocimiento mediante la voz a voz y el reconocimiento de la empresa para aumentar los servicios y tener un plus adicional es la forma de pago que vamos a manejar. Las oportunidades

son los turistas y llevar a san pedro de Urabá a ser una zona turística y llegar a expandir a zonas con alianzas estrategias.

Figura 14 Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración propia

-Perfiles y funciones.

En las siguientes tablas se van a mencionar los perfiles y funciones requeridos por la empresa de transporte servicio individual provincia.



GERENTE GENERAL

Denominación del cargo:

Gerente general

Rendición de cuentas

Es responsable por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de los cargos de la organización.

Responsabilidades

Planificar, dirigir, organizar y coordinar todas las actividades relacionadas con la empresa velando por el buen funcionamiento y el seguimiento de los procesos, para lograr el uso eficaz y eficiente de los recursos.

Perfil profesional

Profesional con pregrado en ingeniería o administración, con conocimiento en manejo de distribución, logística y ventas, con habilidades en Legislación Tributaria vigente, con alta tolerancia a trabajar bajo presión, y capacidad para trabajar en equipo.

Experiencia

2 años en el área administración, de ventas o áreas similares, en las que haya tenido que administrar recursos y tomar decisiones en cuanto a la empresa.

Funciones

- Dirigir todo lo relacionado con la organización velando por que todas las actividades se cumplan, de una forma eficiente y eficaz al igual que las políticas y procedimientos implementados.
- Manejar adecuadamente los fondos de la empresa.
- Autorizar y analizar las proyecciones de pago de proveedores.
- Analizar nuevas posibilidades de mercado.
- Mantener reuniones con trabajadores, clientes importantes y proveedores.
- Crear estrategias para la captación de nuevos clientes.
- Evaluación de operaciones y resultados obtenidos.

-
- Mantener una comunicación constante con todas las áreas de la empresa.
-



INGENIERO DE SISTEMAS

Denominación del cargo:

Ingeniero Desarrollador

Jefe inmediato:

Gerente General

Rendición de cuentas

Elabora informes periódicos de las actividades contables realizadas en su cargo y los entrega a la gerencia para su posterior análisis.

Responsabilidades

Responsable de planificar y diseñar un nuevo software, de construirlo a la escala requerida y de procurar su mantenimiento. Requiere no sólo de un alto nivel de conocimientos de programación, sino también de habilidades administrativas y de supervisión en todo el trabajo que realice.

Perfil profesional

Profesional con una formación técnica humanística, con una marcada conciencia ambiental, sentido ético y compromiso social. Pregrado como Ingeniero de sistemas, desarrollador o informático que tenga la capacidad de ser diseñador, consultor, interventor, etc.

Experiencia

Cinco (5) años de experiencia progresiva de carácter operativo en funciones de ejecución y desarrollo de funciones como ingeniero desarrollador, informático, o de sistemas.

Funciones

- Garantizar que el diseño del software cumpla con los requerimientos específicos pedidos por el cliente.
 - Realizar pruebas de ensayo a todo el diseño en general del software.
 - Velar por el almacenamiento y el correcto uso de los equipos de programación.
 - Asegurar el desempeño eficiente y seguro de todo el diseño en general
-



CONTADORA

Denominación del cargo:

CONTADORA

Rendición de cuentas

Es la responsable de llevar el manejo de la parte financiera de la empresa y de todos los procesos en la DIAN

Responsabilidades

Planificar, dirigir, organizar y coordinar todas las actividades relacionadas con finanzas y contabilidad llevando los libros contables y los cumplimientos de las obligaciones fiscales.

Perfil profesional

Profesional con pregrado en contabilidad, Financiera con conocimiento en generar informes financieros, declaraciones de impuestos, presupuestos y manejo de cuentas bancarias.

Experiencia

2 años en el área administración, contabilidad, relacionar pagos, informes contables.

Funciones

- Cumplimiento de obligaciones fiscales y declaraciones de impuestos.
 - Manejo de los libros contables donde plasma las operaciones económicas de la empresa
 - Transacciones bancarias de la organización.
-



Servicio al cliente

Denominación del cargo:

Servicio al cliente

Jefe inmediato:

Gerente General

Rendición de cuentas

Es responsable por los resultados de las operaciones y el desempeño en ventas y marketing digital de la empresa.

Responsabilidades

Planificar, dirigir, organizar y coordinar todas las actividades relacionadas con las ventas de la empresa, velando siempre por el incremento de los recursos de la empresa.

Perfil profesional

Técnico o tecnólogo con conocimiento en manejo de personal, atención al cliente, con habilidades para las ventas y publicidad de la empresa.

Experiencia

1 año en el área de ventas y marketing digital

Funciones

- Dirigir todo lo relacionado con la organización velando por que todas las actividades se cumplan, de una forma eficiente y eficaz al igual que las políticas y procedimientos implementados relacionados con las ventas de la empresa.
- Mantener una comunicación constante con todas las áreas de la empresa.
- Velar por la buena atención de los clientes.
- Ofrecer cada uno de los servicios a las personas interesadas
- Cumplir metas de ventas.

Fuente: Elaboración propia

3.2. Esquema de contratación y remuneración

Para la empresa de Transporte Servicio Individual Provincia maneja un esquema de asalariados que manejan personas físicas las cuales las personas realizan su trabajo y recibe el pago mas todo lo de ley (pensión, salud, caja de compensación y vacaciones), el personal este subordinado por el empleador.

El empleado recibe un pago que depende de 2 factores que son:

1. Experiencia
2. Grado de Educación.

Para la organización es importante el pago que depende el cargo que se maneje y que realice su trabajo de manera responsable. A los empleados se le da la oportunidad que generen bonificaciones por su trabajo y por el cumplimiento de metas que la empresa tenga establecidas a inicio de cada mes.

El empleado recibe todo el pago por horas extras y trabajos adicionales que el empleador necesite por parte del empleado.

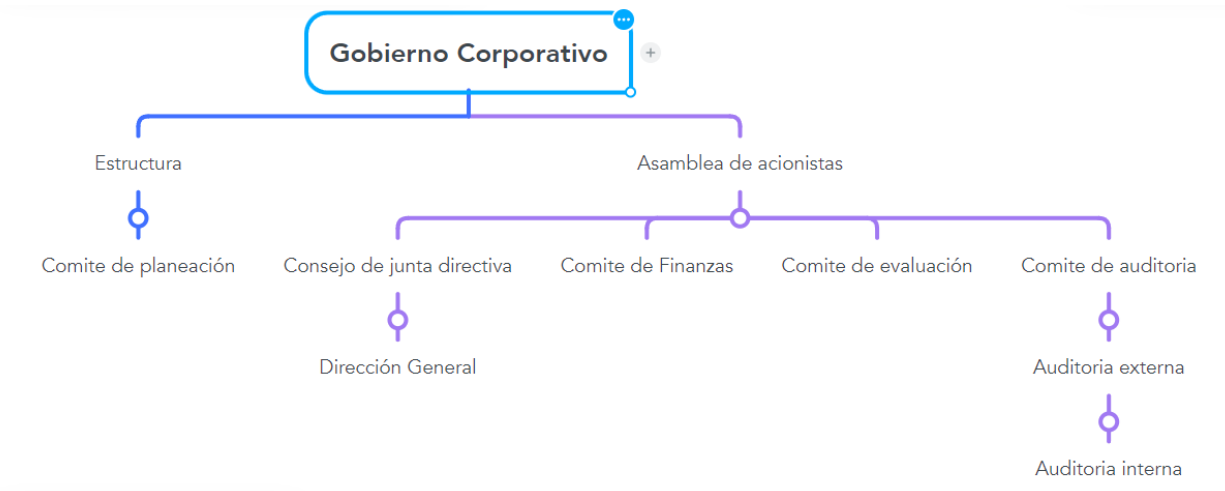
3.3. Esquema de gobierno corporativo

La estructura del gobierno corporativo está integrada por la asamblea de accionista que donde el personal tiene invertido su capital en la empresa y están en constante movimiento y mirando los riesgos que pueda tener la empresa.

Por lo tanto, es necesario implementar un gobierno corporativo donde los accionistas miran y protegen sus intereses, donde es un plan estratégico para la toma de decisiones de los directivos y no se desvíen del objetivo, porque pueden estar en problemas o con intereses de favorecer a otras personas que pueden afectar la transparencia, la toma de decisiones y la parte financiera de la

empresa.

Figura 15 Esquema de gobierno corporativo



Fuente: Elaboración propia

3.4. Aspectos legales

La empresa de transporte servicio individual provincia debe solicitar el permiso del ministerio de transporte para ingresar al funcionamiento para prestar el servicio público.

El marco normativo a nivel nacional relacionado con las normas de transporte de pasajeros son las siguientes:

- Ley 769 de 2002 Código Nacional de Transito
- Decreto 1557 del 1998
- Decreto 174 del 2001
- Resolución 09666
- Resolución 007171
- Acuerdo N° 43 del 2001

Contar con los permisos o licencias establecidas por la normatividad vigentes para los siguientes sistemas de transporte de pasajeros.

NTC 5206, la cual establece los requisitos de seguridad, comodidad, diseño operatividad y demás condiciones básicas para un buen servicio a los usuarios.

Normas técnicas colombianas:

Especificaciones técnicas del vehículo, carrocería, motor y seguridad ambiental.

Señalización: pintura, dispositivos luminosos, alarmas, sistemas de comunicación bidireccional de uso obligatorio, cinturones de seguridad anclaje asientos y elementos de atención de emergencia

Constitución de póliza de seguro de responsabilidad civil contractual y extracontractual, que ampare a la empresa contra los riesgos inherentes a las actividades transportadoras, en los términos consagrado en el art 17 del decreto 174 del 2001 y los demás exigidos para el servicio público de transporte terrestre automotor especial.

Los límites máximos y mínimos de velocidad deberán ser los establecidos por las respectivas autoridades.

El vehículo que prestará el servicio deberá cumplir con los requisitos técnicos y mecánicos establecidos en las normas y el conductor deberá prestar la máxima diligencia y cuidado con el transporte de los pasajeros.

3.5. Estructura jurídica y tipo de sociedad

Es una sociedad colectiva donde la responsabilidad en la administración de la empresa de transporte servicios individual provincia pertenece a socios que corresponden a los actos de socios.

Todos los socios tienen una sociedad de personas que van a un interés de participar en el desarrollo de la empresa.

Para conformar la sociedad colectiva se debe constituir mediante escritura pública en la notaría y después se realiza la inscripción al registro mercantil de la cámara de comercio del departamento.

Todos los socios en la carta pública tienen un porcentaje de acuerdo a lo acordado y a su capital invertido en la organización.

3.6. Aspectos financieros

El aspecto financiero es determinante para da la viabilidad del proyecto como un componente más, este factor permite la inversión o abstención de los accionistas al proyecto

-Objetivos financieros.

- Generar ventas anuales por valor de \$ 448,113,600 de pesos
- Mantener los costos anuales por debajo de un 62% de las ventas
- Incrementar las ventas en los primeros 5 años en un 57,3 %
- Cerrar el quinto año con una utilidad operativa superior al 20%
- Establecer un punto de equilibrio antes de los cuatro años de operación.

Para todo inversionista es fundamental que sus recursos invertidos tengan cierta garantía, este proyecto promisorio ofrece esas garantías, siendo de esta manera atractivo.

-Presupuestos económicos.

En el ejercicio de análisis con respecto al presupuesto económico se establece que el punto de equilibrio, tasa interna de retorno, el VPN, la TIR entre otros indicadores clave y determinantes

tomó una venta o servicio prestado muy por debajo de lo normal, en otros términos, no hacer cuentas alegres.

Figura 17 Presupuesto de ventas

ANO	PROYECCIONES				
	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS ANUALES	\$ 354.240.000,0	\$ 448.113.600,0	\$ 561.710.397,6	\$ 679.444.896,9	\$ 814.246.764,5
COSTOS ANUALES	\$ 140.400.000,0	\$ 170.340.300,0	\$ 205.685.912,3	\$ 242.577.737,5	\$ 284.999.732,2
MARGEN OPERATIVO	\$ 213.840.000,0	\$ 277.773.300,0	\$ 356.024.485,4	\$ 436.867.159,5	\$ 529.247.032,3

Fuente: Elaboración propia información a partir de simulador financiero

Para el primero año proyecta unas ventas por valor de \$ 354,240,000 de pesos, donde se logra un incremento promedio 11,46 % años tras años durante los cinco años horizonte en el plan de negocio

-Presupuesto de costos de comercialización.

Para lograr las metas establecidas en ventas promedio anual, es fundamental establecer un plan de estratégico de marketing, como cuñas radiales, volantes, redes sociales, socialización con lideres comunitarios, fundamental que toda la comunidad tenga conocimiento de las bondades de la disponibilidad del servicio ofrecido.

Figura 18 Costos Nomina y marketing

	VALOR AÑO 1
ADMINISTRATIVA:	\$ 21.888.000,00
VENTAS:	
PRODUCCION/SERVICIO:	\$ 65.664.000,00
TOTAL NÓMINAS	\$ 87.552.000,00
PRESUPUESTO DEL MARKETING MIX año de INICIO.	\$ 6.000.000,00

Fuente: Elaboración propia información a partir de simulador financiero

Los costos de comercialización como podemos observar tienen como objetivo cautivar clientes de tal manera que puedan usar el servicio de transporte individual, además, de conocer la

nómina del are administrativa, producción del servicio y marketing.

El presupuesto de nómina para el año con valor de \$ 87,552,000, valor representado en los conductores y asistente administrativa, para este tipo de negocio los costos de nómina son bajo.


-Presupuesto de inversión.

La inversión requerida para iniciar la operación de oferta a la comunidad sobre el servicio de taxi individual “Provincia”

Figura 19 Presupuesto de inversión

DEFINA LA INVERISION INICIAL QUE REALIZARAN PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO:

	INVERSIÓN INICIAL
TERRENOS	\$ -
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 155.000.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.500.000,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 3.600.000,00
EQUIPO DE TRANSPORTE	\$ -
FRANQUICIAS	\$ -
PATENTES /INV en INTANGIBLES	\$ -
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ 15.000.000,00
TOTAL INVERSIONES	\$ 176.100.000,00



Fuente: Elaboración propia información a partir de simulador financiero

La inversión como podemos ver en la imagen la que representa mayor valor es la de propiedad plantas y equipos representada en la adquisición de los vehículos con los que se prestará el servicio de transporte, la inversión también comprende muebles y enseres, equipos de oficina donde se podrá tener como referente los clientes para pedir el servicio y por últimos se tiene un gasto de puesta en marcha por valor de \$ 15,000,000 como adecuaciones de vehículos, adecuación de la oficina, compra de seguros de transporté y pago de capacitaciones a los conductores.

-Estados financieros.

Como resultado conjunto de las ventas gastos y costo se obtienen unos resultados financieros

Figura 20 Proyección de Estados de resultados “Provincia”.

ESTADOS FINANCIEROS BASICOS PROYECTADOS

Todos los datos de los Estados financieros se generan de forma automática.

		ESTADO DE RESULTADOS				
		2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS	\$	354.240.000,0	\$ 448.113.600,0	\$ 561.710.397,6	\$ 679.444.896,9	\$ 814.246.764,5
COSTO VENTAS	\$	140.400.000,0	\$ 170.340.300,0	\$ 205.685.912,3	\$ 242.577.737,5	\$ 284.999.732,2
UTILIDAD BRUTA	\$	213.840.000,0	\$ 277.773.300,0	\$ 356.024.485,4	\$ 436.867.159,5	\$ 529.247.032,3
GASTOS ADTIVOS Y VTAS	\$	87.552.000,0	\$ 96.307.200,0	\$ 104.974.848,0	\$ 113.372.835,8	\$ 121.308.934,3
GASTOS FIJOS DEL PERIODO	\$	16.200.000,0	\$ 17.820.000,0	\$ 19.423.800,0	\$ 20.977.704,0	\$ 22.446.143,3
OTROS GASTOS	\$	6.000.000,0	\$ 2.000.000,0	\$ 2.000.000,0	\$ 1.500.000,0	\$ 2.000.000,0
DEPRECIACIÓN	\$	19.720.000,0	\$ 19.720.000,0	\$ 19.720.000,0	\$ 19.720.000,0	\$ 19.720.000,0
UTILIDAD OPERATIVA	\$	84.368.000,0	\$ 141.926.100,0	\$ 209.905.837,4	\$ 281.296.619,6	\$ 363.771.954,7
GASTOS FINANCIEROS	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	\$	84.368.000,0	\$ 141.926.100,0	\$ 209.905.837,4	\$ 281.296.619,6	\$ 363.771.954,7
IMPUESTOS	\$	28.685.120,0	\$ 48.254.874,0	\$ 71.367.984,7	\$ 95.640.850,7	\$ 123.682.464,6
UTILIDAD NETA	\$	55.682.880,0	\$ 93.671.226,0	\$ 138.537.852,7	\$ 185.655.769,0	\$ 240.089.490,1

Fuente: Elaboración propia información a partir de simulador financiero

Como podemos observar en la imagen desde el primer año de inversión se generan utilidades representativas, todo es debido que desde el mismo día de inicial el funcionamiento del negocio se empieza a generar dinero, esta unidad de negocio es promisoría ya que se inicial en un mercado virgen donde la competencia que se tiene es informal.

Figura 21 Proyección del Balance “Provincia”

ESTADOS FINANCIEROS BASICOS PROYECTADOS

		BALANCE				
		2022	2023	2024	2025	2026
		ACTIVO				
CAJA/BANCOS	\$	-	\$ 104.088.000,00	\$ 181.366.100,00	\$ 269.065.837,35	\$ 360.176.619,63
FIJO NO DEPRECIABLE	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FIJO DEPRECIABLE	\$	176.100.000,00	\$ 176.100.000,00	\$ 176.100.000,00	\$ 176.100.000,00	\$ 176.100.000,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$	-	\$ 19.720.000,00	\$ 39.440.000,00	\$ 59.160.000,00	\$ 78.880.000,00
ACTIVO FIJO NETO	\$	176.100.000,00	\$ 156.380.000,00	\$ 136.660.000,00	\$ 116.940.000,00	\$ 97.220.000,00
TOTAL ACTIVO	\$	176.100.000,00	\$ 260.468.000,00	\$ 318.026.100,00	\$ 386.005.837,35	\$ 457.396.619,63
		PASIVO				
Impuestos X Pagar	\$	0	\$ 28.685.120,0	\$ 48.254.874,0	\$ 71.367.984,7	\$ 95.640.850,7
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$	-	\$ 28.685.120,0	\$ 48.254.874,0	\$ 71.367.984,7	\$ 95.640.850,7
Obligaciones Financieras	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PASIVO	\$	-	\$ 28.685.120,00	\$ 48.254.874,00	\$ 71.367.984,70	\$ 95.640.850,67
		PATRIMONIO				
Capital Social	\$	176.100.000,00	\$ 176.100.000,00	\$ 176.100.000,00	\$ 176.100.000,00	\$ 176.100.000,00
Utilidades del Ejercicio	\$	0	\$ 55.682.880,0	\$ 93.671.226,0	\$ 138.537.852,7	\$ 185.655.769,0
TOTAL PATRIMONIO	\$	176.100.000,00	\$ 231.782.880,00	\$ 269.771.226,00	\$ 314.637.852,65	\$ 361.755.768,95
TOTAL PAS + PAT	\$	176.100.000,00	\$ 260.468.000,00	\$ 318.026.100,00	\$ 386.005.837,35	\$ 457.396.619,63
CUADRE (ACT = PAS+PAT)	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración propia información a partir de simulador financiero

Como se observa en la gráfica del balance financiero muestra una recuperación de la inversión

teniendo cierres positivos todos los años, siendo este panorama positivo para los inversionistas.

-Flujo de caja.

Figura 22 Flujo de caja “Provincia”

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO:							
CAPITAL INVERTIDO							
	ANO 0	2022	2023	2024	2025	2026	
Activos Corrientes	\$	-	\$ 104.088.000	\$ 181.366.100	\$ 269.065.837	\$ 360.176.620	\$ 462.371.955
Pasivos Corrientes	\$	-	\$ 28.685.120	\$ 48.254.874	\$ 71.367.985	\$ 95.640.851	\$ 123.682.465
KTNO	\$	-	\$ 75.402.880	\$ 133.111.226	\$ 197.697.853	\$ 264.535.769	\$ 338.689.490
Activo Fijo Neto	\$	176.100.000	\$ 156.380.000	\$ 136.660.000	\$ 116.940.000	\$ 97.220.000	\$ 77.500.000
Depreciación Acumulada	\$	-	\$ 19.720.000	\$ 39.440.000	\$ 59.160.000	\$ 78.880.000	\$ 98.600.000
Activo Fijo Bruto	\$	176.100.000	\$ 176.100.000	\$ 176.100.000	\$ 176.100.000	\$ 176.100.000	\$ 176.100.000
Total Capital Operativo Neto	\$	176.100.000	\$ 231.782.880	\$ 269.771.226	\$ 314.637.853	\$ 361.755.769	\$ 416.189.490
CALCULO DEL FLUJO DE CAJA LIBRE							
EBIT	\$	84.368.000,0	\$ 141.926.100,0	\$ 209.905.837,4	\$ 281.296.619,6	\$ 363.771.954,7	
Impuestos	\$	28.685.120,0	\$ 48.254.874,0	\$ 71.367.984,7	\$ 95.640.850,7	\$ 123.682.464,6	
NOPLAT	\$	55.682.880,0	\$ 93.671.226,0	\$ 138.537.852,7	\$ 185.655.769,0	\$ 240.089.490,1	
Inversión Neta	\$	-55.682.880,0	\$ -37.988.346,0	\$ -44.866.626,7	\$ -47.117.916,3	\$ -54.433.721,1	
Flujo de Caja Libre del período	\$	-	\$ 55.682.880	\$ 93.671.226	\$ 138.537.853	\$ 185.655.769	

Fuente: Elaboración propia información a partir de simulador financiero

Toda unidad de negocio busca generar un flujo de caja que permita la solvencia económica, con esta unidad de negocio el flujo de caja es inmediato como lo podemos observar en la gráfica anterior, a partir del segundo año se logrado tener un saldo positivo, debido a que en el primer año es donde se inicial con la inversión por ende da un saldo negativo.

-Indicadores financieros.

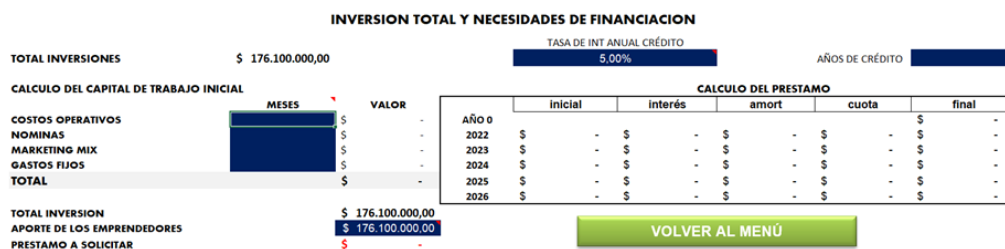
Los indicadores financieros permiten realizar un diagnóstico de una empresa o negocio, proceso que luego conlleva a la toma de decisiones de los inversionistas, la administración y la gerencia para tomar medidas más acertadas de acuerdo con la situación empresarial, para la empresa de servicio de taxi individual provincia se tuvo en cuenta los siguientes indicadores financieros:

- Valor presente neto (VPN): de acuerdo con el simulador financiero arrojó un VPN de \$ 58,197,748, siendo este valor positivo y atractivo para los inversionistas garantizando de esta manera la inversión.
- Tasa Interna de Retorno (TIR): Esta tasa evaluativa es determinante para seguir o desistir en una unidad de negocio lo que nos indica en valor que retorna por haber puesto dinero en un negocio la tasa interna de retorno es positiva con un porcentaje atractivo de acuerdo con el grado de riesgo del negocio TIR= 29,59%
- Margen de contribución promedio ponderado: El valor promedio para realizar un servicio de transporte de taxi en la zona urbana y periurbana está estipulado un valor de \$ 7.793.
- Tasa mínima de rentabilidad (TRM): La tasa mínima de rentabilidad establecida para esta unidad de negocio es de un 20% es considerado valor porcentual representativo por los bajos riesgos en la actividad económica y por la recuperación rápido de la inversión.

-Fuentes de financiación.

Para el inicio de la unidad de negocio “provincia” no cuenta con financiación bancaria, ya que la financiación se realizará a través d ellos inversionistas naturales.

Figura 23 Inversión y necesidades de financiación



Fuente: Elaboración propia información a partir de simulador financiero

Para dar inicio a la unidad de negocio los inversionistas realizan los aportes en partes iguales

para que entre en funcionamiento el negocio.

-Evaluación financiera.

Para el ejercicio económico y financieros de la empresa prestadora de servicio de taxi individual “Provincia”, podemos observar que tiene gran viabilidad con un enfoque de sostenibilidad, debido a que es viable financieramente, también en su aspecto social hace gran contribución a suplir una necesidad comunitaria con población vulnerable, por otro lado se aplicaran actividades amigables con el medio ambiente, donde se utilizarán vehículo de última tecnología, los residuos grasos de los vehículos serán tratados y ubicados estratégicamente que mitigan los impactos.

3.7. Enfoque hacia la sostenibilidad

Dimensión social: Forma parte de las características en las que operan las empresas en el sector, en las cuales encontramos, los valores, las creencias, actitudes y formas de vida de sus pobladores. Así como sus condicionantes ecológicos, culturales y demográficos que pueden inducir a cambios en la demanda del servicio prestado. El municipio de San Pedro de Urabá el uso del transporte urbano y rural está ampliamente extendido y aceptado por todas las clases sociales, pero no llega a todas las zonas dispersas carreteables del municipio, igualmente observamos que el principal factor que determina el uso o no del servicio es el tiempo del desplazamiento y sus condiciones climáticas u atmosféricas.

Los pobladores del municipio de San Pedro de Urabá se desplazan fundamentalmente a pie o transporte público informal (moto), este medio de transporte está muy naturalizado lo cual a sus comienzos de la idea de negocio sea difícil de modificar debido a la facilidad económica

especialmente en la parte urbana que proporciona este tipo transporte el cual pueden disponer al instante y no les va a suponer ninguna dificultad. Es en las zonas rurales dispersas dónde resultara indispensables el servicio de transporte, que supone un gran reto en la organización de la movilidad en zonas tan complejas que les permita la movilidad de sus pobladores y por consiguientes la demanda y oferta de productos en el municipio.

Dimensión ambiental: Esta dimensión surte gran relevancia para nuestro plan de negocio, dado que la incorporación progresiva de vehículos híbridos reducirá un 30% de CO₂ comparados con los vehículos tradicionales, así mismo emiten 3 decibelios menos de sonido, en términos contaminación del aire se tendrá una percepción favorable por la sociedad o usuario que utilizaran el servicio de taxi individual en el municipio de San Pedro de Urabá.

Forjando consigo políticas de desarrollo de movilidad sostenible apremiando los siguientes objetivos:

- Mejorar la salud de los pobladores y disminución de los niveles de contaminación.
- Mayor movilidad y eficiencia de la economía en las zonas rurales dispersas del municipio.
- Minimizar los tiempos en los desplazamientos urbanos y rurales.
- Promover los medios de transporte y su accesibilidad

Dimensión económica: Las compañías de transporte y demás sectores en general evolucionan paralelo a la economía en la que operan, si incrementa el nivel de actividad, el poder adquisitivo de la sociedad adquiere una tendencia positiva y ello favorece el aumento de la demanda. Prueba de ello es el incremento de la pérdida de viajeros durante el aislamiento

preventivo en el país a raíz de la recesión económica por el COVID 19, y que a la fecha con el lavamiento de las medidas se han venido recuperando con la reactivación de la economía.

Lo anterior cobra relevancia en el contexto económico actual, donde la crisis económica causada por el COVID-19 ha llevado que la economía colombiana crezca a tasas negativas aumentando las cifras de desempleo y pobreza. Una buena inversión social hacia las comunidades es fundamental para la recuperación económica, encadenándolos con otros sectores de la economía favorece positivamente sobre el empleo y el ingreso de los hogares de los pobladores.

El plan de negocio de transporte servicio de taxi individual en el municipio de San Pedro de Urabá aportará a corto plazo una movilidad segura con un servicio a la comunidad eficiente y eficaz de sus pobladores, el aumento en la inversión y la producción, aportando al Producto Interno Bruto y generando un aumento en otras actividades económicas e incrementando la demanda y oferta de productos en el municipio.

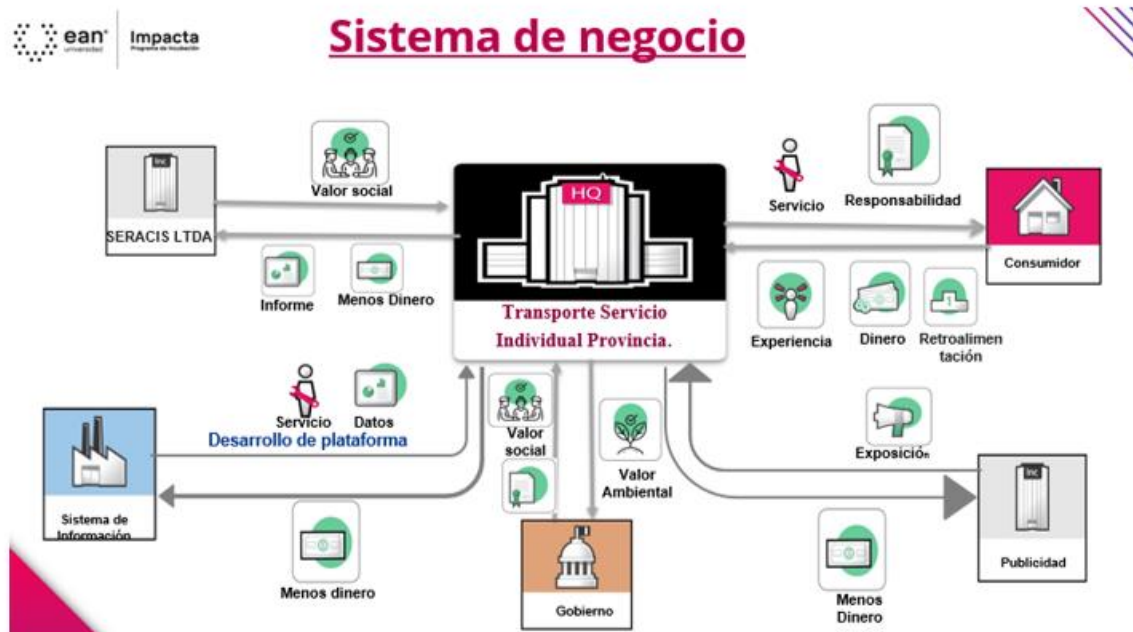
En el largo plazo, el desarrollo de una infraestructura de transporte avanzada, que proporcione servicios de transporte más rápidos y de menor costo. Aumentado la productividad de otros sectores económicos que utilizan directa o indirectamente el servicio de transporté, especialmente el agropecuario, industrial y comercial.

Mapa de sistema de Negocio: Mapa de sistema de negocio. Actualmente se han identificado seis actores, el actor base es la organización Transporte servicio Individual Provincia el cual actuará directamente con el resto de los actores de manera bidireccional. A continuación, se nombran todos los actores y su interacción con la organización Transporte servicio Individual Provincia.

- **Transporte servicio Individual Provincia:** La organización la que representa a todos los actores.
- **SERACIS LTDA:** Este actor es el proveedor que nos permite tener el permiso para tener servicio publica, y va directamente con la organización Transporte servicio Individual Provincia donde llega un informe de su operación y servicio a un bajo costo y con la seguridad adecuada para prestar el servicio público. Es un valor social para toda la comunidad.
- **Sistemas de Información:** Este actor es el proveedor de toda la tecnología necesaria de la organización tanto como software y hardware, mediante el espacio de almacenamiento de servidores de internet, Hosting y dominio de la página web y nuestra App para el correcto funcionamiento de todos nuestros sistemas de información, es la encargada de manejar toda nuestra base de datos de los clientes, Trabajadores y los servicios realizados por cada uno de los clientes.
- **Publicidad:** Este actor es un proveedor de Mercadeo Y publicidad donde se encarga del manejo de nuestras redes sociales y pagina web. la organización Transporte servicio Individual Provincia realiza los pagos por publicidad y el correcto manejo de difusión a nuestros clientes.
- **Gobierno:** Este actor se considera como unos de los más importante para la organización Transporte servicio Individual Provincia, mediante podemos tener todos los permisos y licencia de funcionamiento para el servicio público, para tener una organización legal y segura.

- Consumidor:** Este actor es el foco del emprendimiento, donde el cliente pueden solicitar su servicio de diferentes maneras, tener un emprendimiento 100% tecnológico pueden solicitar sus servicios por medio de la página web o nuestra App, teniendo una calidad de servicio y seguridad al momento de utilizar nuestro servicio y realizando un pago por el servicio que utilizan.

Figura 24 Mapa de Sistema de Negocio



Fuente: Elaboración propia

3.8. Conclusiones

El proyecto tiene viabilidad económica, social y ambiental, logrando una recuperación de la inversión de 3, 76 años, donde se cuenta con una vida útil de cada uno de los vehículos de unos cinco años próximamente.

Los análisis realizados al sector son herramientas participativas, que se usa para identificar los problemas principales con sus causas y efectos, permitiendo llevar una planificación del proyecto en el municipio de san pedro de Urabá para definir objetivos claros y prácticos, así como también plantear estrategias para poder cumplirlos.

El proyecto de transporte de taxi en el municipio de san pedro de Urabá tiene que comenzar por el usuario o el cliente, para la mejora continua y el alcance de las metas.

En este espacio reflexione sobre los resultados obtenidos en el ejercicio y sobre las decisiones que su equipo debe tomar en cuanto a su startup. Integre sus conclusiones con el Análisis PESTEL.

Lograr tener una buena posición competitiva en el mercado permite que toda empresa logre un buen grado de madures y sostenibilidad en el tiempo, el lograr aplicar las cinco fuerzas de Porter permitió concluir lo siguiente:

En el ámbito del poder de negociación de los proveedores no afectará el negocio debido a que es un producto diverso el cual vamos a contar con muchos proveedores del mismo producto en todas las ciudades de Colombia, además de las diversas marcas que en un momento dado se puede conseguir, al igual que los demás insumos o productos.

El poder realizar un sondeo de mercado a los usuarios como compradores del servicio a ofrecer se evidencio estar en condiciones de hacer uso del servicio a pesar de tener un costo más alto, siendo consiente que el servicio es nuevo ofreciendo beneficio adicional.

En relación a las amenazas de los nuevos competidores como empresa nueva en mercado tiene buenas estrategias para los usuarios, dejando en desventaja a los competidores.

Decir que un servicio tiene productos sustitutos es algo complejo en este caso específico, en el municipio de San Pedro de Urabá un medio de movilidad diferente a un vehículo son los semovientes (caballos, burros y las bicicletas), porque el servicio de moto taxi y los vehículos que prestan el servicio esporádico de forma informal se les cataloga como competencia. El servicio a ofrecer es un servicio con garantías para los usuarios.

Para decir que existe una rivalidad entre los competidores debe existir dos o más empresas en igualdad de condiciones para analizar ese grado de revalidad, este proyecto es novedoso para los usuarios del municipio, sería la primera empresa de esta índole que ofrecería un servicio de estas magnitudes que mejoraría sustancialmente las condiciones de vida de toda una comunidad.

Los diferentes sectores manifiestan lo importante de implementar un tipo de proyecto que en primera instancia ofrece beneficios y bondades para clientes y comunidad en general, además que se manifiestan que los empresarios ven la unidad de negocio como viable económica y financieramente.

Factor que se logró evidenciar en el desarrollo y análisis de proyecto de negocio en la parte empresarial, financiera y económica debe existir una serie de imprevistos como el presupuesto mientras se logra un punto de equilibrio, la realización de publicidad a nivel municipal y regional dando a conocer la empresa y su servicio a ofrecer.

La unidad de negocio establecida como prestación de servicio de taxi individual en el municipio de San Pedro de Urabá es un negocio Sostenible.

El ejercicio en el desarrollo de este trabajo permitió afianzar aún más los conocimientos empresariales y de negocios.

Recomendaciones

Realizar una mayor regulación del transporte informal en el municipio de San Pedro de Urabá que permita tener mejor seguridad y orden local.

Adecuación y/o mejoramiento de la infraestructura vial urbana y rural de tal manera que el Servicio de taxi llegué a más usuarios.

Realizar señalizaciones viales, construcción de reguladores de velocidad según la norma y la ejecución de campañas de sensibilización de la movilidad segura en el municipio.

Capacitación constante a los conductores sobre las normas de tránsito y el cuidado durante la conducción en las vías urbanas y rurales del municipio, lo anterior con el fin de evitar la accidentalidad.

Referencias

Alcaldía San Pedro – Uraba., (2021). Transparencia y Acceso a la información pública. Obtenido de <http://www.sanpedrodeuraba-antioquia.gov.co/Paginas/default.aspx>.

Camara de Comercio – Uraba., (2021). Informe Socioeconomico. Camara de Comercio de Uraba, Antioquia. Obtenido de <https://ccuraba.org.co/site/wp-content/uploads/2021/01/INFORME-SOCIO-ECONOMICO-2020.pdf>

CCB - Cámara de Comercio de Bogotá. (2022). CCB - Información general para creación de empresa. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-empresa>.

Consultores, I. I. (04 de 2022). Integral Ingenieros Consultores. Obtenido de <https://www.integral.com.co/tunel-de-toyo/>

DANE. (2021). Sistema Estadístico Nacional. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/210128-InfoDane-Medellin-Antioquia.pdf>.

Dueñas, A., José., J. (1983). Manual de Organización de la Pequeña y Mediana Empresa. Editorial UPTC.

Findeter. (2021). Estudio del sector del transporte en Colombia. Obtenido de <http://repositorio.findeter.gov.co/bitstream/handle/123456789/9708/%286%29%20ESTUDIO%20SECTOR%20TRANSPORTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=El%20subsector%20de%20transporte%20terrestre,en%20el%20crecimiento%20del%20sector>

Gestiopolis. (2011). Análisis Técnico. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/estudio-tecnico-de-proyectos-presentacion/>

Gobernación de Antioquia. (2022). Subregión del Urabá antioqueño. Obtenido de <https://antioquia.gov.co/index.php/San-Pedro-de-Urab%C3%A1>

Integral Consultores, (2022). Integral Ingenieros Consultores. Obtenido de:

<https://www.integral.com.co/tunel-de-toyo>

Lerma G., Héctor D. (2001). Metodología de la investigación. Editorial ECOE. 2da edición

Negocios Uraba, (2019). Empresas en San Pedro de Urabá. Obtenido de:

https://negociosuraba.com/web/empresas/resultados?EmpresasSearch%5Bmunicipios_idmunicipios%5D=3&EmpresasSearch%5Bmetatags%5D=

Ministerio de Transporte. (2014). Consulta Empresas de Transporte de Pasajeros, Especial o Mixto.

Obtenido de: http://web.mintransporte.gov.co/Consultas/empresas/consulta_empresas_otras.asp

Murcia., H. (2016). El fortalecimiento empresarial con innovación: Una estrategia que hemos aplicado

con buenos resultados. Obtenido de: <http://sicreaempresa.blogspot.com/2016/10/el-fortalecimiento-empresarial.html>

Murcia., H. (2015). *Creatividad e Innovación para el Desarrollo Empresarial*. Ediciones de la U., Bogotá, Colombia, Segunda Edición.

Mundial, B. (12 de 04 de 2021). Transporte Sostenible Banco Mundial. Obtenido de

<https://www.bancomundial.org/es/topic/transport/overview>

Territorial, R. (12 de 12 de 2015). Renovación territorio. Obtenido de

https://portal.renovacionterritorio.gov.co/Publicaciones/municipios_pdet_subregiones

Portafolio Economía, (2017). Cómo acceder a beneficios tributarios a través de las Zomac. Obtenido de:

<https://www.portafolio.co/economia/que-son-las-zomac-y-como-beneficiarse-de-ellas-510498>.

Ponce., T. (2006). “La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales” en Contribuciones a la Economía.

Porter., M. (2006), Ventaja Competitiva (edición revisada) creación y sostenimiento de un desempeño superior. Editorial Continental, cuarta reimpresión, México 2006.

Quijano. (2013). Requerimientos mínimos para un excelente servicio al cliente. Disponible en.

<https://www.marketingyfinanzas.net/2013/07/7-requerimiento-minimos-para-un-excelente->

[servicio-al-cliente/](#)

Quintero., J. & Sánchez., J. (2006) La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico
Telos, vol. 8.

Renovacion Territorio., (2015). Municipios PDET. Obtenido de:

https://portal.renovacionterritorio.gov.co/Publicaciones/municipios_pdet_subregiones.

Urabá, A. S. (2021). Alcaldía de san pedro de Urabá. Obtenido de <http://www.sanpedrodeuraba-antioquia.gov.co/Paginas/default.aspx>

Urabá, C. d. (2021). Cámara de comercio Urabá. Obtenido de <https://ccuraba.org.co/site/wp-content/uploads/2021/01/INFORME-SOCIO-ECONOMICO-2020.pdf>

Urabá, N. (2019). Negocios Urabá. Obtenido de

https://negociosuraba.com/web/empresas/resultados?EmpresasSearch%5Bmunicipios_idmunicipios%5D=3&EmpresasSearch%5Bmetatags%5D=.

Universidad Politécnica de Madrid (2009). Gestión de la innovación. Obtenido de:




<http://www.getec.etsit.upm.es/docencia/ginnovacion.htm.17>.

Anexo 1 Mapa de empatía



Fuente: Elaboración propia

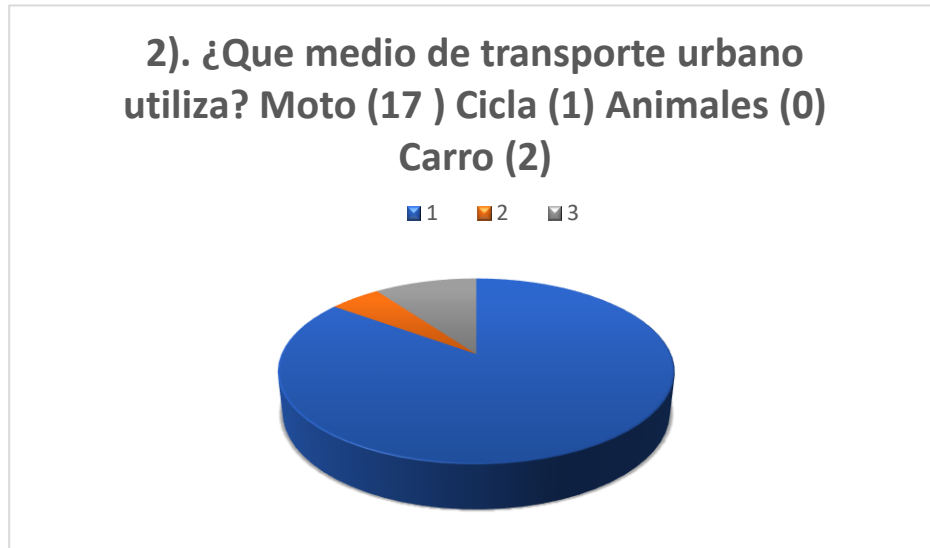
Anexo 2 Plantilla método persona

 Design Thinking www.designthinking.services	<h2>Método Persona</h2>		
 <hr/> <p>Nombre: Juan Andrés</p> <hr/> <p>Edad: 40 años</p> <hr/> <p><i>Nuestro personaje físicamente es...</i> Alto, de contextura gruesa y muy divertido</p> <hr/>	<p><i>¿Dónde vive?</i> Antioquia</p>	<p><i>¿Cómo es la relación con su familia?</i> Ama a su trabajo y su Familia</p>	
	<p><i>¿Trabaja o estudia...?</i> Trabajo en una institución Educativa</p>	<p><i>¿Tiene manías?</i> Ser un buen ser humano</p>	
	<p><i>¿Nivel cultural?</i> posgrado</p>	<p><i>¿A que le tiene miedo?</i> La muerte</p>	
	<p><i>¿Qué motivaciones tiene?</i> Viaje * Familia * Cultura * estudiar</p>	<p><i>¿Cual es su color favorito?</i> El rojo y azul</p>	
	<p><i>¿Qué preocupaciones?</i> Medio ambiente</p>	<p><i>¿Qué hobbies tiene?</i> Jugar futbol Viajar</p>	
	<p><i>¿Cómo se relaciona con sus amistades?</i> Es una persona sociable y muy respetoso y amable</p>		
<p><i>¿Cuáles son sus deseos?</i> Libertad financiera, Buena salud, Compartir en familia</p>			

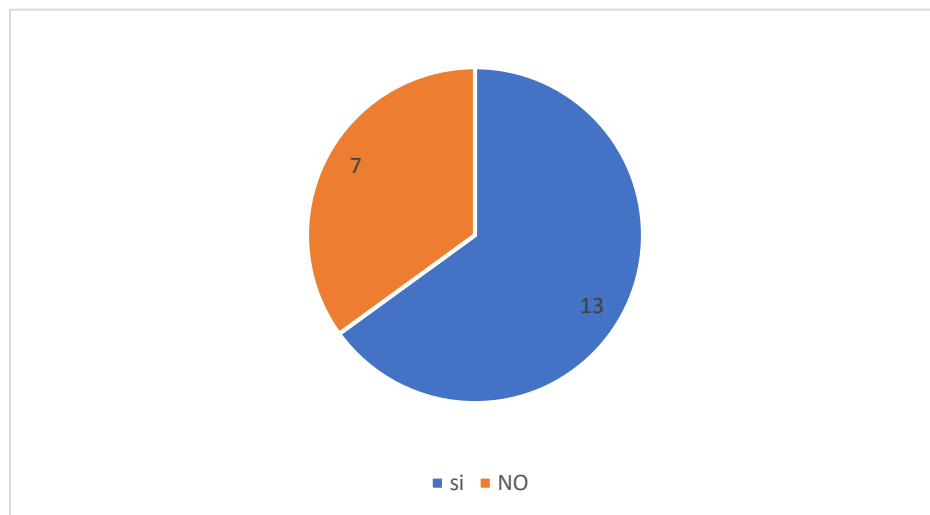
Fuente: Elaboración propia

Anexo 3 Resultado Encuestas

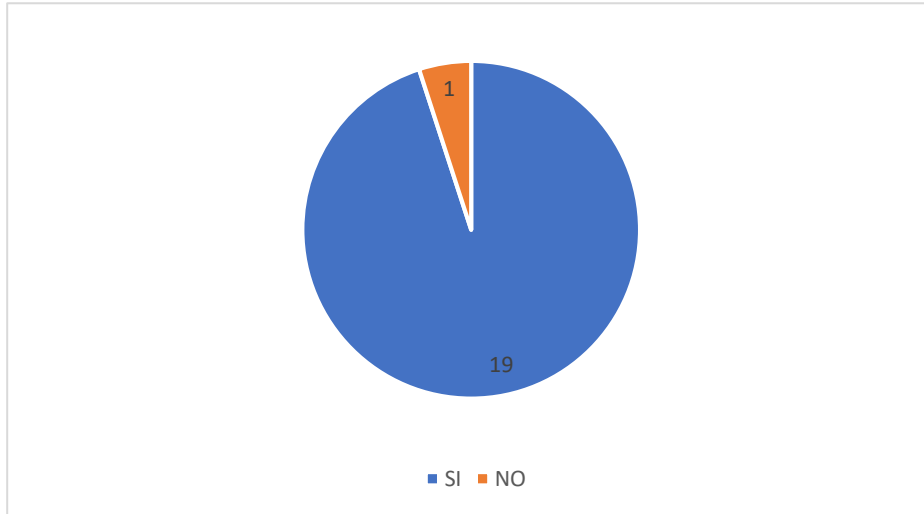
2). ¿Qué medio de transporte urbano utiliza?



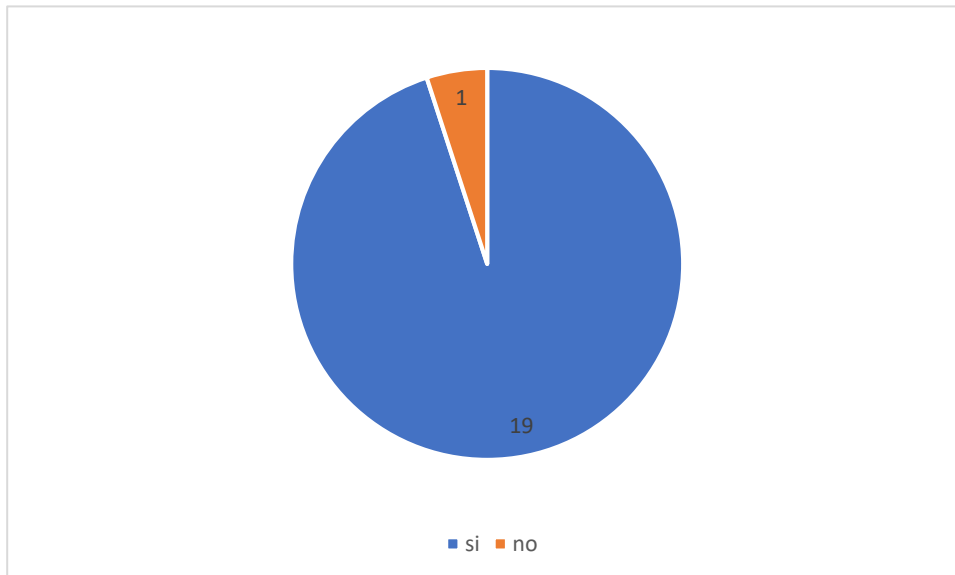
3). ¿Se le han presentado dificultades para trasportarse de manera segura?



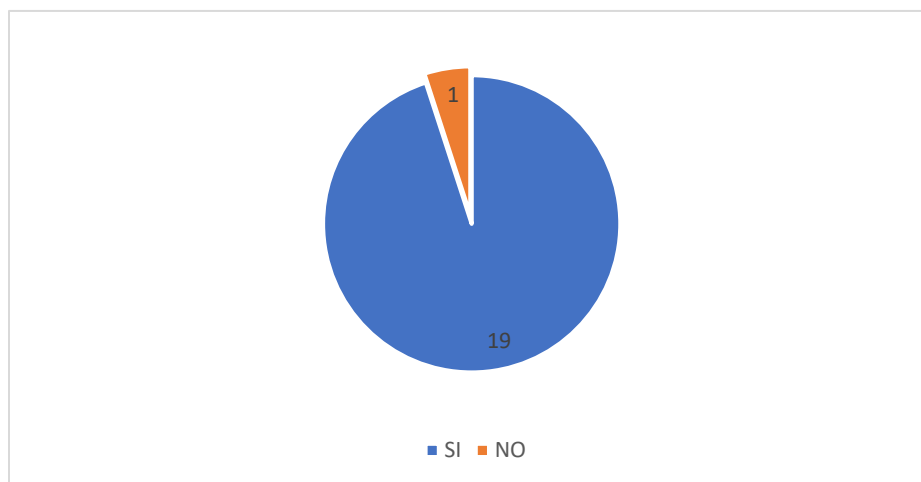
4). Las condiciones climáticas (lluvia y sol) ¿le ha dificultados la movilidad?



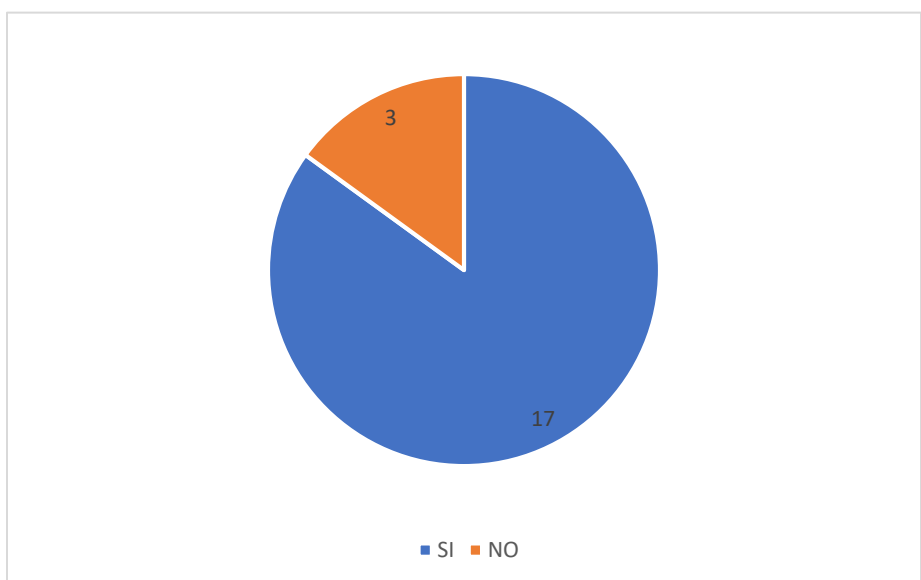
5). ¿Considera importante contar con otro medio de transporte municipal más seguro?



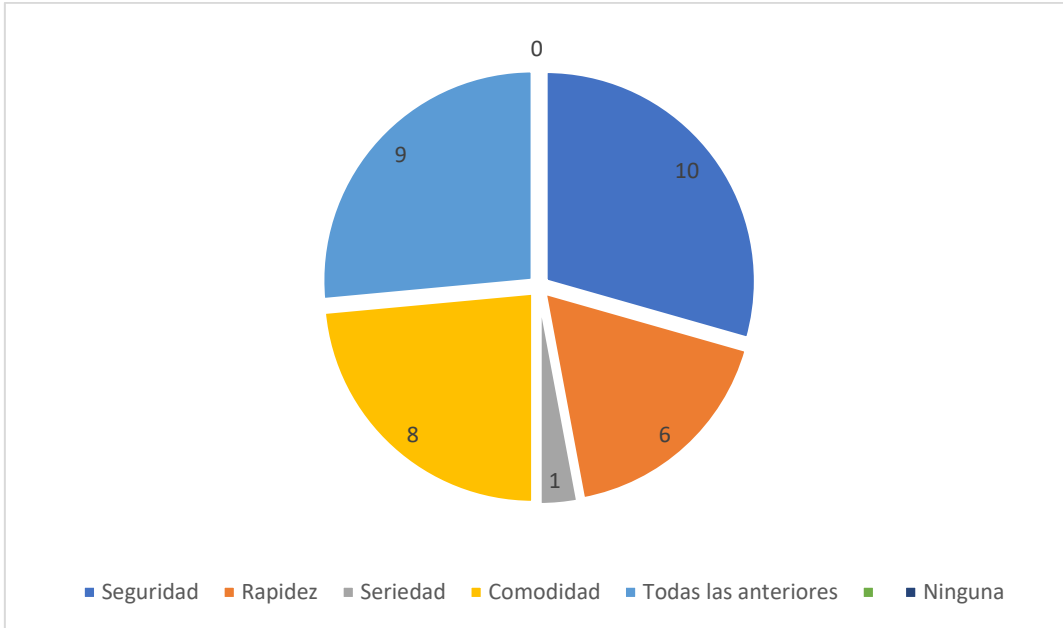
6). ¿Le gustaría contar con un servicio de taxi seguro, serio y rápido en el municipio?



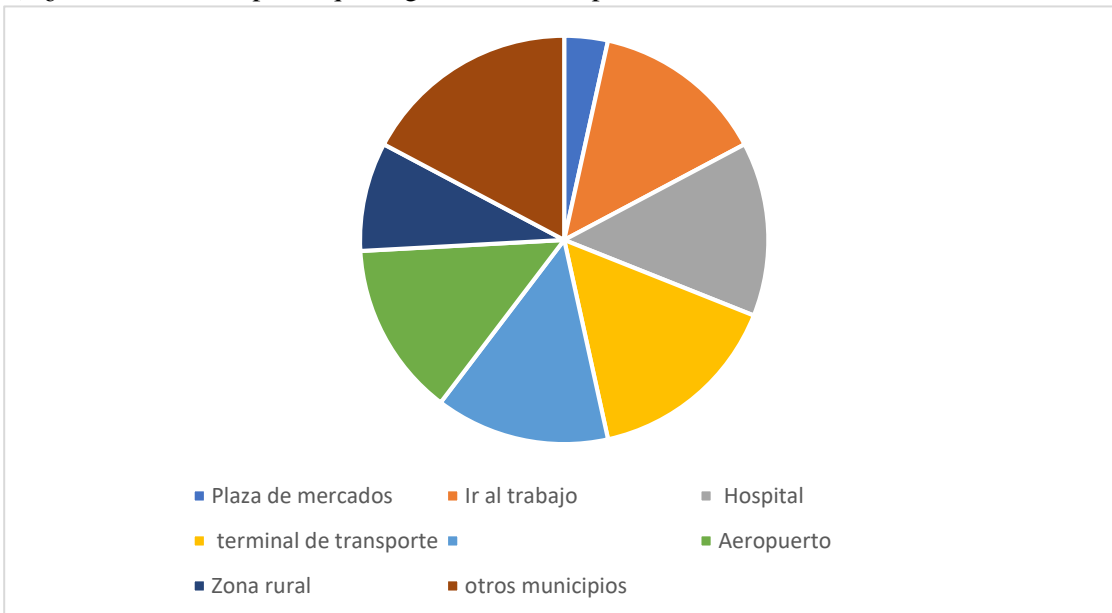
7). ¿Conoces las ventajas de tener un servicio de taxi en el municipio?



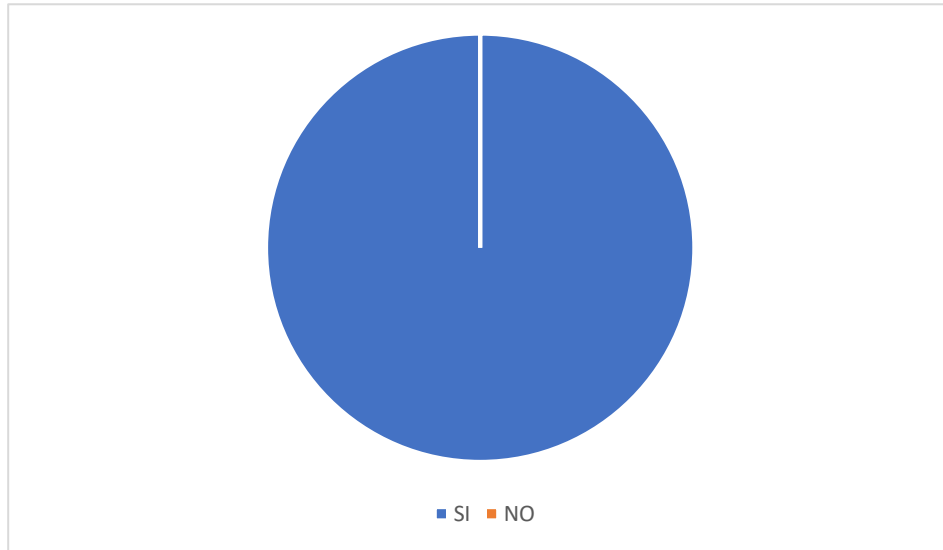
8). ¿Qué aspectos consideras importantes al tomar el servicio de taxi?



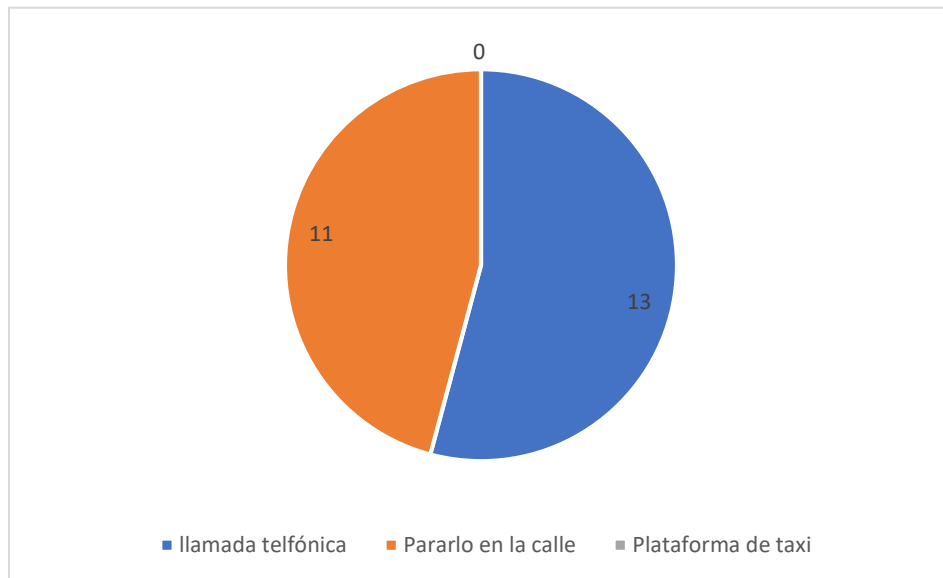
9). ¿Cuál es la razón por la que cogerías taxi? Desplazarse a:



10). ¿Está usted dispuesto a tomar el servicio de taxi considerando que es más costoso que un mototaxi?

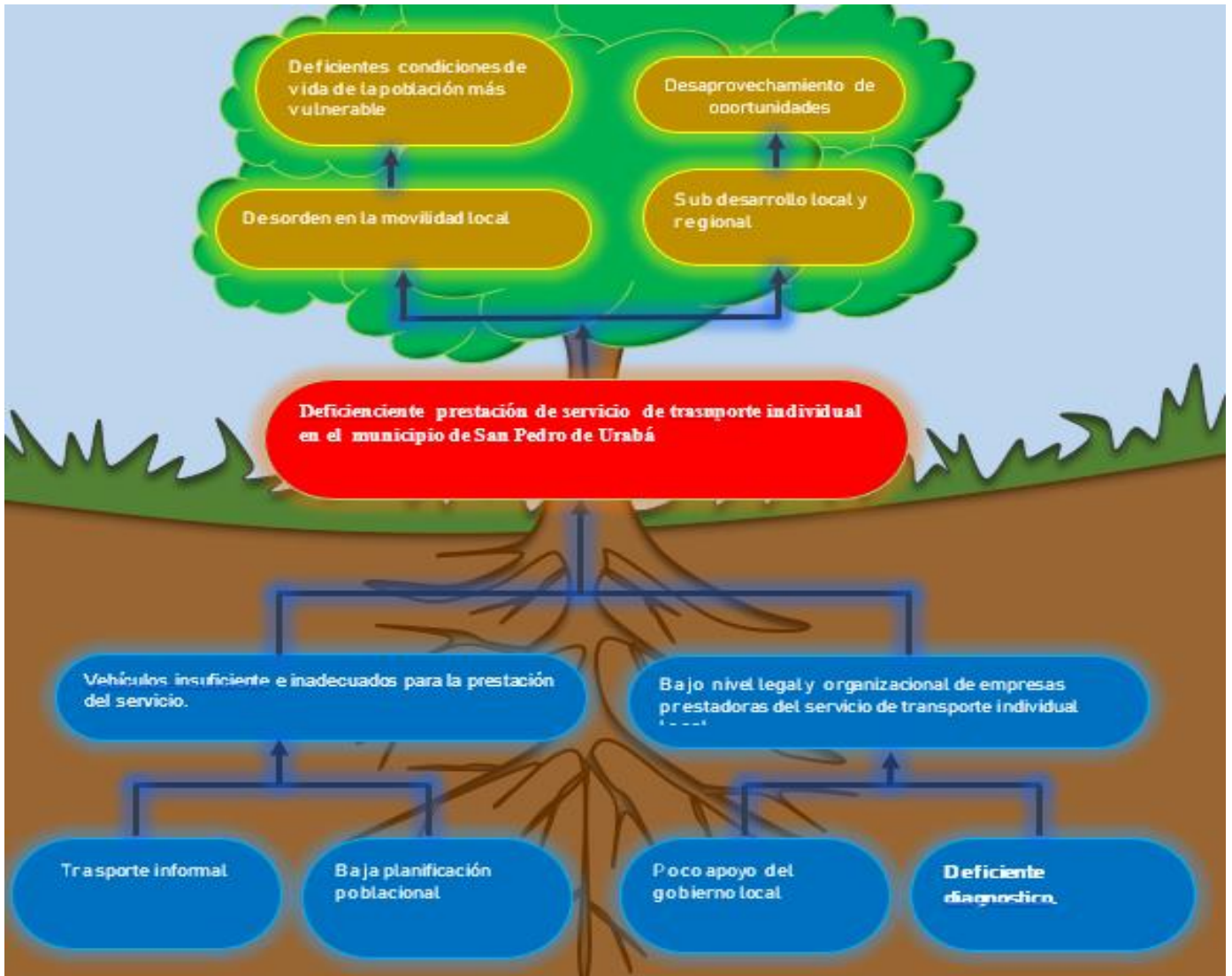


11). Si tuvieras que pedir un taxi, ¿Que método utilizarías?



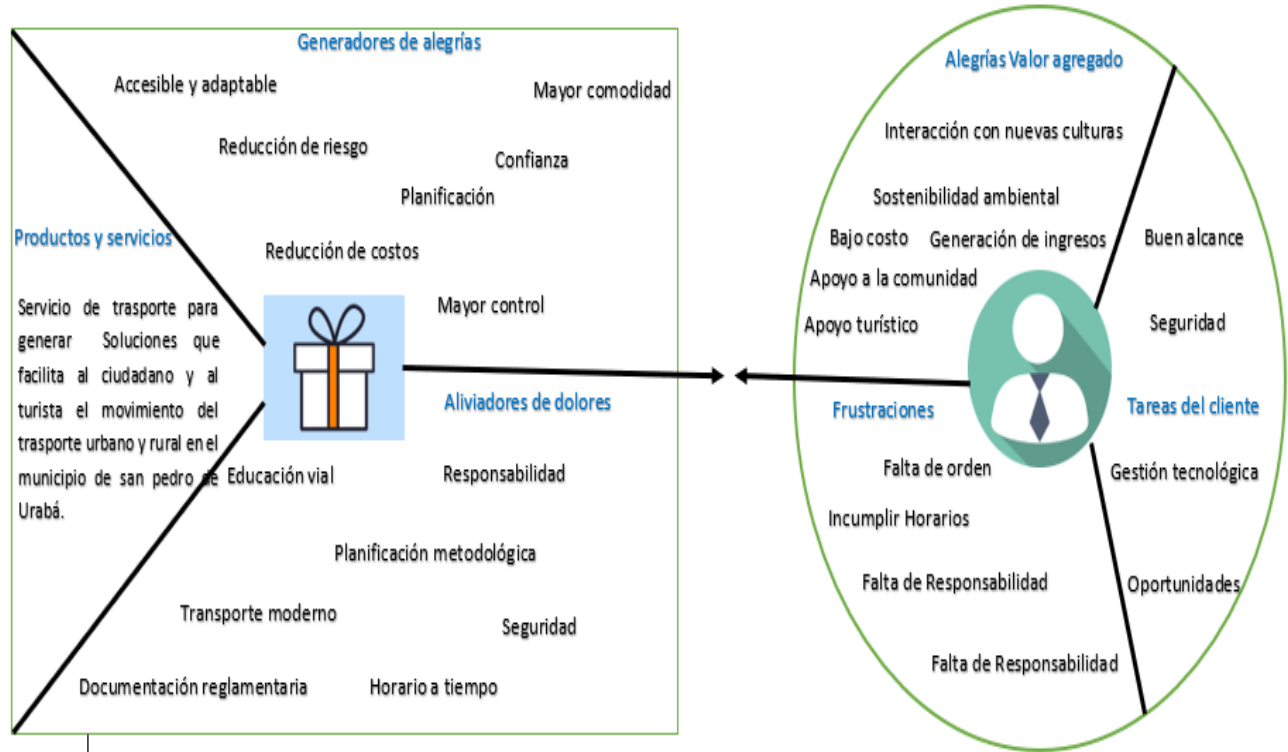
Fuente: Elaboración propia

Anexo 4 Árbol De Problema



Fuente: Elaboración propia

Anexo 5 Lienzo de propuesta



Fuente: Elaboración propia

Anexo 6 Análisis Pestel

P E E S T								
POLÍTICA Y LEGAL	BIBLIOGRAFIA	ECONOMÍA	BIBLIOGRAFIA	ECOLOGICO	BIBLIOGRAFIA	SOCIAL	BIBLIOGRAFIA	TECNOLÓGICO
<p>LEY No 1964 11 Julio de 2019, tiene por objeto general esquemas de promoción al uso de vehículos eléctricos y de cero emisiones con el fin de contribuir a la movilidad sostenible y a la reducción de emisiones contaminantes y de gases de efecto invernadero.</p>	<p>https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201964%20DEL%2011%20DE%20JULIO%20DE%202019.pdf</p>	<p>Una variable de suma importancia que afecta directamente el valor de las tarifas para este servicio es el combustible. La política de intervención de los precios de los combustibles de los últimos años ha estado dirigida al desmonte gradual de los subsidios</p>	<p>https://www.fiduprevisora.com.co/wp-content/uploads/2019/11/ANEXO-13-Estudio-de-Sector-y-de-Mercado-Terrestre-7x24.pdf</p>	<p>Según estadísticas y datos tomados de la página web de SOFASA, el año pasado se logró disminuir en 12 kg/vehículo los residuos resultantes del proceso de La Alianza Renault-Nissan, que tiene como objetivo liderar mundialmente la comercialización de vehículos con cero emisiones.</p>	<p>https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/3706/CastanedaCastillaAndresFelipe2010.pdf?sequence=2&id=423985FBCD23631D0715992?sequence=2</p>	<p>La sostenibilidad es un tema que adquiere gran importancia cuando se habla del sector transporte, pues a medida que la población va creciendo hay cierto incremento en su producción, lo cual implica un mayor consumo de materias como: vidrio, plástico, gasolina, acero, combustible, diésel u otro tipo de combustible, generando impacto en el</p>	<p>https://fierrosindustrial.com/noticias/impacto-social-ambiental-la-industria-automotriz/</p>	<p>La tecnología está llegando a todos los sectores de nuestra vida y los teléfonos nos están facilitando las tareas que antes eran un poco más complicadas, la tecnología en el sector de autopartes es un claro ejemplo de esta revolución tecnológica.</p>
<p>el artículo 4 de la Ley 336 de 1996 "Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Transporte" prescribe que el transporte gozará de especial protección estatal y estará sometido a las condiciones y beneficios establecidos por las disposiciones reguladoras de la materia, y como servicio público continuará bajo la dirección, regulación y control del Estado.</p>	<p>https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=162993</p>	<p>El transporte terrestre moviliza un 88% más de pasajeros que el transporte aéreo. Recientemente se firmó un pacto por la reactivación del sector del transporte intermunicipal, con el cual se pretende recuperar el 90% de la operación de las tres terminales de Bogotá al 31 de diciembre del 2021, lo que significaría pasar de 27.000 a 42.000 pasajeros diarios.</p>	<p>https://www.solucion.co/blog/evaluacion-y-perspectivas-del-sector-transporte-en-2021/</p>	<p>se ha convertido en la marca con mayor número de modelos que emiten menos de 149 gr/km de CO2 a la atmósfera. Los centros de trabajo Renault cumplen con la norma ISO 14.001; a su vez, realizan tareas preventivas en donde motivan y capacitan a sus trabajadores en todos los temas relacionados con el cuidado del medio ambiente y el impacto ambiental que pueden llegar a tener las malas prácticas en la producción de vehículos, ya que son ellos quienes hacen posible la consecución de los resultados planteados.</p>	<p>https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/3706/CastanedaCastillaAndresFelipe2010.pdf?sequence=2&id=423985FBCD23631D0715992?sequence=2</p>	<p>Medellín (Colombia): 60% de los vehículos detienen su circulación por tres días, ante crisis ambiental en abril de 2017.</p>	<p>https://fierrosindustrial.com/noticias/impacto-social-ambiental-la-industria-automotriz/</p>	<p>En el caso de la tecnología en el sector de autopartes esta de igual forma ayuda a los conductores a mantener el vehículo en buen estado y realizar los cambios de partes importantes antes de que estén fallen por completo.</p>
<p>el Decreto 348 de 2015 "Por el cual se reglamenta el servicio público de transporte terrestre automotor especial y se adoptan otras disposiciones" con el propósito de reglamentar la prestación del mismo y establecer los requisitos que deben</p>	<p>https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=162993</p>	<p>Los avances registrados en la logística han globalizado la economía, y expandido el comercio y el transporte internacional. Pero también el crecimiento de la congestión, ha incrementado los niveles de contaminación ambiental y los accidentes, en especial en las grandes ciudades. En los países en desarrollo</p>	<p>[302 p.m.] JESUS ANTONIO MENA AGUALIMPIA https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/junal/3385/03-int-ec</p>	<p>En el tercer trimestre de 2021, el 20,7% del total de las ventas de autos en la Unión Europea fueron vehículos nuevos híbridos (no recargables, que reutilizan la energía de frenado), un 9,1% de híbridos recargables (que se cargan en una toma eléctrica) y un 9,8% de vehículos 100% eléctricos; frente a un 39,5% de</p>	<p>https://www.elsepectador.com/autos/los-carros-hibridos-son-una-buena-solucion-para-la-transicion-ecologica/</p>	<p>El incremento de la masa poblacional, del parque automotor y la escasez de infraestructura de movilidad ha generado que la congestión en las ciudades aumente, dando origen a sistemas integrados de transporte amigable con el medio ambiente.</p>	<p>https://fierrosindustrial.com/noticias/impacto-social-ambiental-la-industria-automotriz/</p>	<p>AUTODOC pertenece a una empresa europea y hoy se encuentra disponible en más de 26 países de la región donde proporcionan a sus clientes una gran variedad de piezas y repuestos automovilísticos de</p>

Anexo 7 Formato de Entrevista

Formato de Entrevistas



Grupo de interés:	Empresario
Objetivo de la entrevista:	Conocer las consideraciones de inversionistas o empresarios las bondades del negocio de transporte taxi individual.
Hipótesis o dudas a validar (del modelo de negocios):	Es el negocio de transporte individual rentable económicamente.
Mensaje (es un mensaje de introducción para romper el hielo):	Somos provincia la empresa que trae la solución al problema de transporte municipal y regional
Preguntas a realizar:	
<p>1. ¿Qué tan viable financieramente considera usted a las empresas de transporte individual? R/. Muy viable</p> <p>2. ¿Qué aspectos considera usted que son fundamentales que debe tener una empresa de transporte individual? R/. Seguridad, confort y competitividad en los precios</p> <p>3. Considera importan la sostenibilidad en las empresas de transporte individual para alcanzar el éxito y la madurez en los municipios marginados R/ si</p>	

4. ¿Qué vehículos (marca, potencia, precio y confort) considera usted que ofrecen mejores garantías en la prestación del servicio de taxi individual?

R/. Los que cumplan con las exigencias del terreno y además que tengan optima relación entre consumo y recorrido además del confort correspondiente

5. ¿Cuál es la marca de los vehículos más comprada para prestar servicio de transporte en zona municipal, sabiendo que el terreno es algo agreste?

R/. Tipo camionetas

6. ¿Considera usted que la elección de un buen vehículo garantiza en gran medida la rentabilidad económica del negocio?

R/. Si

7. ¿Qué tan rentable es el negocio del transporte público de taxi individual?

R/ desconozco esa información

8. Principales características a tener en cuenta para incursionar en un mercado virgen como lo es el municipio de San Pedro de Urabá donde no se cuenta con este tipo de servicio de manera formal.

R. Publicidad, servicio, agilidad, amabilidad y seguridad

Formato de Entrevistas



Grupo de interés:	CLIENTES
Objetivo de la entrevista:	Identificar el mejor sistema que quieren lo clientes para pedir el servicio de trasporte mediante un aplicativo app.
Hipótesis o dudas a validar (del modelo de negocios):	Cuál es el mejor mecanismo app para los clientes pedir el servicio.
Mensaje (es un mensaje de introducción para romper el hielo):	Somos provincia la empresa que trae la solución al problema de transporte municipal y regional
Preguntas a realizar:	
<p>1. ¿Qué tan viable financieramente considera usted a las empresas de trasporte individual? R/. Proyecto incesante financieramente por su bondad económica</p> <p>2. ¿Qué aspectos considera usted que son fundamentales que debe tener una empresa de transporte individual? R/. Responsabilidad, cumplimiento y buena atención.</p> <p>3. Considera importan la sostenibilidad en las empresas de trasporte individual para alcanzar el éxito y la madurez en los municipios marginados R/ De acuerdo a la buena atención en su servicio hacia la comunidad, lograr tener una flota de vehículos en buen estado y que se sostenga con sus ingresos económicos de parte el poder lograr una sostenibilidad.</p>	

4. ¿Considera usted que el incremento del valor del servicio de taxi en relación al mototaxi o al servicio informa se amerita en relación a los beneficios adquiridos?

R/. La utilización de servicios legales contribuye a la generación de empleo e ingresos de la tributación que se reinvierte en obras sociales para la comunidad.

5. ¿Cuáles aspectos considera usted que debe tener la empresa prestadora de servicio de taxi individual que garantice un buen servicio para los usuarios?

R/. Confianza entre sus usuarios

6. ¿Menciones que beneficios tendría usted si contara actualmente con una empresa que ofrezca servicio de transporte individual en el municipio de San Pedro de Urabá?

R/. Comodidad, seguridad, agilidad y seguridad en el desplazamiento, mayores opciones de desplazamiento seguro en la región de Urabá.

Formato de Entrevistas



Grupo de interés:	Aliados
Objetivo de la entrevista:	Conocer la postura de los entes gubernamentales local que garantice la prestación del servicio como ente regulador.
Hipótesis o dudas a validar (del modelo de negocios):	Garantiza el ente regulador como personería, secretaria de gobierno que no se presente competencia desleal y el control del servicio informal en el municipio.
Mensaje (es un mensaje de introducción para romper el hielo):	Provincia como empresa de servicio de transporte individual del municipio, quiere garantizar el buen servicio a la comunidad con el apoyo de la admón. municipal.
Preguntas a realizar:	
<p>1. ¿Qué tan viable financieramente considera usted a las empresas de transporte individual? R/. Empresa viable económicamente porque genera un flujo de caja diariamente</p> <p>2. ¿Qué aspectos considera usted que son fundamentales que debe tener una empresa de transporte individual? R/. Cumplimiento, seguridad, buen servicio y profesionalismo de los conductores</p> <p>3. Considera importan la sostenibilidad en las empresas de transporte individual para alcanzar el éxito y la madurez en los municipios marginados R/. Es vital, debido a que garantiza la generación de empleo y un servicio constante y seguro</p>	

4. ¿Es usted conocedor de las regulaciones en la prestación del servicio de transporte en el municipio?

R/.

Un poco, ya que en el municipio se cuenta con una empresa que presta servicio público de taxis.

5. Frente a la situación del servicio informal que prestan los mototaxis y vehículo particular ¿Qué medidas piensan tomar con la presencia de una empresa legalmente constituida que paga impuestos en el municipio y ofrece servicio garantizado a la comunidad en general?

R/.

El municipio ya lleva varios años con una empresa legalmente constituida y siempre se ha procurado que los habitantes hagan uso de este medio de transporte, sin embargo, no somos ajenos a la realidad que vive el territorio en relación a las dificultades socioculturales y socioeconómicas, lo cual hace que el servicio de transporte a través de mototaxis y vehículos particulares sea una alternativa para solucionar este tipo de problemática.

6. ¿Existen beneficios tributarios y cuales son para este tipo de empresa que se crea en el municipio que genera empleo y ofrece un servicio innovador?

R/.

No existen, no obstante puede llegar a ser un punto importante para incentivar a la creación de empresa.

Formato de Entrevistas



Grupo de interés:	Experto en sostenibilidad
Objetivo de la entrevista:	Identificar las principales consideraciones que garanticen la seguridad ambiental, social y económica en la prestación del servicio de transporte individual
Hipótesis o dudas a validar (del modelo de negocios):	Aspectos a tener en cuenta para lograr sostenibilidad ambiental ideal para emprender el negocio de transporte urbano individual.
Mensaje (es un mensaje de introducción para romper el hielo):	Somos “provincia” la empresa que se quiere proyectar con el uso de vehículos amigable con el medio ambiente dando solución al problema de transporte municipal y regional
Preguntas a realizar:	
<p>1. ¿Qué tan viable financieramente considera usted a las empresas de transporte individual?</p> <p>R/. En muy viable porque tienen liquidez a corto plazo</p>	
<p>2. ¿Qué aspectos considera usted que son fundamentales que debe tener una empresa de transporte individual?</p> <p>R/. Seriedad, cumplimiento, honestidad, tarifas justas, confort.</p>	
<p>3. Considera importante la sostenibilidad en las empresas de transporte individual para alcanzar el éxito y la madurez en los municipios marginados</p> <p>R/ Muy importante porque genera desarrollo, conectividad</p>	

4. ¿Ambientalmente que características deben tener los vehículo para la prestación de servicio público?

R/. Reducción en la emisión de gas, vehículos en buen estado, implementación de plan de mantenimiento preventivo.

5. ¿Considera usted que no lograr establecer un plan ambiental en una empresa de este tipo trae consecuencias económicas y sancionatorias posteriormente?

R/. Desde luego que sí, debido a que los vehículos son en su mayoría los que incrementan el recalentamiento global, además, de realizar contaminación al consumir combustible fósil, el cambio de aceite, el cambio de piezas entre otros

6. ¿Qué iniciativas adicionales se deben articular con un proyecto de transporte urbano, para que se logre una sostenibilidad económico, social y ambiental en la comunidad?

R/. Plan de iniciativas para los empleados (conductores) y su familia, que la administración municipal establezca en su POT las áreas en las cuales son de tránsito vehicular y peatonal, plan de sensibilización de los usuarios y conductores.

Formato de Entrevistas



Grupo de interés:	Proveedores
Objetivo de la entrevista:	Identificar cuáles son los vehículos que ofrecen mejores garantía y seguridad en la prestación del servicio de transporte individual
Hipótesis o dudas a validar (del modelo de negocios):	Que vehículos son los de mayor garantía y seguridad en la zona del municipio de San Pedro de Urabá.
Mensaje (es un mensaje de introducción para romper el hielo):	Somos provincia la empresa que trae la solución al problema de transporte municipal y regional
Preguntas a realizar:	
<p>1. ¿Qué tan viable financieramente considera usted a las empresas de transporte individual?</p> <p>R/. Muy viable, ya que es un servicio preferencial y personalizado que sin duda contribuye con el desarrollo, modernización del municipio</p>	
<p>2. ¿Qué aspectos considera usted que son fundamentales que debe tener una empresa de transporte individual?</p> <p>R/.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Excelente Servicio al cliente • Identidad propia • Cumplimiento en los tiempos de respuesta • Vehículos en perfectas condiciones • Rutas alternativas a las ya existentes 	

3. Considera importante la sostenibilidad en las empresas de transporte individual para alcanzar el éxito y la madurez en los municipios marginados

R/ Si, las empresas que perduran en el tiempo generan confiabilidad, con el crecimiento continuo podrían ser fuentes de empleo alternativos para las personas de la zona

4. ¿Qué vehículos (marca, potencia, precio y confort) considera usted que ofrecen mejores garantías en la prestación del servicio de taxi individual?

R/. Toyota, Nissan, Chevrolet

5. ¿Cuál es la marca de los vehículos más comprada para prestar servicio de transporte en zona municipal, sabiendo que el terreno es algo agreste?

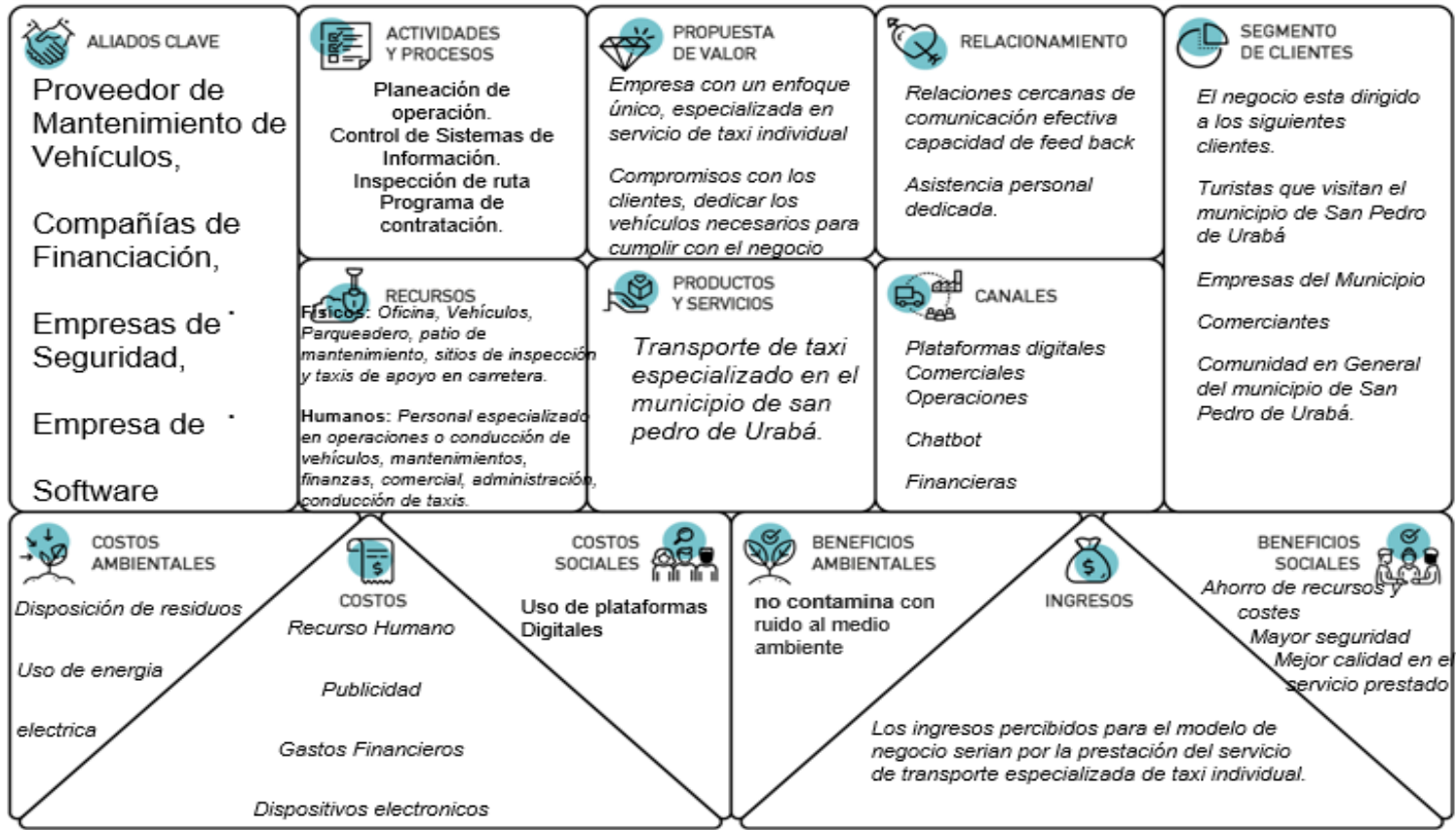
R/. Nissan, Toyota

6. ¿Considera usted que la elección de un buen vehículo garantiza en gran medida la rentabilidad económica del negocio?

R/. Si, esto es fundamental porque garantiza rutas seguras y comfortable que son unos de los principales enfoques del servicio

Fuente: Elaboración propia

Anexo 8 Lienzo del modelo de negocio sostenible



Fuente: Elaboración propia

Sugerencia (1) de director de trabajo de grado:	
Información del docente	Nombre: _____
	Correo institucional: _____
Sugerencia (2) de director de trabajo de grado:	
Información del docente	Nombre: _____
	Correo institucional: _____

Tenga en cuenta que esto es una sugerencia para el Comité de Trabajos de Grado. Se debe verificar la disponibilidad del docente.

Dirección de CvLac: _____