

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE CONDUCTOR ELEGIDO EN FUNZA Y MOSQUERA
CUNDINAMARCA
“TU CONDUCTOR”**



DIEGO ALEJANDRO FORERO RODRÍGUEZ

ID 328352

WILLIAM JAVIER ESCARRAGA

ID 335225

HELBER LEANDRO FORERO

ID 319300

**UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS
PRÁCTICA EMPRESARIAL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS X SEMESTRE
FUNZA 2017**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONDUCTOR ELEGIDO EN FUNZA Y MOSQUERA CUNDINAMARCA
“TU CONDUCTOR”**



TUTOR

MARÍA JOSÉ HERNÁNDEZ G

**UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS
PRÁCTICA EMPRESARIAL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS X SEMESTRE
FUNZA 2017**

Nota de aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedicamos primeramente a Dios, por ser quien nos inspira y está con nosotros siempre.

A nuestros padres y hermanos por brindarnos todo su apoyo incondicional, por darnos fuerza cuando más lo necesitamos, por ser un ejemplo a seguir y gracias a ello hemos ido consiguiendo logros en nuestras vidas.

A nuestros demás familiares y amigos quienes de una u otra manera han ayudado a que crezcamos como personas y profesionalmente.

Diego Alejandro Forero

William Javier Escarraga Rodríguez

Helber Leandro Forero

4.3.2. Población	28
4.3.2.1. Muestra.....	29
4.3.2.2. Población Finita	29
4.3.3. Método de Investigación	30
4.3.3.1. Método Inductivo/Deductivo.....	30
4.3.3.2. Enfoque Cualitativo.....	31
4.3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información	31
4.3.5. Presentación de Resultados y Análisis de la Encuesta.....	31
4.4. ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA	42
4.4.1. Variables, Indicadores, Herramientas E Instrumentos	42
4.4.1.1. Propuesta del Negocio.....	42
4.4.1.1.1. Características del Servicio	42
4.4.1.1.2. Ventaja Competitiva	43
4.4.1.2. Modelo del Negocio	44
4.4.1.2.1. Segmentación del Mercado.....	44
4.4.1.2.2. Propuesta de Valor.....	44
4.4.1.3. Estudio Organizacional	46
4.4.1.3.1. Tipo y Naturaleza de la Empresa	46
4.4.1.3.2. Constitución de la Empresa y Aspectos Legales.....	47
4.4.1.3.3. Estructura Organizacional	48
4.4.1.3.3.1. Misión.....	48
4.4.1.3.3.2. Visión	48
4.4.1.3.3.3. Valores Corporativos.....	49
4.4.1.3.3.4. Organigrama	50
4.4.1.3.3.5. Manual de Funciones.....	50
4.4.1.3.4. Estrategias Corporativas	56
4.4.1.3.4.1. Canales de Comunicación.....	58
4.4.1.3.5. Estrategias de Precios.....	59
4.4.1.3.6. Estrategias de Alianza.....	59

4.4.1.4.	Estudio Técnico	60
4.4.1.4.1.	Localización.....	60
4.4.1.4.2.	Proceso	60
4.4.1.4.3.	Necesidades y Requerimientos	63
4.4.1.4.4.	Necesidades del Recurso Humano	63
4.4.1.5.	Estudio Financiero	64
4.4.1.5.1.	Inversión Inicial.....	64
4.4.1.5.2.	Costos	64
4.4.1.5.3.	Ingresos y Proyección Ventas	65
4.4.1.5.4.	Estado de Resultado	66
4.4.1.5.5.	Evaluación Económica	66
4.4.1.5.5.1.	Valor Presente Neto	66
5.	RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA	67
5.1.	MOMENTOS HISTÓRICOS Y EXPERIENCIAS.....	67
5.1.1.	Principales Hitos o Hechos Relevantes	67
5.1.1.1.1.	Contexto del Mercado y Antecedentes	67
6.	APRENDIZAJES	76
6.1.	APORTES SIGNIFICATIVO EN LO SOCIAL.....	76
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
8.	BIBLIOGRAFIA	78
9.	ANEXOS	81

RESÚMEN

La presente sistematización brindará información necesaria sobre la factibilidad y asimismo la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a prestar el servicio de conductor elegido a partir de la cual se realizó un estudio de mercado en los municipios de Mosquera y Funza Cundinamarca.

De esta manera, la sistematización incluye marco de referencia en el cual se detalla el contexto, el entorno, las estrategias de marketing, presupuestos comerciales entre otros, así como el marco teórico en donde se definirán varios conceptos utilizados en el presente documento.

Los resultados del análisis permitirán detectar la viabilidad de crear una empresa de conductor elegido, así como las ventajas y desventajas que ofrece éste servicio.

ABSTRACT

The present systematization will provide necessary information on the feasibility and also the feasibility for the creation of a company dedicated to providing the chosen driver service from which a market study was carried out in the municipalities of Mosquera and Funza Cundinamarca.

In this way, the systematization includes reference framework in which the context, in context, marketing strategies, commercial budgets, among others, as well as the theoretical framework where several concepts used in this document are defined.

The results of the analysis will allow us to detect the feasibility of creating a chosen driver company, as well as the advantages and disadvantages offered by this service.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación para validar la factibilidad y viabilidad para la creación de la empresa “TU CONDUCTOR” buscará que los líderes del proyecto se orienten y determinen correctamente las decisiones futuras que enmarcaran el rumbo del plan; gracias a este estudio se podrá medir correctamente las posibilidades de éxito o fracaso del proyecto determinando de manera precisa el estudio de mercado, la estimación del nivel de inversión y cálculo proyectado de ingresos entre otros aspectos relevantes dando como resultado la posibilidad de proceder o no con la implementación del mismo.

Las empresas que prestan servicios de conductor elegido, permiten a los usuarios que tienen vehículo o motocicleta, tener plena seguridad en los momentos de esparcimiento y consumo de bebidas alcohólicas, ya que el conductor elegido se encargará de recoger al usuario en su medio de transporte y llevarlo de nuevo a casa sin arriesgar su vida y evitando multas y sanciones para el vehículo o motocicleta.

Al llevar a cabo el estudio de factibilidad y viabilidad para la creación de la empresa “TU CONDUCTOR” que prestará el servicio de conductor elegido en los municipios de Mosquera y Funza Cundinamarca, se obtendrá en primer lugar la confirmación de la existencia de un mercado potencial debido a una necesidad insatisfecha en esta población, en segundo lugar se obtendrá la demostración de la viabilidad técnica, identificando la verdadera disponibilidad del recurso humano, material y financiero; por último pero no menos importante gracias a este estudio se corroborarán las ventajas a nivel social económico y financiero.

1. JUSTIFICACIÓN

1.1. TEÓRICA

La investigación busca por medio de varios métodos administrativos para la creación de estudios de factibilidad, realizar un análisis financiero, económico y social por medio de la recolección de datos relevantes del proyecto que permitan posteriormente tomar la mejor decisión si procede su estudio desarrollo o implementación; además de encontrar explicaciones a falencias que impiden que las personas en estado embriaguez del sector de Funza y Mosquera opten por la contratación del servicio de conductor elegido, aplicando los componentes de la estrategia empresarial e implementado un diagnóstico estratégico a nivel financiero, por medio de estrategias de la calidad y productividad del servicio para bienestar y crecimiento constante de la empresa.

1.2. PRÁCTICA

De acuerdo con los objetivos de la investigación, su resultado permite tener una visión clara de los lineamientos de la empresa, la importancia de la creación y aplicación de las estrategias propuestas para generar bienestar en la sociedad de Mosquera y Funza. De acuerdo a lo anterior ésta investigación permite el desarrollo de un trabajo de grado beneficiando así a los investigadores en la medida que deben culminar sus estudios de pregrado, ampliando así sus conocimientos en los procesos de estudio de factibilidad y de igual manera creando beneficios económicos y de crecimiento empresarial con grandes posibilidades de ampliar el sector a otros municipios aledaños.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

A partir de información sistematizada validar la factibilidad y viabilidad para la creación de la empresa “TU CONDUCTOR”, que prestaría el servicio de conductor elegido en los municipios de Funza y Mosquera en el departamento de Cundinamarca.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico detallado del sector por medio de la observación directa y fuentes secundarias, con el fin de evaluar los antecedentes y los competidores directos e indirectos.
- Definir la estructura organizacional de la empresa permitiendo total claridad en cuanto a su naturaleza y fundamentación de las metas.
- Diseñar el plan de mercadeo, buscando oportunidades de atracción de clientes potenciales mediante una propuesta de valor para “TU CONDUCTOR”.
- Realizar un presupuesto de inversión definiendo factores tales como la inversión, costos y gastos del proyecto con el fin de ejercer control financiero dentro de la organización.

3. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL

3.1. MARCO CONCEPTUAL

En el entorno en donde se desarrolla la sociedad, al pasar los días se hace más notorio la presencia de problemas que requieren de alternativas de solución inmediata y a la vez efectiva. Para dar solución a estos problemas es importante la integración de un grupo interdisciplinar, conformado por personal de recursos humanos, financieros, técnicos y económicos que faciliten la producción de un bien que busca la satisfacción de las necesidades que la sociedad exige.

A continuación se relacionan conceptos claves para tener en cuenta en la presente sistematización:

- Accidente

“Acción o suceso eventual que altera el orden regular de las cosas de modo involuntario del cual resulta daño para las personas o las cosas...”³⁴

- Automóvil

“Vehículo movido por un motor de explosión o combustión interna, destinado al transporte terrestre sin carriles: se impone el automóvil monovolumen.”¹

- Conductor Elegido

Agencia que se ha especializado en prestar el servicio de conductores a domicilio o conductor elegido para compañías, eventos y personas particulares. El servicio de conductor elegido se genera debido a los altos índices de accidentes de Tránsito y muertes relacionadas con el consumo del alcohol, como

¹ (Definición ABC, 2017)

también por la creciente demanda de estos servicios en el mercado. (Movilidad, 2017)

- Embriaguez:

Perturbación pasajera producida por la ingestión excesiva de bebidas alcohólicas. (RAE, 2017)

- Empresa:

Unidad productiva agrupada y dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la creación continua de empresas. En general, una empresa también se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por el que se obtengan beneficios. (debitoor, 2017)

- Estudio Técnico

Según (Concha, 2011), el estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente.

El estudio técnico es realizado habitualmente por especialistas en el campo objetivo del proyecto (ingenieros, educadores, técnicos, etc.) y propone identificar alternativas técnicas que permitirían lograr los objetivos del proyecto y, además, cumplir con las normas técnicas (ambientales, agrónomas, sectoriales, de seguridad, etc.). Además propone diseños de proyectos de "tecnologías apropiadas", compatibles con la disponibilidad de recursos e insumos en el área donde se realiza el proyecto.

El estudio técnico definirá las especificaciones técnicas de los insumos necesarios para ejecutar el proyecto: el tipo y la cantidad de materias primas e insumos materiales; el nivel de calificación de la mano de obra; la maquinaria y los equipos requeridos; la programación de inversiones iniciales y de reposición y los calendarios de mantenimiento.

Esta información jugará dos papeles en el ciclo del proyecto: primero, dentro de la misma etapa de preparación, proveerá la información indispensable para realizar las evaluaciones financiera, económica y social así posteriormente constituirá las bases de la normativa técnica para la ejecución del proyecto.

- Estudio Administrativo Y Legal

Según (Rendon, 2013), el estudio administrativo dará información para identificación de necesidades administrativas en las áreas de planeación, personal, licitaciones, adquisiciones, información, comunicaciones, finanzas, y cobranzas, entre otras. Genera la información sobre las necesidades de infraestructura para el normal desarrollo de las labores en las áreas mencionadas. En él también se señalan los requerimientos de equipos y dotación de insumos para el adecuado funcionamiento administrativo. Un buen estudio administrativo es de gran importancia, ya que es común que un proyecto fracase por problemas administrativos, así estén dadas todas las demás condiciones para su éxito.

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. Una de las áreas más relevantes al estudio legal será la legislación tributaria. En ella se deberá identificar las tasas arancelarias para

insumos o productos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (limitada, anónima, en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto. Como puede apreciarse, este estudio debe adelantarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, a que un proyecto, altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. (Rendon, 2013)

Es indispensable darle una consideración adecuada a esos aspectos jurídicos antes de avanzar en la realización de un estudio e incurrir en altos costos en términos de recursos y tiempo de preparación.

- Estudio Financiero

Este estudio puede dar una buena idea sobre cuál es la estructura óptima de la gerencia financiera. Adicionalmente, busca establecer información relevante acerca de aspectos como las posibles fuentes y los costos del financiamiento, tanto interno como externo, y los criterios para el manejo de excedentes; también puede dar recomendaciones sobre manejo de depreciaciones y establecer criterios para definir los costos de oportunidad de los recursos del inversionista, y los costos que pueden clasificarse como muertos.

En general, generará información básica para la evaluación financiera. Adicionalmente, permite identificar las necesidades de liquidez y de fondos de inversión, para así construir y negociar el plan de financiamiento del proyecto. (Gerencie.com, 2017)

- Estudio Socio-Económico

Según (Mokate, 1998), Básicamente está dirigido a identificar y caracterizar claramente los distintos grupos de población que se ven implicados por el

proyecto, tanto por el lado de los beneficios como por el lado de los costos, de igual manera estudia las características del comportamiento de los afectados en los mercados de los diferentes bienes y servicios involucrados en la ejecución de un proyecto. Consiste en un estudio que recoge información relevante acerca de los diferentes aspectos relacionados con las condiciones sociales de los grupos afectados por el proyecto y los impactos en el bienestar que pueda causar el mismo

- Movilidad

Es mucho más amplio que el simple término transporte. La definición de este concepto comprende la búsqueda de la satisfacción de las necesidades de desplazamiento de personas y bienes, considerando para ello el mejoramiento de la accesibilidad en todos sus aspectos y para todo tipo de usuarios.

Propiciando la integración de los diversos modos existentes con el fin de reducir las distancias y el tiempo de recorrido, a través del diseño de una red eficiente de transporte urbano y al uso de tecnologías vehiculares no contaminantes. La movilidad vial se verá directamente afectada por la calidad y cantidad de la infraestructura vial, así como de la diversidad de medios de transportes a los que tengan acceso los usuarios, y afectará directamente a la calidad de vida en una ciudad. (Movilidad, 2017)

3.2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico de esta investigación, pretende dar diversas referencias para la solución del problema planteado; en él, se busca identificar elementos básicos

que le den un enfoque práctico empresarial a la investigación y de esta manera contribuir al adecuado estudio de factibilidad para la creación de la compañía “TU CONDUCTOR”.

Para ello es necesario citar diferentes temas que ayudaran a comprender mejor el enfoque de la investigación; por lo que se hace necesario desarrollarlos a lo largo del mismo como medio de análisis para poder dar solución al problema que se ha identificado.

3.2.1. TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN

La organización ha venido formando un papel muy importante para la sociedad en general, ya que es necesario que existan organizaciones funcionales para lo cual deben ser eficientes para que el mercado sea competitivo.

La organización ha sido definida desde diferentes puntos de vista de autores que a lo largo de la historia, se mostrarán algunas de ellas.

Para (Koontz & Heinz, 1998) la organización es la identificación, clasificación de actividades requeridas, asignación a un grupo de actividades a un administrador con poder de autoridad, delegación, coordinación y estructura organizacional. Para los autores el concepto es un poco versátil porque para algunos puede ser el sistema general y para otros ocupa solamente la parte estructural.

Según (León, 1985, pág. 68), “una organización es en el sentido más amplio, un acuerdo entre personas para cooperar en el desarrollo de alguna actividad”.

Entendida esta como la formalización de una entidad para llegar a una meta en común.

La organización está conformada por varios elementos, Mancebo del Castillo analiza las diversas escuelas del pensamiento administrativo, en donde encuentra los siguientes elementos involucrados en la organización, los cuales son: el ser humano, la motivación, el medio ambiente, el liderazgo, la comunicación, el conflicto, poder, cambio, toma de decisiones, participación y eficacia.

3.2.2. TEORÍA ADMINISTRATIVA

Según (Koontz & Heinz, 1998, pág. 6) dicen que “La administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplen eficientemente objetivos específicos”. Entendiéndose esta como un arte, el cual se basa en las conductas de las personas.

Administrar implica un proceso cuidadoso, en el cual se busca establecer la estructura organizacional que contribuya al cumplimiento de los planes por parte del personal y adquirir un personal idóneo. La labor de los administradores no es manipular a las personas, sino conocer sus motivaciones. La motivación de del personal muy importante en una empresa para obtener un mayor rendimiento y de esta manera obtener beneficios tanto en la organización como en el personal. (Koontz & Heinz, 1998)

La administración es el proceso de planeación, de organización, de la integración del personal, de la dirección y control de una organización, así mismo de hacer uso de todos los recursos para alcanzar metas conjuntas.

3.2.2.1. Proceso Administrativo

Según (Chiavenato, 2001), es el proceso de diseñar un ambiente el que los individuos que trabajen en grupo logren eficientemente la realización de los objetivos seleccionados para el normal funcionamiento de una empresa. Está constituido por cuatro funciones como lo son la planeación, organización, dirección y control. Se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades. Se ha comprobado que la eficiencia de la empresa es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores, y que ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios (órganos y cargos) a los fines que se desean alcanzar, muchos autores consideran que el administrador debe tener una función individual de coordinar, sin embargo parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

Planificación es el primer eslabón del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las soluciones del pasado, y se escojan planes y programas. Para tener una planeación correcta se debe buscar la innovación a través de la revisión de la solución planteada. (Fernández, 1983)

Organizar es el segundo eslabón, es un conjunto de reglas, cargos, comportamientos que han de respetar todas las personas que se encuentran dentro de la empresa, en donde su principal función es de disponer de la mejor manera de los recursos humanos, materiales y financieros. (Fernández, 1983)

Dirigir es el tercer eslabón, en el cual se ejecutan los planes, la motivación, la comunicación y la supervisión para alcanzar las metas de la organización. (Fernández, 1983)

El control se lleva a cabo por medio de la aplicación del resultado de acción comparándola con el plan y programas, evalúa las causas de las desviaciones y posibles medidas de corrección si así lo amerita para recalcular un nuevo plan. (Fernández, 1983)

3.2.3. TEORÍA DE MARKETING

El Marketing es definido como un proceso social y gerencial; en lo social los individuos y grupos crean intercambios de productos y valores con otros, con la finalidad de obtener lo que buscan y desean. En la parte administrativa, ha sido descrito como “el arte de vender productos” (Kotler, Roberto, & Lee, 2002, pág. 6)

Existe una definición más breve y concisa de concepto de Marketing, la cual dice que es un proceso donde son identificadas y satisfechas las necesidades humanas y sociales de una manera rentable. (Kotler, Roberto, & Lee, 2002)

3.2.3.1. Planeación Del Marketing Y Presupuestos Comerciales

Burbano encontró lo siguiente:

“La elaboración de los presupuestos comerciales de las empresas no puede limitarse a la simple suposición de que su futuro mercantil es la prolongación de los hechos pasados. Esto tendrá validez si y solo si las tendencias históricas muestran un crecimiento constante manifiesto en el mejoramiento gradual de la participación en el mercado. Si esta circunstancia no se da, sería equivocado utilizar como presupuesto los resultados obtenidos durante el último periodo de operaciones

empresariales y ajustarlo según los índices de precios establecidos para medir la inflación.” (Burbano, 2005, pág. 150)

Para tener una visión clara y consistente de las consecuencias tanto positivas como negativas de la inversión, es fundamental realizar una serie de análisis que proporcionaran una perspectiva previa de dicho análisis; en primera instancia mediante el diagnóstico mercantil, se definirán los objetivos, estrategias y programas que consideraran las fuerzas del entorno que favorecen o por el contrario restringen la capacidad competitiva de la empresa.

En segunda medida se procederá a la formulación de la estrategia corporativa la cual depende principalmente de las posibilidades de crecimiento de la empresa; dentro de las estrategias de crecimiento se involucran diferentes criterios como por ejemplo la penetración en el mercado objetivo.

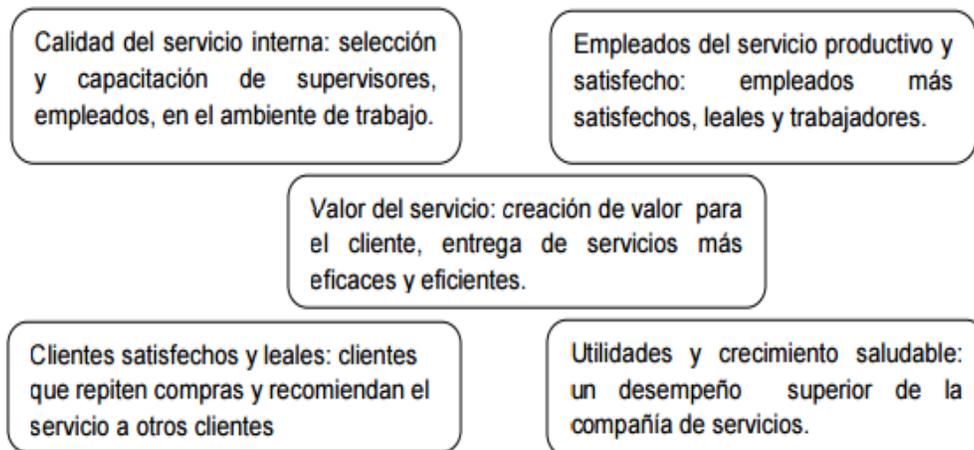
Partiendo de estos análisis, el siguiente paso es la realización del pronóstico de ventas del sector en términos de número de servicios prestados, así como el pronóstico de ventas de la empresa para determinar el establecimiento de precios de cada uno de los trayectos y de esta manera llegar a realizar los diferentes cambios necesarios en cuanto costos, gastos y precios para la obtención de utilidades beneficiando a los emprendedores del proyecto.

3.2.3.2. Estrategias De Marketing Para Compañías De Servicio

En este punto se hace hincapié en que las empresas de servicios de éxito, generalmente centran su atención tanto en sus clientes como en sus empleados; estas empresas utilizan la cadena de servicio- utilidades la cual comprende 5

eslabones que se describen a continuación en la figura # 1 (KOTLER & ARMSTRONG, 2007, pág. 269)

Figura # 1. Cadena de servicio-utilidad



(KOTLER & ARMSTRONG, 2007)

Kotler&Armstrong Encontraron que al igual que los fabricantes, las buenas compañías de servicios usan el marketing para alcanzar una posición sólida en los mercados meta que escogen. Sin embargo, ya que los servicios difieren de los productos tangibles, a menudo requieren enfoques de marketing adicionales. En un negocio de fabricación, los productos están más o menos estandarizados y pueden dejarse en los anaqueles en espera de los clientes, en cambio en un

negocio de servicios, el cliente y el empleado interactúan para crear el servicio. (KOTLER & ARMSTRONG, 2007)

Dentro de las estrategias del marketing que se deben tener en cuenta para el posicionamiento y reconocimiento de la empresa, tenemos que es de vital importancia la interacción eficaz de los prestadores del servicio con los clientes para que de esa manera se cree un valor superior durante los encuentros del servicio. “una interacción eficaz a su vez depende de la habilidad de los empleados de contacto y de los procesos de producción y apoyo del servicio que respaldan a esos empleados”. (KOTLER & ARMSTRONG, 2007)

3.2.3.3. Estrategias De Marketing En Empresas Prestadoras Del Servicio De Conductor Elegido

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, en diferentes ciudades de Colombia existen empresas que prestan el servicio de conductor elegido; una de ellas es Carlos Calle Expresos SAS ubicada en la ciudad de Villavicencio, en donde su marketing de servicio está conformado por la divulgación empresarial por los distintos medios electrónicos; como son página web, redes sociales, entre otras. (Carlos Calle Expresos SAS, 2017)

De esta misma manera se puede encontrar en la ciudad de Medellín el servicio de conductor elegido, se puede acceder a éste por medio de la utilización de la app de conductores elegidos, la cual hace parte su marketing empresarial. (Conductores elegidos.com, 2017)

Los medios electrónicos forman parte importante para empresas que se dedican a prestar servicio de conductor elegido como medio de acceder a los clientes.

3.2.4. Incremento de la calidad y productividad en el servicio

Lovelock&Wirtz Encontraron que el crecimiento fomenta la innovación y la creatividad generando nuevas ideas e iniciativas y estimulando a los gerentes en todas las áreas para pensar fuera de la caja. El crecimiento mantiene a una empresa vibrante y viva, convirtiéndola en un buen lugar para trabajar, un lugar que proporcione a los empleados beneficios económicos y oportunidades de desarrollo. (LOVELOCK & WIRTZ, 2009)

De acuerdo a lo anterior se acota que para el desarrollo de esta investigación es primordial la calidad del servicio, se busca crear valor agregado al servicio prestado por los conductores y que esto traiga consigo beneficios para la empresa en cuanto a su clima organizacional y también beneficios económicos para los propietarios al contar con una amplia demanda de clientes potenciales.

“Con el rápido aumento de sus costos, las compañías de servicios están sometidas a precisiones intensas para mejorar su productividad. Esto se puede lograr de varias maneras; los proveedores de servicios tiene la posibilidad de capacitar mejor a los empleados actuales o contratar a nuevos que trabajen más o con mayor habilidad; o bien, los proveedores de servicios pueden aumentar la cantidad de su servicio sacrificando cierta calidad” (KOTLER & ARMSTRONG, 2007, pág. 271)

3.3. MARCO LEGAL

El marco legal está definido por:

Constitución

- Artículo 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.
- ARTICULO 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

Normatividad Nacional

- Ley 1548: "Por La Cual Se Modifica La Ley 769 De 2002 Y La Ley 1383 De 2010 En Temas De Embriaguez Y Reincidencia Y Se Dictan Otras Disposiciones".
- Ley 1696 De 2013 "Por Medio De La Cual Se Dictan Disposiciones Penales Y Administrativas Para Sancionar La Conducción Bajo El Influjó Del Alcohol U Otras Sustancias Psicoactivas"

4. PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA

4.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE APRENDIZAJE

El proyecto se origina en el momento en que se descubre de manera relevante, la inconformidad por parte de los personas que utilizan

constantemente servicios de conductor elegido por razones tales como costos y falta de servicio en el sector.

Es importante analizar que en la actualidad una persona puede solicitar un servicio de conductor elegido de dos maneras principalmente, la primera de ellas es por medio de la compañía aseguradora la cual incluye este servicio adicional al servicio de seguro contra todo riesgo de su vehículo o motocicleta; pero esto no es del todo conveniente para el usuario ya que existe un número límite de servicios que un usuario puede pedir durante un año, y adicionalmente cada vez que el usuario utilice este servicio, la compañía de seguros lo tomará como una reclamación por tanto en el momento de la renovación de la póliza, el usuario verá reflejado un incremento monetario en la misma, muchas veces sin tener el conocimiento de que dicha compañía de seguros está cobrando en esa renovación todos los servicios solicitados durante el año anterior.

La segunda manera de obtener un servicio de conductor elegido es por medio de una empresa privada prestadora de estos servicios, la inconformidad en este punto radica de los altos costos que un usuario debe pagar por un trayecto promedio en la ciudad, ahora bien estos costos aún son más elevados cuando el trayecto incluye salir de la ciudad como es el caso de las personas que habitan en el municipio de Mosquera y Funza Cundinamarca, y por supuesto demás municipios aledaños.

Adicionalmente cabe resaltar que actualmente no existe una empresa formalmente constituida en Mosquera y Funza Cundinamarca dedicada a prestar dichos servicios.

En consecuencia a todo lo anterior las personas que habitan estos municipios y frecuentan los diferentes lugares de esparcimiento en la zona,

tales como bares y discotecas deciden dejar sus vehículos en la casa y tomar otro medio de transporte, o en el peor de los casos al llevar su vehículo, deciden regresar a casa conduciendo en estado de embriaguez arriesgando su vida y la de sus ocupantes, arriesgando el estado de su vehículo, cometer infracciones o sanciones que ameritan este tipo de comportamientos.

4.2. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES PARTICIPANTES E INVOLUCRADOS

Teniendo en cuenta que la empresa “Tu Conductor” será creada para la prestación de servicio en los municipios de Mosquera y Funza, se puede decir que en primer lugar la población involucrada es aquella que supera los 18 años de edad y que habite en los municipios anteriormente mencionados.

Además como actores involucrados se pueden considerar empresas que prestan el servicio de conductor elegido, que para este caso en los municipios mencionados no cuentan con dicha empresa constituida; existen empresas constituidas en ciudades cercanas como Bogotá que prestan el servicio de conductor elegido hacía municipios aledaños pero a un costo elevado, también están las empresas aseguradoras que prestan éste mismo servicio el cual tiene características particulares y condiciones de uso.

Aseguradoras que prestan servicio de conductor elegido:

- Sura
- Allianz
- Mapfre
- Seguros Bolívar

4.3. DISEÑO METODOLÓGICO

4.3.1. Tipo de la Investigación

Estudio Descriptivo

El tipo de estudio de la investigación es descriptivo ya que se espera que los resultados de la investigación sirvan como base para la decisión de implementar o no la idea de negocio para la empresa “TU CONDUCTOR”, teniendo en cuenta que el problema de investigación abarca comportamientos sociales, actitudes, creencias, formas de pensar y actuar del universo estudiado.

(Méndez, 2006) Encontró que: el estudio descriptivo permite:

- Establecer las características demográficas de unidades investigadas
- Identificar formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación
- Establecer comportamientos concretos
- Descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación.

Según (Méndez, 2006) los estudios descriptivos tienen como propósito la delimitación de hechos que conforman el problema de investigación. Estos estudios acuden a técnicas de recolección de información como la observación, las entrevistas, cuestionarios, informes de otros investigadores y el muestreo.

4.3.2. Población

Dado que la investigación está orientada a una zona específica, la población se encuentra compuesta por 41.403 habitantes en el municipio de Mosquera Cundinamarca en un rango de edad entre 15 y 44 años según indicadores brindados por la Alcaldía del municipio para el año 2017.

4.3.2.1. Muestra

Según (Hernández S, Fernández C, & Baptiste L, 2006) la muestra es un subgrupo de la población, la cual debe ser representativa. Existen la prueba probabilística y la no probabilística. Dado el tipo de investigación que se realizara, la muestra será probabilística.

Según (Berenson, Levine, & Krehbiel, 2006) las muestras probabilísticas permiten elaborar inferencias sin sesgo de la población de interés. El tipo de muestra probabilística utilizado para este estudio es el aleatorio simple.

Según (Berenson, Levine, & Krehbiel, 2006) en una muestra aleatoria simple, todos los elementos dentro del marco tienen las mismas posibilidades de selección que cualquier otro. Además, cada muestra de un tamaño fijo tiene las mismas posibilidades de selección que cualquier otra muestra del mismo tamaño.

4.3.2.2. Población Finita

Indicadores para determinar el tamaño de la muestra

Población	Nivel de	Nivel de error	Probabilidad	No
-----------	----------	----------------	--------------	----

Total (N)	confianza (z)	(e)	del suceso (p)	probabilidad del suceso (q)
41403	95% (1,96)	5% (0,05)	50% (0,5)	50% (0,5)

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{(e^2 * N - 1) + (z^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 41403}{(0,05^2 * 41402) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{39763,4}{104,5}$$

$$n = 380,5$$

Teniendo en cuenta la magnitud en el resultado de la muestra, se tomó el 26% de esta para realizar el estudio, es decir que se encuestaron a 100 personas.

4.3.3. Método de Investigación

4.3.3.1. Método inductivo/Deductivo

El método de la investigación es inductivo- deductivo ya que en primera instancia se partirá de la identificación razones por las cuales los usuarios no usan servicios de conductor elegido en las zonas de Mosquera y Funza cuando realizan sus actividades de esparcimiento relacionados con el alcohol, Con el fin de llegar a un argumento sólido para implementar la empresa "TU CONDUCTOR" en el sector.

Según (Méndez, 2006) el método inductivo permite observar fenómenos particulares que enmarcan el problema de investigación y posteriormente concluir proposiciones y así mismo premisas que expliquen fenómenos similares al estudiado. Por otro lado, el método deductivo “permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas. Esto es que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general” (Méndez, 2006, pág. 240)

4.3.3.2. Enfoque Cualitativo

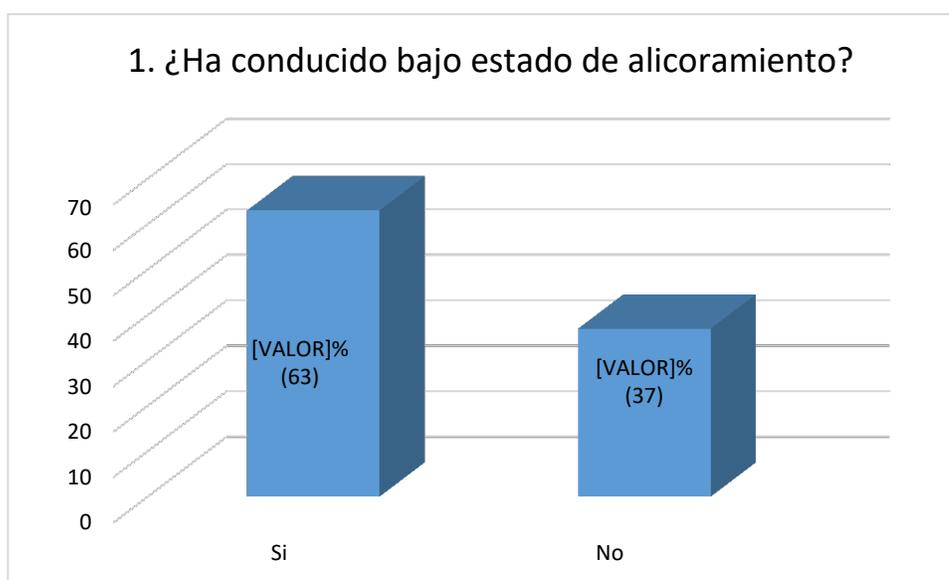
El enfoque de la investigación es cualitativo, ya que se recopila información de fuentes secundarias como lo son internet, libros, revistas, periódicos, base de datos, entre otros. Los cuales aportaran los sustentos teóricos relacionados con cada uno de los procesos necesarios para evaluar la viabilidad del proyecto TU CONDUCTOR SAS, para la prestación del servicio de conductor elegido en la zona de Funza y Mosquera, relacionado con aspectos legales y financieros.

4.3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información

Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de información y se aplicó el cuestionario a personas entre los 15 y 44 años de edad habitantes de los municipios de Funza y Mosquera, compuesto por una totalidad de catorce (14) preguntas cerradas. (Ver Anexo 1)

4.3.5. Presentación de Resultados y Análisis de la Encuesta

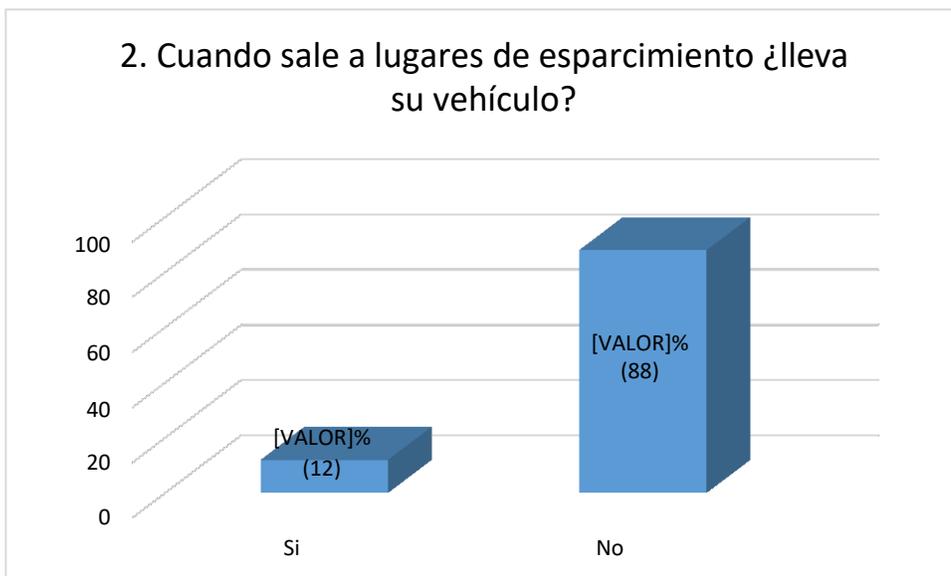
Gráfico #1



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, 63 personas si han conducido bajo estado de aminoramiento y 37 no lo han hecho.

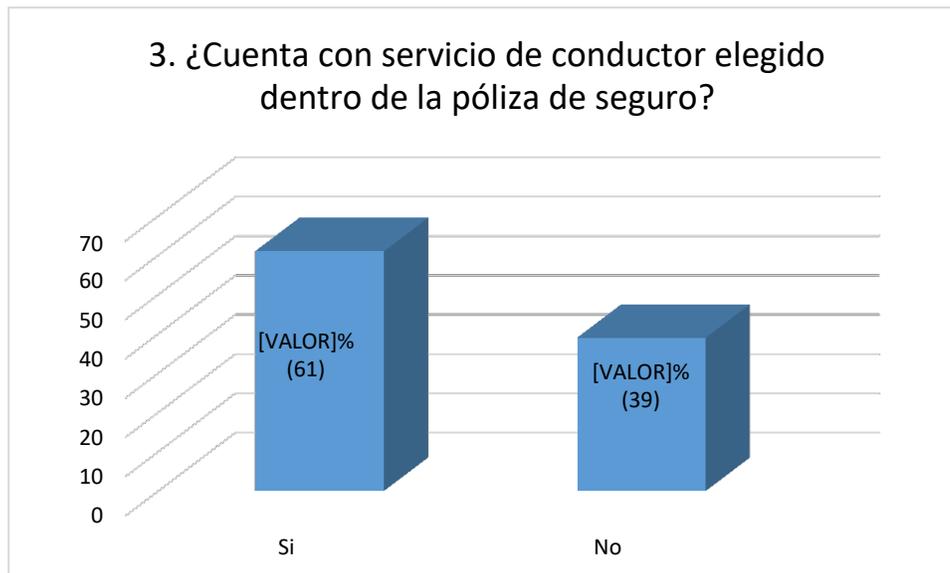
Gráfico #2



Fuente: Autores de la investigación.

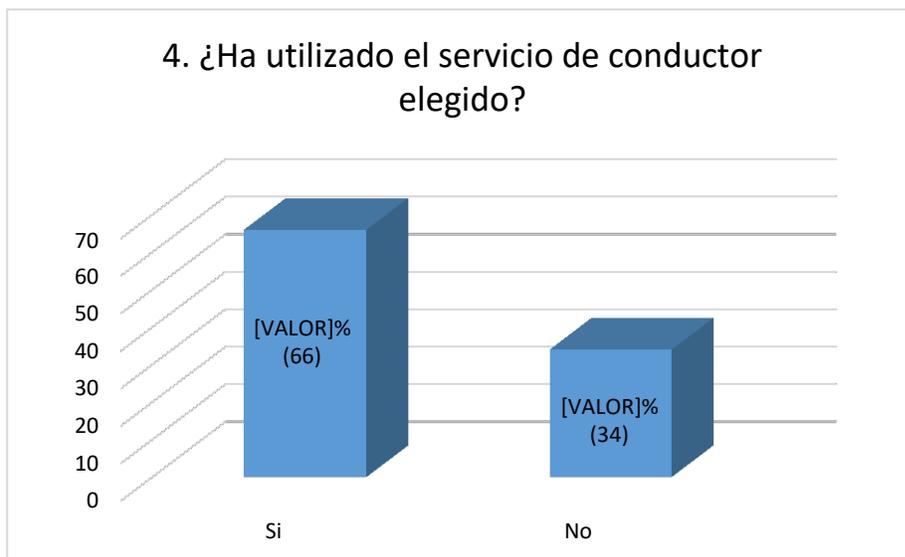
Se encontró que de las 100 personas encuestadas, 12 personas si llevan su vehículo cuando salen a lugares de esparcimiento y 88 no lo llevan.

Gráfico #3



Fuente: Autores de la investigación.

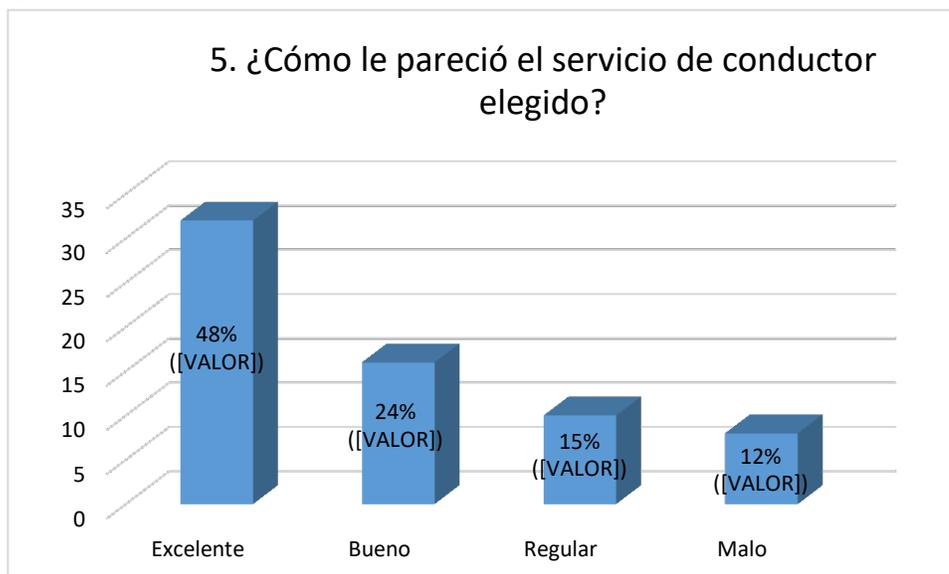
Gráfico #4



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, 66 personas si han utilizado el servicio de conductor elegido y 34 personas no lo han utilizado.

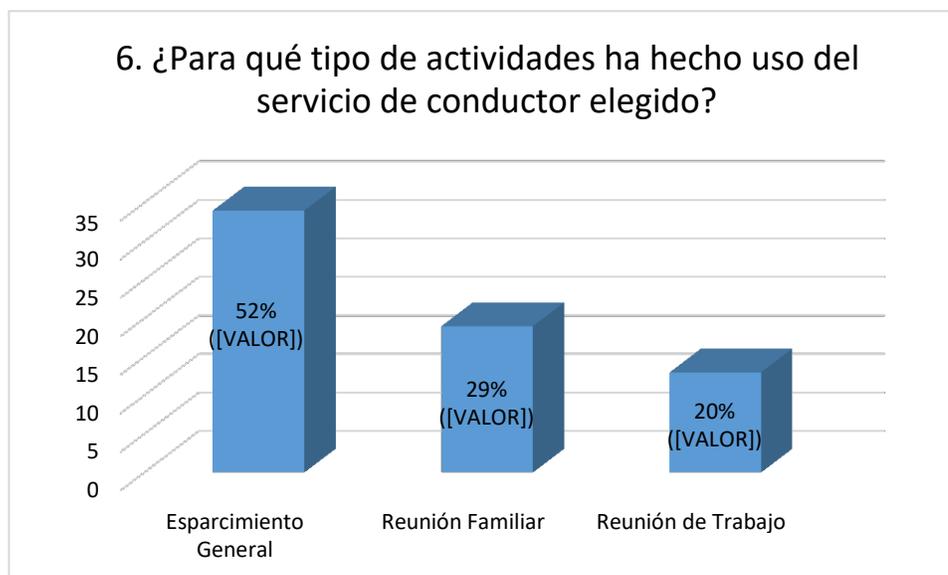
Gráfico #5



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas y de las 66 personas que han utilizado el servicio de conductor elegido, a 32 personas les parece excelente el servicio de conductor elegido, a 16 personas les parece bueno, a 10 personas les parece regular y a 8 personas les parece malo el servicio de conductor elegido.

Gráfico #6

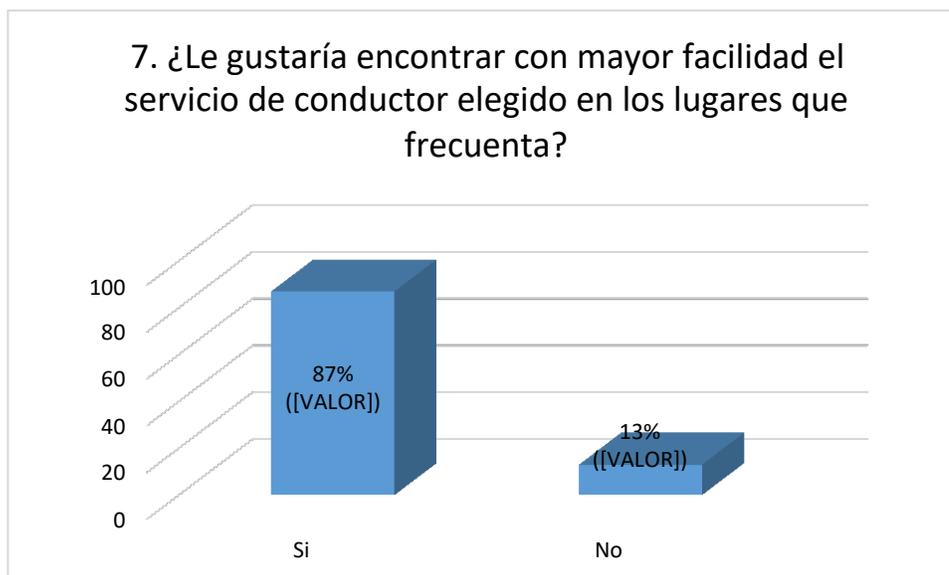


Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas y de las 66 personas que han utilizado el servicio de conductor elegido, 34 personas utilizan el servicio de

conductor elegido para esparcimiento general, 19 personas para reuniones familiares y 13 personas para reuniones de trabajo.

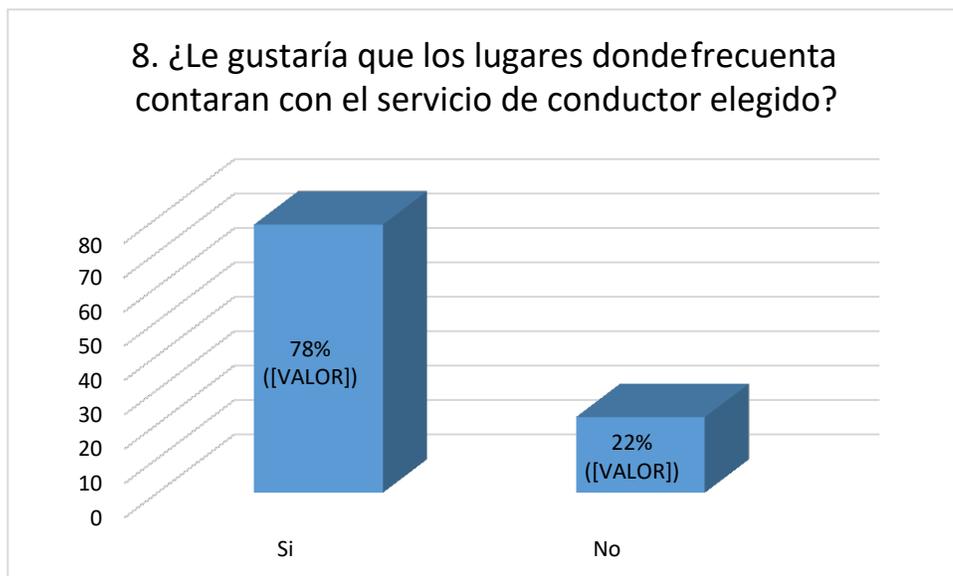
Gráfico #7



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, a 87 personas si les gustaría encontrar el servicio de conductor elegido más fácil en el lugar que frecuentan, a 13 personas no le gustaría

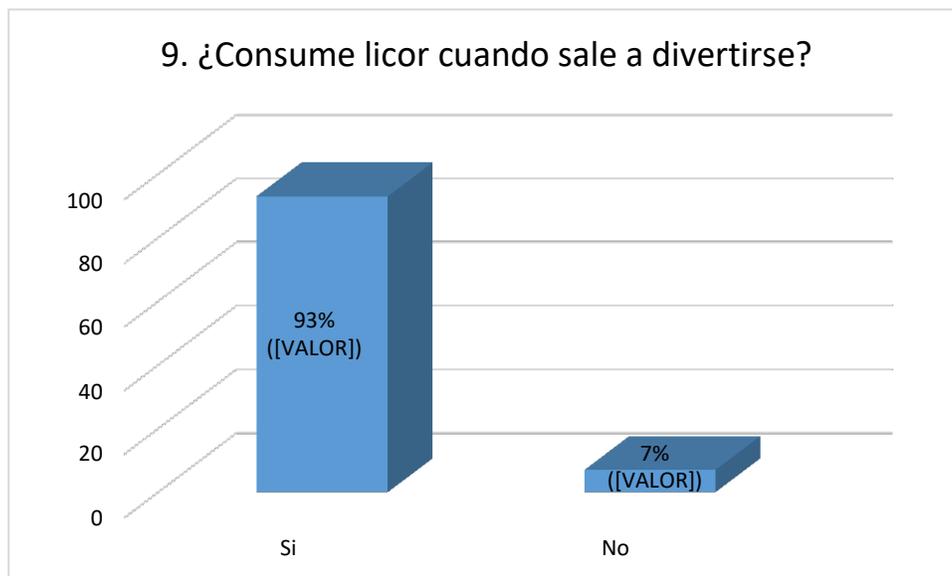
Gráfico #8



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, a 78 personas si les gustaría que en los sitios donde van a rumbeo encontraran el servicio de conductor elegido, a 22 personas no les gustaría.

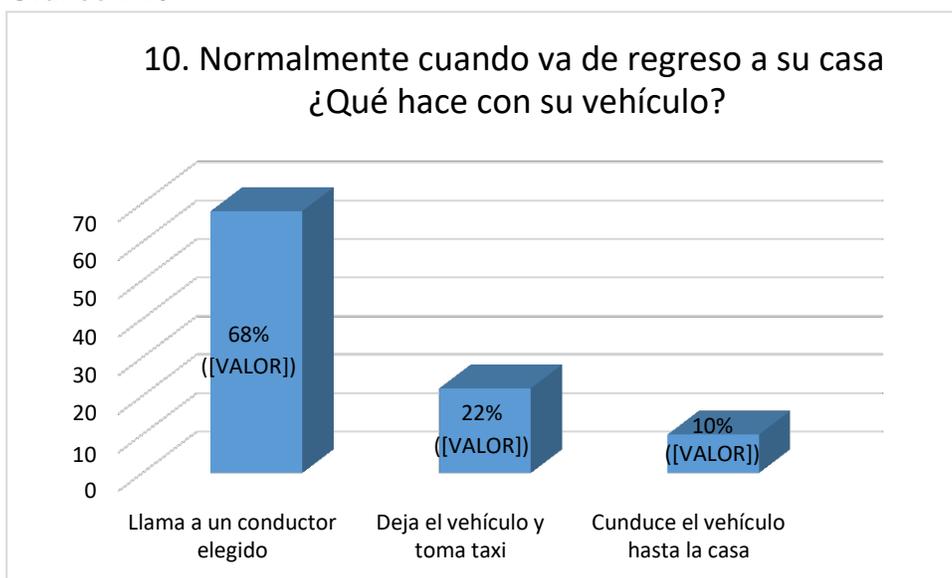
Gráfico #9



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, 93 personas si consumen licor cuando salen a bares y discotecas, y 7 personas no consumen licor.

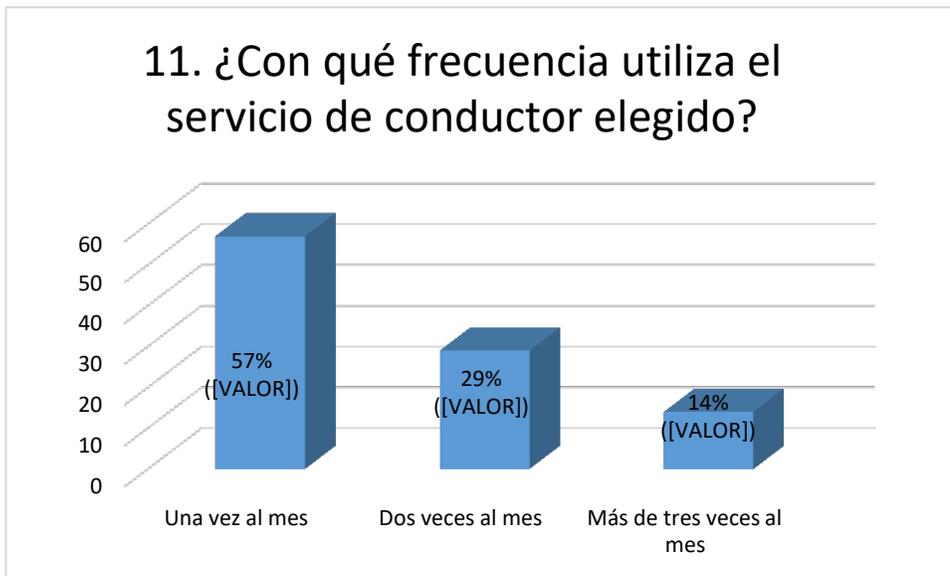
Gráfico #10



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, cuando retornan a casa 68 personas llaman a un conductor elegido, 22 personas toman taxi y dejan el vehículo y 10 personas conducen a casa.

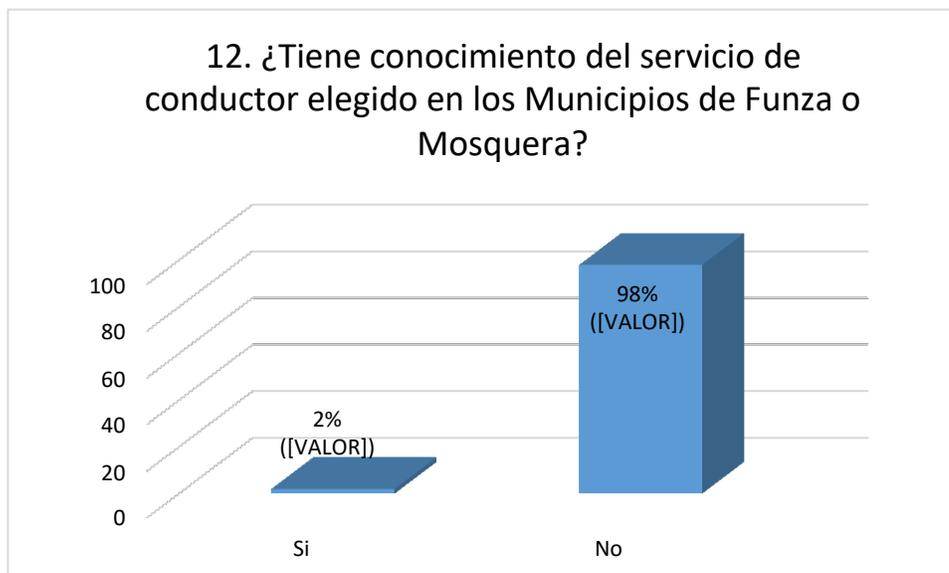
Gráfico #11



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, 57 personas utilizan el servicio de conductor elegido una vez al mes, 29 personas lo utilizan dos veces al mes y 14 personas lo utilizan más de tres veces al mes.

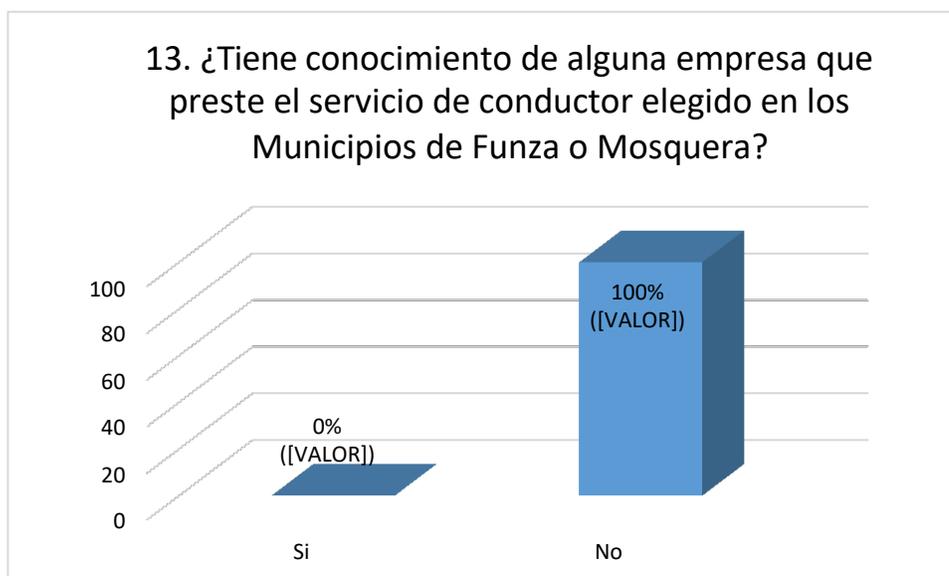
Gráfico #12



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, 98 personas no tienen conocimiento del servicio de conductor elegido en Funza y Mosquera, y 2 personas si lo tienen.

Gráfico #13



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, ninguna tiene conocimiento de alguna empresa que preste el servicio en Funza o Mosquera.

Gráfico #14



Fuente: Autores de la investigación.

Se encontró que de las 100 personas encuestadas, a 98 personas les gustaría que los establecimientos tuvieran convenios con empresas de conductor elegido, y a 2 personas no les gustaría.

Conclusión general de los resultados de la encuesta

De acuerdo a los diferentes análisis realizados de cada una de las preguntas de la encuesta, podemos concluir que las personas que frecuentan establecimientos tales como bares y discotecas en el sector de Funza y Mosquera, no conocen y por ende no utilizan empresas de conductor elegido, es por esta razón que acuden a otras opciones a la hora del regreso a casa.

Por consiguiente es importante crear e implementar la empresa TU CONDUCTOR, la cual tendrá grandes beneficios para toda la sociedad del sector.

4.4. ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

4.4.1. Variables, Indicadores, Herramientas E Instrumentos

4.4.1.1. Propuesta Del Negocio

4.4.1.1.1. Características Del Servicio

“Tu Conductor” será una empresa que prestará el servicio de conductores elegidos en los municipios de Mosquera y Funza, generando un impacto social a las personas ubicadas en esta zona, disminuyendo la tasa de accidentalidad que se presenta actualmente.

La característica principal es la conexión que existe entre el cliente que solicita el servicio y el conductor, funcionando así como un servicio exclusivo generando vinculación privada. La forma en enlazar al cliente con el conductor ha sido revolucionario e innovador en el mercado de los servicios.

- Sencilla manera de solicitar servicio de conductor elegido: A través de una llamada, contacto por cualquiera de los medios de contacto que contamos, agenda su conductor elegido, fecha, hora y punto de encuentro.
- Puntualidad en la recogida: En menos de 15 minutos el conductor elegido, está en la dirección requerida por el cliente.
- Seguridad: La organización, contará con un riguroso programa de aceptación, para el cumplimiento de algunos requisitos mínimos para garantizar la seguridad de nuestros clientes, tanto internos como externos.

- Evaluación: El usuario podrá valorar o calificar el servicio, por medio de una calificación de 1 a 5 estrellas. Esta evaluación se hará escrita en un formato de encuesta de satisfacción.

4.4.1.1.2. Ventaja Competitiva



TU CONDUCTOR, ofrece un servicio de excelente calidad ya que contará con el mejor equipo de trabajo con sentido de pertenencia, a disposición de todos nuestros clientes de manera inmediata, ubicados en el sector de Funza y Mosquera, , asegurando así un excelente servicio, manejamos cortos tiempos de respuesta para atender cualquier solicitud oportunamente.

A la hora que los usuarios necesitan nuestros Conductores Elegidos, estos están altamente comprometidos para llegar y contribuir para llevar al usuario a llegar seguro a casa.

No es conveniente arriesgar la seguridad propia ni menos la seguridad de los acompañantes o de terceros por no llamar un Conductor Elegido

Solicitar el servicio de conductor elegido genera a los usuarios un costo bajo comparado con lo que costaría una sanción y los costos asociados a ella.

4.4.1.2. Modelo del Negocio

4.4.1.2.1. Segmentación del Mercado

Teniendo en cuenta que el mercado del servicio de conductor elegido, en su mayoría ofrecen el servicio en Bogotá, y que son muy pocas las empresas que prestan el servicio de conductor elegido a las afueras de Bogotá, por lo tanto se decidió que la segmentación de mercados estará enfocada en Funza y Mosquera teniendo en cuenta variables demográficas, y puntos a favor que tiene esta zona, como la alta demanda de bares y distribuidores de licores.

4.4.1.2.2. Propuesta de Valor

La propuesta de valor va enfocada al fortalecimiento y la importancia del servicio Post Venta, ya que de acuerdo a ello la empresa tiene oportunidades de corregir sus falencias y crecer en función a las necesidades del usuario.

El servicio postventa incluye todas aquellas actividades que se hagan posterior a la prestación del servicio, y es importante para “TU CONDUCTOR” por lo siguiente:

- El cliente necesita saber que hay una empresa detrás del servicio que ha adquirido, y sobretodo que en esta, hay personas dispuestas a ayudarlo.
- La empresa deberá saber aspectos tales como, si el cliente está satisfecho con el servicio, si el proceso de contacto ha sido sencillo desde el punto de vista del cliente, si el cliente considera que debe hacerse algún cambio o mejora.
- La mejor forma de fidelizar a un cliente, es a través del contacto permanente. No hay nada que cree más lealtad de marca, que el hecho de que un cliente sepa que para TU CONDUCTOR, y todas las personas que hacen parte de ella; él y su opinión son importantes.

Darle seguimiento a los clientes con una llamada, con un correo o de alguna manera pedirle al cliente que hable de su experiencia con el servicio

Escuchar lo que el cliente tiene para decir, pero sobre todo evaluar y corregir. Muchas veces se ignora lo que el cliente dice, y no se toman medidas correctivas.

Capacitar a todos los miembros de TU CONDUCTOR para el manejo de incidencias y quejas, estas deben ser vistas como oportunidades de mejora.

4.4.1.3. Estudio Organizacional

4.4.1.3.1. Tipo Y Naturaleza De La Empresa

“Tu Conductor” se identificará como tipo de empresa, sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) de naturaleza privada, las características principales del tipo de la empresa son; el acto constitutivo se celebrara por contrato privado, autenticado antes de la inscripción correspondiente, el pago del capital puede ser pactado en el contrato de la sociedad con plazos distintos los cuales están

estipulados en el código de comercio, en cuanto a las responsabilidades, los socios solo responden hasta el monto de sus aportes.

4.4.1.3.2. Constitución De La Empresa Y Aspectos Legales

Constitución de la empresa: El proceso de constitución de una organización, representa una tarea ardua, no por su complejidad sino por la laboriosidad de la formalización en cuanto a documentación. Factores importantes y claves al momento de constituir Tu Conductor S.A.S; Acta de constitución, número de socios, Capital social, Obligaciones fiscales, responsabilidades frente a terceros, ente regulador, Registro único tributario, pólizas de seguros.

Aspectos legales: se tomará en cuenta, la ley 1429 de 2010, decreta normas generales, incentivos para formalización empresarial, simplificación de trámites para facilitar la formalización, y algunos beneficios tributarios que las empresas pueden tener acceso, para tener deducciones en cuanto a impuestos nacionales.

Resolución número 000139 del 21 de noviembre de 2012, por la cual, la dirección de impuestos y aduanas nacionales, adopta la clasificación de actividades económicas, CIIU, para efectos de control y determinación de impuestos nacionales, se apoyará consultando la norma para clasificar la actividad comercial.

Ley 222 de 1995, por el cual se modifica el libro II del código de comercio, y se expiden nuevos procesos y procedimientos que ejercen los comerciantes, este libro se tomará en cuenta ya que en él, se mencionan las obligaciones, responsabilidades, beneficios que tienen los comerciantes.

4.4.1.3.3. Estructura Organizacional

La base de toda organización es la estructura en la que está fundamentada, en donde se observa la división de departamentos, actividades, roles de funciones, perfiles de cargo, entre otros, y de esta manera definir responsabilidades y funciones.

El tipo de estructura será la ESTRUCTURA JERÁRQUICA, y surge de la necesidad de dividir ciertas actividades y ciertas aptitudes para desempeñar diferentes roles. En donde se conforma por departamentos previamente estipulados, asimismo se nota claramente la subordinación en los distintos niveles. (Enciclopedia Financiera, 2017)

En la figura 3, se muestra la estructura formal de TU CONDUCTOR S.A.S.

4.4.1.3.3.1. Misión

Prestar el servicio de conductor elegido, en las ciudades de Funza y Mosquera, dedicando todos los esfuerzos y capital humano para sembrar conciencia; y así ayudar a mitigar el impacto causado por la accidentalidad bajo los efectos del alcohol.

4.4.1.3.3.2. Visión

Nuestra visión para el año 2022 es consolidarnos como la empresa prestadora de servicios en el sector de conductor elegido, generando progreso y oportunidades de empleo.

4.4.1.3.3.3. Valores Corporativos

PARTICIPACIÓN: Será una empresa democrática, donde cada colaborador tiene incidencia en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades.

EQUIDAD: facilitará el desarrollo integral de los colaboradores, mediante la distribución justa e imparcial de los beneficios que otorga la organización.

HONESTIDAD: garantizará que todas las operaciones son con transparencia y rectitud

RESPONSABILIDAD: Obrar con seriedad, en consecuencia con los deberes y derechos, acorde a la misión y visión de la organización.

RESPECTO: escuchar, entender y valorar las opiniones del cliente interno y externo.

CONFIANZA: Cumplir con lo prometido al ofrecer el mejor servicio de conductor elegido en la zona de Funza y Mosquera.

4.4.1.3.3.4. Organigrama

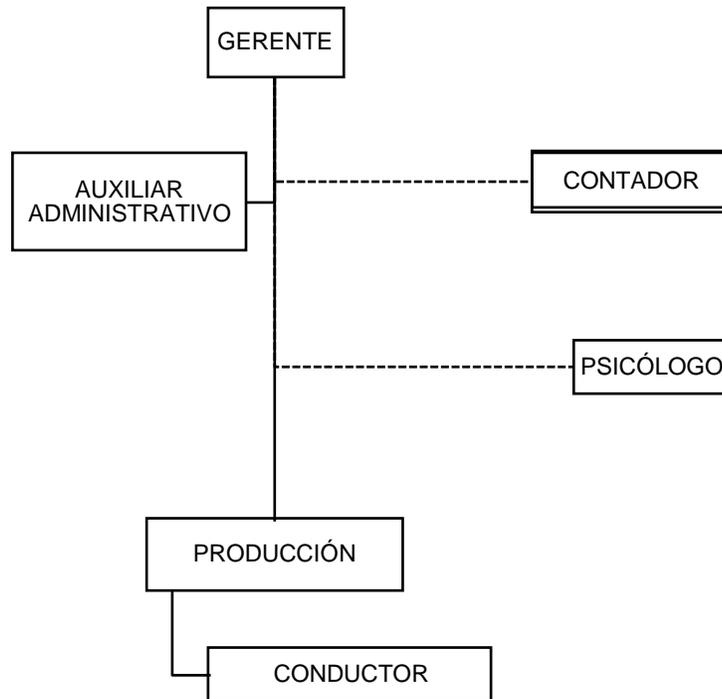


Figura 3

Fuente: Autores de la investigación

4.4.1.3.3.5. Manuales de Funciones

Los manuales de funciones son una herramienta en la que se describen puntualmente las funciones que deben seguirse para el desarrollo de la actividad laboral, en dichos manuales se especifican básicamente las funciones, los objetivos y el perfil de los diferentes puestos de trabajo que se encuentren en la estructura orgánica de la empresa.

Estos manuales fueron diseñados para cada uno de los cargos en la empresa “Tu Conductor” con el fin de tener claridad puntual del papel que debe desarrollar cada colaborador en el ejercicio de la prestación del servicio,

de manera que se eviten inconvenientes dentro del clima laboral por la falta de claridad en el desempeño de las labores diarias.

Para la empresa “Tu Conductor” se ha creado el siguiente manual de funciones:

Tabla # 1: manual de Funciones Gerente

MANUAL DE FUNCIONES	
ÁREA	Gerencia
CARGO	Gerente
NÚMERO DE PERSONAS	1
I. RESÚMEN DEL CARGO	
<p>El gerente es el encargado de la supervisión , dirección y control de todas las actividades relacionadas con el desarrollo de la actividad laboral; de igual manera el gerente es el encargado de verificar el normal funcionamiento de las actividades diarias en el sitio de trabajo, por otro lado debe motivar a todo el grupo de trabajo , para la realización correcta de sus labores y servir de apoyo y soporte al grupo de trabajo en general, velando por su cuidado y respondiendo con los respectivos pagos der salario y demás prestaciones de ley en las fechas establecidas.</p>	
II. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<p>Garantiza el bienestar de cada uno de los miembros del equipo de trabajo. Garantizar que los insumos y productos disponibles para la venta sean de excelente calidad. Hacer una retroalimentación con el grupo de trabajo de las novedades que se pueden presentar a lo largo de la semana en relación con los clientes.</p>	

<p>Realizar los pagos respectivos en las fechas correctas</p> <p>Velar por la reducción de gastos en la empresa para el incremento de la rentabilidad.</p> <p>Mantiene un agradable ambiente laboral.</p> <p>Tener contacto directo con los proveedores.</p> <p>Dirigir el proceso de contratación y despido del personal.</p>	
III. REQUERIMIENTOS BÁSICOS	
COMPETENCIAS BÁSICAS	Liderazgo, autoridad, responsabilidad.
EDUCACIÓN	Administrador de Empresas o formación administrativa.
EXPERIENCIA	4 años

Tabla # 2: Manual de Funciones Auxiliar Administrativo

	MANUAL DE FUNCIONES
ÁREA	Administración
CARGO	Auxiliar administrativo
NÚMERO DE PERSONAS	1
I. RESÚMEN DEL CARGO	
<p>Es el encargado de realizar las actividades correspondientes a los cortes de nómina en los períodos establecidos por la empresa y de igual manera es el encargado de todo el papeleo relacionado con las actividades mensuales.</p>	

II. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<p>Informar a Gerencia el reporte quincenal de los descuentos por alimentación de cada una de las personas.</p> <p>Diligenciar los formatos para las afiliaciones a seguridad social.</p> <p>Generar los desprendibles para pago de nómina.</p>	
III. REQUERIMIENTOS BÁSICOS	
COMPETENCIAS BÁSICAS	Autonomía, eficiencia, responsabilidad
EDUCACIÓN	Técnica o Tecnológica en áreas administrativas.
EXPERIENCIA	1 años

Tabla # 3: Manual de Funciones Contador

MANUAL DE FUNCIONES	
ÁREA	Financiera
CARGO	Contador
NÚMERO DE PERSONAS	1
I. RESÚMEN DEL CARGO	
<p>El contador es el encargado de la caución de los diferentes hechos económicos como por ejemplo impuestos, compras, ventas, control de inventarios, preparación y proyección de las declaraciones tributarias y los diferentes informes con destino a las diferentes entidades estatales que rige la</p>	

ley .	
II. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<p>Realizar inventario físico.</p> <p>Diligenciar y tramitar el pago de impuestos tales como el impuesto al consumo Y declaración de renta.</p> <p>Llevar un control mensual de los movimientos.</p>	
III. REQUERIMIENTOS BÁSICOS	
COMPETENCIAS BÁSICAS	Responsabilidad, eficiencia, compromiso, puntualidad
EDUCACIÓN	Profesional en Contaduría pública
EXPERIENCIA	3 años

Tabla # 4: Manual de Funciones Psicólogo

	MANUAL DE FUNCIONES
ÁREA	Gestión Humana
CARGO	Psicólogo
NÚMERO DE PERSONAS	1
IV. RESÚMEN DEL CARGO	
<p>El psicólogo es el encargado del proceso de selección, capacitación y contratación del personal, asimismo velar por el bienestar laboral de los colaboradores.</p>	
V. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	

<p>Aplicar e interpretar pruebas.</p> <p>Realizar entrevistas por competencias.</p> <p>Reclutamiento de personal.</p> <p>Contratación de personal.</p> <p>Realizar plan anual de bienestar.</p>	
VI. REQUERIMIENTOS BÁSICOS	
COMPETENCIAS BÁSICAS	Responsabilidad, eficiencia, compromiso, puntualidad, autonomía.
EDUCACIÓN	Profesional en Psicología
EXPERIENCIA	2 años

Tabla # 5: Manual de Funciones Conductor

	MANUAL DE FUNCIONES
ÁREA	Producción
CARGO	Conductor
NÚMERO DE PERSONAS	2
I. RESÚMEN DEL CARGO	
<p>Conductor es el encargado de realizar la parte productiva de la empresa, es quien se encargará de trasladar a los clientes; es quien tiene contacto directo con los mismos, por ende deberá tener alto sentido de pertenencia hacia la empresa, buena actitud de servicio y buena presentación personal, sentido de orientación.</p>	

II. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
Seguir los lineamientos de la empresa. Cumplir con los tiempos estimados. Brindar servicio al cliente. Trasladar a los clientes. Cumplir normas de tránsito.	
III. REQUERIMIENTOS BÁSICOS	
COMPETENCIAS BÁSICAS	Capacidad de trabajar equipo, sentido de pertenencia, responsabilidad, cumplimiento, honestidad.
EDUCACIÓN	Básica primaria, Bachiller.
EXPERIENCIA	1 año

4.4.1.3.4. Estrategias Corporativas

Para tener en cuenta...

- I** Ser efectivo: esto significa que realmente a quien se quiere vender el servicio, compre; lo clave en este punto es investigar previamente al tipo de personas que frecuentan las zonas rozas en los municipios de Mosquera y Funza, si se tiene una preparación previa a la conversación con el cliente, será bastante notorio entre las partes y por ende las probabilidades de éxito serán aún mayores.

- Conocer más a fondo los prospectos: ser proactivo y definir las características de los candidatos a convertirse en los clientes. Esto se llama perfilar. El tema es encontrar toda esta información antes de hacer contacto.
- Poner atención a los detalles: No sólo se debe enfocar en la necesidad, también hay que conocer las expectativas de los clientes potenciales. Para esto se deberá analizar TODO EL TIEMPO, qué es lo que los usuarios esperan de “Tu conductor” a cambio del dinero que pagarán por dicho servicio.
- Diversificar: Empezar a tener en cuenta que, un solo sector no debe representar más del 20% del total de los servicios prestados de la empresa. De ser así, se enfrentará a una gran presión para vender y es cuando vienen los errores; trazar un plan B en donde se contemplará salir a buscar más clientes, como diversificar, ampliar y complementar el catálogo de servicios.

Es muy importante tener en cuenta dichas estrategias ya que aplicarán al servicio prestado por estar ligadas a la prestación de un excelente servicio, enmarcando la finalidad de la misión de la empresa “Tu Conductor”; de esta manera se garantizará la calidad en los procesos que conllevan al mismo.

Para consolidar las estrategias corporativas se seguirá éste plan de acción:

1. Publicación de las estrategias corporativas tanto en las instalaciones de la empresa como en los medios electrónicos.
2. Capacitación al personal sobre las estrategias corporativas, para hacer que se apropien de las mismas creando cultura.
3. Encuesta periódica al personal.
4. Encuesta de satisfacción al cliente.
5. Retroalimentación y enriquecimiento de las estrategias corporativas.

Estrategias de distribución y ventas

Reconocimiento Online: Las ventajas principales de la publicidad online, es que se aumentará exponencialmente la cobertura de potenciales clientes ya que el territorio es mucho mayor en donde se pueda llegar a cualquier cliente independientemente de su ubicación, por unos costes fijos muy bajos.

Venta entre empresas: Es importante buscar como clientes otras empresas que puedan necesitar dichos servicios. La empresa debe vender a otras empresas, esto se denomina actualmente como networking. Existen plataformas u organizaciones que se encargan de poner en contacto empresas para que hagan negocios entre ellos.

La distribución a través de los clientes de la empresa o la prescripción: Es importante tener claridad sobre que un cliente trae más clientes. Es una forma muy básica de distribución y para que sea efectiva se debe organizar, concediendo incentivos a los clientes que actúan como prescriptores y creando una red de afiliados. Esta forma de distribución trae clientes nuevos a muy bajo costo y fideliza a los clientes prescriptores.

4.4.1.3.4.1. Canales de Comunicación

- Campañas publicitarias: se utilizarán tarjetas de visita, Brochure electrónicos y físicos, página Web, Redes sociales y Mailings.
- Relaciones Públicas: se entregará publicidad en los diferentes bares ubicados en Mosquera y Funza.
- Merchandising: Animación y adecuación de las instalaciones de la empresa con material publicitario que sea atractivo y favorezca la venta y/o atracción de clientes potenciales.
- Imagen de la empresa: Marcas, colores, logo, papelería, envase y embalaje, rótulos, uniformes y catálogos.

4.4.1.3.5. Estrategia de Precios

Teniendo en cuenta que en los municipios de Funza y Mosquera no existen empresas dedicadas a prestar el servicio de conductor elegido, pero están inmersas las empresas aseguradoras que si prestan dicho servicio pero a un costo elevado ya que para prestar el servicio deben enviar personal desde la ciudad de Bogotá D.C.

Frente a esta eventual ventaja se ha definido el precio por los servicios de esta manera:

Trayectos dentro de Mosquera y/o Funza: \$50.000 MCTE

Trayecto Municipios aledaños y Bogotá D.C.: \$70.000 MCTE

Estos precios serían competitivos en la medida que las empresas que prestan el servicio hacia estos municipios tienen unos valores muy elevados. Se encontró

que una empresa ubicada en Bogotá que presta el ser hacia municipios aledaños sus precios están directamente relacionados con el tiempo de ejecución del servicio y éstos están por encima de los \$80.0000 MCTE. (Conductores elegidos.com, 2017)

4.4.1.3.6. Estrategias de Alianza

Como se mencionó anteriormente, las empresas aseguradoras prestan el servicio de conductor elegido por medio de proveedores, en este orden de ideas TU CONDUCTOR S.A.S podría realizar alianzas con dichas empresas para la prestación del servicio en los municipios de Funza y Mosquera y zonas aledañas. Prestando un servicio más económico a comparación de empresas ubicadas en Bogotá.

También se pueden construir alianzas estratégicas con locales comerciales de sector para que se pueda ofrecer el servicio de conductor elegido más fácilmente y en la menor brevedad posible en cuanto a tiempos de desplazamiento.

4.4.1.4. Estudio Técnico

La importancia del estudio técnico está en la valorización de las variables técnicas y del uso eficiente de los recursos disponibles como son la localización, la tecnología, los equipos, los muebles y las instalaciones necesarias para la prestación del servicio.

4.4.1.4.1. Localización

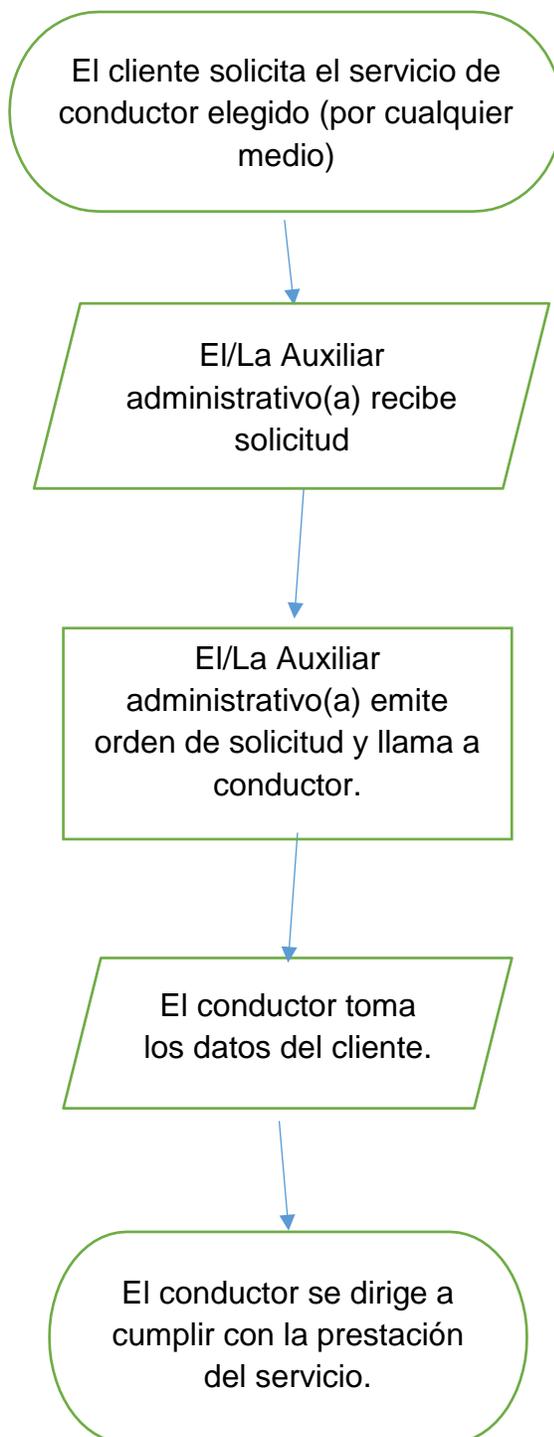
TU CONDUCTOR S.A.S estará ubicada en la zona céntrica del municipio de Funza, teniendo en cuenta que ésta zona es estratégica para la prestación de un servicio eficiente; ya que sería un punto intermedio entre los lugares de esparcimiento del municipio de Funza y del municipio de Mosquera.

De esta manera se garantizará que el tiempo de prestación del servicio sea menor y así cumplir con los estándares de eficiencia en la prestación del mismo.

4.4.1.4.2. Proceso

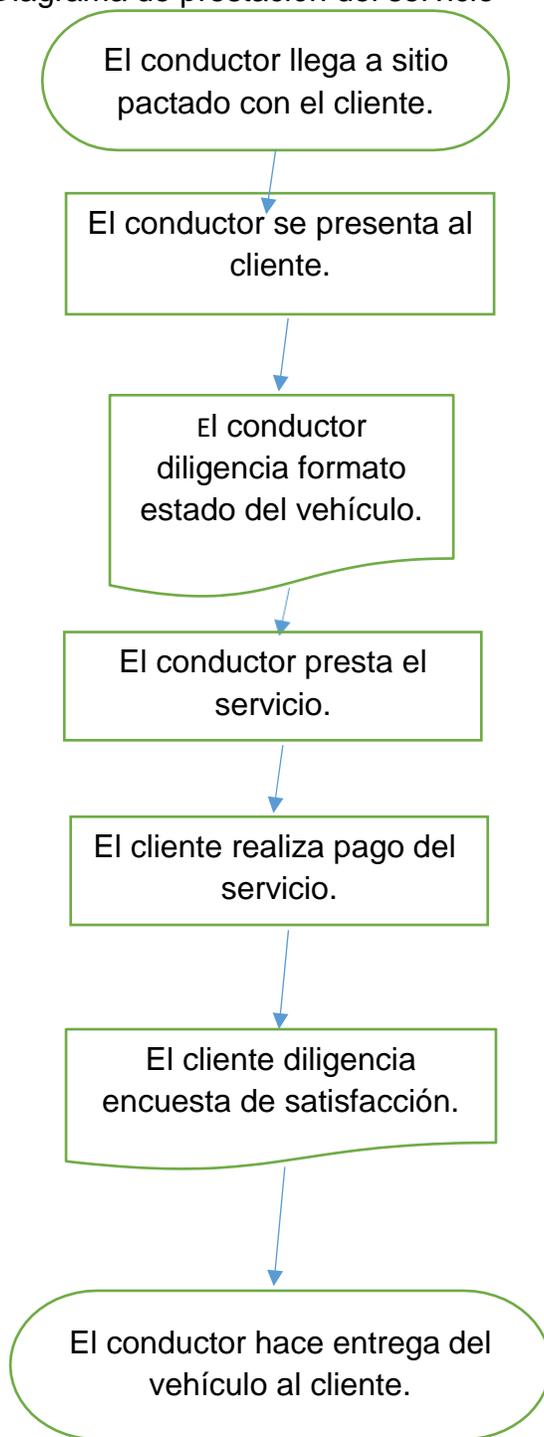
Para garantizar la prestación del servicio de conductor elegido se han establecido dos (2) procesos inmersos, los cuales son: el requerimiento del servicio y ejecución del servicio.

Figura #4. Diagrama de Solicitud del servicio



Fuente: Autores de la investigación

Figura #5: Diagrama de prestación del servicio



Fuente: Autores de la investigación.

4.4.1.4.3. Necesidades y Requerimientos

Para iniciar operaciones en TU CONDUCTOR SAS es necesario lo siguiente:

Descripción	Cantidad
Computador	1
Teléfono Celular	4
Impresora	1
Escritorio	1
Sillas	3

Fuente: Autores de la investigación

4.4.1.4.4. Necesidades del Recurso Humano

Se contará con un auxiliar administrativo. En la parte operativa se contará con la presencia de personal especializado en la ejecución de las actividades a realizar. La actividad económica de la empresa implica la utilización de los servicios de personal que tenga dominio y conocimientos en el área de conducción - normas de tránsito y en el área administrativa -financiera para operar de manera eficaz y eficiente.

Además se necesitara de los servicios de un contador y de un psicólogo, los cuales estarán como staff dentro de la compañía ya que sus servicios serán de manera esporádica, con esto se pretende reducir gastos administrativos.

4.4.1.5. Estudio Financiero

4.4.1.5.1. Inversión Inicial

La inversión inicial es parte esencial, de la proyección financiera de toda organización, es calcular o estimar el dinero inicial que permite detectar y suplir las necesidades de financiamiento de los gastos reales del negocio.

INVERSION INICIAL	
Equipo de Computo	1.200.000
Equipo de Comunicación	450.000
Dotación	280.000
Publicidad	500.000
Desarrollo Pagina Web	1.000.000
Desarrollo APP	2.500.000
TOTAL INVERSIÓN	5.930.000

4.4.1.5.2. Costos

Los costos representan la fabricación o prestación del servicio que la compañía incurre en el ejercicio de la operación, la ventaja del buen cálculo de los costos garantiza el buen precio que se ofertara al mercado y entrar a ser competitivo en la zona.

Nuestros costos lo asumiremos así:

COSTOS VARIABLES	MENSUAL
Viáticos conductores	100.000

COSTOS FIJOS	
Energía eléctrica	54.000
Salarios	\$2.766.667
Agua	54.000
Servicio de Internet	60.000
Factura telefonía móvil	45.000
TOTAL	\$2.879.667

4.4.1.5.3. Ingresos y Proyección ventas

El servicio de conductor elegido maneja las siguientes tarifas:

Funza, Madrid, Mosquera zona urbana: \$ 50.000

Funza, Madrid, Mosquera zona rural: \$ 70.000

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio de TU CONDUCTOR SAS, se realizara de la siguiente forma:

INGRESOS = Costos fijos + Costos Variables

INGRESOS = 2.879.667 + 100.000 = 2.979.667

Es decir que para encontrar el punto de equilibrio de la compañía, debemos facturar mensual 2.813.000 lo equivalente a 60 viajes en zona urbana, o 43 viajes en zona rural.

4.4.1.5.4. Estado de Resultado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 36.000.000	\$ 38.688.000	\$ 42.182.400	\$ 45.219.533	\$ 49.268.486	\$ 53.288.794
COSTOS VARIABLES	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
UTILIDAD BRUTA	\$ 34.800.000	\$ 37.488.000	\$ 40.982.400	\$ 44.019.533	\$ 48.068.486	\$ 52.088.794
GASTOS DE PERSONAL	\$ 42.200.000	\$ 43.044.000	\$ 43.904.880	\$ 44.782.978	\$ 45.678.637	\$ 46.592.210
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 7.400.000	-\$ 5.556.000	-\$ 2.922.480	-\$ 763.445	\$ 2.389.849	\$ 5.496.584
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-\$ 7.400.000	-\$ 5.556.000	-\$ 2.922.480	-\$ 763.445	\$ 2.389.849	\$ 5.496.584
IMPUESTO SOBRE LA RENTA 40%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 955.939	\$ 2.198.634
UTILIDAD NETA	-\$ 7.400.000	-\$ 5.556.000	-\$ 2.922.480	-\$ 763.445	\$ 1.433.909	\$ 3.297.951

Fuente: Autores de la investigación

4.4.1.5.5. Evaluación Económica

4.4.1.5.5.1. Valor Presente Neto

VPN= -\$7.400.000 -\$5.270.847 -\$2.630.195 -\$651.827 \$1.161.434
\$2.534.166

VPN= -\$12.257.269

Para el cálculo del VPN se toma una tasa de rentabilidad del 5.41% anual siendo esta el tamaño de la tasa de captación de las entidades financieras.

5. RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

5.1. MOMENTOS HISTÓRICOS Y EXPERIENCIAS

5.1.1. PRINCIPALES HITOS O HECHOS RELEVANTES

5.1.1.1. CONTEXTO DEL MERCADO Y ANTECEDENTES

3.000 muertos al día dejan conductores borrachos en el mundo Según cifras entregadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS), cada año se producen 1.24 millones de muertes por accidentes de tránsito. Aunque el organismo detalla que cerca de 88 países con unos 1.600 millones de habitantes han logrado reducir el número de muertes en carreteras entre el 2007 y 2012, también manifiesta su preocupación en cuanto a 87 naciones que no adoptaron medidas consecuentes y en las que el número de muertes por accidentes de tránsito aumentaron radicalmente.

La mayoría de las víctimas mortales por estos accidentes, un 62%, se reporta en India, China, Estados Unidos, Rusia, Brasil, Irán, México, Indonesia, Sudáfrica y Egipto, donde se manejan diferentes tipos de legislación sobre conductores ebrios. Algunos son más laxos, otros más estrictos. Las naciones que tienen índices menores de accidentes de tránsito vinculados con el licor manejan tasas que oscilan entre 3,4 y 5,4 víctimas mortales por cada 100.000 habitantes.

En Estados Unidos, una de las naciones con mayor tasa de mortalidad en el mundo, se realizó recientemente un estudio llamado Alcohol y salud Pública en las Américas sobre el consumo moderado de alcohol y sus implicaciones relacionadas con el manejo de automóviles. El informe destacó que aun

consumiendo un nivel muy bajo de licor, la capacidad de ejecutar actos complejos, se disminuye claramente. Según la administración de Seguridad Vial en autopistas estadounidenses, el alcohol es el responsable de la mitad de los accidentes de tránsito que originan muertes. (Organización Panamericana de la Salud, 2014)

Los organismos internacionales recalcan sobre el riesgo de que un conductor produzca accidentes con víctimas si su nivel de alcoholemia es superior a los 5 decigramos de alcohol por litro de sangre y se multiplica por un 9.5% cuando por litro de sangre se cuenta con 8 decigramos de licor. En Perú, el límite del consumo de alcohol para conducir es de 0,50 gramos por litro de sangre. Esto en lineamiento con las consideraciones internacionales. Equivale a una copa de vino o tres cervezas. Allí se recomienda no confiarse en esta ley evitando por completo el alcohol ya que las cifras dependen de la masa corporal, la edad, el sexo, el estado de salud. En Chile, se implementó hace unos años la Ley de Tolerancia Cero que endureció las sanciones para la conducción bajo la influencia del alcohol y la reducción del alcohol permitido en la sangre para conducir un vehículo.

En 2012 se realizaron 55 mil comparendos, cifra que aumentó en un 40% con relación a los años anteriores; también se sacó de circulación preventiva a 2.254 conductores, los que potencialmente habrían causado accidentes. Así mismo, los accidentes que se presentaron por el consumo de licor disminuyeron en un 27% pasando de los 5.046 accidentes en el 2011 a 3.677 en el 2012.

Para la OMS las normas legales sobre la conducción bajo los efectos del alcohol deben basarse en las pruebas de alcoholemia teniendo en cuenta que al ingerir licor se aumenta el riesgo de accidentes y la gravedad de las

lesiones. La mejor solución, según el organismo, tiene que ver con el establecimiento y la vigilancia de leyes que limiten la alcoholemia a 0.05 gramos por decilitro (una copa de trago), lo que contribuirá a reducir significativamente los accidentes que se relacionan con el licor. “En 89 países, que representan un 66% de la población mundial (4.600 millones de personas), hay leyes integrales sobre la conducción bajo los efectos del alcohol que limitan la alcoholemia permitida a 0,05 g/dl o menos, en consonancia con lo que se considera la práctica óptima”, considera Watson de la OPS. Conforme a esto para la OPS la legislación es mayor en países de un significativo desarrollo económico. En las Américas, por ejemplo, diez países tienen legislación sobre el nivel de concentración de alcohol en sangre menores al 0.05 como recomienda la OMS; solamente cinco tienen regulado el nivel de concentración de alcohol en menores de edad en menos de 0.02%

La relación de accidentalidad con la condición económica no es directa, pues la legislación no está determinada por el estatus económico. Países de renta alta tienen diversas reglamentaciones pero también más accidentes mortales de carácter vial. A pesar del aumento de los ingresos que se liga al consumo excesivo del licor en países poblados de África y Asia, teniendo en cuenta a la India y Sudáfrica, el uso abusivo de alcohol es un problema bien documentado en muchas naciones desarrolladas, según la agencia de Naciones Unidas. (KIENYKE, 2013)

Situación En Colombia

Los siguientes datos, nos conducen al análisis real de la problemática actual desatada por las personas que conducen en estado de embriaguez:

- Más de 2.000 accidentes al año se producen en Colombia por conductores alicorados, según el estudio Foresis 2011, el cual también revela que el alicoramiento al volante es la tercera causa de muertes por accidentes de tránsito en Colombia. (Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, 2012)
- Según las estadísticas internacionales, alrededor del 30 por ciento de los accidentes fatales involucra a un conductor o peatón con alcohol en la sangre. (NCADD, 2015)
- El uso de alcohol aumenta el riesgo de estar envueltos en un accidente de tránsito para todos los usuarios de la vía, incluyendo conductores, motociclistas, ciclistas y peatones. (OMS, 2017)

Cerca de 393 muertes relacionadas con accidentes de tránsito provocados por la embriaguez se produjeron el año pasado (8.2 muertes por semana, una persona por día). A pesar de contar con una cifra relativamente baja si se tienen en cuenta las de otras naciones, hay lugares en el país que no alcanzan a ser registrados por las autoridades, lo que conllevaría a que el dato sea mayor. Para el Fondo de Prevención Vial (FPV), no es sólo la policía la que debe ejecutar procesos sancionatorios, deben ser los alcaldes que con la dirección de tránsito y transporte tienen que efectuar un convenio para aumentar los controles de alcoholemia.

El organismo privado cree que hay muchas ciudades donde se ejerce poco control. “Hay una ciudad como Palmira, que tiene 280 mil habitantes aproximadamente en la que solo hay 30 policías para establecer controles; también hay municipios con 540 mil habitantes con 50 agentes”, lo que habla de que hay muchos ejemplos en los que la capacidad de ejercer control es limitada. Las entidades especializadas en accidentalidad y prevención aseguran que se debe dar un mensaje a la opinión pública relacionado con la fuerte penalización que existe en el país. Por ejemplo, los comparendos equivalentes a los 900 mil pesos, la inmovilización, la retención y suspensión de la licencia, hacen parte de las sanciones que se presentan a nivel nacional, pero debe haber un control más duro para que se produzca un cambio de comportamiento a largo plazo.

El éxito está en lo cultural. La percepción de los especialistas es que en Colombia se ha avanzado en materia sancionatoria pero el éxito estará en trabajar sobre la aplicación de las normas ya existentes y no en la creación de nuevas leyes. Según la Organización Panamericana de la Salud: “Tanto a nivel nacional como mundial debe haber más educación, control de riesgos en alcoholemia para conductores inexpertos, mayores y comerciales”. Manifiesta también, que se debe establecer una legislación sobre parámetros internacionales basados en la evidencia, medidas de edición de alcoholemia y más políticas nacionales que restrinjan el acceso a alcohol a menores; por otra parte se deben ejecutar medidas de control social como conductores designados, accesos alternos a transporte y seguros para clientes con señas de embriaguez.

Las medidas se vienen aplicando en la mayoría de los países pero no tienen concordancia con la imprudencia y la poca inteligencia de una persona que mezcla el licor con la conducción. El ciudadano debe poner de su parte,

de otra manera por más controles que existan, las trágicas muertes harán parte de la estadística diaria. A pesar de que hay países en donde se bebe más que en Colombia, se registran menos muertos por conductores borrachos. En Colombia hay condenas de hasta 17 años, pero los responsables logran generosas rebajas aceptando cargos e indemnizando a los familiares de las víctimas, con lo que la condena se puede pagar con 3 años de prisión domiciliaria. Contrario a un país con normatividad ejemplar como Chile, en donde los conductores ebrios que causan víctimas fatales enfrentan condenas hasta de 15 años, sin rebaja de penas. Con una tasa de 2.11 muertos por cada 100.000 habitantes, Colombia ocupa el puesto No. 20 en el mundo. En promedio, mueren a diario 3 personas por ésta causa. (El espectador, 2013)

Situación En Bogotá

Según las cifras de la Dirección de Tránsito y Transporte de la Policía Nacional, las cifras muestran una reducción importante (66,6 %) en casos de conductores ebrios detectados en la ciudad de Bogotá –desde el 19 de diciembre cuando rige la nueva ley de embriaguez–, pero aún es sorprendente el alto índice de conductores al volante que manejan con el tercer grado (máximo) de alcoholemia, se descubrieron así a 899 conductores, significa que 2 de cada 10 tenían ésta condición. Menciona también que: “aquellos que fueron sorprendidos por primera vez en este estado de ebriedad, enfrentaron una multa de 14'783.760 pesos y la suspensión de la licencia de conducción por 10 años.

En estos casos, el vehículo se inmovilizó 10 días”. Adicionalmente, por ahora no se conocen eventualidades de personas que hayan reincidido en

más de dos ocasiones en este grado de alcoholemia, ya que la sanción para éste tipo de circunstancias puede ser la más ejemplar; significaría la cancelación definitiva del pase, multa de \$29'567.520 y 20 días de inmovilización del vehículo. Además se encontraron otros niveles de ebriedad, se descubrieron 173 conductores en grado cero, 362 en grado uno y 184 en grado dos, según la Policía de Tránsito.

Los controles han seguido desde que rige la nueva ley, la Policía ha efectuado 55.448 pruebas de alcoholemia (en el mismo período del 2012 al 2013 se hicieron 47.066). Estas conductas irresponsables han causado desde finales del año pasado 25 accidentes con un saldo de tres muertos y 24 lesionados en la capital, en tanto que el balance general del país arroja 247 percances con 48 víctimas fatales y 327 heridos.

La reducción más notable de borrachos al volante se dio en Medellín con un 74 por ciento. Igualmente, las estadísticas indican que aunque los conductores de carros aportan el mayor número de casos en Bogotá (485) hay un protagonismo importante de los motociclistas, pues en el lapso analizado 414 de ellos, es decir el 46 por ciento, estaban borrachos. La Dirección de Tránsito, destaca otras cifras que tienen que ver con el protagonismo arrollador de los hombres como infractores: de los 899 casos positivos 877 (97,5 por ciento) corresponden a este género, y los hechos descubiertos se inmovilizaron 832 carros particulares y 67 de servicio público.

En algunos casos los conductores llevaban pasajeros. Para las autoridades es de vital importancia que las personas empiecen a tomar conciencia con este tipo de actitudes con respecto al tema de mezclar el licor con gasolina para prevenir más accidentes y contar con una Bogotá civilizada respecto al tema. (El Tiempo, 2014)

Situación en el Sector

Según documento del observatorio de seguridad en Cundinamarca, balance del año 2013, las muertes por accidentes de tránsito registran una disminución en comparación al año 2012, quedando una tasa muy alta para el departamento de Cundinamarca, la cual no es muy grande. En la zona de Funza y Mosquera se registra varios lugares expendedores de licor, y centros de entretenimiento, bares en donde se consume alcohol, tanto a las afueras de cada municipio como en el centro de cada uno de ellos, se ve la necesidad del apoyo externo y concientización, por parte de las personas que toman la decisión de tener una noche de esparcimiento y diversión acompañado de alcohol.

Muertes en accidentes de tránsito

Ley 599 de 2000. Código Penal, artículo 109: homicidio culposo (utilizando medios motorizados).

Comportamiento mensual

En Cundinamarca se presentaron 379 muertes por accidentalidad vial durante el 2013, siete menos que en el 2012.

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Total 2013	33	20	45	15	43	45	30	42	27	27	31	21	379

Fuente: Instituto de Medicina Legal y Ciencias Forenses. Datos extraídos del Centro de Referencia Nacional sobre Violencia (CRNV), el 07/02/2014.
Proceso: Vicepresidencia de Gobernanza, Dirección de Seguridad Ciudadana de la CCB.

6. APRENDIZAJES

6.1. APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO SOCIAL

Existen varios aportes positivos en este proyecto, el primero y el más notorio es la concientización y generación de una nueva cultura cuando se consume alcohol, o cuando no se cuenta con las capacidades físicas para conducir un vehículo. Además de prestar un servicio de calidad estamos generando bienestar a las familias de Funza y Mosquera, dejando a nuestros clientes en el destino final en condiciones óptimas.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Teniendo en cuenta la sistematización de información al respecto, se puede evidenciar que en el sector no existe competencia para la creación de una empresa prestadora del servicio de conductor elegido, y además se pueden establecer alianzas estratégicas con aseguradoras y locales comerciales.
- La empresa se constituirá como una Sociedad Anónima simplificada (S.A.S), siendo esta figura jurídica la que ofrece mejores ventajas tributaria a los empresario, está a su vez llevará el nombre “Tu Conductor”.
- Para TU CONDUCTOR se crearan estrategias de marketing enmarcadas en la captación de clientes, las cuales principalmente se componen por los medios de comunicación habituales y además se usaran las redes sociales para promocionar los servicios ofrecidos por la empresa.
- Teniendo en cuenta los costos fijos y la inversión inicial, tú conductor cuenta con la infraestructura necesaria para prestar un servicio de calidad y a tiempo.
- De acuerdo a los resultados y análisis de las encuestas realizadas se puede concluir que existe un gran mercado potencial para el servicio, los cuales están dispuestos a usarlo y disfrutar del mismo constantemente.
- Este proyecto resulta oportuno en los Municipios de la sabana de Bogotá, ya que con ellos se reducirá la alta accidentalidad existente, como también se generará empleo, bajando los niveles de desempleo en la población.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Berenson, M., Levine, D., & Krehbiel, T. (2006). *Estadística para administración*. México: Pearson Education. Obtenido de https://books.google.com.co/books?id=Aw2NKbDJoZoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Burbano, J. (2005). *Presupuestos: enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. McGraw Hill.
- Cabrera, M., & Sanjuán, W. (10 de 04 de 2012). *Repositorio UFPSO*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de Repositorio UFPSO: <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/269/1/25735.pdf>
- Carlos Calle Expresos SAS. (30 de 09 de 2017). *Carlos Calle Expresos SAS*. Obtenido de Carlos Calle Expresos SAS: <http://www.carloscallexpresos.com.co/servicios/servicio-de-conductor-elegido/>
- Chiavenato, I. (2001). *ADMINISTRACIÓN: proceso administrativo* (Tercera ed.). Bogotá: Interamericana de Colombia.
- Concha, L. (2011). *Estudio Técnico de un proyecto*.
- Conductores elegidos.com. (30 de 9 de 2017). *Conductores elegidos.com*. Obtenido de Conductores elegidos.com: <http://www.conductoreselegidos.com/>
- debitoor. (10 de 04 de 2017). *debitoor*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa>
- Definición ABC. (2017). *www.definicionabc.com*. Obtenido de www.definicionabc.com: <https://www.definicionabc.com/?s=accidente>

- Denzin, N., & Lincoln, Y. (1994). *Introducción a la investigación cualitativa*. California: Sage Publications.
- El espectador. (31 de 07 de 2013). *El espectador*. Recuperado el 10 de 05 de 2017, de El espectador:
<http://www.elspectador.com/noticias/infografia/colombia-entre-los-tienen-masaccidentes-ebrios-articulo-437151>
- El Tiempo. (28 de 02 de 2014). *El Tiempo*. Recuperado el 05 de 05 de 2017, de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com>:
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS->
- Enciclopedia Financiera. (2017). *Enciclopedia Financiera*. Recuperado el 11 de 10 de 2017, de Enciclopedia Financiera:
<http://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacion/organizaciones-jerarquicas.htm>
- Fernández, J. (1983). *El Proceso Administrativo*. México: Diana.
- Gerencie.com. (2017). *Gerencie.com*. Obtenido de Gerencie.com:
<https://www.gerencie.com/que-es-el-analisis-financiero.html>
- Gómez, s., & Jaramillo, C. (1 de 1 de 2014). *Repositorio UTP*. Recuperado el 04 de 04 de 2017, de Repositorio UTP:
<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/4690/658114G633ES.pdf;jsessionid=1800750176F4FCA0A2BC5855E8AC5A59?sequence=1>
- Hernández S, R., Fernández C, C., & Baptiste L, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de http://files.especializacion-tig.webnode.com/200000775-097910b6c0/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf
- Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. (1 de 1 de 2012). *Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses*. Recuperado el 5 de 5 de 2017, de Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses:
<http://www.medicinalegal.gov.co/documents/10180/34616/1+1-F-11-Preliminares.pdf/69f30027-1111-4c41-ba17-b41ebe6cd3e6>

- KIENYKE. (14 de Agosto de 2013). *KIENYKE*. Recuperado el 04 de Abril de 2017, de KIENYKE: <https://www.kienyke.com/emprendimiento/3-000-muertos-al-dia-dejan-conductores-borrachos-en-el-mundo>
- Koontz, H., & Heinz, W. (1998). *Administración: Una perspectiva Global* (Onceava ed.). México: McGraw Hill.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2007). *Marketing. Versión para Latinoamérica* (DECIMOPRIMERA ed.). (M. GUERRRERO, Ed.) México: PEARSON EDUCATION. Recuperado el 10 de 04 de 2017, de <https://uvgcancun.files.wordpress.com/2016/03/kottler-phillip-armstrong-gary-marketing-versic3b3n-para-latinoamc3a9rica.pdf>
- Kotler, P., Roberto, N., & Lee, N. (2002). *Social Marketing: Improving the Quality of Life*. SAGE.
- León, A. (1985). *Organización y Adimistración: un enfoque de sistemas*. Norma.
- LOVELOCK, C., & WIRTZ, J. (2009). *MARKETING DE SERVICIOS: personal, tecnología y estrategia* (Sexta ed.). México: PEARSON EDUCATION. Recuperado el 05 de 04 de 2017, de https://issuu.com/ivanss3/docs/marketing_de_servicios__personal__t/6
- Méndez, C. (2006). *Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (Cuarta ed.). Bogotá: Limusa.
- Mokate, K. M. (1998). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión* (Primera ed.). Bogotá: Universidad de los Andes.
- Movilidad, S. D. (1 de 1 de 2017). *Movilidad Bogotá*. Obtenido de Movilidad Bogotá: <http://www.movilidadbogota.gov.co/web/>
- NCADD. (26 de 06 de 2015). *NCADD*. Recuperado el 10 de 04 de 2017, de NCADD: <https://www.ncadd.org/about-addiction/driving-while-impaired-alcohol-and-drugs>
- OMS. (01 de 05 de 2017). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el 15 de 05 de 2017, de Organización Mundial de la Salud: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs358/es/>

- Organización Panamericana de la Salud. (2014). *OPS*. Recuperado el 10 de 05 de 2017, de OPS:
http://www.who.int/substance_abuse/publications/alcohol_public_health_americas_spanish.pdf
- RAE. (02 de 05 de 2017). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=EgZBCH1>
- Rendon, A. (7 de 2 de 2013). *Prezi*. Recuperado el 5 de 4 de 2017, de Prezi:
<https://prezi.com/yseezumt61l3/estudio-administrativo-full/>
- Rodríguez, g., Gil, J., & García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- Sapag C, N., & Sapag C, R. (2003). *Preparación y evaluación de proyectos* (cuarta ed.). Santiago de Chile: McGraw-Hill.
- Universidad del Cauca. (1 de 1 de 2003). *Universidad del Cauca*. Recuperado el 4 de 4 de 2017, de Universidad del Cauca:
<http://fccea.unicauca.edu.co/old/tgarf/tgarfse60.html>

9. ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta dirigida a personas entre los 15 y 44 años de edad, habitantes de los municipios de Funza y Mosquera.

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CONDUCTOR ELEGIDO

ENCUESTA

La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar la necesidad para la prestación del servicio de conductor elegido en los municipios de Mosquera y Funza Cundinamarca.

Sabemos que su opinión es muy importante para nosotros, por favor complete la encuesta cuidadosamente señalando una única respuesta con una "X".

1. ¿Ha conducido bajo estado de alicoramiento?

Si

No

2. Cuando sale a lugares de esparcimiento ¿lleva su vehículo?

Si

No

3. ¿Cuenta con servicio de conductor elegido dentro de la póliza de seguro?

Si

No

4. ¿Ha utilizado el servicio de conductor elegido?

Si

No

Si su respuesta es No por favor continuar en el numeral 7.

5. ¿Cómo le pareció el servicio de conductor

elegido? Excelente

Bueno

Regular

Malo

6. ¿Para qué tipo de actividades ha hecho uso del servicio de conductor elegido?

Esparcimiento general

Reunión Familiar

Reunión de Trabajo

7. ¿Le gustaría encontrar con mayor facilidad el servicio de conductor elegido en los lugares que frecuenta?

Si

No

8. ¿Le gustaría que los lugares donde frecuenta contaran con el servicio de conductor elegido?

Si
No

9. ¿Consume licor cuando sale a

divertirse? Si
No

10. Normalmente cuando va de regreso a su casa ¿Qué hace con su vehículo?

Llama a un conductor elegido

Deja el vehículo y toma taxi

Conduce su vehículo hasta la casa

11. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de conductor elegido?

Una vez al mes

Dos veces al mes

Más de 3 veces al mes

12. ¿Tiene conocimiento del servicio de conductor elegido en los Municipios de Funza o Mosquera?

Si

No

13. ¿Tiene conocimiento de alguna empresa que preste el servicio de conductor elegido en los Municipios de Funza o Mosquera?

Si

No

14. ¿Le gustaría que los negocios de expendio de bebidas alcohólicas tengan convenios con empresas de conductores elegidos?

Si

No

Gracias por su atención!

ANEXO 2: Formato Solicitud Servicio

TU CONDUCTOR S.A.S	
SOLICITUD DE SERVICIO	
	NÚMERO
FECHA	DD/MM/AAAA
NOMBRE CLIENTE	_____
IDENTIFICACIÓN	_____
DIRECCIÓN RECOGIDA	_____
DIRECCIÓN FINAL	_____
CONDUCTOR ASIGNADO	_____
IDENTIFICACIÓN	_____
FIRMA CONDUCTOR CC	_____
FIRMA AUXILIAR ADMO CC	_____

ANEXO 3: Formato Encuesta de Satisfacción

TU CONDUCTOR S.A.S ENCUESTA DE SATISFACCIÓN	
	FECHA DD/MM/AAAA
Conductor Asignado: _____	
Señor usuario su opinión es muy importante para nosotros. Califique los siguientes criterios de 1 a 5, teniendo en cuenta que 1 es malo y 5 es excelente.	
Criterio	Calificación
Tiempo de Espera	
Aptitud Conductor Asignado	
Precio	
GRACIAS POR PREFERIRNOS!	