 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vicerrectoría de Investigación	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 10-04-2012	Revisión A
Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. i(123)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ERIKA YULIETH RAMÍREZ LAURA CAMILA FLÓREZ R.		
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
DIRECTOR	JAVIER NUMA NUMA		
TÍTULO DE LA TESIS	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALQUILER DE VEHÍCULOS EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL PRESENTE TRABAJO DE GRADO PERMITIO CONOCER LA ACEPTABILIDAD EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA PARA CREAR UNA EMPRESA DEDICADA AL ALQUILER DE VEHICULOS PUES ACTUALMENTE ES UNA NECESIDAD INSATISFECHA EN EL MUNICIPIO. A TRAVES DEL ESTUDIO DE MERCADOS, TECNICO, FINANCIERO, LEGAL, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL Y SOCIAL SE PUEDE CONCLUIR QUE ES UNA IDEA DE NEGOCIOS VIABLE Y CON UNA RENTABILIDAD EXCELENETE.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALQUILER
DE VEHÍCULOS EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA.**

AUTORAS

ERIKA YULIETH RAMÍREZ

LAURA CAMILA FLÓREZ R.

**Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de administradoras de
empresas**

DIRECTOR

JAVIER NUMA NUMA

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Ocaña, Colombia

Febrero, 2018

Indice

Capítulo 1. Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa De Alquiler De Vehículos En El Municipio De Ocaña.	12
1.1 Planteamiento Del Problema.....	12
1.2 Formulación Del Problema.....	13
1.3 Objetivos.....	13
1.3.1 Objetivo General.....	13
1.3.2 Objetivos Específicos.....	13
1.4 Justificación.....	14
1.5 Delimitaciones.....	15
1.5.1 Operativa.....	15
1.5.2 Conceptual.....	15
1.5.3 Geográfica.....	15
1.5.4 Temporal.....	15
 Capítulo 2. Marco Referencial	 16
2.1 Marco Histórico.....	16
2.1.1 Marco Histórico De Empresas De Alquiler De Carros A Nivel Internacional.....	16
2.1.2. Marco Histórico De Empresas De Alquiler De Carros A Nivel Nacional.....	17
2.1.3 1 Marco Histórico De Empresas De Alquiler De Carros A Nivel Local.....	18
2.2 Marco Teórico.....	18
2.3 Marco Conceptual.....	25
2.3.1 Transporte.....	25
2.3.2 Alquiler De Carros.....	27
2.3.3 Satisfacción.....	27
2.3.4 Turismo.....	29
2.3.5 Clientes.....	30
2.3.6 Oferta.....	31
2.3.7 Demanda.....	31
2.3.8 Publicidad.....	32
2.4 Marco Legal.....	32
2.4.1 Constitución Política De Colombia.....	32
2.4.2 Ley 105 De 1993.....	33

2.4.3 Ley 336 De 1996: Estatuto Nacional De Transporte.	35
Capítulo 3. Diseño Metodológico.....	38
3.1 Tipo De Investigación.....	38
3.2 Población.....	38
Nota Fuente: Autoras Del Proyecto Basadas En El Plan De Desarrollo Municipal De Ocaña	39
3.3 Muestra	39
3.4 Técnicas E Instrumentos De Recolección De La Información.....	40
3.5 Procesamiento Y Análisis De Información.....	40
Capítulo 4. Presentacion De Resultados	41
4.1 Diseñar Un estudio de mercados que permita conocer la aceptación para la creación de una empresa de alquiler de vehículos en Ocaña, Norte de Santander para satisfacción de necesidades de transporte de propios y visitantes.	41
4.1.1 Análisis Del Sector.	57
4.1.2 Análisis De La Demanda	57
4.1.3 Estimación De La Demanda.	57
4.1.4 Análisis De La Oferta.	58
4.1.5 Estimación De La Oferta Actual.....	58
4.1.6 Análisis de la Competencia.....	58
4.1.7 Relación Entre Demanda Y Oferta	59
4.1.8 Estrategias De Precio.	59
4.1.9 Mecanismo Distribución De Publicidad.	60
4.1.10 Canales de Distribución	61
4.1.11 Descripción del servicio. l.....	61
4.2 Establecer un estudio técnico que defina las necesidades de infraestructura, recursos físicos y capacidad requerida para la empresa.	61
4.2.1 Tamaño del proyecto.....	62
4.2.2 Localización de la empresa de alquiler de vehículos	62
4.2.3 Requisitos para solicitar el servicio	62
4.2.4 Dimensión del mercado	63
4.2.5 Infraestructura.....	63
4.2.6 Estrategia Organizacional	63
4.3 Desarrollar un estudio administrativo y legal que defina las necesidades de personal, así como el establecimiento del organigrama, manual de funciones y procedimientos, como la visión y misión de la empresa.....	68

4.3.1 Requisitos legales.....	68
4.3.2 Misión	69
4.3.3 Visión.....	69
4.3.4 Valores	69
4.3.5 Logotipo de la empresa.....	70
4.3.6 Organigrama	70
4.3.7 Manual de Funciones	71
4.3.8 Manual de Procedimientos.....	75
4.3.9 Estatutos de Renting Ocaña Ltda.	77
4.3.10 Reglamento interno de trabajo	82
4.4 Realizar un estudio financiero y económico que determine la inversión y su futura aplicación.	94
4.4.1 Inversión inicial	94
4.4.2 Presupuesto de gasto de personal.....	94
4.4.3 Requerimiento equipo de oficina.	95
4.4.4 Costos fijos.....	102
4.4.5 Financiación inicial.....	104
4.4.6 Gastos mensuales	105
4.4.8 Estados financieros	112
4.5 Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa de alquiler de vehículos en Ocaña, Norte de Santander.....	114
4.5.1 Estudio social.	114
4.5.2 Estudio ambiental.....	114
Conclusiones.....	115
Recomendaciones.....	116
Referencias	117
Apéndices	119

Lista de Figuras

Figura 1. Intencion de adquirir los servicios de una empresa de alquiler de transporte privado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	41
Figura 2. Cuenta su familia en el municipio de Ocaña actualmente con alguna entidad prestadora de este servicio.....	42
Figura 3. Razones para que su familia o empresa tome un servicio de alquiler de transporte privado	43
Figura 4. Tipo de vehículo para tomar el servicio alquiler de transporte privado	45
Figura 5. Frecuencia para el uso de este servicio.....	46
Figura 6. Valor que usted o su familia paga o estaría dispuesta a pagar	47
Figura 7. Calificación en el nivel que requiere de seguridad.....	48
Figura 8. Calificación en el nivel que requiere de cumplimiento	49
Figura 9. Calificación en el nivel que requiere de calidad del servicio	50
Figura 10. Calificación en el nivel que requiere de precio del servicio.....	51
Figura 11. Calificación en el nivel que requiere de variedad en el servicio	52
Figura 12. Calificación en el nivel que requiere de respeto por el usuario.....	53
Figura 13. Calificación en el nivel que requiere de la ubicación geográfica de la empresa	54
Figura 14. Disposición para tomar los servicios de la empresa de alquiler de transporte privado estando está ubicada en diferentes sectores del municipio de Ocaña.	55
Figura 15. Medios para conocer de los servicios de la empresa de alquiler de carros.	56

Lista de Tablas

Tabla 1. Población residente en el municipio de Ocaña por rango de edad	39
Tabla 2. Intencion de adquirir los servicios de una empresa de alquiler de transporte privado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander	41
Tabla 3. Cuenta su familia en el municipio de Ocaña actualmente con alguna entidad prestadora de este servicio	42
Tabla 4. Razones para que su familia o empresa tome un servicio de alquiler de transporte privado	43
Tabla 5. Tipo de vehículo para tomar el servicio alquiler de transporte privado	45
Tabla 6. Frecuencia para el uso de este servicio	46
Tabla 7 . Valor que usted o su familia paga o estaría dispuesta a pagar.....	47
Tabla 8. Calificación en el nivel que requiere de seguridad	48
Tabla 9. Calificación en el nivel que requiere de cumplimiento	49
Tabla 10. Calificación en el nivel que requiere de calidad del servicio	50
Tabla 11. Calificación en el nivel que requiere de precio del servicio	51
Tabla 12. Calificación en el nivel que requiere de variedad en el servicio	52
Tabla 13. Calificación en el nivel que requiere de respeto por el usuario	53
Tabla 14. Calificación en el nivel que requiere de la ubicación geográfica de la empresa	54
Tabla 15. Disposición para tomar los servicios de la empresa de alquiler de transporte privado estando está ubicada en diferentes sectores del municipio de Ocaña.	55
Tabla 16. Medios para conocer de los servicios de la empresa de alquiler de carros.	56
Tabla 17. Requerimientos de vehículos	64
Tabla 18. Equipo de Oficina	67
Tabla 19. Gastos de personal para la empresa de alquiler de vehículos	94
Tabla 20. Requerimiento de equipo de oficina.	96
Tabla 21. Insumos	100
Tabla 22. Aseguramiento de los vehículos	101
Tabla 23. Inversión inicial	102
Tabla 24. Costos fijos y variables.....	102
Tabla 25. Mantenimiento de vehículos	103

Tabla 26. Financiación inicial.....	105
Tabla 27. Gastos mensuales.....	105
Tabla 28. Gastos totales para la prestación del servicio	106
Tabla 29. Valores del servicio en otras ciudades.....	107
Tabla 30. Precios de lanzamiento al mercado.....	108
Tabla 31. Ventas aproximadas semanales del servicio de alquiler de vehículos	109
Tabla 32. Proyección de ventas a un año.....	111
Tabla 33. Proyección de Ventas de servicios a 5 años	112

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Medios de Comunicación	60
Ilustración 2. Canales de distribución.....	61
Ilustración 3. Organigrama de la empresa Renting Ocaña	71

Capítulo 1. Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa De Alquiler De Vehículos En El Municipio De Ocaña.

1.1 Planteamiento Del Problema

En el sector de los servicios se pueden encontrar una cantidad enorme de portafolios que ofrecen la satisfacción de las necesidades del usuario. Sin embargo en el sector del transporte en donde hoy por hoy los servicios públicos colapsan por diversas circunstancias como poca capacidad, vehículos poco confortables, inmediatez o buen servicio al usuario y rutas alternas para el uso diario y para el turismo ha brindado al sector privado la oportunidad de negocio de ofertar el alquiler de vehículos para diversos requerimientos de la población.

En desarrollo económico y tecnológico que actualmente se vive en todos los continentes, el alquiler de carros representa un servicio que ha aumentado su auge, pues las necesidades hoy en día han cambiado. En América Latina no es la excepción y ya son muchas las empresas que han incursionado en el mercado del alquiler de carros.

El servicio de alquiler se ha convertido en una alternativo para empresarios y turistas, las restricciones del pico y placa , exigencias de desplazamiento para ejecutivos, quienes en sus viajes de negocios gastan mucho dinero en transporte público , reactivación del turismo nacional por tierra gracias a la seguridad vial, deficiencias en el sistema de transporte público, reducción compras de vehículos pues la tendencia de los últimos años se orienta a no invertir en activos que no hagan parte del negocio; estas son alguna de las razones por las cuales grandes empresas se han atrevido a invertir en esta nueva modalidad. (Alcaldía Municipal de Sabana de Torres 2013)

En municipios turísticos y que registran gran flujo de visitantes y que se conectan con la región del Catatumbo, el Cesar y Santander como el municipio de Ocaña, en la actualidad no se registra ninguna empresa privada que oferte el servicio de alquiler de carros, dejando estas necesidades de turistas y propios sin satisfacer por falta de iniciativa empresarial y emprendimiento.

Ante esta necesidad evidente se plantea la presente investigación como propuesta de plan de negocios para la creación de una empresa de alquiler de carros en la ciudad de Ocaña, que se ajuste a las necesidades actuales del mercado y que emprenda esta nueva alternativa de transporte en el municipio para propios y visitantes.

1.2 Formulación Del Problema

¿Es factible la creación de una empresa de alquiler de carros en el municipio de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios que se ajuste a las necesidades de la población, para ofrecer un portafolio de servicios de alquiler de carros para el municipio de Ocaña, que satisfaga las necesidades de propios y visitantes.

1.3.2 Objetivos Específicos. Diseñar un estudio de mercados que permita conocer la aceptación para la creación de una empresa de alquiler de vehículos en Ocaña, Norte de Santander para satisfacción de necesidades de transporte de propios y visitantes.

Establecer un estudio técnico que defina las necesidades de infraestructura, recursos físicos y capacidad requerida para la empresa.

Desarrollar un estudio administrativo y legal que defina las necesidades de personal, así como el establecimiento del organigrama, manual de funciones y procedimientos, como la visión y misión de la empresa.

Realizar un estudio financiero y económico que determine la inversión y su futura aplicación.

Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa de alquiler de vehículos en Ocaña, Norte de Santander.

1.4 Justificación

El mercado del sector transporte en Colombia, es un mercado diverso en cuanto a las opciones de negocio que puede presentar y las diferentes necesidades del mercado.

Actualmente, el transporte se puede dividir en dos grandes grupos, el primero en transporte público y el segundo en transporte de uso privado. En ambos casos, el sector viene creciendo tanto en la adquisición de bienes para la operación como en los ingresos percibidos por el sector. (Aldana, Álvarez & Triana 2010)

Como se expuso con anterioridad, hoy en día la oferta en sectores como el transporte ha evolucionado, incursionando en el mercado portafolios de servicios que brindan al usuario comodidad, cumplimiento, respeto y excelentes costos, por lo que este nuevo servicio representa un gran porcentaje en el transporte. De esta manera la propuesta del plan de negocio tiene como

prioridad evidenciar la necesidad que se presenta el municipio y diseñar a través del mismo todas las herramientas requeridas para la creación de una empresa prestadora de estos servicios a propios y visitantes en Ocaña, como una idea innovadora de emprendimiento y de solución a necesidades actuales en el mercado.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Operativa. Se pueden generar inconvenientes en dicho proceso, debido al suministro de información errónea o negación de la misma por parte de los habitantes del municipio de Ocaña. Estos inconvenientes se manejan con el respectivo director de la presente propuesta.

1.5.2 Conceptual. En la presente investigación se manejarán los siguientes conceptos: transporte, alquiler de carros, satisfacción de necesidades, turismo, clientes, oferta, demanda, publicidad.

1.5.3 Geográfica. El proyecto se desarrollará la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.5.4 Temporal. El tiempo estipulado para la realización de la propuesta es de 8 semanas contado a partir de la aprobación del proyecto de grado.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Marco Histórico De Empresas De Alquiler De Carros A Nivel Internacional.

Aunque en 1769 ya había visto la luz el primer prototipo de automóvil con motor, a principios del siglo XX aquello de tener coche era aún algo un tanto elitista, no asequible para buena parte del pópulo. Fue por aquel entonces, el 20 de Agosto de 1916 cuando Josías Ellis “Joe” Saunders tuvo una gran idea. Nuestro querido Joe puso un anuncio clasificado en el periódico “Omaha World Herald” con el enunciado de “Coches de alquiler”, dando inicio así a la historia de la industria de alquiler de coches. (Estepa, 2015)

La verdad es que este estadounidense fue un emprendedor en su máximo esplendor pues contaba con tan sólo un coche cuando (Un Ford modelo T) cuando inició el negocio y curiosamente aquel coche ni siquiera era de su propiedad, lo cual demuestra la confianza que Joe depositó en dicha apuesta. Confianza que fue avalada con el tiempo por los resultados de su empresa, la “Ford Livery Company”, ubicada en Nebraska, que ya contaba con 18 Fords modelo T al cabo de 6 meses. La empresa de Sanders creció a una velocidad inimaginable, hasta el punto de que se crearon franquicias y parte del negocio fue vendido a Avis. (Estepa, 2015)

A modo anecdótico, parece ser que el primer coche se le alquiló a un agente de viajes que quería impresionar a una chica, llevándola a cenar en su deslumbrante Ford. La cuestión es que es impactante ver la evolución del sector del alquiler de coches a lo largo del tiempo. Los primeros negocios cobraban 10 centavos de dólar por milla recorrida (se calculaba por medio de un artefacto “contador de millas” bastante rústico e incluso no muy exacto). (Estepa, 2015)

Hoy en día es una industria internacional que satisface a millones de personas del sector turístico, empresarial, de entretenimiento, etc.

Otro visionario del negocio fue Walter Jacobs, quien también apostó por los Ford modelo T en su empresa “Renta Ford” cuyo nombre se transformó poco después en “Renta Car”, empresa que fue posteriormente vendida a Yellow Cab Company, propiedad del célebre John Hertz. (Estepa, 2015)

Hoy en día las formas de acceder a un coche de alquiler son múltiples. Generalmente, tenemos acceso a un “renta car” en las estaciones de tren, aeropuertos, estaciones de autobuses... pero la facilidad hoy en día es tal, que también tenemos la posibilidad de elegir y reservar aquel vehículo que más se ajuste a nuestras necesidades vía online, incluso antes de llegar al lugar de partida. (Estepa, 2015)

2.1.2. Marco Histórico De Empresas De Alquiler De Carros A Nivel Nacional. En Colombia el sector de servicios de alquiler de carro ha aumentado en los últimos años, principalmente en ciudades como Bogota donde cuentan con un gran portafolio de empresas que prestan dicho servicios. En 2017 sigue en marcha las empresas de Alquiler de carros en todo el mundo, ciudades como Bogota, Medellín y Rio negro. Ofrecen hoy por hoy vehículo o camioneta, con disponibilidad de 24 horas, para prestar un servicio, contando con automóviles y camionetas en todas las gamas, además con una flota de camionetas blindadas para brindar el confort y seguridad. También ofrecen vehículos económicos, vehículos sedan, camionetas, blindados.

2.1.3 1 Marco Histórico de empresas de alquiler de carros a nivel local. En la ciudad de Ocaña, se realizó tan solo un estudio de factibilidad a través de una estudiante del programa de tecnología en gestión comercial y financiera hacia los años 90 más o menos, dicho estudio se denominó “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA AGENCIA DE ALQUILER DE AUTOMOVILES Y MOTOCICLETAS EN OCAÑA”.

2.2 Marco Teórico

Teoría económica institucional en la creación de empresas

Desde distintas ramas de las ciencias sociales (sociología, antropología y psicología social) se plantea que los seres humanos son producto del entorno donde se desarrollan. Así pues, el comportamiento de los empresarios, a la hora de decidir crear una empresa, se verá influenciado por los factores del entorno. Varios son los autores que han tratado esta temática. También son diversas las perspectivas utilizadas (teoría de la marginación, del rol, de redes, de la ecología de la población, etc.). (Veciana & Aponte, 2001)

A pesar de ello, existen muy pocos trabajos que apliquen la Teoría Económica Institucional para el estudio de la creación de empresas, y concretamente para el análisis de los factores del entorno que condicionan la aparición y desarrollo de nuevas iniciativas empresariales. (Veciana & Aponte, 2001)

En este sentido, el profesor José María Veciana y su equipo de investigación, han sido pioneros en la aplicación, como marco teórico, de la Teoría Económica Institucional al estudio de la creación de empresas¹¹. Para Veciana (1999:25) la Teoría Económica Institucional es, “sin duda, la teoría que actualmente proporciona un marco conceptual más consistente y apropiado

para el estudio de la influencia de los factores del entorno en la función empresarial y la creación de empresas...”. Por tanto, se puede decir que “...la creación de nuevas empresas está altamente condicionada por el marco institucional” (Veciana & Aponte, 2001)

Este enfoque hace referencia a la influencia de los factores socioculturales del entorno en la creación de empresas, preocupándose por explicar cuáles son los aspectos sociales e institucionales que inciden en la propensión hacia la actividad emprendedora. Así, esta propensión puede venir explicada por determinados fenómenos sociales como la marginalidad social, la religión, la familia, la ideología reinante, el entorno empresarial, la cultura, etc. (Santos, 1998). Las diversas teorías de este enfoque concluyen que si la función empresarial ha florecido, debe haber una congruencia entre la construcción ideológica-cultural y el comportamiento económico. (Veciana & Aponte, 2001)

A pesar de que tal y como se comentó anteriormente no hay demasiados estudios que consideren la Teoría Económica Institucional como marco teórico de referencia para el análisis de la creación de empresas, dentro de esta línea de investigación se han efectuado diversos estudios que han analizado tanto el marco institucional formal (leyes, reglamentos, programas, medidas de apoyo, etc.) como el marco institucional informal (ideas, creencias, actitudes, valores, etc.) en los casos de España. (Veciana & Aponte, 2001)

¿Qué es un plan de negocios?

Desde un punto de vista objetivo un plan de negocios es un documento escrito en donde se consigna información relevante y de manera organizada sobre un tema específico el cuál debiese permitir evaluar la factibilidad del negocio con la respectiva descripción, análisis de las

perspectivas empresariales y con respuestas adecuadas en un momento específico. Plan de negocios desde el punto de vista subjetivo se puede entender como una herramienta de trabajo ya que a partir de la elaboración se tocan temas que permiten darle vida a la idea como tal.

Para todo empresario es indispensable y esencial realizar un plan de negocios del proyecto que quiera abordar sin importar la magnitud del negocio y el tipo de organización que desee establecer, ya sea una compañía unipersonal, alguna clase de sociedad o inclusive si va a ser una microempresa, una pyme o una gran empresa. (www.esmas.com)

¿Para qué sirve el plan de negocios?

El plan de negocios tiene varias utilidades que justifican el porqué de la necesidad de ser realizado por parte del empresario, por lo que a continuación se destacan cada una de las razones que demuestran la importancia de realizar un plan de negocios. Estas razones serán divididas desde el punto de vista interno, la del empresario y desde el punto de vista externo. (Villegas)

Razones Internas

- Le da vida propia al proyecto.
- Permite evaluar la viabilidad del negocio.
- Permite definir y enfocar el objetivo principal del negocio haciendo uso de la información y del análisis.
- Determina variables críticas, sobre todo las más inestables y que son independientes al empresario como tal.
- Determina las variables que requieren control y supervisión permanente.
- Permite identificar puntos negativos que podrían afectar el desempeño del negocio.

- Permite evaluar diferentes escenarios y estrategias para la operación del proyecto.
- Permite explicar, justificar y evaluar la misión.
- Permite reducir los riesgos ya que se obtiene información necesaria e importante para ver

la viabilidad y sostenimiento del proyecto.

- Establece un plan estratégico a realizar.
- Establece unas metas que permite evaluar el desarrollo del plan estratégico.
- Es la primera herramienta de trabajo para el empresario.
- Permite analizar las soluciones a potenciales dificultades

Le permite al empresario empaparse de todas las facetas del negocio. Incluso genera que el empresario se capacite en las áreas donde tiene mayor deficiencia.

- Establece objetivos de corto y largo plazo.
- Define los requerimientos de recursos de diferentes tipos. Aquí se tienen en cuenta el

tiempo y la forma como se consiguen.

- Muestra la capacidad empresarial del empresario.

Razones Externas

- Puede ser una herramienta que le permite al empresario vender su proyecto con el fin de financiarse a prestamistas, socios, inversionistas, bancos, etc.

- Ayuda a la consecución de proveedores y clientes.
- Permite conocer el entorno en donde se entrará a competir.

Partes que componen un plan de negocios

Según lo aprendido a lo largo de cinco años en la universidad y agregándole la experiencia en diferentes tipos de negocio, existen muchas formas de realizar planes de negocio, más sin

embargo a continuación se analizarán los pasos que se creen son los más importantes para la ejecución de este. (Villegas)

Análisis del Mercado: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

1. Análisis del sector: estructura actual y perspectiva del sector en el que se va a entrar, tendencias económicas, sociales y culturales que intervienen en el sector.

2. Análisis del mercado propiamente dicho: abarca los Productos / servicio, los clientes, la Competencia y el tamaño del mercado global.

3. Desarrollo del plan de mercadeo: está compuesto por estrategia de precios, estrategia de ventas, estrategia de promoción, política de servicios y táctica de negociación.

Análisis Técnico y Operativo: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

1. Análisis del producto: abarca las etapas de investigación y desarrollo, el cronograma de desarrollo y las condiciones de calidad.

2. Análisis de las facilidades con relación a las instalaciones físicas: en esta etapa se encuentra ubicación de la oficina, la legislación local y el área requerida.

3. Los equipos: estos demandan tipos y cantidad de equipos, forma de adquisición de equipos, personal necesario y formas de operación.

4. Los sistemas de control: en este se encuentran los equipos de control de calidad.

Análisis Administrativo: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

1. Estructura del grupo empresarial: que deberá tener los miembros del grupo empresarial, las condiciones salariales y la política de distribución de utilidades.

2. Estructura del personal ejecutivo: este requiere de las personas que ocuparan los cargos y las políticas de administración de personal.

3. Estructura de la organización. Requerirá de un organigrama y de mecanismos de dirección y control.

4. Los empleados: de debe tener en cuenta los mecanismos de selección, contratación y desarrollo y programas de capacitación.

5. Determinar las organizaciones de apoyo para se requiere de organizaciones de apoyo y de alianzas estratégicas.

Análisis Legal y Social: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

1. Determinar aspectos legales y de legislación urbana: dentro de esta etapa el plan de negocios requiere de determinar el tipo de empresa, las implicaciones tributarias, comerciales y laborales, las leyes especiales y los trámites y permisos.

2. Análisis Ambiental: dentro de esta medición requerirá de mecanismos de control de contaminación y de riesgos para la comunidad.

3. Análisis Social: la empresa deberá tener en cuenta su impacto en la sociedad y los servicios adicionales a la comunidad.

Análisis Económico: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

1. Determinar la inversión en activos fijos tales como equipos, instalaciones complementarias, adecuación del local, publicidad, y equipos de oficina y de comunicaciones.

2. Determinar la inversión en capital de trabajo: para ello se tendrá como base la política de efectivo y de cubrimiento de pérdidas iniciales.

3. Determinar el presupuesto de ingresos

4. Análisis de costos: en esta etapa se tendrá en cuenta los costos fijos, costos variables y punto de equilibrio.

5. Determinar el presupuesto de personal

6. Determinar el presupuesto de otros gastos

7. Análisis de las deducciones tributarias

Análisis de Valores Personales: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

1. Determinar los aspectos éticos y morales para con los grupos de interés.

Análisis Financiero: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

1. Determinar las necesidades de los recursos financieros tales como flujo de caja, estado de resultados y balances.

Análisis de Riesgos e Intangibles: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

1. Determinar los riesgos del mercado: en este caso se tendrá en cuenta la Reducción de números de clientes.

2. Determinar los riesgos técnicos

3. Determinar los riesgos económicos a partir del crecimiento del valor de los factores laborales.

4. Determinar los riesgos financieros a través de las demoras en los desembolsos, retrasos o cancelaciones de artistas y exigencias sobre garantías.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Transporte. El transporte es una actividad del sector terciario, entendida como el desplazamiento de objetos o personas (contenido) de un lugar (punto de origen) a otro (punto de destino) en un vehículo (medio o sistema de transporte) que utiliza una determinada infraestructura (red de transporte). Esta ha sido una de las actividades terciarias que mayor expansión ha experimentado a lo largo de los últimos dos siglos, debido a la industrialización; al aumento del comercio y de los desplazamientos humanos tanto a escala nacional como internacional; y los avances técnicos que se han producido y que han repercutido en una mayor rapidez, capacidad, seguridad y menor coste de los transportes. (ficus.pntic.mec)

Los medios de transporte son los diferentes sistemas o maneras de desplazar un determinado contenido de un lugar a otro. Estos se clasifican en medios terrestres (ferrocarril, automóvil), aéreos (avión) o acuáticos (fluviales o marítimos), cada uno de los cuales necesitará unas infraestructuras diferentes para su funcionamiento: Vías férreas y estaciones para el tren, carreteras para los automóviles, aeropuertos para los aviones, y puertos náuticos para los barcos.

La red de transporte es la infraestructura necesaria para la circulación de los vehículos que transportan las mercancías o las personas. Suelen estar dispuestas en el territorio conectando los núcleos de población de tal manera que se genere una red o malla de diferente densidad dependiendo del tráfico generado en la zona, normalmente las redes más densas se sitúan entorno a los nudos o lugares en los que se conectan varios ejes o sirven de intercambiador entre medios de transporte diferentes (carretera-aeropuerto; carretera-puerto; ferrocarril-carretera...).

La existencia de unas u otras redes de transporte, o de la mayor o menor densidad de las mismas viene determinada por una serie de factores condicionantes, históricos, naturales o espaciales:

Condicionantes históricos: acontecimientos históricos o decisiones tomadas en el pasado, como la localización de la capital estatal, políticas más o menos centralistas, conflictos internos y externos, etc. pueden haber influido en el diseño de la red de transporte. (ficus.pntic.mec)

Condicionamientos naturales: el relieve o el clima determinan de una manera importante los ejes de transportes. Así pues, el ferrocarril o la carretera se han de adaptar al relieve, siguiendo el paso natural por los puertos de montaña o bien salvar estos accidentes mediante la construcción de túneles, viaductos, etc. También el relieve es un condicionante para la localización de aeropuertos (para facilitar la maniobrabilidad de los aviones) y de puertos (que necesitan un determinado calado para el acceso de los barcos). El clima condiciona el transporte por carretera o ferrocarril en invierno, debido a las posibles nevadas o heladas, mientras que el transporte fluvial se va a ver determinado tanto por el invierno (ríos helados) como en verano (estiaje de los ríos). (ficus.pntic.mec)

Condicionamientos espaciales: La distribución de los asentamientos de población en el territorio, así como la localización de las industrias, las materias primas y las fuentes de energía influyen de manera decisiva en la red de transportes, tanto en la densidad de la misma como en la conectividad de los ejes. (ficus.pntic.mec)

2.3.2 Alquiler de carros. Una agencia de alquiler de coches, rent-a-car o car hire es una compañía que ofrece automóviles de alquiler para cortos o largos períodos de tiempo. Sus establecimientos están situados sobre todo, en las inmediaciones de aeropuertos, estaciones de trenes y autobuses. Se complementan a menudo con un sitio Web permitiendo hacer reservas a través de Internet. Existen también sitios Web, como las agencias de viajes on-line, que comparan precios de las agencias principales de alquiler de coches. (Wikipedia)

Las agencias de alquiler de vehículos cubren las necesidades principalmente de dos sectores: el turismo y el sector empresarial. Pueden ser de utilidad también como sustitución del automóvil propio si este se encuentra fuera de servicio. Debido a la variedad de tamaños de sus vehículos, las empresas de alquiler de coches pueden también responder a las necesidades "self-moving" de la industria, alquilando furgonetas, minibuses o camiones. (Wikipedia)

2.3.3 Satisfacción de necesidades. Este es considerado como el concepto más tradicional hacia donde fija su atención el mercadeo el cual es la comprensión de las necesidades del consumidor, que se considera sujeto activo en la relación de intercambio económico, es precisamente esta la importancia que tiene para el mercadeo conocer a su consumidor, en sus necesidades y las variables que a través del producto que ofrezcan puede satisfacerlas. Dentro de estas tenemos:

Las necesidades absolutas y relativas. Debemos tomar en cuenta que las necesidades humanas son ilimitadas en extensión, más no en intensidad, pero al mercadeo solo le interesa las que los consumidores pueden satisfacer con sus recursos, es decir, a través de un determinado comportamiento económico. Por esto se hace necesario clasificar las necesidades para comprenderlas mejor. Por eso surge esta clasificación donde las necesidades “Absolutas” son aquellas que experimenta el individuo indiferentemente de la situación que experimente la sociedad, estas son limitadas en capacidad, y esto se debe a que a medida que se satisfacen van apagándose, y las “Relativas” son aquellas que cuando se satisfacen van a elevar a la persona y le ocasionan un sentimiento de superioridad, debido a su naturaleza son consideradas insaciables, ya que cuando la capacidad económica del individuo es mayor, aumenta en la misma proporción sus apetencias, es más podría decirse que esas conquistas en el terreno de las necesidades relativas son las que sirven a las sociedades actuales para definir las posiciones de los individuos en la escala social. (Carreto, 2008)

Se han realizado estudios en países desarrollados que arrojan datos sobre lo siguiente: aquellos bienes que satisfacen las necesidades absolutas han llegado a comprender una pequeña parte de lo que la comunidad consume, mientras que las perspectivas que ofrecen los bienes que satisfacen necesidades relativas impulsan al empresario a fabricar productos que las cubran y a utilizar todas las herramientas de mercadeo para canalizar los deseos del consumidor hacia ellos. (Carreto, 2008)

La necesidad, el deseo y la demanda. Es necesario conocer las diferencias entre estos conceptos, para comprender como actúa el mercadeo en el proceso de satisfacción de las necesidades del consumidor. “La Necesidad” podemos decir que ocasiona en el individuo un

sentimiento de privación que se encuentra intrínsecamente ligado a la condición humana, por lo tanto es de carácter universal, común a todos, este sentimiento posee la peculiaridad de motivar la conducta del individuo a eliminar dicho sentimiento, Privación – Conducta de erradicación. “El deseo” Es la exteriorización de la voluntad de satisfacer la necesidad, y que no todos los individuos van a realizar de la misma manera puesto que depende de una serie de factores que influyen como la edad, la cultura socialmente dominante, el ambiente climatológico y otras situaciones. (Carreto, 2008)

“La demanda” consiste en la formulación expresa del deseo según la voluntad de compra de cada individuo y según los recursos de que dispone para ello. Pueden presentarse situaciones de necesidad sin deseo, un ejemplo de esto es el enfermo que necesita comer para sobrevivir, pero no puede expresar su deseo de comida, así como también puede existir deseo sin demanda, la persona que carece de recursos para formular su deseo. En fin lo que distingue a la demanda es la limitación de los recursos de que dispone el individuo para eliminar la necesidad y formular el deseo, y los recursos limitados tienen como consecuencia usos alternativos, es el mercadeo quien se debe encargar de direccionar las necesidades y los deseos del individuo actuando sobre la demanda donde se explicitan. (Carreto, 2008)

2.3.4 Turismo. El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*. (Organización Mundial del Turismo)

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo. (Organización Mundial del Turismo)

2.3.5 Clientes. Según la American Marketing Association (A.M.A.), el cliente es "el comprador potencial o real de los productos o servicios". (American Marketing Association)

Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), el **cliente** es "una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)". (The Chartered Institute of Marketing, 2009)

En el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., encontramos que "**cliente**" es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía. (Diccionario de Marketing, 1999)

En el libro "Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?" se menciona lo siguiente: "La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que

depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer. (De Barquero, IRodríguez, Barquero, & Huertas, 2007)

2.3.6 Oferta. El término oferta proviene del latín offerre, es decir ofrecer. Esta palabra posee diversas acepciones, una de ellas podría ser definida como la promesa de cumplir o entregar algo. También puede ser entendido como la rebaja de un precio. Pero donde mayor importancia adquiere el concepto de oferta es en la Ciencias Económicas ya que es entendido como uno de los motores del mercado. (Concepto.de)

Desde este punto de vista la oferta puede ser definida como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado en un determinado lapso tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades. (Concepto.de)

La ley de oferta es entendida como la *variación de la disposición de bienes y servicios en un mercado*, cuyos cambios se encuentran estrechamente vinculados con el cambio de los precios. Si los precios son altos la oferta aumenta, de manera contraria, si los precios bajan la oferta hará lo mismo. (Concepto.de)

2.3.7 Demanda. En Economía, la demanda es el reclamo de productos por parte de los consumidores para satisfacer sus necesidades. La ley de la oferta y la demanda proclama que cuando más aumenta la demanda y menor es la oferta, los precios suben; y cuando hay poca demanda y mucha oferta, los precios bajan. Esto provoca un equilibrio en definitiva de la economía ya que si ante una gran demanda los precios suben, llegará un momento que serán tan

altos, que los consumidores demandarán menos productos, aumentando la oferta, lo que hará bajar los precios. (deconceptos.com)

2.3.8 Publicidad. La Publicidad es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad. La publicidad utiliza como principal herramienta los medios de comunicación, estos son tan diversos y tienen tanta expansión e impacto en el público en general que son fundamentales para el comercio en general. Si un producto no es publicitado, difícilmente las personas lo conocerán y se referirán a él como algo de buena calidad respecto al nombre que posee. La publicidad es una estrategia de marketing para posicionar los productos en el mercado global, su participación en la expansión de las empresas es precisa y necesaria. El correspondiente factor que se emplea para la diversificación de bienes y servicios es referencial, pero lo que se busca es que el impacto en la sociedad sea aceptable, para darle paso al consumismo activo. (Definición de Publicidad)

2.4 Marco Legal

2.4.1 Constitución Política de Colombia. Artículo 24. Todo colombiano, con las limitaciones que establezca la ley, tiene derecho a circular libremente por el territorio nacional, a entrar y salir de él, y a permanecer y residenciarse en Colombia. El Gobierno Nacional podrá establecer la obligación de llevar un informe de residencia de los habitantes del territorio nacional, de conformidad con la ley estatutaria que se expida para el efecto. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

Artículo 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. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone

responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

2.4.2 Ley 105 de 1993. En la ley 105 de 1993, se integran el sector y el sistema nacional del transporte, con disposiciones básicas sobre el transporte, redistribuyendo las competencias y recursos entre la nación y las entidades territoriales, reglamentando la planeación en el sector.

Esta ley permite:

La configuración del sector y el sistema nacional de transporte.

- Establece los principios rectores.
- Se distribuyen competencias y responsabilidades.
- Define políticas generales sobre tránsito y transporte.
- Se reglamenta la planeación del sector.
- Se definen y distribuyen recursos.

Artículo 1º.- *Sector y Sistema Nacional del Transporte.* Integra el sector Transporte, el Ministerio de Transporte, sus organismos adscritos o vinculados y la Dirección General Marítima del Ministerio de Defensa Nacional, en cuanto estará sujeta a una relación de coordinación con el Ministerio de Transporte.

Conforman el Sistema de Nacional de Transporte, para el desarrollo de las políticas de transporte, además de los organismos indicados en el inciso anterior, los organismos de tránsito y transporte, tanto terrestre, aéreo y marítimo e infraestructura de transporte de las entidades territoriales y demás dependencias de los sectores central o descentralizado de cualquier orden, que tengan funciones relacionadas con esta actividad.

Artículo 5º.- Modificado por el art. 1, Ley 276 de 1996. *Definición de competencias. Desarrollo de políticas. Regulación sobre transporte y tránsito.* Es atribución del Ministerio de Transporte en coordinación con las diferentes entidades sectoriales, la definición de las políticas generales sobre el transporte y el tránsito.

Créase el Consejo Consultivo de Transporte, que será reglamentado por el Gobierno Nacional, estará integrado por el Ministerio de Transporte, dos (2) delegados del Presidente de la República, cinco (5) delegados nominados por las Asociaciones de transporte constituidas en el país, así: uno (1) por el transporte carretero de carga, uno (1) por el sector de transporte de pasajeros por carretera, uno (1) por el sector de transporte de pasajeros urbanos, uno (1) por el sector férreo y uno (1) por el sector fluvial, cuya designación la efectuará el Ministerio de Transporte, un (1) representante de la Sociedad Colombiana de Ingenieros y un (1) representante de la Asociación Colombiana de Ingenieros de Transporte - ACIT.

Este consejo se reunirá por lo menos una vez al semestre y será convocado por el Ministro de Transporte.

En concordancia corresponde específicamente a la Dirección General Marítima las responsabilidades consagradas en el artículo 13, Decreto 2327 de 1991.

Artículo 9º.- *Sujetos de las sanciones.* Las autoridades que determinen las disposiciones legales impondrán sanciones por violación a las normas reguladoras del transporte, según las disposiciones especiales que rijan cada modo de transporte.

2.4.3 Ley 336 de 1996: estatuto nacional de transporte. Unifica principios y criterios para regulación y la reglamentación del transporte público en todos los modos.

- Determina la operación en todo el territorio nacional
- Establece las condiciones para la eficiente prestación del servicio y el desarrollo de la industria del transporte.

Artículo 1º-La presente ley tiene por objeto unificar los principios y los criterios que servirán de fundamento para la regulación y reglamentación del transporte público aéreo, marítimo, fluvial, férreo, masivo y terrestre y su operación en el territorio nacional, de conformidad con la Ley 105 de 1993, y con las normas que la modifiquen o sustituyan.

Artículo 2º- La seguridad especialmente la relacionada con la protección de los usuarios, constituye prioridad esencial en la actividad del sector y del sistema de transporte.

Artículo 3º- Reglamentado por el Decreto Nacional 3083 de 2007. Para los efectos pertinentes, en la regulación del transporte público las autoridades competentes exigirán y verificarán las condiciones de seguridad, comodidad y accesibilidad requeridas para garantizarle a los habitantes la eficiente prestación del servicio básico y de los demás niveles que se establezcan al interior de cada modo, dándole la prioridad a la utilización de medios de transporte masivo. En todo caso, el Estado regulará y vigilará la industria del transporte en los términos previstos en los artículos 333 y 334 de la Constitución Política.

Artículo 4º-El transporte gozará de la especial protección estatal y estará sometido a las condiciones y beneficios establecidos por las disposiciones reguladoras de la materia, las que se incluirán en el plan nacional de desarrollo, y como servicio público continuará bajo la dirección, regulación y control del Estado, sin perjuicio de que su prestación pueda serle encomendada a los particulares.

Artículo 5º-El carácter de servicio público esencial bajo la regulación del Estado que la ley le otorga a la operación de las empresas de transporte público, implicará la prelación del interés general sobre el particular, especialmente, en cuanto a la garantía de la prestación del servicio y a la protección de los usuarios, conforme a los derechos y obligaciones que señale el reglamento para cada modo.

El servicio privado de transporte es aquel que tiende a satisfacer necesidades de movilización de personas o cosas, dentro del ámbito de las actividades exclusivas de las personas naturales y/o, jurídicas. En tal caso sus equipos propios deberán cumplir con la normatividad establecida por el Ministerio de Transporte. Cuando no se utilicen equipos propios, la contratación del servicio de transporte deberá realizarse con empresas de transporte público legalmente habilitadas en los términos del presente estatuto.

Artículo 6º-Por actividad transportadora se entiende un conjunto organizado de operaciones tendientes a ejecutar el traslado de personas o cosas, separada o conjuntamente, de un lugar a otro, utilizando uno o varios modos, de conformidad con las autorizaciones expedidas por las autoridades competentes basadas en los reglamentos del Gobierno Nacional.

Artículo 7º- Para ejecutar operaciones de transporte multimodal nacional o internacional, el operador de transporte multimodal deberá estar previamente inscrito en el registro que para el

efecto establezca el Ministerio de Transporte. Para obtener este registro, el solicitante deberá acreditar el cumplimiento de los requisitos, relacionados con la calidad del modo de transporte, con el capital, agentes y representantes, cobertura de seguros de responsabilidad civil y demás que sean exigidos por las normas reglamentarias.

Los agentes o representantes en Colombia de operadores de transporte multimodal extranjeros, responderán solidariamente con sus representados o agenciados por el cumplimiento de las obligaciones y las sanciones que le sean aplicables por parte del Ministerio de Transporte.

En todo caso, la reglamentación a que se refiere este artículo estará sujeta a las normas internacionales adoptadas por el país y que regulen la materia.

Artículo 8º- Bajo la suprema dirección y tutela administrativa del Gobierno Nacional a través del Ministerio de Transporte, las autoridades que conforman el sector y el sistema de transporte serán las encargadas de la organización, vigilancia y control de la actividad transportadora dentro de su jurisdicción y ejercerán sus funciones con base en los criterios de colaboración y armonía propios de su pertenencia al orden estatal. Así mismo el Ministerio de Transporte reglamentará todo lo pertinente al transporte turístico contemplado en la Ley 300 de 1996.

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de investigación

La investigación realizada con métodos descriptivos es denominada investigación descriptiva, y tiene como finalidad definir, clasificar, catalogar o caracterizar el objeto de estudio. Cuando tiene la finalidad de conseguir descripciones generales diremos que es de tipo nomotético, y cuando la finalidad es la descripción de objetos específicos diremos que es ideográfica. (www.uv.es)

De acuerdo con este tipo de investigación, el presente proyecto desarrollo dicha metodología teniendo en cuenta que busca determinar la aceptación y el diseño mercadotécnico, administrativo, financiero, legal, ambiental y social de una empresa de alquiler de carros en la ciudad de Ocaña.

3.2 Población

Para el desarrollo de la investigación se requirió de la aplicación de un instrumento que permita evidenciar la aceptación de la empresa de alquiler de carros en la ciudad de Ocaña, para ello se tendrá como población los ciudadanos ocañeros mayores de 18 años que asciende a 65.379 , teniendo en cuenta que son los posibles usuarios de dicho servicio. Para determinar la población la siguiente tabla muestra la población total de dichos rangos de edad de acuerdo con el plan de desarrollo municipal para el periodo 2016-2019.

Tabla 1.*Población residente en el municipio de Ocaña por rango de edad*

Población por rango de edad	
18 a 20 años	5.825
21 a 30 años	16.898
31 a 40 años	13.866
41 a 50 años	11.352
51 a 60 años	8.556
61 y +:	8.882
Total	65.379

Nota fuente: Autoras del proyecto basadas en el plan de desarrollo municipal de Ocaña

3.3 Muestra

n = muestra

N = población dada en el estudio = 65.379

Zc = Indicador de confianza = 95% = 1.96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

E = Error poblacional dispuesto a asumir = 6% = 0.06

$$n = \frac{N * (Zc)^2 p * q}{E^2}$$

$$N - 1 * (E)^2 + (Zc)^2 p * q$$

$$n = \frac{65.379 * (1.95)^2 * 0.5 * 0.5}{65.379 - 1 * (0.05)^2 + (1.95)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 378$$

La fórmula estadística evidencia que se requiere de la aplicación del instrumento a 378 personas del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

La investigación acudió a la utilización del instrumento denominado encuesta que permitió conocer la aceptación de la empresa de alquiler de carros en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

De la misma forma se aplicó la técnica de análisis documental la cual es requerida para elaborar el marco referencial (histórico, conceptual y legal).

3.5 Procesamiento y análisis de información

El procesamiento de la información y posterior análisis se llevó a cabo aplicando la metodología cualitativa, que permitió el análisis de la información recolectada a través de la encuesta pero también del apoyo de otras fuentes como libros, informes, revistas especializadas y demás que permitan el desarrollo del plan de negocios.

Capítulo 4. Presentacion de Resultados

4.1 Diseñar un estudio de mercados que permita conocer la aceptación para la creación de una empresa de alquiler de vehículos en Ocaña, Norte de Santander para satisfacción de necesidades de transporte de propios y visitantes.

Tabla 2.

Intencion de adquirir los servicios de una empresa de alquiler de transporte privado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No	24	6%
Si	354	94%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

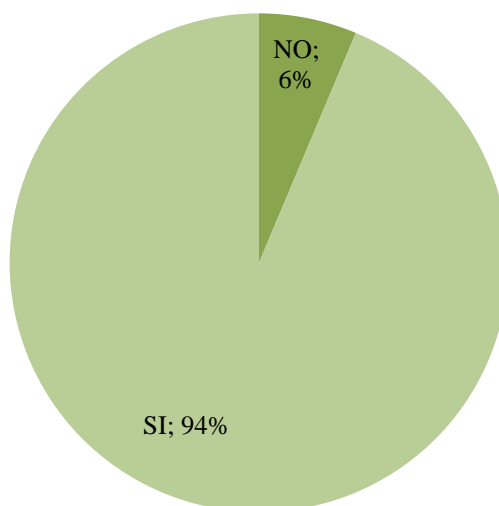


Figura 1. Intencion de adquirir los servicios de una empresa de alquiler de transporte privado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

De acuerdo con la información suministrada por la tabla 2 y figura 1 la población ocañera que respondió a la encuesta manifiesta que de acuerdo con 94% si estarían dispuestos a tomar los

servicios que brinda un centro de alquiler de vehículos que les permita una mejor movilización dentro del municipio en los sitios limitantes del mismo.

Tabla 3.

Cuenta su familia en el municipio de Ocaña actualmente con alguna entidad prestadora de este servicio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No	377	100%
Si	1	0%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

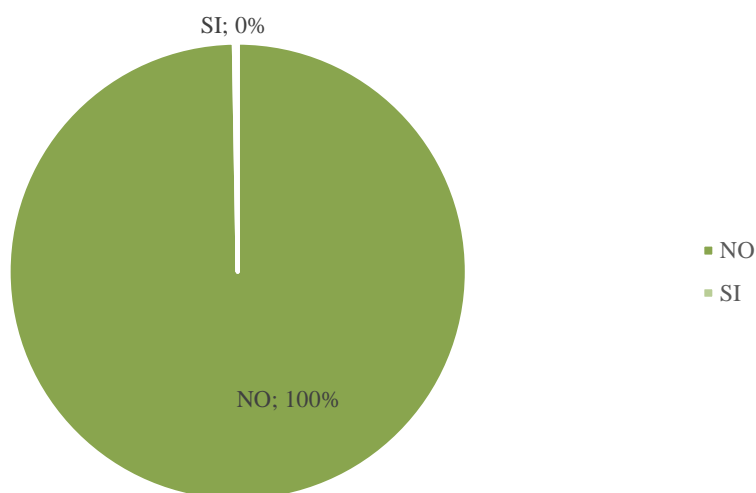


Figura 2. Cuenta su familia en el municipio de Ocaña actualmente con alguna entidad prestadora de este servicio

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Respecto a la prestación del servicio de alquiler de vehículos en el municipio de Ocaña la tabla 3 y figura 2 evidencian que la población ocañera que respondió al instrumento de investigación aplicado manifestó no contar con dicho servicio. El 100% de los encuestados

manifiesta de forma enfática no contar con este servicio el cual se convierte en una necesidad sin satisfacer para la comunidad residente en el municipio.

Tabla 4.

Razones para que su familia o empresa tome un servicio de alquiler de transporte privado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Agilidad	25	7%
Costos	40	11%
Disponibilidad	185	49%
No responde	24	6%
Seguridad	58	15%
Variedad de Servicios	46	12%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

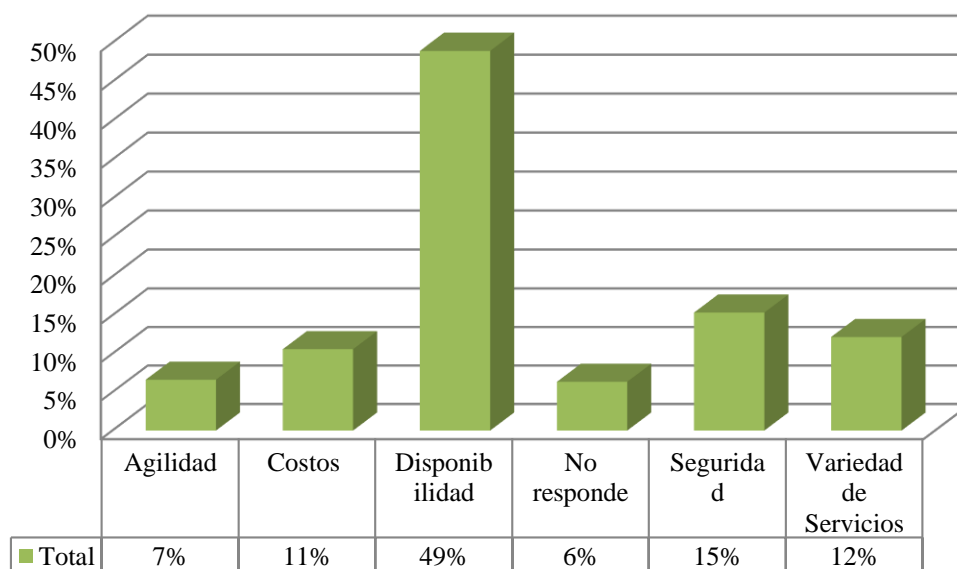


Figura 3. Razones para que su familia o empresa tome un servicio de alquiler de transporte privado

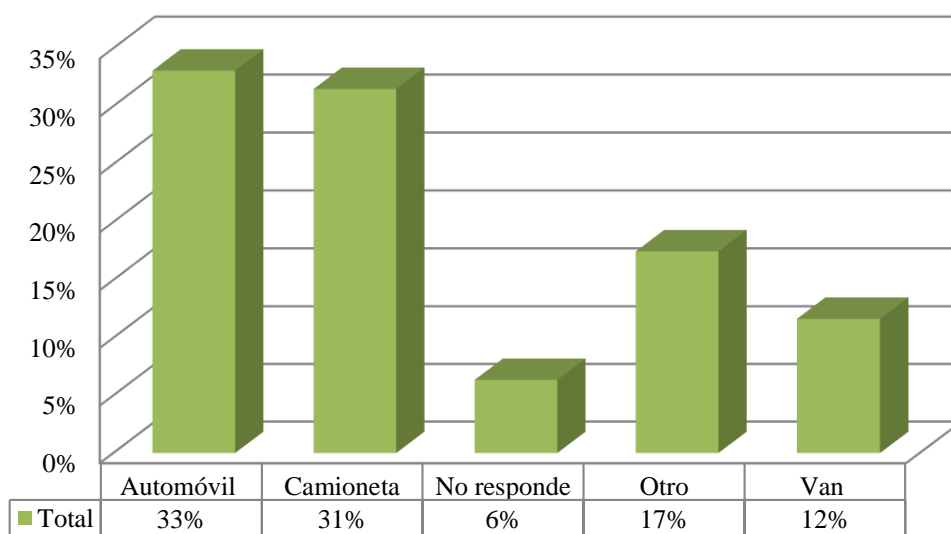
Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Otro aspecto determinante en el estudio de mercados para determinar la factibilidad para la creación de una empresa de alquiler de vehículos son las razones o factores que más inciden en el cliente para la escogencia del servicio. Para el caso de la presente investigación y para la empresa de alquiler de vehículos la comunidad residente en el municipio de Ocaña respondió que a la hora de elegir este servicio preferirían el 49% la disponibilidad, el 15% la seguridad, el 12% la variedad de los servicios, el 11% los costos y el 7% la agilidad. De esta manera es necesario que se tenga en cuenta que para los posibles clientes en el municipio de Ocaña un porcentaje muy alto requiere que la empresa brinde disponibilidad de vehículos, horarios, servicios y demás para que este se sienta atraído y tome como opción el alquiler de un vehículo, también se evidencia que es vital para el cliente la seguridad pues se deben brindar todas las garantías en cuanto a pólizas de responsabilidad de parte del servicio y de parte de quien accede a el con el objetivo de brindar respaldo a la hora de inconvenientes, en el ámbito del mantenimiento y garantía del vehículo también es determinante que la empresa oferte un servicio de calidad para que el cliente se sienta cómodo a la hora de adquirirlo. Otro porcentaje prefiere la variedad de los servicios pues estos son importantes teniendo en cuenta que actualmente el municipio no cuenta con una empresa que los preste, es decir que esta debe proveer de servicios novedosos e innovadores, los costos también representan para el 11% un nivel de importancia alto teniendo en cuenta que el servicio se ofrecerá en un municipio como Ocaña que no cuenta con grandes fuentes de empleo y por ende con una economía poco dinamizadora y fluctuante. Finalmente la comunidad respondió que también requieren de agilidad en el servicio pues esta es determinante hoy en día, el cliente necesita de empresas con servicios innovadores pero que su servicio al cliente sea determinante y la agilidad para la prestación del servicio pueda ofertas horarios diversos, costos al alcance de la comunidad y diversidad de servicios.

Tabla 5.*Tipo de vehículo para tomar el servicio alquiler de transporte privado*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Automóvil	33%	125
Camioneta	31%	119
Van	12%	44
No responde	6%	24
Otro	17%	66
Total general	100%	378

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

**Figura 4.** Tipo de vehículo para tomar el servicio alquiler de transporte privado

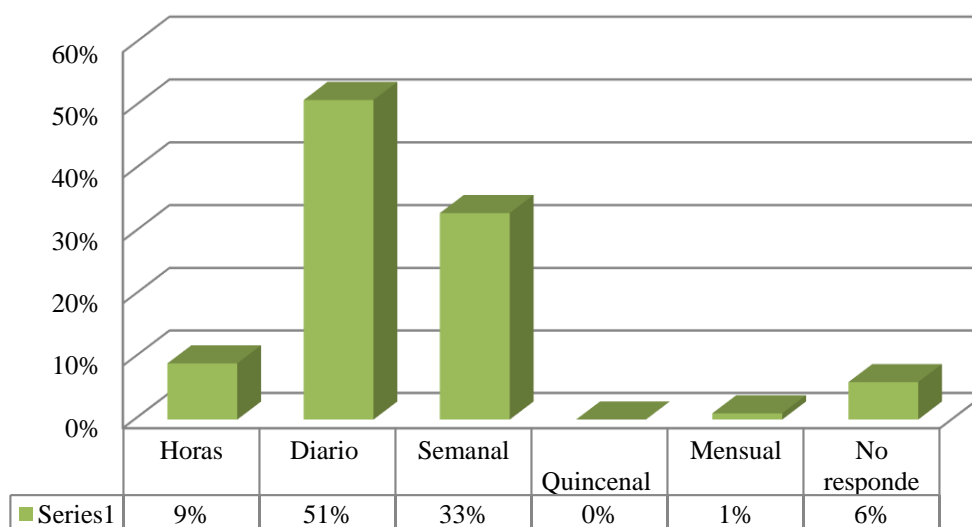
Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Otro factor que se evaluó en el estudio de mercados fue los tipos de vehículos que prefiere la comunidad residente en Ocaña para tomar el servicio de alquiler de vehículos. De acuerdo con la tabla 5 y la figura 4 el 31% prefiere camionetas, el 33% automóviles, el 12% las Van y el 17% Otro entre lo cual prefieren además de carros también motocicletas.

Tabla 6.*Frecuencia para el uso de este servicio*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Horas	9%	35
Diario	51%	192
Semanal	33%	123
Quincenal	0%	1
Mensual	1%	3
No responde	6%	24
Total general	100%	378

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

**Figura 5.** Frecuencia para el uso de este servicio

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

La frecuencia con la cual usarían el servicio también determina el estudio de mercados y la factibilidad para crear la empresa. De acuerdo con la tabla 6 y figura 5 la población que respondió en una totalidad de 378 personas el mayor porcentaje de frecuencia para usar el servicios sería diario, así lo determino el 51% de los encuestados, para el servicio de forma semanal respondió el 33% y para el servicio por horas el 9%. De esta manera se evidencia que el servicio es una necesidad para la población

ocañera y que la creación de la empresa respondería a dicha necesidad, satisfaciéndola y creando una fuente de empleabilidad para la comunidad ocañera.

Tabla 7 .

Valor que usted o su familia paga o estaría dispuesta a pagar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Horas	9%	35
Diario	51%	192
Semanal	33%	123
Quincenal	0%	1
Mensual	1%	3
No responde	6%	24
Total general	100%	378

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

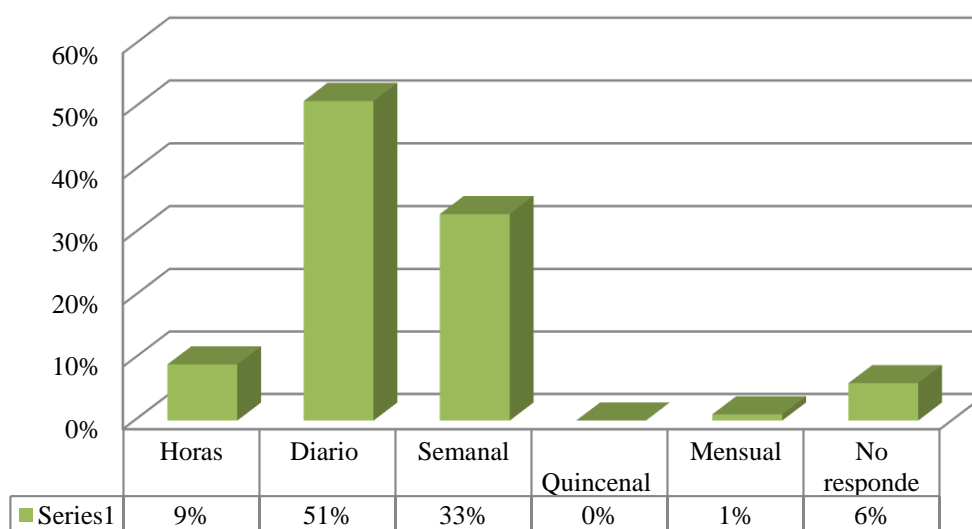


Figura 6. Valor que usted o su familia paga o estaría dispuesta a pagar

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

El costo del servicio también es determinante a la hora de escoger un servicio, la comunidad encuestada en el municipio de Ocaña responde que este debe ser estimado de forma diaria el 51%, de forma semanal el 33% y por horas el 9%. Es decir que las personas prefieren el cobro del mismo de acuerdo a la frecuencia con la cual utilizarían los vehículos.

Además de los anteriores factores también se indagó con la comunidad residente en el municipio de Ocaña en el presente estudio de mercados frente a la calificación que le asignan a cada uno de los factores que intervienen en la prestación del servicio. El primer factor evaluado fue la seguridad. A continuación la Tabla 8 y figura 7 evidencia los resultados.

Tabla 8.

Calificación en el nivel que requiere de seguridad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Alto	176	47%
Muy Alto	139	37%
Medio	0	0%
Bajo	35	9%
Muy Bajo	0	0%
No responde	27	7%
Total general	377	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

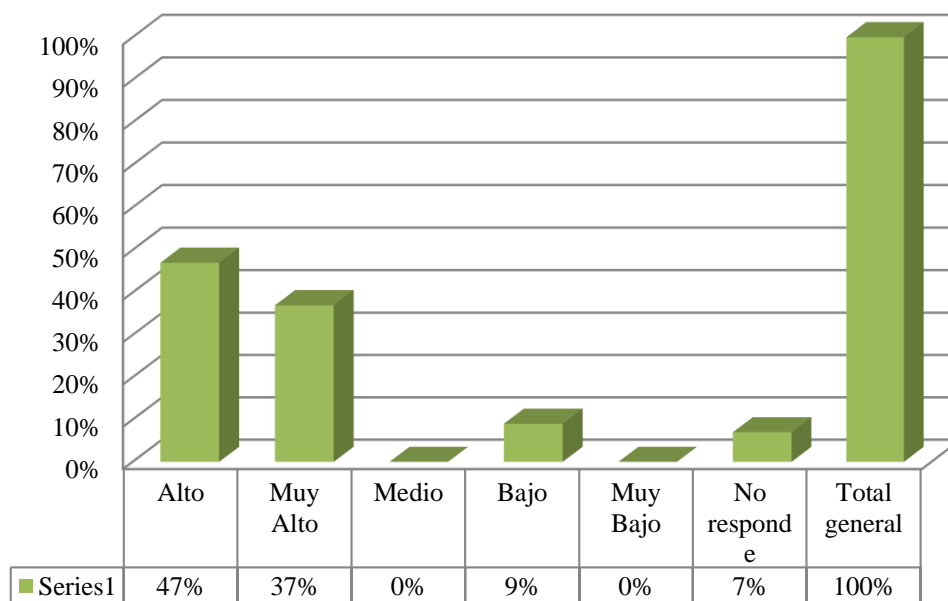


Figura 7. Calificación en el nivel que requiere de seguridad

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

De acuerdo con los resultados la comunidad encuestada le asigna a la seguridad en un 47% un nivel de importancia alto, para el 37% muy alto, para el 9% bajo y solo el 7% no respondió. Es decir que la seguridad a la hora de escoger el servicio es determinante pues el cliente en esta clase de necesidades prefiere empresas que puedan brindarle garantías del servicio, de los vehículos y de posibles inconvenientes contractuales y extracontractuales.

Tabla 9.

Calificación en el nivel que requiere de cumplimiento

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Alto	35	47%
Muy Alto	279	37%
Medio	0	0%
Bajo	36	9%
Muy Bajo	1	0%
No responde	27	7%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

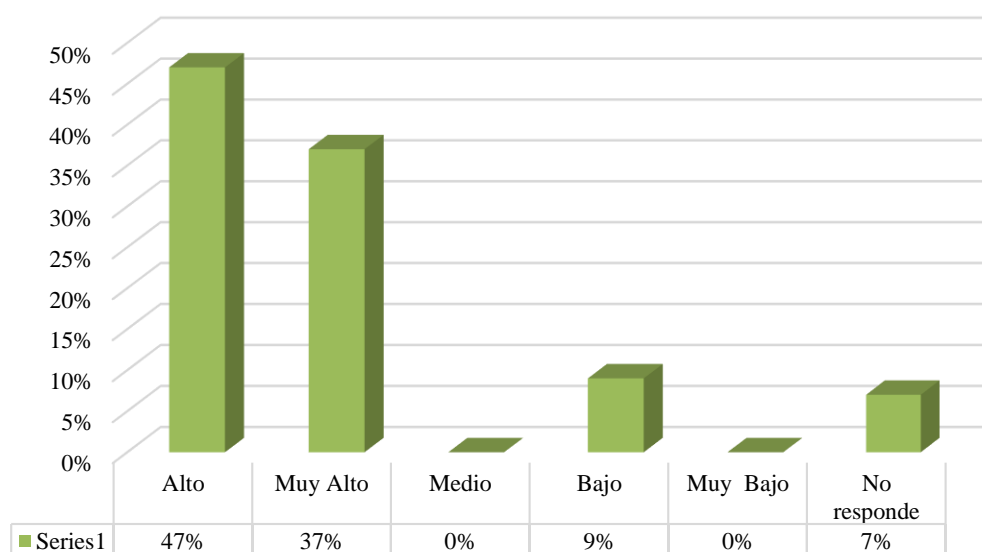


Figura 8. Calificación en el nivel que requiere de cumplimiento

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

El cumplimiento también refleja un factor determinante en la imagen de la empresa y para el cliente es de gran impacto a la hora de escoger el servicio, el 47% responde que a este factor le asigna un nivel alto de importancia a la hora de tomar el servicio, el 37% muy alto y el 9% bajo. Es decir que la empresa requiere de crear y mantener una buena imagen, dar cumplimiento a lo pactada a través de su oferta de servicios y bajo cualquier circunstancia siempre satisfacer las necesidades del usuario.

Tabla 10.

Calificación en el nivel que requiere de calidad del servicio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy Ato	0	0%
Alto	0	0%
Medio	314	83%
Bajo	36	10%
Muy Bajo	1	0%
No responde	27	7%
Total	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

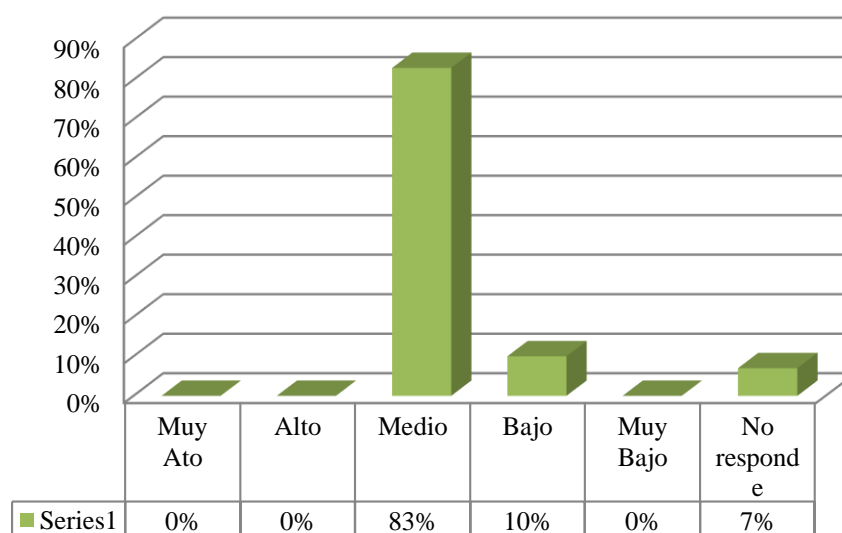


Figura 9. Calificación en el nivel que requiere de calidad del servicio

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Otro aspecto importante y vital al cual la comunidad encuestada le asigna un nivel de importancia medio en un 83% es la calidad del servicio, pues este hoy por hoy teniendo en cuenta la competencia del mercado y los requerimientos de los clientes es determinante, el cliente siempre tomara como primera opción donde se sienta seguro, el servicio sea cumplido pero que además este sea de calidad, es decir que cumpla con los estándares requeridos y que permita la prestación de un servicio garantizado.

Tabla 11.

Calificación en el nivel que requiere de precio del servicio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy Alto	35	9%
Alto	140	37%
Medio	139	37%
Bajo	1	0%
Muy Bajo	36	10%
No responde	27	7%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

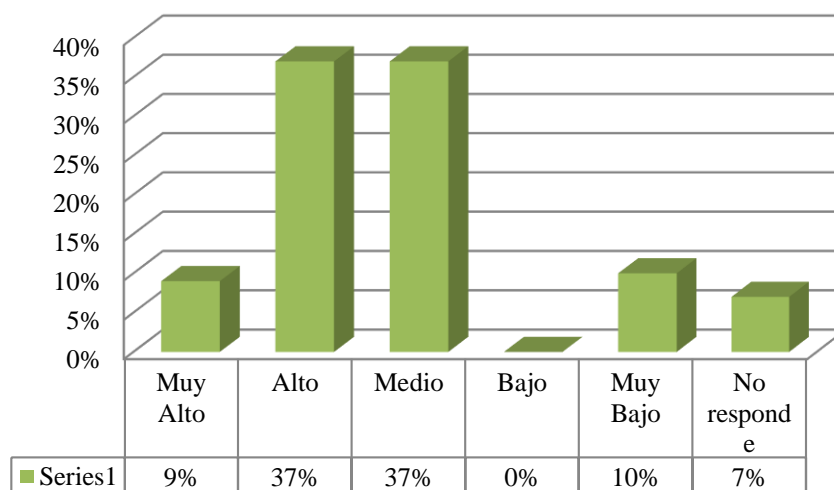


Figura 10. Calificación en el nivel que requiere de precio del servicio

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Respecto al precio del servicio para los usuarios este tiene un nivel de importancia alto según el 37%, muy Alto para el 9%, medio para el 37% y muy bajo para el 10%. Es decir que de acuerdo a lo establecido en la tabla 11 y figura 11 los usuarios requieren de un servicio seguro, cumplido, de calidad pero que a su vez se integre a precios del manejo de la población residente en el municipio, teniendo en cuenta los factores que inciden en la economía y el índice de empleabilidad del municipio.

Tabla 12.

Calificación en el nivel que requiere de variedad en el servicio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy Alto	0	0%
Alto	140	37%
Medio	174	46%
Bajo	36	10%
Muy Bajo	1	0%
No responde	27	7%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

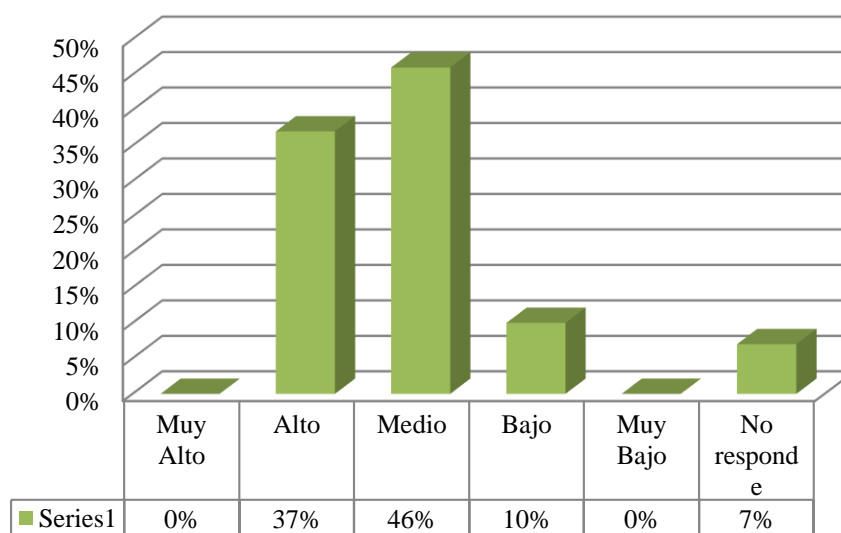


Figura 11. Calificación en el nivel que requiere de variedad en el servicio

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Como se mencionó antes la variedad en el servicio también es una necesidad para el usuario y de acuerdo con el nivel de importancia que le asignan la tabla 12 y figura 11 evidencian que para el 46% el nivel es medio, para el 37% es alto y para el 10% es bajo. Es decir que si es importante tener en cuenta un portafolio de servicios de fácil acceso y variado para los usuarios en el municipio de Ocaña a la hora de ofertar el alquiler de vehículos.

Tabla 13.

Calificación en el nivel que requiere de respeto por el usuario

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy Alto	1	0%
Alto	140	37%
Medio	139	37%
Bajo	35	9%
Muy Bajo	36	10%
No responde	27	7%
Total General	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

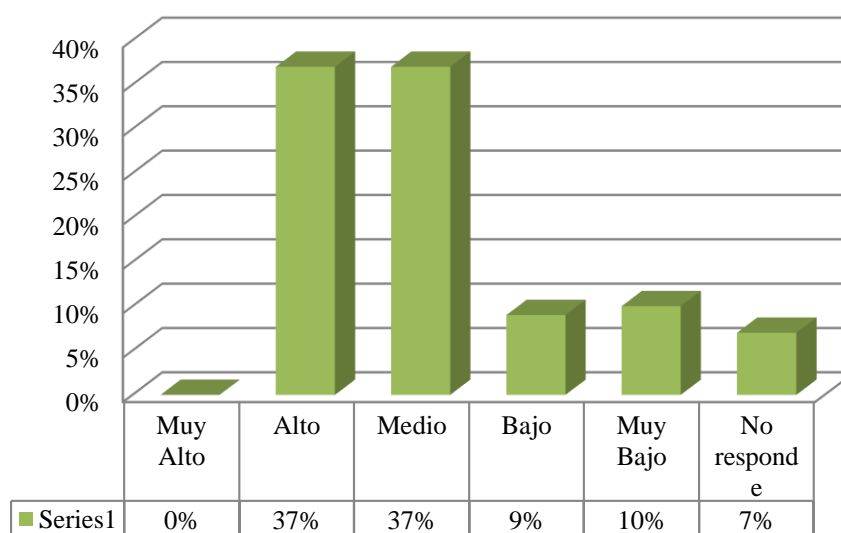


Figura 12. Calificación en el nivel que requiere de respeto por el usuario

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

El respeto por el usuario también es un factor que debe tener en cuenta la empresa pues para la comunidad encuestada este tiene un nivel de importancia alto según el 37% y medio otro 37%. Es decir que los usuarios requieren de sentirse cómodos, atraídos, seguros y respetados a la hora de escoger el servicio pues un usuario insatisfecho o irrespetado necesariamente dará una mala imagen a la empresa lo que consecuentemente traerá pérdidas a la misma.

Tabla 14.

Calificación en el nivel que requiere de la ubicación geográfica de la empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy Alto	139	37%
Alto	140	37%
Medio	0	0%
Bajo	1	0%
Muy Bajo	71	19%
No responde	27	7%
Total General	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

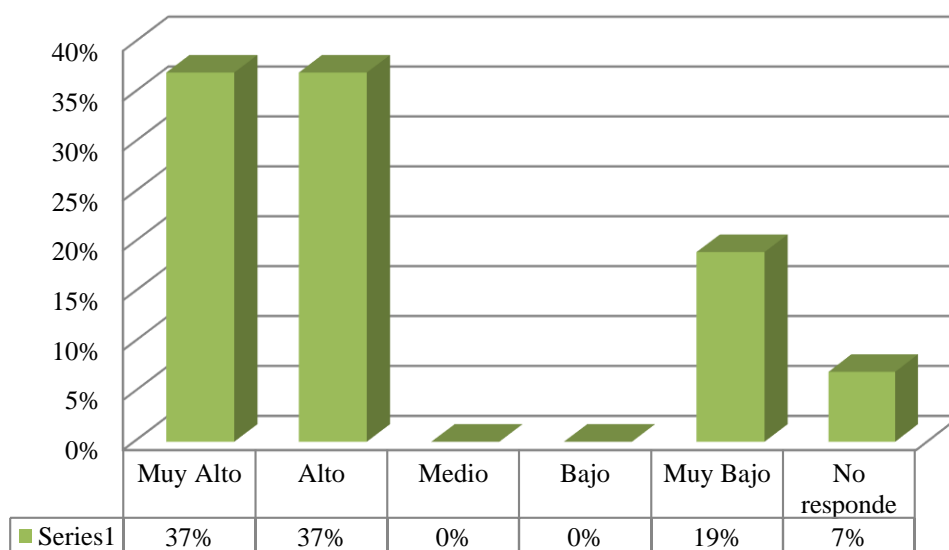


Figura 13. Calificación en el nivel que requiere de la ubicación geográfica de la empresa

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

Finalmente la ubicación geográfica de la empresa también es un factor que determina la factibilidad de la empresa, de acuerdo con lo manifestado por la totalidad de la comunidad que respondió al instrumento de investigación esta tiene un nivel de importancia muy alto para el 37%, Alto para otro 37% y muy bajo para el 19%. Es decir que la escogencia de la ubicación de la empresa requiere de un estudio para que esta sea estratégica y permita el acceso de los usuarios.

Tabla 15.

Disposición para tomar los servicios de la empresa de alquiler de transporte privado estando está ubicada en diferentes sectores del municipio de Ocaña.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Avenida Circunvalar	99	26%
Avenida Francisco Fernández de Contreras	179	47%
No responde	27	7%
Zona Céntrica de Ocaña	6	2%
Zona Norte de Ocaña	67	18%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

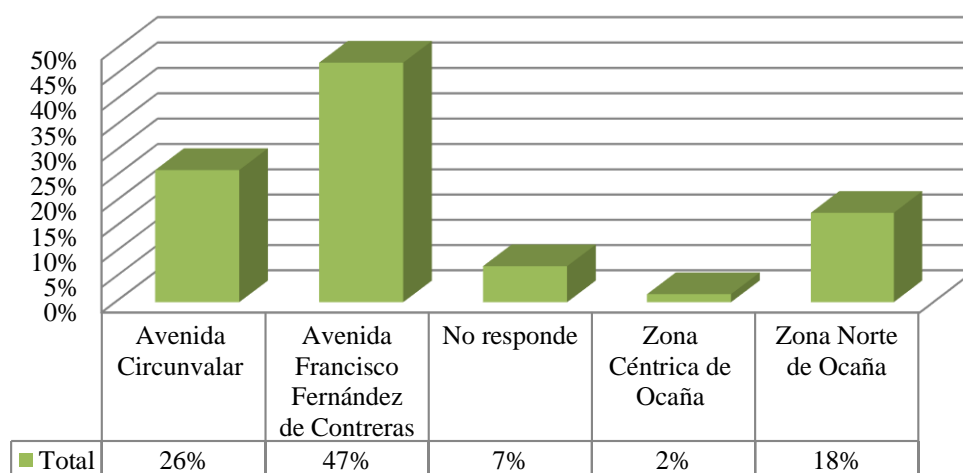


Figura 14. Disposición para tomar los servicios de la empresa de alquiler de transporte privado estando está ubicada en diferentes sectores del municipio de Ocaña.

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

Frente a la ubicación geográfica que es un factor determinante se le planteo a la comunidad encuestada 4 opciones frente a la cual se pudo evidenciar que los posibles usuarios preferirían como la mejor opción la Avenida Francisco Fernández de Contreras según el 47%, en la Avenida Circunvalar del 26%, el 18% en la Zona Norte y el 2% en la zona céntrica.

Tabla 16.

Medios para conocer de los servicios de la empresa de alquiler de carros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Medios de comunicación como la televisión radio	117	31%
Redes Sociales	217	57%
Medios impresos como el periódico, volantes, folletos.	8	2%
Correo electrónico	9	2%
No responde	27	7%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

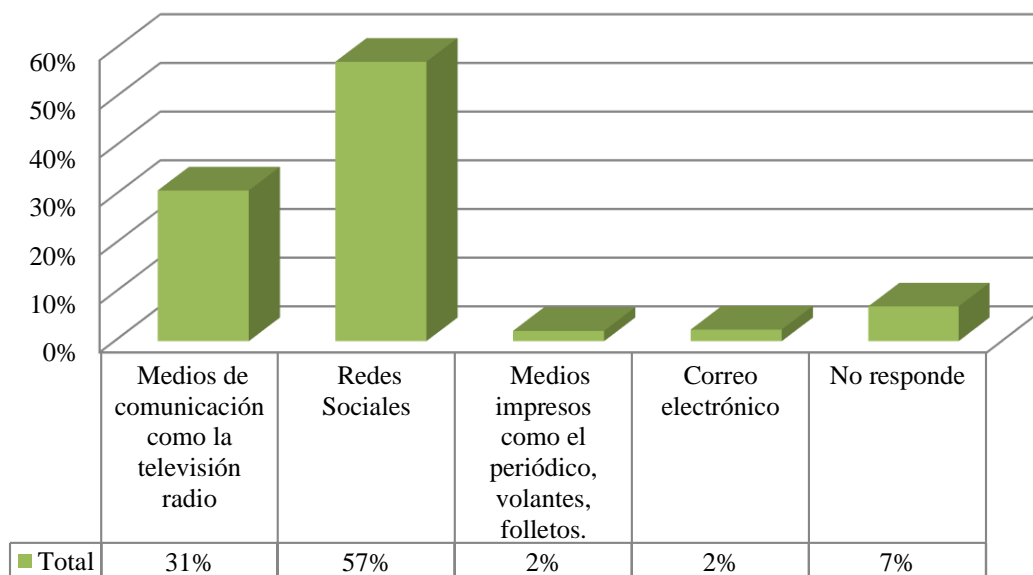


Figura 15. Medios para conocer de los servicios de la empresa de alquiler de carros.

Nota Fuente: Autoras del proyecto basadas en encuesta aplicada a habitantes del municipio de Ocaña, Norte de Santander

Finalmente los medios de comunicación frente a los cuales prefieren conocer de los servicios de la empresa la comunidad encuestada prefiere que sea a través de redes sociales según el 57% pues hoy en día estas demandan gran cantidad de usuarios, sin embargo los medios de comunicación también son determinantes en el municipio de Ocaña y el 31% prefiere la radio o la televisión, solo el 2% prefiere medios impresos y otro 2% correo electrónico.

4.1.1 Análisis del sector. De acuerdo con el análisis de la presente investigación la empresa de alquiler de vehículos pertenece a dos sectores uno como lo es el turismo y otro al sector empresarial que permite la generación de nuevas organizaciones enmarcadas en la prestación de servicios. De esta manera la empresa se ubica en el sector terciario de la economía en Colombia en el cual permite ofrecer servicios a la sociedad, a las personas y a las empresas, para satisfacer sus necesidades en este caso la de renta de vehículos que no están al alcance de adquirir para su propiedad.

4.1.2 Análisis de la demanda. De acuerdo con el análisis realizado la totalidad de la población demanda el servicio pues actualmente en el municipio de Ocaña no se cuenta con empresas de alquiler de vehículos que satisfagan esta necesidad en la comunidad y que incursionen en este mercado de los servicios poco explorado en el municipio.

4.1.3 Estimación de la demanda. A partir de los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de investigación se pudo estimar que en el municipio de Ocaña la demanda de consumo de los servicios de alquiler de vehículos tal como lo describe la tabla 6 y figura 5 anteriormente expuesta es de una frecuencia de uso diario según el 51%, de uso semana el 33% y por horas el 9%, lo que evidencia que casi la totalidad de la población requiere de la prestación del mismo.

Respecto a la demanda de la prestación del servicio se estimaría que se podrían alquilar alrededor de entre 341 servicios del portafolio que se ofrece.

4.1.4 Análisis de la Oferta. Actualmente en el municipio de Ocaña, Norte de Santander no existe establecida una empresa que brinde el servicio de alquiler de vehículos, por lo tanto la empresa Renting Ocaña Ltda. ofrecerá el alquiler de carros y motocicletas de acuerdo a las necesidades que se evidenciaron en el estudio de mercados, con precios de fácil acceso, excelente servicio, accesibilidad en horarios por horas desde las 8:00 am hasta las 4:00 pm, diario que abarca las 24 horas, semanal desde el lunes hasta el Sábado.

4.1.5 Estimación de la oferta actual. Como lo evidencia el estudio de mercados en la actualidad, es decir a la fecha de inicios de 2018 no existe oferta del servicio de alquiler de vehículos en el municipio de Ocaña.

4.1.6 Análisis de la Competencia

Competencia directa. De acuerdo al análisis realizado en la actualidad no existe competencia en el servicio de alquiler de vehículos en el municipio de Ocaña, lo que permite determinar que es necesario atender a estrategias de fidelización de los clientes pues en un futuro podrá evidenciarse competencia posterior a la viabilidad y establecimiento de la empresa Renting Ocaña Ltda.

4.1.7 Relación Entre Demanda Y Oferta. La interrelación de los resultados obtenidos referidos a la demanda y oferta permite cuantificar la participación del proyecto en el mercado. Se pudo identificar con el estudio de mercados que actualmente existe la necesidad de transporte alquilada en Ocaña y que esta se refleja insatisfecha en la comunidad encuestada.

4.1.8 Estrategias De Precio. Teniendo en cuenta que la empresa es nueva en el municipio de Ocaña y que es la única que prestara el servicio de alquiler de vehículo se establecerán precios de fácil acceso y manejo para la población y que a su vez generen ganancia para la empresa. A continuación la relación de precios del alquiler de vehículos. Para la fijación se recurrió a consultar con dos empresas que prestan el servicio en ciudades como Cúcuta y Bucaramanga.

Tipo de vehículo	Valor promedio del servicio en Cúcuta	Valor promedio del servicio en Bucaramanga	Media aritmética de los valores de cada ciudad
Vehículo Hyundai Tucson Modelo 2008 Transmisión Mecánica	\$347.901	\$362.397	\$355.149
Vehículo Chevrolet Cruze Modelo 2012 Color Gris Transmisión Mecánica	\$351.859	\$226.528	\$289.194
Vehículo Chevrolet Spark GT AB ABS LTZ Full Equipo 2018 Color Blanco Trasmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2010 Color negro Transmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2009 Color gris Transmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Chevrolet Cruze Color azul Transmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Hyundai Grand i10 Modelo 2015 Color Rojo Transmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Mitsubishi Montero modelo 1998 Color gris Transmisión mecánica	\$347.901	\$226.528	\$287.215

Fz 2015 Marca Yamaha Color negro Cilindraje 126 cc - 250 cc	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas
Cripton Modelo 2014 Yamaha Color blanco Cilindraje 115 cc	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas
Bws Modelo 2015 Color Blanco 51 cc - 125 cc	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas

4.1.9 Mecanismo Distribución De Publicidad. Como se evidencio en el estudio de mercados se requerirá de la utilización de medios de comunicación n para la publicidad de la empresa. Entre ellos encontramos:



Ilustración 1. Medios de Comunicación

Nota Fuente: Autoras del Proyecto

4.1.10 Canales de Distribución

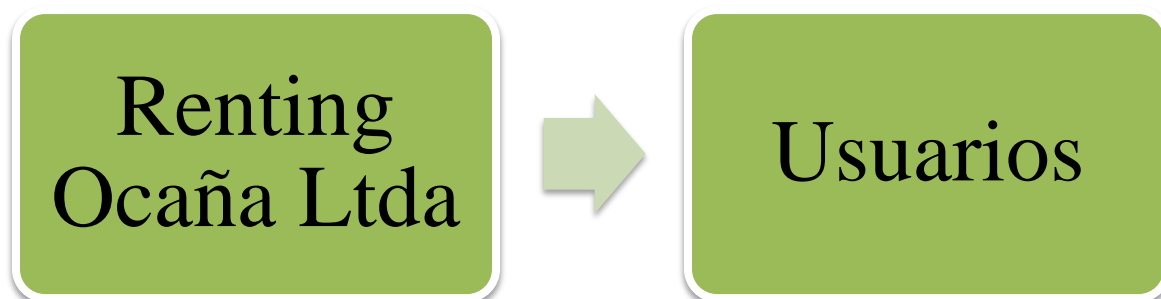


Ilustración 2. Canales de distribución

Nota Fuente: Autoras del Proyecto

4.1.11 Descripción del servicio. La empresa Renting Ocaña Ltda. ofrecerá el alquiler de carros y motocicletas de acuerdo a las necesidades que se evidenciaron en el estudio de mercados, con precios de fácil acceso, excelente servicio, accesibilidad en horarios por horas desde las 8:00 am hasta las 4:00 pm, diario que abarca las 24 horas y semanal desde el lunes a sábado y mensual.

4.2 Establecer un estudio técnico que defina las necesidades de infraestructura, recursos físicos y capacidad requerida para la empresa.

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estudio de mercado, se puede determinar que si existe demanda para el alquiler de vehículos en el municipio de Ocaña por lo que se puede proceder a la realización de un análisis de los factores que intervienen en el Estudio Técnico.

4.2.1 Tamaño del proyecto. A partir de los resultados presentados en el estudio de mercados se pudo determinar que el 94% de la población estaría dispuesto a adquirir los servicios de la empresa de alquiler de vehículos en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

4.2.2 Localización de la empresa de alquiler de vehículos. El estudio de mercados realizado en el presente investigación para determinar las condiciones de la empresa de alquiler de vehículos permitir evidenciar que la ubicación geográfica más estratégica para la empresa sería la Avenida Francisco Fernández de Contreras por sus características de fácil acceso, fácil ubicación para el usuario y disposición de locales comerciales para la instalación del establecimiento de comercio.

4.2.3 Requisitos para solicitar el servicio:

1. Tener mínimo 21 años de edad.
2. Original de Cédula de Identidad Ciudadana, Extranjera o Pasaporte.
3. Licencia de conducción Nacional o Extranjera.
4. Dos referencias personales o familiares.
5. Tarjeta de Crédito (TDC) o efectivo.
6. Depósito o Voucher por \$1'000.000 para automóviles y \$1'500.000 para camionetas

Si el depósito es en efectivo, será de \$1.500.000 para automóvil y \$2.000.000 para camionetas, a estos montos se le descontará los impuestos y costos bancarios que se generen. El Depósito se devolverá únicamente por vía de transferencia o consignación.

Para Empresa

1. Llenar por escrito la solicitud del servicio, indicando fecha y hora de inicio y duración del servicio, además lugar exacto en donde se movilizara el vehículo.
2. Cámara de comercio de la empresa con una vigencia no superior a 30 días.
3. RUT.
4. Dos referencias empresariales y bancaria.

4.2.4 Dimensión del mercado. El proyecto se enfoca en la creación de un servicio innovador, novedoso y atractivo para la satisfacción de la necesidad de alquiler de vehículos para la realización de diversas actividades que requieren el traslado de distancias considerables dentro del municipio y por la región, permitiendo así ofrecer un servicio primordial, de fácil acceso, con precios cómodos, seguridad en los vehículos, cumplimiento y servicio de calidad.

4.2.5 Infraestructura. La estructura de este plan de negocio no requiere la implementación y/o construcción de una infraestructura para su funcionamiento, ya que la empresa alquilara una oficina amplia y cómoda para los funcionarios y para la exhibición de los vehículos donde además se harán todo lo referente a asesoría, requisitos a la hora de contratar el alquiler de un vehículo y otras funciones administrativas. Para el desarrollo de las funciones se requiere de un espacio que permita a los usuarios y personal administrativo sentirse cómodos, por lo que se buscara tener en cuenta los estándares que recomienda los expertos.


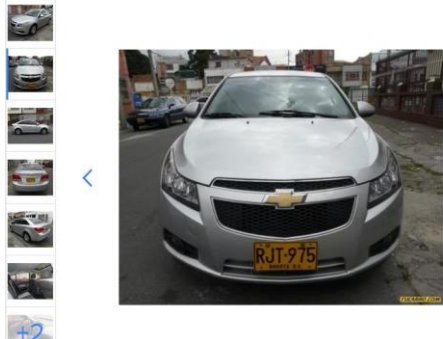

4.2.6 Estrategia Organizacional





Como estrategia organizacional de la empresa, buscará en el mercado organizaciones que brinden apoyo al emprendimiento empresarial tanto en temas de capacitación como financiamiento, el objetivo es fortalecer el esquema de negocio y asegurar el buen desarrollo de cada una de las fases propuestas para su puesta en marcha






4.2.7 Recursos físicos


La empresa Renting Ocaña Ltda. requerirá para su funcionamiento inicialmente 21 vehículos entre carros y motocicletas que serán adquiridos en las mejores condiciones. A continuación la tabla 17 describe cada uno de ellos y su valor comercial.

Tabla 17. *Requerimientos de vehículos*

<p>Hyundai Tucson GLS AT 2700CC</p>	 <p>Ficha técnica</p> <table border="0"> <tr> <td>Color</td> <td>Combustible</td> <td>Recorrido</td> </tr> <tr> <td>Azul</td> <td>Gasolina</td> <td>70471</td> </tr> </table>	Color	Combustible	Recorrido	Azul	Gasolina	70471	<p>2008 - 70471 km Hyundai Tucson GLS AT 2700CC</p> <p>\$ 33.000.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre Fredy</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo Salitre Nor - Occidental - Fontibón - Bogotá D.C.</p>
Color	Combustible	Recorrido						
Azul	Gasolina	70471						
<p>Vehículo Chevrolet Cruze Modelo 2012 Color Gris Transmisión Mecánica</p>		<p>2012 - 78000 km Chevrolet Cruze</p> <p>\$ 28.800.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo</p>						
<p>Vehículo Chevrolet Spark GT AB ABS LTZ Full Equipo 2018 Color Blanco Trasmisión Mecánica</p>	 <p>Ficha técnica</p>	<p>2018 - 10120 km Chevrolet Spark GT 1.2 MT LTZ</p> <p>\$ 32.000.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre William</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo Bogotá - Bogotá D.C.</p>						

<p>Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2010 Color negro Transmisión Mecánica</p>		<p>2010 - 85000 km Chevrolet Aveo Emotion GT MT 1600 CC 5P AA 1AB</p> <p>\$ 18.800.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información del concesionario</p> <p>Nombre Tuc Cvdelasalle</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p>												
<p>Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2009 Color negro Transmisión Mecánica</p>	 <p>Ficha técnica</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Version</td> <td>Color</td> <td>Combustible</td> </tr> <tr> <td>GT MT 1600 CC 5P AA 2AB ABS</td> <td>Plateado</td> <td>Gasolina</td> </tr> <tr> <td>Recorrido</td> <td>Marca</td> <td>Modelo</td> </tr> <tr> <td>74271</td> <td>Chevrolet</td> <td>Aveo Emotion</td> </tr> </tbody> </table>	Version	Color	Combustible	GT MT 1600 CC 5P AA 2AB ABS	Plateado	Gasolina	Recorrido	Marca	Modelo	74271	Chevrolet	Aveo Emotion	<p>2009 - 74271 km Chevrolet Aveo Emotion GT MT 1600 CC 5P AA 2AB ABS</p> <p>\$ 21.500.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo Alemos Norte - Engativa - Bogotá D.C.</p> <p>Servicios Relacionados</p>
Version	Color	Combustible												
GT MT 1600 CC 5P AA 2AB ABS	Plateado	Gasolina												
Recorrido	Marca	Modelo												
74271	Chevrolet	Aveo Emotion												
<p>Vehículo Chevrolet Cruze Color azul Modelo 2011 Transmisión Mecánica</p>		<p>2011 - 8700 km Chevrolet Cruze NICKEL LS AT 1800CC 4P CT</p> <p>\$ 36.000.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre William Alfonso</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p>												
<p>Vehículo Hyundai Grand i10 Modelo 2015 Color Rojo Transmisión Mecánica</p>		<p>2015 - 34200 km Hyundai Grand i10 ILLUSION 1.0 CLASSIC MT 1000CC</p> <p>\$ 23.700.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p>												

<p>Vehículo Mitsubishi Montero modelo 1998 Color gris Transmisión mecánica</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;">  </div> <div style="width: 40%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 25%;"> <p>1998 - 139000 Km</p> <p>Mitsubishi Montero 2.4 MT ♥</p> <p>2400CC 3P</p> <p>\$ 23.500.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p style="background-color: #007bff; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Preguntar</p> </div> </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo Coraña - Ciudad Bolívar - Bogotá D.C.</p> </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p>Ficha técnica</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>Color: Gris</td> <td>Combustible: Gasolina</td> <td>Recorrido: 139000</td> </tr> <tr> <td>Marca: Mitsubishi</td> <td>Modelo: Montero</td> <td>Placa: COW-437</td> </tr> </table> </div>	Color: Gris	Combustible: Gasolina	Recorrido: 139000	Marca: Mitsubishi	Modelo: Montero	Placa: COW-437						
Color: Gris	Combustible: Gasolina	Recorrido: 139000											
Marca: Mitsubishi	Modelo: Montero	Placa: COW-437											
<p>Fz 2015 Marca Yamaha Color Negro Cilindraje 126 cc - 250 cc</p>	<div style="text-align: center;">  </div> <table border="0" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td>Año:</td> <td>2015</td> <td>Cilindrada:</td> <td>126 cc - 250 cc</td> </tr> <tr> <td>Kilometraje:</td> <td>6.300</td> <td>Marca:</td> <td>Yamaha</td> </tr> <tr> <td>Color:</td> <td>Gris</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Año:	2015	Cilindrada:	126 cc - 250 cc	Kilometraje:	6.300	Marca:	Yamaha	Color:	Gris		
Año:	2015	Cilindrada:	126 cc - 250 cc										
Kilometraje:	6.300	Marca:	Yamaha										
Color:	Gris												
<p>Cripton Modelo 2014 Yamaha Color blanco Cilindraje 115 cc</p>	<div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center; margin-top: 5px;">  </div> <table border="0" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td>Año:</td> <td>2014</td> <td>Cilindrada:</td> <td>51 cc - 125 cc</td> </tr> <tr> <td>Kilometraje:</td> <td>29.000</td> <td>Marca:</td> <td>Yamaha</td> </tr> <tr> <td>Color:</td> <td>Blanco</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Año:	2014	Cilindrada:	51 cc - 125 cc	Kilometraje:	29.000	Marca:	Yamaha	Color:	Blanco		
Año:	2014	Cilindrada:	51 cc - 125 cc										
Kilometraje:	29.000	Marca:	Yamaha										
Color:	Blanco												

<p>Bws Modelo 2015 Color Blanco 51 cc - 125 cc</p>	 <table border="1" data-bbox="776 638 1409 720"> <tr> <td>Año:</td> <td>2015</td> <td>Cilindrada:</td> <td>125 cc - 250 cc</td> </tr> <tr> <td>Kilometraje:</td> <td>36.166</td> <td>Marca:</td> <td>Yamaha</td> </tr> <tr> <td>Color:</td> <td>Blanco</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Año:	2015	Cilindrada:	125 cc - 250 cc	Kilometraje:	36.166	Marca:	Yamaha	Color:	Blanco		
Año:	2015	Cilindrada:	125 cc - 250 cc										
Kilometraje:	36.166	Marca:	Yamaha										
Color:	Blanco												

Nota fuente: www.olx.com y www.mercadolibre.com

4.2.8 Requerimiento equipo de oficina.

Se establece el equipo de oficina necesario para la empresa

Tabla 18.

Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio con archivador	3	\$ 199.900	\$ 599.700
Sillas de oficina	2	\$ 79.900	\$ 159.800
Computador	3	\$ 999.999	\$ 2.999.997
Impresora	1	\$ 249.500	\$ 249.500
Teléfono	2	\$ 44.900	\$ 89.800
Silla ergonómica	1	\$ 121.900	\$ 365.700
Otros		\$ 400.000	\$ 400.000
Total	12		\$ 4.464.479

Nota fuente: www.alkosto.com

Además cabe resaltar que nuestro sistema de alquiler de carros y motos estará totalmente digitalizado por medio de un programa o página web donde especificara el tipo de vehículo con el que contamos y todas las condiciones para tomar el servicio de alquiler, también contara con

los precios por día de cada vehículo fotos y descripciones generales. Es de mencionar que la oficina solo será para la entrega de requisitos del alquiler del vehículo y también prestar asesorías de cualquier inquietud.

4.3 Desarrollar un estudio administrativo y legal que defina las necesidades de personal, así como el establecimiento del organigrama, manual de funciones y procedimientos, como la visión y misión de la empresa.

4.3.1 Requisitos legales

Verificar en la página www.rue.com.co en la opción homonimia que no exista un nombre o razón social igual al que se le va a dar a la empresa a crear.

Elaborar la escritura pública de constitución comercial.

Obtener la Escritura Pública Autenticada en la notaria; matricular la Sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio; registrar los libros de contabilidad en la cámara de comercio, diario mayor y balances, inventarios, actas.

Requisitos de Funcionamiento. Obtener el registro de Industria y Comercio.

Tramitar el permiso de uso de suelos en planeación municipal, de la jurisdicción donde funcionará el establecimiento.

Requisitos de Seguridad Laboral. Inscribir a los trabajadores en la EPS y fondo de pensiones, inscribir la empresa en el ICBF, SENA y caja de compensación familiar, inscribir a los trabajadores a una A.R.P.

Requisitos Tributarios. Son tramitados en la dirección de impuestos y aduanas nacionales; DIAN.

Solicitar el formulario de registro único tributario (RUT), presentando el certificado mercantil y el documento de identidad del representante legal.

4.3.2 Misión: Prestar el servicio de calidad de alquiler de carros y motocicletas en el municipio de Ocaña enmarcado en el mejoramiento continuo, la calidad humana y el respeto por el cliente.

4.3.3 Visión: Ser reconocida como la única y mejor empresa de alquiler de vehículos en el municipio de Ocaña y sus municipios cercanos teniendo como prioridad las necesidades del cliente y formar un excelente equipo profesional y humano.

4.3.4 Valores

- Integridad
- Responsabilidad
- Proactividad
- Amabilidad
- Compromiso
- Eficiencia
- Entusiasmo

4.3.5 Logotipo de la empresa



4.3.6 Organigrama

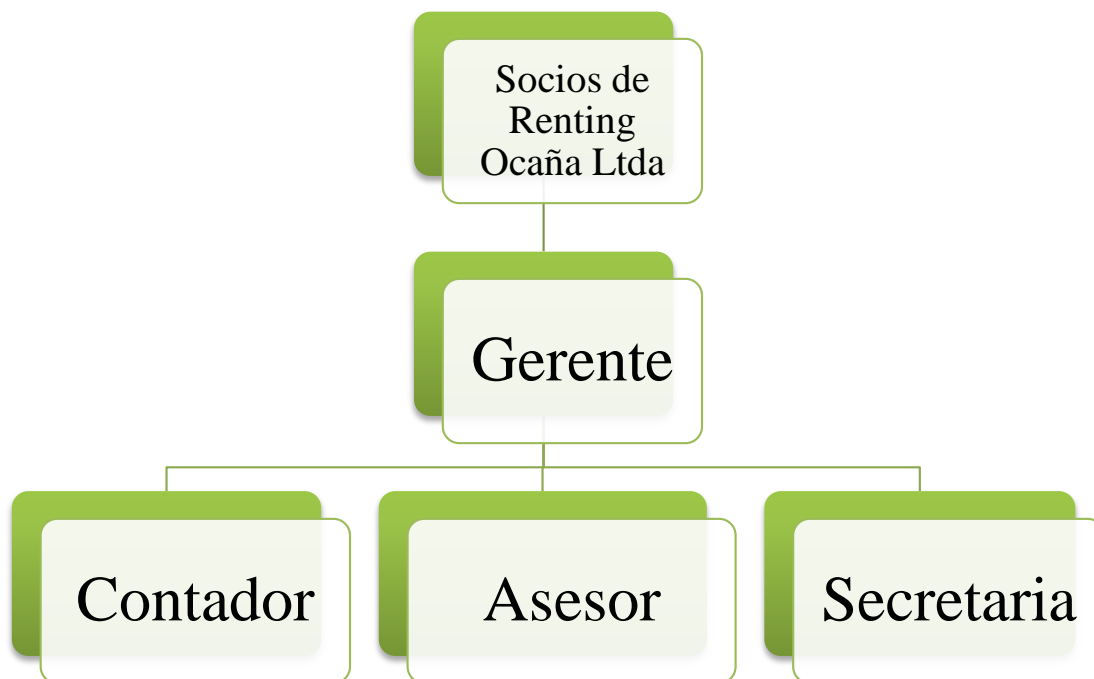


Ilustración 3. Organigrama de la empresa Renting Ocaña Ltda.

Nota fuente: Autoras del proyecto

4.3.7 Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES RENTING OCAÑA LTDA	
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	Gerente
CÓDIGO	GRO001
No DE CARGOS	1
PROPÓSITO DEL PUESTO	
Liderar, dirigir, direccionar y coordinar las actividades relacionadas con la empresa.	
FUNCIONES	

1. Deberá dirigir la empresa coordinando todas las áreas requeridas
2. Coordinar el área contable y financiera.
3. Coordinar la dirección recursos humanos.

4. Coordinar la dirección comercial.
5. Realizar la gestión el plan de compras y la coordinación de las relaciones comerciales con los proveedores de carros alquilados para el servicio.
6. Atención a los usuarios en sus diferentes requerimientos.
7. Las demás que surjan durante el desarrollo de las funciones y de la empresa.

ESPECIFICACIONES DEL CARGO

REQUISITOS INTELECTUALES

Perfil Profesional: Se requiere que tenga estudios en Administración de empresas, administración financiera o carreras afines.

Experiencia: Mínima 1 año

HABILIDAD MENTAL	Alta, por el análisis de información
HABILIDAD MANUAL	Alta, ya que debe elaborar documentos y el manejo de programas de ofimática.

MANUAL DE FUNCIONES RENTING OCAÑA LTDA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO	Secretaria
CÓDIGO	SRO001
No DE CARGOS	1

PROPÓSITO DEL PUESTO. Desarrollar y apoyar las funciones administrativas de la empresa.

FUNCIONES

1. Redactar lo concerniente a la correspondencia para enviar y organizar la correspondencia recibida.
2. Atender al público en general
3. Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia.
4. Lleva control de caja menor.

ESPECIFICACIONES DEL CARGO

REQUISITOS INTELECTUALES

Perfil profesional: Técnico o tecnólogo en administración de empresas o carreras afines.

Experiencia: Mínima 6 meses

HABILIDAD MENTAL	Alta, por el análisis de información
HABILIDAD MANUAL	Alta, ya que debe elaborar documentos y el manejo de programas de ofimática.

MANUAL DE FUNCIONES RENTING OCAÑA LTDA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO	Contador
CÓDIGO	CRO001
No DE CARGOS	1

PROPÓSITO DEL PUESTO

FUNCIONES

1. Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera del plan de cuentas
2. Llevar en orden los libros mayores
3. Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la cooperativa
4. Preparar y presentar tributo al orden municipal, departamental y nacional
5. Clasificar los estados financieros
6. Disposición a nuevas tareas asignadas

ESPECIFICACIONES DEL CARGO

REQUISITOS INTELECTUALES

Perfil Profesional: Contador público con tarjeta profesional

Experiencia: Mínimo 1 año

HABILIDAD MENTAL	Alta, por el análisis de información
HABILIDAD MANUAL	Alta, ya que debe elaborar documentos y el manejo de programas de ofimática.

MANUAL DE FUNCIONES RENTING OCAÑA LTDA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO	Asesor
CÓDIGO	ASRO001
No DE CARGOS	1

PROPÓSITO DEL PUESTO. Desarrollar y apoyar las funciones de asesoría a clientes dentro y fuera de la empresa.

FUNCIONES

1. Atender al público en general
2. Asesorar a los clientes en el manejo de los servicios, precios, requisitos y pólizas de seguro.
3. Apoyar el diseño del portafolio de servicios y conocerlo perfectamente para la atención al cliente..

ESPECIFICACIONES DEL CARGO

REQUISITOS






Perfil profesional: Tecnólogo o profesional en administración de empresas o carreras afines.	
---	--

Experiencia: Mínima 6 meses	
------------------------------------	--






HABILIDAD MENTAL	Alta, por el análisis de información
HABILIDAD MANUAL	Alta, ya que debe elaborar documentos y el manejo de programas de ofimática.

4.3.8 Manual de Procedimientos






Área administrativa- Gerente

Funciones	Operación	Transporte	Demora	Almacenamiento	Inspección
Actividad					
Saludar al cliente	●				
Brindarle la asesoría necesaria			●		
Firmar el contrato	●				
Envío de la información a contabilidad			●		
Verificar el cumplimiento de lo pactado en el contrato			●		
Realizar llamadas a los usuarios	●				

Área administrativa- Secretaria

Funciones / Actividad	Operación	Transporte	Demora	Almacenamiento	Inspección
					
Saludar al cliente	•				
Cuestionar sobre la razón de la visita	•				
Brindarle la asesoría necesaria	•				

Área administrativa- Contador

Funciones / Actividad	Operación	Transporte	Demora	Almacenamiento	Inspección
					
Solicitud de los libros contables por parte del gerente	•				
Revisión de consecutivos, movimientos y registros			•		
Firma del visto bueno	•				
Entrega a secretaria	•				

4.3.9 Estatutos de Renting Ocaña Ltda.

CAPITULO I

RENTING OCAÑA LTDA, CON DOMICILIO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER Y CUYO OBJETO SOCIAL SERA EL ALQUILER DE VEHICULOS A HABITANTES Y VISITANTES EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA.

ARTICULO PRIMERO.-DENOMINACION: La sociedad que se constituye por medio de este documento actuará bajo la denominación **Renting Ocaña Ltda.** Limitada, de nacionalidad colombiana.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO SOCIAL: El Domicilio principal de la sociedad es la ciudad de **Ocaña**. Pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTICULO TERCERO.- TÉRMINO DE DURACIÓN: La sociedad tendrá un término de (10) años, contados a partir de la fecha de este documento, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus socios así lo decidan.

ARTICULO CUARTO.- OBJETO SOCIAL: *la sociedad se dedicara al alquiler de vehículos como carros y motocicletas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.*

CAPITULO II

Capital y Cuotas

ARTICULO QUINTO.- CAPITAL: El capital social a la fecha de la constitución es de **(400.000.000)** el cual se encuentra totalmente cancelado en con los aportes en dinero o en especie, de cada uno de los socios al momento de la constitución, dividido de la siguiente manera:

ⁱNOMBREⁱⁱ	COMPOSICION DEL CAPITAL		
	Valor de cuotas	Numero de las cuotas	Valor total de capital
1 socio iii	20.000.000	5	100.000.000
2 socio iv	20.000.000	5	100.000.000
3 socio v	20.000.000	5	100.000.000
4 socio vi	20.000.000	5	100.000.000

ARTÍCULO SEXTO.- RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS. Los socios responderán hasta el monto de sus aportes.

ARTÍCULO SEPTIMO.- CESION DE CUOTAS. Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicara una reforma estatutaria la cual se hará por documento privado cumpliendo con lo establecido en el Decreto 4463 de 2006 y artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, (previa aprobación de la junta de socios) el documento privado será otorgado por cedentes, cesionarios y representante legal. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito para que dentro de los 15 días hábiles, manifiesten si tiene interés en adquirirlas, según el precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta.

CAPÍTULO III

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO OCTAVO.- ORGANOS SOCIALES La representación de la sociedad y la administración de los negocios sociales corresponde a todos y a cada uno de los socios.

ARTÍCULO NOVENO.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios.

Decidir sobre el retiro y exclusión de socios, ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, el representante legal, el revisor fiscal o cualquier otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad. Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda. La junta de socios podrá delegar la representación y administración de la sociedad en un gerente estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones.

La junta de socios se compone de los socios inscritos en el Libro de Registro de socios, o de sus representantes reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La junta ejerce las funciones previstas en el artículo 187 del Código de Comercio. En la junta de socios cada uno tendrá tantos votos cuantas cuotas posea en la compañía. Las decisiones de la junta de socios se tomarán por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halle dividido el capital de la compañía. Será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada socio con una antelación correspondiente. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá la presencia de los socios que representen cuando menos la mitad más una de las cuotas del capital social. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO DECIMO.- ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA SOCIEDAD:

La administración y representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del representante legal, el cual contara con un suplente que lo remplazara en sus faltas absolutas o temporales. El suplente tendrá las mismas atribuciones que el representante legal cuando entre a remplazarlo.

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO – FACULTADES DE REPRESENTACIÓN LEGAL:

La representación se extenderá a todos los actos comprendidos en el objeto social, incluidos aquellos que tengan carácter de complementario o accesorio.

El representante legal será el encargado de la firma de los contratos de alquiler de autos y responderá ante el incumplimiento en el servicio prestado.

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO.- ARTÍCULO DECIMO CUARTO.- REVISOR FISCAL:

La sociedad Renting Ocaña Ltda. no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPITULO IV

RESERVA LEGAL, BALANCE Y REPARTO DE UTILIDADES

ARTÍCULO DECIMO TERCERO.- ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHOS DE INSPECCION.

La sociedad Renting Ocaña Ltda. tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de junta de socios en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO DECIMO CUARTO.- RESERVA LEGAL. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal.

ARTICULO DÉCIMO QUINTO.- BALANCE GENERAL.- Anualmente, el 31 de diciembre se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general correspondiente así como el estado de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio, el estado de flujos de efectivo y el estado de cambios en la situación financiera del respectivo ejercicio. El balance, el inventario, los libros y demás piezas justificativas de los informes, serán depositados en la oficina

de la administración con una antelación de quince (15) días hábiles a los socios con el fin de que puedan ser examinados por los mismos.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- APROBACIÓN DEL BALANCE: El balance debe ser presentado por el representante legal de la sociedad Renting Ocaña Ltda. a consideración de la junta de socios con los demás documentos a que se refiere el artículo cuatrocientos cuarenta y seis (446) del Código de Comercio. Si la sociedad llegare a ser vigilada por la Superintendencia de Sociedades, dentro de los treinta (30) días siguientes a la reunión de la Asamblea de Accionistas, el representante legal remitirá a la Superintendencia de Sociedades una (1) copia del balance y de los anexos que lo expliquen o justifiquen, junto con el acta en que hubieran sido discutidos y aprobados.

ARTÍCULO DÉCIMO SEPTIMO.- RESERVAS: La sociedad Renting Ocaña Ltda. constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los socios podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

CAPITULO V DISOLUCION Y LIQUIDACION

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.- DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD: La sociedad Renting Ocaña se disolverá por decisión de las socias o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

PARÁGRAFO PRIMERO.- En los casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO: ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN:

Podrá evitarse la disolución de la sociedad por acciones simplificada adoptando las medidas a que hubiere lugar de acuerdo a cada causal en específico, siempre que el enervamiento ocurra dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha en que el accionista único reconozca su acaecimiento.

ARTÍCULO VIGÉSIMO.- LIQUIDACIÓN: La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designen los accionistas. Los accionistas designarán un liquidador, quien será responsable de adelantar el proceso liquidatario conforme a la ley. Durante la duración del proceso de liquidación, el accionista único conserva los mismos poderes que tuvo durante la vida activa de la sociedad.

ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.- NOMBRAMIENTOS:**4.3.10 Reglamento interno de trabajo****Renting Ocaña Ltda.****REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO****CAPÍTULO I**

ART. 1º—A partir de las exigencias legales del Estado Colombiano se crea el presente documento en la empresa Renting Ocaña Ltda. Domiciliada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander para establecer las disposiciones a las cuales se someten los trabajadores de la empresa que se vinculen bajo la modalidad de contrato de trabajo.

CAPÍTULO II

Condiciones de admisión

ART. 2°—Quien aspire a desempeñar un cargo en Renting Ocaña Lida debe hacer entrega de su hoja de vida para ser evaluada acompañada de los siguientes documentos:

- a) Cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.

- b) Autorización escrita del Ministerio de la Protección Social o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de estos, el defensor de familia, cuando el aspirante sea menor de diecicho (18) años.

Período de prueba

ART. 3°—La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de este, las conveniencias de las condiciones de trabajo (CST, art. 76).

ART. 4°—El período de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo (CST, art. 77, num. 1°).

ART. 5°—El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a 1 año, el período de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato (L. 50/90, art. 7°).

ART. 6°—Durante el período de prueba, el contrato puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el período de prueba y el trabajador continuare al servicio del empleador, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los

servicios prestados por aquel a este, se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba. Los trabajadores en período de prueba gozan de todas las prestaciones (CST, art. 80).

CAPÍTULO III

Trabajadores accidentales o transitorios

ART. 7°—Son meros trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de la empresa. Estos trabajadores tienen derecho, además del salario, al descanso remunerado en dominicales y festivos (CST, art. 6°).

CAPÍTULO IV

Horario de trabajo

ART. 8°—Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se expresan así:

Días laborables: serán días laborales para todo el personal de lunes a sábado medio día, en los siguientes horarios:

Lunes a viernes

Mañana:

8:00 a.m. a 12:00 m.

Tarde:

2:00 p.m. a 5:00 p.m.

Sábado

Hora de entrada: 8:00 am

Hora de salida: 12:00 m

CAPÍTULO V

Días de descanso legalmente obligatorios

ART. 9. Para los empleados de Renting Ocaña Ltda. Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

Vacaciones remuneradas

ART. 10. En Renting Ocaña Ltda. Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (CST, art. 186, num. 1°).

Permisos

ART. 11. Renting Ocaña Ltda. Concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

CAPÍTULO VI

Salario mínimo, convencional, lugar, días, horas de pagos y períodos que lo regulan

ART. 12. Formas y libertad de estipulación:

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.

2. No obstante lo dispuesto en los artículos 13, 14, 16, 21 y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con estas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones.

En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de 10 salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a la empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía.

3. Este salario no estará exento de las cotizaciones a la seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF, y cajas de compensación familiar, pero la base para efectuar los aportes parafiscales es el setenta por ciento (70%).

4. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo (L. 50/90, art. 18).

ART. 13. Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado con períodos mayores (CST, art. 133).

ART. 14. Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después del cese (CST, art. 138, num. 1°).

Períodos de pago: Mensual

ART. 15. —El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que él autorice por escrito así:

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos. El período de pago para los jornales no puede ser mayores de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.
2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (CST, art. 134).

CAPÍTULO VII

Servicio médico, medidas de seguridad, riesgos profesionales, primeros auxilios en caso de accidentes de trabajo, normas sobre labores en orden a la mayor higiene, regularidad y seguridad en el trabajo

ART. 16. —Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial, de conformidad al programa de salud ocupacional, y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

ART. 17. —Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguros Sociales o EPS, ARL, a través de la IPS a la cual se encuentren asignados. En caso de no afiliación estará a cargo del empleador sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

ART. 18. —Todo trabajador dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces el cual hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse. Si este no diere aviso dentro del término indicado o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar,

a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

ART. 19. —Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordena la empresa en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

ART. 20.—Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general, y en particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

PAR.—El grave incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica, y que se encuentren dentro del programa de salud ocupacional de la respectiva empresa, que la hayan comunicado por escrito, facultan al empleador para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa, tanto para los trabajadores privados como los servidores públicos, previa autorización del Ministerio de la Protección Social, respetando el derecho de defensa (D. 1295/94, art. 91).

ART. 21. —En caso de accidente de trabajo, el jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la EPS y la ARP.

ART. 22.—En caso de accidente no mortal, aun el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicará inmediatamente al empleador, a su representante o a quien haga sus

veces, para que se provea la asistencia médica y tratamiento oportuno según las disposiciones legales vigentes, indicará, las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

ART. 23.—Todas las empresas y las entidades administradoras de riesgos profesionales deberán llevar estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales para lo cual deberán en cada caso determinar la gravedad y la frecuencia de los accidentes de trabajo o de las enfermedades profesionales de conformidad con el reglamento que se expida.

Todo accidente de trabajo o enfermedad profesional que ocurra en una empresa o actividad económica, deberá ser informado por el empleador a la entidad administradora de riesgos profesionales y a la entidad promotora de salud, en forma simultánea, dentro de los dos días hábiles siguientes de ocurrido el accidente o diagnosticada la enfermedad.

ART. 24.—En todo caso, en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la empresa como los trabajadores, se someterán a las normas de riesgos profesionales del Código Sustantivo del Trabajo, a la Resolución 1016 de 1989 expedida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y las demás que con tal fin se establezcan. De la misma manera ambas partes están obligadas a sujetarse al Decreto-Ley 1295 de 1994, y la Ley 776 del 17 de diciembre de 2002, del sistema general de riesgos profesionales, de conformidad con los términos estipulados en los preceptos legales pertinentes y demás normas concordantes y reglamentarias antes mencionadas.

CAPÍTULO VIII

Prescripciones de orden

ART. 25. —Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c) Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.

- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.
- e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
- g) Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.
- h) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.
- i) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

CAPÍTULO IX

Orden jerárquico

ART. 26. —El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente: Gerente, Secretaria, Contador y Asesor.

CAPÍTULO X

Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

ART. 27. —Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.

3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 24 de este reglamento.
7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurridos 5 días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.
8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.
Si el trabajador prefiere radicarse en otro lugar, el empleador le debe costear su traslado hasta concurrencia de los gastos que demandaría su regreso al lugar donde residía anteriormente. En los gastos de traslado del trabajador se entienden comprendidos los familiares que con él convivieren.
9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras.

ART. 28. —Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.
3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.

4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.

ART. 29.—Se prohíbe a la empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa escrita de estos, para cada caso y sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:
 - a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo de Trabajo.
 - b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta del cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos en que la ley los autorice.
2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa.
3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de este.
4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores el ejercicio de su derecho de asociación
5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultarles o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio

ART. 30. —Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la empresa materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes.
3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.
4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.

CAPÍTULO XI

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

ART. 51. —Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de gerente.

CAPÍTULO XII

Publicaciones

ART. 53. —Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento, el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos. Con el reglamento debe fijarse la resolución aprobatoria (CST, art. 120).

CAPÍTULO XIII

Vigencia

ART. 54. —El presente reglamento entrará a regir 8 días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento (CST, art. 121).

CAPÍTULO XIV

Disposiciones finales

ART. 55. —Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, quedan sin efecto las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha haya tenido la empresa.

4.4 Realizar un estudio financiero y económico que determine la inversión y su futura aplicación.

La inversión inicial se puede clasificar en dos conceptos claramente diferenciados, por un lado la inversión destinada a la adquisición de activos fijos y alta de suministros necesarios para el inicio de la actividad y, por otro, la liquidez necesaria (provisión de fondos) que se requiere para mantener la actividad empresarial hasta que el negocio pueda aportar fondos para hacer frente a los compromisos financieros.

4.4.1 Inversión inicial

En este apartado se desglosan los conceptos básicos que formarán parte de la inversión inicial para la puesta en marcha del nuevo negocio.

4.4.2 Presupuesto de gasto de personal.

La empresa pagará sueldos, inicialmente, de acuerdo a lo definido en la ley.

El salario mínimo vigente para el 2018 es de \$ 781,242 pesos mensuales, jornada ordinaria 48 horas semanales, 8 horas diarias. Ley 50 de 1990, Art. 20, más auxilio de transporte siempre y cuando el salario no exceda de dos salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Tabla 19. *Gastos de personal para la empresa de alquiler de vehículos*

Descripción	Gerente	Contador	Secretaria	Asesor
SALARIO	\$1.562.484		\$781.242	\$781.242
HONORARIOS BONIFICACION	\$200.000	\$750.000	\$72.000	\$272.000
AUXI. TRANSPORTE	\$0		\$88.211	\$88.211
SALUD	\$195.310		\$97.655	\$97.655

Continuación Tabla 19. Gastos de personal para la empresa de alquiler de vehículos

PENSION	\$249.997		\$124.998	\$124.998
VACACIONES	\$65.155		\$32.499	\$32.499
CESANTIAS	\$130.207		\$65.077	\$65.077
INTERESES SOBRE LAS CESANTIAS	\$1302		\$7.812	\$7.812
PRIMAS	\$130.207		\$65.077	\$65.077
ARL (0.522%)	\$8.156		\$4.078	\$4.078
DOTACION	\$0		\$26.405	\$26.405
SENA 2%	\$31.250		\$15.625	\$15.625
ICBF 3%	\$46.875		\$23.437	\$23.437
Caja de compensación familiar 4%	\$62.500		\$31.250	\$31.250
Total Mensual	\$2.683.443	\$750.000	\$1.347.366	\$1.635.366
Total Anual	\$32.201.316	\$9.000.0000	\$16.168.392	\$19.624.392

Nota fuente: Autoras del proyecto

4.4.3 Requerimiento equipo de oficina.

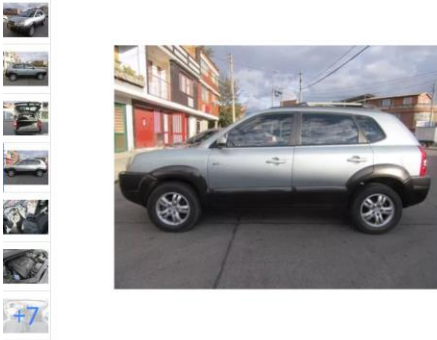

Se establece el equipo de oficina necesario para la empresa consultada en la página web de alkosto que ofrece precios económicos y de buena calidad en el mercado. A continuación la Tabla 20 describe los requerimientos de oficina.








Tabla 20.*Requerimiento de equipo de oficina.*





Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio con archivador	3	\$ 199,900	\$ 599,700
Sillas de oficina	2	\$ 79,900	\$ 159,800
Computador	3	\$ 999,999	\$ 2,999,997
Impresora	1	\$ 249,500	\$ 249,500
Teléfono	2	\$ 44,900	\$ 89,800
Silla ergonómica	1	\$ 121,900	\$ 365,700
Otros		\$ 400,000	\$ 400,000
Total	12		\$ 4,464,479

Nota Fuente: www.alkosto.com

Respecto al insumo se dispondrá de una oferta de vehículos entre carros y motocicletas por lo que se acudió a consultar los precios que actualmente se manejan para comprar carro usado en el municipio de Ocaña de acuerdo a lo presentado en la tabla 21 y con ayuda de OLX y Mercado Libre.

<p>Hyundai Tucson GLS AT 2700CC</p>	 <p>Ficha técnica</p> <table> <tr> <td>Color</td> <td>Combustible</td> <td>Recorrido</td> </tr> <tr> <td>Azul</td> <td>Gasolina</td> <td>70471</td> </tr> </table>	Color	Combustible	Recorrido	Azul	Gasolina	70471	<p>2008 - 70471 km</p> <p>Hyundai Tucson GLS AT  2700CC</p> <p>\$ 33.000.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <hr/> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre Fredy</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo Salitre Nor - Occidental - Floribón - Bogotá D.c.</p>
Color	Combustible	Recorrido						
Azul	Gasolina	70471						

<p>Vehículo Chevrolet Cruze Modelo 2012 Color Gris Transmisión Mecánica</p>	 <p>2012 - 78000 km Chevrolet Cruze </p> <p>\$ 28.800.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo</p>
<p>Vehículo Chevrolet Spark GT AB ABS LTZ Full Equipo 2018 Color Blanco Trasmisión Mecánica</p>	 <p>2018 - 10120 Km Chevrolet Spark GT 1.2 MT LTZ </p> <p>\$ 32.000.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre William</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo Bogotá - Bogotá D.C.</p> <p>Ficha técnica</p>
<p>Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2010 Color negro Transmisión Mecánica</p>	 <p>2010 - 85000 km Chevrolet Aveo Emotion GT MT 1600 CC 5P AA 1AB </p> <p>\$ 18.800.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información del concesionario</p> <p> Nombre Tuc. Cvdelasalle</p> <p>Teléfono Ver teléfono</p>

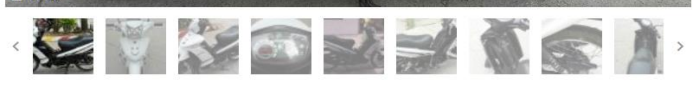
<p>Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2009 Color negro Transmisión Mecánica</p>	 <p>2009 - 74271 km Chevrolet Aveo Emotion GT MT 1600 CC 5P AA 2AB ABS</p> <p>\$ 21.500.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre</p> <p>Teléfono</p> <p>Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo Alamos Norte - Engativa - Bogotá D.C.</p> <p>Servicios Relacionados</p> <p>Ficha técnica</p> <table border="0"> <tr> <td>Version</td> <td>Color</td> <td>Combustible</td> </tr> <tr> <td>GT MT 1600 CC 5P AA 2AB ABS</td> <td>Plateado</td> <td>Gasolina</td> </tr> <tr> <td>Recorrido</td> <td>Marca</td> <td>Modelo</td> </tr> <tr> <td>74271</td> <td>Chevrolet</td> <td>Aveo Emotion</td> </tr> </table>	Version	Color	Combustible	GT MT 1600 CC 5P AA 2AB ABS	Plateado	Gasolina	Recorrido	Marca	Modelo	74271	Chevrolet	Aveo Emotion
Version	Color	Combustible											
GT MT 1600 CC 5P AA 2AB ABS	Plateado	Gasolina											
Recorrido	Marca	Modelo											
74271	Chevrolet	Aveo Emotion											
<p>Vehículo Chevrolet Cruze Color azul Modelo 2011 Transmisión Mecánica</p>	 <p>2011 - 87700 km Chevrolet Cruze NICKEL LS AT 1800CC 4P CT</p> <p>\$ 36.000.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre William Alfonso</p> <p>Teléfono</p> <p>Ver teléfono</p>												
<p>Vehículo Hyundai Grand i10 Modelo 2015 Color Rojo Transmisión Mecánica</p>	 <p>2015 - 34200 km Hyundai Grand i10 ILLUSION 1.0 CLASSIC MT 1000CC</p> <p>\$ 23.700.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre</p> <p>Teléfono</p> <p>Ver teléfono</p>												
<p>Vehículo Mitsubishi Montero modelo 1998 Color gris Transmisión mecánica</p>	 <p>1998 - 139000 km Mitsubishi Montero 2.4 MT 2400CC 3P</p> <p>\$ 23.500.000</p> <p>Escribe tu consulta...</p> <p>Preguntar</p> <p>Información sobre el vendedor</p> <p>Nombre</p> <p>Teléfono</p> <p>Ver teléfono</p> <p>Ubicación del vehículo Coruña - Ciudad Bolívar - Bogotá D.C.</p> <p>Servicios Relacionados</p> <p>Ficha técnica</p> <table border="0"> <tr> <td>Color</td> <td>Combustible</td> <td>Recorrido</td> </tr> <tr> <td>Gris</td> <td>Gasolina</td> <td>139000</td> </tr> <tr> <td>Marca</td> <td>Modelo</td> <td>Placa</td> </tr> <tr> <td>Mitsubishi</td> <td>Montero</td> <td>COW-437</td> </tr> </table>	Color	Combustible	Recorrido	Gris	Gasolina	139000	Marca	Modelo	Placa	Mitsubishi	Montero	COW-437
Color	Combustible	Recorrido											
Gris	Gasolina	139000											
Marca	Modelo	Placa											
Mitsubishi	Montero	COW-437											

Fz 2015 Marca Yamaha Color Negro Cilindraje 126 cc - 250 cc



Año:	2015	Cilindrada:	126 cc - 250 cc
Kilometraje:	6.300	Marca:	Yamaha
Color:	Gris		

Cripton Modelo 2014 Yamaha Color blanco Cilindraje 115 cc



Año:	2014	Cilindrada:	51 cc - 125 cc
Kilometraje:	29.000	Marca:	Yamaha
Color:	Blanco		

Bws Modelo 2015 Color Blanco 51 cc - 125 cc



Año:	2015	Cilindrada:	126 cc - 250 cc
Kilometraje:	36.166	Marca:	Yamaha
Color:	Blanco		

Tabla 21.*Insumos*

Vehículos			
Descripción	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Vehículo Hyundai Tucson Modelo 2008 Transmisión Mecánica	\$33.000.000	2	\$66.000.000
Vehículo Chevrolet Cruze Modelo 2012 Color Gris Transmisión Mecánica	\$28.800.000	1	\$28.800.000
Vehículo Chevrolet Spark GT AB ABS LTZ Full Equipo 2018 Color Blanco Trasmisión Mecánica	\$32.000.000	1	\$32.000.000
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2010 Color negro Transmisión Mecánica	\$18.800.000	1	\$18.800.000
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2009 Color gris Transmisión Mecánica	\$21.500.000	1	\$21.500.000
Vehículo Chevrolet Cruze Color azul Transmisión Mecánica	\$36.000.000	1	\$36.000.000
Vehículo Hyundai Grand i10 Modelo 2015 Color Rojo Transmisión Mecánica	\$23.700.000	1	\$23.700.000
Vehículo Mitsubishi Montero modelo 1998 Color gris Transmisión mecánica	\$23.500.000	1	\$23.500.000
Total		9	250.300.000
Motocicletas			
Fz 2015 Marca Yamaha Color negro Cilindraje 126 cc - 250 cc	\$4.300.000	3	\$12.900.000
Criptón Modelo 2014 Yamaha Color blanco Cilindraje 115 cc	\$3.800.000	4	\$15.200.000
Bws Modelo 2015 Color Blanco 51 cc - 125 cc	\$4.900.000	5	\$24.500.000
Total	\$	12	\$52.600.000
Total carros + motocicletas			\$302.900.000

Nota fuente: www.olx.com & www.mercadolibre.com

Tabla 22.*Aseguramiento de los vehículos*

Descripción del vehículo	Cantidad de vehículos	Valor por vehículo	Valor Total
Vehículo Hyundai Tucson Modelo 2008 Transmisión Mecánica	2	\$854.525	\$1.709.050
Vehículo Chevrolet Cruze Modelo 2012 Color Gris Transmisión Mecánica	1	\$365.468	\$365.468
Vehículo Chevrolet Spark GT AB ABS LTZ Full Equipo 2018 Color Blanco Trasmisión Mecánica	1	\$365.468	\$365.468
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2010 Color negro Transmisión Mecánica	1	\$365.468	\$365.468
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2009 Color gris Transmisión Mecánica	1	\$365.468	\$365.468
Vehículo Chevrolet Cruze Color azul Transmisión Mecánica	1	\$365.468	\$365.468
Vehículo Hyundai Grand i10 Modelo 2015 Color Rojo Transmisión Mecánica	1	\$365.468	\$365.468
Vehículo Mitsubishi Montero modelo 1998 Color gris Transmisión mecánica	1	\$365.468	\$365.468
Fz 2015 Marca Yamaha Color negro Cilindraje 126 cc - 250 cc	3	510.779	1.532.337
Cripton Modelo 2014 Yamaha Color blanco Cilindraje 115 cc	4	\$452.967	\$1.811.868
Bws Modelo 2015 Color Blanco 51 cc - 125 cc	5	\$452.967	\$2.264.835
Total	21		\$ 8.167.316

Nota fuente: <http://www.tarifas.info/tarifas-soat-2018-clase-5-autos-familiares/>

De esta manera se pudo establecer la inversión inicial que se requerirá para dar comienzo al a empresa a partir de los costos y gastos expuestos

Tabla 23.

Inversión inicial

•

Inversión inicial	
Compra de vehículos	\$302.900.000
Seguros para vehículos	8.167.316
Licencias de apertura	\$2.000.000
Estudios de mercado	\$ 1.000.000
Notariales	\$1.000.000
Asesores	\$ 2.000.000
Marketing de lanzamiento	\$ 900.000
Programas informáticas	\$ 1.000.000
Locales	\$ 800.000
Otros Gastos Iniciales	\$ 250.000
Muebles y enseres	\$ 4.464.479
Total	\$324.481.795

Nota fuente: Autoras del proyecto

4.4.4 Costos fijos. Se muestra a continuación los costos fijos y variables de la empresa de alquiler de vehículos será la siguiente:

Tabla 24.

Costos fijos y variables

Costos variables	Valor mensual	Valor anual
Electricidad	\$ 85.000	\$ 1.026.000
Agua	\$ 48.000	\$ 582.000
Mantenimiento de 21 vehículos	\$1.800.000	\$19.440.000
Total costos variables	\$1.933.000	\$21.048.000
Costos Fijos		
Teléfono	\$ 52.300	\$ 627.600
Arriendo	\$ 800.000	\$ 8.400.000

Pagos legales	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Utensilios de aseo	\$ 60.000	\$ 720.000
Total costos fijos	\$1.002.300	\$10.827.600
Total	\$2.935.300	\$ 31.875.600

Nota fuente: Autoras del proyecto

Tabla 25.

Mantenimiento de vehículos

Descripción del vehículo	Valor mensual x cada vehículo	Cantidad de vehículos	Total por cantidad de vehículos	Valor anual * cantidad de vehículos
Vehículo Hyundai Tucson Modelo 2008 Transmisión Mecánica	\$100.000	2	\$200.000	\$2400.000
Vehículo Chevrolet Cruze Modelo 2012 Color Gris Transmisión Mecánica	\$100.000	1	\$100.000	\$1.200.000
Vehículo Chevrolet Spark GT AB ABS LTZ Full Equipo 2018 Color Blanco Trasmisión Mecánica	\$100.000	1	\$100.000	\$1.200.000
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2010 Color negro Transmisión Mecánica	\$100.000	1	\$100.000	\$1.200.000
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2009 Color gris Transmisión Mecánica	\$100.000	1	\$100.000	\$1.200.000
Vehículo Chevrolet Cruze Color azul Transmisión Mecánica	\$100.000	1	\$100.000	\$1.200.000
Vehículo Hyundai Grand i10 Modelo 2015 Color Rojo Transmisión Mecánica	\$100.000	1	\$100.000	\$1.200.000

Vehículo	Mitsubishi	\$100.000	1	\$100.000	\$1.200.000
Montero modelo 1998 Color gris Transmisión mecánica					
Fz	2015	Marca	\$60.000	3	\$180.000
Yamaha Color negro Cilindraje 126 cc - 250 cc					
Cripton	Modelo	2014	\$60.000	4	\$240.000
Yamaha Color blanco Cilindraje 115 cc					
Bws	Modelo	2015	Color	\$60.000	5
Blanco 51 cc - 125 cc					
Total				21	1.800.000
					\$19.440.000

Nota fuente: Autoras del proyecto basadas en información de los talleres de mantenimiento en el municipio de Ocaña

4.4.5 Financiación inicial

En esta parte se desglosan las fuentes de financiación necesarias para hacer frente a la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del nuevo negocio:

Recursos personales (capital): Incluirá los aportes de dineros personales al negocio, incluyendo préstamos familiares, ahorros, etc.

Aportes de capital de terceros-Socios: Son las aportaciones de capital por parte de socios que van a contribuir financieramente en la iniciativa empresarial. Aquí solo se deberán considerar los aportes en dinero.

Créditos de entidades financieras: acudir a entidades financieras. Para conseguir financiación. (Préstamos)

Otras fuentes de financiación: en este apartado se incluirán otras aportaciones financieras no incluidas en los puntos anteriores.

Tabla 26.*Financiación inicial*

Financiación inicial	
Recursos personales (capital)	\$ 100.000.000
Aportes de capital de terceros-Socios	\$ 300.000.000
Créditos de entidades financieras	\$ 45.000.000
Otras fuentes de financiación	\$ 30.000.000
Total	\$ 475.000.000

Nota fuente: Autoras del proyecto

Tanto la información de la inversión inicial como la información de la financiación inicial son solo valores que se estiman para empezar la empresa. A demás el cliente nos contactará a través de una aplicación que se desarrollará dónde estará toda la información que se necesita para el alquiler de los vehículos como tipo de vehículo precio y demás.

4.4.6 Gastos mensuales

Los gastos que se estiman mensualmente para el funcionamiento de la empresa están definidos de la siguiente manera en la tabla 25.

Tabla 27.*Gastos mensuales*

Gastos Mensuales	
Personal (4 empleados)	\$ 6.416.175
Arriendo	\$ 800.000

Servicios públicos	\$ 133.000
Mantenimiento de Vehículos	\$1.800.000
Crédito financiero	\$ 3.000.000
Otros gastos	\$ 3.000.000
Total	\$15.149.175

Nota fuente: Autoras del proyecto

También es necesario para el funcionamiento de la empresa conocer los gastos anuales, de esta manera la tabla 26 evidencia la sumatoria de gastos anuales para el sostenimiento de Renting Ocaña Ltda.

Tabla 28.

Gastos totales para la prestación del servicio

Aspectos tenidos en cuenta	Costo por año
Personal	\$ 76.994.100
Insumos	\$241.920.000
Seguros	\$8.167.316
Costos fijos y variables	\$27.735.600
Total	\$348.449.700

Nota fuente: Autoras del proyecto

4.4.7 Ingresos mensuales

Los ingresos mensuales varían según el tipo de vehículo que se alquile, ya que el ingreso de nuestra empresa es el valor del servicio por ser el intermediario del dueño del vehículo con el cliente; los precios fueron definidos tras promediar los valores de dos ciudades cercanas como son Bucaramanga y Cúcuta en la que el servicio se ofrece por día.

Tabla 29.*Valores del servicio en otras ciudades*

Tipo de vehículo	Valor promedio del servicio en Cúcuta	Valor promedio del servicio en Bucaramanga	Media aritmética de los valores de cada ciudad
Vehículo Hyundai Tucson Modelo 2008 Transmisión Mecánica	\$347.901	\$362.397	\$355.149
Vehículo Chevrolet Cruze Modelo 2012 Color Gris Transmisión Mecánica	\$351.859	\$226.528	\$289.194
Vehículo Chevrolet Spark GT AB ABS LTZ Full Equipo 2018 Color Blanco Trasmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2010 Color negro Transmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2009 Color gris Transmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Chevrolet Cruze Color azul Transmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Hyundai Grand i10 Modelo 2015 Color Rojo Transmisión Mecánica	\$97.197	\$226.528	\$161.863
Vehículo Mitsubishi Montero modelo 1998 Color gris Transmisión mecánica	\$347.901	\$226.528	\$287.215
Fz 2015 Marca Yamaha Color negro Cilindraje 126 cc - 250 cc	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas
Cripton Modelo 2014 Yamaha Color blanco Cilindraje 115 cc	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas
Bws Modelo 2015 Color Blanco 51 cc - 125 cc	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas	No alquilan motocicletas

Nota fuente: tomado de alquilercarrosbucaramanga.com

Tabla 30.*Precios de lanzamiento al mercado*

Vehículo	Precio Alquiler por día
Vehículo Hyundai Tucson Modelo 2008 Transmisión Mecánica	\$355.149
Vehículo Chevrolet Cruze Modelo 2012 Color Gris Transmisión Mecánica	\$289.194
Vehículo Chevrolet Spark GT AB ABS LTZ Full Equipo 2018 Color Blanco Trasmisión Mecánica	\$161.863
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2010 Color negro Transmisión Mecánica	\$161.863
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2009 Color gris Transmisión Mecánica	\$161.863
Vehículo Chevrolet Cruze Color azul Transmisión Mecánica	\$161.863
Vehículo Hyundai Grand i10 Modelo 2015 Color Rojo Transmisión Mecánica	\$161.863
Vehículo Mitsubishi Montero modelo 1998 Color gris Transmisión mecánica	\$287.215
Fz 2015 Marca Yamaha Color negro Cilindraje 126 cc - 250 cc	\$45.000
Cripton Modelo 2014 Yamaha Color blanco Cilindraje 115 cc	\$40.000
Bws Modelo 2015 Color Blanco 51 cc - 125 cc	\$45.000

Nota fuente: Autoras del proyecto

Tabla 31.*Ventas aproximadas semanales del servicio de alquiler de vehículos*

Descripción del vehículo	Valor del servicio * servicios estimados	Total semana Valor del servicio * servicios estimados
Vehículo Hyundai Tucson Modelo 2008 Transmisión Mecánica	\$710.298	\$4.265.568
Vehículo Chevrolet Cruze Modelo 2012 Color Gris Transmisión Mecánica	\$289.194	\$1.359.168
Vehículo Chevrolet Spark GT AB ABS LTZ Full Equipo 2018 Color Blanco Trasmisión Mecánica	\$161.863	\$971.178
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2010 Color negro Transmisión Mecánica	\$161.863	\$971.178
Vehículo Chevrolet Aveo Gt 2009 Color gris Transmisión Mecánica	\$161.863	\$971.178

Vehículo Chevrolet Cruze Color azul Transmisión Mecánica	\$161.863	\$971.178
Vehículo Hyundai Grand i10 Modelo 2015 Color Rojo Transmisión Mecánica	\$161.863	\$971.178
Vehículo Mitsubishi Montero modelo 1998 Color gris Transmisión mecánica	\$287.215	\$1.723.290
Fz 2015 Marca Yamaha Color negro Cilindraje 126 cc - 250 cc	\$135.000	\$810.000
Cripton Modelo 2014 Yamaha Color blanco Cilindraje 115 cc	\$160.000	\$960.000
Bws Modelo 2015 Color Blanco 51 cc - 125 cc	\$225.000	\$1.350.000
Total ventas semanales		\$13.973.916

Nota fuente: Autoras del proyecto

De acuerdo con la información expuesta en la tabla 31 la empresa Renting Ocaña Ltda venderá 4536 servicios anuales entre carros y motocicletas resultado que se obtiene de multiplicar 21 vehículos en total por seis días a la semana y estas semanas multiplicadas por 3 semanas al mes que trabajara el vehículo y posteriormente por 12 meses que laborara la empresa. Se determinó que solo trabajaran 3 semanas al mes pues los vehículos requieren de mantenimientos y reparación para cual consecutivamente se irán sacando del uso para el respectivo servicio de mantenimiento. De esta manera los servicios que se prestarían se obtuvieron de la siguiente formula:

$$\begin{aligned} \text{Total de Servicios} &= 21 \text{ Vehículos} * 6 \text{ Días} \\ &= 126 \text{ este resultado se multiplica por tres semanas al mes} \\ &= 378 \text{ servicios mensuales} \\ &= 378 * 12 \text{ meses} \\ &= 4.536 \text{ servicios al año} \end{aligned}$$

Tabla 32.

Proyección de ventas a un año

Ingresos por semana	Ingresos totales mensuales	Ingresos anuales (Ventas mensuales por 12)
\$13.973.916	\$41.921.728	\$503.060.736

Nota fuente: Autoras del proyecto

De esta manera una vez se obtuvo la proyección de ventas anuales se procedió a realizar una proyección a 5 años teniendo en cuenta el valor del IPC de 2017 el cual tuvo un alcance del 4.09%. A continuación la tabla 30 determinara el alza para cada año en ventas.

Tabla 33.

Proyección de Ventas de servicios a 5 años

	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Cantidad de Servicios	4.536	4.536	4.536	4.536	4.536
Total Ventas	\$503.060.736	\$523.635.920	\$545.052.629	\$567.345.282	\$590.549.704

Nota fuente: Autoras del proyecto

4.4.8 Estados financieros

Balance inicial.

Se hace al momento de iniciar una empresa, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones. Cuando se crea una nueva empresa se requiere que los socios aporten una serie de activos y posiblemente se deba

Incurrir en algunas obligaciones para poder operar o adquirir los activos, lo que en su conjunto conforman el balance inicial, de otra parte los aportes sociales estará conformados por la inversión realizada por los socios

BALANCE INICIAL RENTING OCAÑA LTDA

ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja	\$ 100.000.000	
ACTIVO FIJO		
Vehículos	\$302.900.000	
Equipo de oficina	\$4.464.479	
TOTAL ACTIVO	\$407.364.479	\$407.364.479
PASIVO		
OBLIGACIONES FINANCIERAS		
TOTAL PASIVO	\$100.000.000	
Otros pasivos	\$7.364.479	
TOTAL PASIVO	\$107.364.479	\$107.364.479
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
TOTAL PATRIMONIO	\$300.000.000	\$ 300.000.0000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ \$407.364.479	\$407.364.479

Balance general proyectado Renting Ocaña Ltda.

	1 Año	2 Año	3 Año
Caja	\$ 100.000.000	\$ 120.000.000	\$ 144.000.000
Equipo de oficina	\$ 4.464.479	\$5.357.375	\$6.428.850
Vehículos	\$302.900.000	\$363480000	\$436176000
Total activo	\$407.364.479	\$488.837.375	\$586.604.850
Obligaciones financieras	\$100.000.000	\$120.000.000	\$144.000.00
Otros pasivos	\$7364.479	\$8.837.375	\$10.604.850
Total pasivo	\$107.364.479	\$128.837.375	\$154.604.850
Aportes Sociales	\$ 300.000.000	\$ 360.000.000	\$ 432.000.000
TOTAL PATRIMONIO	\$ 300.000.000	\$ 360.000.000	\$ 432.000.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ \$407.364.479	\$488.837.375	\$ 586.604.850

4.5 Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa de alquiler de vehículos en Ocaña, Norte de Santander.

4.5.1 Estudio social. Teniendo en cuenta que el municipio de Ocaña presente una problemática social como lo es el desempleo y una economía no muy dinámica afectada por factores como el conflicto armado y otros aspectos la empresa Renting Ocaña Ltda ofrecerá servicio de empleo para su funcionamiento pero también dinamizara el comercio con los proveedores de vehículos para alquilar. De esta manera se contribuirá a partir de la generación de empleo, ingresos extras a los dueños de los vehículos y se fortalecerán los lazos de cooperativismo dentro de la empresa.

4.5.2 Estudio ambiental. Respecto al impacto ambiental no se trabaja con productos que alteren el impacto negativo en el medio ambiente pues los vehículos circularan y la empresa prestara el servicio. Adicionalmente dentro de la empresa se adoptaran campañas del buen uso de papel, ahorro de energía y agua y se generara un plan de acción de siembra de árboles en los alrededores del rio algodonal como contribución a la mejora del medio ambiente y de la problemática mundial que vive la tierra actualmente y para lo cual la empresa tiene un compromiso para prestar un servicio sostenible y acompañado de buenas prácticas ambientales.

Conclusiones

El diseño del plan de negocios para la creación de una empresa de alquiler de carros permitió en el estudio de mercados evidenciar que actualmente esta es una necesidad insatisfecha por lo que la empresa tiene grandes posibilidades en el mercado actual de los servicios en el municipio de Ocaña.

El estudio técnico determino los requerimientos para la implementación de la empresa en cuanto a infraestructura, estrategia organizacional, requerimiento y demás que permitirían satisfacer las necesidades de los usuarios.

Dentro de la estructura del plan de negocios se planteó un estudio administrativo en el cual se especifican todas las especificaciones para el personal que requiere la empresa, sus funciones, los procedimientos y la presentación organizacional de la empresa denominada Renting Ocaña Ltda.

El estudio financiero permite concluir que el plan de negocios es viable pues de acuerdo con los parámetros establecidos se tendrá una rentabilidad que permitirá cubrir los gastos y obtener ganancias y se cumplirá con los estándares de seguridad, cumplimiento y calidad del servicio.

Finalmente el estudio socio ambiental evidencia que la empresa se acogerá a los parámetros de disminución del impacto negativo al medio ambiente, acogerá campañas para el ahorro de energía y agua y acompañara campañas de arborización del río Algodonal en el municipio de Ocaña. En el aspecto social contribuirá a elevar los índices de empleabilidad y de ingresos de los propietarios de vehículos dispuestos para el alquiler en Renting Ocaña Ltda.

Recomendaciones

Como recomendación se le sugiere la creación de la empresa Renting Ocaña teniendo en cuenta su rentabilidad y como necesidad no satisfecha en el municipio de Ocaña.

Como segunda sugerencia se le recomienda a la empresa el diseño de un plan de acción que coordine sus ejes estratégicos con las actividades para la iniciación en el sector de los servicios.

Finalmente se recomienda el establecimiento de relaciones estables con los proveedores de vehículos para el alquiler pues esto garantizará la prestación de un servicio de calidad, seguridad y cumplimiento.

Referencias

- American Marketing Association. (s.f.). *www.ama.org*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2017, de http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitucion Politica de Colombia*. Bogota.
- CARRASCAL, M. D. (2016). *Plan de Desarrollo del Municipio de Ocaña*. Noste de Santander, Ocaña. Obtenido de <http://ocana-nortedesantander.gov.co/apc-aa-files/38656632356330656332656230383763/plan-de-desarrollo-es-la-hora-de-ocaa-2016-2019.pdf>
- Carreto, J. (2008). *Comportamiento y Psicología del Consumidor*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de <http://uprocomportamientoconsumidor.blogspot.com.co/2008/11/la-satisfaccion-de-las-necesidades.html>
- Concepto.de*. (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de Concepto de Oferta: <http://concepto.de/oferta/>
- De Barquero, J. D., IRodríguez, d. L., Barquero, M., & Huertas, F. (2007). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* España: Mc Graw Hill.
- deconceptos.com*. (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de Concepto de Demanda: <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/demanda>
- Definición de Publicidad*. (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de <http://conceptodefinicion.de/publicidad/>
- Diccionario de Marketing*. (1999). Cultural S.A.
- Estepa, S. (01 de Septiembre de 2015). *La historia de la Industria de Alquiler de Coches*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de <https://www.alquila-coche.com/la-historia-de-la-industria-de-alquiler-de-coches/>
- ficus.pntic.mec*. (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de Los Transportes: <http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/transportes.html>
- infoautonomos.eleconomista.es*. (2017). Obtenido de <https://infoautonomos.eleconomista.es/tipos-de-sociedades/como-crear-una-sociedad-limitada/>

- Marco normativo de la industria del transporte.* (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/822205_1_VIRTUAL/Objetos_de_Aprendizaje/Descargables/ADA%202/ADA_2.3.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Entender el turismo: Glosario Básico.* Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- The Chartered Institute of Marketing. (2009). *cim.com.uk.* Recuperado el 12 de Noviembre de 2017, de : <http://www.cim.co.uk/resources/glossary/home.aspx>,
- Veciana, J., & Aponte, M. Y. (2001). *“Instituciones y medidas de apoyo a la creación de empresas: Un estudio empírico comparativo entre Cataluña y Puerto Rico”.*
- Villegas, R. V. (s.f.). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas .* Pearson.
- Wikipedia.* (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de https://es.wikipedia.org/wiki/Alquiler_de_autom%C3%B3viles
- www.esmas.com.* (s.f.). Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/paraquesirve/400852.html> re
- www.uv.es.* (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de Universidad de Valencia: https://www.uv.es/webgid/Descriptiva/331_mtodos.html

Apéndices

Apéndice A. Encuesta de aplicación a habitantes del municipio de Ocaña.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Objetivo: Realizar un estudio factibilidad para la creación de la empresa de alquiler de carros en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

1. ¿Tomaría usted o su familia los servicios de una empresa de alquiler de transporte privado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander?

SI _____

NO _____

2. ¿Cuenta su familia en el municipio de Ocaña actualmente con alguna entidad prestadora de este servicio?

SI

NO

Si su respuesta es afirmativa, indíquenos por favor ¿Cuáles?

3. ¿Cuáles serían las razones para que su familia o su empresa tome un servicio de alquiler de transporte privado?

Costos _____

Agilidad _____

Disponibilidad _____

Seguridad _____

Variedad de Servicios _____

Otro _____ ¿Cuál? _____

4. ¿Qué tipo de vehículo solicitaría su empresa para tomar el servicio alquiler de transporte privado?

Automóvil _____

Van _____

Camioneta _____

Otro _____ ¿Cuál? _____

5. ¿Con que frecuencia usted o su familia requeriría este servicio?

- Horas
- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- No responde

6. El valor que usted o su familia paga o estaría dispuesta a pagar, sería por...

Hora _____

Día _____

Semana _____

Mes _____

7. Califique de 1 a 5, siendo 1 el más alto y 5 el más bajo, las características en el momento de elegir un servicio de alquiler de transporte privado.

Características	Calificación				
	1	2	3	4	5
Seguridad					
Cumplimiento					
Calidad del servicio					
Precio del servicio					
Variedad de marcas					
Respeto del usuario					
Ubicación geográfica de la empresa					

8. Estaría dispuesto a tomar los servicios de la empresa de alquiler de transporte privado estando está ubicada en sectores como:

- Avenida Circunvalar
- Avenida Francisco Fernández de Contreras
- Zona Norte de Ocaña
- Zona Céntrica de Ocaña
- No responde

9. Estaría dispuesto a recibir información acerca de la empresa de alquiler de transporte privado a través de:

- Correo electrónico
- Redes Sociales
- Medios de comunicación como la televisión radio
- Medios impresos como el periódico, volantes, folletos.

No responde
