

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA
EMPRESA DE CONDUCTOR ELEGIDO
SEGURO A CASA

HANS RODRÍGUEZ JIMENEZ
ANDRES HERRERA CAMELO

DIANA SERRANO RIVERA
ASESORA Y CONSULTORA DE PYMES

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR
UNIDAD NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO CUNBRE
BOGOTÁ D.C., SEPTIEMBRE 2018

INTRODUCCION

1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA GENERATIVA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Somos una microempresa que se especializa en prestar el servicio de conductor elegido y asistencia vehicular, como paso corriente, cerrajería vehicular, carro taller. Prestamos el servicio a compañías y personas particulares. Busca la satisfacción de las necesidades de sus clientes, ofreciendo servicios de excelente calidad, generando bienestar y confianza en todas nuestras actividades. Contamos con los mejores conductores capacitados y comprometidos. Prestando un servicio de calidad para reducir accidentes de tránsito y muertes relacionadas con el consumo excesivo de alcohol.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Posicionarnos como una de las mejores empresas en prestación del servicio de conductor elegido y asistencia vehicular, con conductores profesionales, que desplacen a las personas y a su vehículo (moto), a su domicilio u otro lugar, en el perímetro urbano y rural de la ciudad de Bogotá y alrededores, teniendo en cuenta que, por motivo de sus festejos u otras causas, no estén en plena capacidad de conducir ni transportar su vehículo.

1.3 MARCO LEGAL

LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA, NORMA DE NORMAS 1991. ARTÍCULO 1.

Colombia es un estado social de derecho, organizado en forma de republica unitaria, con autonomía de sus entidades territoriales, democracia, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integra y en la prevalencia de interés general. (COLOMBIA, 2018)

ARTÍCULO 25.

El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas las modalidades de la especial protección del estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.

ARTÍCULO 38.

Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.

TRÁMITES CÁMARA DE COMERCIO Y NOTARIAL.

Posterior al trámite de la elección del tipo de sociedad se procederá a revisar ante la Cámara de Comercio que el nombre o razón social asignada a la empresa, no se encuentre registrado, hasta la fecha la razón social y el nombre comercial se encuentra libre. (BOGOTÁ, 2018)

OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES. CAPÍTULO II CÓDIGO DE COMERCIO DEBERES DE LOS COMERCIANTES 37ART. 19.

Es obligación de todo comerciante: matricularse en el registro mercantil; inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad; llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales; conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades. (COMERCIANTES, 2018)

CÓDIGO DE TRANSITO DE COLOMBIA. TÍTULO IV SANCIONES Y PROCEDIMIENTOS. CAPÍTULO VIII - Actuación en caso de embriaguez.

ARTÍCULO 150°. Examen. Las autoridades de tránsito podrán solicitar a todo conductor de vehículo automotor la práctica de examen de embriaguez, que permita determinar si se encuentra bajo efectos producidos por el alcohol o las drogas, o sustancias estupefacientes, alucinógenas o hipnóticas. (TRÁNSITO, 2018)

ARTÍCULO 151°. Suspensión de licencia. Quien cause lesiones u homicidios en accidente de tránsito y se demuestre que actuó bajo cualquiera de los estados de embriaguez de que trata este código, o que injustificadamente abandone el lugar de los hechos, a más de las sanciones previstas en el Código Penal, se hará acreedor a la suspensión de su licencia por el término de cinco (5) años.

ARTÍCULO 152°. Grado de alcoholemia. En un término no superior a 30 días contados a partir de la expedición de la presente ley, el Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses mediante resolución establecerá los límites de los diferentes grados de estado de embriaguez.

ARTÍCULO 153°. Resolución judicial. Para Efectos legales se entenderá como resolución judicial la providencia que impone una pena de suspensión de licencia de conducción. (Agosto 27) 2.4.6 Ley 1548 del 5 de julio de 2012. Por la cual se modifica la Ley 769 de 2002 y la Ley 1383 de 2010 en temas de embriaguez y reincidencia y se dictan otras disposiciones. 42 Bogotá, julio 11 de 2012. El Congreso de la República expidió la Ley 1548 de 2012, mediante la cual pretende sancionar severamente a los conductores embriagados, incluidos los ciclistas. En esta nueva Ley que es vigente desde el 5 de julio de 2012, establece sanciones para los conductores embriagados que su examen de positivo a partir de los 20 mg de etanol/100 ml de sangre total. Ya los conductores no podrán negarse a realizar las pruebas físicas o clínicas y no tendrán derecho a la rebaja de la multa 38. Queda pendiente la reglamentación de esta nueva Ley, por parte del Gobierno Nacional, para que pueda aplicarse totalmente.

**REGLAS BÁSICAS DE SEGURIDAD VIAL Y COMPORTAMIENTO A LA
HORA DE CONDUCIR SEGÚN EL CÓDIGO DE TRANSITO DE COLOMBIA.
TÍTULO III NORMAS DE COMPORTAMIENTO. CAPÍTULO V
MOTOCICLISTAS. ARTICULO 94 NORMAS GENERALES PARA
PEATONES Y MOTOCICLISTAS.**

Respetar todas las señales de tránsito

Usar siempre el cinturón de seguridad

Evitar el uso del teléfono celular mientras conduce

No exceder los límites de velocidad indicados Respetar y ceder el paso a los peatones

Ubicar a los menores en los asientos traseros

Verificar el estado del automotor antes de salir
Evitar conducir con síntomas de cansancio
No conducir después de ingerir bebidas alcohólicas En rutas, circular siempre con luces bajas encendidas.

CAPÍTULO II DE LA LEY 769 DE 2002

Hace referencia a los peatones y su circulación por las vías públicas.

ARTÍCULO 58

De la misma ley se mencionan las prohibiciones para los peatones y entre ellas:
Respetar todas las señales de tránsito Cruzar siempre por las sendas peatonales Prestar atención a la indicación de los semáforos Evitar el uso del teléfono celular al cruzar una calle Mirar hacia atrás al bajar de un colectivo o taxi Esperar el colectivo o taxi sobre la vereda Preservar a los menores en la vía pública.

ARTICULO 96 NORMAS ESPECÍFICAS PARA MOTOCICLISTAS

Usar siempre casco al conducir
Colocarse el casco de la forma correcta
El acompañante también debe llevar casco
No circular más de dos personas en cada moto Respetar todas las señales de tránsito.

LEY 1383 DE MARZO DE 2010, POR LA CUAL SE REFORMA LA LEY 769 DE 2002 CÓDIGO NACIONAL DE TRÁNSITO, Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES. Las normas del presente código rigen en todo el territorio nacional y regulan la circulación de los peatones, usuarios, pasajeros, conductores, motociclistas, ciclistas, agentes de tránsito y vehículos por las vías públicas o privadas que están abiertas al público, o en las vías privadas que internamente circulen vehículos; así como la actuación y procedimientos de las autoridades de tránsito.

MANUAL DE SEGURIDAD VIAL.

El programa central está basado en el diagnóstico de la accidentalidad vial en Colombia y se tiene previsto su desarrollo a través de proyectos de prevención, atención y tratamiento de los factores que inciden en la accidentalidad y que involucran aspectos relacionados con los usuarios vulnerables, entorno ambiental, Infraestructura vial, vehículos, normatividad, entidades encargadas de la atención, información, regulación

y control. Dado lo anterior, la Secretaría Distrital de Movilidad desde la Dirección de Seguridad Vial y Comportamiento del Tránsito, con el presente manual busca llegar a todas y todos los ciudadanos brindando herramientas para el fortalecimiento de competencias ciudadanas, orientaciones conceptuales y prácticas que faciliten la movilidad segura, el uso adecuado del espacio público, el acceso a los modos de transporte y la prevención de la accidentalidad, para promover el valor por la vida, garantizando una mejor integración personal y social en el espacio público de la ciudad.

1.4 MISIÓN

Seguro a Casa es una microempresa encargada del desplazamiento y acompañamiento de los conductores de vehículos que no estén en capacidades de manejar creando así una cultura responsable ante los ciudadanos para disminuir la accidentalidad en la ciudad y las buenas prácticas de las normas de tránsito.

1.5 VISIÓN

Para el 2021, Consolidarnos como una de las mejores empresas de asistencia vehicular con nuestros servicios de conductor elegido y carro taller a nivel Bogotá, para atender con calidad, responsabilidad y eficacia a nuestros clientes.

1.6 VALORES

RESPECTO: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

LEALTAD: Somos fieles a nuestros principios y buscamos su desarrollo y permanencia en el tiempo.

SEGURIDAD: Adoptamos prácticas seguras en todas nuestras actividades y comportamientos, buscando la protección de nuestros principales activos: las personas, los bienes, la imagen de la compañía y la vida de las personas que transportamos.

COMPROMISO: Nuestros colaboradores comparten nuestras creencias y actitudes, aportan lo mejor de sí en el ámbito intelectual, emocional y están dispuestos a emprender nuevos retos para contribuir al éxito de la organización.

SOLIDARIDAD: Estar siempre dispuesto a brindar nuestro apoyo en cualquier tarea que requiera la organización.

HONESTIDAD: Actuar con transparencia en cada una de las actividades que se emprenden y realicen dentro de la organización.

1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Disminuir las altas tasas de accidentes vehiculares por efectos del cansancio, alcohol o drogas alucinógenas.
- Disminuir los costos en los que incurren las personas en pago de multas o sanciones por conducir bajo los efectos de alcohol o drogas alucinógenas.
- Aumentar las alternativas al momento de escoger la mejor opción de transporte en caso de que una persona esté bajo los efectos del cansancio, el alcohol o drogas alucinógenas.
- A nivel de ventas consolidarnos como una de las empresas más sólidas y rentables a nivel Bogotá
- Aumentar nuestro reconocimiento ante nuestros clientes utilizando el voz a voz como nuestra principal herramienta para aumentar nuestros ingresos

1.8 ANÁLISIS PESTEL



POLÍTICOS

- Políticas del país, nuevas leyes, resoluciones y documentación al día de conductores y vehículos.
- Verificación de experiencia para las empresas prestadoras para el servicio de conductor elegido.



SOCIO – CULTURALES

- Campañas preventivas para la utilización del servicio de conductor elegido.
- Disminución de la accidentalidad por el consumo de bebidas alcohólicas y alucinógenas.



ECONÓMICOS

- Crecimiento de nuevas empresas en la capital colombiana.
- Generación de nuevas alternativas de empleo debido al crecimiento y demanda de este producto.



TECNOLÓGICO

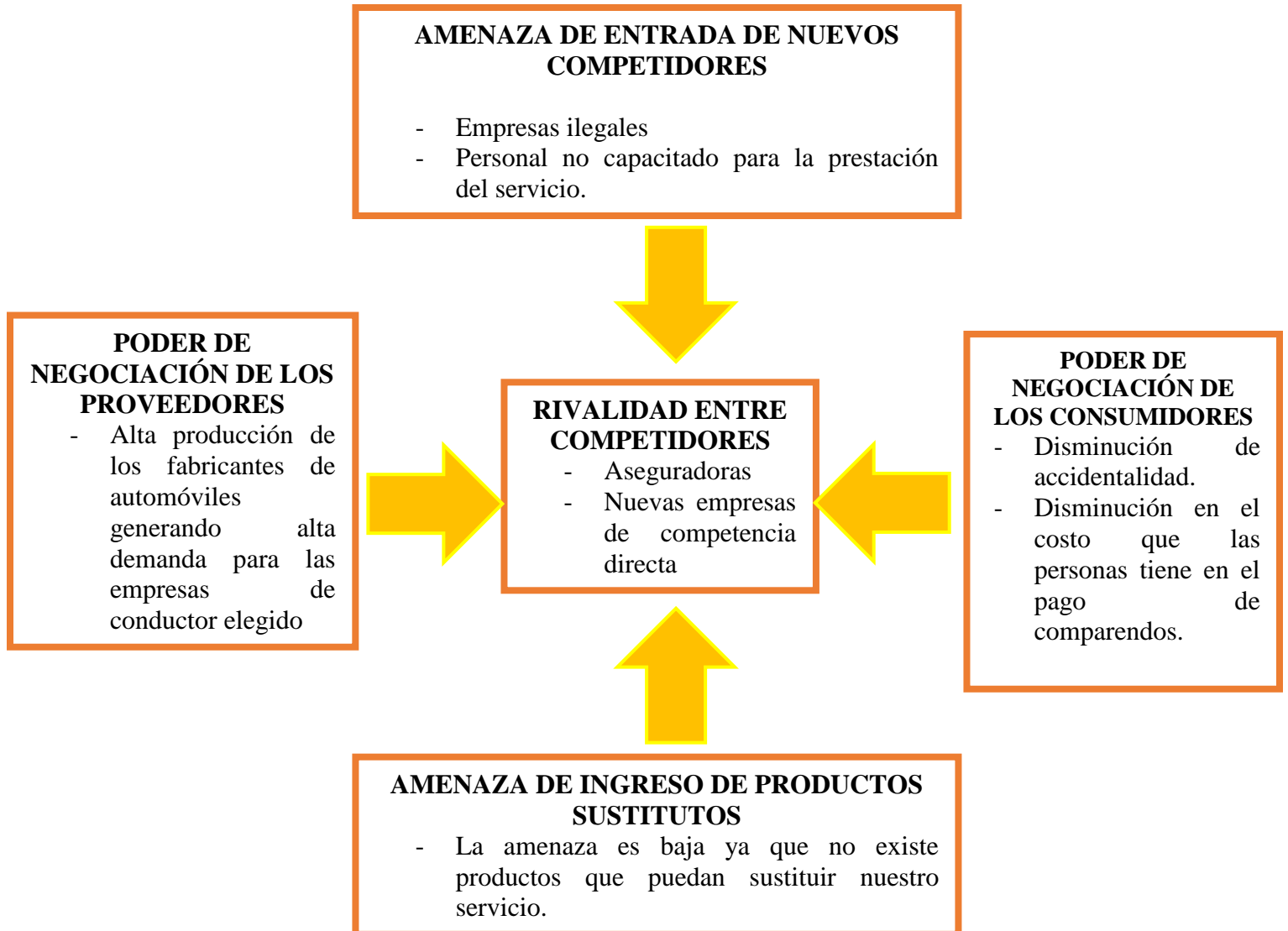
- El uso de aplicaciones para la prestación del servicio de conductor elegido.
- El uso de redes sociales para el lograr un reconocimiento publicitario logrando ser tendencia en redes.



ECOLÓGICO

- Con el uso de la APP nuestra empresa optimizara el uso de recursos y manipulación de otros insumos para el mejoramiento ambiental.
- La revisión de nuestros vehículos contribuirá a la disminución de la contaminación

1.9 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



1.10 DOFA

FORTALEZAS

Personal experimentado y calificado para conducir todo tipo de vehículos y de personas que no puedan conducir.

Bajos costos operativos, por ser vehículos pequeños, que pueden ser acondicionados sin mayor inversión.

Servicio innovador que atrae a todo tipo de persona.

Disponibilidad de tiempo completo para la prestación del servicio de alta calidad.

AMENAZAS

Normas que no permitan cumplir con la misión de la empresa

Violencia física o verbal en el lugar de destino conductas agresivas por parte de los clientes o dueños del vehículo que se va a conducir.

Siniestros que puedan surgir al momento de la prestación del servicio.

Entrada al mercado de competidores con capacidades superiores a la de nuestra empresa

OPORTUNIDADES

Cultura abierta al consumo de licor.

Sociedad sensibilizada acerca de la mezcla de tragos y vehículos.

Leyes y comparendos a conductores ebrios.

Convenios con los bares y demás establecimientos para la prestación de nuestros servicios.

Convenios con aseguradoras para ser un servicio integral.

DEBILIDADES

Bajo presupuesto.

Poco personal

Vehículos limitados

Contratación de personal poco dispuesto al cumplimiento adecuado del servicio.

1.11 CADENA DE VALOR

Nuestra cadena de valor estará enfocada principalmente en las capacitaciones activas de nuestros conductores permitiendo crear valor a nuestro cliente final generando disminución en la accidentalidad y engrandeciendo la misión y visión de nuestra empresa. Aquí se muestra el desarrollo técnico de nuestras capacitaciones.



NORMATIVIDAD

Código Nacional de tránsito

Señales de tránsito

Normas referentes a cada especialidad de transporte

EN CASO DE ACCIDENTE

Conocimiento de las normas

Derechos y deberes en caso de accidente (Ley y normas de la empresa)

¿Qué hacer con los heridos?

¿Cómo entenderse con el policía de tránsito?



FATIGO Y CANSANCIO

Riesgo de conducir con fatiga

Desordenes del sueño

Hábitos personales y familiares

Alimentación sana para la vía

ALCOHOL Y DROGRAS

Tabacismo

Factores de riesgo por consumo

Alcohol y la conducción



<u>Respeto</u>
<u>Lealtad</u>
<u>Seguridad</u>
<u>Compromiso</u>
<u>Solidaridad</u>
<u>Honestidad</u>



1.12 ESTRATEGIA COMPETITIVA

Seguro a casa es una empresa que busca preservar la seguridad, la vida y el bienestar de la ciudadanía ofreciendo servicio de acompañamiento, conducción, transporte y recogida del vehículo donde se requiera dentro y a las afueras de la ciudad de Bogotá y sus alrededores

Nuestros beneficios son:

- Prevenir las lesiones y muertes por accidentes ocasionados por el consumo de alcohol.
- Contribuir a reducir las víctimas en accidentes por causa del consumo de alcohol.
- Promover las campañas del fondo de prevención vial y de la secretaria de tránsito y transporte de Bogotá.
- Contribuir con la culturización para este tipo de conductas.

Las personas que deseen adquirir el servicio, lo podrán hacer por medio de nuestra aplicación móvil anexo 1 (Instructivo del APP seguro a casa), para que les sea enviado un conductor elegido con vehículo hacia el lugar en que se encuentren y a la hora que lo requieran, este conductor elegido se encargara de llevar a las personas y sus vehículos desde el lugar donde se encuentren hasta donde lo soliciten.



2. ESTUDIOS DE MERCADO

El mercado objetivo de Seguro a Casa estará dispuesto para clientes particulares y empresariales, incluyendo toda persona que sea propietario de un vehículo. El estudio de mercado juega un papel predominante al momento de definir la viabilidad del proyecto. Si bien el posicionamiento y la propuesta de valor del servicio es necesario hacer una segmentación que permita definir estrategias comerciales de nuestra empresa, dirigidas a satisfacer las necesidades de cada uno.

Nos movemos en el mercado por la oferta y la demanda y así verificamos mediante una encuesta o sondeo que tanto estaría dispuesto el cliente a pagar por los servicios y cómo podemos nosotros estandarizar un precio para entrar a ser competitivos en el mercado.

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Por medio del análisis del nicho del mercado y conociendo de ante mano los atributos de nuestros servicios el objetivo principal es:

- El posicionamiento de la empresa con la ventaja competitiva que va de la mano con la tecnología en la implementación al momento de solicitar nuestros servicios.
- Mejorar de una manera adecuada el desplazamiento de los conductores en estado de embriaguez, permitiendo llegar de forma segura su lugar de destino.
- Contrarrestar la demanda que ofrecen nuestros clientes debido a la necesidad de prestar un servicio de conductor elegido.
- Crear una estrategia de mercado en el cual la publicidad voz a voz sea nuestra principal fuente para atraer nuevos clientes.
- Estudiar nuestra principal competencia, para ofrecer servicios adicionales con tecnología mejorada para que nuestro servicio sea íntegro.

2.2 SEGMENTACIÓN

- El servicio se prestara en la ciudad de Bogotá y lugares aledaños, en un radio de 20 kilómetros fuera del perímetro urbano, contamos con conductores capacitados y dispuestos a la prestación del mejor servicio de transporte puerta a puerta y los mejores equipos para la asistencia.
- Nuestro mercado Objetivo son las personas entre 18 y 70 años de edad de estratos entre 2 y 6 que consumen licor a la hora de manejar.
- Las personas, que cuentan con el poder adquisitivo para disfrutar de nuestros servicios, que son propietarios de sus vehículos y salen con frecuencia a realizar actividades sociales con sus amigos y quieren regresar a sus hogares de forma segura y confiable después de haber ingerido alcohol.
- La prestación del servicio no nos exime para prestar el servicio en cualquier localidad de Bogotá y sus territorios aledaños en una distancia de 20 kilómetros, ni excluir a las personas por edad, por el contrario toda persona que quiera disfrutar de un servicio de calidad en cuanto a asistencia vehicular.

2.3 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Como punto de partida con el estudio del mercado buscamos identificar todas las oportunidades que se pueden aprovechar junto a las posibles amenazas que habría que atacar al entrar a competir en el mercado con la prestación de este servicio. Realizamos, trabajos de campo en las zonas de mayor afluencia de personas, que pueden ingerir licor y solicitar nuestro principal servicio de conductor elegido como calle 85, zona G, Usaquén, Boyacá con 1ra de Mayo, crear alianzas con los bares para la prestación de nuestro servicio. Tanto mujeres como hombres son nuestros clientes potenciales, cualquier persona que sea propietario de un vehículo sin necesidad de estar asegurados con póliza todo riesgo lo único que solicitamos para la prestación del servicio es tener la documentación del vehículo al día.

De acuerdo con los resultados obtenidos , evidenciamos que a pesar de existir competencia directa hay una parte del mercado insatisfecha o no cubierta por las aseguradoras y el servicio de UBER a la cual se puede llegar fácilmente, ya que estas empresas particulares no son suficientes para la gran demanda que existe en la ciudad, según las cifras encontradas el número de personas que necesita o desea utilizar el servicio de conductor elegido para evitar accidentes y llegar a salvo a casa es mayor al número de servicios que pueden proveer las empresas prestadoras de éste servicio actualmente.

Así mismo se definen los siguientes Métodos:

Para comprobar los gustos y preferencias del mercado en nuestros principales clientes se elaborará encuestas donde se investigará y evaluará si es o no interesante este tipo de servicio.

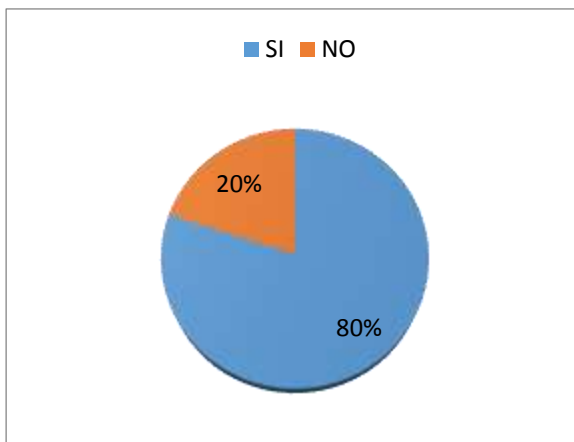
Se analizará e investigará por medio de visitas a lugares y Entidades que regulen este tipo de servicio todo lo referente a la normatividad y así mismo se recolecta información más técnica como el Internet y libros.

Regularémos todo lo relacionado con los servicios prestados haciendo énfasis en todo lo relacionado al reglamento interno, cultura organización, y complementos administrativos.

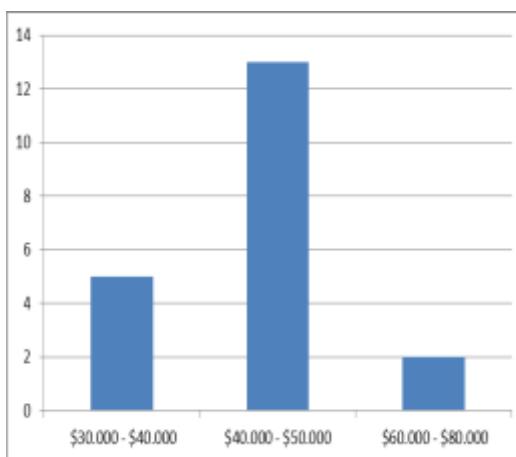
A continuación se enuncian los resultados encontrados de una encuesta realizada a personas del común sobre la prestación de asistencia vehicular en un contexto global frente a su funcionamiento de las mismas en la ciudad de Bogotá; a continuación los resultados obtenidos:

ENCUESTA

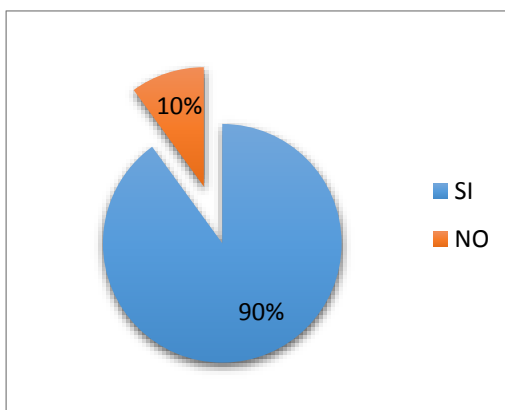
1. ¿Estaría dispuesto a solicitar un servicio de conductor elegido en caso de necesitarlo?



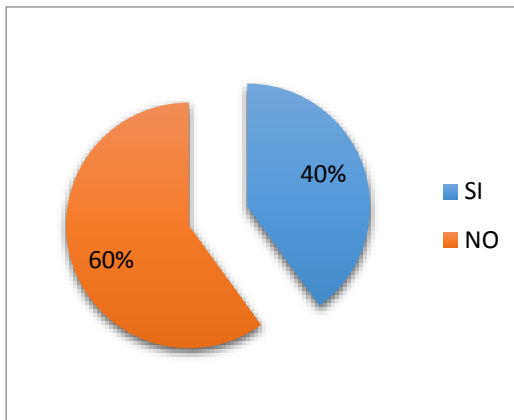
2. ¿Cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar por el servicio de conductor elegido?



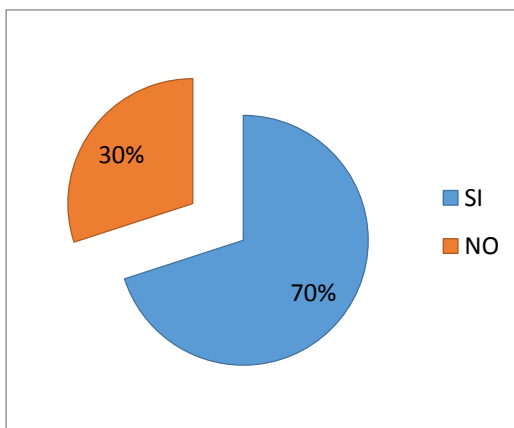
3. ¿Le gustaría contar con un servicio de carro taller para su vehículo?



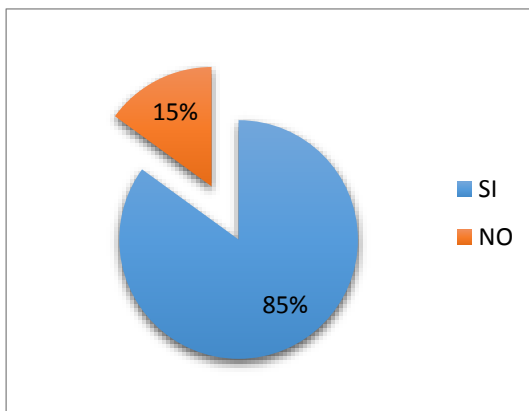
4. ¿En caso de llegar a necesitarlo utilizaría el servicio de cerrajería vehicular?



5. ¿Cree que sería bueno contar con un servicio de grúa en caso de llegar a necesitarlo?



6. ¿Le gustaría acceder a estos servicios a través de una aplicación?



2.4 ANÁLISIS CONCLUYENTE

Con relación a la Distribución Comparativa de variables socio-demográficas de los accidentes de Tránsito en Bogotá entre los años 2012 y 2017 se concluye que ha tenido una disminución de los accidentes de tránsito en un 26%, es muy importante resaltar que la mayor proporción de accidentes se presentan en la población del género masculino, como es mayor su proporción se puede evidenciar que si hay una referencia con respecto al género. También se evidencia que el 70% del total de los casos ocurren en la población menor de 25 años, y en la mayoría de casos están involucrados los peatones y pasajeros, es decir personas ajenas a los conductores.

A todo esto debemos sumarle la falta de conciencia, y respeto por las normas básicas de tránsito, pasar por alto las señales de tránsito, el no uso de direccionales, el uso del cinturón de seguridad, el exceso de velocidad y la falta de mantenimiento de los vehículos son uno de los principales causales que incrementan los índices de accidentalidad. (COLOMBIA A. E., 2018)

3.

3.1 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

Seguro a Casa es una compañía en donde las personas que desean adquirir el servicio de conductor elegido o asistencia vehicular lo hacen desde su teléfono por medio de la aplicación, e inmediatamente se le asigna el servicio requerido al lugar indicado y en el menor tiempo posible con un horario 24/7 garantizando la total seguridad de nuestros clientes con el personal idóneo capacitado para la prestación de nuestros servicios.

3.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Para determinar el precio tenemos en cuenta los costos que tienen nuestras competencias directas en este caso los valores oscilan entre 45.000 y 60.000 dependiendo el trayecto, y principalmente si son foráneos es decir fuera del perímetro urbano de Bogotá nuestro servicio será entre 40.000 y 60.000 aproximadamente, con descuentos por fidelidad con nuestra empresa y la continuidad del servicio.

Los servicios adicionales que prestamos tienen un costo de \$40.000 y \$500000 dependiendo la zona los cuales son muy asequibles.

3.3 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Determinamos que el mercado está entre los 18 y 60 años por lo tanto usaremos como primera medida las redes sociales para la promoción de nuestra empresa y el voz a voz como segunda estrategia, ya que confiamos en la calidad de nuestros servicios y un cliente satisfecho es un cliente fiel y atrae más clientes, en este caso estaríamos hablando de marketing directo con nuestros clientes. Con las alianzas futuras con bares, daremos volantes a la entrada para informar de nuestros servicios.

3.4 DESARROLLO DE LA MARCA

Nuestro plan a largo plazo es convertirnos en una de las mejores empresas de conductor elegido y asistencia vehicular, asegurándonos de cumplir los objetivos propuestos mediante la prestación integral y rápida de nuestros servicios.

3.5 MARCA

SEGURO A CASA, somos una compañía que se preocupa por el bienestar de sus clientes, contratando el mejor recurso humano que le garantice a nuestros clientes su retorno SEGURO A CASA.

3.6 LOGO



Blanco

El blanco representa simplicidad, pureza, verdad, limpieza, higiene. De ahí que sea utilizado para representar y proyectar en las personas simplicidad, sobriedad.

Amarillo

Entusiasmo y juventud; se relaciona con el sol y la luz. En microempresa representar creatividad, energía y juventud. Llamando la atención de los aspectos importantes.

Negro

El negro representa poder, valentía, elegancia. En nuestro caso transmite un mensaje de fortaleza. En cuanto al marketing lo utilizamos para enviar un

mensaje de exclusividad, de estatus, de alta calidad, y también para añadir prestigio y seriedad.

3.7 ESLOGAN

¿Qué decisión vas a tomar hoy?

3.8 VENTAJA COMPETITIVA

- Trabajamos no solamente con vehículos que tienen pólizas de seguros, sino que también a carros que no la poseen de media y alta gama.
- Es un servicio que es apto para prestar en la ciudad y sus alrededores que brinda seguridad a quien lo solicita y a sus acompañantes.
- Nuestros conductores hacen sus desplazamientos en motos, lo cual permite un fácil traslado hacia el lugar donde se solicite el servicio evitando embotellamientos.
- Generamos empleo y así aportamos a la sociedad en la reducción de accidentalidad por el conducir en estado de embriaguez.

3.9 VENTAJA COMPARATIVA

- Tratamos de zonificar los servicios para que los desplazamientos se puedan hacer con total calma y eficiencia, de esta forma evitar impuntualidad con nuestros clientes y prestar un excelente servicio.
- Nuestros empleados se encuentran totalmente uniformados y carnetizados para evitar demoras en los retenes de control de la policía o agentes de tránsito.
- No prestamos servicios a vehículos que no tengan papeles en regla o con exceso de pasajeros para evitar sanciones y multas.

3.10 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Una de las estrategias que realizaremos, es un convenio con bares, hoteles y voz a voz en los cuales habrá un suministro específico de publicidad, que nos permitirá ofrecer el servicio a sus clientes (que más adelante serán nuestros clientes), generando confianza, fidelidad y seguridad.

3.11 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La estrategia que se utilizara son los medios masivos, en este caso los medios radiales facilitan la promoción del servicio, con bares, hoteles. Adicional se harán volantes publicitarios para entregar en las afueras y al interior de dichos sitios.

También se promocionará por medio de publicidad en las redes sociales tales como:



3.12 ESTRATEGIA DE SERVICIOS

Se tendrá una base de datos actualizada donde nuestros operadores puedan contactar semanalmente a los clientes y realizar telefónicamente una evaluación acerca de la calidad del servicio prestado, permitiendo establecer los aspectos en los cuales se encuentran nuestras debilidades desarrollando nuevas estrategias para el mejoramiento de nuestro servicio.

También se establecerá un análisis de ventas a nuestros clientes frecuentes por medio de puntos por cada solicitud de servicio que genere otorgando u servicio gratuito una vez trimestralmente.

Adicionalmente los clientes tendrán un número directo del conductor, operador y responsables para que puedan brindar un servicio ágil y de acuerdo a las necesidades del cliente.

Cibergrafía

BOGOTÁ, C. Y. (SEPTIEMBRE de 2018). *CAMARA Y COMERCIO DE BOGOTÁ*.

Obtenido de CAMARA Y COMERCIO DE BOGOTÁ:

<https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales>

COLOMBIA, A. E. (SEPTIEMBRE de 2018). *ACCIDENTALIDAD EN COLOMBIA* .

Obtenido de ACCIDENTALIDAD EN COLOMBIA :

<http://www.redalyc.org/pdf/4235/423545768004.pdf>

COLOMBIA, C. P.

(SEPTIEMBRE <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf> de 2018). Obtenido de COSTITUCIÓN POLITICA DE COLOMBIA.

COMERCIANTES, C. D. (SEPTIEMBRE de 2018). *CODIGO DE COMERCIANTES* .

Obtenido de CODIGO DE COMERCIANTES :

http://www.sic.gov.co/recursos_user/historico/d2011sic8341.htm

TRÁNSITO, C. D. (SEPTIEMBRE de 2018). *CODIGO DE TRÁNSITO* . Obtenido de CODIGO DE TRÁNSITO :

<https://www.colombia.com/actualidad/images/2008/leyes/transito.pdf>