

TRANSPORTE SAFE WORK

Abdul Karín Cuernu Lucumi  
Leidy Tatiana González Robles  
Flor Eliza Vega Castro

OPCIÓN DE GRADO II

Rut Marcela Rodríguez Martínez

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR – CUN

BOGOTÁ – RESTREPO

MAYO 2019

## TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción
2. Justificación
3. Descripción idea de negocio
  - 3.1 Innovación
4. Descripción mercado objetivo
5. Segmentación de mercado
6. Investigación de mercado
  - 6.1. Tendencia de mercado
  - 6.2. Análisis de la competencia
  - 6.3. Metodología investigación de mercado
  - 6.4. Herramienta de recolección de información
  - 6.5. Análisis de resultados
  - 6.6. Lean canvas
7. Plan de marketing
  - 7.1. Estrategia de producto
  - 7.2. Estrategia de publicidad
  - 7.3. Estrategia de distribución
  - 7.4. Estrategia de precio
  - 7.5. Estrategia de promoción
  - 7.6. Análisis mapa de empatía
  - 7.7. Proyección de ventas
8. Estudio administrativo
  - 8.1 Análisis DOFA
  - 8.2 Organigrama

## **1. INTRODUCCIÓN**

El servicio de transporte público presenta una gran importancia la cual es llevar a los trabajadores a sus lugares de trabajo y otras personas a sus diferentes labores diarias, de esta forma se motiva la economía en nuestra ciudad.

En nuestro estudio de mercadeo encontramos que el transporte público presenta muchas inconformidades en el bienestar de sus usuarios, en las tarifas y servicios que dan mal funcionamiento a nivel general.

Gracias al análisis recopilado de la información vemos las posibilidades de prestar un mejor servicio evaluando las inconformidades de los usuarios y conociendo las oportunidades de mejoras.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto (Transportes Safe Work) tiene como objetivo prestar un servicio a la población que se moviliza hacia su trabajo a diario, para brindarles una mejor calidad de vida.

Los motivos que nos llevaron a investigar y llevar a cabo este proyecto es el mismo sector vulnerable de población que se encuentra expuesta a diario en los medios de transporte público. Pretendemos ayudar a mitigar estos mismos problemas y así mismo generar conciencia para el cuidado y protección de sus propias vidas.

Pensamos que mediante el análisis detallado de la población que se moviliza a diario en el transporte público y de los accidentes mortales que ha generado estos mismos y así la población tome una medida de acción para este.

Finalmente es de vital importancia los beneficios que trata este proyecto a medida del transcurso del tiempo.

### **3. DESCRIPCIÓN IDEA DE NEGOCIO**

La empresa TRANSPORTE SAFE WORK prestara un servicio de transporte, donde nuestros clientes principales serán colaboradores de empresas que opten por un mejor servicio de transporte y seguridad personal, de acuerdo a investigaciones realizadas, ((Según respuesta a un derecho de petición de la propia Secretaría de Movilidad, de enero a julio 31 del 2016 se han registrado 2741 accidentes con buses del sitp, es decir 13 accidente diarios, mientras en los buses de Transmilenio se registraron 341 accidentes lo que representa un promedio de 1.6 por día)), sin contar las riñas y robos que se presentan a diario en estos medios de transporte, y registros de acoso contra la mujer.

<http://concejodebogota.gov.co/las-peligrosas-cifras-de-accidentalidad-del-sitp-y-transmilenio/cbogota/2016-09-15/092036.php>

### 3.1 INNOVACIÓN

Nuestras diferencias frente a otros mercados: TRANSPORTE SAFE WORK dará un giro frente a nuestras competencias, por lo cual daremos:

- Incremento de servicio.
- Mejoramiento de transporte, para una mayor seguridad de los colaboradores.
- Puntualidad para llegar a su trabajo.
- Punto de encuentro accesible para todos (que sea factible y cerca para llegar al punto de encuentro, máximo a dos o tres cuadras de su casa)

Nuestro gran plus es ofrecer este servicio a un costo acorde con lo que una persona gastaría si se fuera en cualquier otro medio de transporte público, teniendo en cuenta que las diferencias son grandes como: la seguridad, puntualidad, menos estrés, comodidad, de acuerdo a lo mencionado

Principalmente nuestro foco son colaboradores, por lo tanto, se dará a conocer mediante charlas en empresas como:

- Cooperativas
- Bancos
- Centros comerciales

## 4. DESCRIPCIÓN MERCADO OBJETIVO

### **Mercado potencial**

El mercado potencial para nuestro servicio de transporte, se encuentra representado por toda la población de colaboradores de las localidades:

### **Santa fe**

Es la número 3 de la ciudad, limita al norte con la localidad de Chapinero, al sur con la local

dad de San Cristóbal, Antonio Nariño, al oriente con el municipio de Choachí y al occidente con las localidades de Teusaquillo, Mártires y Antonio Nariño.

Cuenta con 107.044 personas residentes en los cuarenta y dos barrios que la conforman, aunque las cifras de población de la localidad son altamente cambiantes en el curso de un día, por el desplazamiento masivo de ciudadanos al centro de la ciudad para cumplir actividades cotidianas de trabajo y estudio. En contraste con esta dinámica, la población que habita los sectores residenciales es relativamente estable.

### **Teusaquillo**

Es la localidad número 13 del Distrito. Se encuentra ubicada en el centro geográfico de la ciudad. Es un territorio completamente urbanizado, cuenta zonas verdes en sus parques metropolitanos, la Ciudad Universitaria y en algunas avenidas principales.

Esta localidad posee una enorme riqueza arquitectónica, histórica, cultural y simbólica para la ciudad, pues es el punto de referencia para el inicio de la arquitectura moderna de Bogotá, donde se inició un proceso urbanístico con la aceptación de nuevos valores arquitectónicos.

Su área geográfica es de 1.421 hectáreas y su población es de 137.641 personas, aunque se estima que la población flotante que recibe diariamente asciende a más de 400.000 personas. Está conformada por seis UPZ: Galerías, Teusaquillo, Parque Simón Bolívar, La Esmeralda, Quinta Paredes y Ciudad Salitre Oriental.

<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/bogodatos/bogota-y-sus-localidades>

## 5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

### **PERFIL:**

Estamos enfocados en personas que en su mayoría trabajan lejos o cerca de su trabajo, para brindarles una mejor posibilidad de transporte y comodidad.

Partiendo que nuestro servicio de transporte empresarial, es un servicio de característica intangible y de consumo directo, se considera que los mercados potenciales son aquellos que trabajen pero que por defecto en su mayoría se transporten en un servicio público.

### **LOCALIZACIÓN:**

Zona industrial localidades Santa Fe y Teusaquillo, teniendo en cuenta la demanda de la población que existe en esta zona.

### **JUSTIFICACIÓN:**

Teniendo en cuenta en nuestro mercado objetivo, nos hemos enfocado en dar a conocer nuestro servicio de transporte ha colaboradores, para que tengan una mejor calidad de vida en cuanto al transporte publico tradicional (SITP, TRASMILENIO, Busetas etc.), ya que la mayoría de las personas se preocupan por su seguridad al tomar cualquier medio de transporte público.

### **VARIABLES:**

#### **Económicas:**

- Renta y gastos

#### **Demográficas:**

- Edad: Todas las personas mayores de 18 años que se encuentren laborando principalmente en compañías.
- Género: Hombres y mujeres.



**Socioeconómicas:**

- Nivel de ingresos entre \$1.200.000 a \$2.500.000, y el estilo de vida, acostumbrados a la comodidad, que les guste la seguridad y prefieran un mejor servicio.

**Comportamiento:**

- Experiencias vividas en el transporte público, conductas, beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto.

## 6. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Transporte SAFE WORK brinda un moderno servicio de rutas empresariales que garantizan mayor seguridad y puntualidad en los desplazamientos de los colaboradores hasta su lugar de trabajo, el cual será prestado en buses de último modelo, con capacidad de 15 pasajeros, acondicionados con todos los requisitos legales, para brindarle a cada pasajero comodidad y seguridad. Todo esto lo convierte en el tipo de producto: Transporte especial.

Nuestro mercado objetivo está en la localidad N° 13 de TEUSAQUILLO y la localidad N° 3 de santa fe.

### LISTADO DE BARRIOS POR UPZ LOCALIDAD N° 03 DE SANTA FE

<b>96 LOURDES</b>	ATANASIO GIRADOT	1	
	CARTAGENA	1	
	EGIPTO	1	
	EGIPTO ALTO (J.C. TURBAY)	1	
	EL BALCON	1	
	EL CONSUELO	1	
	EL DORADO	1	
	EL GUAVIO	1	
	EL MIRADOR	1	
	EL ROCIO	1	
	EL TRIUNFO	1	
	FABRICA DE LOZA	1	
	GRAN COLOMBIA	1	
	LA PEÑA	1	
	LOS LACHES	1	
	LOURDES	1	
	RAMIREZ	1	
	SAN DIONISIO	1	
	SANTA ROSA DE LIMA	1	
	VITELMA	1	
	<b>SUBTOTAL</b>		<b>20</b>
	<b>SUBTOTAL LOCALIDAD</b>		<b>38</b>

**LISTADO DE BARRIOS POR UPZ**  
**LOCALIDAD N° 13 DE TEUSAQUILLO**

UPZ	BARRIO	NUM
100 GALERIAS	BANCO CENTRAL	1
	ALFONSO LOPEZ	1
	BELALCAZAR	1
	CAMPIN	1
	CHAPINERO OCCIDENTAL	1
	GALERIAS	1
	SAN LUIS	1
	<b>SUBTOTAL</b>	

Su área geográfica es de 1.421 hectáreas y su población es de **137.641 personas**, aunque se estima que la población flotante que recibe diariamente asciende a más de **400.000 personas**. Está conformada por seis UPZ: Galerías, Teusaquillo, Parque Simón Bolívar, La Esmeralda, Quinta Paredes y Ciudad Salitre Oriental.

### DATOS DEMOGRÁFICOS

**Número de habitantes:** 137.641 Aprox.

**Extensión:** 1.421 Hectáreas.

#### UPZs:

- ▶ UPZ 100 Galerías
- ▶ UPZ 101 Teusaquillo
- ▶ UPZ 104 Parque Simón Bolívar
- ▶ UPZ 106 La Esmeralda
- ▶ UPZ 107 Quinta Paredes
- ▶ UPZ 109 Ciudad Salitre Oriental

### DATOS DEMOGRÁFICOS

**Número de habitantes:** 107.044 Aprox.

**Extensión:** 4.887 Hectáreas.

#### Límites:

- ▶ Por el Norte: con la localidad de Chapinero
- ▶ Por el Sur: con las localidades de San Cristóbal y Antonio Nariño
- ▶ Por el Oriente: con el municipio de Choachí
- ▶ Por el Occidente: con las localidades de Los Mártires y Teusaquillo

#### UPZs:

- ▶ UPZ 91 Sagrado Corazón
- ▶ UPZ 92 La Macarena
- ▶ UPZ 93 Las Nieves
- ▶ UPZ 95 Las Cruces
- ▶ UPZ 96 Lourdes

## 6.1 TENDENCIA DE MERCADO

El desarrollo histórico del transporte ha llevado a largo plazo a plantear líneas estratégicas, debido a los avances de la ciencia y la tecnología. El sentido hacia el cual se orientan las innovaciones previsibles y en gestación, perfila un sistema en el cual los vehículos y su operación resultan más baratos, veloces, capaces, seguros y limpios desde el punto de vista ambiental. El transporte se orientará hacia la búsqueda de beneficios tales como:

El aumento de la seguridad en las vías y vehículos mediante el uso de dispositivos técnicos.

La reducción de contaminantes a través de una operación más eficiente del sistema de transporte, basada en el uso de sistemas avanzados para su administración; la reducción en el consumo de combustible gracias a la tecnología de los componentes, materiales y diseño de los vehículos; así como el uso de combustibles alternativos menos contaminantes, incorporando innovaciones en este campo a vehículos de nueva generación; disminución de costos totales de operación vehicular y por unidad de carga o pasajero transportado y, en consecuencia, menores precios a los usuarios, debido a la mayor eficiencia y capacidad de los vehículos.

La incorporación de las telecomunicaciones y la informática en los sistemas de transporte ha dado lugar al concepto de los llamados Sistemas Inteligentes de Transporte, SIT, (ver Tabla 1.), que hacen factible una gestión dinámica, en tiempo real, de sistemas de alta complejidad y se espera que, con su aplicación a vehículos, rutas e interfaces con los operarios y usuarios, se conformen sistemas que conduzcan, entre otros beneficios, una reducción en los costos totales de operación, que reditúe entre tres y cinco veces la inversión inicial, sin tener que construir una nueva infraestructura.

<https://www.gestiopolis.com/tendencias-sector-transporte/>

## 6.2 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

- Transporte la ruta S.A.S <http://www.transportelaruta.com/>
- Seditrans <https://www.seditrans.com/>
- As Transportes <https://www.astransportes.com.co/>
- Enrutamos S.A.S <https://enrutamos.com/>

COMPETENCIAS	PRECIOS MENSUAL	MODELOS	UBICACIÓN	RUTAS POR SERVICIO	TAMAÑO DE RUTA
Transporte la ruta S.A.S	\$200.000	2009	Cra. 96 #65-81	2	8 PUESTOS
Seditrans	\$195.000	2012	Itagüí, Antioquia	3	10 PUESTOS
As Transportes	\$182.000	2000	Carrera 75 No 24 D	2	10 PUESTO
Enrutamos S.A.S	\$210.000	2010	Crr. 43ª#14- 104 Of. 303	4	12 PUESTOS

De acuerdo con esta investigación hemos podido identificar las debilidades y fortalezas que tiene nuestras competencias, con el fin de dar inicio a nuestro proyecto y tener en cuenta todas aquellas falencias que en la cuales podrían llegar a tener en cuentas los clientes a la hora de tomar el servicio.

### **6.3 METODOLOGIA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Para el presente proyecto las herramientas utilizadas fueron la siguientes:

- Lean Canvas: es una herramienta estratégica empresarial, que permite analizar de manera visual nuestro modelo de negocio para aumentar sus probabilidades de éxito.
- Mapa de empatía: El mapa de empatía es un formato que busca describir el cliente ideal de una empresa por medio de análisis de 6 aspectos, relacionados a los sentimientos del ser humano. Puede ser realizado a partir de preguntas que ayudan a entender a conocer el cliente y como relacionarse con él.
- Encuestas: Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

## **6.4 HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

En el presente proyecto hemos utilizado las siguientes herramientas:

- Una encuesta y un mapa de empatía

## 6.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS

- Por medio de la encuesta, que fue realizada por medio del formato de google, donde respondieron 52 personas encontramos que las personas no están satisfechas con el servicio recibido en este momento.

Un 30.8% se transporta en Transmilenio, pero busca otras opciones de movilización.

Un 51.9% piensa que no son suficientes las rutas de transporte en este momento.

Un 5.8% piensa que los costos de los pasajes no son los adecuados.

Un 65.4% les gustaría experimentar nuevas opciones de transporte.

61.5% está dispuesto a intentar nuevas movilizaciones en la ciudad.



## 6.6 LEAN CANVAS

### LEAN CANVAS - TRANSPORTE SAFE

<b>PROBLEMA</b> -Falta de seguridad -Piratería -Accidentes	<b>SOLUCIÓN</b> -Implementación del servicio -Puntualidad a la hora del punto de encuentro - Sillas totalmente cómodas.	<b>PROPUESTA DE VALOR</b> Transporte safe work le brindara un mejor servicio de seguridad y comodidad a la hora de dirigirse a su trabajo.	<b>VENTAJA INJUSTA</b> -Una mejor comodidad y puntualidad en servicio	<b>SEGMENTO DE CLIENTES</b> -Zona industrial -Colaboradores de empresas.
	<b>METRICAS CLAVES</b> -Nuevos usuarios -Servicio directo -Comodidad		<b>CANALES</b> -Pendones -Redes sociales -Charlas en dicha empresa	
<b>COSTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gastos administrativos: Arriendo, servicios de oficina: \$ 700.000</li> <li>Materia prima (trasporte multimodal, personal) por ruta: \$ 600.000</li> <li>Para una inversión mensual de: \$1.300.000</li> <li>Inversión anual \$ 15.600.000</li> </ul>			<b>INGRESOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio y cobro por persona mensual:</li> <li>\$ 180.000</li> <li>Para un total de ingresos de \$2.700.000 (15 personas)</li> <li>Para unas ganancias de: \$ 1.400.000 (mensual)</li> </ul>	

## 7. PLAN DE MARKETING

**7.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO:** Mejoramiento e implementación del servicio de transporte empresarial, con el fin de comercializar nuestro servicio para que sea tomado por sus beneficios y calidad, para que así mismo la estrategia sea transportar a sus usuarios a sus sitios de trabajo de una forma cómoda y segura.

**7.2 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD:** Dar a conocer nuestro servicio a todos los potenciales clientes por medio de visitas y charlas inicialmente a bancos y cooperativas de la zona industrial, donde se presentará la propuesta para así obtener una respuesta inmediata posteriormente tendremos pendones, afiches y tarjetas de presentación.

**7.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN:** Tendremos una oficina para la atención de nuestros clientes ubicada en Centro Internacional para facilidad de los usuarios y compañías que requieran nuestros servicios ya que vamos a trabajar las localidades de Santa Fe y Teusaquillo.

**7.4 ESTRATEGIA DE PRECIO:** Nuestra estrategia principal para nuestro precio establecido por el servicio serán los descuentos y referidos que haga llegar los clientes actuales

**7.5 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:** Tendremos aliados, descuentos especiales para clientes que atraigan a más personas para que tomen nuestro servicio así mismo fidelizar la estadía de nuestros clientes los cuales pueden ser referidos y por permanencia al servicio prestado por nuestra compañía.

## **7.6 ANALISIS MAPA DE EMPATIA**

En este análisis se llevó a cabo una conclusión, donde nuestro servicio va dirigido aquellas personas que les gusta tener comodidad en los medios de transporte teniendo en cuentas las preguntas realizadas en esta encuesta podemos evidenciar que las personas que se transportan a diario en los medios de transporte publico están expuestos a hurtos, riñas, atracos y accidentes que se presentan a diario.

Esta herramienta nos permitió identificar las problemáticas del transporte público, por esta razón hemos decidido implementar y mejorar las rutas empresariales, con el fin de brindar un mejor servicio.

## 7.7 PROYECCIÓN DE VENTAS

	VALOR POR PERSONA	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL
RUTA 1 *15	\$ 180.000	\$ 2.700.000	\$ 32.400.000
RUTA 2 *15	\$ 180.000	\$ 2.700.000	\$ 32.400.000
RUTA 3 *15	\$ 180.000	\$ 2.700.000	\$ 32.400.000

GASTOS	COSTOS FIJOS	TOTL GASTOS	\$ 6.350.000
CONTRATACION TERCERO	\$ 550.000		
GASTOS ADM	\$ 700.000		
TOTAL MENSUAL PERSONAL	\$ 1.250.000		
GERENTE	\$ 2.300.000		
AUTSORSING	\$ 600.000		
AUX ADMINISTRATIVO	\$ 1.050.000		
AUX.OPERACIONES	\$ 1.150.000		
TOTAL MENSUAL	\$ 5.100.000		

## **8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **8.1 ANÁLISIS DOFA**

#### FORTALEZAS

- ❖ Personal altamente calificado para el manejo de las rutas.
- ❖ Implementación de la ruta empresarial con el fin de ser más eficiente en la llegada a su destino.
- ❖ Permite movilizar volumen grande de pasajeros.

- ❖ Los trabajadores tendrán una excelente seguridad y comodidad al utilizar nuestros servicios.

#### DEBILIDADES

- ❖ Tráfico en la ciudad.
- ❖ Mantenimiento del vehículo.
- ❖ Accidente en las vías.

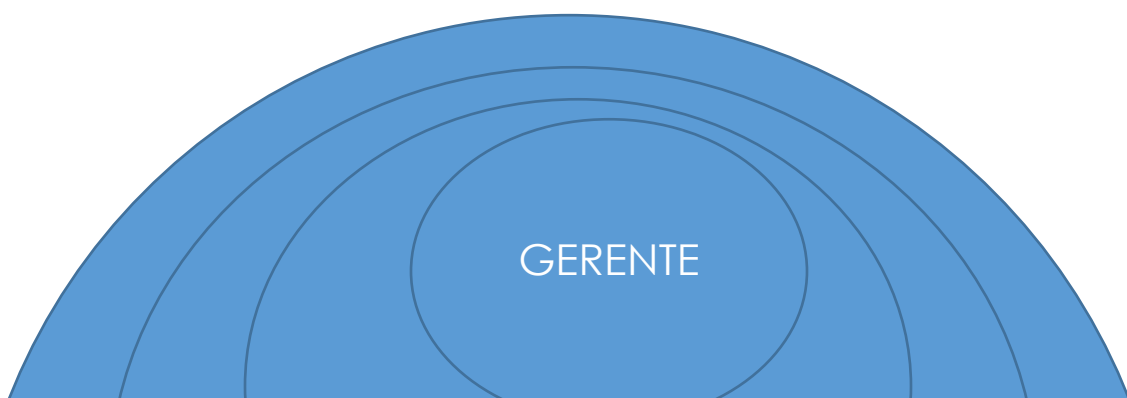
#### OPORTUNIDADES

- ❖ Se dará a conocer la utilización de un servicio de transporte diferente.
- ❖ Se tendrá una organización en el punto de encuentro para cada trabajador.
- ❖ La implementación de las rutas empresariales que servirán para toda la localidad de Santa Fe y Teusaquillo que serán adquiridas por los trabajadores.

#### AMENAZAS

- ❖ Escases de rutas en horas pico
- ❖ Falta de cultura de los usuarios
- ❖ Inseguridad dentro de las rutas
- ❖ Retrasos de servicios por accidentes o bloqueos de protestas

## 8.2 ORGANIGRAMA



**CARGO: GERENTE**

**SALARIO:** 2.300.000

**COMPETENCIA:** Creatividad, autocontrol, iniciativa, capacidad de planificar, liderazgo, autocontrol.

**CONOCIMIENTOS:** Conocimiento en finanzas, manejo de herramientas ofimáticas.

**HABILIDADES:** Gerencia de proyectos, toma de decisiones, capacidad de negociación, trabajo en equipo, capacidad de análisis.

**FUNCIONES:** Planear, diseñar y articular las estrategias administrativas de la empresa, con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos y que asegure el nivel óptimo de los recursos requeridos para el correcto funcionamiento de la empresa.

**CARGO: AUXILIAR ADMINISTRATIVO**

**SALARIO:** 1.050.000

**COMPETENCIAS:** Comunicación directa, orientación al logro, solidaridad y trabajo en equipo, aprendizaje y desarrollo, trabajo en equipo, autocontrol.

**CONOCIMIENTO:** Manejo de herramientas web, conocimiento y manejo de **herramientas ofimáticas como: Word, Excel, power point etc.**

**HABILIDADES:** Servicio al cliente, integridad, iniciativa, adaptabilidad a los **cambios**

**FUNCIONES:** Garantizar el cumplimiento de las labores administrativas que se generen en cada una de las actividades, controlar ingresos, renovar la cámara de comercio, manejar la caja menor

**CARGO: AUXILIAR DE OPERACIONES**

**SALARIO:** 1.150.000

**COMPETENCIAS:** Capacidad para trabajar en equipo, Compromiso, Tolerancia al trabajo bajo presión, Responsabilidad, Proactivo.

**CONOCIMIENTOS:** Conocimiento de herramientas ofimáticas avanzadas, Experiencia en áreas Comerciales, de Operaciones y Servicio al Cliente.

**HABILIDADES:** Servicio al cliente, calidad, trabajo en equipo, orientación al logro.

**FINCIONES:** coordinar diariamente las operaciones, Brindar información estadística para la revisión y análisis de la producción, Registrar y enviar a los canales de ventas las solicitudes observadas/rechazadas para la agilización en el cierre de las mismas.

**CARGO: AUTSORSING CONTABLE**

**SALARIO:** 600.000

**FUNCIONES:** Sera el encargado de llevar la parte contable de la empresa.



