

Agencia de Carga DDA S.A.S

Daniel Alejandro Sisa

Daniela González Cuellar

Ana Gineth Pinzón

Corporación unificada nacional de educación superior CUN

Negocios Internacionales 6to Semestre

Cumbre

Opción de grado 2

Bogotá D, C 2017

Agencia de Carga DDA S.A.S

Daniel Alejandro Sisa

Daniela González Cuellar

Ana Gineth Pinzón

Trabajo para obtener título de tecnólogo en comercio exterior.

DOCENTE: CARLOS LOZANO MORENO

Corporación unificada nacional de educación superior CUN

Negocios Internacionales 6to Semestre

Cumbre

Opción de grado 2

Bogotá D, C 2017

**ACEPTACIÓN:**

---

---

---

---

Director

---

Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Bogotá D, C Mayo 03 del 2017

## **DEDICATORIA:**

Va dedicado a todas aquellas personas que nos guiaron y aportaron ideas, para que nuestro proyecto día a día este más cercano hacerse realidad. Especialmente a nuestras familias y docentes que siempre han estado apoyando nuestro proyecto como si fuera propio y comprometer parte de su tiempo para que hoy presentemos ante el jurado, el proyecto de transporte alternativo.

Gracias a Dios por guiarnos en este tiempo de investigaciones.

## **AGRADECIMIENTOS:**

Mil gracias al profesor Carlos Lozano Moreno por guiarnos y darnos las pautas para sacar nuestro proyecto adelante con dedicación y brindándonos su valioso conocimiento. Para que nosotros saquemos este proyecto adelante con amor y emprendimiento.

De igual manera muchas gracias a cada uno de los profesores que ha dedicado tiempo y nos han brindado conocimiento para sacar este proyecto adelante y volverlo una realidad.

Nosotros estamos en deuda con ustedes profesores, mil gracias.

## TABLA DE CONTENIDO

ACEPTACIÓN: .....	3
DEDICATORIA: .....	4
AGRADECIMIENTOS: .....	5
TITULO DEL PROYECTO .....	9
RESUMEN .....	10
INTRODUCCIÓN .....	11
CAPITULO 1 .....	12
1. MATRIZ ESTRATEGICA.....	12
1.1. DESCRIPCION DEL NEGOCIO.....	12
1.2. OBJETIVO GENERAL .....	13
1.3. IDENTIDAD ESTRATEGICA.....	13
1.4. FUTURO PREFERIDO .....	13
1.5. IDENTIDAD DE LA EMPRESA.....	14
1.5.1. Logotipo.....	14
1.6. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	15
1.7. VALORES CORPORATIVOS.....	15
1.8. POLITICAS .....	16
1.9. MARCO LEGAL .....	16
1.9.1. Marco normativo general.....	16
1.9.2. Estructura Empresarial.....	16
1.9.3. Condiciones de equipos .....	17
1.9.4. Chatarrización .....	17
1.9.5. Pesos y dimensiones .....	18
1.9.6. Repotenciación.....	18
1.9.7. Especificación en manejo de contenedores.....	18
1.9.8. Seguridad equipos.....	18
1.9.9. Restricción vehicular domingo y festivos.....	18
1.9.10. Transporte de alimentos .....	19
1.9.11. Documentos en transporte de carga .....	19
1.9.12. Relaciones económicas .....	19
1.9.13. Tránsito aduanero.....	19

1.9.14.	Transporte multimodal .....	20
1.9.15.	Transporte internacional.....	20
1.9.16.	Transporte de mercancías peligrosas.....	21
Normas de tránsito .....		21
1.10.	ANÁLISIS (FUERZAS INDUCTORES Y FUERZAS Opositoras).....	21
1.11.	FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA.....	22
1.12.	MARCO TEORICO .....	23
1.13.	JUSTIFICACION DE LA EMPRESA.....	24
1.13.1.	NOMBRE DE LA EMPRESA.....	25
1.13.2.	TIPO DE EMPRESA .....	25
1.14.	MANUAL DE FUNCIONES:.....	26
1.14.1.	Cargo: Gerente .....	26
1.14.2.	Cargo: Secretaria .....	27
1.14.3.	Cargo: Servicios generales .....	28
1.14.4.	Cargo: Contador .....	29
1.14.5.	Cargo: Asesor .....	30
1.15.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	32
2.	CAPITULO 2.....	32
2.1.	ESTUDIO DE MERCADOS .....	32
2.2.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS .....	33
2.3.	DEFINICIÓN DE MERCADO OBJETIVO: .....	33
2.4.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION: .....	33
2.5.	ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE RESULTADOS: .....	34
2.6.	PLAN DE MARKETING:.....	41
2.7.	OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING:.....	41
2.8.	ESTRATEGIA DEL PRODUCTO:.....	41
2.9.	ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD: .....	42
2.10.	PLAN DE MEDIOS .....	42
2.11.	PORTAFOLIO DE SERVICIOS: (Visualizar Pagina WEB) .....	43
2.12.	SERVICIOS DE POSTVENTA:.....	44
2.13.	PUBLICIDAD .....	44

2.14.	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	46
2.15.	PRESUPUESTO INICIAL.....	46
3.	CAPITULO 3.....	50
3.1.	DOCUMENTACION LEGAL PARA CONSTITUCION BAJO SAS.....	50
3.2.	REGISTRO ANTE CAMARA DE COMERCIO.....	50
3.3.	CUENTA DE AHORROS .....	51
4.	BIBLIOGRAFIA .....	52

## **TITULO DEL PROYECTO**

**AGENCIA DE CARGA DDA**, es una compañía prestadora de servicios logísticos para compañías dedicadas al comercio exterior. Pensando en ellas deseamos optimizar costos y tiempos además ofrece un amplio portafolio para que nuestros clientes identifiquen cual de nuestros servicios se acomoda a su necesidad.

## **RESUMEN**

Se crea una compañía la cual se situara en cercanías de zona franca Bogotá, que pretende incursionar en el mercado logístico demostrando nuevas alternativas de transporte nacional para aquellas grandes m, medias y/o pequeñas compañías dedicadas a actividades de comercio exterior.

Se conforma por 3 integrantes Ana Gineth Pinzón Gerente General y de marketing, Daniel Alejandro Sisa Gerente administrativo y operativo y Daniela Alejandra González Gerente Financiera y talento.

Empezaremos generando para nuestros un portafolio con los diferentes servicios que tiene nuestra compañía, demostrando que con nuevas alternativas de transporte sus costos pueden reducir.

Nosotros deseamos innovar en el mercado con medios de transporte ecológicamente sostenibles, se desea que la flota sean camiones, tracto camiones y como valor agregado ferrocarriles los cuales estarán orientados a combustibles amigables con el medio ambiente.

## **INTRODUCCIÓN**

El proyecto agencia de carga DDA, tiene como finalidad obtener una sostenibilidad económica a corto plazo. Brindando al mercado una nueva forma de utilizar el transporte nacional. Atendiendo cada una de las necesidades del mercado con nuestro portafolio y la mejor atención a nuestros clientes a través de estrategias enfocadas a ellos.

A todos nuestros clientes les ofrecemos la mejor atención en nuestras instalaciones, la mejor disposición de nuestros funcionarios porque para nosotros no solo es un cliente es un amigo con el cual queremos lograr grandes estrategias que nos permitan que a un corto plazo DDA, sea una de las mejores compañías a nivel nacional en el mercado logístico.

## **CAPITULO 1**

### **1. MATRIZ ESTRATEGICA**

#### **1.1. DESCRIPCION DEL NEGOCIO**

Somos una empresa prestadora de servicios de transporte nacional camiones , tracto camiones y dándole un valor agregado atreves del transporte férreo, que ínsita a las empresas encargadas de prestar servicios de comercio exterior a utilizar un medio de transporte alterno que les permita tener menos demoras en cuanto a la entrega de sus productos, velocidad y capacidad en su servicio, que contribuya con el medio ambiente, basado en grandes tecnologías que les permita ser competitivos frente al resto del mundo.

Deseamos que nuestros clientes se sientan totalmente satisfechos con nuestros servicios por eso nuestra idea es dirigía esencialmente a estrategias que permitan la buena interacción con nuestros usuarios con intermediación de nuestros asesores de servicio inicialmente mostrándole nuestro amplio portafolio de servicios las ventajas que queremos brindar frente a la competencia y el seguimiento, control con el mismo.

El mercado nacional de transporte es un mercado actualmente muy competitivo pero nuestro proyectó pretende mejorar cada aspecto que hoy en día se encuentran por mejora como costos y tiempos.

Nuestro proyecto está orientado a cada uno de nuestros valores corporativos y un enfoque institucional de “adentro hacia afuera”, con lo cual pretendemos que nuestros colaboradores siempre estén a gusto al trabajar con nosotros. Y no ofrezcan nuestros servicios por que es su trabajo si no porque están comprometidos 100% con nuestra idea.

## **1.2. OBJETIVO GENERAL**

Generar un modelo de servicio logístico el cual permita satisfacer cada necesidad del cliente con un amplio portafolio, el cual sea competitivo ante las demás compañías nacionales. Él cual nos permita posicionarnos en el mercado a un corto plazo. Prestar excelentes servicios de transporte de carga atendiendo las necesidades de nuestros clientes, generando confianza y garantizando la seguridad, optimización de tiempo y cobertura entre los principales centros dedicados a actividades de comercio exterior

## **1.3. IDENTIDAD ESTRATEGICA**

Agencia de carga DDA SAS Está comprometida con el crecimiento económico colombiano, a través de medios de transportes alternativos y ecológicamente sostenible , comprometidos con la responsabilidad social de cada uno de nuestros colaboradores e intermediarios queremos llegar a liderar el mercado nacional.

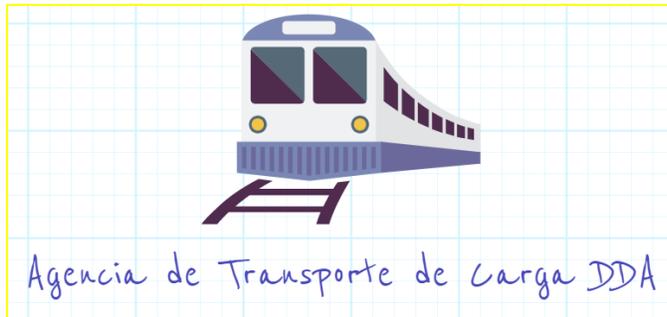
## **1.4. FUTURO PREFERIDO**

Ser en el 2021 una compañía prestadora de servicios integral en transporte de carga y logística, con medios alternativos como el férreo a bajos costos de transporte brindando un u amplio portafolio de servicios con cobertura total del país, para lograr un nivel de

competitividad internacional que nos permita acceder a nuevos mercados.

## 1.5. IDENTIDAD DE LA EMPRESA

### 1.5.1. Logotipo



#### LOGO:

Nuestro logo está orientado a mostrar ese valor agregado que queremos como compañía darle a nuestro servicio el ferrocarril, con el cual pretendemos a un futuro transportar carga a varios puertos de Colombia de una forma masiva a un bajo costo y menor tiempo.

Los colores que le dimos a nuestro logotipo son claros esto pensando en la mujer para nuestra compañía el emprendimiento y la fortaleza este color transmite integridad y un grado elevado de sinceridad. Imparte un mensaje de responsabilidad y grandes ideales que son uno de los valores que nos caracterizan.

#### SLOGAN

“SU ENTREGA EFECTIVA AL INSTANTE”

Comprendemos que nuestros clientes y por eso nuestro slogan, en nuestra compañía lo que se promete se cumple, gracias a nuestro enfoque la mercancía será entregada en su destino en el menor tiempo posible pero con la mayor.

## **1.6. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1.6.1 Constituir políticas de control, las cuales permitan a nuestra compañía estar siempre acorde a las normas del comercio y de transporte para siempre tener el 100% de calidad ante nuestros clientes.

1.6.2 Optimizar cada uno de nuestros procesos para siempre tener la satisfacción en cada uno de nuestros clientes.

1.6.3 Incentivar la utilización del transporte férreo como alternativa amigable con el ambiente y económicamente sostenible.

1.6.4 Diseñar, implementar y mantener actualizados cada uno de nuestros procedimientos y medios de comunicación informáticos con el fin de generar eficiencia en nuestros procesos.

1.6.5 Aumentar los clientes a través de estrategias de comunicación las cuales nos permitan abarcar el mercado nacional e internacional a través de redes sociales , página de internet , visitas a las compañías “posibles clientes”.

## **1.7. VALORES CORPORATIVOS**

Cada uno de nuestros valores representan para nuestra compañía la esencia de nuestro grupo de trabajo, comprometido con el medio ambiente y la responsabilidad social con cada uno de nuestros colaboradores y sus familias.

A continuación nombraremos los valores por los cuales se regirá nuestra compañía y cada uno de sus colaboradores: Solidaridad, Participación, Honestidad, Servicio al cliente, Responsabilidad, Respeto, Confianza, Trabajo en equipo.

Como lo mencionaba anteriormente nuestros valores están enfocados a un crecimiento como compañía y de nuestros colaboradores ya que si nuestros compañeros de trabajo están comprometidos y aman lo que hacen de seguro creceremos rápidamente en el mercado.

## **1.8. POLITICAS**

Nuestras políticas estarán orientadas a la interacción de nuestros colaboradores y cada jefe de área planteando cada una de las normas por la cual se regirá la compañía internamente.

Horarios de trabajo: Para cada uno de nuestros colaboradores se informara el horario habitual de labor.

Causas de Despido: en nuestras políticas se establecen cuales serán las causas de despido como embriagues.

Deberes Y derechos: de cada uno de nuestros colaboradores.

Este formato será conocido por cada uno de nuestros colaboradores a la hora de firmar su contrato de trabajo.

## **1.9. MARCO LEGAL**

Las normas para el transporte nacional están regidos por las siguientes normas, contempladas en el ministerio de transporte:

### **1.9.1. Marco normativo general**

\*Constitución Nacional artículos 1, 56, 58, 333, 334, 336 y 365

\*Código de Comercio artículos 981 a 1035 Contrato de Transporte

\*(1993) Ley 105 de 1993 Disposiciones Básicas Sector Transporte

\*(2002) Ley 769 de 2002 Código Nacional de Tránsito, modificado por las Leyes 1005 de 2006 y 1383 y 1397 del 2010

\*(1996) Ley 336 de 1996 Disposiciones Generales para los Modos de Transporte  
Modificada

\*(2011) Ley 1450 de 2011, modifica el artículo 46 de la ley 336 de 1996 y fija amnistía para pago de multas de tránsito.

### **1.9.2. Estructura Empresarial**

\*(1988) Decreto 2044 de 1988 Transporte de Productos Especiales

\*(2001) Decreto 173 de 2001 Condiciones de Habilitación y de Prestación del Servicio

\*(2002) Resolución 2465 de 2002 Obligaciones Especiales de Cooperativas ante Supertransporte

\*(2006) Decreto 2868 de 2006 Capital Empresas Cooperativas

\*(2009) Decreto 1499 de 2009 Modifica Decreto 173 de 2001 (respecto a manifiesto de carga en área urbana)

\*(2009) Resolución 1552 de 2009 Registro Único Nacional de Tránsito

### **1.9.3. Condiciones de equipos**

### **1.9.4. Chatarrización**

\*(2008) Decreto 2085 de 2008 Establece condiciones para registro inicial de vehículos vía chatarrización o vía póliza

\*(2008) Decreto 2450 de 2008 Modifica Decreto 2085 de 2008

\*(2008) Resolución 3253 de 2008 Reglamenta condiciones para chatarrización

\*(2008) Resolución 4160 de 2008 Requisitos para iniciar proceso de postulación para reconocimiento económico por chatarrización

\*(2009) Decreto 1131 de 2009 Modifica Decretos 2085 y 2450 de 2008

\*(2009) Resoluciones 0497, 618, 1056, 1886, 2614 y 3088 y 4776 de 2009 Postulación y Pago por Chatarrización

### **1.9.5. Pesos y dimensiones**

\*Resolución 4100 de 2004 Resolución 2888 de 2005

\*Resolución 4959 de 2006 Permisos Carga Extradimensionada

\*Resolución 5081 de 2006 Reglamenta Permisos Extradimensionada

\*Resolución 5280 de 2006 Reglamenta Permiso extradimensionada

\*Resolución 4193 de 2007 Reglamenta Permisos Extradimensionada

\*Resolución 1782 de 2009 Modifica Resolución 4100 de 2004 (Peso en vehículos tipo 2)

\*Resolución 5967 de 2009 Reglamenta Equipos Especiales

### **1.9.6. Repotenciación**

\*Resolución 2502 de 2002

### **1.9.7. Especificación en manejo de contenedores**

\*Resolución 9606 de 2003

### **1.9.8. Seguridad equipos**

\*Resolución 2394 de 2009 Disposiciones sobre Seguridad Equipos de Transporte

### **1.9.9. Restricción vehicular domingo y festivos**

\*2007 Resolución 5776 de 2007 Restricción Vehicular Diciembre

\*2010 Resolución 0915 de 2010

### **1.9.10. Transporte de alimentos**

\*1997 Decreto 3075 de 2007

\*2004 Resolución 2505 de 2004

### **1.9.11. Documentos en transporte de carga**

\* (2008) Resolución 4496 de 2011 Manifiesto de Carga Electrónico

\*(2008) Ley 1231 de 2008 Reglamenta Régimen de Facturas en Colombia

\*(2009) Resolución 1272 de 2012 Modifica Resolución 4496 de 2011

### **1.9.12. Relaciones económicas**

\*(1998) Resolución 870 de 1998 Modifica Resolución 2113 de 1997

\*(2008) Decreto 2092 de 2011 Regulación Relaciones Económicas

\*(1997) Resolución 2113 de 1997 Condiciones de Cargue y Descargue

### **1.9.13. Tránsito aduanero**

\*(1999) Decreto 2685 de 1999 Estatuto Aduanero

\*(2000) Resolución 4240 de 2000 Reglamenta Estatuto Aduanero

\*(2001) Decreto 1232 de 2001 Modifica Estatuto Aduanero

\*(2001) Decreto 2628 de 2001 Modifica Estatuto Aduanero

\*(2008) Decreto 1530 de 2008 Modifica Estatuto Aduanero

\* (2010) Decreto 0111 de 2010 Modifica Estatuto Aduanero

#### **1.9.14. Transporte multimodal**

\*Código de Comercio artículo 987

\*(1996) Decreto 2295 de 1996 Reglamento Transporte Multimodal

#### **1.9.15. Transporte internacional**

\*Resolución 300 Reglamenta Decisión 399

\*Decisión 399 Reglamento Transporte Internacional de mercancías por carretera

\*Decisión 467 Régimen de Sanciones en Transporte Internacional

\*Decisión 331 Transporte Multimodal

\*Decisión 393 Transporte Multimodal (modifica Decisión 331)

\*Decisión 327 Tránsito Aduanero Internacional

\*Decisión 617 Tránsito Aduanero Internacional

\*Decisión 491 Pesos y Dimensiones

\*Decisión 467 Régimen de Sanciones en Transporte Internacional de Mercancías

\*Decisión 290 Seguro de Responsabilidad Civil para el Transporte Internacional

\*(1997) Resolución 272 Certificado de Idoneidad

### 1.9.16. Transporte de mercancías peligrosas

\*(2002) Decreto 1609 de 2002 Transporte Terrestre de Mercancías Peligrosas

Normas de tránsito

\*(1993) Acuerdo 051 de 1993 Equipo de Carretera

\*(2004) Decreto 4116 de 2004 Condiciones para Cambio de servicio

\*(2008) Resolución 0319 de 2008 Cambio de Servicio (volquetas)

\*(2004) Resolución 1050 de 2004 Señalización Vial (2010) Resolución 1384 de 2010 Establece límites de velocidad“Normatividad vigente de transporte de carga (2017).Visible google.Zona logística. Tomado de <http://www.zonalogistica.com/herramientas/normatividad-vigente-en-transporte-terrestre-de-carga/>”

### 1.10. ANALISIS (FUERZAS INDUCTORES Y FUERZAS Opositoras)

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Capacidad financiera	Tasa de Cambio
	Nuevo mercado	Inflación
<b>ANALISIS</b>	Crecimiento del comercio exterior	Impuestos
	Políticas para compañías dedicadas al comercio exterior	Precio Combustibles
	Alianzas estratégicas	Nuevas Compañías
FORTALEZAS	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
Optimización del tiempo	Utilizar las mejores alternativas de transporte para optimizar tiempos tecnología nueva	Implementar planes que no tengan daño en la compañía por tasa de cambio

Amigable con el medio ambiente	Competir con una manera de cuidar el medio ambiente	El aumento de la moneda, deberá ser amortiguada para no crear conflicto con el medio ambiente.
Responsabilidad Social	Lograr que nuestros proveedores y clientes tengan conciencia del entorno	En cada lugar contribuir con cada persona
Personal idóneo y capacitado	Logar alianzas con empresas que produzcan combustibles sostenibles	
Combustibles alternativos		
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
Poca disponibilidad de locomotoras	Con nuestra capacidad financiera invertir en el ferrocarril	Importar locomotoras que contribuyan con la idea de negocio.
Poca Inversión Financiera	Incentivar a compañías a invertir en este mercado.	
Falta de conocimiento de las compañías del transporte férreo	Aprovechar las compañías de comercio exterior , para impulsar el transporte férreo	

### 1.11. FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA

Planeación: Se atenderá cada una de las sugerencias expuestas por cada uno de los involucrados con este proyecto para así construir la mejor idea de negocio.

Organización: Nuestra compañía tendrá un organigrama de abajo hacia arriba en el cual se delegaran cada una de las funciones por personas, para tener un mejor rendimiento eficacia y eficiencia.

Control: Cada área dentro de la compañía estará en manos de un supervisor el cual llevara un informe de las actividades diarias de cada colaborador.

Dirección: DDA SAS estará supervisada inicialmente bajo la dirección de tres gerentes; general, operativo, financiero. Con lo cual estarán disponibles para cada uno de sus

colaboradores.

## **1.12. MARCO TEORICO**

Colombia es un país que potencialmente está en el mundo en una importante ubicación geográfica; Aunque nuestro país este estratégicamente ubicado en la actualidad no puede competir con países como Estados Unidos, Japón .No solo por no tener el mismo desarrollo económico y social que estos, creemos que Colombia puede estar competitivamente a nivel de estas grandes potencias no solo tenemos a nuestro favor la localización geográfica si no los recursos. Por esto queremos que las compañías colombinas que se dedican a actividades de comercio exterior puedan competir en costos de transporte y decidan incrementar sus exportaciones o en tal caso importaciones. Las vías en Colombia son una de las principales causas de que el costo de transporte sea costoso, también influyen factores como paros de transportadores, peajes y combustible. Por eso se quiere implementar el transporte férreo como una alternativa económica y ecológica para aquellas compañías que deseen desarrollar actividades de comercio exterior en nuestro país, optimizando tiempos de traslado entre los puertos y las principales ciudades. ¿Por qué impulsar las importaciones y exportaciones a través del transporte férreo, como medio de carga ecológico y económico al mercado colombiano?

Porque va a permitir que las compañías que desarrollan estas actividades de comercio, además de optimizar tiempos en los traslados en las mercancías den un aporte significativo al medio ambiente, pues según la Agencia del Medio Ambiente y del Control de la Energía del Gobierno francés el medio de transporte férreo evita un 60% de emisiones de dióxido de carbono que se producen con el uso de otros medios alternos.

Podemos identificar que el mercado que más se ha beneficiado con el transporte férreo ha sido el del carbón, por esto deseamos que mas compañías implemente en su logística el modo y como medio el transporte férreo ya que permitirá a las diferentes compañías Colombianas en competición con diferentes empresas mundiales. Además se tiene que este mercado nos permite contribuir con el medio ambiente reducción las emisiones de dióxido de carbono. Los países que utilizan este medio de transporte son más competitivos a nivel mundial. En nuestro país el ministerio de transporte ya está en la implementación y adecuación de las vías en la actualidad ya cuenta con el ferrocarril del atlántico.

En la actualidad se implementan proyectos en vías nacionales las cuales nos permitirán también implementar una flota de camiones y tracto camiones con tecnología de punta y los cuales nos permitan utilizar combustibles ecológicos.

### **1.13. JUSTIFICACION DE LA EMPRESA**

#### **¿Por qué una compañía S.A.S?:**

La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. ·La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.

#### **Beneficios de una SAS**

El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.

Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos

“¿Por qué vale la pena constituir una SAS? (2017). Visible en Google. Finanzas Personales.

Tomado de <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>”

### 1.13.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

Agencia de carga DDA S.A.S, se consulta que este nombre esté disponible en el RUES.

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with the RUES logo and the text 'Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio'. Below this, there is a search bar with the text 'Realice aquí su consulta empresarial o social'. The search criteria are set to 'Razón Social Nombre'. The search results show 'Agencia de Carga DDA SAS' and a 'Consultar' button. A yellow warning banner at the bottom of the search results area states: 'Advertencia: La consulta por Nombre no ha retornado resultados'. At the bottom of the page, there is a footer with the text 'CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Av. Calle 26 # 57-41 Torre 7 Of. 1501 Bogotá, Colombia'.

### 1.13.2. TIPO DE EMPRESA

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

“¿Por qué vale la pena constituir una SAS? (2017). Visible en Google. Finanzas Personales.

Tomado de <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>

## **1.14. MANUAL DE FUNCIONES:**

### **1.14.1. Cargo: Gerente**

**Objetivo:** Coordinar, Dirigir, Controlar las labores de los colaboradores dentro de la empresa, supervisar a los colaboradores

#### **Función:**

- \*Coordinar y dirigir las diferentes funciones de los trabajadores
- \*Realizar planes estratégicos para la prestación del servicio
- \*Atender las dudas de los clientes
- \*Invertir el presupuesto de una manera adecuado para el mejoramiento del servicio
- \*Elaborar objetivos para destacarnos sobre la competencia
- \*Luchar por la sana convivencia del personal
- \*Elegir el personal adecuado para cada cargo bajo los requerimientos que la empresa desea
- \*Luchar por la alta competitividad de la empresa

\*Organizar el trabajo en grupo de el personal para un alto rendimiento

**Perfil Del Cargo:**

Sera el encargado de coordinar y dirigir todas las acciones de la empresa para su mejoramiento cumpliendo todos los estándares de calidad y seguirá cuidadosamente al los colaboradores

**Requisitos:**

Los estudios realizados deben estar orientados a administración de empresas con una experiencia en el campo laboral mínimo de 3 años debe ser una persona justa honesta responsable y dedicada a su labor.

**1.14.2. Cargo: Secretaria**

Objetivo: Llevar una organización en los archivos adquiridos por la empresa y llevar un control sobre los contratos por la prestación del servicio.

**Función:**

\*Ayudara al gerente en la sincronización de su agenda

\*Contestara atenderá todas la inquietudes que nuestros clientes tenga al respeto sobre la prestación del servicio

\*Presentara la cronología de los eventos realizados

\*Llevara una lista de nuestros clientes Registro

\*Trabajar en cooperación con sus compañeros

\*Pasara llamadas a su jefe inmediato si es el caso

\*Hacer un registro de nuestros proveedores para verificar el cumplimiento de los mismos

\*Mantendrá su lugar de trabajo limpio

\*Cumplirá con los horarios establecidos por su jefe Inmediato

### **Perfil Del Cargo:**

Sera quien apoye la coordinación dentro de la empresa verificando que se realicen las actividades con el mayor cumplimiento.

### **Requisitos:**

Debe tener un técnico en sistemas, estudios comerciales llevar un buen manejo con la atención al cliente. Experiencia mínima de 2 años, este cargo lo ocupara alguien responsable honesto cumplido y dedicado a su profesión.

### **1.14.3. Cargo: Servicios generales**

**Objetivo:** Mantener las instalaciones de la empresa en un estado ordenado y acogedor

### **Funciones:**

\*Mantener aseadas las áreas de trabajo y entrada de la oficina

\*Organizar

\*Velar por el buen ambiente de la empresa

\*Tener organizados sus implementos de aseo

\*Informar sobre cualquier irregularidad con los productos o el sitio

\*Cumplirá con los horarios establecidos por su superior

\*Llevar adecuadamente el uniforme que se le asigne

### **Perfil Del Cargo:**

Sera la encargada de tener en óptimas condiciones las instalaciones de la empresa.

### **Requisitos:**

Debe tener estudios básicos como el bachillerato académico con una experiencia de 1 año deberá saber igualmente sobre la manipulación de productos químicos de aseo.

### **1.14.4. Cargo: Contador**

**Objetivo:** Llevar las cuentas de la empresa para saber el estado financiero de la empresa como tal

### **Funciones:**

\*Llevar todas las cuentas al día

\*Entregar un informe mensual al gerente

\*Llevar todos los libros contables al día

\*Presentar Informes sobre La situación financiera de la empresa

\*Presentar todos los documentos requeridos por entes como cama de comercio

\*Asesorar al gerente

\*Llevar a cabo estudios de los diferentes problemas financieros

\*Informar al gerente sobre el costeo de cada evento

\*Examinar el valor de la mercancía inventariándola

\*Coordinar la preparación del presupuesto

**Perfil Del Cargo:**

Llevará las finanzas de la empresa de una manera constante y ordenada informándole cualquier aspecto al gerente

**Requisitos:**

Ser Profesional en el área contable tener por los menos 1 año de experiencia ser un apersona leal, honesta, cumplida, responsable.

**1.14.5. Cargo: Asesor**

**Objetivo:** cumplir con las metas pactadas

**Funciones:**

\* Apertura de nuevos clientes

\* Atender cada necesidad de nuestros clientes.

\* Manejar adecuadamente la interacción con el cliente.

\* Atender la cartera de su cliente.

\* Informar de anomalías

**Perfil Del Cargo:**

**Persona responsable y puntual con un amplio conocimiento en el área de transporte o comercio exterior, interacción con el cliente.**

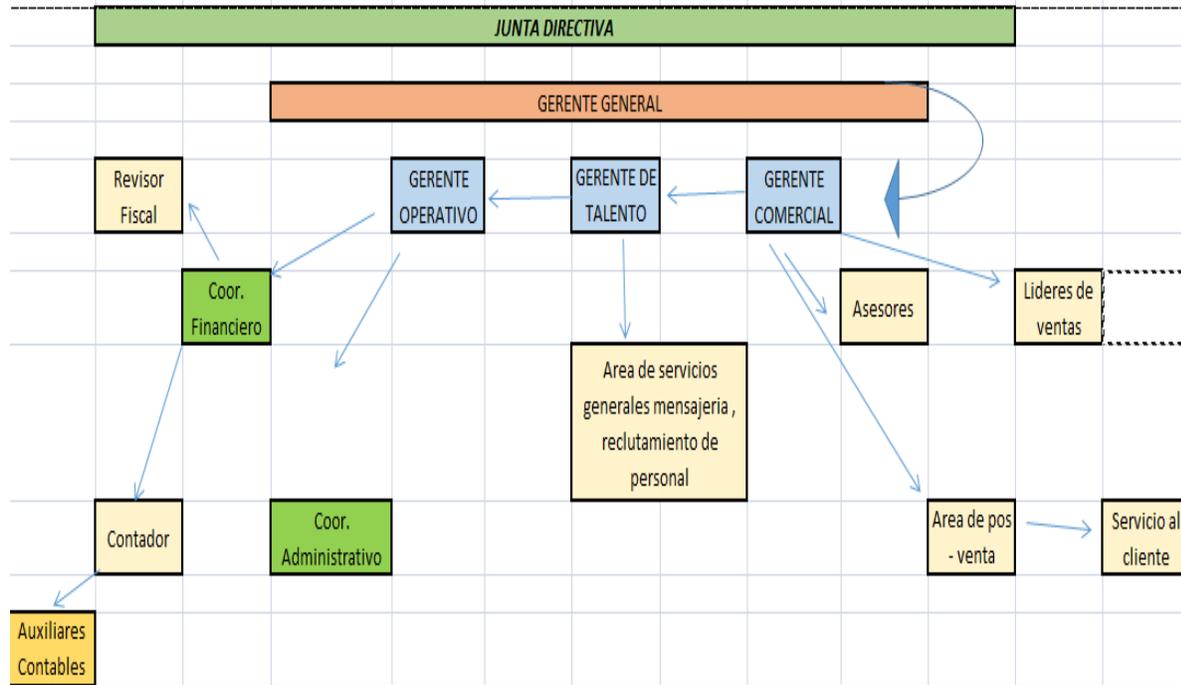
**Requisitos:**

Profesional en áreas administrativas.

Mínimo 2 años de experiencia

Ser puntual, responsable y trabajar bajo presión

## 1.15. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



## 2. CAPITULO 2

### 2.1. ESTUDIO DE MERCADOS

Este proyecto tiene como enfoque crear una compañía de carga nacional, la cual permita a las empresas dedicadas a actividades de comercio exterior facilitando opciones de transportes efectivos, económicos y ecológicos, recogiendo y trasladando la carga hacia los puertos de Barranquilla, Buenaventura, Cartagena y Santa Marta, dando a nuestro servicios un valor agregado a través de medios terrestres y adicionalmente férreo el cual de varias opciones a nuestros clientes en cuanto a costos y tiempos.

## **2.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS**

- Identificar la viabilidad de nuestra agencia de carga mediante las necesidades que tienen los clientes
- Determinar cuáles son las rutas de mayor acceso para trasladar la mercancía a los diferentes puertos.
- Fijar un análisis empresarial el cual nos permita obtener información de nuestros clientes potenciales.
- Diseñar estrategias de mercado que nos permitan satisfacer a nuestros clientes objetivos.

## **2.3. DEFINICIÓN DE MERCADO OBJETIVO:**

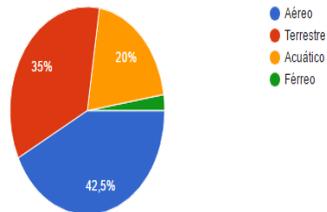
Nuestra compañía orientara sus servicios al mercado local. En aquellas compañías cuya actividad principal sea enfocada al comercio exterior. Estarán situadas en las principales ciudades del país, especialmente en zonas francas.

## **2.4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION:**

- Se determinara un portafolio sobre nuestros servicios determinando ( Características , Beneficios , Costos , Rutas)
- Se aplicaran encuestas a las diferentes compañías a las cuales se enseñe nuestro portafolio de servicios.
- Análisis de las encuestas aplicadas a través de medios electrónicos y físicas.
- Identificar las necesidades de las compañías que se visitan.

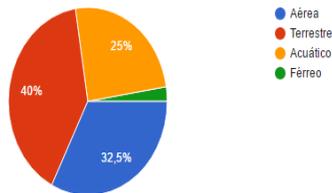
## 2.5. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE RESULTADOS:

¿Qué medio de carga prefiere usar para sus procesos de comercio exterior?  
(40 respuestas)

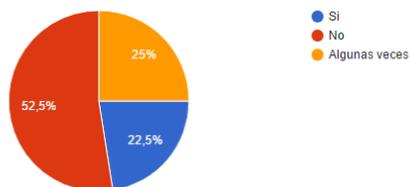


En preferencia las empresas encuestadas prefieren medios de transporte aéreo y muy pocas los medios de transporte férreo lo que afectaría nuestra decisión de implementar este medio de transporte como alternativa.

¿Qué medio de carga utiliza habitualmente para sus procesos de comercio exterior?  
(40 respuestas)

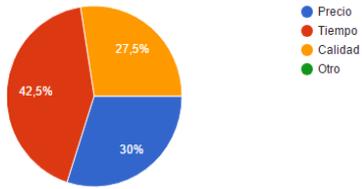


¿Prefiere usted un transporte económico pero no tan efectivo en los tiempos de entregas?  
(40 respuestas)



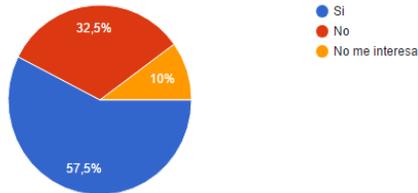
La mayoría de las empresas prefieren tener mayor efectividad en el tiempo de entrega que tener un medio de transporte económico, lo que nos permite conocer sus que su prioridad es que la mercancía llegue bien pero cumpla con sus tiempos establecidos

¿Cuál de los siguientes aspectos tiene en cuenta usted para elegir un servicio de transporte de carga?  
(40 respuestas)



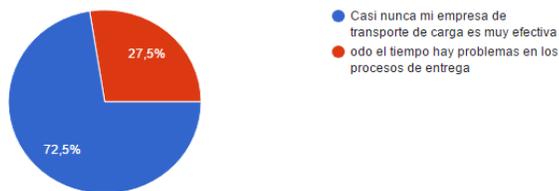
Lo más importante para las empresas encuestadas es el tiempo de entrega de su mercancía hasta el usuario final, luego el precio y la calidad.

¿En el momento de elegir un medio de transporte se interesa porque este sea amigable con el medio ambiente?  
(40 respuestas)



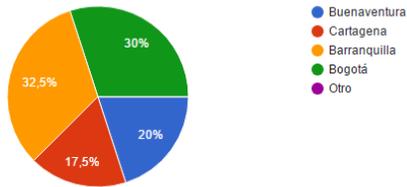
El medio ambiente es importante a la hora de elegir el medio de transporte para las empresas lo que no permite mostrarles los beneficios del medio de transporte férreo

¿Frecuentemente presenta demoras en la entrega de su mercancía hasta el usuario final?  
(40 respuestas)



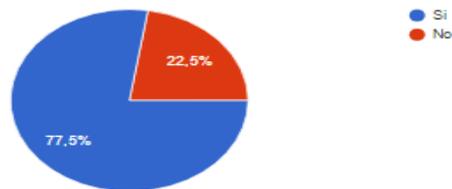
Pudimos observar que estás empresas no presentan problemas con sus empresas de transporte lo que hará más difícil nuestro posicionamiento

¿Cuales de las siguientes rutas utiliza para las operaciones de carga?  
(40 respuestas)

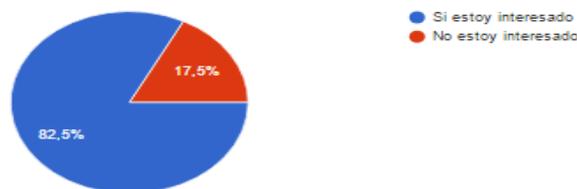


La ruta más utilizada es la de Bogotá pero nos permite observar que el resto de rutas también son muy frecuentes por las empresas lo que nos permitirá tener variedad en las opciones de nuestro servicios

¿Las compañías que usted utiliza para el transporte de carga le ofrece como servicio, cargue y descarga de la mercancía?  
(40 respuestas)



¿Le gustaría utilizar un método de transporte tradicional donde su entrega sea efectiva en los tiempos requeridos, pero a la vez contribuya con el medio ambiente?  
(40 respuestas)



**¿En su empresa han utilizado transporte de carga férreo para la entrega de mercancía?**  
(40 respuestas)

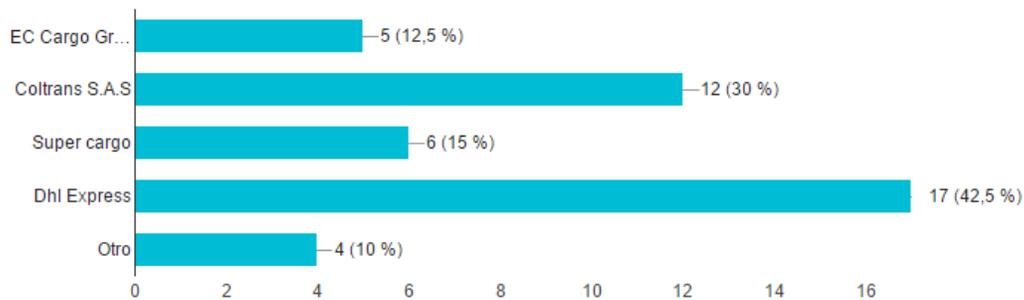


**¿Qué problemas ha encontrado con las empresas que ha utilizado para el traslado de su mercancía?**  
(40 respuestas)



**ANALISIS GENERAL DE LAS ENCUESTAS:**

**¿Qué empresas ha utilizado para el transporte de carga de su mercancía?**  
(40 respuestas)



**Nombre y Apellidos \***

Manuel Vasquez .....

**Empresas**

- Zona Franca Bogotá
- Intexzona
- Zona Industrial Montevideo ( Bogotá)
- Otro: .....

**¿Qué medio de carga prefiere usar para sus procesos de comercio exterior? \***

- Aéreo
- Terrestre
- Acuático
- Férreo

**¿Qué medio de carga utiliza habitualmente para sus procesos de comercio exterior? \***

- Aérea
- Terrestre
- Acuático
- Férreo

¿Prefiere usted un transporte económico pero no tan efectivo en los tiempos de entregas? \*

- Sí
- No
- Algunas veces

¿Cuál de los siguientes aspectos tiene en cuenta usted para elegir un servicio de transporte de carga? \*

- Precio
- Tiempo
- Calidad
- Otro: .....

¿En el momento de elegir un medio de transporte se interesa porque este sea amigable con el medio ambiente? \*

- Sí
- No
- No me interesa

¿Cuánto tiempo lleva utilizando el transporte de carga, en su compañía? \*

- Menos de un año
- Entre uno y tres años
- Más de tres años
- Nunca lo he comprado/utilizado

¿Qué empresas ha utilizado para el transporte de carga de su mercancía? \*

- EC Cargo Group
- Coltrans S.A.S
- Super cargo
- Dhl Express
- Otro: .....

¿Frecuentemente presenta demoras en la entrega de su mercancía hasta el usuario final? \*

- Casi nunca mi empresa de transporte de carga es muy efectiva
- todo el tiempo hay problemas en los procesos de entrega

¿Bajo cuál operación usted utiliza el transporte de carga? \*

- Importación
- Exportación
- Transporte Nacional

¿De qué manera usted solicita la recolección de la mercancía? \*

- Personalmente
- Página Web
- Llamada Telefónica
- Correo
- Otro: .....

¿Con qué frecuencia utiliza el transporte de carga? \*

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente

¿Cuales de las siguientes rutas utiliza para las operaciones de carga? \*

- Buenaventura
- Cartagena
- Barranquilla
- Bogotá
- Otro: .....

¿Le gustaría utilizar un método de transporte tradicional donde su entrega sea efectiva en los tiempos requeridos, pero a la vez contribuya con el medio ambiente? \*

- Si estoy interesado
- No estoy interesado

¿Se siente usted satisfecho con el servicio que le brinda su agencia de carga? \*

- Totalmente Satisfecho
- No cumple con las expectativas de mi negocio

¿En su empresa han utilizado transporte de carga férreo para la entrega de mercancía? \*

- Un par de veces
- Si, es el medio de transporte de carga más utilizado por nuestra compañía
- Nunca

¿Qué problemas ha encontrado con las empresas que ha utilizado para el traslado de su mercancía? \*

- Costos Altos
- Demora en la entrega
- Mal servicio al cliente
- Otro: .....

¿Usted ve en el transporte férreo como una alternativa para la optimización de costos? \*

- Si
- No
- Tal vez

## **2.6. PLAN DE MARKETING:**

Diseñar un portafolio de servicios amplio el cual genere al cliente confianza, dando a conocer las diferentes ventajas de elegirnos. Se llegara a los clientes a través de los siguientes medios:

- Redes sociales
- Página Web
- Visitas Comerciales
- Email Comerciales
- Publicidad ( Folletos , Vallas)

## **2.7. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING:**

1. Dar a conocer nuestros servicios mediante los diferentes medios informativos en los cuales pueda interactuar nuestro cliente.
2. Contar con una plataforma interactiva en la cual el cliente compare nuestra compañía frente a las demás. Identificando tiempos y costos.
3. Implementar estrategias las cuales nos permitan cubrir un amplio sector del mercado potencial.
4. Determinar lugares estratégicos para impulsar nuestros servicios.

## **2.8. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO:**

Nuestra estrategia se basa en componentes netamente en pruebas demo y desarrollo de precios asequibles que cumplan efectivamente con las exigencias de nuestros clientes pero

también que se vuelva a retomar los servicios de transporte férreos en nuestro país ya que es un medio transporte con grandes ventajas como menores costos operacionales, menor consumo energético y la capacidad de infraestructura

Nuestros clientes contarán con 100% nuestro respaldo en cada uno de los servicios. Se habilitarán líneas de atención en las cuales atenderán sus dudas en cuantas rutas, destinos status de su mercancía.

## **2.9. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD:**

A través de medios informáticos y redes sociales. En donde se mostraran las ventajas de nuestros servicios.

Se mostrara al cliente a través de plataformas virtuales interactivas las características de nuestros servicios los beneficios, rutas y costos.

## **2.10. PLAN DE MEDIOS**

La publicidad que utilizaremos será virtual y por medio de visitas empresariales que nos permitan mostrar nuestro portafolio vía web y por medio de demos alternos que les den nuevas alternativas a nuestros usuarios de escoger el medio de transporte de preferencia y responsable para tener mayor eficiencia en sus actividades comerciales. Podremos expandirnos dando visitas profesionales a las compañías y enseñándoles porque las alternativas pueden llevar a expandir sus competencias de negocio. Además les enseñaremos como tomar alternamente las vías férreas del país de las cuales podrán sacar eficiencia y economía en sus procesos.

## 2.11. PORTAFOLIO DE SERVICIOS: (Visualizar Pagina WEB)



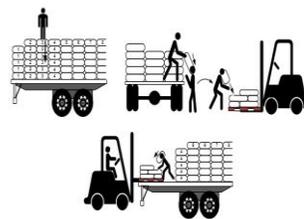
**Envío de mercancías con un solo cargue en origen y un solo descargue en destino. Medio de transporte elegido por usuario según sus necesidades.**



**Nuestros servicios contarán con un demo de prueba con el cual los usuarios podrán revisar costos operacionales, menores consumos energéticos, capacidad de infraestructura, tiempos**



**Asesoría personalizada y flexible según las necesidades particulares del cliente.**



**Recepción y descargue de mercancía.**



**Transporte Local en vehículos  
de la compañía equipados con  
sistema GPS**

**2.12. SERVICIOS DE POSTVENTA:**

- En la Agencia de carga DDA brindaremos asesoría en los envíos de carga para garantizar su efectividad
- Daremos promociones y mejores tarifas en procesos de envíos a clientes frecuentes
- Brindaremos un seguimiento personalizado con la experiencia del servicio, lo más importante es brindar la seguridad y garantías en casos inesperados

**2.13. PUBLICIDAD**

Inicialmente la Agencia de carga DDA se dará a conocer por medio de visitas empresariales que nos permitan tener un contacto directo con los posibles clientes para dar una descripción detallada de nuestro servicio asesorándolos, se dará información por medio de correos electrónicos y se creará una página web donde pueda visualizar la información las ofertas y promociones que se tienen disponibles

## **Fijación del precio**

Nuestros precios serán fijados según las siguientes características:

(Ruta, medio de transporte deseado, toneladas)

### **Barranquilla**

Gasolina corriente: \$8.124 y ACPM: \$7.609 el ACPM.

### **Cartagena**

Gasolina corriente: \$8.082 y ACPM: \$7.581.

### **Bogotá**

Gasolina corriente \$8.322y el ACPM aumentó \$55 por galón \$7.756.

#### **Valor promedio, según el viaje y toneladas**

- **Barranquilla- Bogotá**

Duración viaje: 17h 59 min

Camión Rígido de dos ejes

Valor Tonelada: \$334.126

Valor Viaje: \$ 3.007.134

Camión Rígido de tres ejes

Valor Tonelada: \$213,809

Valor Viaje: \$3, 420,949

- **Cartagena – Bogotá**

Duración Viaje: 14h 44 min

Camión Rígido de dos ejes

Valor Tonelada: \$ 324,661

Valor Viaje: \$2, 921,951

Camión Rígido de tres ejes

Valor Tonelada: \$207,983

Valor Viaje: \$3, 327,730

- **Buenaventura- Bogotá**

Duración Viaje: 9 h 37 min

Camión Rígido de dos ejes

Valor Tonelada: \$ \$222,538

Valor Viaje: \$ \$2, 002,842

Camión Rígido de tres ejes

Valor Tonelada: \$141,998

Valor Viaje: \$2, 271,977

## 2.14. PROYECCIÓN DE VENTAS

## 2.15. PRESUPUESTO INICIAL

### PRECIOS DE VENTA

Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta
FLETE BOGOTA - SANTA MARTA	UNITARIO	\$3.500.000,00
FLETE BOGOTA - BARRANQUILLA	UNITARIO	\$3.500.000,00
FLETE BOGOTA - BUENAVENTURA	UNITARIO	\$2.300.000,00
FLETE BOGOTA -	UNITARIO	\$3.350.000,00

CARTAGENA		
FLETES DENTRO DE		
BOGOTA	UNITARIO	\$350.000,00
EMPAQUE Y EMBALAJE	UNITARIO	\$100.000,00
LIMPIEZA DE		
CONTENEDORES	UNITARIO	\$200.000,00
OTROS SERVICIOS	UNITARIO	\$500.000,00

**MATERIA PRIMA E INSUMOS:**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad Medida</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Descrip. Corta</b>
COMBUSTIBLE	GALON	\$8.500,00	GASOLINA
GRASAS Y LUBRICANTES	GALON	\$20.000,00	GRASA
CARBON	M3	\$30.000,00	CARBON
REPUESTOS	KG	\$60.000,00	REP Y ACC
BATERIAS	M3	\$200.000,00	BATERIA

**VENTAS X UNIDADES:**

3	#	Ventas en Unidades Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
4	1	FLETE BOGOTA - SANTA MARTA				10	15	25	45	85	165	325	645	1.285	2.600
5	2	FLETE BOGOTA - BARRANQUILLA				10	15	25	45	85	165	325	645	1.285	2.600
6	3	FLETE BOGOTA - BUENAVENTURA				10	15	25	45	85	165	325	645	1.285	2.600
7	4	FLETE BOGOTA - CARTAGENA				10	15	25	45	85	165	325	645	1.285	2.600
8	5	FLETES DENTRO DE BOGOTA				50	95	185	365	725	1.445	2.885	5.765	11.525	23.040
9	6	EMPAQUE Y EMBALAJE				60	115	225	445	885	1.765	3.525	7.045	14.085	28.150
10	7	LIMPIEZA DE CONTENEDORES				60	115	225	445	885	1.765	3.525	7.045	14.085	28.150
11	8	OTROS SERVICIOS				70	135	265	525	1.045	2.085	4.165	8.325	16.645	33.260

### VENTAS X AÑO:

Ventas en Unidades	2017	2018	2019	2020	2021
FLETE BOGOTA - SANTA MARTA	2.600	3.900	5.850	8.775	13.163
FLETE BOGOTA - BARRANQUILLA	2.600	3.900	5.850	8.775	13.163
FLETE BOGOTA - BUENAVENTURA	2.600	3.900	5.850	8.775	13.163
FLETE BOGOTA - CARTAGENA	2.600	3.900	5.850	8.775	13.163
FLETES DENTRO DE BOGOTA	23.040	34.560	51.840	77.760	116.640
EMPAQUE Y EMBALAJE	28.150	42.225	63.338	95.006	142.509

LIMPIEZA DE CONTENEDORES	28.150	42.225	63.338	95.006	142.509
OTROS SERVICIOS	33.260	49.890	74.835	112.253	168.379

### GASTOS X MESES:

Gastos de Producción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Materias Primas e Insumos	\$0	\$0	\$0	\$231.980.000	\$430.820.000	\$828.500.000	\$1.623.860.000	\$3.214.580.000	\$6.396.020.000	\$12.758.900.000	\$25.484.660.000	\$50.936.180.000	\$101.905.500.000
Mano de Obra				\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$90.000.000
Cargas Sociales				\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Arrendamiento				\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$13.500.000
Mantenimiento				\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$4.500.000
Seguros				\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$1.800.000
Varios				\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$90.000
													\$0
													\$0
Amortización Bienes de Uso	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total Gastos de Producción</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$244.190.000</b>	<b>\$443.030.000</b>	<b>\$840.710.000</b>	<b>\$1.636.070.000</b>	<b>\$3.226.790.000</b>	<b>\$6.408.230.000</b>	<b>\$12.771.110.000</b>	<b>\$25.496.870.000</b>	<b>\$50.948.390.000</b>	<b>\$102.015.390.000</b>

### INVERSIONES:

Detalle de Inversiones en Bienes de Uso	Monto	Vida Útil en Años
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$500.000.000	5
COMPUTO	\$10.000.000	5

CONTENEDORES	\$50.000.000	5
APORTES SOCIALES	\$20.000.000	0
Total Inversión en Bienes de Uso	\$580.000.000	

### **3. CAPITULO 3**

#### **3.1. DOCUMENTACION LEGAL PARA CONSTITUCION BAJO SAS**

- \* Documento privado
- \* Pre- RUT
- \* Cedula del representante legal
- \* Formulario único empresarial

#### **3.2. REGISTRO ANTE CAMARA DE COMERCIO**

DDA debe llevar estos documentos ante la Cámara de comercio de Bogotá y tramitar el registro mercantil que ellos notificarán cuando sean estudiados los papeles.

### **3.3. CUENTA DE AHORROS**

DDA abrirá una cuenta de ahorros a su nombre y se entregara a la DIAN carta donde informamos número de la cuenta.

### **3.4. FACTURACION Y FIRMA**

Se tramitara ante la DIAN el registro para iniciar facturación junto con la cedula del representante legal.

#### 4. BIBLIOGRAFIA

“Normatividad vigente de transporte de carga (2017). Visible google. Zona logística. Tomado de <http://www.zonalogistica.com/herramientas/normatividad-vigente-en-transporte-terrestre-de-carga/>”

“¿Por qué vale la pena constituir una SAS? (2017). Visible en Google. Finanzas Personales. Tomado de <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>”