

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Estudio de Factibilidad Técnico Económico para la Apertura de una Nueva Ruta de Servicio de Transporte de Personas Hacia la Ciudad de San José, Costa Rica y Regreso a la Ciudad de San Salvador, El Salvador para la Empresa FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.

Trabajo de investigación presentado por:

AGUILAR MEJÍA, BOU GEOVANNI
ALAS PALACIOS, KARLA NATALY
CORDOVA LEMUS, MAURICIO ANTONIO

Para optar al grado de:
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OCTUBRE 2013
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector : Ing. Mario Roberto Nieto Lovo

Secretaria General : Dra. Ana Leticia Zavaleta de Amaya

Decano de la Facultad
de Ciencias Económicas : M.Sc. Roger Armando Arias

Secretario de la
Facultad de Ciencias
Económicas : M.Sc. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Docente Director : M.Sc. Karla Antonieta Cardoza de López

Coordinador de
Seminario : Lic. Rafael Arístides Campos

OCTUBRE de 2013

San Salvador, El Salvador, Centro América

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios todopoderoso por haberme brindado la sabiduría y la fuerza necesaria para finalizar esta etapa en mi vida, a la Buena Madre la Virgen María Santísima, por su infinita gracia, a mi amada y querida esposa María Antonia Romero de Aguilar, a mis queridos hijos Mónica y Javier, a mis padres, hermanos y demás familia por su apoyo y motivación, para ver cumplida mi meta, a mis compañeros por lo comprensivos en el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Bou Geovanni Aguilar Mejía

Le agradezco a Dios y a la Virgencita María por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera. Le doy las más infinitas gracias a mi madre Reina Isabel por apoyarme en todo momento, por los sacrificios realizados para otorgarme la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida, por estar ahí en los momentos buenos así como en los difíciles y sobre todo ser un excelente ejemplo de vida a seguir. A mi hermana Jenifer por el simple hecho de existir, gracias por tu apoyo y siempre estar ahí para mí. A mis compañeros Karla Nataly y Bou Geovanni, por compartir a lo largo de estos cinco años de estudio, las fortalezas y debilidades de la vida como universitario, y a todos mis amigos y familiares que de alguna manera, me han ayudado en algún momento de mi vida.

Mauro Cordova

Agradezco primeramente a Dios, por bendecirme, darme las fuerzas necesarias y permitirme finalizar mi carrera, a mis padres: Carlos Alas y Dora Palacios por su amor, apoyo y confianza siempre, sin ellos no hubiese podido lograrlo, a mis hermanas Roxana y Verónica, a mi familia y mejores amigos por creer siempre en mi, y saber que lo lograría, a mi esposo e hija Darita que son el amor de mi vida y finalmente a mis compañeros del trabajo de investigación, por esforzarse y motivarme a alcanzar esta meta.

Karla Alas Palacios

Agradecemos a Licda. Karla Cardoza, por su orientación y apoyo en el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Bou, Mauricio y Karla

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	xii
INTRODUCCIÓN	xv
CAPÍTULO I	1
MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA RUTA DE SERVICIO DE TRANSPORTE DE PERSONAS HACIA LA CIUDAD DE SAN JOSÉ, COSTA RICA Y REGRESO A LA CIUDAD DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA LA EMPRESA FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	1
I. MARCO TEÓRICO	1
1. Conceptos sobre la Empresa	1
1.1. Empresa	1
1.2. Ciudad	2
1.3. Viaje	3
1.4. Servicio	3
1.5. Transporte	4
1.6. Transporte Terrestre Internacional de Pasajeros	5
1.7. Terminal	5
1.8. Servicio Courier	5
2. MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	6
2.1 Definición de Estudio de Factibilidad de un Proyecto ..	6
2.2 Objetivos	7
2.3 Etapas de la Factibilidad	8
2.3.1 Factibilidad Comercial	8
2.3.2 Factibilidad Técnica	8
2.3.3 Factibilidad Económica	8
2.3.4 Factibilidad Financiera	9
3. MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO DE MERCADO	9
3.1. Estudio de Mercado	9
3.2. Mercado	10
3.3. La investigación de Mercado	10
3.4. Propósito de la investigación de Mercado	11
3.5. Estructura de análisis de Mercado	11
3.6. Análisis de la Oferta	12
3.6.1 Oferta	12
3.7. Análisis de la Demanda	13

3.7.1	Demanda.....	13
3.8.	Análisis de los precios.....	13
3.9.	Mezcla del Mercado.....	14
3.9.1.	Producto.....	14
3.9.2.	Precio.....	14
3.9.3.	Plaza.....	14
3.9.4.	Promoción.....	15
4.	MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO TÉCNICO.....	15
4.1	Estudio Técnico.....	15
4.2	Tamaño Óptimo.....	15
4.3	Localización óptima.....	16
5.	MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO ECONÓMICO.....	16
5.1	Estudio Económico.....	16
5.2	Costos.....	17
5.3	Costos de Administración.....	17
5.4	Costo de Ventas.....	18
5.5	Costos Financieros.....	18
5.6	Presupuesto.....	18
5.7	Capital de Trabajo.....	18
5.8	Estados Financieros Proforma.....	19
6.	MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO FINANCIERO.....	19
6.1	Estudio financiero.....	19
6.2	Valor Actual Neto (VAN).....	20
6.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	20
6.4	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	20
6.5	Rentabilidad.....	20
6.6	Riesgo.....	21
6.7	Costo Beneficio.....	21
II.	ENTORNO ECONÓMICO DE LOS SERVICIOS Y FUNCIONES DE LA INDUSTRIA DE TRANSPORTE DE PERSONAS CON DESTINOS A PAÍSES DE CENTROAMÉRICA ESPECÍFICAMENTE A SAN JOSÉ, COSTA RICA.....	22
1.	RESEÑA DE LA INDUSTRIA DE TRANSPORTE DE PERSONAS.....	22
2.	ANTECEDENTES DEL TRANSPORTE EN EL SALVADOR.....	28
2.1	KING QUALITY.....	28
2.2	PULLMANTUR.....	29

2.3	TICA BUS	31
2.4	GENERALIDADES DE FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE.....	32
2.4.1	BREVE HISTORIA.....	32
2.4.2	Filosofía de la empresa.....	34
2.4.2.1	Misión.....	34
2.4.2.2	Visión.....	35
2.4.2.3	Valores.....	35
2.4.3	Estructura Organizativa.....	36
2.4.3.1	Organigrama.....	36
2.4.4	Funciones de las Principales Áreas.....	37
2.4.4.1	La Gerencia General.....	37
2.4.4.2	Gerencia Comercial y Financiera.....	37
2.4.4.3	Gerencia Operativa.....	38
2.4.4.4	Gestión Contable.....	38
2.4.4.5	Marco Legal.....	39
2.4.4.5.1	Constitución de la República	39
2.4.4.5.2	Escritura de Constitución	39
2.4.4.6	Otras Leyes.....	39
a)	CÓDIGO ADUANERO UNIFORME CENTROAMERICANO (CAUCA)	39
b)	LEY DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	40
2.4.5	Rutas de Servicio y Horarios.....	41
2.4.5.1	Rutas de Servicios.....	41
2.4.5.2	Horarios.....	42
	CAPÍTULO II	43
	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS QUE OFRECEN EL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS A LOS DIFERENTES PAÍSES DE CENTROAMÉRICA	43
A.	METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA INVESTIGACIÓN	43
1.	OBJETIVO GENERAL	43
2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	43
3.	MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1	MÉTODO DEDUCTIVO	45
4.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	45
4.1.	CORRELACIONAL	45

5.	TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	46
6.	FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	46
6.1.	PRIMARIA	46
6.2.	SECUNDARIAS	47
7.	TÉCNICAS UTILIZADAS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN	47
7.1.	LA ENTREVISTA	47
7.2.	LA ENCUESTA	48
8.	INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	48
8.1.	Guía de entrevista	48
8.2.	Cuestionario	49
8.3.	Guía de Observación	49
9.	UNIDADES DE ANÁLISIS	49
10.	DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA	50
10.1.	UNIVERSO	50
10.2.	DETERMINACION DE LA MUESTRA PARA LOS CLIENTES ACTUALES Y CLIENTES POTENCIALES.....	51
11.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	54
B.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	54
1.	Segmento de Mercado	54
2.	El Servicio en el mercado	55
3.	Fijación de precios	58
4.	Análisis de la demanda en el mercado	60
5.	Determinación de Fortalezas y Debilidades	61
C.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	63
1)	Conclusiones	63
2)	Recomendaciones	65
	CAPÍTULO III	67
	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA NUEVA RUTA DE SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE DE PERSONAS HACIA SAN JOSÉ, COSTA RICA Y REGRESO A LA CIUDAD DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR, PARA LA EMPRESA FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V. .	67
A.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	67
1.	Objetivo General	67
2.	Objetivos Específicos	67
B.	ESTUDIO DE MERCADO	68
1.	Características del Servicio.	68

1.1.	Descripción del Servicio a Ofrecer	68
1.2.	Atributos del Servicio	69
2.	Mercado Objetivo	70
3.	Productos Sustitutos	70
4.	Principales Competidores	71
5.	Análisis de la Demanda	71
6.	Demanda Potencial Insatisfecha	71
6.1.	Cálculo de la Demanda Insatisfecha	72
7.	Análisis de la Oferta	72
7.1.	Cálculo de Participación en el Mercado.	73
7.2.	Proveedores Principales	73
8.	Análisis de los Precios	74
9.	Promoción del Producto	75
10.	Distribución y Punto de Venta	76
11.	Conclusiones del Estudio de Mercado	76
C.	ESTUDIO TÉCNICO	78
1.	Tamaño del Proyecto	78
2.	Localización del Punto de Venta.	79
3.	Descripción del Servicio	82
3.1	Descripción del Servicio de Transporte	82
3.2	Diagrama del Proceso del Servicio	87
3.3	Horarios de atención	88
4.	Distribución de La Planta	88
5.	Requerimiento de Mobiliario y Equipo	90
5.1	Activo Fijo	90
6.	Requerimientos de Insumos	92
6.1.	Alimentación	92
6.2.	Combustibles	92
6.3.	Papelería	93
7.	Requerimiento de Mano de Obra	93
7.1.	Personal Requerido	94
8.	Aspectos Organizacionales	95
8.1.	Organigrama	95
D.	ESTUDIO ECÓNOMICO	96
1.	Costos de Operación	96

1.1. Costos de Administración.....	96
1.2. Costo de Venta.....	99
1.3. Costos financieros.....	101
1.4. Costos Totales.....	102
1.5. Costo Unitario y Precio de Venta.....	102
2. Inversiones fijas	103
2.1. DEPRECIACIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO.....	104
3. Capital de trabajo	105
4. Fuentes de Financiamiento.	105
5. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento. (TMAR)	106
6. Inversiones totales del proyecto	108
7. Determinación de ingresos	109
8. Flujo de Efectivo Proyectado	110
9. Conclusiones del estudio económico	111
E. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO	112
1. Valor Presente Neto	112
2. Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	113
3. Tiempo de Recuperación de la Inversión (TRI)	115
4. Estado de Resultado Proyectado	116
5. Conclusión de la evaluación económica.	117
F. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO	118
Bibliografía	122
Anexo 1. Guía de entrevista	128
Anexo 2. Encuesta para Clientes Actuales	130
Anexo 3. Encuesta para Clientes Potenciales	132
Anexo 4. Determinación del Universo y la Muestra	135
Anexo 5. Encuesta Realizada a los Clientes Actuales.	136
Anexo 6. Encuesta Realizada a los Clientes Potenciales.	153
Anexo 7. Cuestionario para Determinar el FODA	176
Anexo 8. Publicidad en Prensa Escrita, pagina WEB	178
Anexo 9. Copia de Boleto	179
Anexo 10. Ubicación en Costa Rica	180
Anexo 11. Modelo de Kiosco	181
Anexo 12. Descripción de Funciones.	182
Anexo 13. Cotización del Autobús.	189

Anexo 14. Detalle de la Depreciación. 190

RESUMEN EJECUTIVO

FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, que puede abreviarse FARINSA, S.A. DE C.V., conocida comercialmente como "TRANSPORTE DEL SOL", es una empresa que se dedica al servicio de transporte de personas desde El Salvador hacia los países de Guatemala y Nicaragua, la cual inició sus operaciones en el año 2006; debido a la excelencia en su servicio, ha hecho que en pocos años haya crecido hasta un 75%. La apertura de una nueva ruta de transporte desde El Salvador hacia Costa Rica surge como la necesidad de brindarles a los pasajeros un transporte confortable, seguro, elegante, oportuno, en autobuses privados y de forma directa, atributos que los pasajeros han identificado en el servicio de Transporte del Sol.

En consideración a lo anterior se desarrolló esta investigación con el objetivo primordial de determinar la factibilidad técnica económica para la apertura de una nueva ruta de servicio de transporte de personas hacia la ciudad de San José, Costa Rica y de regreso a la ciudad de San Salvador, El Salvador, así como potenciar la aprobación e implementación del proyecto.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el método científico, ya que permite mayor objetividad en la recolección y

tratamiento de la información, se utilizó el método deductivo porque se parte de lo general a lo específico. Las técnicas utilizadas para recolectar la información fueron: la entrevista y la encuesta, apoyados de los instrumentos guía de entrevista, cuestionario y guía de observación. Para determinar la factibilidad del proyecto, se elaboraron los estudios de mercado, técnico y económico-financiero.

En el estudio de mercado se identificó que el segmento de la población objetivo de la nueva ruta está dirigido a los ejecutivos que viajan por negocios, que oscilan entre los 20 y 39 años de edad. Además que las empresas que operan en la ruta, no cubren la demanda existente, no ofrecen promociones y descuentos y ninguna posee la calidad total en sus servicios.

En el estudio técnico se determinó que la estructura organizacional incorporará a: un contador externo, encargado de sala, vendedor, chofer, sobrecargo y lavador. En el estudio financiero se estableció que el capital de inversión es US \$162,837.52. El 23% de la inversión inicial será participación de los socios y el resto se obtendrá con un préstamo bancario.

Se elaboró un flujo de efectivo para los cinco primeros años de operación. Con estos valores, se comprobó que la tasa interna de retorno es del 44.14%, la tasa de rendimiento esperada es del 23% y un tiempo de recuperación de la inversión de 2 años.

Por lo que se concluye que el negocio tanto a nivel financiero como técnico es viable, lo demuestra el estudio de mercado y la evaluación financiera del negocio. Analizados los indicadores financieros, se percibe que la viabilidad es adecuada y los riesgos se disminuyen en la medida que el proyecto financieramente es atractivo.

Se recomienda a Transporte del Sol realizar la apertura de la nueva ruta con los precios accesibles estipulados en el proyecto, manteniendo y mejorando los estándares de calidad en su servicio; además, la demanda proyectada es creciente durante los cinco años considerados en el estudio, por lo que se recomienda en el mediano plazo crear un proyecto de expansión de la sucursal, con el fin de satisfacer los niveles de demanda futura esperada.

INTRODUCCIÓN

La necesidad insatisfecha del servicio de transporte privado de pasajeros en la región es una realidad tangible, a pesar de las diferentes compañías de servicio que se encuentran establecidas, ninguna ofrece un servicio excelente, esta problemática favorece a las empresas en crecimiento con estándares que cumplen con las expectativas en los clientes. FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, que puede abreviarse FARINSA, S.A. DE C.V., conocida comercialmente como "TRANSPORTE DEL SOL", es una empresa que se dedica al servicio de transporte de personas desde El Salvador hacia los países de Guatemala y Nicaragua, esta empresa en los últimos años ha presentado un crecimiento del 75% debido a la satisfacción que cada cliente obtiene en cada viaje, desde que adquiere el boleto hasta su arribo en la ciudad de su destino.

Entonces surge la necesidad de que Transporte del Sol brinde a los clientes una nueva opción de destino, con el cual se sientan satisfechos y sus expectativas de viaje sean cumplidos, al mismo tiempo Transporte del Sol abra caminos y negocios a nuevos países y ciudades de la región. Actualmente el país con una gran demanda de pasajeros insatisfechos y con un gran potencial económico es Costa Rica.

Por lo anterior la investigación consistió en la realización de un estudio de factibilidad técnico económico para la apertura de una nueva ruta de servicio de transporte de personas hacia la ciudad de San José, Costa Rica y regreso a la ciudad de San Salvador, El Salvador. La finalidad de esta apertura, es para que Transporte del Sol obtenga una mayor participación en el segmento de transporte de personas privados y llegar a ser considerada como la opción de viaje terrestre más cómoda y placentera.

El estudio está estructurado en tres capítulos cuyos contenidos van desde la teoría básica requerida hasta los estudios técnicos para conocer la factibilidad de la apertura de una nueva ruta de transporte.

El capítulo I contiene el marco teórico referente al servicio de transporte, al estudio de factibilidad, al estudio de mercado, al estudio técnico y al estudio económico-financiero.

En el capítulo II se desarrolla la investigación de campo, la cual contemplo el uso de cuestionarios para la obtención de información de parte de los usuarios de transporte, los datos sobre la situación actual de la empresa, los resultados de las

expectativas y gustos de los clientes hacia las empresas dedicadas al servicio de viaje.

En el capítulo III, se presenta la propuesta técnica-económica en la que se detallan los requerimientos técnicos necesarios para la implementación de la nueva ruta de servicio de transporte, así como la evaluación financiera para determinar la rentabilidad y el impacto de la inversión.

Y finalmente se presenta la bibliografía utilizada en el documento y sus respectivos anexos.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA RUTA DE SERVICIO DE TRANSPORTE DE PERSONAS HACIA LA CIUDAD DE SAN JOSÉ, COSTA RICA Y REGRESO A LA CIUDAD DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA LA EMPRESA FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.

I. MARCO TEÓRICO

1. Conceptos sobre la Empresa

1.1. Empresa

Idalberto Chiavenato la define como "una entidad conformada por personas, aspiraciones y capacidad financiera, todo ello le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer con sus productos y/o servicios, las necesidades deseos existentes en la sociedad".¹

Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela".²

¹ Chiavenato Idalberto, "Administración de Recursos Humanos", 5° edición, Editorial Mc Graw Hill, año 2000.

²Romero Ricardo, Marketing, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 9

El diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la empresa es una "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos"³

En síntesis, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones de empresa podríamos definirla como:

Una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales, capacidades técnicas, financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener o no ánimo de lucro.

1.2. Ciudad

Una ciudad es un área urbana con alta densidad de población en la que predominan fundamentalmente la industria y los servicios. Se diferencia de otras entidades urbanas por diversos criterios, entre los que se incluyen población, densidad poblacional o estatuto legal, aunque su distinción varía entre países⁴

³Diccionario de la Lengua Española, 22º edición, 2001, disponible en <http://www.rae.es/>

⁴Diccionario de la Lengua Española, 22º edición, 2001, disponible en <http://www.rae.es/>

1.3. Viaje

Un viaje es el traslado que realizan las personas desde el lugar donde habitan hacia otras ciudades dentro del mismo país o bien hacia otro país, y que puede tener un fin turístico, por descanso o vacaciones, para visitar a algún pariente o amigo que se encuentra viviendo en otra ciudad o país, o bien estar motivado por una necesidad de tipo profesional⁵.

1.4. Servicio

Según Richard L. Sandhusen, "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".⁶

Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

⁵Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L. en www.definicionoabc.com/general/viaje.php

⁶Sandhusen Richard L., Mercadotecnia», Primera Edición, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 385.

1.5. Transporte

El término transporte hace referencia a la acción y efecto de transportar o transportarse. El concepto también permite nombrar al sistema de medios que consiste en la conducción de personas o mercaderías de un lugar a otro y a los vehículos que se dedican a cumplir dicha tarea.⁷

El transporte terrestre es el medio de transporte que se realiza sobre o en la corteza terrestre. La mayoría de los transportes terrestres se realizan sobre ruedas (tales como el transporte ferroviario o transporte por carretera).

Clasificación del Transporte

A. Según el ámbito de operación:

- ✓ Nacional
- ✓ Internacional
- ✓ Mixto

B. Según el Medio natural donde opera

- ✓ Marítimo
- ✓ Aéreo
- ✓ Terrestre

C. Según su Función

- ✓ Carga
- ✓ Pasajeros
- ✓ Encomiendas

⁷Mario León R., «Diccionario tecnología ferroviaria», Primera Edición, Ediciones Díaz de Santos, 2005.

1.6. Transporte Terrestre Internacional de Pasajeros

Operación de tránsito aduanero mediante el cual se efectúa el transporte de personas de un país a otro; es decir, el transporte que se efectúa entre varias naciones, y que son sometidos a varias actividades materiales y legales (controles aduaneros)⁸.

1.7. Terminal

Es aquel espacio físico en el cual terminan y comienzan todas las líneas de servicio de transporte de una determinada región o de un determinado tipo de transporte (por ejemplo, ómnibus o tren)⁹.

1.8. Servicio Courier

Una empresa de mensajería o Courier es una empresa privada de transporte que dispone de vehículos de transporte, de transportistas y de una red propia o franquicia de centros repartida por todo un territorio, desde los cuales tramita el envío y entrega de "paquetes", cartas y documentos, que le son confiados por sus clientes (particulares y empresas) con distintas tarifas, en función de la urgencia con que haga sus entregas y del tamaño volumétrico de los envíos. (Volumen + peso)¹⁰

⁸Aldea Mundo • Revista sobre Fronteras e Integración Año 11, No. 20 / Mayo 2006 • Rafael Lucena Castellanos

⁹Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L. en www.definicionoabc.com/general/viaje.php

¹⁰Rubén Darío Muñoz Zuluaga, Luis Aníbal Mora García, Diccionario de logísticas y negocios internacionales/ECOE EDICIONES, 2005

2. MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

2.1 Definición de Estudio de Factibilidad de un Proyecto

Sebastián Balbino Cañas en su libro "Manual para Formulación Evaluación y Ejecución de Proyectos"¹¹ define proyecto como "un conjunto de acciones que son necesarias realizar para alcanzar un objetivo previamente establecido, limitado por parámetros, temporales, tecnológicas, políticas, institucionales, económicas y ambientales".

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación¹².

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos.

La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca debe definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar.

¹¹Sebastián Balbino, 4ta edición; Septiembre 2006

¹² Carvajal Lizardo. Metodología de la Investigación Científica. Curso general y Aplicado. 12º- Ed. Cali: F.A.I.D., 1998. 139 p.

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- ✓ Operativo.
- ✓ Técnico.
- ✓ Económico.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.

En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos.

2.2 Objetivos

- ✓ Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- ✓ Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa para el logro de un excelente servicio.
- ✓ Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.

- ✓ Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- ✓ Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de viajes.

2.3 Etapas de la Factibilidad

2.3.1 Factibilidad Comercial

- El consumidor y la demanda del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas
- Comercialización del producto del proyecto
- Los proveedores y la disponibilidad y precio de los insumos proyectados.

2.3.2 Factibilidad Técnica

- Mejora del sistema actual.
- Disponibilidad de tecnología, equipo y capacidad instalada que satisfaga las necesidades.

2.3.3 Factibilidad Económica

- Tiempo del analista
- Costo de estudio
- Costo del tiempo del personal

- Costo del tiempo
- Costo del desarrollo / adquisición¹³

2.3.4 Factibilidad Financiera

- Estudio Financiero
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)
- Rentabilidad
- Riesgo
- Costo Beneficio

3. MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Estudio de Mercado

El estudio de mercado depende de la naturaleza del producto, es decir, que la profundidad del estudio varía de acuerdo al producto o servicio que se esté analizando en el mercado.¹⁴

La realización de un estudio de mercado dentro de un proyecto, es quien constituye la base para los análisis técnicos, económicos y financieros del proyecto. Porque mediante el

¹³Sánchez Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrías, Universidad Central de Las Villas, Septiembre 2005 en www.gestiopolis.com

¹⁴Cañas Balbino Sebastián, "Manual para Formulación Evaluación y Ejecución de Proyectos", 4ta edición, pag.32.

estudio de mercado determinamos las preferencias, gustos, tamaño de la población conllevando aspectos que inciden en las fases siguientes del desarrollo.

Por medio de este estudio se determina el mercado existente, la determinación de este es de suma importancia para la toma de decisión del proyecto, ya conociendo la ventaja o desventaja que este podría traer a la empresa.

3.2. Mercado

Se entiende por mercado el área en que concluye las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

3.3. La investigación de Mercado

La investigación de mercado tiene una aplicación muy amplia, como en las investigaciones sobre publicidad, ventas, precios, diseños y aceptación de envases, segmentación y potencialidad del mercado¹⁵.

Los estudios de mercados para un nuevo producto o servicio, algunos de los indicadores mencionados anteriormente no son utilizados ya que lo que se utiliza, son las investigaciones

¹⁵Baca Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", 5ta Edición, Mc Graw Hill. Pág. 15

sobre productos o servicios similares ya existentes, para ser tomados como referencia.

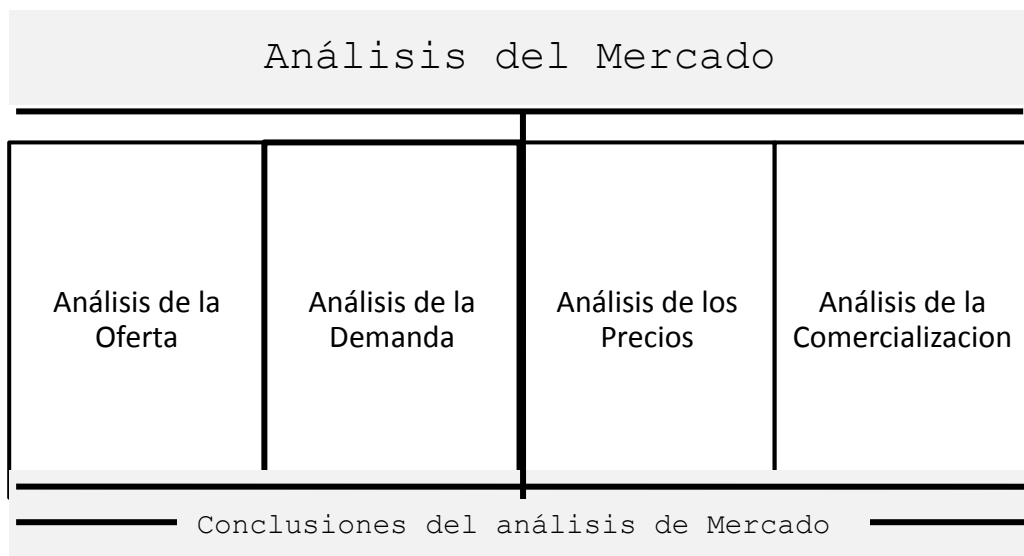
La investigación de mercado, la definimos como un sondeo, que se realiza antes de incurrir en un gasto innecesario o pérdidas para una empresa.

3.4. Propósito de la investigación de Mercado

El estudio de mercado tiene como propósito verificar la posibilidad real de penetración del producto en un nuevo mercado determinado. Con esto se pretende dar una idea a la empresa inversionista del riesgo que el producto o servicio pueda tener, así como la aceptación del mismo en el mercado.

3.5. Estructura de análisis de Mercado

Para el análisis de mercado se utilizan cuatro variables fundamentales las cuales conforman la estructura de análisis de mercado que son las siguientes:



Baca Urbina Gabriel, "Formulación y Evaluación de Proyectos".

Figura 2.1 Estructura de Análisis del Mercado pág. 15

3.6. Análisis de la Oferta

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía pueda y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

3.6.1 Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.¹⁶

¹⁶ Baca Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", 5ta Edición, Mc Graw Hill. Pág.48

3.7. Análisis de la Demanda

El propósito que se busca conseguir por medio del análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, a su vez muestra la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda.

3.7.1 Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una específica a un precio determinado.¹⁷

3.8. Análisis de los precios

Un aspecto determinante que se debe analizar en el estudio de mercado es el precio ya que es en base a este análisis que se determinarán los factores que lo definirán, además de ser éste el que influye en la asignación de los recursos con los que se cuenta.

¹⁷ Baca Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", 5ta Edición, Mc Graw Hill. Pág.17

3.9. Mezcla del Mercado

3.9.1. Producto

Es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles como empaque, color, precio, calidad, marca, y servicios, los cuales son percibidos por sus compradores capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

3.9.2. Precio

El precio de un producto es el importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto.¹⁸

3.9.3. Plaza

La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos. La plaza también es llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura.

¹⁸ Romero Ricardo, Marketing, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 130

3.9.4. Promoción.

Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas y en su definición más corta, la define como la "acción y efecto de promover".¹⁹

4. MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Estudio Técnico

Dentro del estudio técnico se contestan las preguntas ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuál?, ¿Dónde?, ¿Cuándo? Y ¿Cuánto? Es lo necesario para poder realizar con éxito el estudio.²⁰

4.2 Tamaño Óptimo

El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa bienes o servicios producidos por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

¹⁹Diccionario de la Lengua Española, 22ª edición, 2001, disponible en <http://www.rae.es/>

²⁰ Baca Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", 4ta Edición, Mc Graw Hill. Pág. 92,107

4.3 Localización óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en menor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

5. MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 Estudio Económico

Consiste en comparar los ingresos con los egresos monetarios, que generarían los proyectos para así decidir la conveniencia de llevarlos a cabo. Existen básicamente dos tipos de evaluaciones económicas, una privada y otra social (esta última llamada también socioeconómica). La evaluación privada de proyectos supone las riquezas, expresada en dinero, constituye el único interés del inversionista privado y contempla ingresos y egresos que afectan directamente a los dueños, del proyecto, en tanto que la evaluación social determina el efecto neto que tendrá el proyecto sobre bienestar de la comunidad.²¹

²¹ Molina Axel Jansson. "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Ediciones Universidad Tecnológica Metropolitana, Pág. 4.

En esta parte de la investigación se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y venta), así como otra serie de indicadores que servirán como base para parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera.²²

5.2 Costos

Costo es el sacrificio o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo. Los objetivos son aquellos de tipo operativos, ejemplo de ello: prestar un servicio, administrar la empresa, obtención de fondos para financiamiento, etc.

5.3 Costos de Administración

Son los costos que provienen para la realización de la función de administración en la empresa; esto no quiere decir que se trate solamente de los sueldos del gerente o director o auxiliares, secretarias, etc.²³

²² Baca Urbina Gabriel, "evaluación de proyectos", 4ta Edición, Mc Graw Hill, Pág., 168.

²³ Padilla David Noel, "contabilidad Administrativa", 7ª Edición, Editorial Mc Graw Hill, México.

5.4 Costo de Ventas

Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios podemos mencionar como algunos ejemplos: seguros por el transporte, promoción, publicidad, entre otros.

5.5 Costos Financieros

Estos costos suelen ser intereses que se deben pagar por capitales obtenidos en préstamos.

5.6 Presupuesto

Es la estimación programada de manera sistemática de las condiciones de operación de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

5.7 Capital de Trabajo

Depende del punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo

fijo y derivado) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa.

5.8 Estados Financieros Proforma

Los estados pro-forma son estados financieros proyectados. Normalmente, los datos se pronostican con un año de anticipación. Los estados de ingreso pro-forma de las empresas muestran los ingresos y costos esperados para el año siguiente, en tanto que el balance pro-forma muestra la posición financiera esperada, es decir, activo, pasivo y capital contable al finalizar el periodo pronosticado.

6. MARCO CONCEPTUAL SOBRE ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Estudio financiero

Comprende la inversión, la proyección de ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación. Por medio de este estudio se logra demostrar que tan factible o posible puede realizarse el proyecto de inversión con los recursos financieros disponibles.²⁴

²⁴ Instituto Latinoamericano de Planeación Económica ILPES, Guía para la presentación de proyectos" Pág., 121.

6.2 Valor Actual Neto (VAN)

Diferencia entre el valor actual de los flujos de fondos que suministrará una inversión, y el desembolso inicial para llevarla a cabo. Si el VAN es de resultado positivo es recomendable invertir.²⁵

6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es el tipo de descuento que entrega un valor actual neto de cero para una serie de flujos de fondos futuros.

6.4 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Se define como la menor cantidad de dinero que se espera obtener como rendimiento de un capital puesto a trabajar de manera de poder cubrir los compromisos de costos de capital.

6.5 Rentabilidad

En la rama de la economía, rentabilidad se refiere a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado, haciendo referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda

²⁵Douglas R. Emery, John D. Finnerty, John D. Stowe/"Fundamentos de administración financiera"/Pearson Educación, 2000

generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por la inversión realizada.

6.6 Riesgo

Es el daño potencial que podría surgir por un proceso presente o suceso futuro, se utiliza como sinónimo de probabilidad, el riesgo combina la probabilidad de que ocurra un evento negativo con cuanto este daño podría ocurrir o verse en la inversión.

6.7 Costo Beneficio

Se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés social. Tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, sino que se toman en cuenta los criterios sociales.

II. ENTORNO ECONÓMICO DE LOS SERVICIOS Y FUNCIONES DE LA INDUSTRIA DE TRANSPORTE DE PERSONAS CON DESTINOS A PAÍSES DE CENTROAMÉRICA ESPECÍFICAMENTE A SAN JOSÉ, COSTA RICA

1. RESEÑA DE LA INDUSTRIA DE TRANSPORTE DE PERSONAS

El Sistema de transportes primario de Centroamérica fue conceptualizado en los inicios de los años sesenta en el Estudio Centroamericano de Transportes (conocida por sus siglas ECAT), bajo el marco del proceso de integración del Mercado Común. Dicho estudio fue revisado y actualizado a inicios de los años setenta con un segundo Plan Maestro o ECAT II.

Bajo el plan original, la infraestructura vial básica de naturaleza regional debía haber sido terminada en 10 años. No obstante, tomó poco más de 20 años en desarrollar las principales obras, quedando algunos eslabones importantes sin completar. Dicha red básica contemplaba 2 carreteras trans-ístmicas: la carretera Panamericana diseñada en los años cincuenta, y el Corredor Natural diseñado en los años sesenta pero incompleto en el sur; y 4 carreteras interoceánicas: Puerto Quetzal-Santo Tomás de Castilla, Acajutla-Puerto Cortés, San Lorenzo Puerto Cortés, y Caldera- Puerto Limón. El énfasis

coyuntural de las iniciativas gubernamentales estaba en la ampliación de la red y no en su mantenimiento.

Durante la llamada "década perdida" de los años ochenta, la infraestructura regional se deterioró severamente debido a la falta de inversión efectiva en mantenimiento.

Limitaciones importantes a nivel fiscal y restricciones en el endeudamiento externo aceleraron la crisis. Además, las instituciones públicas responsables de la construcción y el mantenimiento (Ministerios de Construcción de Obras Públicas y Transporte) comenzaron a colapsar producto de estructuras organizacionales rígidas, ineficientes y sobredimensionadas.

Con la ayuda de las instituciones multilaterales de financiamiento, y coincidente con la ejecución de programas de ajuste estructural, a mediados de los años noventa se retoman proyectos de rehabilitación/reconstrucción y mantenimiento de la red y se inician procesos de reforma institucional con el fin de reorientar la labor de los Ministerios del Sector, fortaleciendo su rol planificador y regulador y trasladando al sector privado las funciones operativas.

Dicho esfuerzo se regionaliza en 1997 con el surgimiento del Consejo Sectorial de Ministros de Transportes (COMITRAN) y la adopción de un Marco de Políticas, Estrategia y Organización adoptado en la XVII Reunión de COMITRAN, celebrada en Washington D.C. en abril de 1997. Los señores Ministros definieron entonces políticas y estrategias en materia de mecanismos de financiamiento, reforma institucional y planeación regional. Por primera vez se plantea en el marco de las políticas enunciadas y aprobadas para el transporte regional, el involucramiento del sector privado en el financiamiento y desarrollo de las inversiones en infraestructura. Los resultados en esta área aún están por verse, ya que no todos los proyectos de carreteras son concesionales existencia de altos volúmenes de tránsito es una condición para la recuperación de las inversiones mediante el cobro de peajes, ni el sector privado está dispuesto a competir por la adquisición de compromisos de largo plazo en proyectos de países que representan algún grado de riesgo relativo para sus inversiones.²⁶

En ese mismo año, los Presidentes de Centroamérica reunidos en Tegucigalpa le solicitaron al Banco Centroamericano de Integración Económica la realización de un estudio para la posible concesión de la rehabilitación y mantenimiento de un corredor vial regional. Dicho estudio: "Implicaciones Técnicas,

²⁶ INCAE, "Implicaciones Técnicas, Financieras y Legales de la Concesión de un Corredor Vial Centroamericano", agosto 1997.

Financieras y Legales de la Concesión de un Corredor Vial Centroamericano", realizado por el INCAE²⁷ en el primer semestre de 1997, fue presentado a la consideración de los señores Ministros en la XVIII COMITRAN, celebrada en Managua en Agosto de ese año. El análisis confirmó la viabilidad de la figura de concesión de obra pública para la rehabilitación y la conservación del mencionado Corredor, no obstante la existencia de diferencias sustanciales entre los regímenes legales de cada país centroamericano, que habría que superar para un tratamiento armonizado de los componentes del proyecto dos. El marco jurídico pertinente para la concesión regional fue presentado a consideración de los señores Ministros en la XIX COMITRAN realizada en Alajuela, Costa Rica en abril de 1998 y luego enviado a la consideración de los países.

A pesar de la definición política regional, solo algunos países de la región han ido desarrollando lentamente la figura de las concesiones viales. Hasta ahora, solamente Guatemala ha logrado concesionar la Autopista Palín-Escuintla, sobre la carretera CA-9 al Pacífico, contra el compromiso de la empresa adjudicada de darle mantenimiento apropiado al tramo construido por el Gobierno y completar la construcción de la autopista desde Escuintla hasta Puerto Quetzal. Costa Rica, por su parte, ha

²⁷ Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, escuela de negocio fundada en el año de 1964 con dos campus en Nicaragua y Costa Rica.

adjudicado una concesión para la rehabilitación y mantenimiento por 12 años de la carretera Bernardo Soto, aunque no se ha podido iniciar la obra por problemas financieros del operador/inversionista. Por otra parte, los esfuerzos en el área de mantenimiento han estado enfocados prioritariamente hacia la conformación de Fondos de Conservación Vial.

Este novedoso esquema permitió un tratamiento sostenible y técnico al tema del mantenimiento utilizando fondos frescos provenientes de cargos a los combustibles y estructuras institucionales descentralizadas, idealmente con Juntas Directivas mixtas gobierno-sector privado. En esa fecha funcionaban en la región dos Fondos de Conservación. El primero y más antiguo en Guatemala y el segundo en Costa Rica. Honduras estaba en proceso de reactivar una legislación pertinente de inicios de los años noventa; Nicaragua tenía un proyecto de ley listo para ser tramitado en su Asamblea Nacional; y El Salvador tenía preparado un anteproyecto. Los países han comprendido que requieren de un mecanismo sostenible para trabajar en conservación ya que esta labor no se podrá realizar con fondos del fisco ni con endeudamiento externo. Pese a todos los esfuerzos, y aún antes de que el Huracán Mitch²⁸ golpeará la

²⁸ Huracán Mitch que golpeo la región en el año de 1998

región, el estado de la red vial era preocupante con solo un 20%.²⁹

Los países de Centroamérica de una manera unida y solidaria reconocieron las pérdidas humanas como materiales con mayor intensidad en Honduras y Nicaragua con el paso del tiempo los países se reorganizaron para la reconstrucción y rehabilitación de los planes de acción operativos, que se tenía para la visión regional³⁰

Con el paso de los años y la reparación que tuvieron las carreteras regionales llega el surgimiento de ideas para reforzar y hacer crecer el turismo en la región nace el ACUERDO REGIONAL DE PROCEDIMIENTO MIGRATORIO (CA4)

El Acuerdo Regional de Procedimientos Migratorios, tiene como objeto regular la extensión de la Visa Única Centroamericana para el ingreso temporal a los territorios de los países miembros del Convenio CA4, para personas no nacionales de Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua, en calidad de turistas, inversionistas, por negocios, salud, en tránsito, por motivos oficiales o para participar en actividades científicas,

²⁹ INCAE, "Implicaciones Técnicas, Financieras y Legales de la Concesión de un Corredor Vial Centroamericano", agosto 1997.

³⁰<https://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen1101.pdf>

humanitarias, religiosas, artísticas, deportivas, de espectáculos públicos y otras.³¹

Después de este convenio el acceso de entrada y salida entre los países que forman parte de la CA4 se volvió más factible para el turismo y comercio

2. ANTECEDENTES DEL TRANSPORTE EN EL SALVADOR

En El Salvador con el paso de los años se vuelve un país con crecimiento en la afluencia de personas al interior como al exterior; Transporte del Sol tiene una visión futura de obtener la excelencia en el servicio, esto no evita que tenga competidores fuertes dentro de este mercado entre los cuales se pueden mencionar.

2.1 KING QUALITY

Que se inició como una cooperativa en el servicio de transporte terrestre a nivel centroamericano, de primera clase fue fundada en 1992, nace en el mercado como la primera empresa especializada en servicios de transporte exclusivo, con flota de autobuses de lujo, y terminales de abordaje propias, con ello

³¹www.turibiz.com/turibiz/tur_adm_paises.php

estableciendo una marca actualmente reconocida nacional como internacionalmente.

Lo que la hace la cooperativa con más opciones de viaje y más servicios adicionales, ellos se perfilan como la empresa líder en Centroamérica.

2.2 PULLMANTUR

Pullmantur es una empresa de transporte turístico y corporativo que ha evolucionado con gran impulso desde su creación en 1992 hasta alcanzar un lugar relevante en el transporte de pasajeros de larga distancia a nivel centroamericano.

Cuenta en la actualidad con modernas unidades de última generación, únicas en el país, equipadas con tecnología exigida en la Unión Europea por su seguridad.

El mayor activo es el personal en ambos países que consiste en alrededor de 70 personas en las diferentes áreas. Todo el personal en las distintas áreas es rigurosamente seleccionado, capacitado y especializado para brindar una atención eficiente, cordial y personalizada, constituyendo ésta la cualidad relevante y distintiva de Pullmantur.

Como operadores turísticos venden más de 1,200 noches mensuales a los diferentes hoteles de El Salvador, Guatemala y Honduras, convirtiéndose en el operador con más venta en ambos países. Este volumen incide en las tarifas excepcionales que se pueden obtener paquetes de transporte y hotel.

Mediante radio de comunicación se mantiene una red de comunicación permanente entre la administración central y agencias en El Salvador, Guatemala, y las unidades que van de viaje.

Sus talleres ubicados en Guatemala y El Salvador dan un mantenimiento preventivo a las unidades para obtener de estas el mejor servicio y garantía en su viaje. Esto le permite tener un record impecable, como el no haber tenido que cambiar una llanta en el camino en 72 meses.

Cuenta con un amplio stock de repuestos y equipamiento de última tecnología que garantizan el óptimo estado de mantenimiento de las unidades, las cuales son sometidas a rigurosos chequeos antes y después de cada viaje.

2.3 TICA BUS

Su trayectoria inicia en 1963, como empresa familiar. De manera bastante rústica crean rutas en el istmo, innovando el servicio de transporte terrestre centroamericano. De esta manera consolidan el nombre en la región.

Para el año 1975 logran tomar el control completo del transporte internacional en la zona. Desde entonces el liderazgo en el mercado con nuevas unidades, inversiones en terminales y servicios innovadores.

Mientras en la época de los setentas transitaron por caminos seguros y lograron la consolidación de la empresa, en los ochentas la ruta presenta un camino difícil, debido a los conflictos políticos en Centroamérica. A raíz de esto se ven forzados a eliminar destinos y a minimizar las operaciones.

En ese momento los servicios se limitaron a la ruta Costa Rica - Panamá. Luego de una crisis de aproximadamente ocho años, logra reabrir rutas expandiendo una vez más cobertura a toda Centroamérica. Para el inicio de los años 90 iniciaron un proceso de inversión en equipo y terminales que continúan desarrollando hoy en día.

2.4 GENERALIDADES DE FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE.

2.4.1 BREVE HISTORIA

FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, que puede abreviarse FARINSA, S.A. DE C.V. conocida comercialmente como "TRANSPORTE DEL SOL", se encuentra ubicada en Avenida La Revolución No.336, de la Colonia San Benito, San Salvador; es una empresa que se dedica al servicio de transporte de personas desde El Salvador hacia los países de Guatemala y Nicaragua, inició sus operaciones desde el año 2006; ante la economía salvadoreña y ante la calidad del servicio que actualmente manejan, es muy aceptada por la mayoría de sus clientes; debido a que es un servicio completamente diferente al que brindan las otras compañías.

La constante capacitación, entrenamiento, cambio o rotación del servicio durante el viaje; han hecho que en pocos años haya crecido hasta un 75%, iniciando operaciones únicamente entre Nicaragua y El Salvador, expandiéndose a Guatemala en Marzo de 2010 y en marzo de 2012 inicia operaciones con una segunda frecuencia entre esta misma ciudad.

Actualmente el personal de servicio a bordo como de oficinas, por ser una empresa de prestigio, es muy conocido por la mayoría de sus clientes, sin contar por la confianza que cada uno de ellos genera. Con respecto a las salidas diarias que poseen: son lo bastante puntuales en horarios y no se le presentan inconvenientes en las fronteras, esto se debe al constante entrenamiento migratorio que poseen los agentes de oficina con respecto a las leyes migratorias actuales en Centroamérica.

Poseen una flota de 5 autobuses de lujo, debido a que son una empresa que se encuentra en expansión; pero son las necesarias para cubrir sus rutas, actualmente se encuentra en la negociación y compra de nuevas unidades.

Transporte del Sol en la actualidad ofrece servicio ejecutivo de transporte de personas entre los países de: Guatemala, El Salvador y Nicaragua; cuenta con una sucursal en cada país, las unidades con las que se cuenta, se encargan de atender las frecuencias diarias de los servicios, recorriendo diariamente un aproximado de 2,250 kilómetros, movilizand o más de 4,500 personas en el mes; representados por una acogedora familia y equipo de trabajo de 30 personas; en donde cada día se unen y esfuerzan por ofrecer más y mejores servicios.

Además, cuentan con los servicios de Paquetes turísticos con estadías en hoteles de ciudad, playas o cualquier destino turístico; chárter y/o alquiler de autobuses en todo Centroamérica; así como envío de encomiendas, carga y mercadería; agregados que forman parte de la gama de los servicios que se ofrecen a los clientes.

La calidad de los servicios prestados por Transporte del Sol, le ha permitido estar entre los primeros lugares de participación en el mercado nacional. Esta reconocida calidad ha llevado a la gerencia a tener la visión de querer expandir el mercado consumidor a nivel nacional e internacional.

Esta oportunidad de captar más mercado obliga a los directivos de Transporte del Sol a pensar en la innovación y en el desarrollo de sus servicios y su relación con sus clientes actuales en el largo plazo como un posible camino para desarrollar el valor de marca a largo plazo.

2.4.2 Filosofía de la empresa

2.4.2.1 Misión

"Somos una Empresa de Transporte Terrestre Internacional de Pasajeros que ofrecemos un Servicio Ejecutivo a nuestros

clientes, con salidas diarias a los países de Guatemala, El Salvador y Nicaragua; conformado por un Personal Profesional y altamente calificado, entregando todo el esfuerzo para generar una buena Rentabilidad a la Organización, garantizando así; la Satisfacción y Fidelidad de Nuestros Clientes"

2.4.2.2 Visión

"Ser la Empresa de Transporte Terrestre Internacional de Pasajeros que logre la Excelencia en el Servicio, dando así, al Cliente una Satisfacción que Supere sus Expectativas, manteniendo el Profesionalismo, innovación y Calidad en cada una de las áreas; para lograr ser la Empresa Líder y de mejor Prestigio Internacional con un estándar de ingresos y ventas óptimo para el Crecimiento y Desarrollo de la misma".

2.4.2.3 Valores

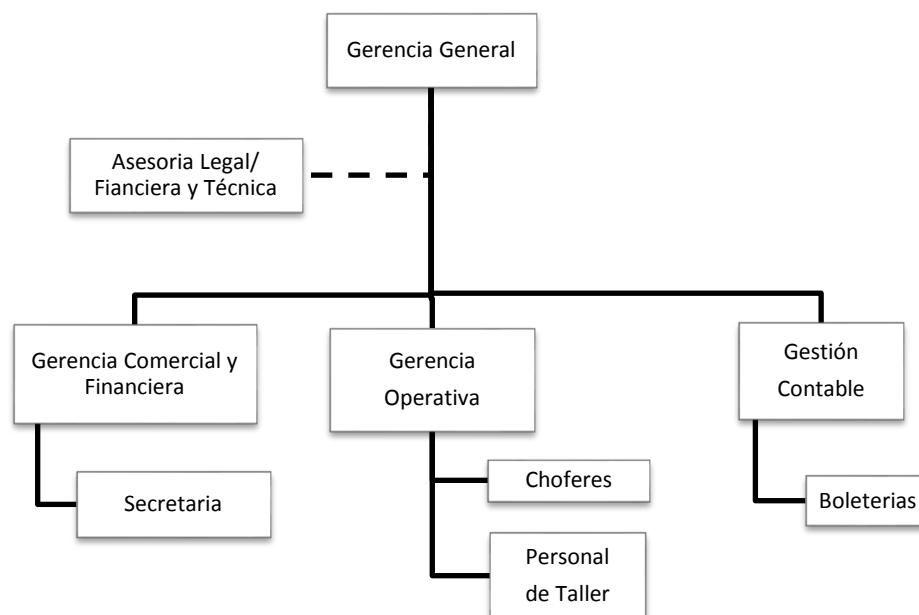
- ✓ Puntualidad
- ✓ Optimismo
- ✓ Fe
- ✓ Servicio
- ✓ Amistad
- ✓ Entrega
- ✓ Obediencia

2.4.3 Estructura Organizativa

2.4.3.1 Organigrama

Es importante una estructura organizacional bien definida porque asigna autoridad y responsabilidad de desempeño en forma sistemática; la estructura de Transporte del Sol esta definida por los accionistas de la misma organización en sus inicios y se le realizaron modificaciones en el 2010 debido al crecimiento de la empresa y sus necesidades que vienen con esto.

La estructura es de la siguiente manera:



Fuente: FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.

2.4.4 Funciones de las Principales Áreas

2.4.4.1 La Gerencia General

Esta capacita para orientar, dirigir, tomar decisiones y lograr objetivos de esto depende el éxito, de la empresa y el del grupo que conforman la misma.

2.4.4.2 Gerencia Comercial y Financiera

A partir de los objetivos organizacionales, diseñar, planificar, implementar y controlar la puesta en marcha de la estrategia comercial, creando y definiendo para el efecto la política comercial nacional y velando porque el cumplimiento de esta se desarrolle identificando oportunidades de negocio que creen valor en la relación con los diferentes canales y sus respectivos clientes y teniendo como enfoque principal, el cumplimiento del presupuesto anual de ventas y rentabilidad.

La gerente financiero tiene como funciones principales:

- a) La asignación eficiente de fondos dentro de la organización.
- b) La obtención de fondos en términos más favorables posibles.

2.4.4.3 Gerencia Operativa

Entre algunas de las funciones del área operativa dentro de Transporte del Sol son:

- a) Negocia subcontrataciones de recursos humanos y recursos técnicos.
- b) Establece alianzas con otras empresas.
- c) Controla los procedimientos de calidad y seguridad.
- d) Controla y optimiza la productividad de los equipos y la satisfacción cliente.
- e) Prepara y optimiza la organización de los transportes de acuerdo a las necesidades comerciales y del mercado.

2.4.4.4 Gestión Contable

- a) Gestionar del plan contable general, analítico y auxiliar.
- b) Cuentas pendientes de cobro y cuentas pendientes de pago.
- c) Gestión de cierres parciales.

2.4.4.5 Marco Legal

2.4.4.5.1 Constitución de la República

La Constitución de la República de El Salvador en su Artículo 115 cita que "El comercio, la industria y la prestación de servicios en pequeño son patrimonio de los salvadoreños por nacimiento y de los centroamericanos naturales. Su protección, fomento y desarrollo serán objeto de una ley".

2.4.4.5.2 Escritura de Constitución

- Ley de Registro de Comercio.³²
- Ley de Tránsito Terrestre y Seguridad Vial³³

2.4.4.6 Otras Leyes

a) CÓDIGO ADUANERO UNIFORME CENTROAMERICANO (CAUCA)

Persigue con su aplicación, establecer la legislación aduanera de una forma simplificada de conformidad con los requerimientos del Mercado Común Centroamericano y los instrumentos regionales de integración económica.

³² Art. 13, Ley de Registro de Comercio "Materias de Registro", capítulo III

³³ Art. 79 " de los vehículos del transporte colectivo de pasajeros"

En su Artículo 9 establece el rol de control aduanero y sus facultades.

Art. 19. Auxiliares Previstos³⁴

Art. 24 Transportista Aduanero³⁵

Art. 25 Agente de Transporte Internacional³⁶

Art. 60 Ingresos o Salidas de personas, mercancías y medios de transporte³⁷

Art. 108, 111, 112, 113 Modalidades de exportación e importación definitiva³⁸

b) LEY DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA

Regula las diferentes fuentes de ingresos a las que se aplica, así como los gastos deducibles y no deducibles a las cuales está sujeto el sector de los servicios de transporte.³⁹

³⁴ Código Aduanero Uniforme Centro Americano, "de los auxiliares de la función pública aduanera, capítulo II, Pág. 6.

³⁵ IDEM, Pág. 8

³⁶ IDEM

³⁷ Código Aduanero Uniforme Centro Americano, "Del ingreso y salidas de personas, mercancías y medios de transporte" título IV, capítulo I, Pág. 1 6.

³⁸ Código Aduanero Uniforme Centro Americano, "De Las modalidades de Exportación e importación definitivas", capítulo III, Pág. 26 y 27

³⁹ Código Aduanero uniforme Centro Americano (CAUCA) en <http://elsalvador.eregulations.org/media/cauca.pdf>

2.4.5 Rutas de Servicio y Horarios

2.4.5.1 Rutas de Servicios

Las rutas con las que se cuentan actualmente son:

DE	El Salvador	A	Guatemala	A	El Salvador
	El Salvador		Nicaragua		El Salvador

Además, se cuenta con los servicios de:

- Paquetes Turísticos: con estadías en Hoteles de ciudad, playas o cualquier Destino Turístico.
- Charters y/o Alquiler de Autobuses: en todo Centro América.
- Servicio de Courier, envío de encomiendas, carga y mercadería.

Agregados que forman parte de la gama de servicios de los que Transporte del Sol ofrecen a sus clientes.

2.4.5.2 Horarios

<i>ORIGEN</i>	<i>DESTINO</i>	<i>SALIDA</i>	<i>LLEGADA</i>
GUATEMALA	SAN SALVADOR	1:30 AM	6:00 AM
GUATEMALA	SAN SALVADOR	4:00 PM	8:30 PM
(1) GUATEMALA	MANAGUA	1:30 AM	6:00 PM
SAN SALVADOR	GUATEMALA	7:00 AM	11:30 AM
SAN SALVADOR	GUATEMALA	4:00 PM	8:30 PM
SAN SALVADOR	MANAGUA	6:15 AM	6:00 PM
MANAGUA	SAN SALVADOR	4:00 AM	4:00 PM
(2) MANAGUA	GUATEMALA	4:00 AM	8:30 PM

(1) Llega el mismo día

(2) Llega el mismo día

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS QUE OFRECEN EL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS A LOS DIFERENTES PAÍSES DE CENTROAMÉRICA

A. METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA INVESTIGACIÓN

1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la situación actual del servicio de transporte terrestre de pasajeros, con el fin de conocer el entorno y las bases sobre las cuales se estipulará una nueva ruta de servicio de transporte hacia la ciudad de San José, Costa Rica y regreso a la ciudad de San Salvador.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

2.1. Identificar las principales ventajas y desventajas del servicio que ofrecen los diferentes competidores.

2.2. Conocer las condiciones con que las empresas cuentan para brindar el servicio de transporte de personas a los diferentes países de Centroamérica.

- 2.3. Analizar la calidad del Recurso Humano de las empresas de transporte terrestre.
- 2.4. Conocer los factores que determinan la preferencia del uso del servicio a los diferentes países de Centroamérica.
- 2.5. Determinar el grado de aceptación de la apertura de la nueva ruta de transporte hacia Costa Rica por parte de Transporte del Sol
- 2.6. Identificar las debilidades y fortalezas del entorno interno y externo de Transporte del Sol.

3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Uno de los pasos fundamentales en una investigación es la determinación del método específico que se utilizará; para el desarrollo de este estudio utilizamos el método científico ya que es un estudio que permite hacer una comprobación objetiva de los resultados que se obtienen, este método también define el planteamiento del problema, formula objetivos y por ende hipótesis, por tanto necesita para su realización la utilización de herramientas que faciliten el trabajo en desarrollo.

3.1 MÉTODO DEDUCTIVO

El método que utilizamos para desarrollar la investigación de nuestro estudio de factibilidad técnico Económico es el deductivo, el cual nos permitió partir de bases generales y llegar a puntos particulares. El "Estudio de Factibilidad Técnico Económico para la Apertura de una Nueva Ruta de Servicio de Transporte de Personas Hacia la Ciudad de San José, Costa Rica y Regreso a la Ciudad de San Salvador, El Salvador" es una generalidad que agrupa muchos aspectos entre los que podemos mencionar como ejemplo: análisis técnico operativo, estudio financiero, incidencias, impactos que logramos estudiar de manera particular.

4. TIPO DE INVESTIGACIÓN

4.1. CORRELACIONAL

La investigación que se utilizó en el presente trabajo es de tipo correlacional, este diseño nos permitió el análisis de las variables no en forma individual sino que permite medir las relaciones existentes entre las variables, sin tener la precisión, casualidad o denotando que la hipótesis son así mismo casuales, en ella se detallan cada elemento de las situaciones que contribuyen a definir las características del estudio de

factibilidad, este tipo de investigación tiene como meta no limitar a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, se recogieron los datos sobre la base de las hipótesis planteadas por el equipo de trabajo, y luego se analizaron minuciosamente los resultados, a fin de obtener las conclusiones más relevantes para la factibilidad de la apertura de la nueva ruta de servicio de transporte que se brindaría por la empresa en estudio.

5. TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó a través del diseño no experimental-correlacional, porque no se manipularon las variables sino que se observaron los fenómenos tal y cómo suceden en su contexto natural, los cuales posteriormente fueron analizados.

6. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. PRIMARIA

La información primaria se obtuvo por medio del contacto directo que se realizó entre el Gerente de Transporte del Sol, de los clientes y competencia, la cual se realizó a través de la

observación directa, y además las encuestas que se les administraron a los clientes actuales y potenciales de Transporte del Sol.

6.2. SECUNDARIAS

Para el desarrollo del presente trabajo, las fuentes de investigación secundarias que se utilizaron fueron libros, revistas, memoria de labores, brochures, separatas, tesis, documentos y archivos del Internet y leyes concernientes.

7. TÉCNICAS UTILIZADAS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

7.1. LA ENTREVISTA

La entrevista es un acto de comunicación oral o escrito que se establece entre dos o más personas con el fin de obtener una información o una opinión, acerca de un tema en específico. Se formuló una entrevista estructurada dirigida hacia el Gerente de la empresa Transporte del Sol, con el propósito de conocer su percepción del proyecto y su necesidad de ejecución, ya que él posee la experiencia y conocimiento dentro del rubro, que permitieron determinar los elementos para comprobar la factibilidad del proyecto.

7.2. LA ENCUESTA

Consiste en recopilar datos de información a través de un cuestionario estructurado, de las variables e indicadores de las hipótesis planteadas anteriormente. A través de la encuesta se obtuvo la información de los usuarios del servicio de transportes, así como de los clientes potenciales.

8. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Instrumentos, es la herramienta para ejecutar los procedimientos que señala la técnica.

8.1. Guía de entrevista

Para realizar las entrevistas se elaboró una guía de entrevista (Véase anexo 1) estructurada con preguntas abiertas en donde el Gerente de Transporte del Sol aportó información significativa tras un proceso de reflexión junto con la descripción de procesos y eventos relacionados a las variables.

También proporcionó información sobre el tiempo que la empresa tiene de estar en el mercado, la cantidad de empleados que posee actualmente para desarrollar las labores cotidianas, salarios de los empleados, prestaciones, entre otros, así como los gastos de agua, luz, teléfono, local, combustible, etc.

8.2. Cuestionario

Se formuló un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas, las cuales se dirigieron a los clientes del servicio de transporte de Transporte del Sol (Ver anexo 2) con el propósito de obtener de ellos la información adecuada sobre el servicio que les brinda Transporte del Sol, se realizó un cuestionario de preguntas para los clientes de las competencias que son clientes potenciales (Ver anexo 3) para el nuevo servicio y aquellos clientes que laboran en empresas que tienen la posibilidad de viajar por negocios o placer; información fundamental para la determinación de la factibilidad del proyecto desarrollado.

8.3. Guía de Observación

Consistió en detallar anticipadamente los datos y elementos que interesan observar sobre los clientes y posibles clientes que viajan entre los países de Centroamérica.

9. UNIDADES DE ANÁLISIS

Las unidades de análisis la constituyeron:

Los clientes tanto de Transporte del Sol, así como los clientes de las demás empresas de transporte terrestre.

10. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA

10.1. UNIVERSO

Tomando en cuenta que la población es el conjunto de personas, elementos o fenómenos cuya situación se investigó. El universo a considerar fue:

Universo I

Estuvo comprendido por la cartera de clientes de Transporte del Sol, de las ciudades de San Salvador, Managua y Guatemala y clientes extranjeros, que fueron hombres y mujeres, mayores de 16 años de edad. Actualmente se cuenta con una cartera de clientes promedio al mes de 4,500 clientes que se transportan entre las ciudades de San Salvador, Managua y Guatemala.

Universo II

Quedó comprendido por el promedio de personas que viajan al mes entre los diferentes países de Centroamérica (Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica) y que son pasajeros de las empresas competencia (King Quality, TICA BUS y Pullmantur); entre las edades de 0 a 90 años. Actualmente se consideró un aproximado de 22,500 personas por mes que viajan con las

empresas competencia a las diferentes rutas de destino, según datos proporcionadas por las mismas entidades. (Ver anexo 4)

10.2. DETERMINACION DE LA MUESTRA PARA LOS CLIENTES ACTUALES Y CLIENTES POTENCIALES

Muestra I

El tipo de muestreo para el universo de las carteras de clientes de Transporte del Sol, de las ciudades de San Salvador, Managua, Guatemala y clientes extranjeros, fue de tipo aleatorio; ya que todos los pasajeros mayores de 16 años tuvieron la misma posibilidad de ser encuestados.

Para utilizar la muestra de pasajeros, se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, la cual se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

Z = Nivel de Confianza

e = Error máximo permisible

P = Probabilidad de Éxito

Q = Probabilidad de Fracaso

A continuación se presenta el cálculo de la muestra de los clientes.

$$n = ?$$

$$N = 4,500$$

$$Z = 90\% \text{ es igual al valor de } 1.64$$

$$e = 10\%$$

$$P = 0.50$$

$$Q = 0.50$$

Calculo de Muestra I:

$$n = \frac{(1.64)^2(0.50)(0.50)(4,500)}{(0.10)^2(4,500 - 1) + (1.64)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 66$$

Muestra II

El tipo de muestreo para el universo del promedio de personas que viajan al mes entre los diferentes países de Centroamérica (Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica) y que son pasajeros de la competencia (King Quality, TICA BUS y Pullmantur) fue de tipo aleatorio, ya que todos los pasajeros mayores de 16 años tuvieron la misma posibilidad de ser encuestados. Para utilizar la muestra de pasajeros, se utilizó la fórmula para poblaciones finitas.

La fórmula es:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

Z = Nivel de Confianza

e = Error máximo permisible

P = Probabilidad de Éxito

Q = Probabilidad de Fracaso

A continuación se presenta el cálculo de la muestra de los clientes potenciales.

Datos

n = ?

N = 22,500

Z = 90% es igual al valor de 1.64

e = 10%

Variabilidad:

P = 0.50

Q = 0.50

Calculo de Muestra II:

$$n = \frac{(1.64)^2(0.50)(0.50)(22,500)}{(0.10)^2(22,500 - 1) + (1.64)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 67$$

11. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la presente investigación se realizó un análisis estadístico de la información obtenida a través de las encuestas que se utilizaron en el estudio de mercado, siendo estos los análisis de frecuencias y porcentajes.

Para procesar la información obtenida se utilizó Microsoft Excel, ya que este instrumento permite tabular los datos de manera rápida, eficaz, proporcionando frecuencias y porcentajes, obteniendo resultados exactos.

B. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1. Segmento de Mercado

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede establecer que el segmento de mercado de las empresas dedicadas a la prestación de

servicio de transporte terrestre a los países de Guatemala, Nicaragua y Costa Rica, está constituido por personas con necesidades de estudio, trabajo, comercio, entre otras, las cuales necesitan trasladarse para el cumplimiento de sus labores o actividades, asimismo los extranjeros y/o turistas, y todas aquellas instituciones y/o empresas que requieren de dicho servicio.

A través de las encuestas que se realizaron a los clientes actuales que viajan a los países de Guatemala y Nicaragua, se pudo constatar que el segmento de mercado de la empresa Transporte del Sol está dirigido a los ejecutivos que viajan por negocio a esos países, y dicho segmento está conformado por personas que oscilan entre los 20 y 39 años de edad. (Ver anexo 5, pregunta 1).

En cuanto al sexo se determinó que los clientes de Transporte del Sol, está conformado por un 53% del sexo femenino y el 47% lo conforma el sexo masculino. (Ver anexo 5, pregunta 2)

2. El Servicio en el mercado

La prestación del servicio por parte de las empresas que poseen los precios más bajos como TICA BUS y King Quality (línea más económica) no poseen suministro de alimentación durante el viaje lo cual hace que el pasajero se sienta incomodo; a diferencia de

Transporte del Sol que brinda el servicio de alimentación de restaurantes reconocidos como Pollo campero, Burger King, Pizza Hut, Subway, bebidas frías y/o calientes; la empresa Pullmantur posee servicio de alimentación gourmet para los pasajeros de primera clase, sin embargo el costo del pasaje en comparación a Transporte del Sol es mucho más alto y exclusivo de clientes con mayor capacidad de adquisición.

La empresa TICA BUS realiza las estaciones establecidas, para que cada uno de sus pasajeros compre su respectiva alimentación. En el recorrido sólo los acompaña el conductor del autobús, no poseen un ayudante o sobrecargo quien dirija a sus pasajeros, los trámites en fronteras son realizados por el conductor; lo cual atrasa a la unidad con respecto a todos los trámites que debe realizar (trámites aduanales y migratorios) y las empresas que brindan servicios a bordo tienen un alto costo o pueden ser económicos pero no satisfactorio en la calidad del servicio, los clientes se quejan de la mala atención brindado por los sobrecargos, a excepción de Transporte del Sol.

Transporte del Sol, brinda el servicio ejecutivo entre las ciudades de Guatemala, El Salvador y Nicaragua, saliendo en horarios puntuales desde sus terminales ubicadas en sus diferentes destinos, en el recorrido no realizan estaciones a excepción de las fronteras, los trámites migratorios son realizados por la azafata. De los autobuses de puede decir que

cuentan con asientos reclinables, aire acondicionado, servicio de audio y video, servicio sanitario entre otros.

Cabe mencionar que las empresas de transporte terrestre de pasajeros, utilizan la prensa escrita como único medio de publicidad, las páginas WEB y las redes sociales que poseen.

Así mismo Transporte del Sol utiliza la prensa escrita para ofrecer sus rutas de servicio y paquetes de estadía, también hacen uso de su página WEB y sus respectivas redes sociales.
(Ver anexo 8)

Además ofrece paquetes de Autobús más Hotel, a una tarifa muy económica, que incluye desayunos buffet e impuestos, ya sea en la ciudad de Guatemala en Hotel Crowne Plaza o en Antigua Guatemala.

La prestación del servicio de Transporte del Sol es calificado como excelente por sus clientes ya que un 77%, le otorgaron una calificación de entre 9 y 10, lo que se considera ventaja ya que su misión es encontrar la excelencia en la prestación del servicio (Ver anexo 5, pregunta 9), gracias a esa excelencia en el servicio, se logró determinar que el 62% de los clientes manifiestan tener fidelidad al viajar exclusivamente con Transporte del Sol. (Ver anexo 5, pregunta 10)

3. Fijación de precios

La fijación de los precios por parte de las empresas de transporte terrestre de pasajeros, es orientada principalmente a maximizar el beneficio de cada empresa; sin embargo se obtuvieron factores a considerar en la fijación de precios para cada empresa:

Precios fijados por el crecimiento de la compañía tal como Transporte del Sol, acompañado con el objetivo de mejorar su imagen, marca y servicio; empresas como TICA BUS utilizan precios bajos para incrementar el volumen de ventas en cantidad de boletos vendidos y al mismo tiempo desmotiva a la entrada de nuevos competidores.

King Quality intenta mantener liderazgo en los precios y que las demás compañías intenten igualar sus precios. Pullmantur fija sus precios brindando un servicio Premium y orientados a personas con un nivel económico alto.

En resumen cada empresa fija sus precios de acuerdo a sus necesidades y expectativas, Transporte del Sol desea ser percibido como justo en el precio por sus clientes actuales y

potenciales y así poder crear interés y entusiasmo por su servicio.

En el siguiente cuadro de detalla el comparativo de precios de las empresas:

Destino	Tarifa (sólo ida)			
	King Quality	Pullmantur	TICA BUS	Transporte del Sol
El Salvador - Guatemala	\$ 40.00	\$ 40.00	\$18.00	\$25.00
El Salvador - Nicaragua	\$ 79.00		\$ 50.00	\$ 50.00
El Salvador - Costa Rica	\$ 80.00		\$ 80.00	

- Tarifas sujetas a cambio

Transporte del Sol, tiene una tarifa accesible en comparación con la competencia, la tarifa hacia Guatemala es de US \$ 25.00 y US \$ 50.00 hacia Nicaragua, además ofrece un 10% de descuento para personas de la tercera edad, estudiantes y religiosos. Para los cumpleaños, en el mes de su cumpleaños reciben un boleto gratis de regalo de cumpleaños. (Boleto sólo de ida)

También ofrece boletos al dos por uno los días miércoles, lo anterior para incrementar la afluencia y preferencia de los clientes.

4. Análisis de la demanda en el mercado

Con la investigación realizada se pudo determinar que los servicios de transporte a los países de Centroamérica poseen mayor preferencia en el mercado aquellos de menor costo, aunque esto implique incomodidades en el servicio.

Transporte del Sol, posee una buena aceptación dentro del mercado, puesto que a través de la información obtenida se determinó que los clientes consideran que la calidad en su servicio es muy buena y que satisface las necesidades y el costo está al alcance de todos y vale la pena preferirlos. (Ver anexo 5, pregunta 12)

En cuanto a los clientes actuales solamente el 12% viaja con destino a Costa Rica, sin embargo se les preguntó si preferirían a Transporte del Sol, si contara con esa ruta y los resultados fueron que el 82% viajaría con Transporte del Sol, si contara con la ruta hacia Costa Rica, esto permite determinar que sería positivo para los intereses de la empresa, ya que las personas que viajan a ese destino respondieron que tomarían en cuenta a Transporte del Sol con ese servicio. (Ver anexo 5, pregunta 15)

5. Determinación de Fortalezas y Debilidades

El análisis FODA de la empresa Transporte del Sol muestra las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que son las siguientes:

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Es una empresa sólida en el mercado de transporte de personas en los países de Centroamérica y sólida en su ámbito laboral. • Empresa altamente competitiva tanto nacional como internacionalmente. • Desarrollo profesional para con los empleados • Fácil acceso a información para los clientes. • Un servicio profesional y excepcional con cada cliente • Tarifas bajas. • Buen nivel económico y financiero de los directivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las instalaciones ya que no se cuentan con las adecuadas para poder brindar un servicio excelente. • La falta de más Agencias propias. • Pocos horarios en las rutas de destino. • No cuenta con ruta hacia Costa Rica

	<ul style="list-style-type: none"> • El apoyo de los directivos al crecimiento de la empresa. 	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Las recomendaciones de cada uno de los clientes • La libre competencia • La apertura de nuevos destinos • La mayor afluencia de clientes • Una mayor extensión de agencias para poder brindar más servicios y cubrir con la necesidad del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia • La cancelación de rutas de viaje, a causa de la inseguridad de los países de Centroamérica. • Aparición de nuevos competidores • Situación económica insuficientes para emprender proyectos de gran escala

*FODA realizada mediante una entrevista al Gerente de Operaciones, así como también por medio de lo determinado por las encuestas de los clientes y clientes potenciales. (Ver anexo 2, 3 y 5)

C. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1) Conclusiones

De acuerdo con el presente estudio, la factibilidad de la creación de la nueva ruta de servicio hacia San José Costa Rica, es viable ya que:

- ✓ Las empresas que operan en la ruta desde El Salvador hacia San José Costa Rica, no cubren la demanda existente, ya que son pocas las empresas que proporcionan el servicio hacia ese país.
- ✓ Las empresas que no ofrecen promociones o descuentos a sus clientes, poseen una desventaja competitiva con relación a las empresas que si ofrecen excelentes promociones.
- ✓ Actualmente ninguna de las empresas evaluadas, posee la calidad total en el servicio que ofrece, por lo que la demanda del servicio dependerá de los atributos que el cliente esté dispuesto a sacrificar o preferir sobre otras ofertas de servicio.
- ✓ Los usuarios del servicio de transporte no se sienten complacidos con el servicio, ni con la calidad humana del personal de las diferentes empresas de transporte que ya prestan el servicio a esa ruta de destino.

- ✓ La investigación realizada de la creación de la nueva ruta de transporte, permite conocer cuáles son los requisitos para la implementación y operación de la ruta hacia Costa Rica, y la necesidad de cubrir las expectativas de los clientes actuales y potenciales.
- ✓ Los pasajeros prefieren aunque el costo del servicio sea mayor, que se les brinde un servicio de transporte con atributos esenciales como alimentos y bebidas; servicio a bordo; trámites aduanales; comodidad en las unidades, paquetes turísticos etc.
- ✓ Se concluye que entre más satisfecho se encuentre el cliente con el servicio que se le brinde, su preferencia es más fiel y aumentan considerablemente las recomendaciones a otras personas, incrementando la cartera de clientes y la fidelidad de esta en las entidad que ofrece el servicio.
- ✓ Transporte del Sol al ser una empresa sólida y altamente competitiva en el mercado de transporte de personas a nivel nacional e internacional, la apertura de la nueva ruta le da una gran oportunidad de competir en el mercado centroamericano de Transporte y con el excelente servicio que ofrece garantiza la aceptación de los clientes actuales y potenciales.

2) Recomendaciones

- ✓ En vista que las empresas que operan en la ruta hacia San José Costa Rica, no cubren la demanda existente, Transporte del Sol tiene una gran oportunidad de implementar el servicio a ese país, siempre y cuando cumpla los requisitos de las leyes pertinentes.
- ✓ Transporte del Sol, debe mantener las promociones y descuentos atractivos, para mantener a los clientes actuales y atraer clientes nuevos.
- ✓ Transporte del Sol debe mejorar sus debilidades, para fortalecer cada área de la empresa y las actividades que se realizan, fomentando así el liderazgo y la excelencia, para alcanzar las metas y obtener el beneficio esperado.
- ✓ Transporte del Sol debe de contratar al personal que laborará en la empresa con un perfil orientado a la excelencia operativa y de servicio, incorporar además novedosos atributos que la competencia no brinda actualmente para atraer nuevos clientes.
- ✓ Transporte del Sol deberá elaborar un itinerario del recorrido de la nueva ruta hacia Costa Rica y establecer los horarios de salida y llegada, adecuados para garantizar la preferencia de los clientes.

- ✓ Transporte del Sol debe de continuar con la publicidad actual y de ser posible aumentarla gradualmente para darse a conocer en los diferentes países en los que se presta el servicio, con lo cual incrementará la preferencia de los clientes y la fidelidad de los mismos.
- ✓ En base al posicionamiento de Transporte del Sol en el mercado y dado el buen servicio que brinda a los clientes, la apertura de la nueva ruta sería factible, lo cual deberá aprovechar para su expansión en el mercado y consecuentemente un aumento en sus utilidades.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA NUEVA RUTA DE SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE DE PERSONAS HACIA SAN JOSÉ, COSTA RICA Y REGRESO A LA CIUDAD DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR, PARA LA EMPRESA FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.

A. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

1. Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para una nueva ruta de servicio de transporte terrestre de personas hacia San José Costa Rica y regreso a la ciudad de San Salvador El Salvador, para la empresa FARMA INDUSTRIA DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE que puede abreviarse FARINSA, S.A. DE C.V., conocida comercialmente como Transporte del Sol.

2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar el segmento de la población al cual se va a dirigir la nueva ruta de servicio, con el fin de aplicar estrategias para ingresar

acertadamente y la demanda potencial estimada de este segmento.

- Elaborar un estudio técnico que permita identificar el tamaño óptimo del proyecto, localización, requerimiento de insumos, análisis organizativo y administrativo que provea información para cuantificar el monto de la inversión y los costos de operación.
- Determinar el monto total de la inversión requerida y la estructura financiera del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera del proyecto que permita evaluar su rentabilidad

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Características del Servicio.

1.1. Descripción del Servicio a Ofrecer

El Servicio de transporte terrestre de pasajeros y encomiendas que se brindará será en autobuses de lujo apropiados para el confort y seguridad de los pasajeros. Para la atención al cliente se contará con oficinas en San Salvador, El Salvador y en otra en la ciudad de San José Costa Rica; destinadas a informar y facilitar la contratación de la mejor opción de

servicio para el interesado y hacer todo lo posible si el caso amerite ayudar en alguna dificultad que tenga el potencial usuario.

Una vez hecha la reservación o contratación del servicio, el chofer se pondrá a disposición de las ordenes de oficina quince minutos antes de la hora del recorrido con el fin de ayudar al cliente y salir a la hora prevista al lugar de destino contratado, para el caso hacia San José Costa Rica.

En caso de un atraso del pasajero, el encargado de oficina tendrá la obligación de llamar al cliente para conocer su dificultad y si se puede ayudarle, con esto se tomará la decisión de esperar cinco minutos o no.

1.2. Atributos del Servicio

- ✓ Unidades confortables. Autobuses de lujo adecuados y que le permitan al cliente sentirse a gusto al no tener que enfrentarse con la realidad de los buses y servicios actuales.
- ✓ Seguridad. Tanto el pasajero como la encomienda se movilizara de forma segura, ya que la empresa cuenta con choferes profesionales y prudentes que no realizaran paradas innecesarias que provoquen retrasos de llegada al sitio de destino.

- ✓ Oportuno. Es un servicio que está presto y a disposición del cliente y que le asegura la hora real de arribo al sitio de destino.
- ✓ Atención Esmerada. El personal de Transporte de Sol, en este caso la azafata será la encargada de ofrecer todas las facilidades para el cliente, desde el abordaje hasta el momento en el que llega a su destino final.

2. Mercado Objetivo

El mercado objetivo del servicio de transporte terrestre hacia Costa Rica, estará conformado por hombres y mujeres mayores de edad, que tengan que trasladarse hacia la Ciudad de Costa Rica por motivos de estudio, trabajo, comercio, entre otras.

3. Productos Sustitutos

Entre los servicios sustitutos que podrían amenazar la apertura de la nueva ruta de destino hacia la ciudad de San José Costa Rica están:

- ✓ Las diferentes líneas aéreas que viajan a Costa Rica.
- ✓ Un automóvil particular
- ✓ Una coaster o microbús
- ✓ Entre otros

4. Principales Competidores

Entre los principales competidores están TICA BUS, King Quality (Ahora PLATINUM), Pullmantur, los cuales ofrecen las mismas rutas de destino que Transporte del Sol, además de la ruta hacia Costa Rica, que será la nueva ruta de destino que brindaría Transporte del Sol.

La competencia siempre tomará estrategias para no perder su mercado y lo más recurrente es disminuir sus precios, aunque esto signifique disminución en el porcentaje de sus utilidades

5. Análisis de la Demanda

Para el caso en estudio, la determinación de la demanda de personas que viajan hacia Costa Rica se obtuvo a través de la información proporcionada por las diferentes empresas que brindan el servicio al destino de San José Costa Rica, obteniendo como resultado una demanda total de 6,000 personas que viajan a ese destino.

6. Demanda Potencial Insatisfecha

De acuerdo a la investigación realizada se pudo determinar que la demanda potencial insatisfecha está constituida por el 82% de

los clientes que viajan hacia Costa Rica y que estarían dispuestos a cambiar de empresa esperando contar con los beneficios que un nuevo oferente les brindaría, entre las cuales mencionaron que las más importantes son el precio, la calidad del servicio, entre otros. (Ver anexo 5, pregunta 15)

6.1. Cálculo de la Demanda Insatisfecha

Demanda Total = 6,000 clientes

Demanda Potencial Insatisfecha = 82%

Demanda Potencial Insatisfecha = $6,000 \times 82\% = 4,920$ clientes

7. Análisis de la Oferta

Para el proyecto de apertura de la nueva ruta de servicio hacia Costa Rica, se determinó que la demanda que existe actualmente en el mercado es de 6,000 clientes, de estas el 82% lo conforman los clientes insatisfechos lo que representan 4,920 usuarios.

Debido a la inestabilidad del mercado y a la falta de fidelidad de los clientes que hacen uso del servicio para Costa Rica y por la variación de los precios, así como; debido a que la competencia esta consiente que el servicio que ofrece al mercado no cuenta con un excelente servicio para satisfacer las expectativas de los usuarios ya que el 69% lo evaluaron como

bueno, es por esa razón, que se estimó conveniente el ofertar únicamente un 15% sobre la demanda insatisfecha para iniciar con la nueva ruta hacia Costa Rica, lo cual aumentará a medida avance el proyecto a través del tiempo ofertando el servicio de calidad que le caracteriza y un precio accesible para los clientes. (Ver anexo 6, pregunta 13)

7.1. Cálculo de Participación en el Mercado.

Demanda Insatisfecha = 4,920 clientes

Porcentaje de Participación (15%) $4,920 \times 15\% = 738$ clientes

7.2. Proveedores Principales

Los proveedores principales que contribuirán en la nueva ruta de servicio hacia Costa Rica son:

- ✓ Compañía de combustible Texaco Caribbean Inc. (con la cual se tiene convenio).
- ✓ Pollo campero
- ✓ Burger King
- ✓ Subway
- ✓ Otros.

8. Análisis de los Precios

El precio es de suma importancia ya que influirá en la percepción que tiene el consumidor sobre el producto, además debe saberse si lo que buscará el consumidor será calidad, sin importar mucho el precio, o si será una de las variables de decisión más importantes, debido a que en muchas ocasiones una mala fijación de precio es la responsable de la escasa demanda de un producto.

Transporte del Sol ofrece tarifas accesibles a sus clientes a través de la fijación de precios basada en la competencia los cuales son muy competitivas con las tarifas de la competencia, por tal razón y en base a las encuestas realizadas en la cual hay referencia a los precios de la competencia y la tarifa probable que pagarían los clientes hacia Costa Rica, estaría entre los US \$ 67.00 sólo ida y US \$121.00 ida y regreso.

Sin embargo el precio del servicio hacia Costa Rica, se determinará a través del método de los costos totales más una utilidad deseada, el cual se mantendrá fijo en la medida que los factores económicos y de mercado se mantengan estables en el país.

9. Promoción del Producto

Para que Transporte del Sol pueda a dar a conocer su nueva ruta de servicio hacia San José Costa Rica puede utilizar los siguientes medios publicitarios:

✓ Hojas volantes o brochures

Los cuales se repartirán a todos los clientes que lleguen a las oficinas ubicadas en San Salvador, en centros comerciales, parques, entre otros.

✓ Radio y Prensa escrita

Para dar a conocer las tarifas de apertura de la nueva ruta, Transporte del Sol, debería anunciarse tanto en la radio como en la prensa escrita, de igual manera utilizar sus respectivas páginas WEB y las Redes Sociales como Facebook, Twitter.

✓ Logotipo y Slogan

Transporte del Sol con su eslogan "*Nuestro Orgullo es Servirle*", pone de manifiesto la importancia de brindar un excelente servicio al cliente independientemente de la ruta a la que se traslade desde que compra el boleto hasta la llegada a su lugar de destino.

A continuación se presente el logotipo y eslogan de Transporte de Sol:



10. Distribución y Punto de Venta

La empresa venderá directamente los boletos a los pasajeros cuando lleguen a sus oficinas y la empresa es la encargada de informarle todo lo referente con el servicio solicitado y los paquetes que tienen disponibles en ese momento, sin intermediarios.

11. Conclusiones del Estudio de Mercado

- ✓ El 82% de los usuarios que viajan en la ruta hacia San José Costa Rica, manifiestan estar insatisfechos con el servicio prestado por las empresas que actualmente brindan el servicio en dicha ruta.
- ✓ Las actuales empresas que operan con destino a Costa Rica, no cubren la demanda existente y las expectativas que esta tiene del servicio de transporte.

- ✓ La oferta existente no es amplia y no tiene posicionamiento del mercado, dando una gran oportunidad a Transporte del Sol de competir y extenderse en el mercado.

- ✓ Los clientes potenciales están de acuerdo con que Transporte del Sol, realice la apertura hacia Costa Rica, manifestando que preferirían a Transporte del Sol de llevarse a cabo la apertura a ese destino.

- ✓ Los resultados obtenidos en esta investigación conllevarán a la formulación de estrategias para la comercialización, con el fin de atraer a los clientes potenciales y de esta forma brindar un servicio con eficiencia y calidad.

C. ESTUDIO TÉCNICO

1. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto está en estrecha relación a la demanda que se pretende atender, la cual es de 6,000 personas que viajan con destino hacia Costa Rica, por tanto se mencionan algunos de los factores primordiales que afectan en esta determinación; entre los factores se pueden mencionar: disponibilidad de insumos, localización, dimensiones de la planta, financiamiento, entre otros.

Capacidad instalada del servicio: Para poder cubrir la demanda insatisfecha de 738 personas que representan un 15% de dicha demanda se deberá adquirir un autobús con capacidad de 45 pasajeros, La capacidad del autobús es óptima para el máximo de pasajeros en el servicio de chárter que demandan los clientes actuales y potenciales de Transporte del Sol. Además de ello se establecerá un nuevo punto de venta en el país de Costa Rica, específicamente en la ciudad de San José, ubicación establecida por la empresa como punto de llegada y salida. Para dicho punto de venta también se comprara un kiosco en el cual se podrán adquirir los pasajes para el viaje estos también serán vendidos

en los demás puntos de venta que tiene la empresa en los países de: Nicaragua, Guatemala y El Salvador.

Capacidad utilizada: Se han planificado 4 viajes a la semana (2 de ida y 2 de regreso), ruta El Salvador-Costa Rica, para un total de 16 viajes mensuales y 192 anuales a una demanda proyectada de 26 pasajeros por viaje. De los clientes por viaje el 13% adquiere su boleto solo de ida y el 87% adquiere el boleto de ida y vuelta.

Adicionalmente se considera que se prestan servicios mensuales por la transportación de Encomiendas (Courier) que adquieren los clientes, y 1 chárter (viaje exclusivo) cada tres meses.

La capacidad utilizada incrementará a partir del segundo año conforme aumenten las ventas de Transporte del Sol.

2. Localización del Punto de Venta.

La localización óptima de la empresa Transporte del Sol no depende de factores como: disponibilidad, cercanía de los proveedores y costos de transporte de insumos, ni de otros aspectos como: agua, luz, teléfono, sino de la disponibilidad del lugar óptimo del punto de venta.

En el estudio de localización se hace referencia a la macro tanto como a la micro localización con la finalidad que el lugar que se evalúe para el funcionamiento de la nueva ruta de servicio de transporte hacia la ciudad de Costa Rica sea estratégico para una fácil ubicación, acceso y reconocimiento por parte de los clientes actuales y potenciales, por tanto:

2.1 Macro localización

Región: América Central

Orientación: Límites al Sur con Panamá, al norte con Nicaragua

País: Costa Rica Ciudad: San José



2.2 Micro localización

En la micro localización se indica las decisiones, aspectos más detallados como los de arrendamiento, costos de instalaciones,

etc., que en última instancia estarán dimensionados en el monto de la inversión requerida en el proyecto.

Para determinar la localización óptima del establecimiento debe realizarse por medio de las siguientes etapas:

- Identificar y definir los factores de localización fundamentales en Costa Rica para llevar a cabo el proyecto. en este caso se determinó que es la Capital de Costa Rica la ciudad de San José el lugar óptimo de establecimiento.
- Identificar las alternativas de localización de acuerdo con los factores antes identificados, la ubicación del establecimiento de punto de ventas, así como de llegadas y salidas debe contar con adecuadas vías de transporte urbano que faciliten el acceso de los clientes desde diferentes puntos de la ciudad.
- Identificar factores de tipo institucional que limiten o que alienten la localización, por estudios anteriores la empresa instala sus puntos de ventas en Hoteles ya que les es rentable y factible.

En Conclusión y habiendo tomado en cuenta las tres etapas la micro localización se encuentra en la ciudad de San José, en Costa Rica, calle 42, carretera Interestatal American, dentro del Hotel Crowne San José Corobici.

2.2.1 Descripción Geográfica.



3. Descripción del Servicio

Es importante entender y conocer a detalle el funcionamiento de cada uno de los pasos que realiza el cliente, como la empresa para brindar el servicio de viaje. En seguida se describen paso a paso los procedimientos, equipos, distribución, organización y promoción que se utilizará dentro de la comercialización del servicio de transporte terrestre desde El Salvador hacia Costa Rica y viceversa.

3.1 Descripción del Servicio de Transporte

3.1.1. Información al cliente

Esta etapa comprende la información que se brinda al cliente, sobre los horarios de salida y llegada para los pasajeros y

encomiendas, atención puerta a puerta, contratación especial, formas de pago, descuentos, promociones, y como realizar, cambiar o suspender sus reservaciones, entre otras.

Para mayor facilidad y comprensión de la información se diseñarán brochures, con las ofertas del servicio a brindar, los mismos que serán entregados a los clientes potenciales.

La encargada de puntos de venta de los pasajes expone a los clientes las promociones, descuentos y explica la información o duda que tenga sobre los brochures.

3.1.2. Venta

Se concreta la compra del servicio por parte del interesado; el vendedor toma nota del compromiso de venta del servicio, de ser necesario lo elevará la categoría de un contrato.

En este se acuerdan los términos de la prestación del servicio que pueden estipularse en los siguientes puntos. (Ver anexo 9)

- ✓ Nombre del Pasajero
- ✓ Lugar de partida y destino
- ✓ Fecha y hora de partida y regreso
- ✓ Tarifa
- ✓ Emitido por y fecha de emisión
- ✓ Observaciones.

3.1.3. Reservación

Con el cierre de la venta, se procede a realizar la reserva y provisión del Autobús necesario para prestación del servicio.

Este procedimiento permite saber que horarios quedan disponibles para la venta y poder ofertarlos sin temor a lograr mayor venta de la capacidad con la que se cuenta.

3.1.4. Presentación y autorización

Las unidades deberán presentarse con puntualidad a las oficinas de la empresa para poder recibir toda la información mediante explicación directa y una lista en la que se señalan los datos de las personas y la operación que debe realizar. En el caso de ser encomienda, la ficha y firma de consistencia será extendida desde el responsable. De esta forma se autoriza al chofer para que cumpla con la prestación del servicio.

3.1.5. Abordaje

La unidad designada para el servicio contratado deberá encontrarse en el lugar señalado, por la oficinista de ventas, treinta minutos antes de la hora señalada para la salida con el que los clientes tengan suficiente de ingresar al autobús, realizar sus consultas a la empresa o cualquier otra necesidad que se le presente.

Se realizará el embarque de encomiendas y/o equipaje que son responsabilidad de la persona encargada, en donde el chofer debe verificar que la carga que recibe está de concordancia con lo que recibe y de similar forma cuando hace la entrega en el lugar de destino, puesto que esta responsabilidad está inherente a sus funciones y su firma de responsabilidad así lo obliga y compromete.

3.1.6. Recorrido

Es la movilización en sí misma, empieza con la bienvenida y el saludo correspondiente por parte de la azafata abordo hacia los pasajeros, indicando que las únicas paradas a realizarse son las sugeridas y autorizadas por la empresa. Hace una breve explicación de la acomodación dentro del autobús así como también del servicio que ella les brindará en dicho recorrido que se inicia desde las instalaciones de Transporte del Sol en El Salvador, hasta las oficinas ubicadas en el Hotel Crowne Plaza en San José Costa Rica.

3.1.7. Llegada

Dicho de esta forma es la finalización del recorrido y llegada al destino del pasajero, dependiendo de la forma de contrato que se haya celebrado. Esta llegada es al Hotel Crowne Plaza, de San José, en Costa Rica.

Para las encomiendas se procede de otra manera, el chofer se acerca hasta las oficinas para poder realizar la entrega respectiva de encomiendas a la persona encargada, donde se verificará de similar forma que en el embarque; la encomienda permanecerá en poder de la persona responsable hasta cuando el cliente llegue a retirarla bajo la demostración de su pertenencia, como la presentación de guía o su documento de identificación personal.

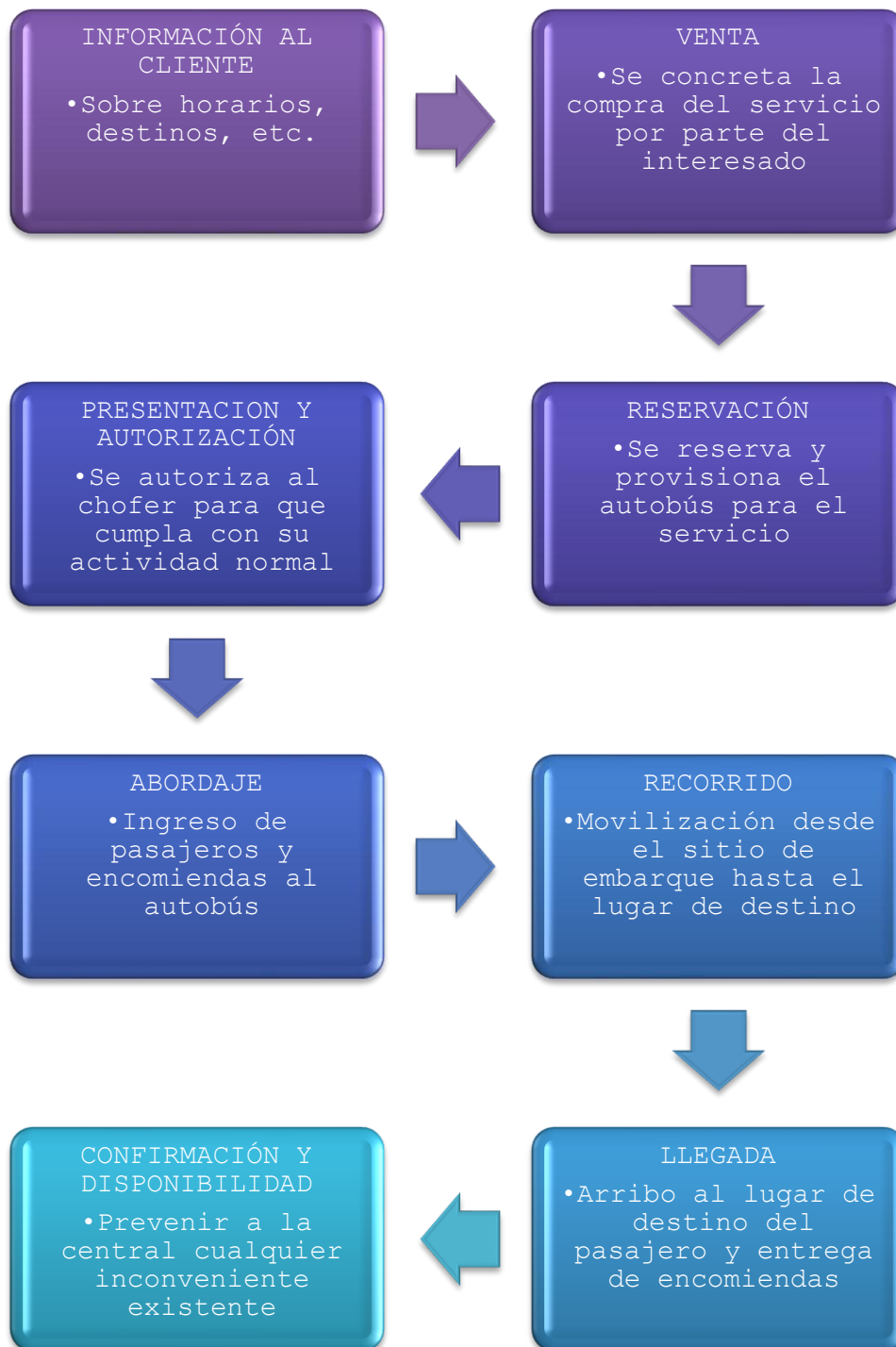
3.1.8. Confirmación y disponibilidad

Cada fin de recorrido el chofer debe ponerse en contacto con la oficina para manifestar si su actividad tuvo alguna novedad o inconveniente. Donde recibirá una nueva disposición para cumplirla con un pertinente espacio de tiempo, el cual comprende una revisión básica del autobús, de ser necesario abastecimiento de combustible u otros.

Dependiendo del recorrido que haya cubierto, el tiempo prudente para el descanso del chofer.

Esta etapa tiene por finalidad prevenir a la central cualquier inconveniente existente y que puede tomarse en una problemática para la empresa. Es el espacio propicio de toma de decisiones para seguir o no con las actividades normales.

3.2 Diagrama del Proceso del Servicio



3.3 Horarios de atención

En El Salvador, el personal administrativo atenderá como lo hace actualmente de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. y el día sábado de 8:00 a.m. a 12:00 medio día. En Costa Rica el personal administrativo iniciará sus funciones de 8:00 am a 5:00 pm y el sábado hasta las 12:00 del mediodía.

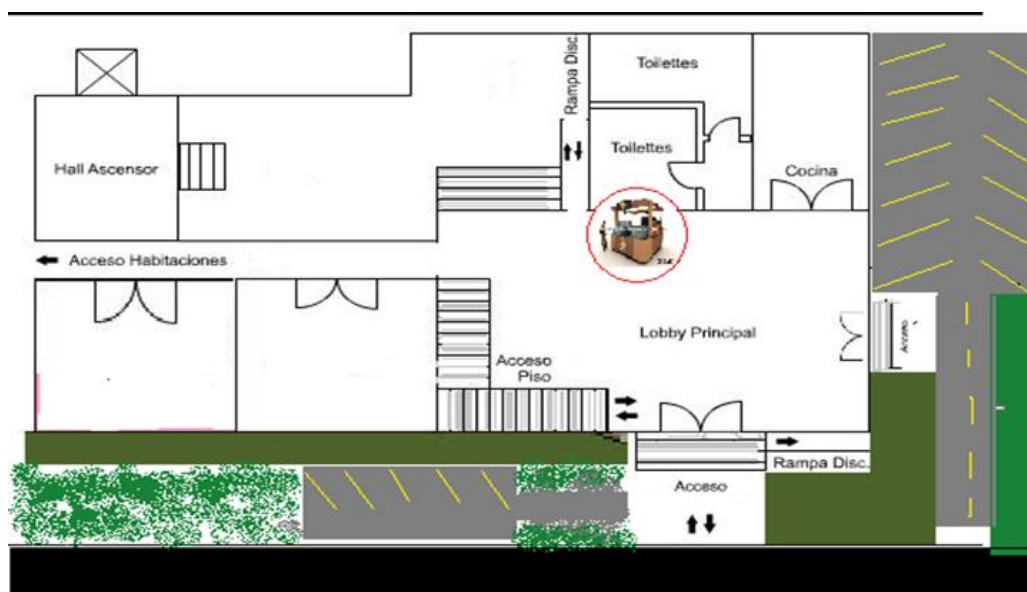
Tanto el personal de ventas en ambos países, El Salvador y Costa Rica atenderá de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. y el día sábado de 8:00 a.m. a 12:00 m.d., con excepción del personal de despacho de las unidades, choferes y azafatas quienes deberán estar a la hora programada de salida de ambos países

4. Distribución de La Planta

Debido a que la empresa ya está establecida en El Salvador y no se realizará ningún cambio en ella no se realiza su descripción, solamente la distribución del punto de venta de la apertura dentro del Hotel Crowne Plaza en Costa Rica.

Iniciar dentro de un hotel es benéfico para la empresa, debido a que únicamente se gastaría en el alquiler de una mini-oficina para iniciar operaciones (dicho alquiler rondaría entre los US \$600.00 a US \$700.00 mensuales); como visualización en el primer

año se puede considerar dependiendo el crecimiento de la ruta, el traslado ya a una oficina directamente solo de la compañía. El diseño de la distribución de la planta y sus especificaciones son según los arquitectos/diseñador de la empresa que proporciona los locales⁴⁰. (Ver anexo 10)



Para el correcto desempeño de las funciones del local se requiere de un área de 2 mts². Se ha establecido el tipo de kiosco adecuado para estar dentro del lobby principal en el Hotel u otro lugar que podría ser punto de venta en un futuro cuando se expanda más el horario de la ruta o la ruta en sí misma, este modelo del kiosco es el dt001897 (Ver anexo 11), el cual ya lo tienen en los demás puntos de ventas ya establecidos. Este modelo es de materiales con perfiles de aluminio, cada parte es desmontable, con un tamaño de 2m*2m con accesorios

⁴⁰ShangaiDetian Display Co., Ltd.

como: escaparates, mostrador de recepción, alfombra, luces LED TV y un set de 2 plantas. Estos kioscos cuentan con espacios adecuados para banner, estantes para brochures, en el mostrador de recepción se cuenta con una máquina (Computadora), un impresor, un punto de pago, papelería y objetos de decoración.

5. Requerimiento de Mobiliario y Equipo

El mobiliario y equipo que se requiere para poder ofrecer el servicio antes mencionado, es una línea telefónica, un aparato tele-fax, silla ergonómica, una computadora, un impresor, un post; los cuales funcionan bajo los principios de operación legales y debidos, al igual que las demás dentro de la empresa.

5.1 Activo Fijo

Activo	Cantidad	Características
Vehículos		
Autobús	1	Bus Mascarello capacidad 45 pasajeros,
Equipo de Computo		
Computadora de Escritorio	1	Monitor 17" LCD, Procesador, Pentium Dual Core G550 2.90Ghz, MotherBoardDDR3 BiostarH61MLV2, Memoria RAM Kingston DDR3 4GB 1333, Disco Duro de 500GB sata, Lector de Tarjeta, Precio: US \$ 430.00

Impresora	1	Chorro de Tinta, 216*297 mm, 216*1110 mm, Conexión USB, Precio: US \$ 95.00
Muebles y Enseres		
Post	1	Precio US \$115.00
Línea Telefónica (Modem)	1	Teléfono de SMF/100 min tarifa multicolor/ promocional N12 sah Precio US \$25.46
Muebles de Oficina		
Sillas Ergonómicas	2	Apoyo lumbar en la silla, Inclinación del asiento, Base apoyada en 5 puntos, Apoyo de Brazos, Tapicería del asiento Precio US \$54.60
Mueble	1	Perfiles de aluminio, accesorios: Escaparates, mostrador de recepción, alfombras, led tv, las plantas, hecho-en- china, tamaño: 2m*2m, el tamaño puede ser ampliado o reducido Precio US \$1,300.00
Archivador	2	Archivo Premier 2 cajones alto negro, 18" construcción lamina de acero, Chapa de seguridad, ALTO: 68 X ANCHO 36 X PROF.: 46 CM Precio US \$152.74

6. Requerimientos de Insumos

Considerando que Transporte del Sol prestara el servicio 2 veces por semana, lo que indica que son 4 viajes semanales contando ida y regreso. A continuación el requerimiento de insumos para la prestación de dicho servicio.

6.1. Alimentación

En los viajes se servirá el tiempo de comida según sea correspondiente así como snack a los clientes, estos estarán conformados de esta manera:

Desayuno: se compra al comedor "Elenita" el cual puede ser un desayuno tradicional, de la casa o sencillo.

Almuerzo y Cena: a la hora de servir este tiempo de comida se tienen más opciones ya que se sirve dependiendo el número de pasajero por viaje las opciones son: combo de pollo Campero, sándwich Subway, combo de hamburguesa o plato preparado por comedor "Elenita".

6.2. Combustibles

El principal abastecedor es la gasolinera TEXACO ya que es oficialmente quien proporciona todo el combustible necesario

para cada viaje, realizando 4 viajes a la semana, 2 de ida y 2 de regreso lo que indica que se efectúan 16 viajes al mes, cada uno con un recorrido de 985 kilómetros.

6.3. Papelería

PAPELERIA	CANTIDAD
Lapiceros	1 caja
Lápices	2 caja
Resmas de papel	6 remas
Folders	3 Remas
Caja de grapas	3
Caja de clips	3
Corrector	3 Unidades
Resaltador	3 Unidades
Regla	3 Unidades
Saca grapas	3 Unidades
Borrador	2 Unidades
Cuaderno catedrático	1 Unidad
Cartucho impresora	8
Engrapadora	1
Perforadora	1
Sello	2
Garrafas de Agua	280

7. Requerimiento de Mano de Obra

La empresa Transporte del Sol contratará a 6 personas más miembros de su personal que se dedican directamente a la

prestación del servicio de la ruta hacia San José Costa Rica, la totalidad del recurso humano posee conocimientos sobre la atención al cliente, las actividades que realizar serán: venta de boletería, servicio abordo, limpieza de la unidad, etc..

El personal del servicio está conformado por hombres y mujeres originarios de El Salvador, a excepción de la Encargado de Ventas y lavador-cuidador que son originarios de Costa Rica de la ciudad de San José, este personal son los beneficiarios directos con la creación de este proyecto.

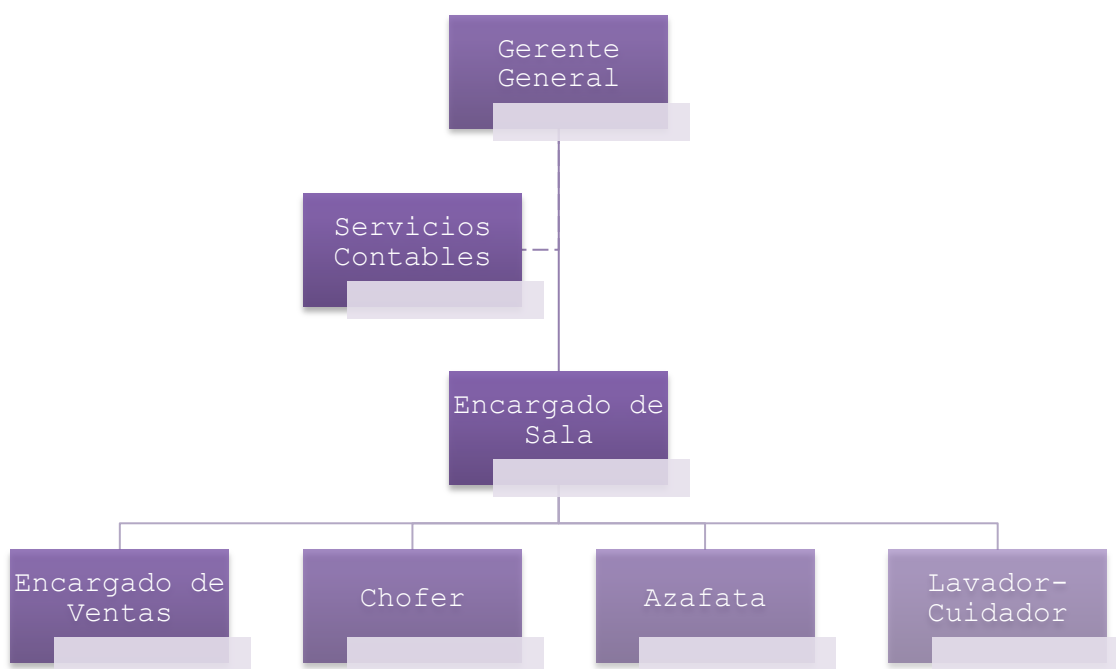
7.1. Personal Requerido

Cargo	Cantidad
Administrativo	
Servicios Contables	1
Operativo	
Encargado de Sala	1
Encargado de Ventas	1
Azafata	1
Chofer	1
Lavador-cuidador	1

8. Aspectos Organizacionales

8.1. Organigrama

Para la empresa Transporte del Sol preste su servicio de viaje hacia Costa Rica, con formalidades necesario cuente con una estructura organizativa entre el nuevo personal nuevo y se integre a todas las demás departamentos de la empresa. Por ello la siguiente estructura es solamente para la nueva ruta de servicio. (Véase organigrama de la empresa en capítulo I)



Fecha de elaboración: Junio 2013

Elaborado por: Equipo de Trabajo

(Ver descripción de funciones en anexo 12)

D. ESTUDIO ECÓNOMICO

El estudio económico comprende los costos y gastos en que incurre el proyecto, la inversión de efectivo que se debe realizar para la operación normal del recorrido de la ruta de transportes conocidos como Capital de Trabajo, las fuentes de financiamiento y las proyecciones de ingresos y egresos que se tendrá en el transcurso de 5 años.

1. Costos de Operación

Los principales costos son: costos de administración, de ventas y financieros.

1.1. Costos de Administración

Son los que se originan en el área administrativa, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Como lo son los sueldos, teléfono, gastos de oficinas generales, etc. Para el proyecto en estudio se presentan a continuación los costos administrativos:

1.1.1 Sueldos y Salarios: Son los salarios y beneficios sociales del personal administrativo del Encargado de Sala, Chofer y

Azafata y contador que su lugar de trabajo estará destacado en Costa Rica.

Cargo	Salario Mensual	Salario Anual	Cuota patronal ISSS (7.5%)	Aporte Patronal AFP (6.75%)	Aguinaldos	Total Salarios Anuales
ADMINISTRACIÓN						
Encargado de Sala	\$ 654.81	\$ 7,857.72	\$ 589.33	\$ 530.40	\$ 261.92	\$ 9,240.00
Chofer	\$ 421.00	\$ 5,052.00	\$ 378.90	\$ 341.01	\$ 168.40	\$ 5,940.00
Azafata	\$ 304.04	\$ 3,648.48	\$ 273.64	\$ 246.27	\$ 121.62	\$ 4,290.00
Contador	\$ 561.30	\$ 6,735.60	\$ 505.17	\$ 454.65	\$ 224.52	\$ 7,920.00
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS-ADMIN						\$ 27,390.00

1.1.2 Gastos de Oficina. (Insumos, costos del servicio y útiles de aseo). Se incluye dentro de este rubro los gastos de papelería, útiles de oficina, teléfono, internet, mantenimiento de los equipos y la depreciación de los mismos; necesarios para el buen manejo de la agencia en Costa Rica. Para un correcto funcionamiento de la institución adicionalmente se incurre en gastos de luz y agua. Mantener una agencia limpia y elegante es una de los atributos característicos de Transporte del Sol, por lo que incurrir en gastos para dar una buena imagen son necesario.

1.1.3 Costos Operativos: lo incluyen el mantenimiento de las unidades de transporte, matriculación de los vehículos, seguro de vida y el aseguramiento de los vehículos. Transporte del Sol posee como prioridad tener sus equipos principalmente los autobuses con el debido mantenimiento

para evitar que sufran desperfectos en el camino que conlleven al descontento de los pasajeros y clientes.

1.1.4 Imprevistos: Se considera el 15% de imprevistos del valor subtotal de los gastos administrativos, gastos de promoción y los costos Operativos. Lo anterior Transporte del Sol, lo debe considerar de esta manera para poder garantizar que en cualquier situación adversa se tendrá una pronta, rápida y la mejor de las respuestas para solucionarlas.

Concepto	Costo	Costo total
<u>Sueldos y Salarios</u>		<u>\$ 27,390.00</u>
Encargado de Sala	\$ 9,240.00	
Chofer	\$ 5,940.00	
Azafata	\$ 4,290.00	
Servicios Contables	\$ 7,920.00	
<u>Insumos</u>		<u>\$ 1,020.60</u>
Lapiceros	\$ 2.40	
Lápices	\$ 1.20	
Resmas de papel	\$ 25.20	
Folders	\$ 35.00	
Caja de grapas	\$ 8.00	
Caja de clips	\$ 8.00	
Corrector	\$ 3.20	
Resaltador	\$ 2.00	
Regla	\$ 2.00	
Saca grapas	\$ 12.00	
Borrador	\$ 0.80	
Cartucho impresora	\$ 160.00	
Cuaderno catedrático	\$ 8.80	
Carpetas	\$ 4.00	
Engrapadora	\$ 8.00	
Perforadora	\$ 8.00	
Sello	\$ 12.00	
Garrafas de Agua	\$ 720.00	

<u>Costo del Servicio</u>		\$ 10,341.36
Luz	\$ 1,374.84	
Agua	\$ 660.00	
Teléfono	\$ 2,400.00	
Internet	\$ 648.00	
Arriendo	\$ 5,018.52	
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	\$ 240.00	
<u>Útiles de Aseo</u>		\$ 25.00
Escobas	\$ 3.00	
Trapeadores	\$ 4.00	
Limpiones	\$ 8.00	
Recogedor de basura	\$ 2.00	
Basurero	\$ 8.00	
<u>Costos Operativos</u>		\$ 84,354.80
Mantenimiento de transporte	\$ 9,000.00	
Repuestos	\$ 2,000.00	
Matriculas	\$ 763.60	
Seguros	\$72,000.00	
Escrituración y permisos	\$ 500.00	
Impuestos municipales	\$ 91.20	
<u>Imprevistos</u>		\$ 18,469.76
Total		\$ 141,601.52

1.2. Costo de Venta

Estos son los egresos relacionados con el departamento de venta, los cuales incluyen los gastos laborales, y los gastos de distribución del servicio, los cuales se detallan a continuación:

1.2.1 Sueldos y Salarios: Son los salarios y beneficios sociales del personal de ventas destacados en la agencia de Costa Rica,

el encargado de las ventas y un lavador cuidador que garantice la limpieza y cuidado del autobús.

Cargo	Salario Mensual	Salario Anual	Cuota patronal ISSS (7.5%)	Aporte Patronal AFP (6.75%)	Aguinaldos	Total Salarios Anuales
VENTAS						
Encargado de Ventas	\$ 416.71	\$ 5,000.52	\$ 375.04	\$ 337.54	\$ 166.68	\$ 5,880.00
Lavador-cuidador	\$ 304.04	\$ 3,648.48	\$ 273.64	\$ 246.27	\$ 121.62	\$ 4,290.00
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS-ADMIN						\$ 10,170.00

1.2.2 Gastos de Promoción y distribución: los gastos de promoción están destinados a todo lo que se refiere a los rubros para la promoción de la empresa a los posibles clientes, para así tener una mayor captación del mercado, los clientes ven en Transporte del Sol una buena imagen que les genera confianza.

Los gastos de distribución incluyen los gastos en que incurrirá Transporte del Sol para poder desplazar a los pasajeros desde Costa Rica a El Salvador y viceversa, Incluye el combustible, los boletos para el clientes entre otros.

Otros gastos necesarios son los uniformes del personal de Transporte del Sol, la alimentación a bordo, una excelente sala de ventas, la comunicación constante con los encargados de sala, todo lo anterior proyecta una buena imagen a los clientes actuales y clientes potenciales, lo que conlleva a que Transporte del Sol trabaje con la excelencia operativa en su servicio.

Concepto	Costo	Costo total
<u>Sueldos y Salarios</u>		\$10,170.00
Encargado de Ventas	\$5,880.00	
Lavador-cuidador	\$4,290.00	
<u>Gastos de distribución</u>		\$122,769.08
Combustible	\$101,169.08	
Promoción	\$14,400.00	
Publicidad	\$3,000.00	
Boletos	\$4,200.00	
<u>Otros</u>		\$113,664.00
Uniformes	\$60.00	
Sistema de Radios	\$420.00	
Alojamiento	\$4,200.00	
Viáticos	\$3,000.00	
Alimentación y bebidas	\$105,984.00	
	Total	US \$246,603.08

1.3. Costos financieros.

Son los intereses que se deben de pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo.

Para la puesta en marcha del proyecto se adquirirá una deuda para la compra de un autobús (Ver anexo 13), la cual generará los intereses que se detallan en el siguiente cuadro:

Monto a financiar	US \$ 125,000.00
Fuente de financiamiento	Banco Promerica
Tasa de interés	17% nominal
Plazo de la deuda	60 meses
Cuota	De monto variable

costo financiero mensual	US \$ 3,107.00
costo financiero anual	US \$ 37,284.00

Año	Anualidad	capital inicial	interés	capital reembolsado	Capital restante
1	\$ 37,284.00	\$125,000.00	\$19,939.76	\$17,344.24	\$107,655.76
2	\$ 37,284.00	\$107,655.76	\$16,750.30	\$20,533.70	\$87,122.06
3	\$ 37,284.00	\$87,122.07	\$12,974.31	\$24,309.69	\$62,812.38
4	\$ 37,284.00	\$62,812.39	\$ 8,503.98	\$28,780.02	\$34,032.37
5	\$ 37,284.00	\$34,032.37	\$ 3,211.57	\$34,032.37	\$ -

1.4. Costos Totales

Los costos totales anuales para la apertura de la nueva ruta son los siguientes:

Costos	Monto
Administración	\$141,601.52
Ventas	\$246,603.08
Financieros	\$ 37,284.00
Total	US \$425,488.61

1.5. Costo Unitario y Precio de Venta.

Como se mencionaba anteriormente en el estudio de mercado, los precios serán fijados en base a las encuestas realizadas, en la cual hace referencia a los precios de la competencia y la tarifa probable que pagarían los clientes hacia Costa Rica, por lo que se definen para Transporte del Sol los precios de US \$ 67.00 solo ida y US \$ 121.00 ida y vuelta. Anualmente se realizarán

192 viajes con un flujo anual de 4,992 clientes, por lo que los ingresos y costos proyectados por cada viaje son los siguientes:

	Ingresos	Costos
Total Anual	\$564,224.00	\$425,488.61
# de viajes	192	192
Unitario por viaje	US \$2,938.67	US \$2,216.09
Utilidad por viaje	US \$ 722.58	
% de Utilidades	33%	

El gerente de operaciones y los accionistas de Transporte del Sol tienen bien definidos el porcentaje de ganancias y sus utilidades, es por eso que han fijado en sus políticas un margen de utilidad mínimo del 25% para garantizar sus expectativas.

Con los precios establecidos Transporte del Sol tendrá un rendimiento sobre el costo del 33% por cada viaje, sobrepasando el 25% establecido por la gerencia.

2. Inversiones fijas

La inversión fija está representada por los activos fijos, que a su vez está constituida por los recursos materiales que se deben adquirir por una sola vez en el período de vida del proyecto.

A continuación se presenta un resumen del total de la inversión requerida para la apertura de la nueva ruta, los cuales se explicaron anteriormente en el estudio técnico:

MAQ., MOB. Y EQUIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Autobús	1	\$125,000.00	\$125,000.00
Computadora de Escritorio	1	\$430.00	\$430.00
Impresora	1	\$95.00	\$95.00
Post	1	\$115.00	\$115.00
Línea Telefónica (Modem)	1	\$25.46	\$25.46
Sillas Ergonómicas	2	\$54.60	\$109.20
Mueble	1	\$1,300	\$1,300.00
Archivador	2	152.74	\$305.48
TOTAL			US\$127,380.14

2.1. DEPRECIACIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO

Para calcular la depreciación de la maquinaria y equipo a utilizar en la apertura de la nueva ruta se utilizará el método de línea recta:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo del Activo}}{\text{Años de vida Util}}$$

MAQ., MOB. Y EQUIPO	COSTO TOTAL	AÑOS DE VIDA UTIL	Depreciación anual
Maquinaria y Equipo	\$125,000.00	5	\$25,000.00
Mobiliario y Equipo de Oficina	\$2,380.14	2	\$1,190.07

Ver detalle en anexo 14

3. Capital de trabajo

El egreso acumulado máximo de la apertura de la nueva ruta se presentará en el periodo uno (1 mes), por el cual se ha decidido asignar capital de trabajo según el método de egreso acumulado máximo de un monto igual o superior al costo total mensual de \$35,457.38

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
Ingreso Anual	\$ -	\$ 45,152.00	\$ 45,152.00	\$ 45,152.00	\$ 45,152.00	\$ 45,152.00
Egreso Anual	\$ 35,457.38	\$ 33,960.35	\$ 33,960.35	\$ 33,960.35	\$ 33,960.35	\$ 33,960.35
Saldo Mensual	\$ (35,457.38)	\$ 11,191.65	\$ 11,191.65	\$ 11,191.65	\$ 11,191.65	\$ 11,191.65
Saldo acumulado	\$ (35,457.38)	\$ (24,265.73)	\$ (13,074.08)	\$ (1,882.42)	\$ 9,309.23	\$ 20,500.88

En el estudio presente el valor mínimo para garantizar la operación de la empresa es de US \$35,457.38.

4. Fuentes de Financiamiento.

El origen de los fondos para el inicio y mantenimiento del proyecto de la apertura de la nueva ruta se describe de la siguiente manera:

El 100% será financiado con Recursos Propios, aportado por los inversionistas de Transporte del Sol, para que esta ponga en marcha la apertura de la nueva ruta.

Mantenimiento del proyecto: auto sostenibilidad después del primer año, con recursos propios generados por las ventas del servicio.

La adquisición del bus será financiada en un 100% a través de un préstamo bancario.

5. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento. (TMAR)

Como su nombre lo indica es la mínima cantidad de rendimiento que los inversionistas de Transporte del Sol están dispuestos a recibir por arriesgarse a invertir su dinero en el proyecto.

Esta tasa se calcula considerando la tasa de inflación del país, al tomarla como parámetro se asegura que el capital invertido no perderá su valor adquisitivo, adicionalmente se considera un riesgo por invertir en el proyecto.

Por el hecho de que el capital requerido para la inversión en la empresa proviene de diferentes fuentes, propio y préstamo bancario, se requiere realizar un análisis para cada uno, determinando para ello su propia TMAR por separado, luego combinándolas para obtener de esta manera la TMAR del proyecto, la fórmula es la siguiente:

$$\mathbf{TMAR = i + f + i * f}$$

Dónde:

i = premio al riesgo = 15%

f = inflación = 2.5% acumulada a Diciembre de 2012

Para determinar la TMAR de los inversionistas se considera la tasa de inflación acumulada anual del año 2012 del 2.5% y para la asignación del premio al riesgo se considera como criterio el valor de la tasa de interés a las que aspiran obtener los inversionistas el cual será de 15%.

$$TMAR\ INVERSIONISTA : 0.15 + 0.025 + (0.15 * 0.025)$$

$$TMAR\ INVERSIONISTA : 0.17875$$

$$TMAR\ INVERSIONISTA : 17.86\%$$

LA TMAR DEL BANCO YA ESTA DADA Y ES LA : 24.5%

Para determinar la TMAR ponderada que representa el rendimiento generado por el capital propio y la deuda adquirida, se parte del porcentaje de aportación de cada uno de ellos el que corresponde a un 77% y 23% respectivamente.

$$Inversionistas = \frac{Propietarios}{Inversión\ total} = \frac{37,837.52}{162,837.52} = 23.24\%$$

$$Inst. Bancaria = \frac{Prestamos}{Inversión\ total} = \frac{125,000}{162,837.52} = 76.76\%$$

	Porcentaje de Aportación	TMAR	Ponderación
Inversionista	23%	0.1786	0.04
Institución Bancaria	77%	0.245	0.19
TMAR global mixta			0.23

La TMAR del proyecto es de 23%, esto significa que es el rendimiento mínimo que deberá de ganar Transporte del Sol para pagar el 23% de lo aportado de sus accionistas y pagar el 77% aportado por la institución bancaria.

6. Inversiones totales del proyecto

La inversión total inicial comprende las inversiones fijas, gastos de capital e inversiones diferidas. A continuación se presenta un resumen del total de la inversión requerida:

DESCRIPCIÓN	TOTAL
INVERSIONES FIJAS	\$127,380.14
CAPITAL DE TRABAJO	\$35,457.38
INVERSION TOTAL	US \$162,837.52

Las inversiones fijas o activos tangibles son los bienes que tienen larga duración en la propiedad de la empresa y son adquiridos para la operación de la misma. Las inversiones diferidas o activos intangibles son los que no poseen existencia física y el capital de trabajo incluye los recursos económicos que una empresa necesita para garantizar su funcionamiento en el inicio de sus operaciones, o hasta que se cubran los gastos.

7. Determinación de ingresos

Los ingresos del proyecto se hacen presentes al partir del primer año de operaciones.

De acuerdo a lo especificado en el Proceso del Servicio, se ha planificado 4 viajes a la semana (ruta El Salvador-Costa Rica, para un total de 16 viajes mensuales y 192 anuales. Por lo anterior se proyecta un flujo de 4,492 clientes anuales de los cuales el 13% adquiere su boleto a un precio de US \$67.00 y el 87% adquiere el boleto a un precio de US \$121.00

Adicionalmente se considera que se obtienen ingresos de US \$400.00 mensuales por la transportación de Encomiendas (Courier) que adquieren los clientes, y 1 chárter (viaje exclusivo) cada tres meses por un valor de 4,400 cada uno.

Por lo anterior los ingresos estimados para el primer año son:

Servicio	Clientes anuales	Precio de Venta	Ingresos anuales
Viaje-Solo Ida	1,152	\$ 67.00	\$ 77,184.00
Viaje-Ida y vuelta	3,840	\$ 121.00	\$ 464,640.00
Chárter	4	\$ 4,400.00	\$ 17,600.00
Encomiendas	-	-	\$ 4,800.00
Total Ingresos			US \$ 564,224.00

8. Flujo de Efectivo Proyectado

Supuestos utilizados para la elaboración del flujo de efectivo:

- Las ventas al crédito corresponde al 20% de las ventas anuales y su vencimiento no excede de 1 año de vencimiento.
- El servicio Courier incrementara 5% cada año.
- La distribución de las utilidades después de impuestos a los socios será del 40% para los años 1 y 2, y para los años siguientes del 60%.
- Las ventas se incrementarán en un 1% a partir del año 2.
- En el transcurso del 2° año se ampliaría el módulo de la agencia, realizando una inversión fija de US \$1,100.00
- En el transcurso del 3° año incrementarían los gastos de administración en un 10%, y luego volverán a incrementar 10% en el 5° año.
- En el transcurso del 3° año se adquirirá un software direccionado a que se pueda reservar el número de asiento en línea por un valor de US \$2,000.00
- Se estima un incremento del 20% cada año siguiente a partir del 4° año en los gastos de venta.
- Al final del 4° año se adquirirá un local propio lo que incrementaría el costo por arrendamiento en US \$1,000.00
- En el 5° año se invertirá en un nuevo equipo de cómputo por un valor de US \$650.00

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Saldo Inicial			\$ 76,835.47	\$ 113,563.44	\$ 91,815.88	\$ 72,522.11
Ventas al Contado		\$ 451,379.20	\$ 456,084.99	\$ 460,643.92	\$ 465,248.44	\$ 469,899.01
Ventas al Credito		\$ 112,844.80	\$ 114,021.25	\$ 115,160.98	\$ 116,312.11	\$ 117,474.75
Prestamo Bancario	\$ 125,000.00					
Fondos Propios	\$ 37,837.52					
Total Ingresos	\$ 162,837.52	\$ 564,224.00	\$ 646,941.71	\$ 689,368.34	\$ 673,376.43	\$ 659,895.87
EGRESOS						
Inversión fija			\$ 1,100.00	\$ 2,000.00		\$ 650.00
Gastos de Administración		\$ 141,601.52	\$ 141,601.52	\$ 155,761.67	\$ 155,761.68	\$ 171,337.85
Gasto de Ventas		\$ 246,603.08	\$ 246,603.08	\$ 246,603.08	\$ 295,923.70	\$ 355,108.44
Gastos Financieros		\$ 37,284.00	\$ 37,284.00	\$ 37,284.00	\$ 38,284.00	\$ 37,284.00
Total Egresos		\$ 425,488.60	\$ 426,588.60	\$ 441,648.75	\$ 489,969.38	\$ 564,380.29
Utilidad Neta		\$ 138,735.40	\$ 220,353.11	\$ 247,719.59	\$ 183,407.05	\$ 95,515.59
Depreciación		\$ 26,190.07	\$ 26,190.07	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Utilidad antes de impuestos		\$ 112,545.33	\$ 194,163.04	\$ 222,719.59	\$ 158,407.05	\$ 70,515.59
impuestos 25%		\$ 28,136.33	\$ 48,540.76	\$ 55,679.90	\$ 39,601.76	\$ 17,628.90
Utilidad despues de impuestos		\$ 84,409.00	\$ 145,622.28	\$ 167,039.69	\$ 118,805.28	\$ 52,886.69
Distribucion de utilidades		\$ 33,763.60	\$ 58,248.91	\$ 100,223.81	\$ 71,283.17	\$ 31,732.01
Utilidad Neta		\$ 50,645.40	\$ 87,373.37	\$ 66,815.88	\$ 47,522.11	\$ 21,154.68
Depreciación		\$ 26,190.07	\$ 26,190.07	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
FLUJO DE CAJA	(\$162,837.52)	\$ 76,835.47	\$ 113,563.44	\$ 91,815.88	\$ 72,522.11	\$ 46,154.68

9. Conclusiones del estudio económico

- El margen de utilidad que se obtiene sobre los costos de venta es del 33%, ofreciendo un precio atractivo y competitivo a los clientes por el buen margen de ganancia que se presenta.
- Al establecer un precio real y competitivo en el mercado nos permitirá adquirir un margen de ganancia razonable y captar clientes.
- Dentro del aspecto financiero del proyecto se puede concluir que la inversión necesaria para el inicio de las actividades es de US \$162,837.52, la cual incluye activos fijos, tangibles e intangibles, así como también, el capital de trabajo requerido para el primer mes de operaciones.

E. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

La evaluación de proyectos, es el medio indicado para aceptar un proyecto, o para establecer prioridades para una selección entre diferentes tipos de proyectos. Por medio de la evaluación se mide la factibilidad de un proyecto; la evaluación se hace a través de coeficientes que expresan cuantitativamente los recursos utilizados. Los criterios de evaluación dependen de los objetivos que se pretenden cubrir con dicha evaluación, a continuación los utilizados para evaluar la apertura de la nueva ruta de transporte:

1. Valor Presente Neto

El método del valor presente neto consiste en determinar la equivalencia en el tiempo de los flujos de efectivo futuros que genera este proyecto, y comparar esta diferencia en el desembolso inicial, para así poder tomar una decisión o desaprobación del mismo.

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE INTERÉS (23%)	VALOR PRESENTE NETO
0	\$162,837.52	0	\$(162,837.52)
1	\$ 76,835.47	0.8130	\$62,467.86
2	\$113,563.43	0.6610	\$75,063.41
3	\$ 91,815.87	0.5374	\$49,340.37
4	\$ 72,522.11	0.4369	\$31,684.73
5	\$ 46,154.68	0.3552	\$16,394.20
VALOR PRESENTE NETO			US \$72,113.05

Transporte del Sol realizará una inversión inicial de US \$162,837.52; en el transcurso de cinco años de los cuales se obtienen flujos de ingresos y egreso, se restan todos los flujos positivos y negativos y se traen al presente con una tasa de rentabilidad esperada del 23%.

Como resultado se obtiene un excedente de US \$ 72,113.05 por lo que se concluye que el proyecto cumple las expectativas de rentabilidad y por lo tanto el proyecto es aceptado porque el VAN es superior a cero.

2. Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

La tasa interna de retorno es un índice de rentabilidad y se define como la tasa de interés que reduce a cero, el valor actual neto, el valor anual, o el valor futuro a una serie de ingresos y egresos.

Para la evaluación de este proyecto de inversión, cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toma como referencia la tasa de descuento anteriormente calculada del 23%. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de

Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

Para el cálculo de la TIR se utiliza el Método interpolación; del cual se deben escoger dos tasas de interés de tal manera que la primera arroje como resultado un Valor Presente Neto positivo lo más cercano posible a cero y la segunda dé como resultado un Valor Presente Neto negativo, también lo más cercano posible a cero.

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE INTERÉS (44%)	VALOR PRESENTE NETO
0	\$162,837.52	0	\$(162,837.52)
1	\$ 76,835.47	0.6944	\$53,357.96
2	\$113,563.43	0.4823	\$54,766.32
3	\$ 91,815.87	0.3349	\$30,748.95
4	\$ 72,522.11	0.2326	\$16,866.33
5	\$ 46,154.68	0.1615	\$7,454.24
VALOR PRESENTE NETO			US \$356.27

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE INTERÉS (45%)	VALOR PRESENTE NETO
0	\$162,837.52	0	\$(162,837.52)
1	\$ 76,835.47	0.6897	\$52,989.98
2	\$113,563.43	0.4756	\$54,013.52
3	\$ 91,815.87	0.3280	\$30,117.14
4	\$ 72,522.11	0.2262	\$16,405.84
5	\$ 46,154.68	0.1560	\$7,200.72
VALOR PRESENTE NETO			US \$(2,110.33)

Con estos valores se pasa a interpolar de la siguiente manera:

$$\frac{iTIR - i1}{i2 - i1} = \frac{0 - VPNi}{VPN2 - VPN1}$$

$$\frac{i - 0.44}{0.45 - 0.44} = \frac{0 - 356.27}{-2110.33 - 356.27}$$

$$i = 0.1444 * (0.01) + 0.44$$

$$i = 44.14\%$$

Es decir, que el estudio es factible debido a que la TIR es de 44.14% y es mayor que la TMAR 23%.

3. Tiempo de Recuperación de la Inversión (TRI)

Este cálculo permitirá determinar el tiempo que tardarán los inversionistas en recuperar la inversión realizada en la empresa.

Cálculo del tiempo de recuperación de la inversión del proyecto:

$$TRI = \frac{\text{Inversión Total}}{\text{Utilidad Promedio}}$$

$$TRI = \frac{\$162,837.52}{\$80,178.31}$$

$$TRI = 2.03 \text{ años } \text{ ó } 24 \text{ meses}$$

Por lo anterior podemos afirmar que la inversión será recuperada en 2 años.

4. Estado de Resultado Proyectado

El Estado de Pérdidas y Ganancias o el Estado de resultado, presenta un resumen de los ingresos y gastos de la entidad durante un período específico, en este caso durante 5 años. El estado de resultados tiene lo que quizás es la información más importante de un negocio, porque presenta la utilidad o pérdida neta de una entidad:

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Saldo Inicial		\$ 76,835.47	\$ 113,563.44	\$ 91,815.88	\$ 72,522.11
Ventas al Contado	\$ 451,379.20	\$ 456,084.99	\$ 460,643.92	\$ 465,248.44	\$ 469,899.01
Ventas al Credito	\$ 112,844.80	\$ 114,021.25	\$ 115,160.98	\$ 116,312.11	\$ 117,474.75
Prestamo Bancario					
Fondos Propios					
Total Ingresos	\$ 564,224.00	\$ 646,941.71	\$ 689,368.34	\$ 673,376.43	\$ 659,895.87
EGRESOS					
Inversión fija		\$ 1,100.00	\$ 2,000.00		\$ 650.00
Gastos de Administración	\$ 141,601.52	\$ 141,601.52	\$ 155,761.67	\$ 155,761.68	\$ 171,337.85
Gasto de Ventas	\$ 246,603.08	\$ 246,603.08	\$ 246,603.08	\$ 295,923.70	\$ 355,108.44
Gastos Financieros	\$ 37,284.00	\$ 37,284.00	\$ 37,284.00	\$ 38,284.00	\$ 37,284.00
Total Egresos	\$ 425,488.60	\$ 426,588.60	\$ 441,648.75	\$ 489,969.38	\$ 564,380.29
Utilidad Neta	\$ 138,735.40	\$ 220,353.11	\$ 247,719.59	\$ 183,407.05	\$ 95,515.59
Depreciación	\$ 26,190.07	\$ 26,190.07	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Utilidad antes de impuestos	\$ 112,545.33	\$ 194,163.04	\$ 222,719.59	\$ 158,407.05	\$ 70,515.59
impuestos 25%	\$ 28,136.33	\$ 48,540.76	\$ 55,679.90	\$ 39,601.76	\$ 17,628.90
Utilidad despues de impuestos	\$ 84,409.00	\$ 145,622.28	\$ 167,039.69	\$ 118,805.28	\$ 52,886.69
Distribucion de utilidades	\$ 33,763.60	\$ 58,248.91	\$ 100,223.81	\$ 71,283.17	\$ 31,732.01
Utilidad Neta	\$ 50,645.40	\$ 87,373.37	\$ 66,815.88	\$ 47,522.11	\$ 21,154.68

5. Conclusión de la evaluación económica.

- El proyecto es rentable desde el punto de vista económico-financiero, por lo cual resulta factible la apertura de una nueva ruta de servicio de transporte terrestre de personas hacia San José, Costa Rica y regreso a la ciudad de San Salvador, El Salvador, para la empresa Farma Industria de El Salvador, S.A. de C.V.
- En vista de que el proyecto es muy riesgoso, la rentabilidad obtenida es tolerante en la industria del transporte, y al mismo tiempo los inversionistas se sienten atraído en invertir en la misma.
- El valor presente neto es mayor que cero por lo tanto el proyecto es factible y aceptado.
- Se debe de recalcar que la TIR del inversionista 44.14% es mayor a la TMAR esperada de 23%, por lo que se acepta la inversión.

Las utilidades monetarias proyectadas son atractivas, lo que convierte a la inversión totalmente factible

F. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

La implementación del proyecto es de una gran utilidad porque es la antesala de la operación de la agencia en Costa Rica, la cual puede marcar la pauta del éxito de la apertura de la nueva ruta, ya que en esta etapa de administración del proyecto se da la construcción, la adquisición de la maquinaria y equipo, las cuales deben de cumplir con las especificaciones establecidas en el estudio técnico para garantizar el éxito en el servicio prestado.

A continuación se presenta las etapas a desarrollar:

a) Planeación: dado que es el primer paso de la etapa de la inversión en el ciclo del proyecto, es necesario definir el curso de acción a seguir de todas las actividades necesarias que permitan alcanzar, de la mejor manera posible el objetivo propuesto. Las tareas específicas en esta etapa son:

- Presentación y Explicación del proyecto.
- Aprobación del proyecto.
- Definición de la fecha en la cual se iniciara la implementación.
- Entrega del Capital de Trabajo.

b) Gestión de financiamiento: consiste en la búsqueda, evaluación y selección entre las potenciales fuentes de financiamiento que Transporte del Sol debe de realizar para los activos fijos y la maquinaria requerida. Las tareas específicas en esta etapa son:

- Análisis y selección de las fuentes potenciales.
- Solicitud y aprobación del financiamiento.

c) Trámites legales: En esta etapa el marco legal de la ejecución del proyecto, velando por las exigencias gubernamentales en El Salvador y Costa Rica. Las tareas específicas en esta etapa son:

- Tramites de registro.
- Tramites Tributarios.
- Matrículas y Permisos.

d) Construcción: Contratación, diseño y construcción del inmueble, Transporte del Sol debe de adecuarlo conforme al diseño técnico presentado anteriormente. Las tareas específicas en esta etapa son:

- Firmar contrato de Arrendamiento.
- Realizar la distribución de la planta.
- Montaje de la sala agencia en Costa Rica.

e) Equipamiento: Consiste en abastecer de todos los insumos y toda la maquinaria y equipo necesaria para la puesta en marcha del servicio de la nueva ruta. Las tareas específicas en esta etapa son:

- Gestión de Compra.
- Instalación de Maquinaria y Equipo.

f) Recurso Humano: En esta etapa Transporte del Sol debe de llevar a cabo la selección, Contratación e inducción del personal que laborara en la agencia de Costa Rica y la que trabajará a bordo de los autobuses. Las tareas específicas en esta etapa son:

- Reclutamiento.
- Selección y Contratación.

g) Puesta en Marcha: Inicio de operaciones de la nueva ruta de transportes. Las tareas específicas en esta etapa son:

- Elaboración de estrategias promocionales para ofertar los productos.
- Inicio de operaciones.

Bibliografía

Libros

- ✓ Baca Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", 4a Edición, Mc Graw Hill. 92, 107, 168.
- ✓ Baca Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", 5a Edición, Mc Graw Hill. 15, 17, 48
- ✓ Cañas Balbino Sebastián, "manual para formulación Evaluación y Ejecución de Proyectos", 4ta edición, pag.32.
- ✓ Carvajal Lizardo. Metodología de la Investigación Científica. Curso general y Aplicado. 12°- Ed. Cali: F.A.I.D., 1998. 139 p.
- ✓ Chiavenato Idalberto, "Administración de Recursos Humanos", 5° Edición, Editorial Mc Graw Hill, año 2000.
- ✓ Molina Axel Jansson. "Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión", Ediciones Universidad Tecnológica Metropolitana, Pág.4.
- ✓ Padilla David Noel, "Contabilidad Administrativa", 7^a Edición, Editorial Mc Graw Hill, México.
- ✓ Romero Ricardo, Marketing, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 9, 130
- ✓ Sandhusen Richard L., Mercadotecnia, Primera Edición, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 385.

Tesis

- ✓ Estudio de Factibilidad Técnico Económico para la Apertura de una Fábrica de Concentrado para Ganado Bovino Lechero para la Asociación Cooperativa ACOVIFEM DE R.L. Ubicada en el Municipio de Jiquilisco, Departamento de Usulután/
Jennifer Verónica Gómez Pérez, Mirna Elizabeth Palacios Martínez, Marleny del Transito Portillo, San Salvador 2010.

- ✓ Estudio de Factibilidad para la Apertura de una Mediana Empresa dedicada a la Producción y Venta de Pan Dulce en el Municipio de Soyapango, Departamento de San Salvador
/Claudia Marcela Cornejo Carranza, Brenda Carolina García Sánchez, Luis Adalberto Moreno López, San Salvador 2008.

- ✓ Estudio de Factibilidad para la Construcción de un Mercado Municipal en la Ciudad de San Ildefonso, Departamento de San Vicente /Dinora del Carmen Constanza, Rocío Paola Esquivel Escobar, Claudia Arely Reyes Reyes, San Salvador, 2005

Leyes

- ✓ CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR
Decreto 38 del Órgano Legislativo N°38 del 15 de diciembre de 1983 D.O. No. 234, Tomo No. 281, del 16 de diciembre de 1983.
- ✓ LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL,
Decreto No. 477 de fecha de fecha 19 de octubre de 1995,
publicado en el Diario Oficial No. 212, Tomo No. 329, del
16 de noviembre de 1995.
- ✓ LEY DE REGISTRO DE COMERCIO
- ✓ LEY DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA

Documentos

- ✓ Código Aduanero Uniforme Centro Americano, "de los
auxiliares de la función pública aduanera, capítulo II,
Pág. 6.
- ✓ Código Aduanero Uniforme Centro Americano, "De Las
modalidades de Exportación e importación definitivas",
capítulo III, Pág. 26 y 27
- ✓ Código Aduanero Uniforme Centro Americano, "Del ingreso y
salidas de personas, mercancías y medios de transporte"
título IV, capítulo I, Pág. 1 6.

- ✓ Instituto Centroamericano de Administración de Empresas,
"Implicaciones Técnicas, Financieras y Legales de la
Concesión de un Corredor Vial Centroamericano", agosto 1997
- ✓ Instituto Latinoamericano de Planeación Económica ILPES,
Guía para la presentación de proyectos" Pág., 121.

Otros

- ✓ Diccionario de la Lengua Española, 22° edición, 2001,
disponible en <http://www.rae.es/>
- ✓ Rubén Darío Muñoz Zuluaga, Luis Aníbal Mora García,
Diccionario de logísticas y negocios internacionales/ ECOE
EDICIONES, 2005
- ✓ Douglas R. Emery, John D. Finnerty, John D. Stowe/
"Fundamentos de administración financiera"/ Pearson
Educación,
- ✓ Código Aduanero uniforme Centro Americano (CAUCA) en
<http://elsalvador.eregulations.org/media/cauca.pdf>.<http://>
- ✓ [http://www.monografias.com/trabajos88/transporteinternacion
al/transporteinternacional.shtml](http://www.monografias.com/trabajos88/transporteinternacional/transporteinternacional.shtml)
- ✓ [https://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen1101.p
df](https://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen1101.pdf)
- ✓ Mario León R., Diccionario tecnología ferroviaria», Primera
Edición, Ediciones Díaz de Santos, 2005.

- ✓ Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007
Larousse Editorial, S.L. en
www.definicionoabc.com/general/viaje.www.gestiopolis.com
- ✓ Sánchez Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión,
Curso para Diplomados y Maestrías, Universidad Central de
Las Villas, Septiembre 1998 en www.gestiopolis.com

Anexos

Anexo 1. Guía de entrevista

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La presente entrevista tiene por objeto recolectar información de las empresas que se dedican a brindar el servicio de transporte terrestre a los diferentes países de Centroamérica. La información que se obtenga es confidencial y para uso exclusivo de la investigación de tesis.

Preguntas:

1. ¿Cuánto tiempo tiene de dedicarse a prestar el servicio de transporte?
2. ¿Cuántos empleados posee?
3. ¿Cuál es el salario de los empleados?
4. ¿Qué prestaciones les dan a los empleados?
5. ¿Cuántas áreas funcionales tiene la empresa?
6. ¿Cuántas horas laboran a la semana?
7. Con respecto a los gastos de su empresa, ¿a cuánto ascienden los de:
¿Luz eléctrica?
¿Agua?
¿Teléfono?

¿Papelería?

¿Local?

¿Combustible?

8. ¿Posee algún crédito con alguna institución financiera?
9. ¿Quiénes son sus proveedores?
10. ¿En qué forma promociona sus servicios?
11. ¿Otorga créditos a sus clientes?, si lo hace, para cuanto tiempo.
12. ¿Cómo determina el precio de sus servicios?
13. ¿En cuánto podría estimar sus ingresos mensuales?

MUCHAS GRACIAS

Anexo 2. Encuesta para Clientes Actuales



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
 ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
 ENCUESTA PARA CLIENTES ACTUALES



Buenos días (tardes), señor(a), cliente de esta prestigiosa empresa, gracias por brindar unos minutos de su preciado tiempo en atender el presente cuestionario, el cual servirá de base para mejorar el servicio que se ofrece por TRANSPORTE DEL SOL. Muchas gracias de antemano.

Indicaciones: Indique su respuesta con una "X" en las casillas que considere adecuado; complemente y especifique en las preguntas que se requieran.

1. Edad: ____ Años
2. Sexo: Masculino____ Femenino____
3. Actividad a la que Ud. se dedica
 Comerciante____ Empleado____ Estudiante____ Otro, Especifique_____
4. ¿Con qué frecuencia viaja con TRANSPORTE DEL SOL?
 Semanal____ Quincenal____ Mensual____ Otro, Especifique_____
5. ¿Cuál es su ruta de destino que más frecuenta?
 _____ Guatemala ____ Nicaragua

6. ¿Qué lo hizo decidirse por TRANSPORTE DEL SOL?

Precio

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Comodidad

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Buen Servicio

Otros

Si marco otros, Especifique:

7. ¿Cómo considera la ubicación de las instalaciones de TRANSPORTE DEL SOL?

Muy Buena____ Buena____ Regular ____ Mala ____

8. ¿Qué tan importante es para usted el estado físico y mecánico de las unidades de transporte que prestan el servicio, en el momento de decidir realizar o no su viaje?

Muy Importante____ Importante____ Poco Importante ____

9. ¿Cómo calificaría usted la calidad del servicio a bordo prestado por TRANSPORTE DEL SOL?

De 1 a 10, siendo 10 la calificación más alta _____

10. ¿Ha viajado usted con empresas que sean competencia de TRANSPORTE DEL SOL?

SI ____ NO ____ (si su respuesta es NO pasar a pregunta 13)

11. Su viaje fue con destino a:

Guatemala____ Nicaragua____ Costa Rica____ Otros_____

12. ¿Cómo calificaría el servicio brindado por esa empresa de transporte?

De 1 a 10, siendo 10 la calificación más alta _____

13. ¿Viaja Ud. con destino a Costa Rica?

SI ____ NO ____ (si su respuesta es NO fin de la encuesta)

14. ¿Con qué frecuencia se moviliza hacia Costa Rica?

Semanal	<input type="checkbox"/>	Bimensual	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>	Vacaciones	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>		
Otros, Especifique	_____		

15. ¿Viajaría con TRANSPORTE DEL SOL, hacía Costa Rica?

Sí _____ No_____ ¿Por qué?_____

16. ¿Qué tarifa estaría de acuerdo en pagar?

Ida		Ida y Regreso	
\$ 65.00	_____	\$ 130.00	_____
\$ 67.00	_____	\$ 121.00	_____
\$ 70.00	_____	\$ 135.00	_____

Otro, Especifique_____

¡Muchas Gracias!

Anexo 3. Encuesta para Clientes Potenciales



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
 ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
 ENCUESTA PARA CLIENTES POTENCIALES



Buenos días (tardes), señor(a), gracias por brindar unos minutos de su preciado tiempo en atender el presente cuestionario, el cual servirá de base para conocer si la atención y servicios al cliente que presentan las empresas de transportes coinciden con las expectativas de los usuarios de transportes.

Indicaciones: Indique su respuesta con una "X" en las casillas que considere adecuado; complemente y especifique en las preguntas que se requieran.

Generales

1. Edad: _____ Años
2. Sexo: Masculino _____ Femenino _____
3. Nivel de Escolaridad: _____
4. Actividad a la que Ud. se dedica
 Comerciante _____ Empleado _____ Estudiante _____ Otro, Especifique _____
5. ¿Con qué frecuencia viaja hacia los destinos de Guatemala, Nicaragua o Costa Rica?
 Semanal _____ Quincenal _____ Mensual _____ Otro, Especifique _____
6. ¿En qué compañía se transporta hacia Guatemala, Nicaragua, Costa Rica?

Ruta/Destino	King Quality	Pullmantur	TICA BUS	Transporte del Sol	Otros
El Salvador – Guatemala – El Salvador					
El Salvador – Nicaragua – El Salvador					
El Salvador – Costa Rica – El Salvador				*	

* No presta el servicio hacia esa ruta

7. ¿Qué lo hizo decidirse por esa compañía para viajar?

Publicidad	<input type="checkbox"/>	Recomendación	<input type="checkbox"/>
Precios	<input type="checkbox"/>	Servicio al Cliente	<input type="checkbox"/>
Buses en buenas condiciones	<input type="checkbox"/>	Disponibilidad	<input type="checkbox"/>
Otros:			

Instalaciones del servicio:

8. ¿Qué condiciones considera importantes en las instalaciones de la empresa que le presta el servicio de transportes?

Ubicación	<input type="checkbox"/>	Espacio	<input type="checkbox"/>
Accesibilidad	<input type="checkbox"/>	Parqueo	<input type="checkbox"/>
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>
Otros:	_____		

9. ¿Qué tan importante es el estado físico-mecánico de las unidades que prestan el servicio, en el momento de decidir realizar o no su viaje?

Muy Importante ____ Importante ____ Nada Importante ____

10. Otorga con 1 lo más importante y 6 lo menos importante:

Limpieza de la estación	_____
Servicios Sanitarios	_____
Parqueo	_____
Amabilidad de las personas	_____
Dispensadores (Agua Pura)	_____
Medios de Pagos	_____

Atención al cliente:

11. ¿Cómo calificaría usted la calidad del servicio prestado?

De 1 a 10, siendo 10 la calificación más alta y 1 la más baja. _____

12. ¿Qué calificación le otorgaría a la atención prestada por las agencias de la empresa en donde ha viajado?

13. ¿En qué forma ha llenado sus expectativas el servicio?

Muy Buena ____ Buena ____ Regular ____ Mala ____

14. De tener la oportunidad de mejorar algún aspecto en cuanto al servicio o atención prestados ¿Qué mejoraría?

15. ¿Ha tenido dificultades usted para transportarse a su destino en las diferentes compañías de transporte?

Si ____ No ____

16. La dificultad se debió a:

Demasiados pasajeros	<input type="checkbox"/>	Desaseo de los Buses	<input type="checkbox"/>
Precios Inadecuados	<input type="checkbox"/>	Mala atención	<input type="checkbox"/>
Buses en malas condiciones	<input type="checkbox"/>	Incumplimiento de Horarios	<input type="checkbox"/>
Otros:	_____		

Rutas de Servicio:

17. ¿Viaja usted en la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador?

Si _____ No _____

Si su respuesta es **SI** continuar, si es **NO** fin de la encuesta.

18. ¿Con qué frecuencia se moviliza hacia Costa Rica?

Semanal	<input type="checkbox"/>	Bimensual	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>	Vacaciones	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>		
Otros, Especifique	_____		

19. ¿Viajaría con TRANSPORTE DEL SOL, hacía Costa Rica?

Si _____ No _____

¿Por qué? _____

20. ¿Qué tarifa estaría de acuerdo en pagar?

Ida		Ida y Regreso	
\$ 65.00	_____	\$ 130.00	_____
\$ 67.00	_____	\$ 121.00	_____
\$ 70.00	_____	\$ 135.00	_____
Otro, Especifique	_____		

¡Muchas Gracias!

Anexo 4. Determinación del Universo y la Muestra

Datos proporcionados por las empresas, algunas de ellas nos dieron de forma aproximados como es el caso de Pullmantur y TICA BUS, en King Quality son datos reales ya que la empresa los brindo sin ningún problema, y en Transporte del Sol respectivamente son datos reales proporcionados por la misma.

DESTINOS/EMPRESA	King Quality	Pullmantur	TICA BUS	Transporte del Sol	TOTAL DE PERSONAS
El Salvador – Guatemala – El Salvador	3,000	2,500	2,000	3,000	10,500
El Salvador – Nicaragua – El Salvador	1,500	0	3,000	1,500	6,000
El Salvador – Costa Rica – El Salvador	4,500	0	1,500	0	6,000
TOTAL DE PERSONAS	9,000	2,500	6,500	4,500	22,500

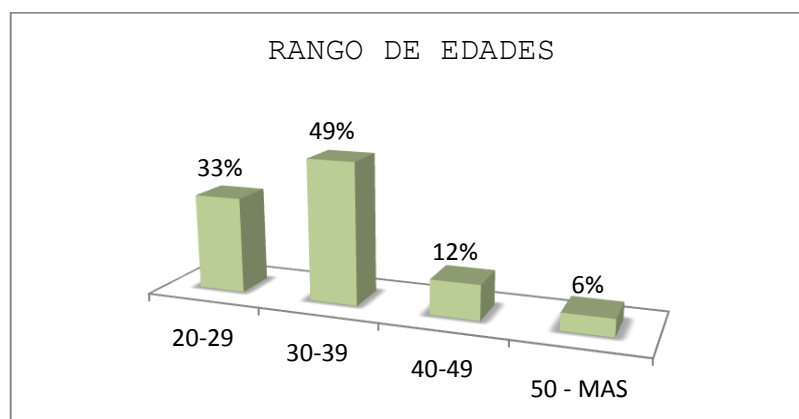
Anexo 5. Encuesta Realizada a los Clientes Actuales.

Tablas y Gráficos de Frecuencias de los Resultados Obtenidos de la Encuesta Realizada a los Clientes Actuales.

1. Edad

Objetivo: Conocer el rango de edades de las personas que viajan con Transporte del Sol, en las diferentes rutas de destino a los países de Centroamérica.

Rango de Edad	Frecuencia	Porcentaje (%)
20-29	22	33%
30-39	32	49%
40-49	8	12%
50 - Más	4	6%
Total	66	100%



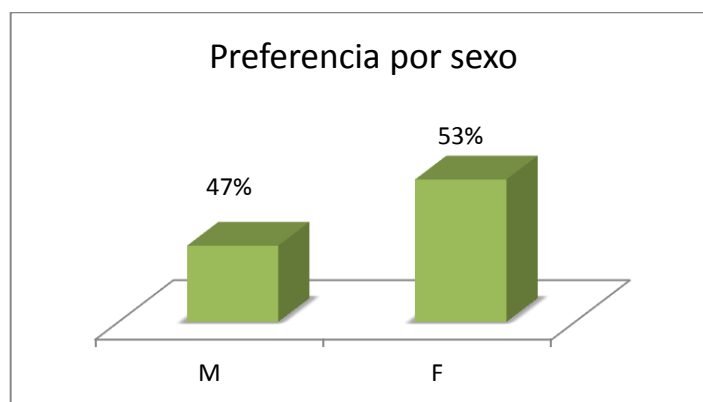
Comentario: Por medio de la investigación efectuada se logró determinar que el 82% de los clientes oscilan entre las edades de 20 a 39 años de edad, esto indica que al igual que los

clientes potenciales la mayor concentración de clientes está entre dichas edades, siendo los de 40 años o más la minoría.

2. Sexo

Objetivo: Conocer el sexo de los clientes que viajan con Transporte del Sol, a diferentes rutas de destino a los países de Centroamérica.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje (%)
Masculino	31	47%
Femenino	35	53%
Total	66	100%

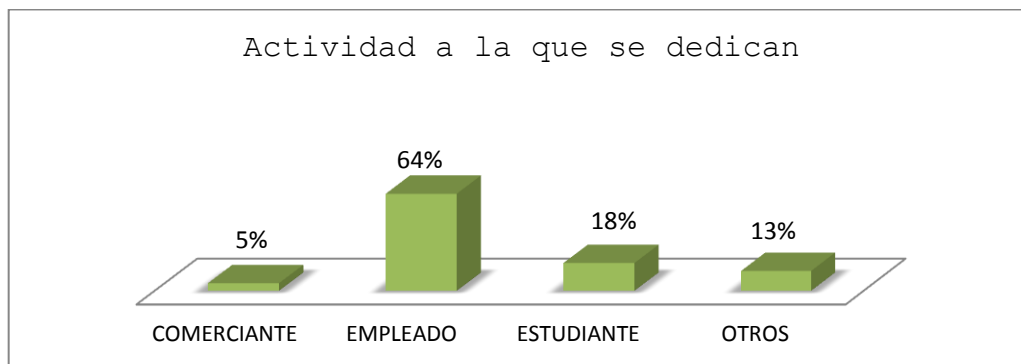


Comentario: A través de los resultados obtenidos se logró determinar que el 53% está conformado por el sexo femenino, el sexo masculino representa el 47% de los clientes actuales; información que servirá para enfocar las promociones o tarifas para incrementar así la afluencia de ambos sexos

3. Actividad a la que se dedican.

Objetivo: Conocer la actividad a la que se dedican los clientes que viajan con Transporte del Sol, en las diferentes rutas de destino a los países de Centroamérica.

Actividad a la que se dedican	Frecuencia	Porcentaje (%)
Comerciante	3	5%
Empleado	42	64%
Estudiante	12	18%
Otros	9	13%
Total	66	100%

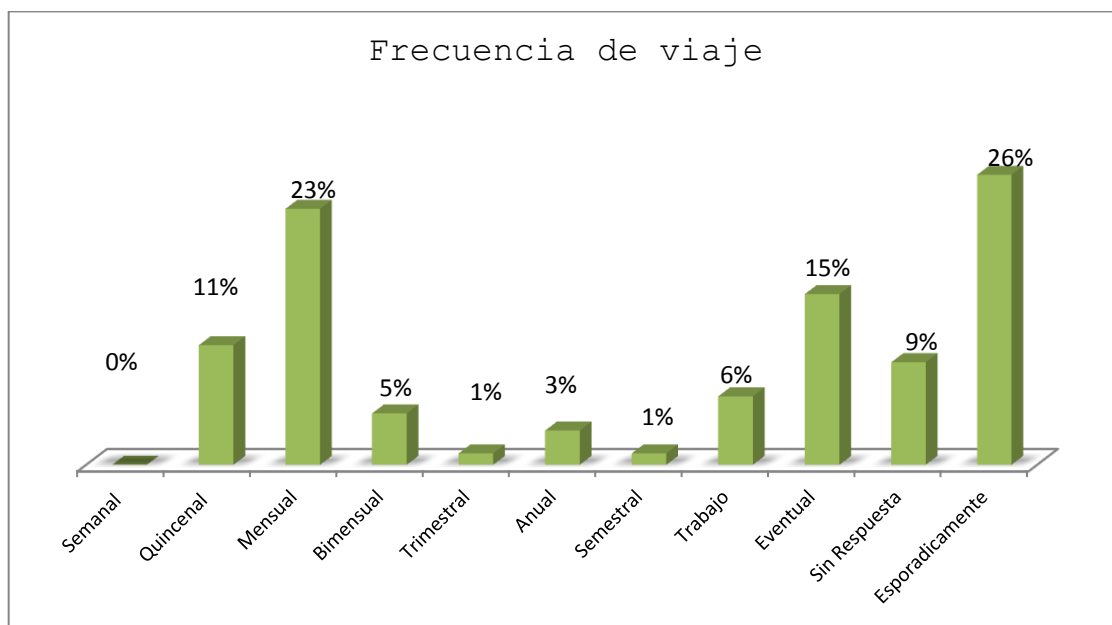


Comentario: A diferencia de los resultados de la encuesta de los clientes potenciales, los clientes de Transporte de Sol tiene la mayor concentración en los empleados ya que representan el 64%, lo que demuestra que las personas del sector empleado prefieren para movilizarse, seguido por los estudiantes con un 18%, con un 18% los clientes que son comerciantes o se dedican a otra actividad. Los empleados y estudiantes representan el 82% del mercado actual, lo que permite establecer que son el mayor mercado para trabajar en la nueva ruta de destino.

4. Frecuencia de viaje

Objetivo: Conocer la frecuencia con la que los clientes que viajan con Transporte del Sol, en las diferentes rutas de destino a los países de Centroamérica.

Frecuencia de viaje	Frecuencia	Porcentaje (%)
Semanal	0	0%
Quincenal	7	11%
Mensual	15	23%
Bimensual	3	5%
Trimestral	1	1%
Anual	2	3%
Semestral	1	1%
Trabajo	4	6%
Eventual	10	15%
Sin Respuesta	6	9%
Esporádicamente	17	26%
Total	66	100%

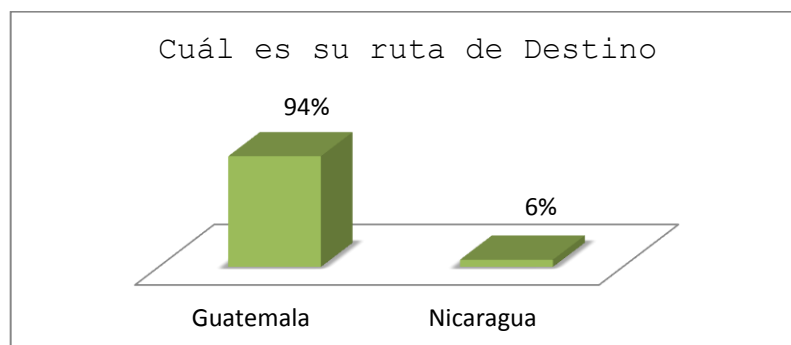


Comentario: Se logró observar que los clientes que viajan esporádicamente son el 26%, un 23% viaja mensualmente, estos clientes necesitan movilizarse de una manera bastante frecuente a la semana por diferentes actividades que realizan estos clientes los cuales se vuelven nuestro mercado de trabajo más importante, ya que el 31% lo hace cada 2, 3 ó 6 meses, anualmente o por motivos de trabajo, finalmente el 9% no brindaron respuesta alguna.

5. ¿Cuál es su ruta de destino que más frecuente?

Objetivo: Conocer la ruta de destino que los clientes que viajan con Transporte del Sol, mas frecuentan entre Guatemala y Nicaragua.

Cuál es su ruta de Destino	Frecuencia	Porcentaje
Guatemala	62	94%
Nicaragua	4	6%
Total	66	100%

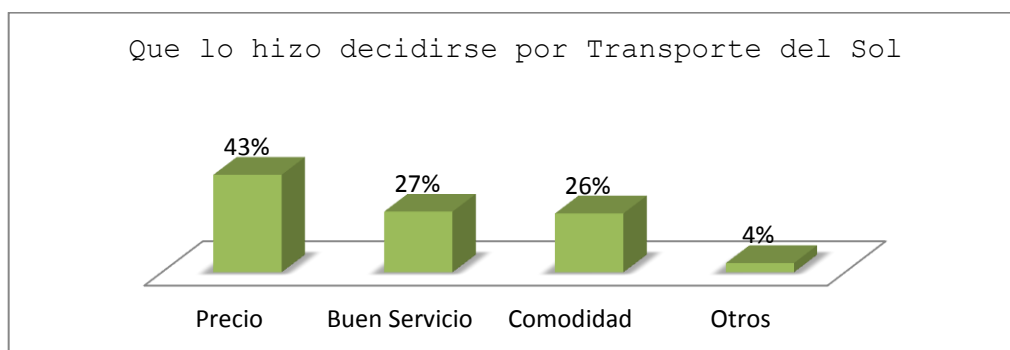


Comentario: El 94% de los clientes actuales, se movilizan hacia el país de Guatemala, por lo que se considera la mayor ruta solicitada y con la que más compite con las demás empresas de transporte.

6. ¿Qué lo hizo decidirse por TRANSPORTE DEL SOL?

Objetivo: Conocer el por qué los clientes Actuales deciden viajar entre los países de Guatemala y Nicaragua, con Transporte del Sol y no con las otras empresas de transporte.

Factor de Decisión	Frecuencia	Porcentaje (%)
Precio	53	43%
Buen Servicio	33	27%
Comodidad	32	26%
Otros	5	4%
Total	123	100%

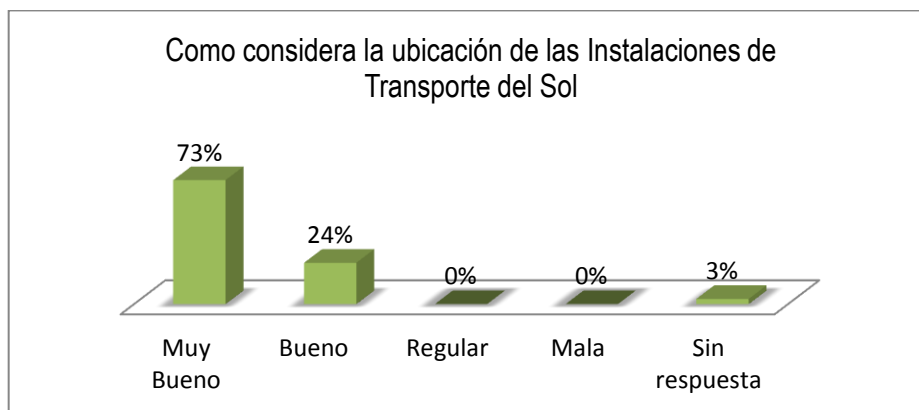


Comentario: Con un 43% el principal factor de decisión que influye al momento de viajar es por el precio esto indica que Transporte Sol tiene precios competitivos en el mercado y en la encuesta de clientes potenciales los precios fue el segundo factor más importante, el 27% se ve influido por el buen servicio, un 26% por la comodidad que poseen los autobuses, y otros un 4%. Por lo anterior se puede determinar que tanto el precio y el buen servicio prestado por Transporte del Sol, es lo que le ha abierto el mercado, lo cual será favorable para la nueva ruta hacia Costa Rica.

7. ¿Cómo considera la ubicación de las instalaciones de
TRANSPORTE DEL SOL?

Objetivo: Conocer como consideran los clientes actuales la ubicación de las instalaciones actuales de Transporte del Sol

Como considera la ubicación de las Instalaciones de Transporte del Sol	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy Bueno	48	73%
Bueno	16	24%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Sin respuesta	2	3%
Total	66	100%

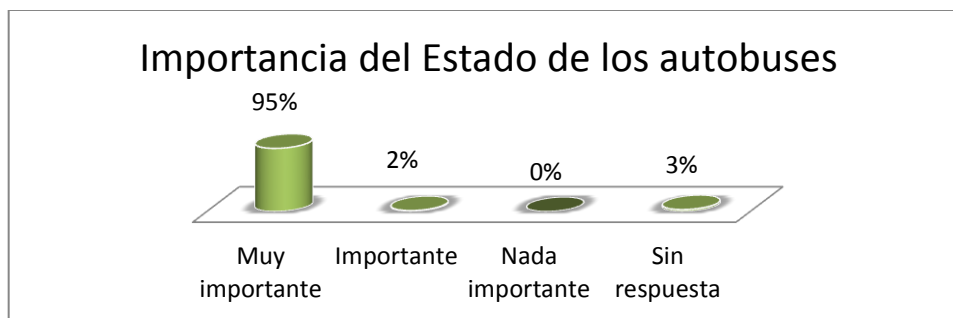


Comentario: El 73% de los clientes consideran muy buena la ubicación de la empresa, por estar ubicada en una zona exclusiva para los futuros turistas de la nueva ruta y el 24% lo considera bueno.

8. Importancia del estado físico-mecánico de los autobuses.

Objetivo: Conocer la importancia que tiene para los clientes que viajan con Transporte del Sol, el estado físico-mecánico de los autobuses de la agencia.

Importancia del Estado de los autobuses	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy importante	63	95%
Importante	1	2%
Nada importante	0	0%
Sin respuesta	2	3%
Total	66	100%

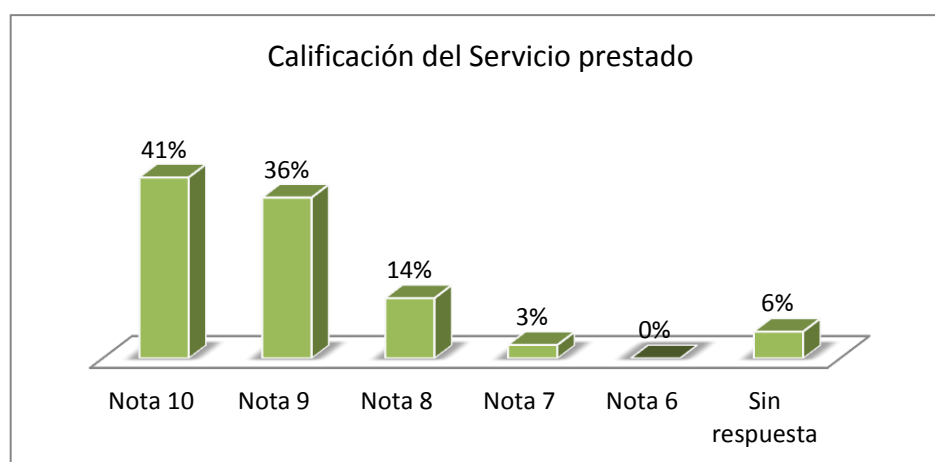


Comentario: Para el 95% de los clientes es muy importante las condiciones tanto físicas, apariencia y mecánicas del autobús, en el que se movilizan a sus destinos, para el 2% tiene un valor importante; mientras que un 3% no opinó sobre el estado de las unidades, Transporte del Sol cuenta con una flota moderna y adecuada para estos viajes lo cual los sitúa como fuertes competidores.

9. ¿Cómo calificaría usted la calidad del servicio prestado?

Objetivo: Conocer si el servicio prestado a los clientes que viajan con Transporte del Sol, en las diferentes rutas de destino a los países de Centroamérica ha sido de buena calidad.

Calificación del Servicio prestado	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nota 10	27	41%
Nota 9	24	36%
Nota 8	9	14%
Nota 7	2	3%
Nota 6	0	0%
Sin respuesta	4	6%
Total	66	100%



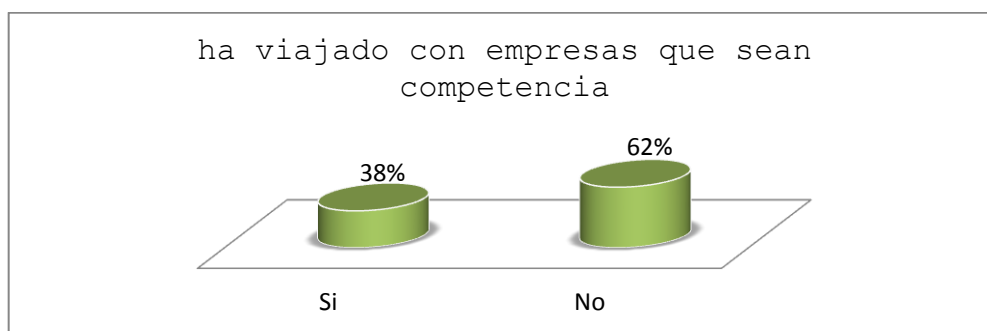
Comentario: El 41% califica con una nota excelente de 10 la atención de servicio brindado, un 36% lo califica con una nota de 9 los que suma un 77% del total de los clientes que consideran a Transporte del Sol como excelente servicio, el 14% lo califica con nota 8 y sólo un 3% considera la nota 7, por lo

que Transporte del Sol saca ventaja a la competencia, ya que su misión es encontrar la excelencia en el servicio.

10. ¿Ha viajado usted con empresas que sean competencia de TRANSPORTE DEL SOL?

Objetivo: Conocer si los clientes que viajan con Transporte del Sol han viajado con la competencia

ha viajado con empresas que sean competencia	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	25	38%
No	41	62%
Total	66	100%

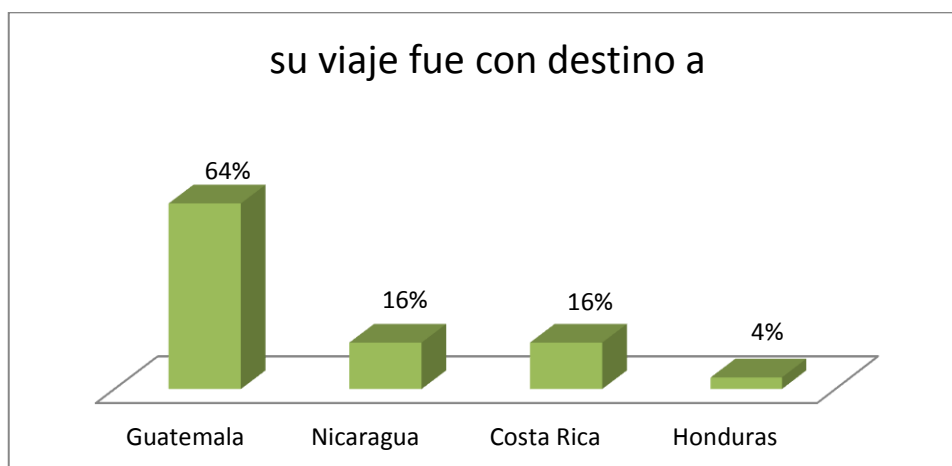


Comentario: El 62% manifiesta tener fidelidad al viajar exclusivamente con Transporte del Sol por el buen servicio brindado, mientras el 38% de los clientes actuales ha viajado con la competencia, ya sea con los mismos destinos que presta Transporte del Sol o hacia otros países de Centroamérica.

11. Su viaje fue con destino a:

Objetivo: Conocer el destino de los clientes que viajan con Transporte del Sol, y que viajaron con la competencia.

su viaje fue con destino a	Frecuencia	Porcentaje (%)
Guatemala	16	64%
Nicaragua	4	16%
Costa Rica	4	16%
Honduras	1	4%
Total	25	100%

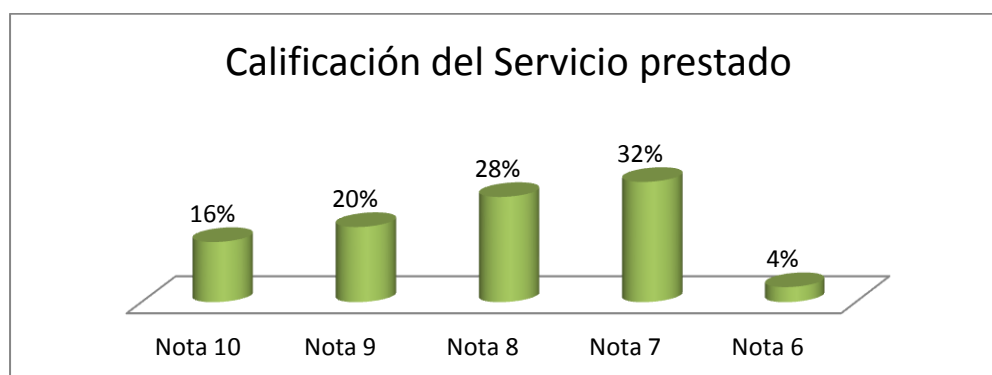


Comentario: Los clientes actuales que han viajado con la competencia hacia Guatemala es del 64%, y un 16% hacia Nicaragua y Costa Rica, un 4% hacia honduras. El 16% que han viajado hacia Costa Rica lo harian con Transporte del Sol si este tuviera esa ruta de servicio ya que el buen servicio y precio es lo que mas les agrada a los clientes actuales.

12.¿Cómo calificaría el servicio brindado por esa empresa de transporte?

Objetivo: Conocer si el servicio prestado por las otras empresa a los clientes actuales de Transporte del Sol, ha sido de buena calidad.

Calificación del Servicio prestado	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nota 10	4	16%
Nota 9	5	20%
Nota 8	7	28%
Nota 7	8	32%
Nota 6	1	4%
Total	25	100%

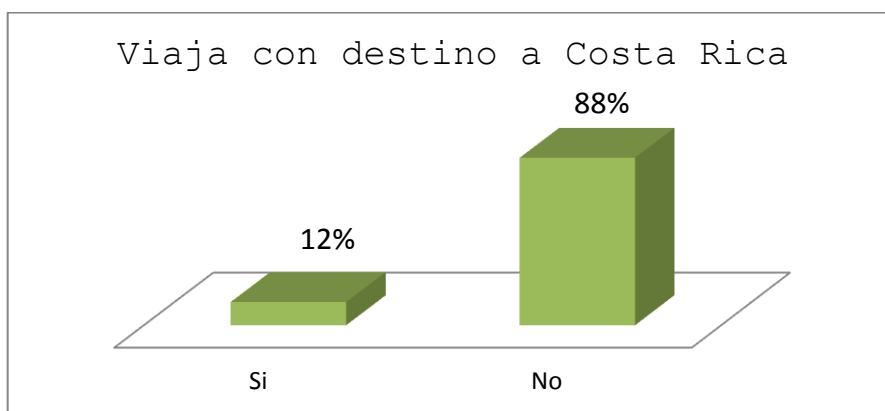


Comentario: El 32% de los clientes califica con 7 el servicio prestado por la competencia, el 28% lo califica con 8, un 20% lo califica con 9 y únicamente el 16% lo califica con 10, por lo que Transporte del Sol, saca ventaja sobre la competencia por el buen servicio prestado a los clientes actuales ya que en la pregunta 9 al hacer esta misma pregunta fue el 77% que evaluó como excelente a Transporte del Sol.

13. ¿Viaja Ud. con destino a Costa Rica?

Objetivo: Conocer si los clientes actuales de Transporte del Sol, viajan en la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador

Viaja con destino a Costa Rica	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	8	12%
No	58	88%
Total	66	100%

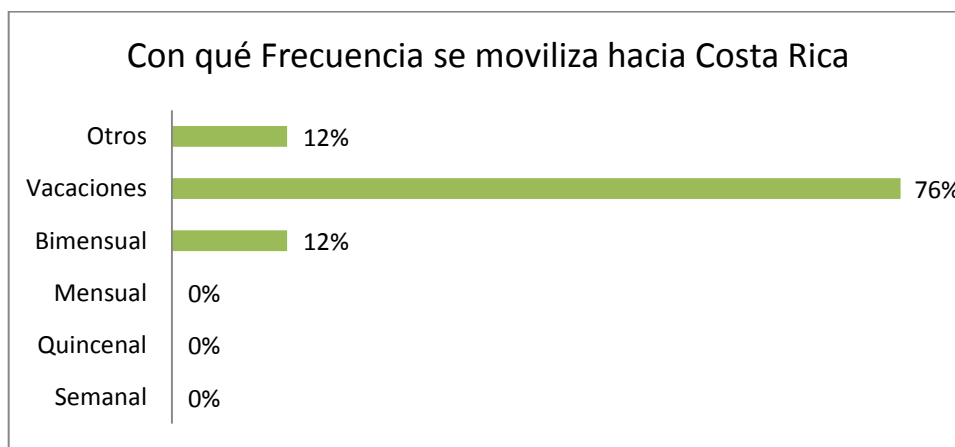


Comentario: De los clientes actuales únicamente el 12% viajan con destino a Costa Rica, y el 88% no lo hace. Sin embargo se debe considerar tanto a los clientes actuales como clientes potenciales para determinar la factibilidad de la apertura de la ruta hacia Costa Rica.

14.¿Con qué frecuencia se moviliza hacia Costa Rica?

Objetivo: Conocer la frecuencia con que los clientes actuales viajan en la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador

Con qué Frecuencia se moviliza hacia Costa Rica	Frecuencia	Porcentaje (%)
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Bimensual	1	12%
Vacaciones	6	76%
Otros	1	12%
Total	8	100%

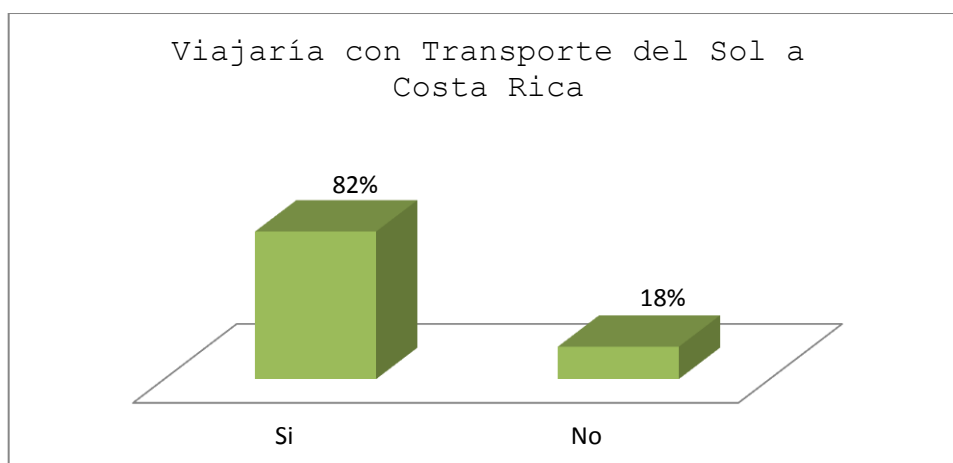


Comentario: El 76% de los clientes actuales viaja en periodos vacacionales, mientras que un 24% lo hace cada 2 meses o en otras circunstancias; lo que podría decirse que la apertura de la nueva ruta sería exclusivamente turística.

15. ¿Viajaría con TRANSPORTE DEL SOL, hacia Costa Rica?

Objetivo: Conocer si los clientes actuales viajarían con Transporte del Sol en la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador.

Viajaría con Transporte del Sol a Costa Rica	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	32	82%
No	7	18%
Total	39	100%

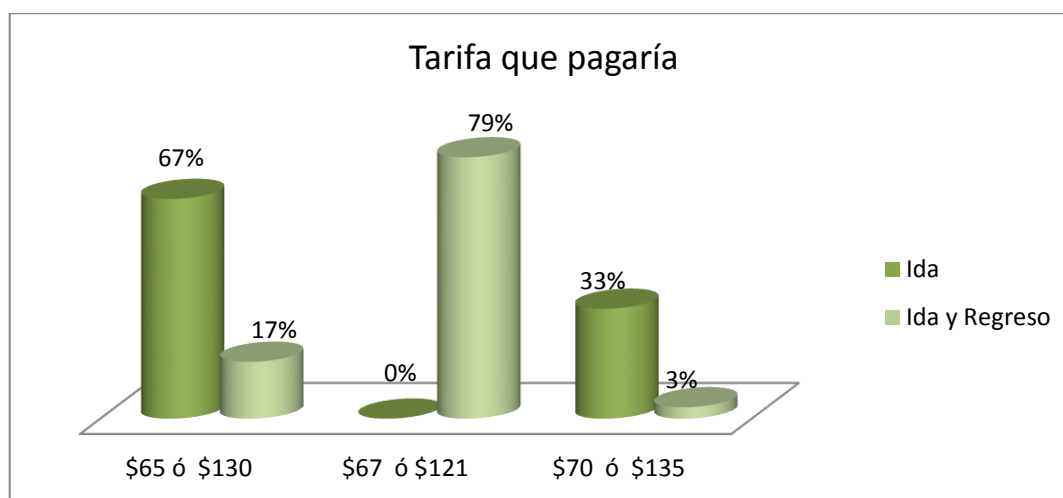


Comentario: El 82% manifiesta que viajaría con Transporte del Sol, si contara con la ruta hacia Costa Rica, y un 18% no viajaría con Transporte del Sol, esto nos permite determinar que sería positivo para los intereses de la misma ya que en su mayoría las personas que viajan a ese destino respondieron que tomarían en cuenta a Transporte del Sol con ese servicio.

16. ¿Qué tarifa estaría de acuerdo en pagar?

Objetivo: Conocer que tarifa estarían dispuestos a pagar los clientes actuales que viajarían en la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador.

Tarifa que Pagaría	\$65 ó \$130	\$67 ó \$121	\$70 ó \$135	Total Clientes
Ida	8	0	4	12
Ida y Regreso	5	23	1	29



Comentario: El 67% de los clientes actuales que viajarían en la ruta El Salvador-Costa Rica, lo haría por un precio igual a US \$65.00, el 33% estarían dispuestos a pagar US \$70.00 solo por ida. Mientras que por ida y vuelta a la ruta El Salvador-Costa Rica-El Salvador el 79% estaría de acuerdo en pagar US \$121.00, un 17% pagaría US \$130.00 y solo el 3% pagaría US \$135.00, por lo que el precio por cobrar por la apertura de la ruta hacia Costa Rica estaría oscilando entre los US 121.00.

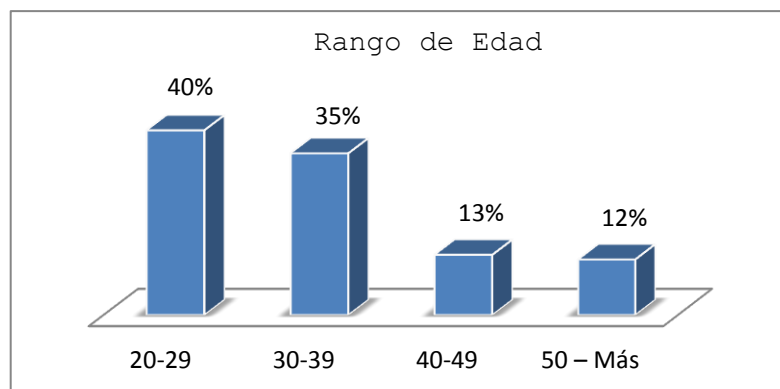
Anexo 6. Encuesta Realizada a los Clientes Potenciales.

Tablas y Gráficos de Frecuencias de los Resultados Obtenidos de la Encuesta Realizada a los Clientes Potenciales.

1. Edad

Objetivo: Conocer el rango de edades de las personas que viajan entre los diferentes países de Centroamérica, para determinar las edades del posible mercado.

Rango de Edad	Frecuencia	Porcentaje (%)
20-29	27	40%
30-39	23	35%
40-49	9	13%
50 - Más	8	12%
Total	67	100%

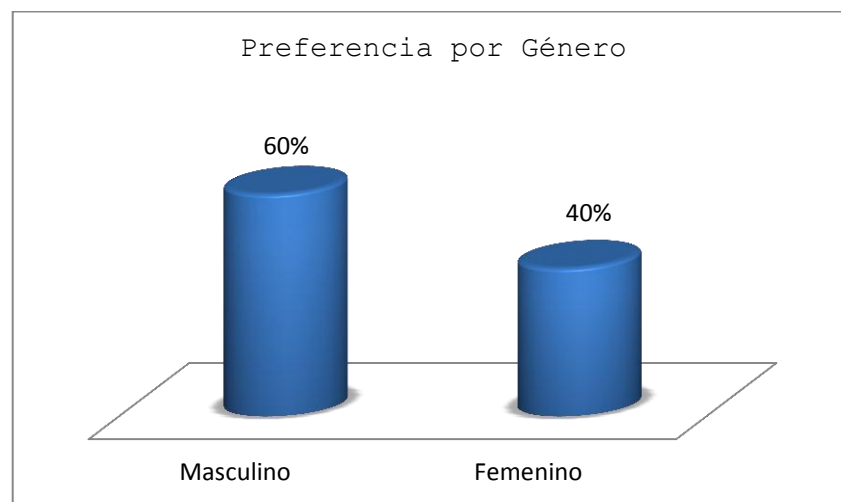


Comentario: Mediante la investigación efectuada se logró determinar que el 75% de los clientes oscilan entre las edades de 20 a 39 años de edad, volviéndose la mayor parte del futuro mercado potencial, ya que los clientes con 40 años o más únicamente representan un 25%.

2. Sexo

Objetivo: Conocer el sexo de los clientes potenciales que viajan entre los diferentes países de Centroamérica.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje (%)
Masculino	40	60%
Femenino	27	40%
Total	67	100%

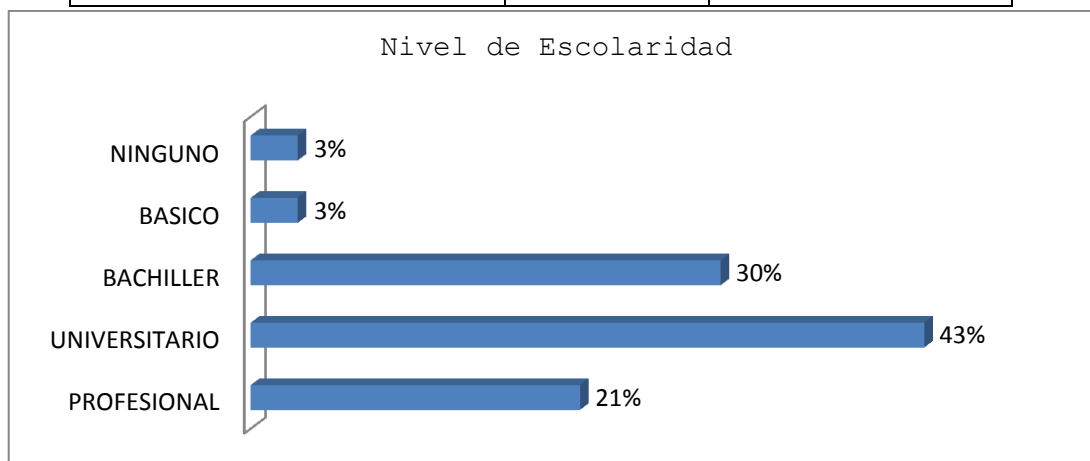


Comentario: A través de los resultados obtenidos se logró determinar que el sexo masculino representa el 60% de los clientes potenciales, el 40% conformado por el sexo femenino; información que servirá para enfocar las promociones o tarifas para incrementar así la afluencia de estos.

3. Nivel de Escolaridad

Objetivo: Conocer el nivel de escolaridad de los clientes potenciales que viajan entre los diferentes países de Centroamérica.

Nivel de Escolaridad	Frecuencia	Porcentaje (%)
Profesional	14	21%
Universitario	29	43%
Bachiller	20	30%
Básico	2	3%
Ninguno	2	3%
Total	67	100%

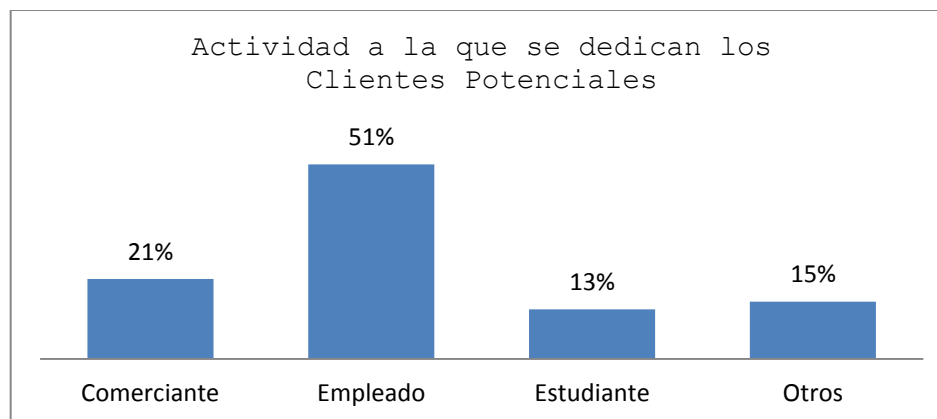


Comentario: De acuerdo con los datos obtenidos, el mayor porcentaje de los clientes potenciales resultaron ser estudiantes universitarios con un 43% lo cual es un índice que se debe de estudiar detenidamente y saber si estos estudiantes viajan con algún motivo de educación frecuentemente y utilizar esta información de la manera más adecuada, seguido de los bachilleres con el 30%, los profesionales con un 21% y con un 6% los que poseen un nivel básico o ningún nivel.

4. Actividad a la que se dedican.

Objetivo: Conocer la actividad a la que se dedican los clientes potenciales que viajan entre los diferentes países de Centroamérica.

Actividad a la que se dedican	Frecuencia	Porcentaje (%)
Comerciante	14	21%
Empleado	34	51%
Estudiante	9	13%
Otros	10	15%
Total	67	100%

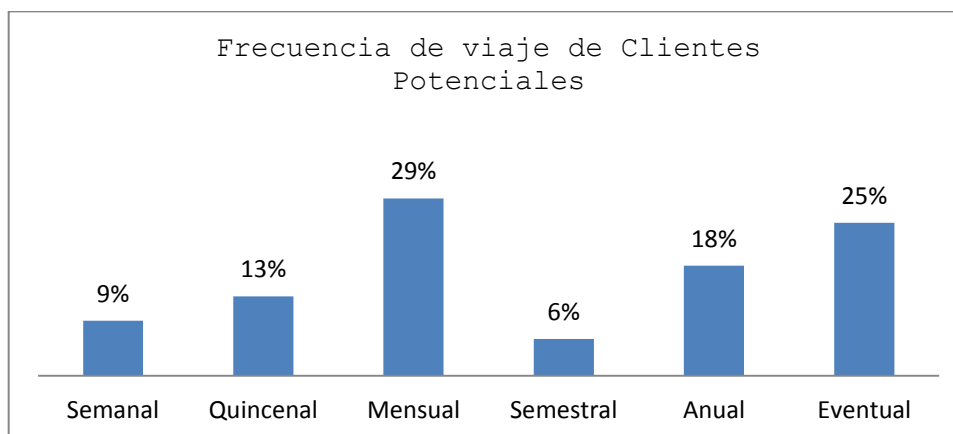


Comentario: La mayor concentración de clientes son empleados ya que representan el 51%, seguido por los comerciantes con un 21%, los comerciantes y empleados representan un 72% del posible mercado potencial, lo que nos permite determinar que son nuestro mayor mercado para trabajar en la nueva ruta de destino; Ya que el 28% está conformado por los estudiantes y los que se dedican a otro tipo de actividades ejemplos amas de casa, etc.

5. Frecuencia de viaje

Objetivo: Conocer la frecuencia con la que los clientes potenciales se transportan entre los diferentes países de Centroamérica.

Frecuencia de viaje	Frecuencia	Porcentaje (%)
Semanal	6	9%
Quincenal	9	13%
Mensual	19	29%
Semestral	4	6%
Anual	12	18%
Eventual	17	25%
Total	67	100%

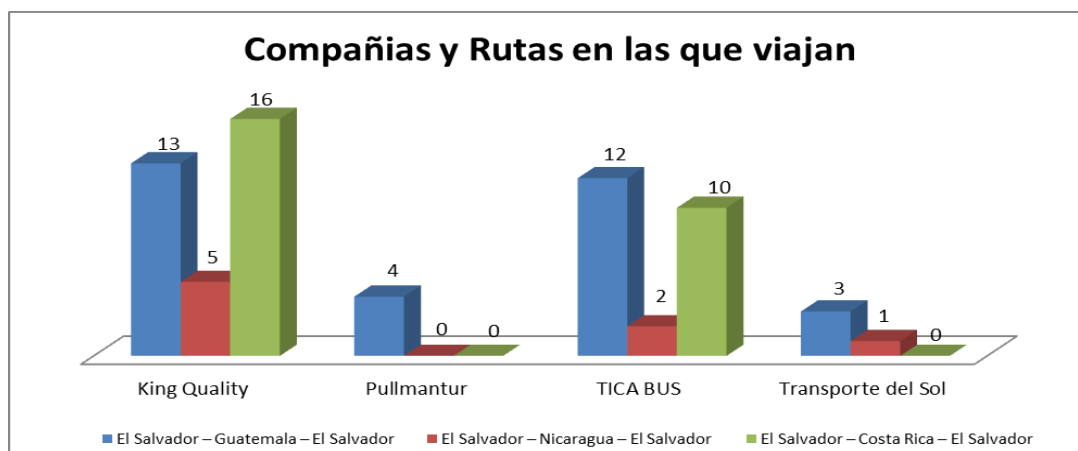


Comentario: El 51% de la población necesita movilizarse por las actividades que realiza ya que viajan de manera semanal, quincenal y mensual a los diferentes países de Centroamérica, un 24% viaja entre cada 6 meses y un año, el restante 25% lo hace eventualmente, lo que nos indica la mayoría con el 51% viaja constantemente y que si se tiene un mercado potencial a las rutas ya existentes.

6. Compañías y Rutas en las que viajan

Objetivo: Conocer la preferencia de las compañías y rutas de los clientes potenciales que viajan entre los diferentes países de Centroamérica.

Ruta/Destino	King Quality	Pullmantur	TICA BUS	Transporte del Sol
El Salvador – Guatemala – El Salvador	13	4	12	3
El Salvador – Nicaragua – El Salvador	5	0	2	1
El Salvador – Costa Rica – El Salvador	16	0	10	*
Total	34	4	24	4

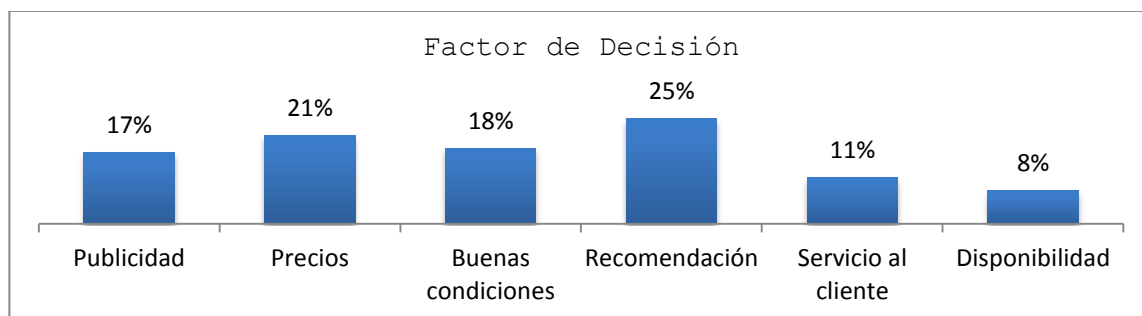


Comentario: Para la ruta hacia Guatemala, Nicaragua y Costa Rica los clientes prefieren realizarlo en King Quality como primera opción, TICA BUS como segunda opción, y aunque en el momento se encontraban viajando en la competencia prefieren como tercera opción a Transporte del Sol y por último lugar prefieren viajar en Pullmantur, esto nos indica que Transporte del Sol es una opción de viaje con la que los clientes potenciales ya cuentan para poder movilizarse a los países de Centroamérica.

7. Por qué se decidieron por viajar con la competencia

Objetivo: Conocer el por qué los clientes potenciales deciden viajar entre los países de Centroamérica, con las diferentes empresas de transporte.

Factor de Decisión	Frecuencia	Porcentaje (%)
Publicidad	12	17%
Precios	14	21%
Buenas condiciones	12	18%
Recomendación	17	25%
Servicio al cliente	7	11%
Disponibilidad	5	8%
Total	67	100%

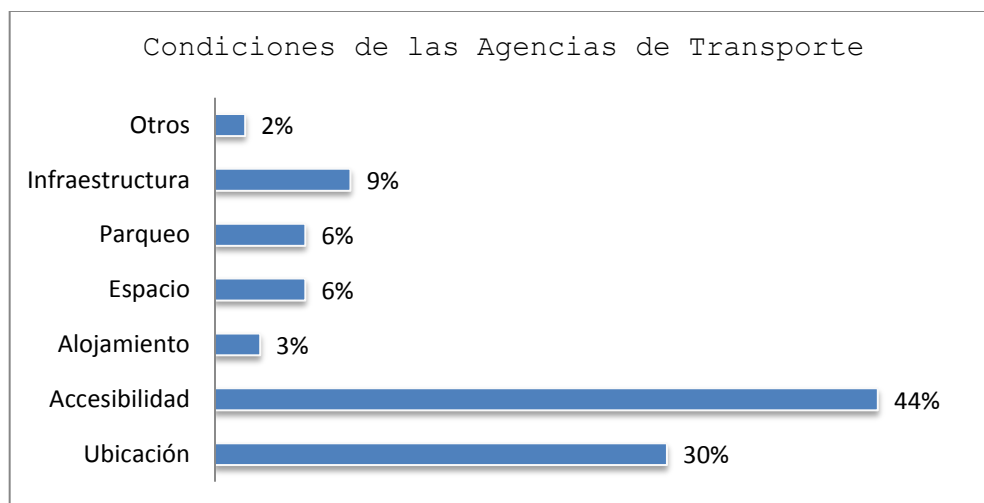


Comentario: El principal factor de decisión que influye al momento de viajar es por recomendación de otra persona con un 25% lo que indica que las personas toman mucho en cuenta las recomendaciones de otras personas, el precio es otro factor con mucha influencia para decidir la compañía con la cual viajar ya que el 21% se ve influido por el precio, las buenas condiciones de los autobuses e instalaciones representan un 18% de influencia, el 17% es influido por la publicidad, el servicio al cliente como la disponibilidad conforman un 19%.

8. Condiciones de Las Agencias de Transportes

Objetivo: Conocer las condiciones que los clientes potenciales desean que tengan las agencias de transporte.

Condiciones de las Agencias	Frecuencia	Porcentaje (%)
Ubicación	20	30%
Accesibilidad	29	44%
Alojamiento	2	3%
Espacio	4	6%
Parqueo	4	6%
Infraestructura	6	9%
Otros	2	2%
Total	67	100%



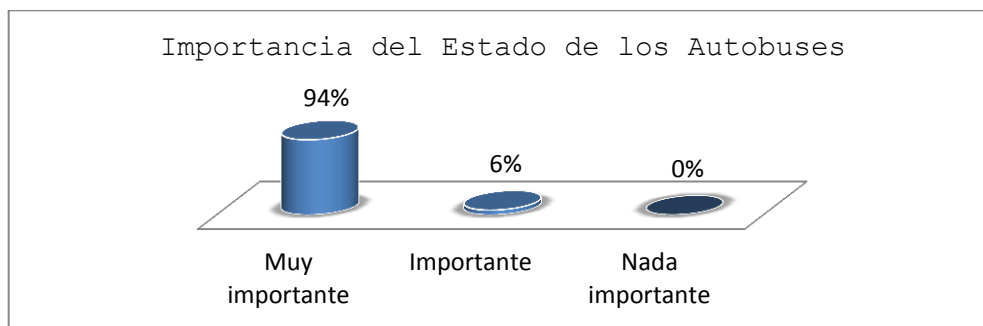
Comentario: El 74% manifestó que las condiciones más importantes que los clientes potenciales evalúan es la accesibilidad y ubicación en la que se encuentre la empresa de transporte, las condiciones restantes suman un 26%. Por lo anterior Transporte del Sol cuenta con una excelente ubicación y accesibilidad,

razón por la cual los clientes potenciales lo tomaran en cuenta en su próxima viaje.

9. Importancia del estado físico-mecánico de los autobuses.

Objetivo: Conocer la importancia para los clientes potenciales del estado físico-mecánico de los autobuses de las diferentes agencias de transporte.

Importancia del Estado de los autobuses	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy importante	63	94%
Importante	4	6%
Nada importante	0	0%
Total	67	100%

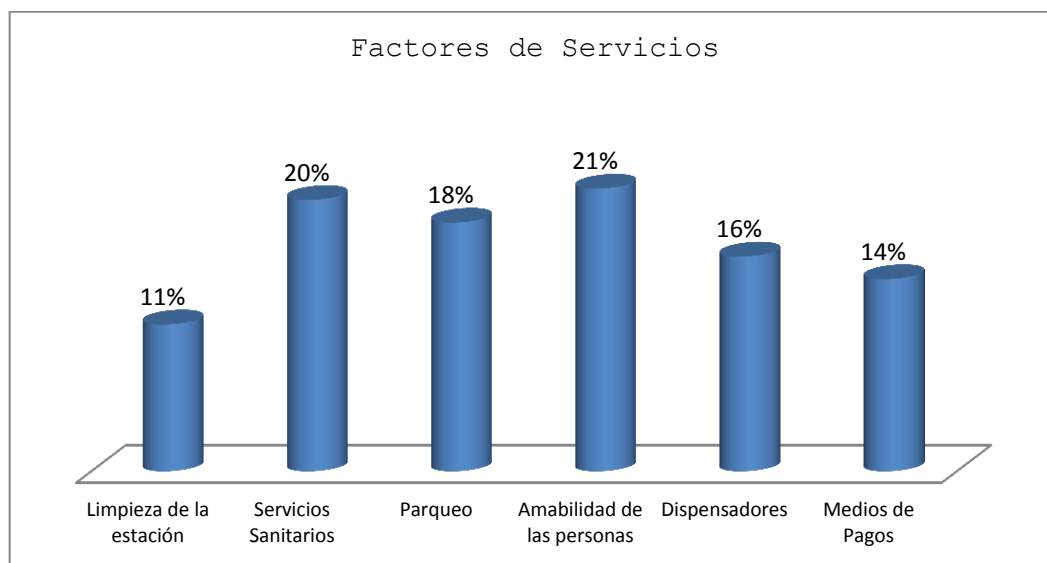


Comentario: Definitivamente es de extrema importancia el estado de las unidades en donde Transporte del Sol es bastante bien evaluado, para los clientes potenciales el 94% de los clientes potenciales es muy importante las buenas condiciones tanto físicas, apariencia y mecánicas del autobús, para el 6% tiene un valor importante; mientras que nadie opino que no sea importante el estado de las unidades.

10. Importancia de los factores de Servicio prestados dentro de agencias de transportes

Objetivo: Conocer la importancia que tienen para los clientes potenciales los factores de servicio prestados dentro de las agencias de transporte.

FACTORES	Nota promedio	FRECUENCIA
Limpieza de la estación	7	11%
Servicios Sanitarios	13	20%
Parqueo	12	18%
Amabilidad de las personas	14	21%
Dispensadores (Agua Pura)	11	16%
Medios de Pagos	10	14%
TOTAL	67	100%



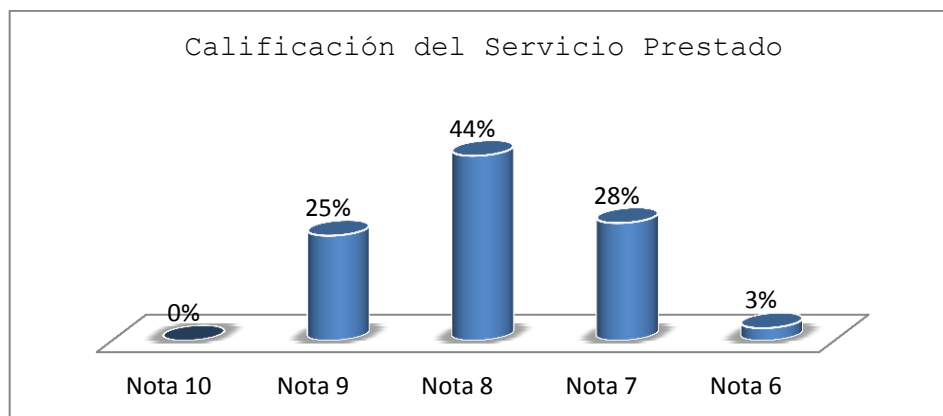
Comentario: El factor más importante en el servicio que ofrecen las demás compañías de transportes terrestre dentro de las instalaciones es con el 21% la amabilidad con la cual atienden a los clientes, con un 20% consideran muy importante la colocación

de servicios sanitarios, con el 18% requieren de parqueo en las instalaciones, 16% dispensadores de agua, 14% medios de pagos y finalmente un 11% respondió que la limpieza de la Estación.

11. ¿Cómo calificaría usted la calidad del servicio prestado?

Objetivo: Conocer si el servicio prestado a los clientes potenciales ha sido de buena calidad.

Calificación del Servicio prestado	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nota 10	0	0%
Nota 9	17	25%
Nota 8	29	44%
Nota 7	19	28%
Nota 6	2	3%
Total	67	100%



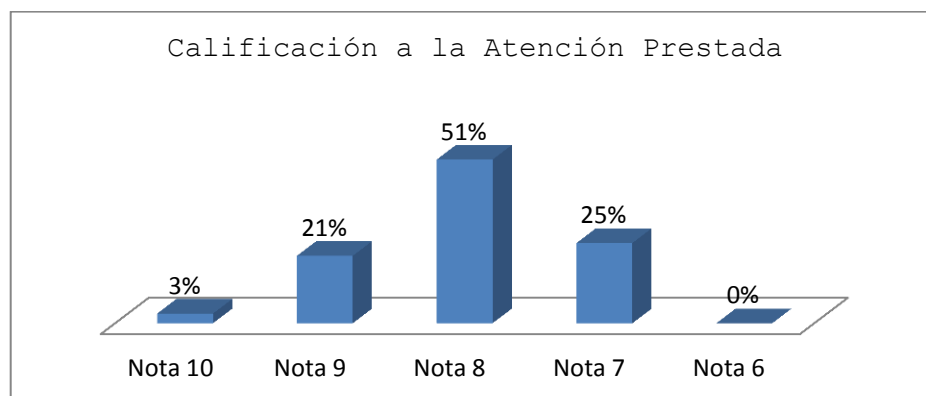
Comentario: El 44% califica con 8 la atención de servicio brindado, un 25% lo califica con una nota de 9, el 28% lo califica con nota 7 y solo un 3% considera la nota 6, lo que nos permite determinar que en ninguna de las empresas de transporte

prestan un servicio con excelencia ya que siempre los clientes encuentran un motivo en el cual estas tienden a fallar, por lo que Transporte del Sol saca ventaja ya que misión en encontrar la excelencia en el servicio.

12. ¿Qué calificación le otorgaría a la atención prestada por las agencias de la empresa en donde ha viajado?

Objetivo: Conocer si la atención prestada por las agencias de transporte han llenado las expectativas de los clientes potenciales.

Calificación a la Atención prestada	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nota 10	2	3%
Nota 9	14	21%
Nota 8	34	51%
Nota 7	17	25%
Nota 6	0	0%
Total	67	100%



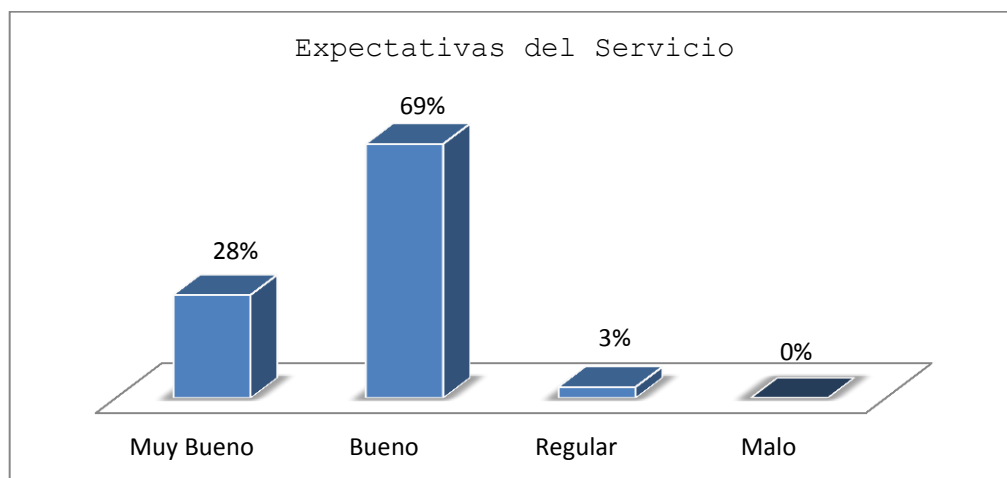
Comentario: Por la constante capacitación, el 51% califica con una nota de 8 la atención prestada por las agencias de

transporte, un 25% lo califica con 7, el 24% con nota 6, y un 3% lo califica como excelente; con lo anterior se logra determinar que la atención es clasificada como una muy buena y son pocas las empresas que han logrado la excelencia en la atención con los clientes, lo que beneficia a Transporte del Sol que al ser evaluada fue de manera excelente. (Ver página 2 pregunta 12 de encuesta de clientes potenciales)

13. ¿En qué forma ha llenado sus expectativas el servicio?

Objetivo: Conocer si el servicio recibido ha satisfecho las expectativas de los clientes potenciales que viajan entre los países de Centroamérica.

Expectativas del Servicio	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy Bueno	19	28%
Bueno	46	69%
Regular	2	3%
Malo	0	0%
Total	67	100%

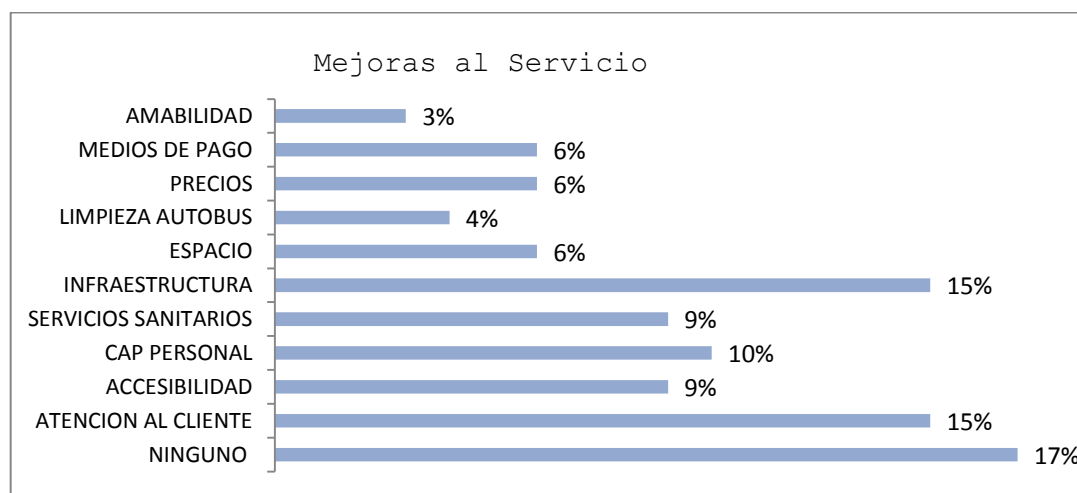


Comentario: El 69% afirma que el servicio que recibieron fue bueno, es decir, que llenó sus expectativas, el 28% lo considera muy bueno y el 3% lo considera regular; lo que demostró que las empresas de transporte, competencia de Transporte del Sol no llenaron las expectativas en cuanto al servicio que brindan.

14. De tener la oportunidad de mejorar algún aspecto en cuanto al servicio o atención prestados ¿Qué mejoraría?

Objetivo: Conocer que aspectos mejorarían los clientes potenciales en cuanto al servicio y atención prestada.

Oportunidad de Mejora	Frecuencia	%
Ninguno	11	17%
Atención al cliente	10	15%
Accesibilidad	6	9%
Capacitación personal	7	10%
Servicios sanitarios	6	9%
Infraestructura	10	15%
Espacio	4	6%
Limpieza autobús	3	4%
Precios	4	6%
Medios de pago	4	6%
Amabilidad	2	3%
Total	67	100%



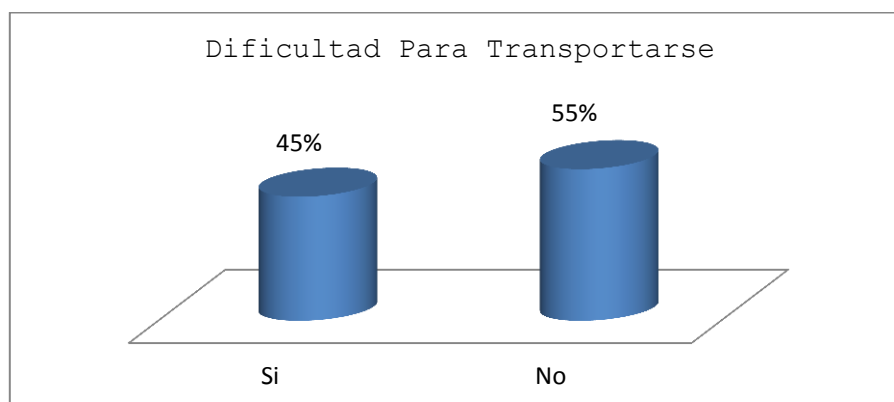
Comentario: El 17% afirma que no mejoraría nada en el servicio, el 30% mejorarían la atención al cliente e infraestructura, el 33% mejoraría la accesibilidad, sanitarios de las agencias, Por

todo lo que se logró observar anteriormente, Transporte del Sol, saca ventaja sobre la competencia, ya que cuenta con un excelente servicio tanto en la agencia como en las unidades de transporte y se encuentra en una excelente y prestigiosa ubicación.

15. ¿Ha tenido dificultades usted para transportarse a su destino en las diferentes compañías de transporte?

Objetivo: Conocer si los clientes potenciales han tenido dificultad al transportarse en las diferentes compañías de transporte entre los países de Centroamérica.

Dificultad para Transportarse	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	30	45%
No	37	55%
Total	67	100%



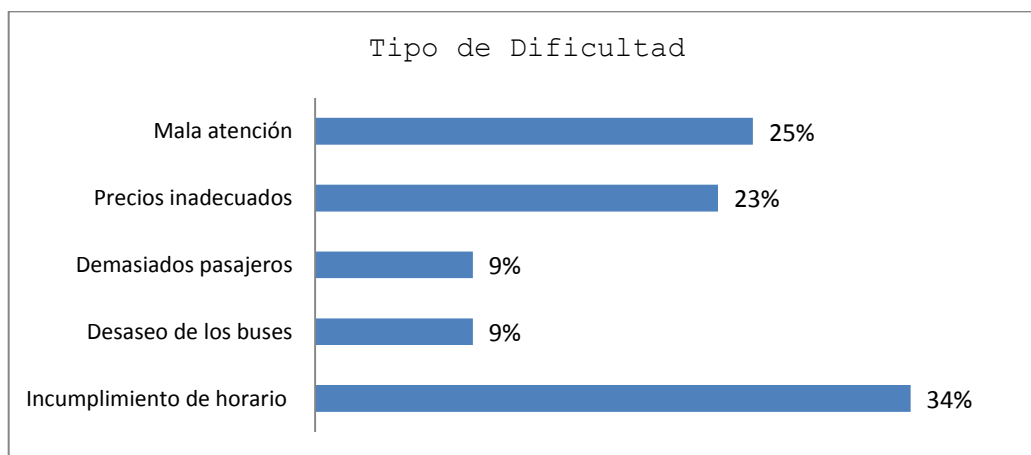
Comentario: El 55% afirma que no tuvieron ningún inconveniente y el 45% si tuvieron dificultades en el transcurso de su destino,

este indicador demostró que son pocas las personas que han pasado algún tipo de inconveniente al transportarse en su ruta de viaje.

16. La dificultad se debió a:

Objetivo: Conocer cuáles fueron las dificultades que los clientes potenciales han tenido al transportarse en las diferentes compañías de transporte entre los países de Centroamérica.

Tipo de Dificultad	Frecuencia	Porcentaje (%)
Incumplimiento de horario	10	34%
Desaseo de los buses	3	9%
Demasiados pasajeros	3	9%
Precios inadecuados	7	23%
Mala atención	7	25%
Total	30	100%



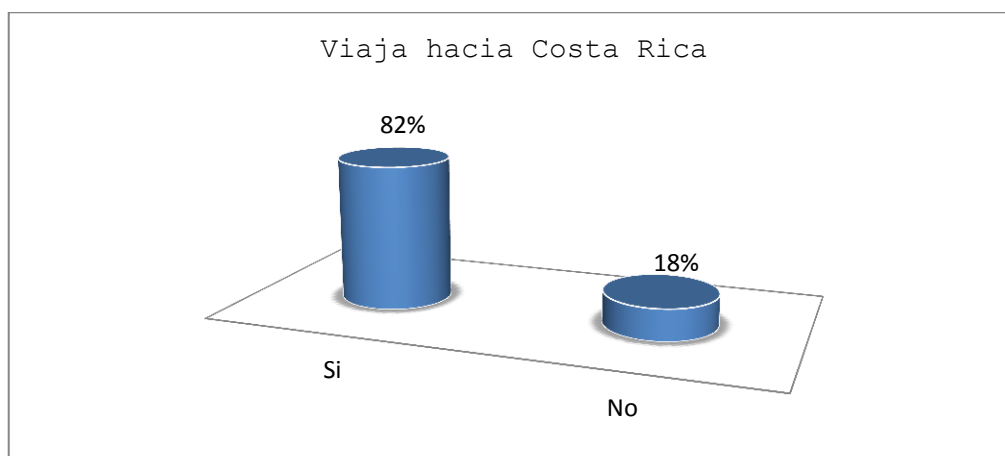
Comentario: El 34% de las personas consideran que la mayor dificultad se debió al incumplimiento de horarios de salidas del autobús, un 25% ha tenido problemas con la atención al cliente,

un 23% afirma que los precios han sido un problema, y el resto tuvieron problemas con desaseo de los autobuses y la sobrecapacidad de pasajeros.

17. ¿Viaja usted en la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador?

Objetivo: Conocer si los clientes potenciales viajan en la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador

Viaja a Costa Rica	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	55	82%
No	12	18%
Total	67	100%

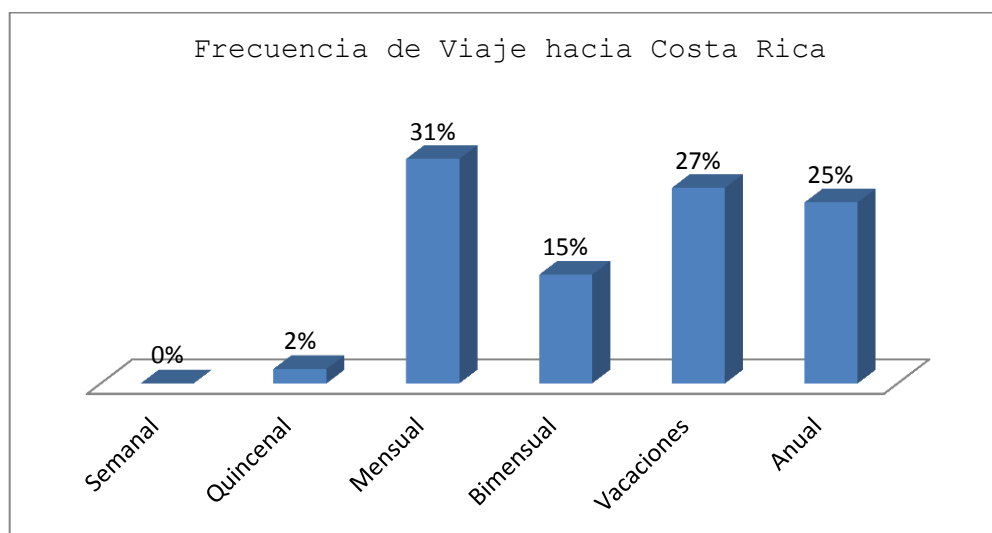


Comentario: El 82% viajan hacia ese destino, por lo que nos permite determinar que la nueva ruta que Transporte del Sol espera poder brindar sería factible por la afluencia de estos hacia ese destino, con un 18% respondió que no viajan en esa ruta.

18. ¿Con qué frecuencia se moviliza hacia Costa Rica?

Objetivo: Conocer la frecuencia con que los clientes potenciales viajan en la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador

Frecuencia de Viaje	Frecuencia	Porcentaje (%)
Semanal	0	0%
Quincenal	1	2%
Mensual	17	31%
Bimensual	8	15%
Vacaciones	15	27%
Anual	14	25%
Total	55	100%

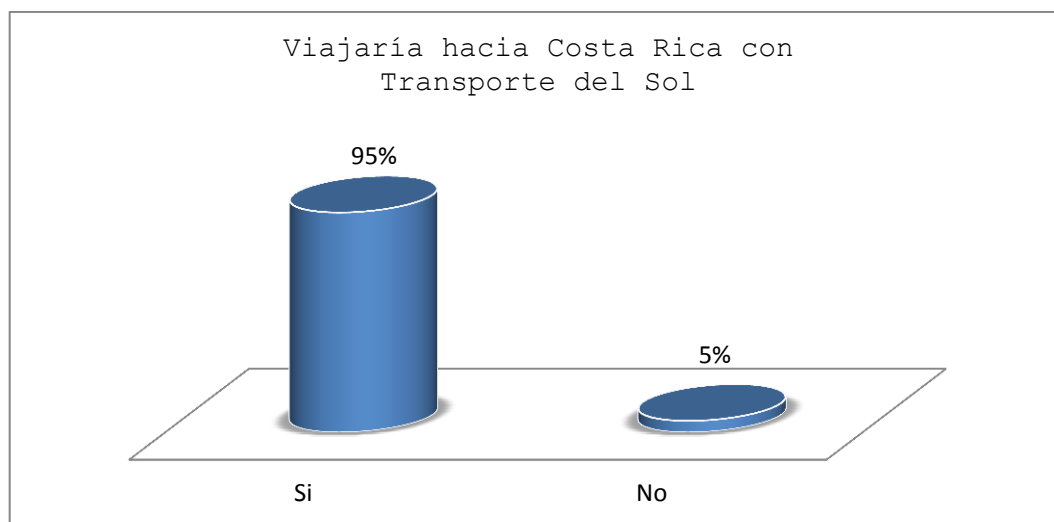


Comentario: El 48% de la población necesita movilizarse por las actividades que realiza ya que viajan de manera quincenal, mensual y bimensual a los diferentes países de Centroamérica, un 27% viaja en temporadas vacacionales, el restante 25% lo hace de forma anual, lo que nos indica que el 48% que viaja constantemente y que si se tiene un mercado potencial a las rutas ya existentes.

19. ¿Viajaría con TRANSPORTE DEL SOL, hacia Costa Rica?

Objetivo: Conocer si los clientes potenciales viajarían con Transporte del Sol en la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador.

Viajaría con Transporte del Sol a Costa Rica	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	52	95%
No	3	5%
Total	55	100%

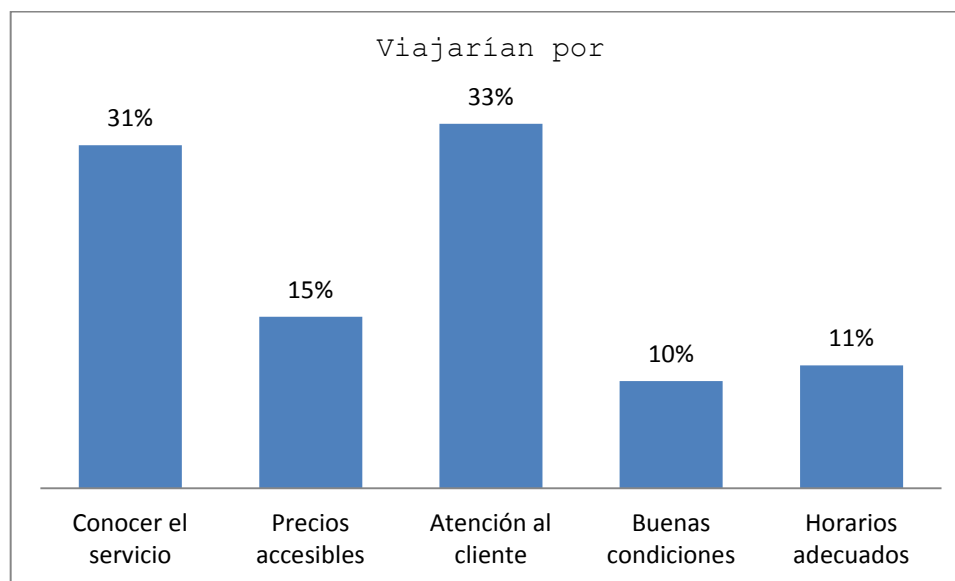


Comentario: El 95% afirma que viajaría con Transporte del Sol si este contara con una ruta hacia ese destino, y únicamente un 5% no viajaría con Transporte del Sol, esto permitió determinar que sería positivo para los intereses de la misma ya que en su mayoría las personas que viajan a ese destino respondieron que tomarían en cuenta a Transporte del Sol con ese servicio.

20. Razón por la que viajarían con Transporte del Sol

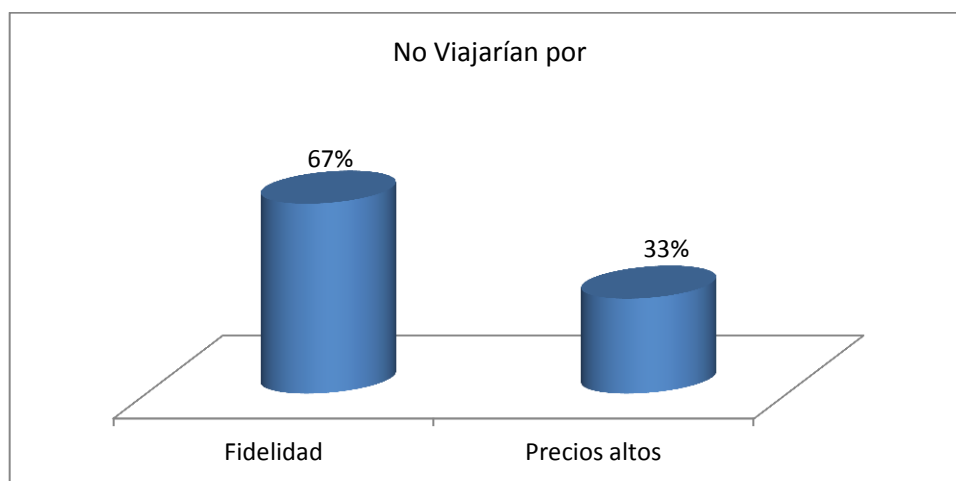
Objetivo: conocer que puede motivar a los 52 posibles clientes, a preferir la empresa Transporte del Sol para viajar hacia la ruta nueva de destino.

Sí Viajarían	Frecuencia	Porcentaje (%)
Conocer el servicio	16	31%
Precios accesibles	8	15%
Atención al cliente	17	33%
Buenas condiciones	5	10%
Horarios adecuados	6	11%
Total	52	100%



Comentario: De los 52 clientes que viajarían con Transporte del Sol el 33% lo haría por la atención al cliente que brindan, el 31% lo haría para conocer el servicio que ofrece Transporte del Sol, un 15% viajaría por los precios accesibles, el 11% considera los horarios adecuados y un 10% lo haría por las buenas condiciones de las agencias.

No Viajarían	Frecuencia	Porcentaje (%)
Fidelidad	2	67%
Precios altos	1	33%
Total	3	100%

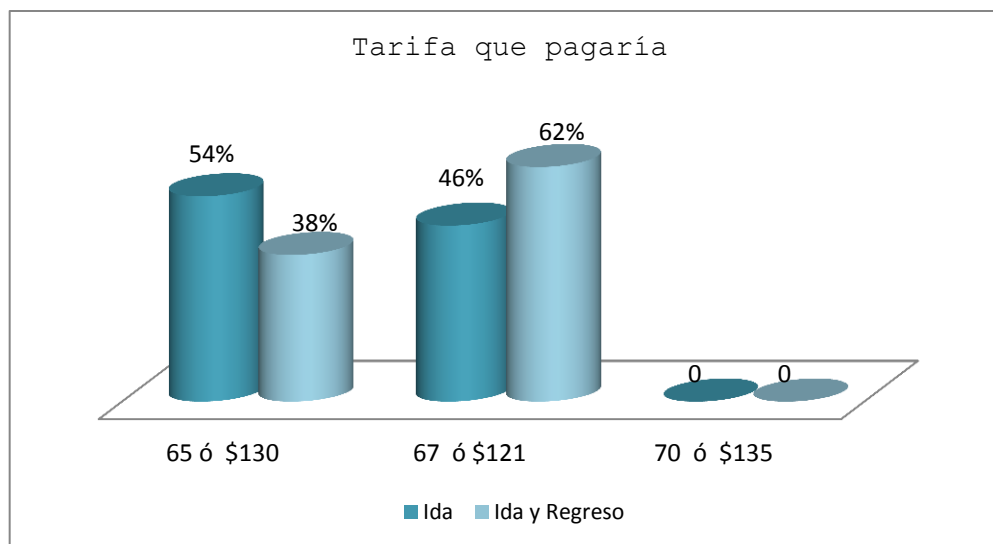


Comentario: El 67% de los que no viajarían con Transporte del Sol es por la fidelidad que mantienen a la compañía con la que viajan actualmente y un 33% no viajaría porque considera los precios muy altos.

21. ¿Qué tarifa estaría de acuerdo en pagar?

Objetivo: Conocer que tarifa estarían dispuestos a pagar los 52 clientes potenciales para la ruta El Salvador - Costa Rica - El Salvador.

Tarifa que Pagaría	\$65 ó \$130	\$67 ó \$121	\$70 ó \$135	Total Clientes
Ida	54%	46%	0%	52
Ida y Regreso	38%	62%	0%	52



Comentario: El 54% de los clientes que viajarían con Transporte del Sol en la ruta El Salvador-Costa Rica, lo haría por un precio igual a US \$65.00, el 46% estarían dispuestos a pagar US \$67.00 solo por ida. Mientras que por ida y vuelta a la ruta El Salvador-Costa Rica-El Salvador el 62% estaría de acuerdo en pagar US \$121.00 y solo un 38% pagaría US \$130.00, por lo cual la tarifa para la posible apertura está al alcance de los clientes que viajarían hacia Costa Rica con Transporte del Sol.

Anexo 7. Cuestionario para Determinar el FODA

Cuestionario para determinar el FODA de Transporte del Sol

Análisis Interno

• **Fortalezas**

1. ¿Qué consistencia tiene la empresa?
2. ¿Qué ventajas hay en la empresa?
3. ¿Qué hace a la empresa mejor que cualquier otra?
4. ¿Cuáles según su criterio son las fortalezas de la empresa? y ¿por qué?

• **Debilidades**

1. ¿Cuáles serían las principales debilidades de la empresa? y ¿por qué?
2. ¿Que se debería mejorar para contribuir aún más al crecimiento?
3. ¿Qué desventajas hay en la empresa?

Análisis Externo

- **Oportunidades**

1. ¿Qué circunstancias mejorarían la situación de la empresa?
2. ¿Qué tendencias del mercado pueden favorecer?
3. ¿Cuáles serían según su criterio las oportunidades que se tiene como empresa, ante el mercado laboral? y ¿por qué?
4. ¿Considera los cambios de tecnología, una oportunidad de desarrollo?

- **Amenazas**

1. ¿Qué obstáculos o amenazas enfrentan a la empresa actualmente?
2. ¿Cuál es el mayor obstáculo que detiene el desarrollo y crecimiento de la empresa?
3. ¿Se tienen problemas de recursos de capital?
4. ¿Puede alguna de las amenazas impedir totalmente la actividad de la empresa?
5. ¿Considera que los precios de las competencias puedan ser un riesgo que impida el desarrollo económico en la empresa?

Anexo 8. Publicidad en Prensa Escrita, pagina WEB

MANAGUA

\$50
SOLO IDA

SALIDA DIARIA:
6:15 a.m.

También salidas diarias a
GUATEMALA
7:00 a.m. y 4:00 p.m.
\$25.00 sola ida

ADemás:
Envío de encomiendas a ambos países

SERVICIO EJECUTIVO CON ALIMENTACION A BORDO

Oficinas y Salidas de
COLONIA SAN BENITO
TEL. 2243-1345

www.busesdelsol.com

Transporte del SOL
Nuestro Orgullo es Servirle

SERVICIO EJECUTIVO

GUATEMALA
\$25.00 solo ida
SALIDA DIARIA: 7:00 a.m. y 4:00 p.m.
TRANSFER A ANTIGUA GUATEMALA
\$15.00 ida

PAQUETE:
Autobús + Hotel
HOTEL CROWNE PLAZA GUATEMALA
3 días / 2 noches
Precio por persona en habitación doble
\$120.00
*Incluye desayuno buffet e impuestos

NICARAGUA
\$50.00 solo ida
SALIDA DIARIA: 6:15 a.m.

ANTIGUA GUATEMALA
\$135.00
MANAGUA CROWNE PLAZA
\$195.00

www.busesdelsol.com
Reservaciones Tels. 2243-1345, 2243-8897 Colonia San Benito.

TRANSPORTE DEL SOL - Mozilla Firefox

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

TRANSPORTE DEL SOL

www.busesdelsol.com/home.html

Más visitados

Transporte del SOL
Nuestro Orgullo es Servirle

- Inicio
- Quiénes Somos
- Servicios y Horarios
- Promoción del Mes
- Galería
- Contáctenos

SERVICIO EJECUTIVO

SALIDAS DIARIAS
GUATEMALA | EL SALVADOR | NICARAGUA

Guatemala
GUATEMALA
Hotel Crowne Plaza
Teléfonos:
(502) 2422 9000 / 4147 3104

San Salvador
EL SALVADOR
Colonia San Benito
Teléfonos:
(503) 2243 1345 / 2243 8897

Managua
NICARAGUA
Bolina Managua
Teléfonos:
(505) 2222 4420 / 2222 7785

Anexo 9. Copia de Boleto

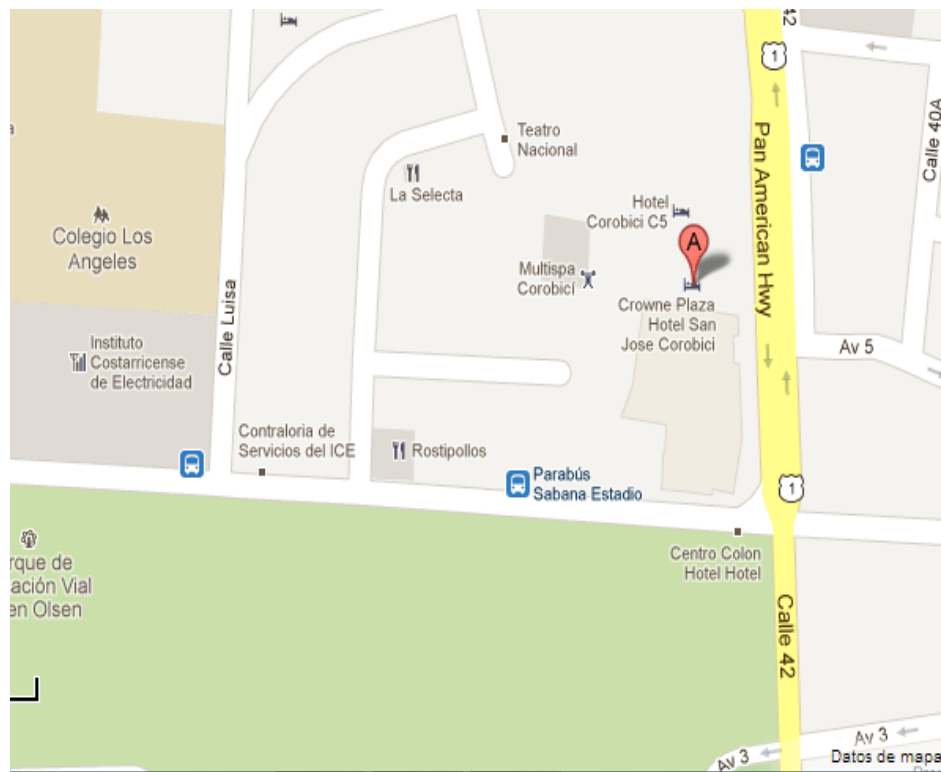
CLASE EJECUTIVA



Pasajero: <i>Mano a Mano</i>		EL SALVADOR Nº 47645	
Transporte del SOL		Fecha	Hora
De: <i>SAU</i>	De: <i>SAU</i>		
De: <i>SAU</i>	De: <i>SAU</i>		
Tarifa: <i>10.00</i>			
Obs:			
		GUATEMALA Pinar Central Plaza Tel: (502) 2422-5000	EL SALVADOR Cof. San Daniel, S.S. Tel: (503) 2243-1345
		NICARAGUA Sotomayor Managua Tel: (505) 2222-4420	

TRIPLICADO - PASAJERO

Anexo 10. Ubicación en Costa Rica



Anexo 11. Modelo de Kiosco



Anexo 12. Descripción de Funciones.

Área Administrativa

Identificación del Cargo: Gerente General

Finalidad del Cargo: es el encargado de planificar, organizar, controlar y supervisar que todas las actividades administrativas de la empresa se realicen eficientemente, optimizando la utilización de sus recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos; además cumplirá y hará cumplir las políticas, las leyes, reglamentos y estatutos de la organización.

Funciones:

- Representar a la empresa judicialmente y extrajudicialmente
 - Dirigir y controlar que cumplan los empleados sus funciones, deberes y responsabilidades.
 - Coordinar y supervisar las actividades de los Encargados de las sala, oficina, y del demás personal.
 - Actualizar y mantener bajo su custodia los inventarios de bienes y valores de la empresa.
 - Realizar los convenios necesarios entre la empresa y los proveedores de insumos.
 - Asumir responsabilidades del desarrollo de la empresa donde
-
-

implique todos los departamentos y oficinas de servicio de Transporte del Sol, y de ser conveniente y necesario se trasladara a cada una de ella para cualquier actividad relacionada a su cargo.

- Supervisar la ejecución de las labores propias del local
- Ejecutar las demás funciones que el ámbito de su competencia, le asigne la junta de accionistas.

Requerimiento:

Educación: Título Universitario en Administración o afines

Experiencia mínima de tres años en gerencia.

Habilidad técnica y humana.

Área Operativa

Identificación del Cargo: Vendedora o Encargada de Boletería

Finalidad del Cargo: responsable de la venta y funcionamiento de la boletería y acomodamiento de los clientes en las diferentes rutas.

Funciones:

- Responsable por los ingresos del Establecimiento por las ventas.
- Responsable de cobro de los boletos
- Representar a la empresa con los clientes
- Realizar cuadro de caja y facturación de boletería
- Atender al cliente dentro de las instalaciones
- Mantener actualizada la base de datos de los clientes con información completa como frecuencia de compra, destinos, clase de cliente, etc.
- Realizar pedido de papelería
- Supervisar la ejecución de las labores propias del local
- Las demás que sean asignadas por su jefe inmediato

Requerimiento:

- Estudios Universitarios.
 - Conocimientos en computación y contabilidad.
 - Habilidad técnica y humana.
 - Buena presencia y desenvolvimiento en situaciones difíciles.
-
-

Identificación del Cargo: Encargado de Sala

Finalidad del Cargo: Esta persona cumplirá con un rol primordial puesto que cumple algunas funciones de apoyo tanto al área administrativa como a la operativa como se describe a continuación.

Funciones:

- Atención al público, información y venta del servicio que proporciona la empresa.
 - Asesorar al cliente sobre la mejor forma de comprar y utilizar los productos.
 - Actuar como vínculo activo entre la empresa y sus clientes para gestionar y desarrollar nuevas propuestas de negocios de promoción.
 - Responsable de la venta y funcionamiento de la boletería y acomodamiento de los clientes en las diferentes rutas.
-
-

Requisitos:

- Estudios Universitarios.
 - Conocimientos en computación y contabilidad.
 - Experiencia mínima de un año en labores similares.
 - Habilidad técnica y humana.
 - Buena presencia y desenvolvimiento en situaciones difíciles.
 - Edad comprendida entre 20 y 40 años
-
-

-
-
- Buena condición física.
-
-

Identificación del Cargo: Chofer

Finalidad del Cargo: transportar a las personas a su destino en el autobús por las vías adecuadas, siendo responsable del viaje en la carretera.

Funciones:

- Atención al público, con información del servicio que proporciona la empresa.
 - Transportar con responsabilidad a los clientes de la empresa, hasta el sitio de destino autorizado por la oficinista y que debe constar en la guía que recibió de la misma.
 - Trasladar encomiendas y/o carga autorizada y de responsabilidad, con el respaldo de documentos que avalen su respectiva entrega.
 - Cuidar y estar pendiente del mantenimiento preventivo cuando así lo designe la oficinista encargada.
 - Alertar a la oficina correspondiente de cualquier incidente, problema o duda que surja en el desarrollo de su actividad normal
-
-

Requisitos:

- Licencia de conducir pertinente.
- Solvencia policial.
- Experiencia mínima de un año en un cargo similar.
- Edad comprendida entre 35 y 50 años

Identificación del Cargo: Atención Abordo (Azafata)

Finalidad del Cargo: Responsable de atender las necesidades básicas de los clientes durante el viaje y controlar el acomodamiento, abordaje y chequeo de los clientes.

Funciones:

- Responsable del chequeo del abordaje de los clientes
 - Responsable del acomodamiento según listado
 - Representar a la empresa con los clientes
 - Atender las necesidades del cliente durante el viaje
 - Brindar información del uso adecuado de las unidades de transporte.
 - Realizar pedido de alimentación para los pasajeros
 - Supervisar la ejecución del viaje
 - Las demás que sean asignadas por su jefe inmediato
-
-

Requisitos:

- Bachiller o Estudios Universitarios
- Conocimientos en atención al cliente
- Habilidad técnica y humana.
- Buena presencia y desenvolvimiento

Identificación del Cargo: Lavador-Cuidador

Finalidad del Cargo: Responsable de realizar la limpieza a la unidad (autobús), así como también cuidar la unidad en su establecimiento.

Funciones:

- Mantener limpio el autobús
- Responsable verificar y supervisar el buen estado del interior de la unidad
- Reportar cualquier anomalía dentro de la unidad
- Vigilar el autobús mientras no anda en viaje
- Realizar pedido de material y equipo de limpieza
- Las demás que sean asignadas por su jefe inmediato

Requisitos:

- Estudios básicos
 - Experiencia de 1 a 3 años
-
-

Anexo 13. Cotización del Autobús.

1. BUSES MASCARELLO

Precio: US \$125.000 por bus.

Este valor incluye:

Bus Mascarello capacidad 45 pasajeros

Asientos reclinables, sistema de audio, full equipo

Aire acondicionado

Maleteros amplios

Impuestos de introducción al país

Foto:



Anexo 14. Detalle de la Depreciación.

DETALLES DE DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPO Y UTENSILIOS
(Método de Línea Recta)

Autobús			
Valor del Activo			US \$125,000.00
Años de Vida Útil			5
Año	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Saldo en libros
1	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 100,000.00
2	\$ 25,000.00	\$ 50,000.00	\$ 75,000.00
3	\$ 25,000.00	\$ 75,000.00	\$ 50,000.00
4	\$ 25,000.00	\$ 100,000.00	\$ 25,000.00
5	\$ 25,000.00	\$ 125,000.00	\$ 0.00

Mobiliario y Equipo de Oficina			
Valor del Activo			US \$ 2,380.14
Computadora de Escritorio	\$ 430.00		
Impresora	\$ 95.00		
Post	\$ 115.00		
Línea Telefónica(Modem)	\$ 25.46		
Sillas Ergonómicas	\$ 109.20		
Mueble	\$ 1,300.00		
Archivador	\$ 305.48		
Años de Vida Útil			2
Año	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Saldo en libros
1	\$ 1,190.07	\$ 1,190.07	US \$ 1,190.07
2	\$ 1,190.07	\$ 2,380.14	US \$ -