

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUEADERO
CENTRAL EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**



ANGIE CATERINE LUBO CHAMORRO

ERICA PAOLA RINCÓN

PRESENTADO A:

Mag. SANTIAGO ANDRÉS MARTÍNEZ CAJAS

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN EMPRESARIAL

POPAYÁN - CAUCA

2019

Tabla de Contenidos

ii

Introducción	1
Justificación.....	2
Objetivos	3
Objetivo general:	3
Objetivos específicos:.....	3
Marco teórico	4
Análisis según de la teoría	6
1. Descripción de la empresa / idea de negocio o proyecto de empresa.....	8
1.1 Datos generales idea de negocio:	8
1.1.1 Domicilio.....	8
1.1.2 Ubicación.....	11
1.1.3 Gestores de la idea.....	11
1.1.4 Actividad principal	11
1.1.5 Actividad conexas:	11
1.2 Antecedentes de la idea de negocio.....	12
1.3 Clasificación de la futura empresa / idea de negocio o proyecto de empresa.	14
1.3.1 Sector servicios:	14
1.3.2 Tamaño:	14

1.3.3	Ámbito actuación:	ii
1.3.4	Propiedad de capital:	14
1.3.5	Tipo de sociedad:	15
1.4	Productos y/o servicios de la empresa / idea de negocio o proyecto de empresa:	15
1.5	Clientes o usuarios de la empresa / idea de negocio o proyecto de empresa:	16
1.6	Competencia para la empresa / idea de negocio o proyecto de empresa:	16
2.	Identificación y descripción del problema	21
3.	Enfoque para resolver el problema	22
3.1	Pregunta del inversionista:	22
3.2	Pregunta de investigación:	22
4.	Objetivo de la investigación:	22
5.	Metodología / diseño de la investigación:	22
5.1	Tipo de investigación	22
5.2	Fuentes de información	23
5.3	Tamaño de la población objetivo	23
5.4	Tamaño de la muestra representativa	23
5.5	Instrumento de recolección de datos	24
5.6	Ficha técnica de la investigación	25
6.	trabajo de campo	26
7.	Procesamiento de la información	26

8. Resultados	27
Mezcla de mercadeo.....	37
1. Servicio	37
1.2 Marca	40
2.1 Precio de lista	42
1.2 Descuentos	44
3. Plaza.....	46
3.1 Canales de distribución.....	46
3.2 Ubicación y cubrimiento	47
4. Promoción	49
4.1 Publicidad.....	49
<i>Fuente: Elaboración propia</i>	51
4.2 Marketing directo	51
Conclusiones	53
Recomendaciones.....	54
Bibliografía	55
Anexos.....	56

Lista de diagramas

v

Diagrama 1: Esquema de investigación de mercado.	7
Diagrama 2: Proceso de la investigación de mercados.....	8

No se encontraron entradas de tabla de contenido.

Lista de imágenes

vi

Imagen 1: Vista en planta del sector Comuna 3, ubicación opción 1.	9
imagen 2: Vista en planta del sector Comuna 4, ubicación opción 2.	10
Imagen 6: Simulador para calcular el tamaño de la muestra.	24
Imagen 7: Porcentaje de personas con vehículo propio.	27
Imagen 8: Porcentaje de la clase de vehículo que poseen las personas.	28
Imagen 9: Porcentaje de personas según su ocupación y lugar de trabajo.	29
Imagen 10: Porcentaje de personas que hacen uso del servicio de parqueadero público en la ciudad de Popayán.	30
Imagen 11: Porcentaje de la frecuencia del uso del servicio de parqueadero.	31
Imagen 12: Porcentaje del tiempo de circulación en busca de un servicio de parqueadero.	32
Imagen 13: Porcentaje de la calificación que dan las personas al servicio ofrecido por los parqueaderos públicos de la ciudad.	33
Imagen 14: Porcentaje de la percepción de las personas, respecto a la cantidad de parqueaderos existentes en el centro de la ciudad de Popayán.	34
Imagen 15: Porcentaje de los factores influyentes en la elección de un parqueadero público, para las personas de la ciudad de Popayán.	35
Imagen 16: Favorabilidad de las personas respecto a un parqueadero diferente a los habituales.	36
Imagen 17: <i>Logo de la idea de negocio</i>	40

Introducción

El presente documento es un estudio de mercado que permita reunir los elementos necesarios para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán. El propósito de este trabajo es evaluar la viabilidad de la idea de negocio en el mercado.

Por ello en esta investigación se desarrollarán cada una de las herramientas necesarias para su elaboración. Se realizará una descripción detallada de la idea de negocio encaminada a la “Creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán”, a partir de la identificación de la situación de mejora (Problemática) se presentarán las estrategias enfocadas a la solución o mitigación de los efectos causados por el problema. La investigación comprende un diseño metodológico centrado en el análisis cuantitativo que “se define como aquella en que se utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población”.

Finalmente, como resultado de la información obtenida se pueda determinar si es viable la creación de esta nueva empresa y como futuras inversionistas contribuyan en la toma de decisiones.

Justificación

Actualmente la Ciudad de Popayán tiene aproximadamente 398.000 habitantes, y según información obtenida de la secretaria de tránsito hay 46.696 vehículos matriculados en la ciudad.

Teniendo en cuenta las limitaciones de la infraestructura vial de la ciudad son grandes las dificultades en materia de movilidad y escasos puntos para estacionamiento público, lo cual ha propiciado la creación de establecimientos privados dedicados al estacionamiento de vehículos, pero a su vez estos no son suficientes para satisfacer la demanda, además de carecer de garantías para la seguridad y estrategias creativas para el cuidado de los vehículos.

De esta manera se evidencia un foco de oportunidad para el diseño de la investigación y realización del estudio de mercado, buscando una idea de negocio capaz de articular estrategias de calidad de servicio, seguridad y cobertura de demanda, que permitan superar las limitaciones actuales y contribuir con la disminución de los efectos de la situación de mejora.

Teniendo en cuenta lo anterior nace la necesidad de realizar una investigación que contemple la metodología más adecuada para garantizar un estudio de mercado que permita determinar la viabilidad del proyecto, donde la identificación de las necesidades de los clientes y/o usuarios serán el punto de partida.

Objetivos

1.2 Objetivo general:

Realizar un estudio de mercados para determinar la viabilidad del montaje de un parqueadero central en la ciudad de Popayán.

1.3

1.4 Objetivos específicos:

- Describir detalladamente la idea de negocio
- Identificar y describir el problema de la idea de negocio del parqueadero
- Realizar el enfoque para resolver el problema de investigación
- Formular el objetivo de la investigación
- Diseñar la investigación y su metodología
- Describir de manera detallada el trabajo de campo
- Realizar el proceso de la información
- Mostrar los resultados de la investigación
- Diseñar la mezcla de mercadeo (marketing mix) para la futura empresa.

Marco teórico

Malhora (2008) afirma que:

“La investigación de mercados: es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones.” Pág. 7

Por su parte, (Sampieri) afirma que “la investigación de mercado es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos, y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema.”

Mientras que Lehmann (1993) dice:

“los problemas que atiende la investigación de mercados son tan variados como sus métodos. Algunos de los más comunes incluyen lo siguiente:

Análisis del comprador/segmentación. Otro tipo común de investigación es estudiar a los compradores para encontrar las características de los usuarios de diferentes marcas, con el fin de asignar recursos de una manera más eficiente (por ejemplo, inversión en publicidad.

Procesos de elección y procesos de información. La forma más común en investigación básica que se realiza dentro la mercadotecnia es, proalmente, estudiar como obtienen información los comprobadores y como hacen su elección.

Pruebas de factor. La base de la mayor parte de la investigación de mercados es seleccionar entre diferentes combinaciones y nivel los diversos factores que componen la mezcla de mercadotecnia; precio, nivel de publicidad, y textos, promoción, envase.” (Lehmann, 1993)

Según (Pope, 1993) La investigación de mercado comprende todas las funciones de un negocio que intervienen en el movimiento de los bienes y servicios del productor al usuario. En otras palabras, consiste en llevar el producto indicado al punto de venta preciso al precio apropiado y dejar que el consumidor lo sepa a través de la pronación.

Según (Taylor, 2014)La investigación de mercado es la función que enlaza al consumidor, al cliente y público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también para generar perfeccionar y evaluar acciones de marketing.

Según HAartley.(2014): El mercadeo es una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de crear un producto “para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones” y su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes.

1.5 Análisis según de la teoría

A partir de la conceptualización establecida por **Malhotra** se puede identificar la importancia de la Investigación de mercado por cuanto permite conectar la idea de negocio con las necesidades y expectativas de los clientes, a partir del análisis de información adquirida de los mismos. Por tal razón este proyecto de investigación comprende un análisis de información para el diseño de la una idea de negocio que atienda los requerimientos de los clientes.

El estudio de mercado se desarrolla como un sistema organizado mediante un orden lógico, que parte inicialmente de la identificación de la situación de mejora que se pretende resolver. Para ello se requiere contar con toda la información necesaria para su respectivo análisis y determinar la viabilidad de negocio.

Los métodos establecidos según Lehmann orientan el desarrollo de la investigación, por medio de este diseño metodológico se puede realizar el estudio de caracterización de los clientes y/o usuarios del servicio, obtención de información recolectada a partir del análisis cuantitativo, análisis de comportamiento del mercado de establecimientos de estacionamiento en la ciudad.

Teniendo en cuenta el postulado de Jeffrey L. Pope es fundamental que desde la investigación se realice la caracterización del producto o servicio a ofrecer, que para el caso será la idea de negocio del local de estacionamiento vehicular con las características principales del servicio.

Teniendo en cuenta el enfoque que tiene el cliente dentro de los estudios de mercado, la presente investigación se centra en el estudio y análisis de necesidades y/o

problemáticas de los clientes, como oportunidades para garantizar la viabilidad de la idea de negocio. Así mismo utilizando las estrategias de marketing más acertadas para persuadir o llamar la atención de los clientes, ya sea mediante estrategias de calidad, servicio o precio.

El estudio de mercado pretende establecer la mejor opción para los clientes que requieren servicio de estacionamiento vehicular, mediante un servicio diferencias que satisfaga su necesidad generando un valor agregado en la prestación del servicio.

En el diagrama 1 se muestra el proceso de investigación de mercado, desde la teoría.

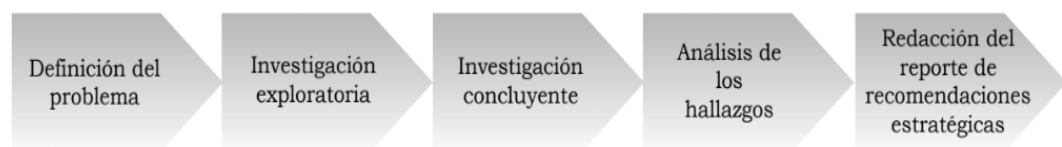


Diagrama 1: Esquema de investigación de mercado.

Fuente: (Malhotra, 2008)

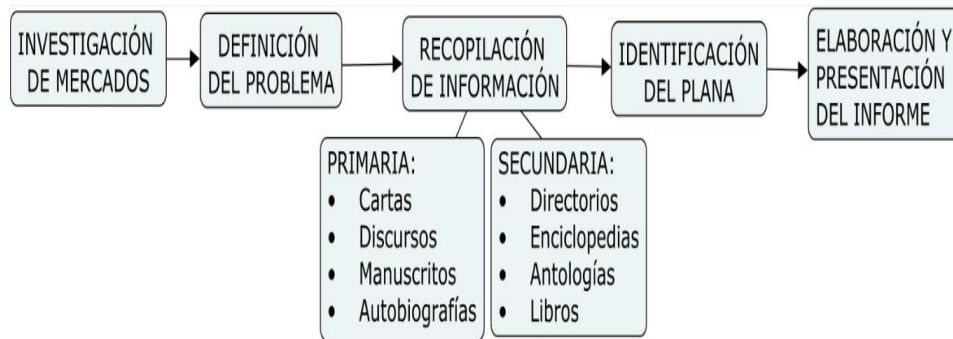


Diagrama 2: Proceso de la investigación de mercados.

Fuente: Elaboración Propia

1. Descripción de la empresa / idea de negocio o proyecto de empresa

1.6 1.1 Datos generales idea de negocio:

1.1.1 Domicilio:

Macro localización: El parqueadero estará ubicado en la capital del departamento del Cauca; Popayán, localizada en el valle de Pubenza, entre la Cordillera Occidental y Central al suroccidente del país. Su extensión territorial es de 512 km², su altitud media es de 1760 m sobre el nivel del mar, su precipitación media anual de 1941 mm, su temperatura promedio de 14/19 °C.

Micro localización: Se tienen en cuenta dos posibles opciones de ubicación; la primera, ubicada en la comuna 3 del municipio, en el barrio Bolívar, sector altamente comercial y de servicios, con cercanía al sector histórico de la ciudad y a empresas tanto públicas como privadas de la misma; y cuya dirección exacta es: carrera 6 A No. 9N-55 Parquadero patios del municipio (Centro de diagnóstico). La segunda, se encuentra en la comuna 4 de la ciudad, en el barrio Centro, a una cuadra del sector histórico del municipio, y con cercanía a los equipamientos principales de la ciudad, la dirección es Carrera 9 con calle 3 esquina.

Opción 1: Carrera 6 A No. 9N-55 Parquadero patios del municipio (Centro de Diagnóstico).



Imagen 1: Vista en planta del sector Comuna 3, ubicación opción 1.

Fuente: Cartografía Popayán,

- **Opción 2:** Carrera 9 con calle 3 esquina



imagen 2: Vista en planta del sector Comuna 4, ubicación opción 2.

Fuente: Cartografía Popayán.

En la siguiente tabla (*Tabla 1*) se evaluaron las dos posibles opciones de ubicación de la idea de negocio, dando un valor a los ítems, de 1 a 5, siendo 1 el menos favorable y 5 el más favorable, para posteriormente sumar los resultados y elegir la opción más favorable para la ubicación del proyecto.

Tabla 1 : Matriz comparativa para la elección de la ubicación del parqueadero

Matriz Comparativa Para La Elección del Parqueadero		
Items	Opción 1	Opción 2
Ubicación	4	5
Área física	5	2
Cercanía a instituciones de Apoyo y emergencia	5	3
Accesibilidad	5	3
Cercanía al sector histórico	3	5
Total	22	18

Fuente: Elaboración propia

1.1.2 Ubicación: Carrera 6 A No. 9N-55 Parqueadero patios del municipio (Centro de diagnóstico).

1.1.3 Gestores de la idea: Érica Paola Rincón y Angie Caterine Lubo Chamorro

1.1.4 Actividad principal: Servicio de Estacionamiento Vehicular: Automóviles Livianos, Motocicletas y Bicicletas.

1.7 1.1.5 Actividad conexas:

-Lavado automotriz

Incentivo de fidelización: Lavado Automotriz quincenal a clientes regulares.

1.8 1.2 Antecedentes de la idea de negocio

En Colombia tener un automóvil es cada día más fácil, lo que quiere decir que además de haber financiación para autos nuevos, el mercado del usado ofrece cada vez más opciones y precios más cómodos. El resultado es, además de un mayor bienestar para la clase media creciente, un caos en las vías.

“ En gran parte del centro y otras zonas álgidas en movilidad de Popayán, las comunidades se sienten sitiadas por el mal parqueo de automóviles, que se han tomado y siguen tomándose las calles, el que es un problema creciente incluso en algunos barrios residenciales de todos los estratos, aunque el problema es menor en algunos barrios alejados de la urbe y en unidades residenciales, dado que sus edificios cumplen más las normas de tener parqueos para sus residentes y también parqueos de visitantes. Esto no es cierto de la mayoría de los demás barrios y la toma de las calles como parqueaderos avanza en una proporción geométrica.” (El parqueo irregular crece en la ciudad, 2019)

Circunstancias como la anteriormente mencionadas son el origen de la molestia de los clientes y usuarios de establecimientos de parqueo en la ciudad, debido a que no cuentan con los espacios adecuados que garanticen la protección y cuidado de sus vehículos, por lo cual recurren a espacios inadecuados de estacionamiento. Situación que se ha convertido en la oportunidad para la inversión en la apertura de nuevos estacionamientos en el sector centro de la ciudad, pero a pesar de ellos los escasos de parqueaderos es evidente sobre todo en temporadas específicas como semana santa y/o fechas de fin de año, además de las deficiencias en la prestación de este servicio.

Actualmente la respuesta a problemas de abastecimiento es la generación de espacios disponibles y proyectos de inversión encaminamos al mejoramiento de las dificultades o problemáticas, pero a nivel local la ciudad requiere de un estudio minucioso y persuasivo que tenga las garantías y que permite dar cumplir con las expectativas de los clientes.

El estudio incluye elementos de caracterización y análisis cuantitativo que permita la estructuración de una idea sólida y clara para el montaje de la idea de negocio y su viabilidad.

La investigación nace por experiencia propia de las estudiantes de quinto semestre del programa de Tecnología de Gestión Empresarial de la Facultad de Ciencias Sociales de la Administración: Angie Lubo y Érica Rincón, quienes coinciden en la necesidad de un parqueadero que ofrezca un servicio de parqueo con un horario flexible , con apertura a las 6 am y cierre a las 11:00pm, debido a las personas que poseen vehículos (automóvil, motocicleta) y que se dirigen a los diferentes planteles educativos de educación superior especialmente en horas de la noche, se ven afectados al no contar con este servicio , por lo cual se ven obligados a estacionar sus vehículos en zonas prohibidas o inseguras teniendo en cuenta que los estacionamientos cercanos al sector centro no cuentan con un horario de cierre superiora a las 9 de la noche.

1.9 1.3 Clasificación de la futura empresa / idea de negocio o proyecto de empresa.

1.3.1 Sector servicios:

La futura empresa de parqueadero público se ubica en el sector terciario o de servicios, porque las actividades que realiza no implican la producción de bienes materiales, solamente se dedica a la satisfacción de las necesidades de las personas.

1.3.2 Tamaño:

Teniendo en cuenta que la idea de negocio contará con 10 trabajadores y con una proyección futura de consolidación y crecimiento, estaría clasificada como una microempresa.

1.3.3 Ámbito actuación:

- El ámbito de actuación del proyecto es **Local** teniendo en cuenta que concentrara su actividad en la ciudad de Popayán donde se tiene prevista su constitución.

1.3.4 Propiedad de capital:

- De acuerdo a la propiedad de capital el proyecto se clasifica como empresa privada teniendo en cuenta que el origen de los recursos proviene de particulares. A pesar de su contribución social el objetivo de la empresa es generar rentabilidad en sus operaciones.
- Constituida como empresa Formal teniendo en cuenta parte estructura organizativa, basada en la división del trabajo, con identificación de funciones claras de los colaboradores.

1.3.5 Tipo de sociedad:

Será una sociedad S.A.S (sociedad por Acciones Simplificadas), teniendo en cuenta que facilita su constitución ya sea para personas naturales o jurídicas con tramites simplificados relacionado con los demás tipos de sociedades, y bajo presupuesto inicial.

1.4 Productos y/o servicios de la empresa / idea de negocio o proyecto de empresa.

Se ofrecerá servicio de parqueadero para Automóviles, Motocicletas y Bicicletas abierto al público de:

- Lunes a viernes en el horario de 6:00 am a 11:00 pm
- Sábados en el horario de 9:00 am a 7:00 pm
- Domingos y Festivos de 9:00 am a 7:00 pm
- En temporadas como: Semana Santa, junio y diciembre se tendrá en cuenta un horario especial.
- Las tarifas serán mensuales o por horas, de acuerdo a la comodidad del cliente.
- Lavado gratis a Automóviles de clientes fieles, una vez cada quince días, como una estrategia de promoción.

1.5 Clientes o usuarios de la empresa / idea de negocio o proyecto de empresa.

Los usuarios del parqueadero serán:

- Personas que posean vehículo; (Carro, moto, vehículos eléctricos) y tengan necesidad de un parqueadero público que les permita estacionarlo y cuidarlo durante un tiempo indeterminado, cualquier día de la semana.
- -Trabajadores, empresarios, estudiantes de la ciudad de Popayán.
- Rango de edad: desde los 18 años en adelante.

1.6. Competencia para la empresa / idea de negocio o proyecto de empresa.

-Parqueadero colonial centro

Ubicación: Carrera. 9 #2-40

Horarios: Abierto las 24 horas

Servicios adicionales: Parqueadero cubierto.



Imagen 3: Fachada principal del parqueadero colonial centro

Fuente: Fotografía tomada por Erica Paola Rincón

Parqueadero Acueducto

Ubicación: a 2-112, Cl. 3 #2-2

Horarios: Abierto las 24 horas

Servicios adicionales:

Aparcamiento público

Corresponsal Bancario de BANCOLOMBIA

Venta de seguros y pólizas

Cafetería



Imagen 4: Fachada principal del parqueadero acueducto

Fuente: Fotografía tomada por Erica Paola Rincón

Parqueadero

Ubicación: Calle 5 # 7 – 53

Servicios adicionales: Ninguno



Imagen 5: Fachada principal del parqueadero

Fuente: Fotografía tomada por Erica Paola Rincón

Parqueadero la cuarta

Ubicación: Calle 4 # 10 – 77

Servicios adicionales: Ninguno



Imagen 6: Fachada principal del parqueadero

Fuente: Fotografía tomada por Erica Paola Rincón

Parqueadero Escalona

Ubicación: Calle 3 # 2-26

Servicios adicionales: Ninguno



Imagen 7: Fachada principal del parqueadero

Fuente: Fotografía tomada por Erica Paola Rincón

Tarifas estipuladas por el decreto municipal**Automóviles, camperos y camionetas****Fracción/hora diaria:** \$1.750**Fracción/hora nocturna:** \$1.900**Tarifa diría plena:** 06:00 am – 06:00 pm \$4.950**Tarifa nocturna plena:** 06:00pm**Tarifa mensual:** \$59.200**Motocicletas:****Fracción/hora diaria:** \$1.300**Fracción/hora nocturna:** \$1.500**Tarifa diría plena:** 06:00 am – 06:00 pm \$3.000**Tarifa nocturna plena:** 06: \$3.200**Tarifa mensual:** \$20.500**Bicicletas:****Fracción/hora diaria:** \$400**Fracción/hora nocturna:** \$400**Tarifa diría plena** 06:00 am – 06:00 pm \$2.400**Tarifa nocturna plena:** 06: \$2.400**Tarifa mensual:** \$14.500*Fuente:* Decreto municipal

2. Identificación y descripción del problema

A nivel local se evidencian los bajos niveles de cobertura de la demanda del servicio de estacionamiento en el sector centro y sectores aledaños de la ciudad de Popayán, sector en el que convergen establecimientos comerciales, empresariales tanto públicos como privados, lo cual convierte esta zona en un espacio de gran afluencia vehicular. El análisis cuantitativo producto de la investigación muestra la inconformidad sobre la prestación del servicio de parqueadero actual y la dificultad para poder acceder a los dichos estacionamientos. Lo anterior sumado a los bajos niveles de cultura vial genera un entorno incómodo y caótico, con mayor frecuencia en fechas especiales.

Esta situación de mejora es el punto de partida para la realización de la investigación de mercado para la creación de un estacionamiento que contribuya con la cobertura de demanda, además de ofrecer un valor agregado al servicio, garantizando la seguridad y comodidad de los clientes. Es evidente que el estudio de investigación enfrenta retos y adversidades, como lo es la dificultad para acceder a información verídica que permita una investigación efectiva, en ocasiones la imposibilidad de acceder a fuentes informativas reales es el principal problema de los estudios de mercado y termina convirtiéndose en una causal de fracaso en los proyectos. Por tal razón para la presente investigación se propone la consecución de información de primera mano de fuentes confiables y usuarios de servicio de estacionamiento reales que proporcionaron información oportuna para el desarrollo del estudio.

3. Enfoque para resolver el problema

1.10 3.1 Pregunta del inversionista

¿Es viable desde el punto de vista de mercado la creación de un parqueadero?

1.11 3.2 Pregunta de investigación

¿Existe una demanda real para un parqueadero central en la ciudad de Popayán?

4. Objetivo de la investigación

Conocer si existe una demanda real para el servicio de parqueadero y demás servicios que se pretenden ofrecer en la ciudad de Popayán.

5. Metodología / diseño de la investigación

1.12 5.1 Tipo de investigación

Frente al desarrollo de la investigación de mercados planteada, se propone el uso de la metodología cuantitativa, “se define como aquella que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población”¹. En este sentido, la metodología cuantitativa nos permitirá establecer un aproximado de la demanda que pueda generar la idea

El desarrollo de la investigación de mercados se hará a través del tipo de investigación descriptiva Según Hernández (2014) “estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente

o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

1.13 5.2 Fuentes de información

Las fuentes de información que se utilizan en la investigación de mercados son las siguientes:

Como fuente de información primaria, se utilizó la encuesta, la cual nos permite recopilar información precisa para la investigación de mercados que se lleva a cabo y así poder alcanzar los objetivos propuestos.

Como Fuente de información secundaria se usó la base de datos y las proyecciones de los vehículos registrados en la secretaria de tránsito de la ciudad de Popayán.

1.14 5.3 Tamaño de la población objetivo

Para poder determinar la población objetivo, se utilizó la base de datos de la secretaría de tránsito, que nos muestra el total de los vehículos y motocicletas de la ciudad de Popayán que se encuentran registradas. Se realizó la sumatorio de esta información y el total de dicho resultado fue de 46.696.

1.15 5.4 Tamaño de la muestra representativa

Una vez aplicado el resultado de la población objetiva en el simulador, arrojó como resultado que el tamaño de la muestra debe ser de 96 personas, a las cuales se les realizará la encuesta, teniendo en cuenta un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 1,96.

SIMULADOR PARA CALCULAR LA MUESTRA

Intervalo de confianza %	Multiplicador $Z_{\alpha/2}$
99%	2,58
95%	1,96
90%	1,65
85%	1,44
80%	1,28

CALCULO DE LA MUESTRA

n: Tamaño de la muestra.
 Z Nivel de Confianza. 1,96
 N Tamaño de la Población. **46.696**
 P Probabilidad de éxito/positiva. 50%
 Q Probabilidad de fracaso/negativa 50%
 E Margen de error. 10%

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 50% * 46696}{1,00% * 46695 + 3,8416 * 50% * 50%}$$

$$n = \frac{44.847}{467,9104}$$

n= **96** Tamaño de la Muestra

Población:	46.696
Encuestas a realizar:	96
Porcentaje de encuestados de la población:	0%

Imágen 3: Simulador para calcular el tamaño de la muestra.

Fuente: Simulador para calcular el tamaño de la muestra.

1.16 5.5 Instrumento de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos que utilizamos es la encuesta, la cual nos permitió recopilar información precisa para la investigación de mercados que se lleva a

cabo; y de esta manera alcanzar los objetivos propuestos para la creación y factibilidad del parqueadero.

1.17 5.6 Ficha técnica de la investigación

Tabla 2: ficha técnica de la investigación

Grupo Objetivo	Personas que tengas vehículos, motocicletas y bicicletas
Tamaño de la Población Objetivo	46.696
Tamaño de la Muestra	96
Tipo de Muestreo	Aleatorio simple
Nivel de Confianza	1.96
Margen de Error	10%
Técnica de Recolección de Datos	Encuesta
Área/Cubrimiento	Centro del municipio de Popayán
Fecha Realización Trabajo de Campo	2019/11/19

Fuente: Elaboración propia

6. trabajo de campo

Se procedió a realizar la encuesta electrónica, se aplicó el diseño de esta encuesta en el aplicativo de SURVIO desde el día 19 de noviembre de 2019, la encuesta se empleó a 96 personas de manera aleatoria las cuales cumplían con los requisitos de los perfiles requeridos para la aplicación de la misma. La cual contó con 10 preguntas cerradas y se envió el enlace (<https://www.survio.com/survey/d/M5N4A9J1F6V7O0K0R>) de la encuesta por redes sociales.

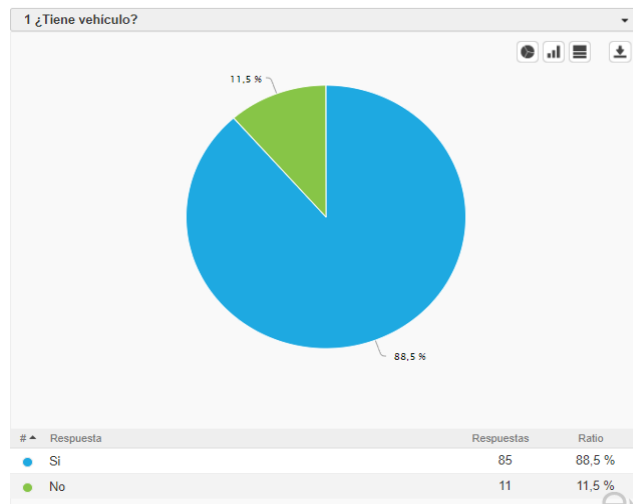
7. Procesamiento de la información

Después de realizar todas las encuestas se procede a trabajar en el aplicativo SURVIO en el cual se diseña la hoja de tabulación y luego se procede a ingresar los resultados de las encuestas, en este aplicativo no hay necesidad de utilizar otra herramienta para poder obtener las gráficas y las tablas ya que este programa nos genera esta información. De esta manera se obtuvo el resultado con su respectivo porcentaje de cada una de las preguntas realizadas a las 96 personas.

8. Resultados

8.1. ¿tiene vehículo propio?

Imágen 4: Porcentaje de personas con vehículo propio

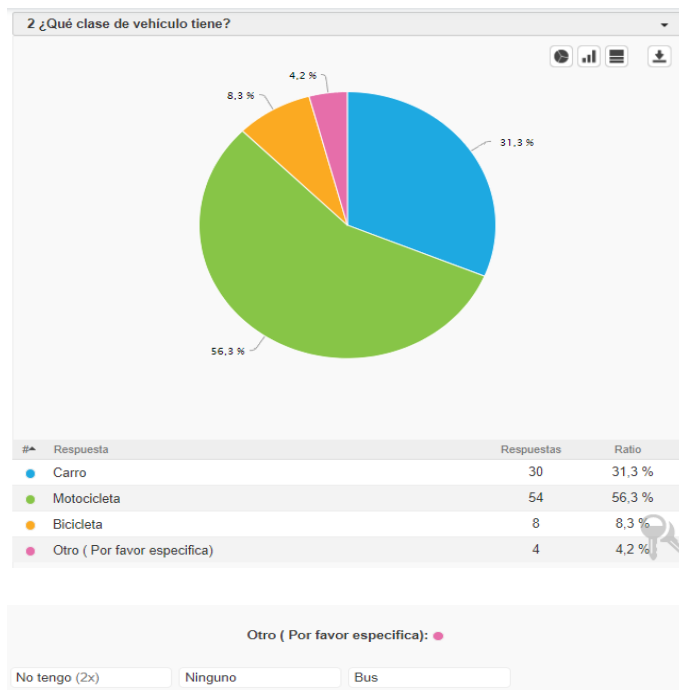


Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis: Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 88,5%, que equivale a 85 personas, respondieron que si tienen vehículo propio; y el 11,5%, que equivale a 11 personas, respondieron que no tienen vehículo propio.

8. 2. ¿Qué clase de vehículo tiene?

Imágen 5: Porcentaje de la clase de vehículo que poseen las personas.

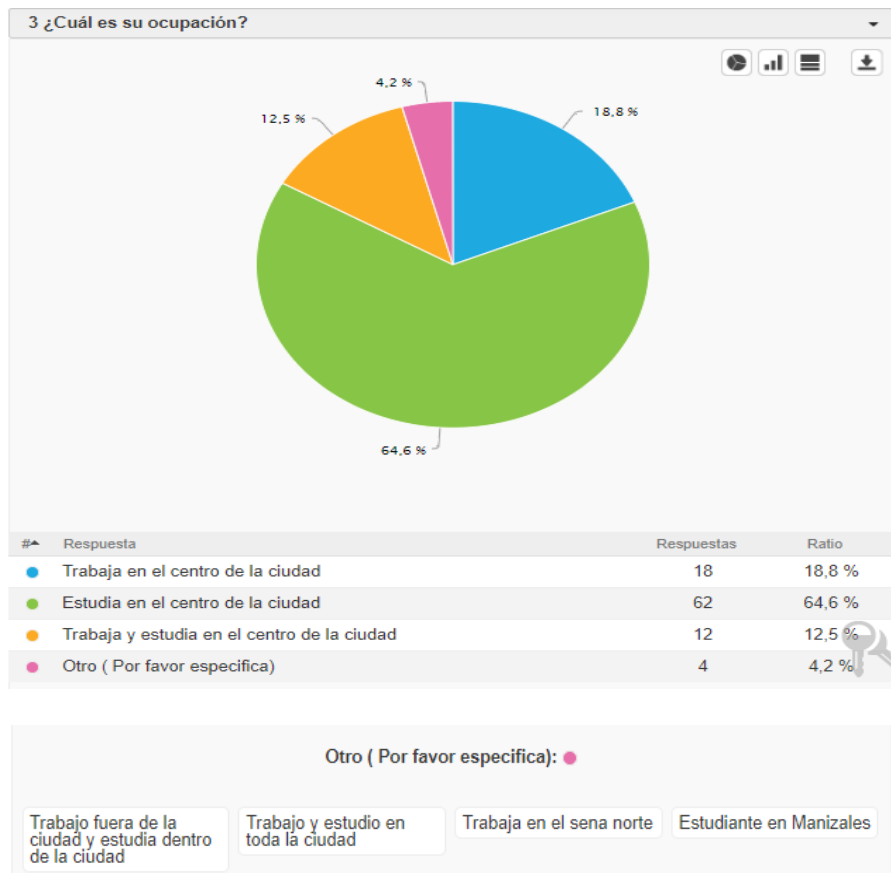


Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis: Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 31,3% que equivale a 30 personas, respondieron que tienen carro; el 56,3%, que equivale a 54 personas, respondieron que tienen motocicleta; el 8,3% que equivale a 8 personas, respondieron que tienen bicicleta y el 4,2% que equivale a 4 personas, respondieron otro (ninguno y bus).

8. 3. ¿Cuál es su ocupación?

Imágen 6: Porcentaje de personas según su ocupación y lugar de trabajo.

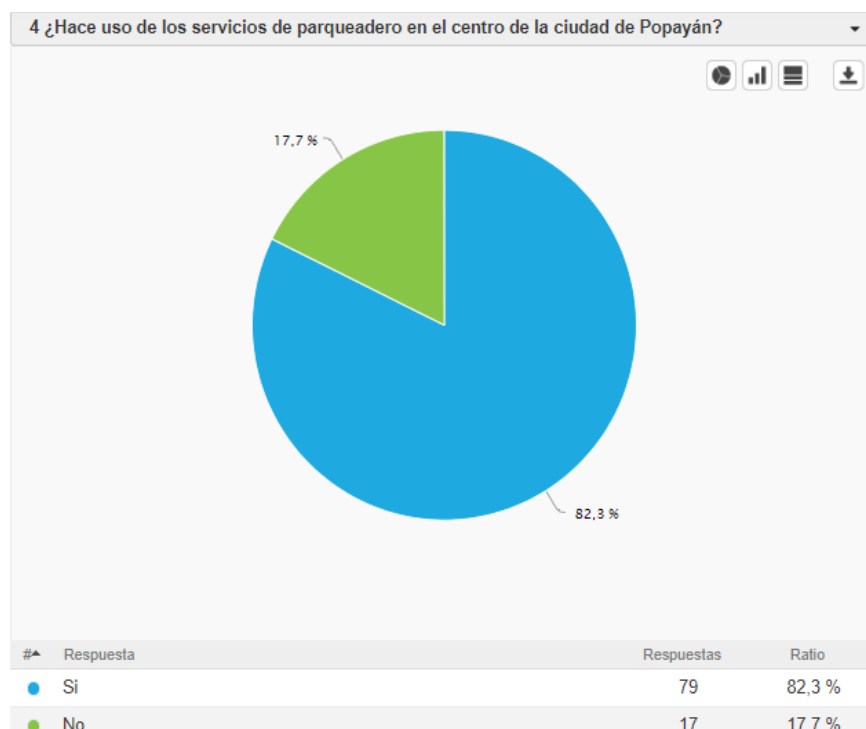


Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 18.8% equivalente a 18 personas, respondieron que trabajan en el centro de la ciudad. El 64.6% que equivale a 62 personas contestaron que estudian en el centro de la ciudad, el 12,5% equivalente a 12 personas respondieron que trabajan y estudian en el centro de la ciudad, y el 4.2% que equivale a 4 personas contestaron otra opción diferente.

8. 4. ¿Hace uso de los servicios de parqueadero en el centro histórico de la ciudad de Popayán?

Imágen 7: Porcentaje de personas que hacen uso del servicio de parqueadero público en la ciudad de Popayán.

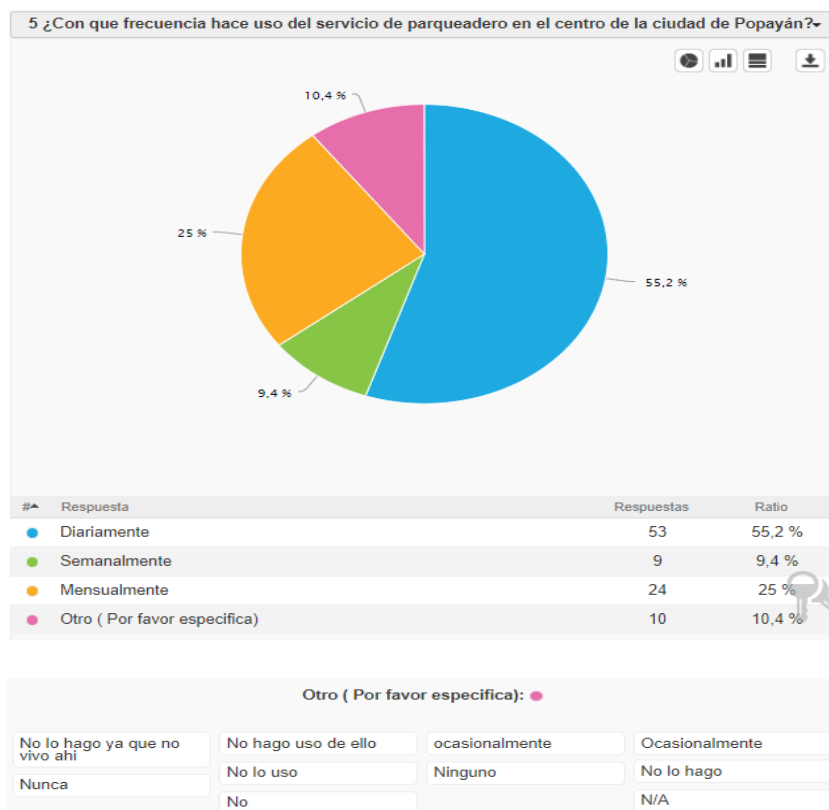


Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 82.3% representado por 79 personas respondieron que, si utilizan el servicio de parqueadero en el centro de la ciudad, el 17.7% de los encuestados equivalente a 17 personas contestaron que no utilizan el servicio de parqueo en el centro de la ciudad.

8. 5. ¿Con que frecuencia hace uso del servicio de parqueadero en el centro de la ciudad de Popayán?

Imágen 8: Porcentaje de la frecuencia del uso del servicio de parqueadero

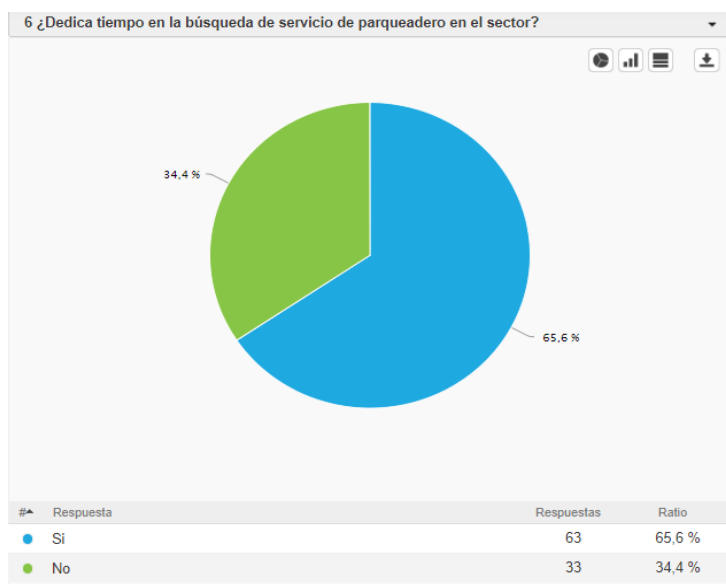


Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis: Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 55.2% equivalente a 53 personas respondieron que utilizan diariamente el servicio de parqueadero en el centro de la ciudad, el 9.4 % que equivale a 9 personas contestaron que usan el servicio semanalmente, el 25% equivalente a 24 personas respondieron que mensualmente, y el 10.4% restante, equivalente a 10 personas contestaron que otro.

8. 6. ¿Dedica tiempo en la búsqueda de servicio de parqueadero en el sector?

Imágen 9: Porcentaje del tiempo de circulación en busca de un servicio de parqueadero.

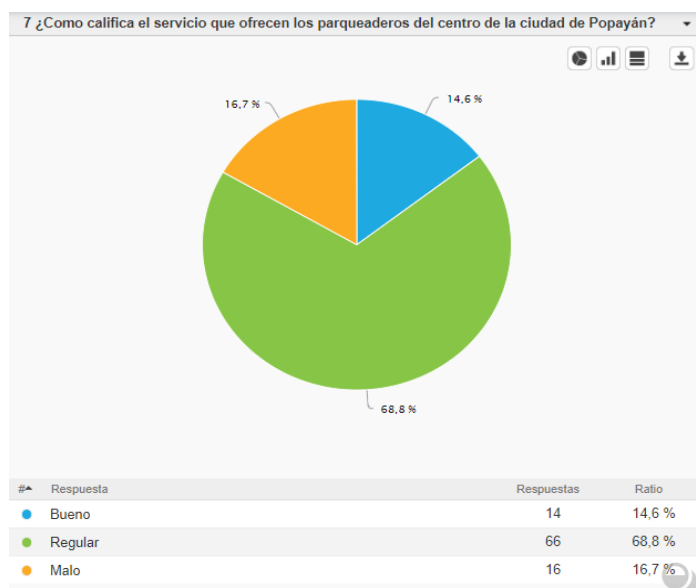


Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis: Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 65.6% equivalente a 63 personas respondieron que, si dedican tiempo en la búsqueda de parqueadero en el centro de la ciudad, el 34.4% restante, equivalente a 33 personas contestaron que no.

8. 7. ¿Cómo califica el servicio que ofrecen los parqueaderos del centro de la ciudad de Popayán?

Imágen 10: Porcentaje de la calificación que dan las personas al servicio ofrecido por los parqueaderos públicos de la ciudad.

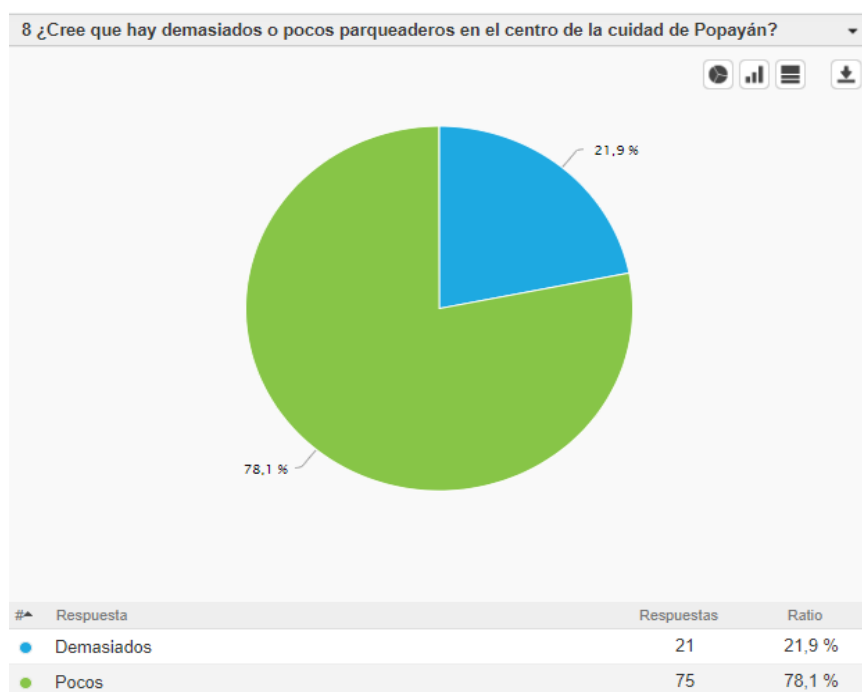


Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 14.6% que equivale a 14 personas respondieron que el servicio de parqueadero ofrecido en el centro de la ciudad es bueno. El 66% de los encuestados equivalentes a 66 personas contestaron que el servicio es regular y el 16.7% restante calificaron el servicio como malo.

8. 8. ¿Cree que hay demasiados o pocos parqueaderos en el centro de la ciudad de Popayán?

Imágen 11: Porcentaje de la percepción de las personas, respecto a la cantidad de parqueaderos existentes en el centro de la ciudad de Popayán.

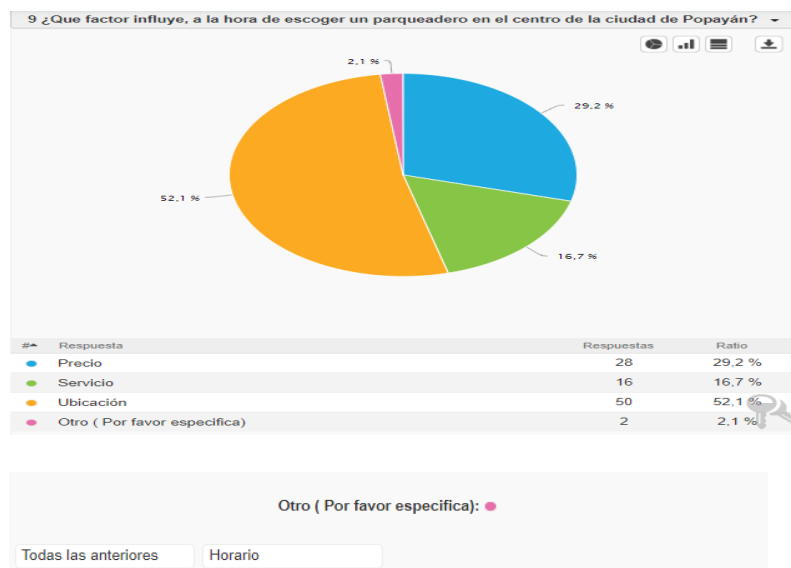


Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis: Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 21.9% de los encuestados equivalentes a 21 personas respondieron que hay demasiados parqueaderos en el centro de la ciudad. El 78.1% equivalente a 75 personas contestaron que son pocos los parqueaderos en el centro de la ciudad.

8. 9. ¿Qué factor influye, a la hora de escoger un parqueadero en el centro de la ciudad de Popayán?

Imágen 12: Porcentaje de los factores influyentes en la elección de un parqueadero público, para las personas de la ciudad de Popayán.

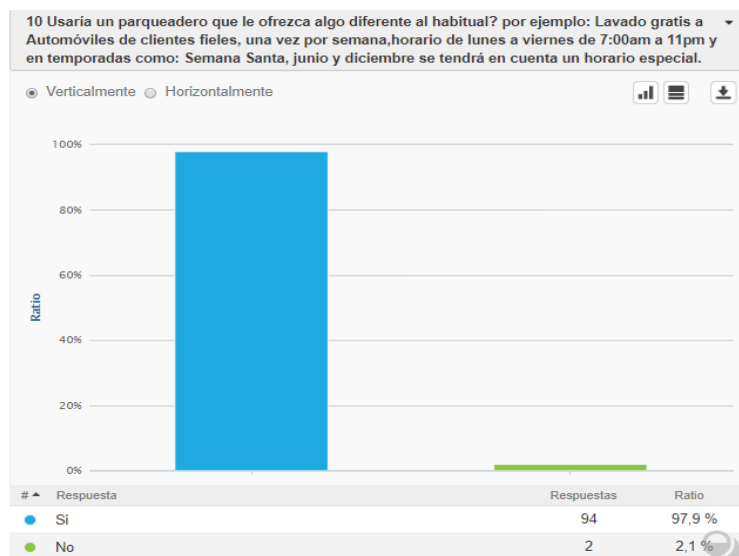


Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis: Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 29.2% de los encuestados, que equivale a 28 personas contestaron que el precio es el factor para la elección de parqueadero, el 16.7 % equivalente a 16 personas contestaron que el factor influyente es el servicio. El 52.1% equivalente a 50 personas respondieron que el factor influyente es la ubicación de los estacionamientos y el 2.1% del total , representado por 2 personas contestaron que otro.

8.10. ¿Usaría un parqueadero que le ofrezca algo diferente al habitual? Por ejemplo: lavado gratis a automóviles de clientes fieles, una vez por semana, horario de lunes a viernes de 7:00am a 11:00pm y en temporadas como: semana santa, junio y diciembre se tendrá en cuenta un horario especial.

Imágen 13: Favorabilidad de las personas respecto a un parqueadero diferente a los habituales.



Fuente: Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán

Análisis: Del total de personas encuestadas que fueron 96, el 97.9% equivalente a 94 personas respondieron que estarían de acuerdo con un nuevo servicio de parqueo diferencial, que maneje horarios más amplios y el 2.1% restante contestaron que no.

Mezcla de mercadeo

2. Servicio

- Parqueadero público para vehículos livianos, con servicio de lunes a viernes en el horario de 6:00am a 11:00 pm y sábados, domingos y Festivos en el horario de 9:00 am a 7:00 pm.
- Lavadero de vehículos automotores.

1.1 Calidad

Objetivo

Brindar un servicio de estacionamiento seguro, confiable, económico, que cumpla con todos los estándares de calidad, que permita satisfacer las necesidades de los clientes, aportando al mejoramiento de la movilidad y por ende lograr posicionarse en el mercado

Estrategia

Acondicionar las instalaciones con tecnología como cámaras de reconocimiento facial, sensores de movimiento, lectores de tarjeta que permita a los clientes sentirse más seguros, a su vez contar con un personal calificado en áreas de atención al cliente, seguridad, servicios generales que permitan brindar una experiencia agradable durante y después de visitar el estacionamiento.

Plan De Acción

Tabla 3: Planes de acción para la implementación de la idea de negocio

Acciones	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Recargas telefónicas para contactar a empresas de seguridad	Administrador	2 días	\$ 10.000
Realizar cotizaciones con empresas de seguridad (visitas)	Administrador	1 semana	\$ 20.000
Definir esquema de seguridad	Administrador Jefe de seguridad	1 semana	\$200.000
Adquirir cámaras de seguridad	Administrador Jefe de seguridad	3 días	\$4.000
Delimitar zona de parqueo	Personal	4 días	\$300.

con pintura reflectiva	servicios técnicos		000
Definir rutas de evacuación	Adminis trador Jefe de seguridad	3 días	\$50.0 00
Capacitar el personal	Adminis trador	5 días	\$ 500.000
Presupuesto Total Plan de Acción			\$5.07 5.000

2.2

2.3 1.2 Marca

Descripción de la marca: Parqueadero Central, es una marca creada para el servicio de trabajadores, estudiantes y todo tipo de personas que posean un vehículo automotor y tengan la necesidad de dejarlo resguardado durante un determinado tiempo. Ofrecemos seguridad y confianza a nuestros clientes, y además ofrecemos servicio de lavado de los vehículos durante el tiempo de parqueo. Parqueadero Central, será una alternativa segura, cómoda y con excelente servicio al cliente.

Logotipo: Buscamos crear un logotipo que represente la sensación que queremos dejar en nuestros clientes, y es que su vehículo quedará como en casa, transmitiendo seguridad y confianza desde el primer momento.



Imágen 14: *Logo de la idea de negocio*

Eslogan: Seguridad y confianza en una sola estación.

Objetivo

Cautivar la atención de los usuarios y comunidad en general, para de esta manera lograr un posicionamiento en la mente de los consumidores y por ende ser más competitivos en el mercado.

Estrategia

Diseñar una marca corporativa la cual este compuesta por nombre del estacionamiento atractivo, acompañado de un logo y eslogan con colores y letras llamativas que cautiven a los clientes.

Plan de acción Tabla 4: *Planes de acción para el diseño y creación de la marca*

Acciones	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Contactar diseñadores gráficos vía telefónica	administrador	2 días	\$5.000
Realizar cotizaciones	administrador	1 semana	\$20.000
Definir boceto de marca	Administrador, diseñador grafico	1 semana	\$100.000
Diseñar marca (nombre, logotipo)	diseñador grafico	15 días	\$500.000

Presupuesto Total Plan de Acción	\$1.125. 000
---	-------------------------------

2.Precio.

Las tarifas estarán establecidas de acuerdo con el decreto 20191000003145 del 25 de julio de 2019, de esta manera no sólo garantizaremos una sana competencia con los demás, sino que además unos precios justos a cada uno de nuestros clientes.

2.4 2.1 Precio de lista

Objetivo

Definir precios que se encuentren de manera eficiente entre los costos fijos y variables, evitando así que se generen pérdidas, logrando una permanencia en el mercado.

Estrategia

Elaborar una estructura de costos que permita determinar el nivel de ingresos y egresos para de esta manera definir tarifas por fracción, diaria y mensualidades sin exceder los parámetros establecidos por la ley.

Plan de acción

Tabla 5: *Planes de acción para la determinación del presupuesto de la idea de negocio.*

Acciones	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Contratar profesional en contaduría pública	Administrador	1 día	\$200.000
Elaborar una estructura de costos	Administrador y contador público	10 días	\$800.000
Definir un portafolio de precios	Administrador y contador público	2 días	\$100.000
Presupuesto Total Plan de Acción			\$1.000.000

2.5 Descuentos

5% Por llevar dos o más personas a adquirir el servicio de parqueadero.

Objetivo

Captar la atención de nuevos clientes y la fidelización de los clientes potenciales por medio de incentivos que permitan aumentar la frecuencia de consumo de nuestro servicio.

Estrategia

Diseñar programas de fidelización en las cuales se contemplen incentivos económicos, incentivos de productos y eventos que permitan mejorar la rentabilidad del parqueadero.

Plan de acción

Tabla 6: *Planes de acción para la definición de los incentivos*

Acciones	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Definir Plan de incentivos (Plan promocional y de descuentos para clientes reguiles)	Administrador	3 días	\$0
Definir alianzas con empresas para ofrecer incentivos de productos	Administrador	15 días	\$ 100.000
Estructurar eventos de fidelización	Administrador	15 días	\$0

Presupuesto Total Plan de Acción	\$100.00 0
---	-----------------------------

3. Plaza

2.6 3.1 Canales de distribución

Es necesario la utilización de un canal de distribución de servicios, productor-consumidor, que nos permitan establecer la diferencia con la competencia.

Objetivo

Definir las características de la distribución de servicios, que permita determinar cuál es el más adecuado para el servicio a ofertar.

Estrategia

Elaborar un análisis detallado las de debilidades y fortalezas de cada uno de los canales de distribución para de esta manera definir el más conveniente para el parqueadero.

Plan de acción

Tabla 7: Planes de acción para la elección de los canales de distribución

Acciones	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Análisis de debilidades y fortalezas de cada uno de los canales de distribución	Administrador	3 días	\$0
Elección de canal de distribución	Administrador	1 día	\$0
Presupuesto Total Plan de Acción			\$0

2.7

2.8 3.2 Ubicación y cubrimiento

Objetivo

Cubrir en un porcentaje representativo la demanda existente en cuanto a estacionamiento vehicular, con la ausencia de competidores en el área de influencia por medio de una zona de fácil acceso

Estrategia

Realizar un estudio preliminar de las vías de acceso y del terreno donde se realizará la adecuación del parqueadero de tal forma que permita que la infraestructura cuente con todas las normas de calidad

Plan de acción

Tabla 8: *Planes de acción para determinar la viabilidad de la ubicación del parqueadero.*

Acciones	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Análisis de la competencia	Administrador	7 días	\$100.000
Análisis de comportamiento vial	Administrador	15 días	\$150.000
Estudio de suelos y tipográfico	Curadora urbanística	1 semana	\$2.200.000
Presupuesto Total Plan de Acción			\$2.450.000

4. Promoción

2.9 4.1 Publicidad

Promoción de la apertura, ofertas especiales y otros del parqueadero, a través de redes sociales y cuñas radiales.

Objetivo

Dar a conocer por medio de radio y redes sociales el servicio generando demanda y de esta manera persuadir a los clientes para que se inclinen por nuestra propuesta.

Estrategia

Implementar fuertes campañas publicitarias de manera tradicional por medio de volantes, cuñas radiales en medios de comunicación locales y a su la creación de una página web y redes sociales teniendo en cuenta que nos encontramos en una era digital con el fin de cautivar nuevos clientes.

Plan de acción

Tabla 9: *Plan de acción para la implementación de las campañas publicitarias del parqueadero.*

Acciones	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Definir campañas publicitarias	administrador	1 semana	\$ 0
Diseño e impresión de volantes publicitarios	Litografía	2 semana	\$400.000
Cuñas radiales	Emisoras (Tropicana, Radio uno y Radio súper)	1 mes (2 veces al día)	\$3.000.000
Diseño de página web y redes sociales	Desarrollador web	15 días	\$800.000
Pago de dominio página web	administrador	1 día	\$ 300.000

Pago de anuncios publicitarios Facebook	administrador	1 día	\$150.000
Presupuesto Total Plan de Acción			\$4.650.000

2.10 *Fuente:* Elaboración propia

2.11 4. Marketing directo 2

Objetivo

Fortalecer la comunicación con los clientes para de esta manera lograr la fidelización de estos, logrando atraer nuevos socios que permitan que el negocio se expanda en el mercado local.

Estrategia

Diseñar anuncios publicitarios y campañas de telemarketing que permitan dar a conocer la organización, a su vez la elaboración de cupones que brinden beneficios por la utilización de nuestros servicios.

Plan de acción

Tabla 10: *Planes de acción para el diseño e implementación de las campañas publicitarias.*

Acciones	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Diseño y publicación e impresión de anuncios publicitarios	Administrador	15 días	\$ 600.000

	Diseñad or grafico Litograf ía		
Elaboración de cupones	administ rador	3 días	\$ 200.000
Presupuesto Total Plan de Acción			\$800.00 0

5. Presupuesto total

Tabla 11: *Presupuesto para la mezcla de mercado*

Mezcla de Mercadeo	Presupuesto
Producto	\$6.200.000
Precio	\$1.050.000
Plaza	\$1.450.000
Promoción	\$4.650.000
Total	\$11.650.000

Conclusiones

Frente al desarrollo de la investigación de la idea de negocio, se puede establecer que se logró conocer la descripción de la idea de negocio partiendo de una definición clara del problema para enfocar el desarrollo del estudio encaminado a su solución para lo cual la formulación del objetivo de la investigación se realizó acertadamente.

Se consigue diseñar la investigación, así como también el desarrollo de la metodología para poder obtener la información correcta y alcanzar los resultados esperados de la investigación, determinando el grado de satisfacción y aceptación que las personas de la ciudad de Popayán percibirían con el montaje de un parqueadero cumpla con sus expectativas y considere la implementación de estrategias claras de fidelización.

Para que el proceso de investigación sea exitoso se requiere de una adecuada consecución de fuentes verídicas de información primaria y/o secundaria.

Recomendaciones

- El análisis cuantitativo aplicado a través de las encuestas permitió identificar la necesidad de los clientes y/o usuarios de servicio de estacionamiento, razón por la cual se considera conveniente enfocar los esfuerzos en el montaje de la idea de negocio.
- De acuerdo con los resultados arrojados en dicha investigación, se deberán tomar las respectivas decisiones; analizando la que más sea favorable y más rentable para el desarrollo de la idea de negocio.
- Debe haber un compromiso, por parte de todas las personas involucradas en la idea de negocio, para que estas se puedan llevar a cabo de manera exitosa.

Bibliografía

- (s.f.). Obtenido de (<https://www.surveio.com/survey/d/M5N4A9J1F6V7O0K0R>)
El parqueo irregular crece en la ciudad. (20 de Septiembre de 2019). *Periódico Nuevo Liberal*.
- Lehmann, D. R. (1993). Investigación y Análisis de Mercado. En D. R. Lehmann, *Investigación y Análisis de Mercado* (pág. 47).
- Malhotra, N. K. (2008). Investigación de Mercado. En N. K. Malhotra, *Investigación de Mercado* (pág. 7). 5ta Edición.
- Pope, J. L. (1993). Investigación de Mercados . En J. L. Pope.
- Sampieri, R. H. (s.f.). Metodología de la investigación. En R. H. Sampieri. 6ta Edición.
- Taylor, K. (2014). Investigación de mercados, un enfoque aplicado.

Anexos

- Documento de la Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán.
- Decreto municipal sobre las tarifas de los parqueaderos de la ciudad de Popayán 2019.

INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA ADMINISTRACIÓN
TECNOLOGIA EN GESTION EMPRESARIAL

“INVESTIGACION DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUEADERO CENTRAL EN LA CIUDAD DE POPAYÁN”

Encuesta de mercado para la creación de un parqueadero central en la ciudad de Popayán, queremos conocer su opinión marcando la respuesta que más se acerque a su criterio.

1. Tiene vehículo?

Si _____ No _____

2. Qué clase de vehículo tiene?

Carro _____ Moto _____ Bicicleta _____ Otro _____

3. ¿Cuál es su ocupación?

Trabajo en el centro de la ciudad _____ Estudia en el centro de la ciudad _____

Trabajo y Estudia en el centro de la ciudad _____ Otro _____

4. Hace uso de los servicios de parqueadero en el centro de la ciudad de Popayán?

Si _____ No _____

5. Con qué frecuencia hace uso del servicio de parqueadero en el centro de la ciudad de Popayán?

Diario _____ Semanal _____ Mensual _____ Otro _____

6. Dedicó tiempo en la búsqueda de servicio de parqueadero en el sector?

Si _____ No _____

7. Como califica el servicio que ofrecen los parqueaderos del centro de la ciudad de Popayán?

Buena _____ Regular _____ Mala _____

8. ¿Cree que hay demasiados o pocos parqueaderos en el centro de la ciudad de Popayán?

Demasiados _____ Pocos _____

9. ¿Qué Factor influye, a la hora de escoger un parqueadero en el centro de la ciudad de Popayán?

Precio _____ Servicio _____ Ubicación _____

10. ¿Usaría un parqueadero que le ofrezca algo diferente al habitual? Por ejemplo: Lavado gratis a automóviles de clientes fieles, una vez por semana, horario de lunes a viernes de 6:00am a 11:00pm y en temporadas como: [Semana santa, junio y diciembre se tendrá en cuenta un horario especial.](#)

Precio _____ Servicio _____ Ubicación _____ Otro _____

1. ¿Tiene vehículo propio?
 Seleccione una respuesta

2. ¿Qué clase de vehículo tiene?
 Seleccione una respuesta

3. ¿Cuál es su ocupación?
 Seleccione una respuesta

4. ¿Hace uso de los servicios de parquímetros en el centro de la ciudad de Popayán?
 Seleccione una respuesta

5. ¿Cree que deberían hacer uso del servicio de parquímetros en el centro de la ciudad de Popayán?
 Seleccione una respuesta


6. ¿Debería tener en la localidad de servicios de parquímetros en el centro?
 Seleccione una respuesta

7. ¿Cómo califica el servicio que ofrecen los parquímetros del centro de la ciudad de Popayán?
 Seleccione una respuesta

8. ¿Cree que hay demasiados o pocos parquímetros en el centro de la ciudad de Popayán?
 Seleccione una respuesta

9. ¿Qué factor influye, a la hora de escoger un parquímetero en el centro de la ciudad de Popayán?
 Seleccione una respuesta

10. ¿Usted es un parquímetero que le ofrecen algún incentivo al trabajar? Por ejemplo: Llave gratis o descuentos de otros buses, una vez por semana, fomento de lunes a viernes de 8:00am a 11:00pm y en temporadas como: Semana santa, junio y diciembre se brinda en cuanto un fomento especial?
 Seleccione una respuesta

	ALCALDIA DE POPAYAN	GSCC-122
	SECRETARIA DE GOBIERNO	Versión: 07
	OFICINA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	Página 1 de 7



Popayán, 2019-07-25

Radicación: 20191000003145

ALCALDIA DE POPAYAN

POR EL CUAL SE REAJUSTAN LAS TARIFAS PARA LOS PARQUEADEROS PÚBLICOS EN EL MUNICIPIO DE POPAYAN Y SE DICTAN OTRAS MEDIDAS DE CONTROL

El Alcalde de Popayán, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales y en especial las consagradas por el Artículo 315 de la Constitución Política, Artículo 91 de la Ley 136 de 1994 modificado por el Artículo 29 de la Ley 1551 de 2012, Acuerdo N°018 de 2009, Ley 1480 de 2011, Ley 1801 de 2016 y demás normas concordantes y

CONSIDERANDO

Que por mandato constitucional y legal le corresponde al Alcalde, como primera autoridad del municipio, orientar la acción administrativa hacia la adecuada prestación de los servicios públicos en el territorio de su jurisdicción.

Que el Alcalde Municipal, tiene la competencia para ejercer la inspección, vigilancia y control de parqueaderos públicos incluida la regulación de los precios así como para sancionar todas aquellas conductas especulativas.

Que de acuerdo a lo establecido en el Artículo 10 del Acuerdo N°018 de 2009, por medio del cual se regula la utilización del servicio de parqueaderos en la ciudad de Popayán, se autoriza al alcalde para reglamentar y establecer las categorías y tarifas de los parqueaderos existentes en la ciudad.


Que el literal B del Artículo 91 de la Ley 136 de 1994, modificado por el Artículo 29 de la Ley 1551 de 2012 establece como funciones de los alcaldes: *“Dictar para el mantenimiento del orden público o su restablecimiento de conformidad con la ley, si fuere el caso, medidas tales como:*

E) Dictar dentro del área de su competencia, los reglamentos de policía local necesarios para el cumplimiento de las normas superiores, conforme al Artículo 9 del Decreto 1355 de 1970 y demás disposiciones que lo modifiquen o adicionen”.

Que teniendo en cuenta los principios, el objeto, los derechos y obligaciones contenidas en la Ley 1480 de 2011, Estatuto de Protección al Consumidor, se debe propender por hacer efectiva la calidad, idoneidad y seguridad de los bienes y servicios que se ofrecen y se ponen en el mercado.

Que el Artículo 62 de la Ley 1480 de 2011, Estatuto de Protección al Consumidor, establece que los alcaldes ejercerán en sus respectivas jurisdicciones las mismas

Viva el
CAMBIO POPAYÁN®

 Alcaldía de Popayán	ALCALDÍA DE POPAYÁN	GSCC-122
	SECRETARIA DE GOBIERNO OFICINA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	Versión: 07 Página 2 de 7



Popayán, 2019-07-25

Radicación: 20191000003145

facultades administrativas de control y vigilancia que la Superintendencia de Industria y Comercio.

Que de conformidad con lo establecido en el Libro I, Título VIII, Capítulo II y III, Artículo 89 de la Ley 1801 de 2016, por el cual se expide el Código Nacional de Policía y Convivencia define los estacionamientos como "los bienes públicos o privados, destinados y autorizados de acuerdo con lo dispuesto en las normas de uso del suelo y en las normas que lo desarrollen o complementen por los concejos distritales o municipales, para el estacionamiento y depósito temporal de vehículos automotores, motos o bicicletas, a título oneroso o gratuito".

Que el Artículo 90 ibidem, establece la reglamentación de los estacionamientos o parqueaderos abiertos al público señalando los requisitos que deben observarse para su funcionamiento y administración.

Que las tarifas que rigen actualmente mediante el Decreto Municipal N°20151220004375 del 02-06-2015 se encuentran desactualizadas, surgiendo la necesidad para la Administración Municipal de actualizarlas. Esto, como una forma de evitar la especulación en los precios a cobrar por parte de los propietarios de estos establecimientos, así como también, se busca proteger el interés de la ciudadanía, especialmente el de los usuarios del servicio de parqueaderos.

Que se hace necesario además realizar el reajuste a las tarifas de parqueaderos teniendo en cuenta los siguientes factores a saber:

La media entre el porcentaje del Índice de Precios al Consumidor y el porcentaje del incremento del salario mínimo mensual legal vigente del año multiplicado por la tarifa del Decreto de 20151220004375.

Se tomaron estos valores teniendo en cuenta la inflación, el poder adquisitivo de la moneda, la canasta familiar y el incremento del salario mínimo para el beneficio tanto de los consumidores como del gremio de parqueaderos, ya que la actualización anual corresponde a la dinámica económica del país.

Que por lo anterior, la actualización de las tarifas de parqueaderos se realizara, conforme a la fórmula establecida en el presente Decreto para el reajuste de las tarifas de estos establecimientos.

En mérito de lo anteriormente expuesto, **EL ALCALDE DEL MUNICIPIO DE POPAYÁN,**

DECRETA

ARTÍCULO PRIMERO: Reajustar las tarifas para parqueaderos subterráneos y edificaciones destinadas a parqueaderos de uso público y deroga todos los anteriores

Viva el
CAMBIO POPAYÁN

 Alcaldía de Popayán	ALCALDIA DE POPAYÁN	RSOC-122
	SECRETARIA DE GOBIERNO OFICINA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	Versión: 07
		Página 3 de 7



Popayán, 2019-07-25

Radicación: 20191000003145

así:

**VEHICULOS LIVIANOS
A) AUTOMOVILES, CAMPEROS CAMONETAS ETC**

HORA O FRACCION DE HORA DIARIA	Hasta \$1.750
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA	Hasta \$1.900
TARIFA DIARIA PLENA DE 6:00 A.M a 6:00 P.M	Hasta \$4.950
TARIFA NOCTURNA PLENA DE 6:00 P.M a 6:00 A.M	Hasta \$4.950
TARIFA MENSUAL POR MES O FRACCION DE MES	Hasta \$59.200

B) MOTOCICLETAS

HORA O FRACCION DE HORA DIARIA	Hasta \$1.300
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA	Hasta \$1.500
TARIFA DIARIA PLENA DE 6:00 A.M a 6:00 P.M	Hasta \$3.000
TARIFA NOCTURNA PLENA DE 6:00 P.M a 6:00 A.M	Hasta \$3.200
TARIFA MENSUAL POR MES O FRACCION DE MES	Hasta \$20.500


C) BICICLETAS

HORA O FRACCION DE HORA DIARIA	Hasta \$400
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA	Hasta \$400
TARIFA DIARIA PLENA DE 6:00 A.M a 6:00 P.M	Hasta \$2.400
TARIFA NOCTURNA PLENA DE 6:00 P.M a 6:00 A.M	Hasta \$2.400
TARIFA MENSUAL POR MES O FRACCION DE MES	Hasta \$14.500

ARTICULO SEGUNDO: Reajustar las tarifas para los lotes cerrados destinados a parqueaderos de uso público así:

**VEHICULOS LIVIANOS
A) AUTOMOVILES, CAMPEROS CAMONETAS ETC**

HORA O FRACCION DE HORA DIARIA ORDINARIA ZONA CUBIERTA	Hasta \$1.650
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA DIA ORDINARIO ZONA CUBIERTA	Hasta \$1.750
HORA O FRACCION DE HORA DIA ORDINARIO ZONA DESCUBIERTA	Hasta \$1.550
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA DIA ORDINARIO ZONA DESCUBIERTA	Hasta \$1.650
HORA O FRACCION DE HORA DIA FESTIVO ZONA CUBIERTA	Hasta \$1.750
HORA O FRACCION DE HORA DIA FESTIVO ZONA DESCUBIERTA	Hasta \$1.650

 Alcaldía de Popayán	ALCALDÍA DE POPAYÁN	GSCC-122
	SECRETARIA DE GOBIERNO	Versión: 07
	OFICINA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	Página 4 de 7



Popayán, 2019-07-25

Radicación: 20191000003145

TARIFA DIARIA PLENA DE 6:00 A.M a 6:00 P.M ZONA CUBIERTA	Hasta \$3.800
TARIFA DIARIA PLENA DE 6:00 A.M a 6:00 P.M ZONA DESCUBIERTA	Hasta \$3.700
TARIFA NOCTURNA PLENA DE 6:00 P.M a 6:00 A.M ZONA CUBIERTA	Hasta \$4.000
TARIFA NOCTURNA PLENA DE 6:00 P.M a 6:00 A.M ZONA DESCUBIERTA	Hasta \$3.800
TARIFA MENSUAL EN ZONA DESCUBIERTA POR MES O FRACCION DE MES	Hasta \$48.300
TARIFA MENSUAL EN ZONA CUBIERTA POR MES O FRACCION DE MES	Hasta \$56.800


**B) VEHICULOS PESADOS:
BUSES, BUSETAS, CAMIONETAS, ETC**

HORA O FRACCION DE HORA DIURNA DIA ORDINARIO	Hasta \$1.750
HORA O FRACCION DE HORA DIURNA DIA DOMINGO Y FESTIVOS	Hasta \$1.850
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA DIA ORDINARIO	Hasta \$1.850
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA DIA DOMINGO Y FESTIVOS	Hasta \$2.000
TARIFA DIARIA DIA ORDINARIO DE 6:00 A.M a 6:00 P.M.	Hasta \$4.050
TARIFA DIARIA DIA DOMINGO Y FESTIVOS DE 6:00 A.M a 6:00 P.M.	Hasta \$4.200
TARIFA NOCTURNA DIA ORDINARIO DE 6:00 P.M a 6:00 A.M	Hasta \$4.300
TARIFA NOCTURNA DIA DOMINGO Y FESTIVOS DE 6:00 P.M a 6:00 A.M	Hasta \$4.400
TARIFA MENSUAL	Hasta \$60.300

**C) VEHICULOS PESADOS
DOBLE TROQUES, MULAS O SUPERIORES A DIEZ TONELADAS**

HORARIO O FRACCION DE HORA DIURNA DIA ORDINARIO	Hasta \$2.600
HORA O FRACCION DE HORA DIURNA DIA DOMINGO Y FESTIVOS	Hasta \$3.200
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA DIA ORDINARIO	Hasta \$2.600
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA DIA DOMINGO Y FESTIVOS	Hasta \$3.400
TARIFA DIARIA DIA ORDINARIO DE 6:00 A.M a 6:00 P.M.	Hasta \$8.300
TARIFA DIARIA DIA DOMINGO Y FESTIVOS DE 6:00 A.M a 6:00 P.M.	Hasta \$10.000
TARIFA NOCTURNA DIA ORDINARIO DE 6:00 P.M a 6:00 A.M	Hasta \$8.900
TARIFA NOCTURNA DIA DOMINGO Y FESTIVOS DE 6:00 P.M a 6:00 A.M	Hasta \$10.200

Un paso al
CAMBIO POPAYÁN

	ALCALDIA DE POPAYAN	GSCC-122
	SECRETARIA DE GOBIERNO OFICINA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	Versión: 07 Página 5 de 7



Popayán, 2019-07-25

Radicación: 20191000003145

TARIFA MENSUAL	Hasta \$92.900
----------------	----------------

D) MOTICICLETAS

HORA O FRACCION DE HORA DIARIA	Hasta \$1.300
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA	Hasta \$1.400
TARIFA DIARIA PLENA DE 6:00 A.M a 6:00 P.M	Hasta \$2.900
TARIFA NOCTURNA PLENA DE 6:00 P.M a 6:00 A.M	Hasta \$3.100
TARIFA MENSUAL POR MES O FRACCION DE MES	Hasta \$21.000

E) BICICLETAS

HORA O FRACCION DE HORA DIARIA	Hasta \$400
HORA O FRACCION DE HORA NOCTURNA	Hasta \$400
TARIFA DIARIA PLENA DE 6:00 A.M a 6:00 P.M	Hasta \$2.400
TARIFA NOCTURNA PLENA DE 6:00 P.M a 6:00 A.M	Hasta \$2.400
TARIFA MENSUAL POR MES O FRACCION DE MES	Hasta \$14.500

ARTICULO TERCERO: La tarifa diaria se establece dentro del horario comprendido de 6:00 AM a 6:00 PM, y la tarifa nocturna se establece de 6:00 PM a 6:00 AM.

ARTICULO CUARTO: En el evento en que un vehículo permanezca en las instalaciones del parqueadero por más de diez (10) días consecutivos, se cobrará la tarifa mensual correspondiente, sin tener en cuenta para ello la tarifa diaria nocturna.

ARTICULO QUINTO: Los precios estipulados en el presente decreto deberán ser fijados en listas con caracteres perfectamente legibles y en sitios visibles para el público, conforme a lo dispuesto en los artículos 23, 24 y 26 de la Ley 1480 de 2011, Estatuto de Protección al Consumidor.

ARTICULO SEXTO: El consumidor conservará la soberanía y autonomía para escoger la modalidad de servicio contractual de parqueo que requiera mensual, diario, plena o por horas.

ARTICULO SEPTIMO:

- a) Todo parqueadero público en la ciudad debe expedir un recibo donde consten, de acuerdo a las obligaciones establecidas en el Artículo 39 del Decreto 3466 de 1982, Artículo 18 de la Ley 1480 de 2011 Estatuto de Protección al Consumidor y Artículo 90 de la Ley 1801 de 2016, Código Nacional de Policía y Convivencia, como mínimo lo siguiente:

- Nombre o razón social del prestador del servicio
- Dirección y teléfono del establecimiento
- Nombre e identificación del usuario

Unión al
CAMBIO POPAYÁN

 Alcaldía de Popayán	ALCALDÍA DE POPAYÁN	GSCC-122
	SECRETARIA DE GOBIERNO	Versión: 07
	OFICINA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	Página 6 de 7



Popayán, 2019-07-25

Radicación: 2019100003145

- Dirección y teléfono del usuario, Número de recibo
 - Fecha y hora de la recepción
 - Identificación del bien
 - Indicación expresa de los defectos o averíos del vehículo y sus accesorios.
 - Clase de servicio
 - Valor del servicio
 - Póliza de responsabilidad civil extracontractual expedida por compañía aseguradora legalmente autorizada, ello de conformidad al artículo 18 de la Ley 1480 de 2011 y el Artículo 90 de la Ley 1801 de 2016 Código Nacional de Policía y Convivencia.
- b) En caso de no existir anotación expresa en cuanto a los defectos o averíos del vehículo y sus accesorios, se entenderá que este ingreso o fue entregado en perfectas condiciones y con todos los elementos inherentes a él.
- c) La persona obligada a la prestación del servicio, asume la custodia del vehículo en depósito y por lo tanto de la integridad de los elementos que lo componen, así como la de sus equipos anexos o complementarios si los hubiere.
- d) En caso de que el vehículo objeto de la prestación sufra pérdida, variación o algún deterioro por causas diferentes al caso fortuito o fuerza mayor debidamente probado, deberá subsanarse el daño cambiando el bien por otro de igual calidad y valor o pagando el valor acordado por las partes.

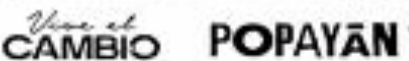
ARTICULO OCTAVO: Se prohíbe la expedición de recibos de parqueo con información engañosa que induzca a error al consumidor e incluso toda cláusula que sea contraria a este Decreto Municipal, a la Ley 1480 de 2011 Estatuto de Protección al Consumidor y a la Ley 1801 de 2016, Código Nacional de Policía y Convivencia.

ARTICULO NOVENO: Los parqueaderos públicos del Municipio de Popayán solo podrán ser destinados para el ejercicio de la actividad de parqueo de vehículos automotores, motocicletas y bicicletas de conformidad con el uso de suelo autorizado de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial-POT y en las modalidades descritas en el Artículo séptimo (7) del presente Decreto.

PARAGRAFO: Queda prohibida la utilización de esta clase de establecimientos para el almacenamiento, bodegaje y distribución de mercancías destinadas a las ventas ambulantes en el Municipio de Popayán.

Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el Artículo 8 del Decreto Municipal N°1655 de 2012, el Artículo 89 de la Ley 1801 de 2016 Código Nacional de Policía y Convivencia y las normas referentes al uso de suelo contempladas en el Plan de Ordenamiento Territorial-POT.

ARTICULO DECIMO: Queda prohibido a los parqueaderos públicos del Municipio de Popayán condicionar la prestación del servicio a la exigencia de que el consumidor


CAMBIO POPAYÁN

 Alcaldía de Popayán	ALCALDIA DE POPAYAN	GSCC-122
	SECRETARIA DE GOBIERNO	Versión: 07
	OFICINA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	Página 7 de 7



Popayán, 2019-07-25

Radicación: 20191000003145

entregue y deje las llaves en el parqueadero.

ARTICULO DECIMO PRIMERO: Todos los parqueaderos públicos del Municipio de Popayán deberán constituir una garantía de responsabilidad civil extracontractual, de conformidad con el Acuerdo N°018 de 2009, del Honorable Concejo de Popayán y por lo establecido en el Numeral 1 del Artículo 90 de la Ley 1801 de 2016, Código Nacional de Policía y Convivencia.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO: El control sobre el cumplimiento del presente Decreto estará a cargo de la Policía Metropolitana de Popayán y de la Secretaría de Gobierno Municipal a través de la Oficina de Protección al Consumidor de acuerdo al ámbito de sus competencias.

ARTICULO DECIMO TERCERO: Para la imposición de las multas por el incumplimiento a las tarifas contenidas en el presente Decreto, dará lugar a iniciar el proceso sancionatorio establecido en el Artículo 47 y S.S de la Ley 1437 de 2011, procedimiento que será adelantado por la Oficina de Protección al Consumidor, dependencia adscrita a la Secretaría de Gobierno Municipal, ya sea de oficio, por queja de la ciudadanía o por previo informe de Policía debidamente presentado ante la Secretaría de Gobierno Municipal.

PARAGRAFO: El valor de las multas a imponer será de hasta cien (100) salarios mínimos mensuales legales vigentes a favor del Tesoro Nacional, dineros que deberán ser consignados en el banco Av. Villas en la cuenta de ahorros N°252041843 con el nombre "MULTAS POR INFRAC. A TARIFAS DE PARQUEADEROS". Lo anterior, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 62 del Estatuto de Protección al Consumidor, Ley 1480 de 2011.

ARTICULO DECIMO CUARTO: El presente Decreto empezará a regir a partir de la fecha de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Dado en Popayán, 2019-07-25

COMUNIQUESE, PUBLIQUESE Y CUMPLASE



CESAR CRISTIAN GOMEZ CASTRO
 Alcalde de Popayán

Proyectó: Gloria Isabel Corón Osampo- Abogada Contratista
 Aprobó: Dra. María Esperanza Colina Henao-Secretaría de Gobierno Municipal (E)
 Revisó: Dra. Laura Cristina Cárdenas Salas-Jefe Oficina Asesoría Jurídica del Municipio
 Anexo: N/A
 Archivado en: Decretos 2019.

Viva el
CAMBIO **POPAYÁN**