

Plan de Negocio para la Creación de Empresa: Sitael LTDA empresa de Servicios
de Diligencias y Trámites personales

Diana Marcela Cruz Pérez
Juan Erasmo Fandiño Villa

Universidad EAN
Facultad de Estudios a Distancia - FED
Programa Administración de Empresas
Bogotá, D.C.

2012

Plan de Negocio para la Creación de Empresa: Sitael LTDA empresa de Servicios
de Diligencias y Tramites personales

Diana Marcela Cruz Pérez

Juan Erasmo Fandiño Villa

Creación de Empresas para optar al título de
Administrador de Empresas

Directora

Maribel Guevara

Administrador de Empresas

Universidad EAN

Facultad de Estudios a Distancia - FED

Programa Administración de Empresas

Bogotá, D.C.

2012

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá, D.C., 14 de Agosto de 2012

IV AGRADECIMIENTOS

A lo largo de nuestra vida el principal motor en cada proceso de ella ha sido Dios a quien debemos el principal agradecimiento por su Dirección, Acompañamiento, Guía, Fortaleza y Amor.

A nuestra Familia por su apoyo incondicional, siendo ellos las personas que cedieron tiempo de ellos con nosotros y comprendieron la importancia de la culminación de nuestra carrera profesional, brindando siempre su apoyo, amor y paciencia.

A la Universidad EAN por sus fundamentos impartidos y la oportunidad de pertenecer a su plantel educativo, a cada uno de los Directivos, Tutores y demás personal quienes nos acompañaron en el proceso realizado en estos cinco años de carrera profesional y han sido fundamental en el desarrollo de la misma.

A nuestra tutora de proyecto de grado Maribel Guevara un especial agradecimiento por su apoyo, direccionamiento y ampliación de conocimientos impartidos a partir de la búsqueda del mejoramiento cognitivo y personal, gracias por su paciencia y colaboración frente al propósito de la consecución de objetivos propuestos en este proyecto de grado.

Mil gracias a cada uno de ustedes, por ser parte fundamental del logro alcanzado, del peldaño que hemos ascendido en nuestras vidas profesionales, a cada uno de ustedes nuestro más sincero agradecimiento.

DEDICATORIA

A Dios:

El principio de este camino tomado fue determinado por el direccionamiento dado por Dios a través de su Palabra a nuestras vidas

“Dichoso el que haya sabiduría, el que adquiere inteligencia, Por que ella es de más provecho que la plata y rinde más ganancia que el oro”

Proverbios 3:13-14

“Dispónganse a adquirir inteligencia, Yo les brindo buenas enseñanzas, así que no abandonen mi instrucción”

Proverbios 4:1-2

Dios ha sido y será siempre nuestro principal motor para nunca desfallecer en el logro de las metas propuestas, por lo tanto es a Dios a quien en conjunto damos la primera y más importante dedicatoria, pues como hijos suyos reconocemos su infinito amor y poder sobre nuestras vidas y a su servicio disponemos nuestro aprendizaje desde hoy y para siempre.

*Diana Marcela Cruz Pérez
Juan Erasmo Fandiño Villa*

A mi Amada Hija Diana Camila por su paciencia, amor y sacrificio, a mi madre por su apoyo y enseñanza dada, a mi padre por su ayuda para conseguir este logro alcanzado, al resto de mi Familia por su continuo ánimo.

Diana Marcela Cruz Pérez

A mi Hermosa Esposa Carolina por su apoyo incondicional y paciencia, a mis dos pequeñas hijas Valentina y Gabriela, quienes brindan su amor y sonrisas como estímulo para culminar en este camino, a mis padres por sus enseñanzas dadas y su valor.

Juan Erasmo Fandiño Villa

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	12
Abstract.....	13
Resumen Ejecutivo.....	14
1. Análisis del Sector.....	18
1.1. Caracterización del Sector.....	18
1.2 Tendencias de Consumo del Sector.....	20
1.2.1 Análisis de Tendencia.....	25
1.3. Factores Tecnológicos.....	26
1.3.1. Factores Políticos y Legales.....	27
1.3.2. Factores Ecológicos y Medioambientales.....	27
1.3.3 Factores Gremiales.....	28
1.4. Barreras de Entrada y Salida del Mercado Postal.....	29
2. Análisis y Estudio de Mercado.....	32
2.1 Segmento de Mercado.....	33
2.1.1. Segmentación Geográfica.....	33
2.1.2. Segmentación Demográfica.....	34
2.1.3. Segmentación Conductual.....	34
2.2. Perfil del Consumidor.....	35
2.3 Tamaño del Mercado.....	36
2.4 Consumo Aparente.....	37
2.5 Diseño De Las Herramientas De Investigación.....	37
2.5.1 Objetivos.....	38
2.5.2 Calculo De La Muestra.....	38
2.5.3 Diseño de la Herramienta de Estudio Piloto de Clientes.....	39
2.5.3.1. Encuesta Investigación de Mercado – Sitael Ltda.....	39
2.5.4. Metodología de Análisis de los Competidores.....	39
2.5.4.1. Competencia del Sector Real.....	41

2.5.5 Resultados.....	45
2.5.6 Resultados de la Medición del Comportamiento del Consumidor.....	52
2.5.7 Resultados del Análisis de la Competencia.....	53
2.5.8 Calculo de la Demanda Potencial y Participación en el Mercado.....	54
2.6 Conclusiones Sobre Oportunidad y Riesgo del Mercado.....	56
2.6.1. Ventajas Competitivas del Producto o Servicio.....	56
3. Estrategia y Plan De Introducción De Mercado.....	58
3.1 Objetivos Mercadológicos.....	58
3.2 La Estrategia De Mercadeo.....	58
3.3. Estrategia de Producto.....	58
3.4. Estrategia de Precio.....	59
3.5. Estrategia de Fuerza de Ventas.....	59
3.6. Estrategia de Distribución.....	60
3.7. Estrategia de Comunicación y Promoción.....	60
4. Diseño técnico y plan de operación (Producción).....	62
4.1 Objetivos de Producción.	62
4.1.1 Objetivos a corto plazo.....	62
4.1.2 Objetivo a mediano plazo.....	62
4.1.3 Objetivo a largo plazo.....	62
4.2 Diseño Técnico.....	63
4.2.1 Especificaciones Técnicas del producto o servicio.....	65
4.2.2 Descripción del Proceso.....	70
4.3 Estudio de Abastecimiento.....	74
4.3.1 Requerimientos de insumos.....	74
4.3.2 Recursos tecnológicos: Tecnología dura y blanda.....	74
4.3.3. Políticas de compra y manejo de inventarios.....	76

4.4 Plan de operación.....	76
4.4.1 Plan de producción.....	76
4.4.2 Capacidad Instalada.....	77
4.4.3 Distribución y Ubicación de Planta.....	78
4.4.3.1. Macro Localización.....	78
4.4.3.2. Micro Localización.....	79
4.4.3.3. Infraestructura Física del Negocio.....	81
4.5. Política de aseguramiento de la calidad y estrategia de Control de calidad.....	82
4.6. Enfoque de la Política de Salud Ocupacional.....	83
4.7. Política y Estrategia de Gestión Ambiental.....	83
5. Estrategia Administrativa.....	84
5.1 Filosofía de Direccionamiento.....	84
5.1.1 Visión.....	84
5.1.2 Misión.....	84
5.1.3 Enfoque de la cultura organizacional.....	84
5.1.4 Políticas de Responsabilidad Social.....	84
5.1.5 Cadena de Valor.....	85
5.2 Estructura Organizacional.....	85
5.2.1. Visión Empresarial.....	85
5.2.2. Objetivos Empresariales.....	85
5.2.3. Organigrama.....	86
5.2.4. Perfiles de Cargo.....	87
5.3 Aspectos Legales.....	90
5.3.1 Estructura Jurídica y Tipo de Sociedad.....	90
6. Proyecciones Económicas y Financieras y Estrategia de Financiación del Modelo.....	94
6.1 Objetivos Financieros.....	94
6.2 Políticas de manejo contable y financiero.....	95
6.3 Presupuestos Económicos (Simulación).....	95
6.3.1 Presupuesto de ventas.....	95

6.3.2. Presupuestos de Costos de Insumos y	
Logística de Producción.....	96
6.3.3 Presupuesto de Costos Laborales.....	97
6.3.4 Presupuesto de Costos Administrativos.....	98
6.3.5 Presupuesto de Mezcla de Mercado.....	99
6.3.6 Presupuesto de Inversión.....	100
6.3.7 Margen de Contribución – Ingresos Vs	
Costos Totales.....	100
6.4 Estados Financieros.....	101
6.4.1 Flujo de caja.....	101
6.4.2. Estado de resultados.....	102
6.4.3 Balance General.....	102
6.5 Indicadores financieros.....	103
6.6 Fuentes de financiación.....	106
7. Análisis de Riesgos.....	107
8. Conclusiones Sobre La Viabilidad Y Factibilidad Del Negocio.....	110
Anexo 1 - Encuesta Sitael Ltda.....	112
Anexo II – Carta de Derechos de Autor.....	115
Anexo III Ficha Bibliografía.....	118
Bibliografía.....	120

FIGURAS

Figura 1. Descripción del Proceso de Recolección.....	17
Figura 2. Descripción del Proceso de Clasificación.....	18
Figura 3. Descripción del Proceso de Entrega.....	19
Figura 4: Clasificación Piezas Postales.....	21
Figura 5: de Servicios de Transporte de Objetos.....	24
Figura 6: Percepción de cambio de mercado en operadores postales.....	25
Figura 7. Logo.....	64
Figura 8: Mapa Localidades.....	73
Figura 9: Mapa Localidad Chapinero.....	78
Figura 11: Mapa Localidad Chapinero 2.....	79
Figura 12: Edificio Cámara de Comercio Sede Chapinero.....	80
Figura 13: Edificio Seguro Social Nivel Nacional en Chapinero.....	80
Figura 14: Edificio SENA en Chapinero.....	81
Figura 15: Plano distribución Física de la empresa.....	82
Figura 16: Cadena de Valor SITAEI LTDA.....	85
Figura 17: Organigrama.....	86

TABLAS

Tabla 1: Ventas Empresas de Mensajería.....	23
Tabla 2: Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE).....	31
Tabla 3. Número de unidades Productivas por grandes sectores de Actividad Económica.....	32
Tabla 4. Segmentación Geográfica.....	33
Tabla 5. Segmentación Demográfica.....	34
Tabla 6. Segmentación Conductual.....	34
Tabla 7. Distribución de los estratos en Bogotá.....	35
Tabla 8: Matriz del Perfil Competitivo Indirecto.....	40
Tabla 9: Matriz del Perfil Competitivo Sector Real.....	44

Resumen

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE DILIGENCIAS Y TRAMITES PERSONALES"

El servicio de diligencias y trámites personales es una necesidad sin atender en el mercado de mensajería en la ciudad de Bogotá, es por esto que este plan de negocio está dirigido a satisfacer dichas necesidades, para ello se realizó un estudio de mercado con el fin de identificar los clientes potenciales, mediante una encuesta obteniendo como mercado objetivo y al que pretendemos atender en el corto plazo de un total de 3201 personas correspondientes al 48% del mercado meta, ubicados en la localidad de Chapinero, pertenecientes a los estratos 3 y 4, con edades que se encuentran entre los 26 y 35 años de edad. Según el estudio observamos que uno de los aspectos que más le llamarían la atención a los clientes potenciales es la confiabilidad y el ahorro de tiempo.

Para poder llevar a cabo el proyecto se requiere de una inversión inicial de \$ 30.200.000 consistente en equipos de cómputo, comunicaciones, muebles, gastos de constitución, software y registro de marca, generando unas obligaciones financieras de \$ 20.200.000. El plan de producción está proyectado a realizar 57.618 diligencias cada una por un valor de \$ 14.000, dando como resultado una demanda potencial de \$ 806.652.000 en el primer año de funcionamiento, teniendo una capacidad de servicio de 34560 diligencias para una facturación en el primer año de funcionamiento de \$ 483.840.000.

De acuerdo a la proyección de presupuestos económicos e informes financieros globales, SITAEI LTDA., obtendría una utilidad neta en el primer año de \$ 90.018.506, y se espera una tasa de rendimiento del 28%, para una inversión inicial de \$49.850.00, concluyendo de esta manera que la idea de negocio tiene un buen porcentaje de viabilidad y factibilidad.

Abstract

BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A SERVICE COMPANY AND PROCEDURES PERSONAL MEASURES "

The prosecution service and personal matters is a need to reach in the messaging market in the city of Bogota, which is why this business plan is aimed at meeting these needs, for it was conducted a market study to identify potential customers, obtaining as a survey target market and we intend to address in the short term from a total of 3201 people for 48% of the target market, located in the town of Chapinero, belonging to strata 3 and 4, who are aged between 26 and 35 years of age. According to the study that one of the aspects that would call attention to potential customers is reliability and time savings.

To carry out the project requires an initial investment of \$ 30,200,000 consisting of computer equipment, communications, furniture, formation expenses, software and trademark, generating financial obligations of \$ 20,200,000. The production plan is designed to make 57,618 steps each worth \$ 14,000, resulting in a potential claim of \$ 806,652,000 in the first year of operation, having a capacity of 34,560 service inquiries for a check-in first year of \$ 483,840,000.

According to the projection of economic budgets and financial reports global SITAEI LTDA., Would obtain a net profit in the first year of \$ 90,018,506, and expected rate of return of 28%, for an initial investment of \$ 49.850.00 , concluding in this way that the business idea has a good percentage of viability and feasibility.

Resumen Ejecutivo

Concepto de Negocio

SITAEL LTDA. Está dirigida a brindar soluciones a las necesidades de personas naturales (empleados, profesionales, independientes, amas de casa).

Algunos de nuestros servicios son:

Diligencias

Radicación de documentos:

- Radicación de formularios de solicitud de crédito ante entidades públicas y/o privadas.
- Radicación de cartas ante entidades públicas y/o privadas.
- Radicación de formularios de afiliación ante entidades públicas y/o privadas.
- Radicación de documentos ante entidades de salud.

Servicio de diligencias programadas o de carácter inmediato.

- Recolección y entrega de documentos

Recolección de documentos, resultados y/o certificados médicos.

Trámites

- Solicitar Partida de Nacimiento, Bautismo, Confirmación, Matrimonio
- Recolección y entrega Partida de Nacimiento, Bautismo, Confirmación, Matrimonio

Ventaja Competitiva

Contar con alianzas estratégicas con entidades públicas, privadas y financieras que optimizan los tiempos en el servicio, lo cual propenderá en costos más bajos por el mejor aprovechamiento del recurso humano.

La utilización de un sistema de información que proporciona al cliente la trazabilidad en el servicio, que le permite conocer en tiempo real el historial y estado de sus trámites y diligencias.

Respaldo de compensación en la reclamación de los clientes por novedades presentadas generando confiabilidad en el servicio.

Alta productividad del personal, generando costos operativos más bajos.

Mercado Potencial

Personas que trabajan en la localidad de Chapinero, pertenecientes a los estratos 3 y 4, con una edad que oscila entre los 26 y 35 años.

Estrategia de Mercado

Diseñar y desarrollar un programa de publicidad y comunicación a través de internet, desarrollando una página web y material promocional como volantes y plegables en la localidad de Chapinero con el fin de dar a conocer nuestros servicios.

Descripción del Proceso

En el proceso productivo existen tres procesos principales, de los que se desprenden los demás procesos: Recolección, zonificación y entrega de las diligencias y trámites.

1. Recolección

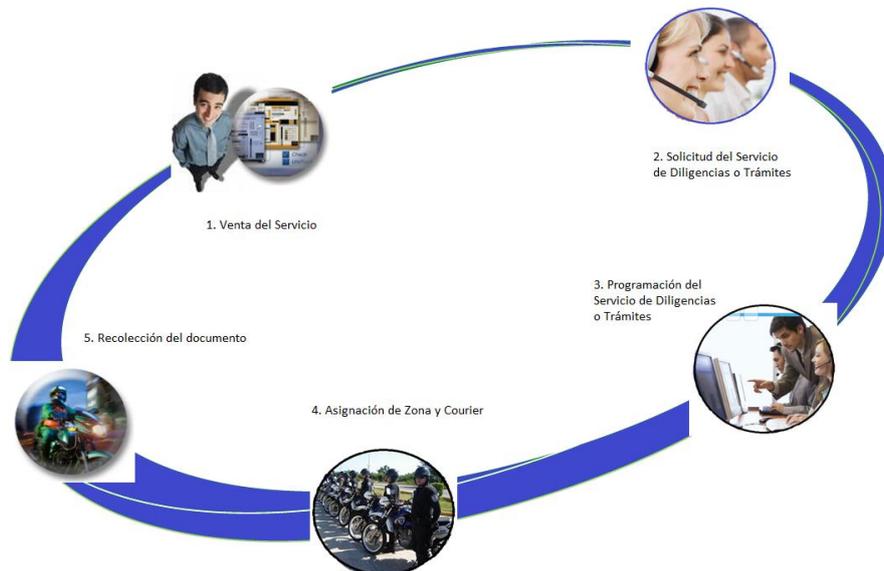


Figura 1. Descripción del Proceso de Recolección

Fuente: Autores

2. Zonificación



Figura 2. Descripción del Proceso de Clasificación

Fuente: Autores

3. Entrega de las Diligencias y Trámites

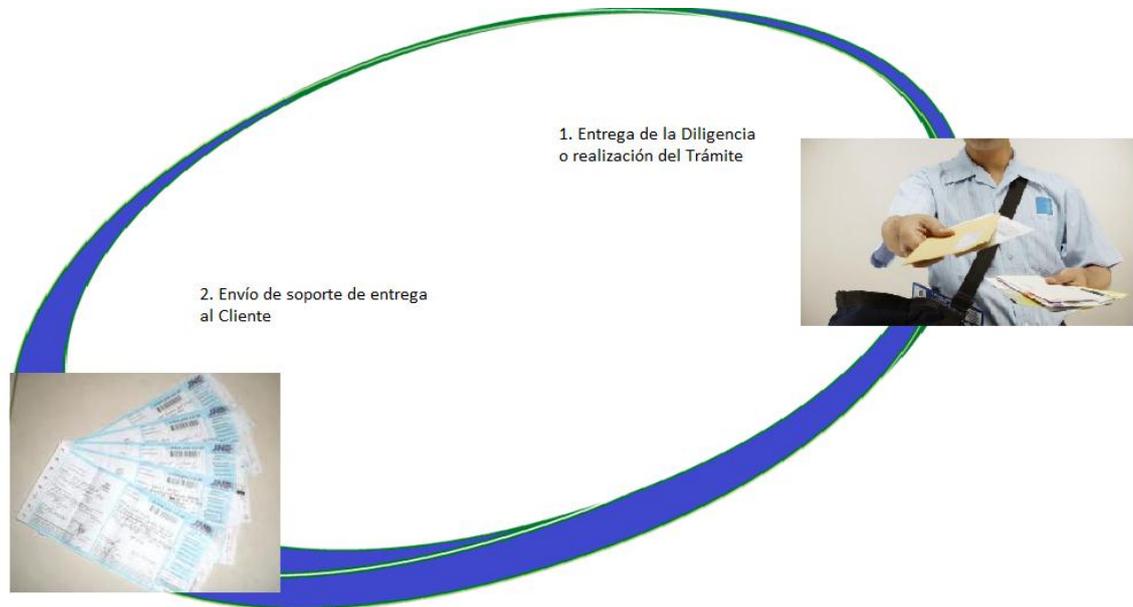


Figura 3. Descripción del Proceso de Entrega

Fuente: Autores

Responsabilidad Social

Nuestra política es la de generar desarrollo a nuestros grupos de interés: clientes, proveedores, colaboradores, gremios y la comunidad, a través de nuestro compromiso con el medio ambiente y el desarrollo de proyectos sociales generando resultados económicos, sociales y ambientales.

Rentabilidad Para El Primer Año

La rentabilidad proyectada sobre la inversión es del 28%, con una utilidad neta en el primer año de \$ 90, 018,506.

1. Análisis del Sector

1.1. Caracterización del Sector

Para realizar la caracterización del sector postal en Colombia es fundamental tener en cuenta lo establecido en el artículo 3, numeral 7 de la ley 1369 de 2009, donde se definen las redes postales como “el conjunto de instalaciones, equipos y demás dispositivos destinados a la prestación de los servicios postales ofrecidos al público en general de manera directa o indirecta por los Operadores de Servicios Postales. Hacen parte de la Red Postal los puntos de atención a los usuarios de servicios postales”.

(CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010)

Los principales productos asociados a la red postal son los productos financieros, los productos de mensajería y los productos de correo y masivos. Los servicios de movimiento de objetos postales pueden estar dirigidos en primer lugar a un mercado de entregas masivas de un remitente a múltiples destinatarios como es el caso de la entrega de extractos bancarios, facturas, folletos, plegables, etc.), donde la cantidad de envíos supera las 100 unidades. En segundo lugar, el procesamiento de piezas postales individuales de un remitente a un destinatario, un ejemplo de ello, es un sobre que contiene documentos amparado por un contrato de transporte o guía. En tercer lugar, se encuentran los servicios postales financieros y los giros postales, que aunque no implican el movimiento de objetos postales, requieren el procesamiento de la información del giro mismo y la administración de las sumas de dinero asociadas.

La cadena de valor de los servicios postales de correo y mensajería se compone de los siguientes aspectos: recepción o recolección, clasificación, entrega o distribución, transporte desde el momento de recolección hacia el centro de clasificación y de este punto hacia la ciudad o zona de destino, y de este punto

a la entrega final y por último los procesos de soporte de la gestión completa del servicio.

La recepción o recolección, corresponde al proceso en el cual una pieza postal es recibida por el operador responsable de la prestación del servicio en el punto de servicio o en el domicilio del cliente.

La entrega se refiere al proceso de llevar las piezas postales o los envíos desde las oficinas de la red postal o empresa de mensajería designadas para atender un área determinada hasta la residencia de la dirección del destinatario, o en su defecto hasta los casilleros postales en la oficina correspondiente o hasta su entrega en mostrador.

La clasificación, según la USPS, se refiere al agrupamiento y ordenamiento de las piezas postales en clases y subclases según su categoría y atributos de servicio (tiempo de entrega y control de seguimiento), así como respecto de variables de contenido, peso, tamaño y preparación de envío. En este proceso se zonifican los envíos, se ingresan al sistema de información, se realiza la verificación de empaque o estado externo de la pieza y por último se realiza el cargue de piezas para finalmente ser entregadas al destinatario. (Servientrega S.A., 2011)



Figura 4: Clasificación Piezas Postales

Fuentes: (Servientrega S.A., 2011)

El transporte es un proceso que se desarrolla entre los diversos puntos de presencia, centros de control y centros de clasificación de la red.

Los procesos de soporte hacen referencia a proporcionar al cliente la evidencia o soporte de la entrega de la pieza documental, para ello, las empresas de mensajería especializada cuentan con una plataforma tecnológica que les permite realizar la trazabilidad y escaneo de las pruebas de entrega de las piezas documentales. Incluyen sistemas de control y diseño de rutas, planeación de capacidades de red, sistemas comerciales y de mercadeo, sistemas soporte de administración y finanzas, entre otros. (CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010)

La estructura física y los elementos de la cadena de valor de correo y mensajería expresa son los siguientes: puntos de presencia o puntos de servicio (admisión), centros de control, rutas de entrega, transporte, centros de clasificación o centros logísticos, matriz o red de encaminamiento, sistemas de información y sistemas de gestión. (CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010)

1.2 Tendencias de Consumo del Sector

Las tendencias de consumo del sector postal en Colombia han sufrido grandes cambios en los últimos 20 años según Ianni (CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010), pese a que los servicios postales son los medios de comunicación más tradicionales unos de los aspectos que los han propiciado son las innovaciones tecnológicas generando nuevas alternativas de comunicación como la telefonía celular, larga distancia y celular; así mismo, la Internet a través de la utilización del email por la penetración de los (PC) computadores personales en los hogares, lo cual ha incentivado la sustitución del correo tradicional por estos medios que cuentan con ventajas en precio y velocidad en la comunicación.

Según estudios de UPU (CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010), en la inmensa mayoría de los países del mundo, el estado y las organizaciones generan entre el 80% al 95% de los envíos de correo, de tal manera, que se observa la tendencia de la sustitución de los hogares hacia otras alternativas de comunicación. En cuanto a correo internacional (1.3% de todo el correo) el 55% fue enviado por negocios y 45% por los hogares. En 1999 el 82% del volumen mundial de correo doméstico fue generado por negocios frente al 18% que generaron los hogares. En 1995 representaba el 20% y en 1999 tan solo el 9% de todo el correo.

El propósito principal del correo se ha convertido en un medio de transferencia de información comercial dejando de ser la principal la comunicación entre individuos. Ianni, (CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010, concluye diciendo que como consecuencia la tendencia continuará de la sustitución de las cartas personales por las comunicaciones electrónicas, mientras que la correspondencia organizacional aumentará debido entre otros factores a la publicidad directa que está migrando de una canal más de ventas a convertirse en el eje de las estrategias de fidelización y relacionamiento con el cliente.

El mercado postal tendrá mayor relevancia por las necesidades y preferencias de los clientes, las empresas esperan que los operadores postales se conviertan en sus socios no solo por el hecho de prestarles un servicio con calidad sino servicios que les agreguen valor a su negocio, mejorando su competitividad. La competitividad generada por los continuos avances tecnológicos, la activación y sostenibilidad económica en nuestro país, los efectos de la globalización y la firma de tratados de libre comercio, propician un alto nivel competitivo donde las organizaciones demandan mejorar los tiempos de entrega de las piezas y productos postales. Es allí donde nuestra organización tiene grandes oportunidades de entrada al mercado por la innovación de servicios dado al mejoramiento en los tiempos de entrega.

Empresas como Servientrega y Deprisa tienen en su portafolio de servicios como mejor tiempo de entrega, la distribución de piezas postales en el mismo día, realizando la recolección en los puntos de servicio a más tardar a las 10:00am, pero no prestan el servicio de entrega en los casos que los clientes requieren entregar piezas postales en la misma tarde (PM) o en la misma mañana (AM). Por el contrario, empresas de Couriers como: Diligencias y Trámites Express; A.M. Diligencias y Trámites; Su Diligencia, cuenta con el servicio de diligencias programadas o inmediatas con tiempos de entrega de 1 a 3 horas.

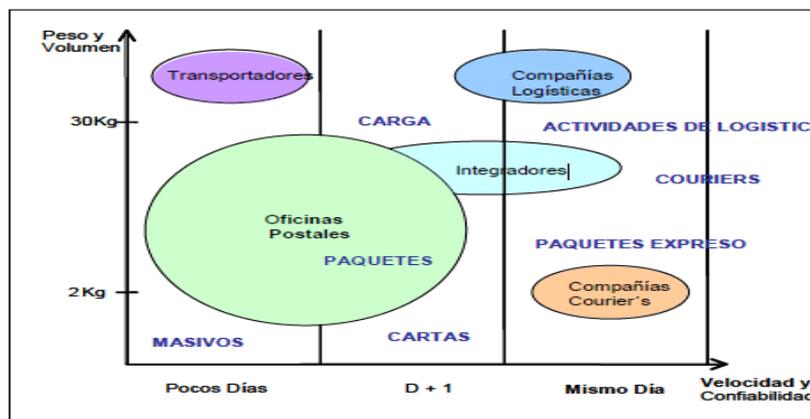


Figura 5: de Servicios de Transporte de Objetos

Fuentes: (CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010)

Fuente: Ruozi y Anderloni (2002): Modernización y privatización de sistemas postales en Europa. (CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010)

A continuación anexamos el gráfico que presenta la percepción del cambio de mercado en los operadores postales, dado que estos perciben una caída en el negocio de correspondencia (cartas y documentos) y un crecimiento en los demás segmentos como paquetes y servicios logísticos, servicios financieros, otros productos.

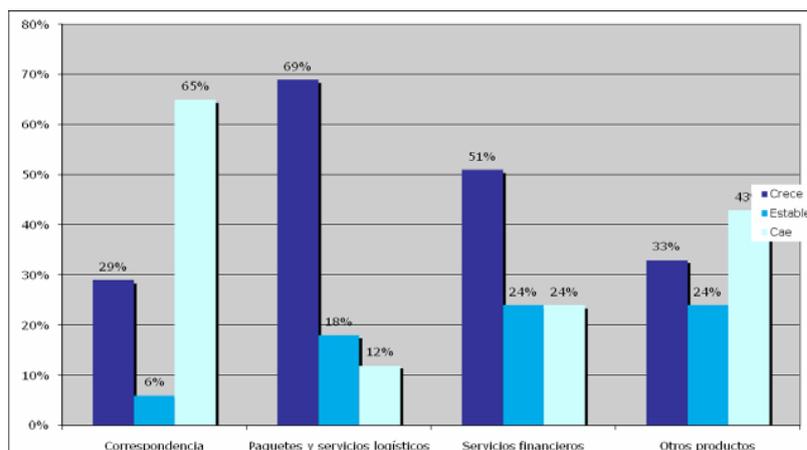


Figura 6: Percepción de cambio de mercado en operadores postales

Fuente: Forecast (2004), UPU (2008) (CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010)

De otra parte, el comportamiento del sector postal presentado en los años 2008 y 2009 fue el siguiente:

Las ventas presentadas por las empresas líderes del sector en el año 2008 presentaron las siguientes cifras:

Tabla 1:

Ventas Empresas de Mensajería

EMPRESA	VENTAS AÑO 2008 (millones)	VENTAS AÑO 2009 (millones)
Servientrega S.A.	\$331.386	\$340.748
Transportadora Comercial Colombia (TCC)	\$177.818	\$169.609
Envía Colvanes	\$146.750	\$152.430
Coordinadora Mercantil	\$129.015	\$132.828

Fuente: LaNota.com, tabla diseñada por los autores

Como se observa en el gráfico, Servientrega mantuvo su liderazgo en los años 2008 y 2009, duplicando en ventas a TCC, quien a su vez superó en ventas a Envía Colvanes (La Nota.com, 2011).

En conclusión las ventas de Servientrega S.A. con relación al año 2008 presentaron un crecimiento del 2.8%, por su parte, TCC presentó una caída en sus ventas del 4.6%. De otra parte, Envía Colvanes y Coordinadora Mercantil obtuvieron un crecimiento en ventas del 3.9% y 3% respectivamente.

La estructura de costos del sector requiere la prestación de varios servicios, dado a las características económicas de la industria postal, considerando componentes tanto de costo fijo como de costo variable, lo cual lleva a que en la composición y peso específico de cada componente influya el diseño de la red del operador y su coherencia con el volumen de operación y tipo de productos que tramita.

(CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010)

La estructura de costos básica en los servicios postales es la siguiente:

Costos comunes de Red (Puntos de presencia, personal, etc.).

Costos exclusivos servicios correo y masivos (Red entrega, etc.).

Costos comunes servicios no financieros (Sistema de información, transporte, etc.).

Costos exclusivos mensajería especializada (Red entrega, sistema de

Costos comunes servicios no financieros (Sistema de información, transporte, etc.).

Costos exclusivos servicios financieros (Transporte valores, sistema información, etc.).

Por otro lado, con el fin de obtener costos eficientes, es necesario el tramitar altos volúmenes de piezas postales per cápita, debido a que se presenta un alto componente de mano de obra generando una estructura de costos fijos.

De otra parte, dado a la existencia de un número elevado de actores en el sector, genera que ninguno de ellos alcance economías de escala de significancia, es decir, que no se reducen los costes de operación, ya que se requeriría de una

mayor mano de obra y plataforma tecnológica para su funcionamiento, produciendo que los precios sean elevados. "Adicionalmente, dado que nuestro mercado es de bajo consumo pero altamente fragmentado lo cual genera un alto nivel de competencia, produciendo la deseconomía de escala en la operación, donde los niveles de precio promedio del mercado pueden ser elevados con respecto a mercados con menor competencia y mayor volumen."

(CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2010)

El PIB del sector registrado por el DANE como Transporte y Comunicaciones ha sido el 4.5% en el 2009 y 4.4% en el 2010, el proyectado para los años 2011, 2012, 2013 y 2014 es de 4.5%, 4.6%, 4.7% y 4.6% respectivamente.

La clasificación uniforme de la actividad económica productiva del sector postal está codificada como 6411 Actividades postales nacionales. (LaNota.com, 2011).

1.2.1 Análisis de Tendencia

En cuanto a las tendencias los autores consideran que una de las principales tendencias a tener en cuenta en el análisis sectorial hace referencia al aspecto tecnológico, ya que los últimos avances tecnológicos en el sector postal han marcado un factor diferenciador en el sector.

Es el caso de las Radiofrecuencias donde los operadores postales (logísticos) le apuntan a realizar un Cross docking en su proceso de clasificación de documentos y mercancías, el cual se define como el sistema mediante el cual lo que ingresa al centro de distribución inmediatamente es despachado, generando una reducción en los tiempos de entrega y reduciendo costos en inventario y almacenamiento. Para tal fin, los operadores deben contar con lectores de radiofrecuencias, antenas de gran capacidad y una alta estructura de hardware y software, además de contar con un proceso de tecnología con un talento humano de alto nivel, lo cual genera altos costos difíciles de asumir para el ingreso de nuevos actores en el sector.

Esta tecnología les permite a los operadores poder ofrecerles a sus clientes el servicio de trazabilidad de sus documentos y paquetes, de tal manera que los clientes pueden ingresar a la página web de los operadores y rastrear sus envíos con el fin de conocer en tiempo real la ubicación de los mismos.

La tendencia principal en lo mencionado anteriormente son los centros logísticos de distribución con procesos automatizados, caso presentado con organizaciones como Fedex y DHL que son dos de las empresas líderes a nivel mundial.

En Colombia organizaciones como Servientrega que es la empresa líder en el sector ya se está preparando para dichos cambios, dado que hace un par de años su equipo de profesionales de los procesos tecnológicos y logísticos realizaron un diplomado en mecatrónica en la Universidad Militar con el fin de empezar a desarrollar proyectos dirigidos a diseñar procesos automatizados.

Por lo anterior, las principales tendencias hacen referencia al desarrollo de tecnologías de radiofrecuencia, lectores de radiofrecuencia y GPS que serán factores diferenciadores en el mercado.

1.3. Factores Tecnológicos

Uno de los principales factores tecnológicos tiene relación con la rápida expansión del acceso a la tecnología la cual ofrecerá una ventaja competitiva relativamente corta en el tiempo; el rápido incremento en la capacidad de las comunicaciones que tendrá un impacto en la velocidad del flujo de información y trazabilidad de los documentos y mercancías fomentando la aplicación de herramientas de planificación y decisión a tiempo real como apoyo de soporte a la cadena de abastecimiento; constante presión de las tecnologías emergentes y el ritmo acelerado en la innovación que impactará en la implementación de nuevas tecnologías, nuevos proveedores, nuevas locaciones y mercados, nuevas metodologías de entrega y nuevas necesidades de información.

Es importante mencionar que una de las amenazas del sector consiste en el desarrollo de las telecomunicaciones modernas las cuales han tenido una fuerte penetración en los hogares y negocios. A parte de las facilidades de acceso y

creciente cobertura se suma la tendencia general en el abaratamiento de estos servicios lo cual ha propiciado la sustitución de los servicios postales por estas alternativas.

1.3.1. Factores Políticos y Legales

El sector postal cuenta con un nuevo régimen legal debido a la entrada en vigencia de la ley 1369 de 2009, cuyo objetivo está orientado al establecimiento de un régimen de alcance general referido a la prestación de los servicios postales incluyendo las disposiciones concernientes a las entidades encargadas de la regulación de dichos servicios.

Esta ley señala expresamente que el servicio postal es un servicio público en los términos del artículo 365 de la constitución política y por lo tanto la prestación está sometida a la regulación, vigilancia y control del Estado.

El ministerio de TIC, como entidad competente en materia de todos los servicios postales, expidió el Decreto 867 de 17 de marzo de 2010 por medio del cual estableció las condiciones de habilitación para ser operador postal y el mecanismo de registro. La ley determina que hacen parte de los servicios postales el de correo, los servicios postales de pago y los servicios de mensajería expresa.

Un aspecto político y legal importante del sector postal es que el Estado dejó de ser el prestador único y directo de los servicios públicos, orientándose al ejercicio de funciones como la regulación, control, inspección y vigilancia, con el objeto de garantizar la libre competencia, la libertad económica y la libre iniciativa privada, con el fin de propender por una provisión de servicios públicos en un ambiente de eficiencia y calidad.

1.3.2. Factores Ecológicos y Medioambientales

En cuanto a los factores ambientales algunas empresas del sector postal han incursionado en la recolección, transporte y almacenamiento de mercancías peligrosas, es importante mencionar que de acuerdo al artículo 28 del Decreto 229 de 1.995 prohíbe la circulación de objetos como líquidos inflamables, sólidos

inflamables, gases venenosos o comprimidos, sustancias tóxicas, corrosivos, explosivos y comburentes. Esto debido a que es necesario que las empresas de transporte y mensajería especializada cuenten con una infraestructura y el personal capacitado para movilizar objetos que puedan ocasionar daños en la salud de los colaboradores, instalaciones y el medio ambiente.

Empresas como Servientrega han empezado a realizar inversiones de infraestructura en sus centros logísticos, realizando ajustes en sus procedimientos y desarrollando programas de capacitación a sus colaboradores con el fin de poder recoger, transportar y almacenar dichas sustancias.

De otra parte, las empresas del sector postal deben contar con centros de distribución que cuenten con recursos y estructuras demarcadas para garantizar la seguridad a sus colaboradores y al medio ambiente, dado a que los vehículos cuando ingresan a los centros de distribución generan smog lo cual genera contaminación y puede afectar la salud de los colaboradores.

Por lo anterior, las empresas del sector postal deben adquirir recursos, establecer procedimientos y capacitar a su personal con el fin de garantizar la seguridad industrial y ambiental.

Dentro del factor ambiental es importante mencionar el invierno que ha estado impactando las diferentes ciudades y carreteras del país, afectando el servicio de transporte de mercancías a nivel nacional.

1.3.3 Factores Gremiales

Pasando al aspecto gremial en Colombia, la actividad gremial del transporte se desarrolla a través de más de 30 agrupaciones gremiales que tiene como objetivos, tener un vocero de las empresas del sector, prestar un servicio a sus afiliados, compartir problemas con las otras empresas del sector, incidir en las decisiones de la actividad gremial.

Existen 12 gremios empresariales afiliados al Consejo Nacional Intermodal del Transporte, 14 gremios empresariales afiliados al Consejo Superior del Transporte, los demás gremios no se encuentran afiliados a gremio o cúpula alguna.

Los servicios que proporcionan los gremios son: Conferencias, seminarios y cursos para sus afiliados; información sobre novedades legales; alerta a las empresas sobre proyectos de ley, de decreto o reglamentación que están preparando.

1.4. Barreras de Entrada y Salida del Mercado Postal

No existen barreras técnicas o estructurales de entrada al mercado postal, esto lo evidencia la presencia de operadores informales a nivel interurbano y urbano, con mayor incidencia a nivel urbano. La licencia para ingresar al mercado se obtiene fácilmente ante el Ministerio y los costos de entrada son relativamente bajos.

De otra parte, haciendo énfasis en el servicio de diligencias y trámites personales un aspecto importante del entorno a tener en cuenta es el del transporte y movilidad en Bogotá. "Según proyecciones realizadas por el Observatorio de Movilidad de la CCB, en el 2008 se realizaron 12.206.652 viajes diarios en la ciudad, lo que representa un incremento del 29% respecto al 2005 (9.462.758 viajes)". Adicionalmente, con la ampliación de la medida del Pico y Placa se produjo un crecimiento en la compra de motocicletas y de vehículos particulares." Este aspecto es bastante importante ya que por causa de que la movilidad en Bogotá cada día es más compleja y genera la necesidad del servicio de diligencias y trámites a través del servicio de Courier. (CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, 2010)

Además, según lo descrito en el Observatorio de Movilidad No. 5 (parte 2), la motocicleta es el medio de motorizado con menor tiempo de viaje (26 minutos en una distancia de 11 kilómetros), lo cual nos indica que en la prestación del servicio de diligencias y tramites es el medio de transporte más indicado para la prestación del servicio.

La movilidad en Bogotá cada día es más caótica por causa del tráfico generado por la cantidad de vehículos que transitan en la ciudad, a esto se le suma

las múltiples obras viales que han afectado considerablemente la movilidad en Bogotá, generando oportunidades de negocio como el servicio de trámites personales a través del transporte motorizado. Es importante mencionar que este servicio lo prestan muy pocas empresas en la ciudad y lo más interesante es que dichas empresas no son conocidas por un gran número de habitantes de la ciudad.

De acuerdo a los factores externos mencionados anteriormente, consideramos que la idea de negocio del servicio de trámites personales tiene varias oportunidades como también amenazas.

Unas de las principales oportunidades es que pese a que en los hogares o las personas naturales se ha estado presentando la sustitución de la correspondencia por las comunicaciones electrónicas, muchos de los trámites y diligencias que deben realizar los ciudadanos no se puede realizar de manera electrónica, necesitando realizar un desplazamiento, tiempo realizando filas y permisos en los trabajos para tramitar diferentes documentos como: afiliaciones y radicación de documentos.

Una de las amenazas del sector es la infraestructura con la que cuentan las grandes empresas que les proporcionan a los clientes el hecho de poder obtener trazabilidad de sus envíos. Esto requiere de una inversión tecnológica bastante fuerte, que en el momento de ingresar en el mercado una pequeña y mediana empresa no tendrá la facilidad para realizar esta inversión.

También podemos decir que es una oportunidad la tecnología existente para el desarrollo de actividades económicas en el sector, que al poder acceder a ellas será un aspecto competitivo que aportará a la organización a prestar un mejor servicio.

Otra oportunidad, es con relación a los gremios empresariales existentes en el sector, donde se pueden realizar alianzas con el fin de obtener mayores ventajas económicas y funcionales para el desarrollo de las actividades de la empresa.

En el aspecto político consideramos que es una oportunidad que el estado haya dejado de ser el prestador único y directo de los servicios públicos, ya que da la oportunidad del ingreso a empresas privadas en el sector, sin tener un competidor con características de monopolio.

Podemos concluir que el sector postal, es un sector con muchas oportunidades para desarrollar nuestra idea negocio y de allí la importancia de tener un bien conocimiento del entorno para tener un impacto mayor y el logro de los objetivos con la idea de negocio.

A continuación relacionamos la matriz de oportunidades y amenazas:

Tabla 2:

Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

APLICACIÓN DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)			
OPORTUNIDADES			
FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
Aumento en la correspondencia organizacional	0.10	3	0.30
Necesidad de servicio courier por la movilidad en Bogotá	0.20	4	0.80
Innovación de servicios	0.05	2	0.10
Tecnología existente para la funcionalidad del negocio	0.05	2	0.10
Generar competencia con precios bajos	0.05	2	0.10
Implementar nuevos tiempos de entrega	0.10	3	0.30
AMENAZAS			
FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
Sustitución de los hogares hacia otras alternativas de comunicación	0.15	4	0.60
Precios altos por alto número de actores en el sector	0.05	2	0.10
Grandes empresas con infraestructura tecnologica de punta	0.10	2	0.20
Caida en el negocio de correspondencia	0.05	2	0.10
Altos costos tecnológicos	0.10	3	0.30
	1.00		3.00

Fuente: Autores

Por lo anterior, podemos concluir que la idea de negocios de diligencias y trámites responde de manera positiva de acuerdo al análisis de oportunidades y amenazas del sector, dado a que el total ponderado de acuerdo a la matriz de evaluación de factores externos es de 3.00.

2. Análisis y Estudio de Mercado

El estudio piloto de mercado está determinado de acuerdo al censo empresarial 2011¹ realizado por Cámara de Comercio² de Bogotá se establecieron los siguientes criterios para la localidad de Chapinero:

Cobertura del censo³ UP (unidades productivas)

- UP ubicadas 20.778 100%
- UP Censadas 19.128 92,06%

Tabla 3.

Número de unidades Productivas por grandes sectores de actividad económica

Sector	Número	Porcentaje
Servicios	12.313	64,40%
Comercio	4.899	25,60%
Industria	726	3,80%
Agrícola	40	0,20%
No informa	1.150	6,00%
Total	19.128	100,00%

Fuente: Censo Chapinero. Cámara de Comercio de Bogotá y Alcaldía Chapinero. Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.

¹ Se denomina **censo**, en estadística descriptiva, al recuento de individuos que conforman una población estadística, definida como un conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones. El censo de una población estadística consiste, básicamente, en obtener el número total de individuos mediante las más diversas técnicas de recuento

² Una **cámara de comercio** es una forma de red de comercio. Los dueños de comercios y empresas de una región forman estas sociedades locales para proteger sus propios intereses. Los empresarios locales son miembros, y eligen un cuerpo ejecutivo para hacer funcionar la cámara. Son organismos extendidos por todo el mundo, usualmente regulados por ley

³ Fuente: Censo Chapinero. Cámara de Comercio de Bogotá y Alcaldía Chapinero. Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.

El censo permitió disponer de información actualizada sobre los principales problemas y necesidades de financiamiento, capacitación, gestión administrativa, organización jurídica, información financiera y personal ocupado, entre otros, de las unidades productivas empresariales de la localidad de Chapinero. (Ficha técnica anexa en cuadro de Excel a diciembre de 2011)

Es de suma importancia distinguir y separar cada una de las partes del mercado, con la finalidad de que tengamos claro las estrategias y/o decisiones a tomar, para que estas sean las más acertadas y nos lleven al desarrollo óptimo de nuestra empresa; hay que tener presente que existen gran variedad de factores que inciden en la conducta del consumidor que conducen por lo general al desarrollo de mezclas de mercadotecnia diferentes para cada uno de los segmentos seleccionados como mercado meta.

2.1 Segmento de Mercado

Ubicación geográfica

Tabla 4.

2.1.1. Segmentación Geográfica

Segmentación geográfica	
Criterio demográfico	Segmentos
Continente	América del Sur
País	Colombia
Departamento	Bogotá
Región	Andina
Municipio	Bogotá D.C
Localidad	Chapinero
Barrios	Chapinero, Puente Aranda
Tamaño de la población	131.000 habitantes
Clima	Sabana tropical
Relieve	Sabana

Acceso a medios de transporte

Cercanía a vías principales

Fuente: Censo Chapinero. Cámara de Comercio de Bogotá y Alcaldía Chapinero.
Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.

Variables demográficas

Tabla 5.

2.1.2. Segmentación Demográfica

Segmentación demográfica Personas Naturales

Criterios demográficos	Segmentos
Edad	26 a 35 años
Sexo	Masculino – Femenino
Estrato	3 – 4

Fuente: Censo Chapinero. Cámara de Comercio de Bogotá y Alcaldía Chapinero.
Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.

Variables de comportamiento

Tabla 6.

2.1.3. Segmentación Conductual

Segmentación conductual

Criterios conductuales	Segmentos
Grado de usuario	Usuario permanente y esporádico
Ocasión de Uso	Trámites Personales
Condiciones de Uso	Contado
Forma de Uso	Frecuente
Beneficios buscados	Ofrecer al cliente un servicio de excelente calidad y confiable

Fuente: Censo Chapinero. Cámara de Comercio de Bogotá y Alcaldía Chapinero.
Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.

2.2. Perfil del Consumidor

Personas naturales: independientes o empleados con la necesidad del servicio de trámites y mensajería ubicados en la localidad de Chapinero en los barrios Chapinero y Puente Aranda en la ciudad de Bogotá.

De acuerdo a la herramienta (encuesta) aplicada, el perfil del consumidor es el siguiente:

El 65% de los clientes potenciales tienen una edad entre 26 a 35 años.

El 51 % de ellos es género masculino y el restante 49% género femenino.

El 89% se encuentran ubicados en los estratos 3 y 4.

Tabla 7.

Distribución de los estratos en Bogotá

Estratos de Bogotá*	Ingreso per cápita
1 (Bajo - bajo)	Menos de un SML**
2 (Bajo)	Entre 1 y 3 SML
3 (Medio - bajo)	Entre 3 y 5 SML
4 (Medio)	Entre 5 y 8 SML
5 (Medio - alto)	Entre 8 y 16 SML
6 (Alto)	Más de 16 SML

Fuentes: Alcaldía Mayor de Bogotá

De tal manera, que el estrato 3 tiene unos ingresos entre 3 y 5 salarios SML; y el estrato 4 tienen unos ingresos per cápita entre 5 y 8 SML. (Caracterización Socioeconómica de Bogotá, Alcaldía Mayor de Bogotá, 2009)

Nuestro nicho de mercado se encuentra ubicado en Chapinero y Puente Aranda, y el 74% de los clientes potenciales son de ocupación “empleados”.

2.3 Tamaño del Mercado

La localidad Chapinero representa el 5% del área total de la ciudad.

Es la séptima localidad en extensión total (3.899 ha). Posee 2.596 hectáreas de suelo rural. No posee suelo de expansión.

En Chapinero predomina la clase alta: el 45% de los predios son de estrato 6 y 11, el 7% estrato 5 y el 30,8% estrato 4.

El promedio de personas por hogar (2.6), es el más bajo entre las localidades e inferior al de la ciudad (3.5).

La tasa de ocupación (62,9%) es la más alta entre las localidades y supera la de la ciudad (55,1%). Las actividades que más ocuparon personas residentes en Chapinero fueron: servicios (39,4%), comercio (17,4%), actividades inmobiliarias (17,3%), industria manufacturera (10%).

La tasa de desempleo (6,3%) es la más baja de la ciudad (13,1%). Es la tercera localidad con menor participación en el desempleo de la ciudad: el 1,1% de los desempleados residía en la localidad, equivalente a 5 mil personas.

En Chapinero se localiza el mayor número de empresas de Bogotá, 23.581, equivalente al 12%. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (84%), industria (5,9%) y construcción (5,8%).

En la localidad hay una alta presencia de microempresarios del total de empresas (23.581), 16.283 son microempresas que representaron el 69% de la localidad y el 9,3% de Bogotá.

Los sectores económicos en los que se encuentra el mayor número de empresas de la localidad Chapinero son: servicios inmobiliarios, empresariales y

de alquiler (30,2%), comercio (22,8%), intermediación financiera (8,4%) y hoteles y restaurantes (7%), El 29% de las empresas de la localidad Chapinero personas naturales, y el 71% de personas jurídicas Sólo el 10% realizan operaciones de comercio exterior y el 4% registró actividades de exportación.

El mercado objeto son el número de personas que se encuentren entre los 26 hasta 35 años de edad, que trabajan en horarios entre las 7:00am hasta las 6:00pm que pertenezcan a los estratos 3 y 4. El número total de habitantes que cumplan con estas especificaciones en la localidad de chapinero son aproximadamente según las encuestas del DANE y de Cámara de Comercio de **6.670** personas.

2.4 Consumo Aparente

Según los resultados de la herramienta encuesta, el 48% de los encuestados utilizarían el servicio de Diligencias y Trámites personales de una a tres veces en una frecuencia mensual.

- Población Objetivo = 6670
- Mercado potencial = 48% que corresponde a 3201 personas
- No. de diligencias solicitadas = 1 a 3 (82% encuestados) = 1.5 diligencias
- Frecuencia de uso del servicio = Mensual

Consumo Aparente = $3201 * 1.5 = 4801$ Diligencias y/o Trámites mensuales

2.5 Diseño De Las Herramientas De Investigación

Comprende un proceso ecuánime y lógico con la finalidad de que nos genere información útil que permita determinar la viabilidad comercial de la actividad económica.

2.5.1 Objetivos

Demostrar que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda para trámite de diligencias personales y mensajería.

Determinar que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la prestación de los productos ofrecidos.

Establecer la necesidad de la utilización del servicio de trámites personales y mensajería en la localidad de Chapinero.

Determinar la cantidad de trámites personales que los usuarios estarían dispuestos a adquirir para favorecer su tiempo.

Determinar que se cuenta con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados.

Ofrecer información que nos permita determinar riesgos en la prestación del servicio de trámites personales en la localidad de Chapinero.

Medir la existencia de los posibles competidores del servicio.

2.5.2 Calculo De La Muestra

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación comercial y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos, para ello se delimito el sector entre las calles 72 a la calle 62 y la Carrera 7 a la Carrera 11.

La muestra corresponde a **131** personas para el servicio de trámites y diligencias personales en la localidad de Chapinero en la ciudad de Bogotá.

Tamaño de la muestra (n): 131.24

o Nivel de Confianza: 90% (Z=1.64)

o Error Permitido (E): 5%

o Nivel de Heterogeneidad (p = q): 50%

o Universo (N): 6670

o Población: Finita (Menor a 10,000)

Cálculo del tamaño de la muestra:

- $n = (Z^2 * p * q * N) / [(N * E) + (Z^2 * p * q)]$
- $n = (1.642 * 0.5 * 0.5 * 6670) / [(6670 * 0.05) + (1.642 * 0.5 * 0.5)]$
- $n = 4484.908 / 33.5 + 0.6724$
- $n = 4484.908 / 34.1724$
- $n = 131.24$

2.5.3 Diseño de la Herramienta de Estudio Piloto de Clientes

La encuesta se realiza con el propósito de hallar la viabilidad de una empresa a partir de los gustos y necesidades de los consumidores; es por esto que se realiza una encuesta con preguntas cerradas de selección múltiple con única respuesta.

2.5.3.1. Encuesta Investigación de Mercado – Sitael Ltda

(Ver anexo 1)

2.5.4. Metodología de Análisis de los Competidores

Competencia Indirecta: Se analiza la competencia por medio del análisis de la prestación de servicios de mensajería, dentro de los grandes prestadores de servicio de mensajería están:

1. **SERVIENTREGA S.A.:** Se caracteriza por su trabajo logístico, crea en los usuarios confianza y rapidez gracias al reconocimiento de su nombre, tienen un alto valor por el trabajo en equipo, posee recursos físicos adecuados, con tecnología avanzada; Ofrecen multiservicios de acuerdo a las necesidades del cliente y en la actualidad tiene alianzas globales.
2. **TRANSPORTADORA COMERCIAL COLOMBIANA TCC:** Ofrece un variado portafolio de servicios que impactan en sus operaciones logísticas, tienen un alto compromiso social, creen en el poder que genera los valores agregados, que se centran en satisfacer las necesidades individuales de los clientes.
3. **ENVIA COLVANES:** Tiene 30 años de experiencia, ofrece portafolio de servicios con el propósito de satisfacer las necesidades del envío de correo y manejo masivos de correspondencia.
4. **COORDINADORA MERCANTIL:** Empresa de mensajería que considera su valor agregado en el servicio que presta de seguimiento de mercancías, ofrece el servicio de transporte integral, dentro de la novedad que prestan a los clientes está el reenvío de mercancías para clientes corporativos a un bajo precio.

Tabla 9:

Matriz del Perfil Competitivo del Competidor Indirecto

Tabla. MPC Matriz del perfil competitivo							
Factor Crítico de Éxito	SERVIENTREGA S.A.			TCC.		ENVIA.	
	Peso	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado
Participación en el mercado	0,10	4	0,40	2	0,20	2	0,20
Competencia de precios	0,20	1	0,20	2	0,40	2	0,40

Atención en diferentes sitios del país	0,40	2	0,80	1	0,40	2	0,80
Calidad del producto	0,10	2	0,20	2	0,20	1	0,10
Infraestructura física	0,20	1	0,20	2	0,40	1	0,20
Total	1,00		1,80		1,60		1,70

Nota:

(1) los valores de las calificaciones son los siguientes: 1- mayor debilidad, 2- menor debilidad, 3- menor fuerza, 4 – mayor fuerza.

(2) Como señala el total ponderado de 1.80 el competidor Servientrega S.A. es el más fuerte en el servicio de mensajería.

Fuente: Autores

De acuerdo al análisis de la matriz de competitividad del sector, se evidencia que Servientrega es líder en el sector postal con una ponderación total de 1.80, dado a que cuenta con la red de servicio más amplia del sector, al contar con más de 2500 puntos de servicio a nivel nacional. Adicionalmente, tiene un cubrimiento del 98% del país, debido a que tiene cerca de 700 destinos entre municipios, ciudades principales y trayectos especiales.

Por otro lado, Servientrega presentó en el año 2008 y 2009 ventas superiores a los 300.000 millones de pesos, duplicando de esta manera las ventas del segundo competidor que es TCC.

2.5.4.1. Competencia del Sector Real

Dado a que la actividad de SITAEI LTDA, no es en esencia el de una empresa de mensajería especializada, sino el servicio de diligencias y trámites dirigido a las personas naturales. Por lo tanto, a continuación relacionamos un análisis de la competencia directa y real.

Las empresas analizadas son aquellas que como mínimo cuentan con página Web, entre ellas se encuentran, Diligencias y Trámites Express, A.M. Diligencias y Trámites y la empresa Su Diligencia.

DILIGENCIAS Y TRAMITES EXPRESS

Dirección: Calle 10 no 25A – 37 L1

Teléfono fijo: 258 6884

Celular: 311 495 5563

Página Web: <http://www.tramitesbogota.com/home.html>

Diligencias y Trámites es una organización legalmente constituida en la Cámara de Comercio de Bogotá, dedicada a proveer soluciones logísticas para la ejecución de toda clase de diligencias, trámites, suministro de mensajeros motorizados y vueltas a empresas y personas naturales, con usuarios dentro y fuera del país. (Diligencias y Trámites Express, 2011)

Dentro de sus principales servicios se encuentran:

Radicación de documentos, facturas, cuentas de cobro, oficios.

Recolección de cheques

Recoger o llevar al servicio Aeropuerto – Aeropuerto

Los servicios de trámites principales que realiza son:

Solicitud de expedición de certificados de libertad y tradición

Trámites en EPS., AFP Y ARP

Solicitud de certificados y constancias académicas.

Trámites en embajadas y consulados

A.M. DILIGENCIAS Y TRÁMITES

Dirección: Calle 128 No. 49-62

PBX: (57) (1) 6841849 Celular No. 311-5331139

Página Web: amdiligencias@gmail.com

A.M. Diligencias y Trámites es una empresa prestadora de servicios de diligencias de mensajería y tramites especializados a personas naturales y a empresas con cubrimiento nacional. (A.M. Diligencias y Trámites, 2011)

Dentro de sus principales servicios se encuentran:

Consignaciones bancarias.

Recolección de resultados médicos.

Realización de diligencias durante la ausencia del cliente en la ciudad.

Servicio de diligencias programadas o inmediatas.

Radicación de documentos, oficios y facturación.

SU DILIGENCIA

Dirección: Calle 62 No.9A - 80 Of.622

Teléfono: 702 80 89

Celular 311 4744939

Pagina Web: www.sudiligencia.com.co

E -mail: sudiligencia@sudiligencia.com.co

Ciudad: Bogotá D.C

<http://www.sudiligencia.com.co/>

Su Diligencia fue fundada en el año de 2001, se ha dedicado al cumplimiento de la labor, optimizando los servicios para el desarrollo integral de la compañía y así brindar las mejores alternativas de mensajería para sus clientes, permitiéndoles maximizar su tiempo y rentabilidad.

Dentro de sus principales servicios se encuentran:

Diligencias programadas

Diligencias Especiales en los municipios aledaños

Los servicios de trámites principales los realiza ante entidades como:

Tránsito, Catastro, Beneficencia, Registro, Notariales, Cámara y Comercio, Universidades, Apostillajes, Impuestos, DIAN, Pago de E.P.S, CESANTÍAS (Su Diligencia, 2006)

Tabla 9:

Matriz del Perfil Competitivo del Sector Real

Tabla. MPC Matriz del perfil competitivo							
Factores claves de éxito	Ponderación	Diligencias y Trámites Express		A.M. Diligencias y Trámites		Su Diligencia	
		Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado
Servicio al cliente	0.20	3	0.6	4	0.8	3	0.6
Precio	0.30	3	0.9	3	0.9	4	1.2
Portafolio de Productos y Servicios	0.30	3	0.9	3	0.9	2	0.6
Superioridad Tecnológica	0.20	3	0.6	4	0.8	3	0.6
TOTAL	1.00		3.00		3.40		3.00

Fuente: Autores

Al realizar el análisis de la matriz del perfil competitivo de la competencia real, se observa que la empresa A.M. Diligencias y Trámites en los factores de Servicio al Cliente y Superioridad Tecnológica presenta una fortaleza superior con relación a las demás empresas del sector, esto dado a que en el factor tecnológico la organización cuenta con un sistema de información para la trazabilidad de los servicios, ya que cuentan con tecnología de punta que les permite disponer de una capacidad y rapidez en el momento de realizar consultas de informes del servicio. Adicionalmente, cuentan con una página WEB mejor desarrollada la cual le permite a sus clientes disponer de la información necesaria.

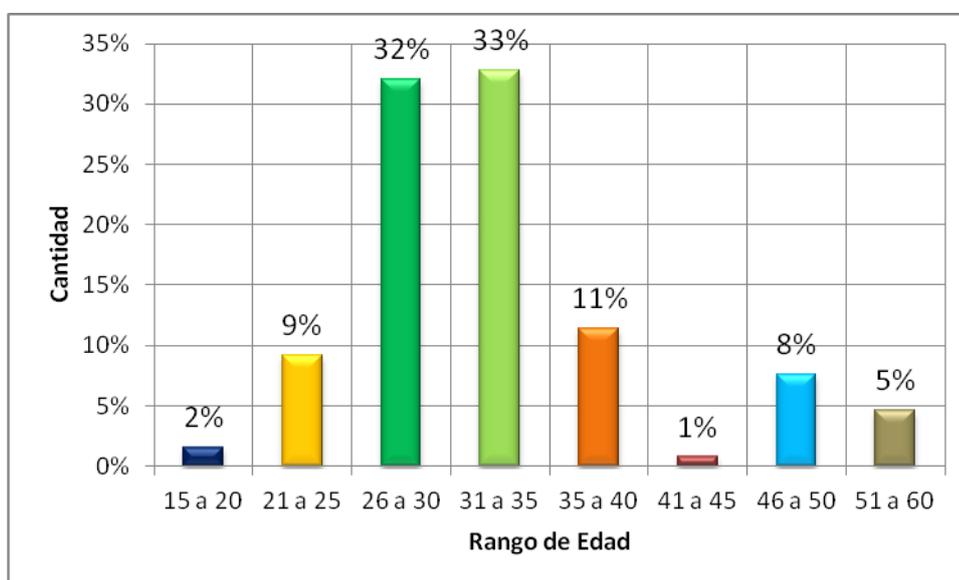
En cuanto al factor de Servicio al Cliente, al realizar un diagnóstico del servicio por vía telefónica, se observa que tienen un protocolo de servicio para la prestación del mismo.

De otra parte, la organización Su Diligencia tiene estructurado diferentes medios de pago para la prestación del servicio. Así mismo, presenta frente a la competencia los precios más bajos.

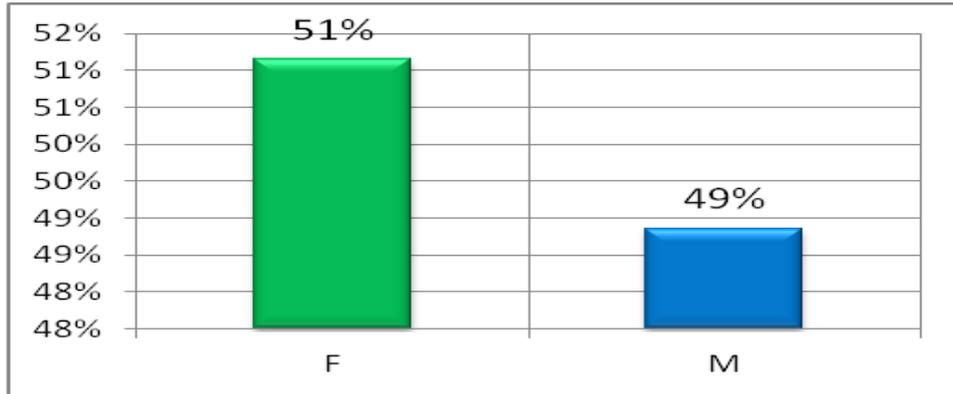
Este análisis nos permite identificar que para poder desarrollar una estrategia de competitividad en el sector, es necesario contar con un sistema tecnológico de punta que nos permita ofrecer una alta calidad en el servicio. Con relación a los medios de pago que tiene establecida la competencia, es necesario ampliar los medios de pago.

2.5.5 Resultados

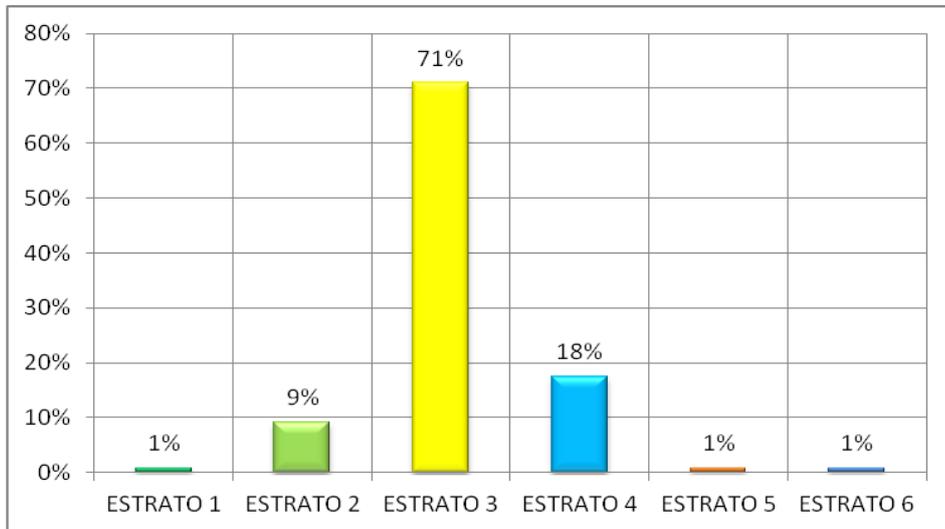
La tabulación de la información obtenida de las encuestas personales efectuadas a la muestra de **131 personas** de la localidad de Chapinero en la ciudad de Bogotá; a continuación se presentan la representación grafica de los ítems preguntados.



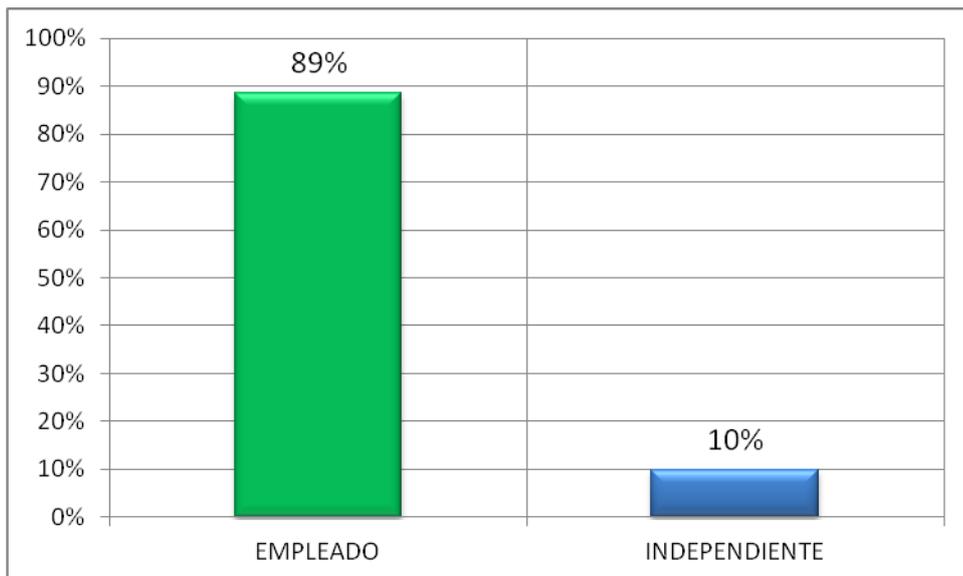
Según lo observado en el gráfico el 65% de los encuestados oscila entre una edad de 26 a 35 años de edad.



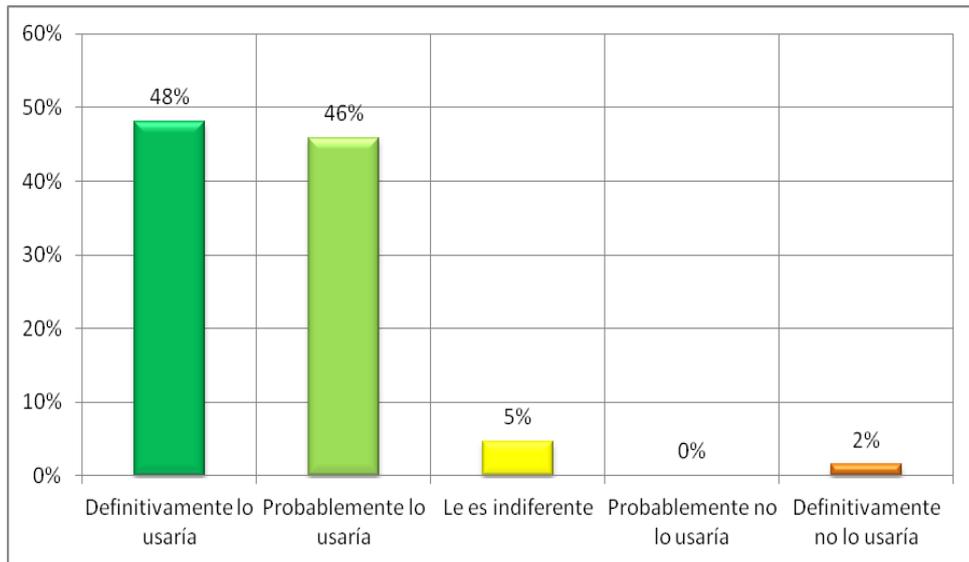
El 49% de los encuestados son de sexo femenino y el 51 % masculino.



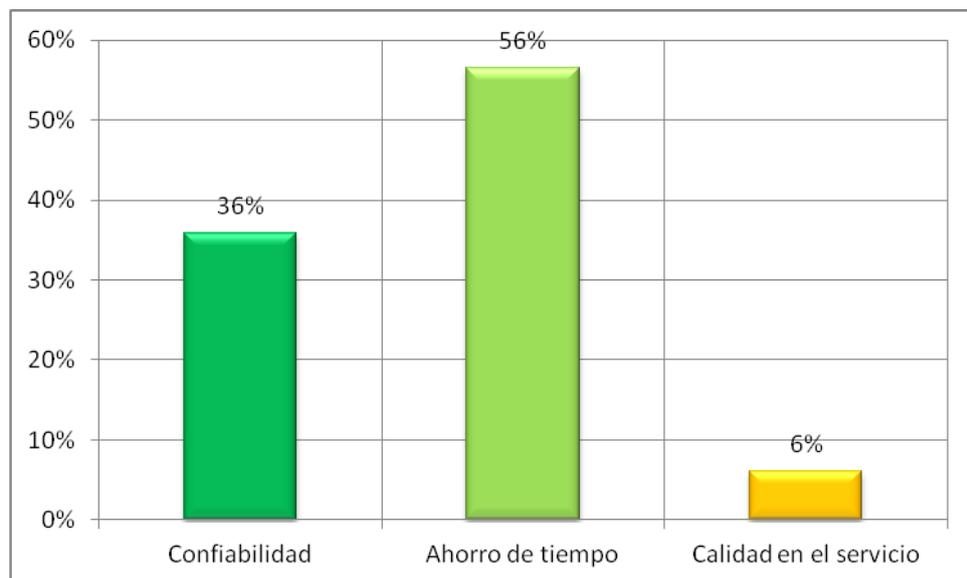
Se observa que el 89% de los encuestados se encuentran en el estrato 3 y 4.



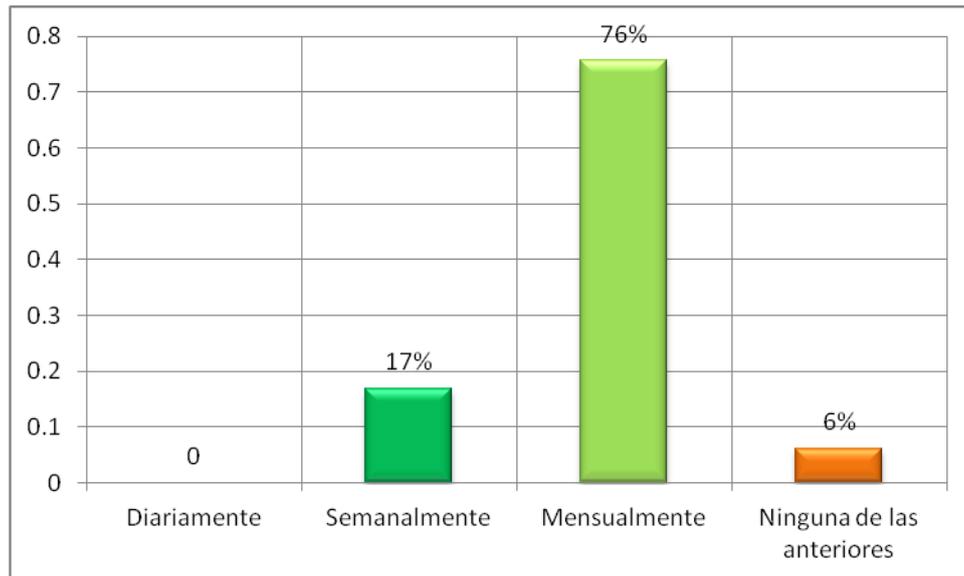
En el grafico observamos que el 89% de los encuestados son empleados.



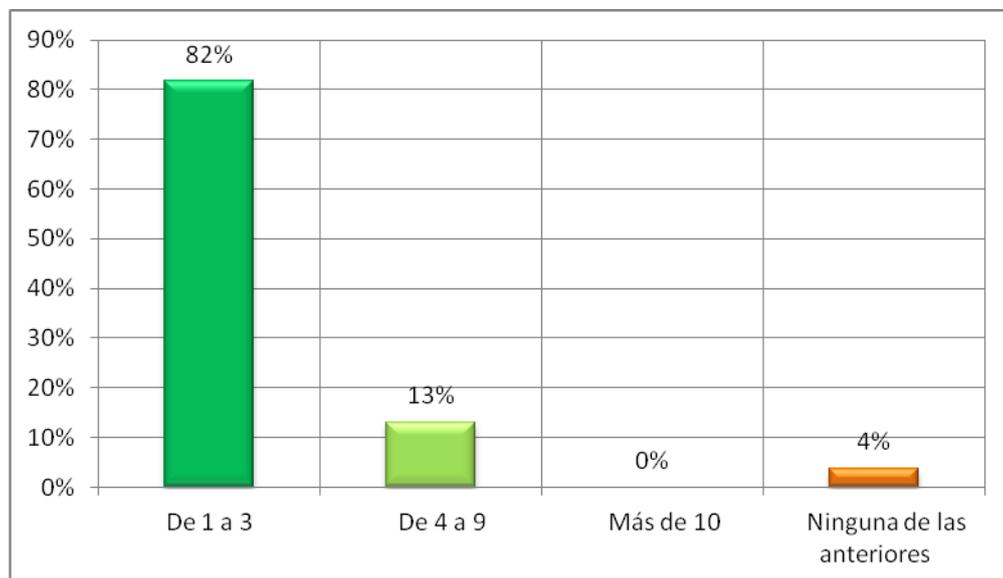
A la pregunta. **Con respecto al servicio de diligencias y trámites, usted:** el 48% considera que definitivamente lo usaría, el 46% probablemente lo usaría, al 5% le es indiferente y el 2% definitivamente no lo usaría.



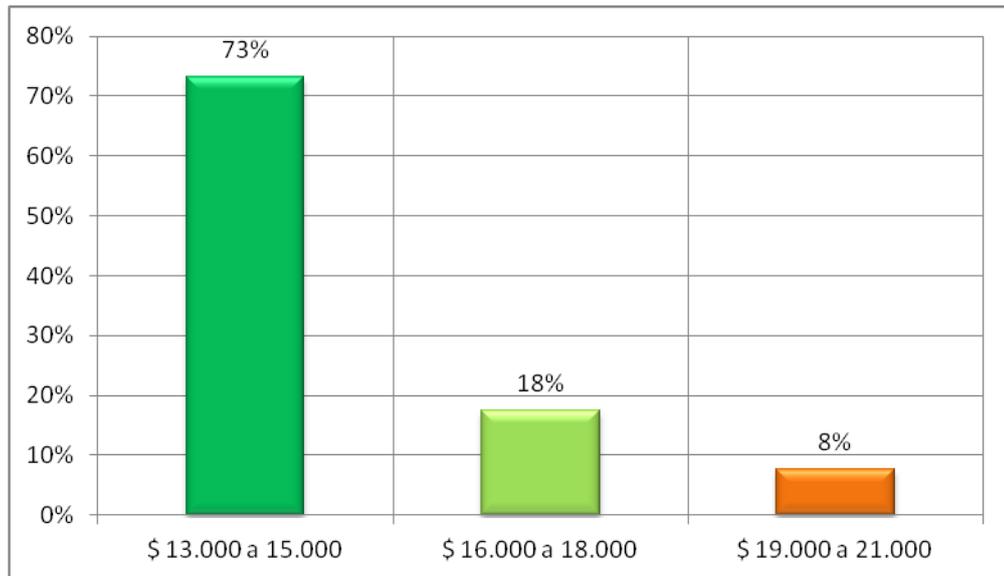
A la pregunta. **Usted busca obtener en un servicio de diligencias y tramites personales:**, el 56% busca ahorrar tiempo, 36% confiabilidad y el 6% calidad en el servicio.



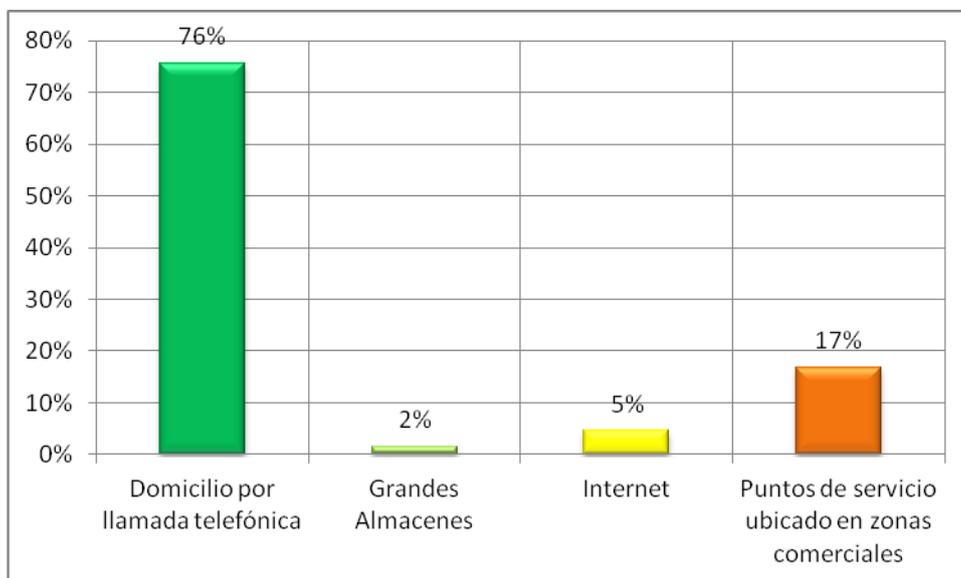
A la pregunta. **Con qué frecuencia utilizaría el servicio de diligencias y tramites.**, el 76% considera que mensualmente, el 17% semanalmente y el 6% ninguna de las anteriores.



A la pregunta. **¿Cuántas diligencias y/o trámites personales solicitaría usted?**, el 82% considera que de a 1 a 3, el 13% de 4 a 9 y el 4% ninguna de las anteriores.

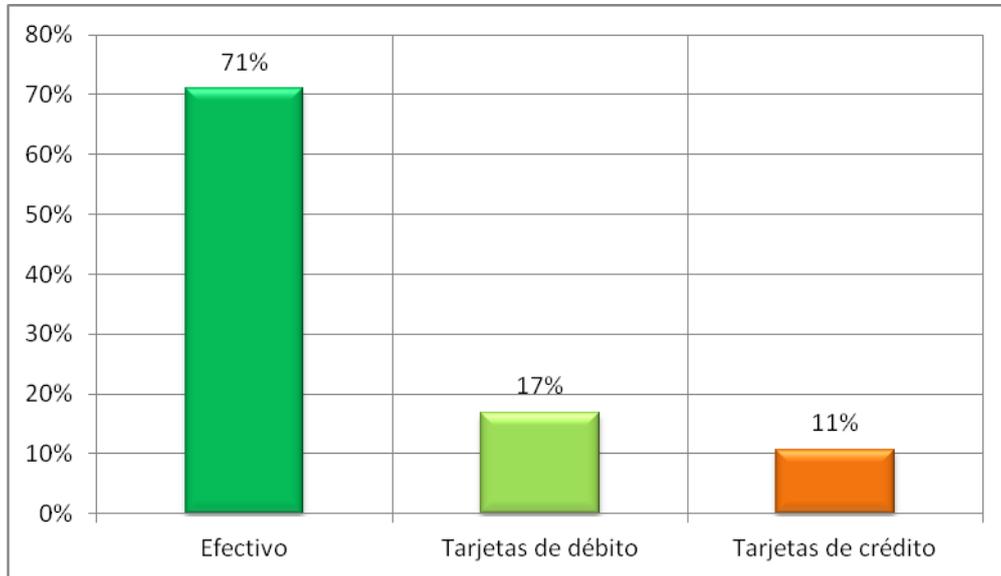


A la pregunta. **El costo que usted pagaría por el servicio de una diligencia (recolección y entrega de un sobre con documentos el mismo día en la zona urbana):** el 73% considera que pagaría de \$ 13.000 a \$ 15.000, el 18% de \$ 16.000 a \$ 18.000 y el 8% de \$ 19.000 a \$ 21.000.

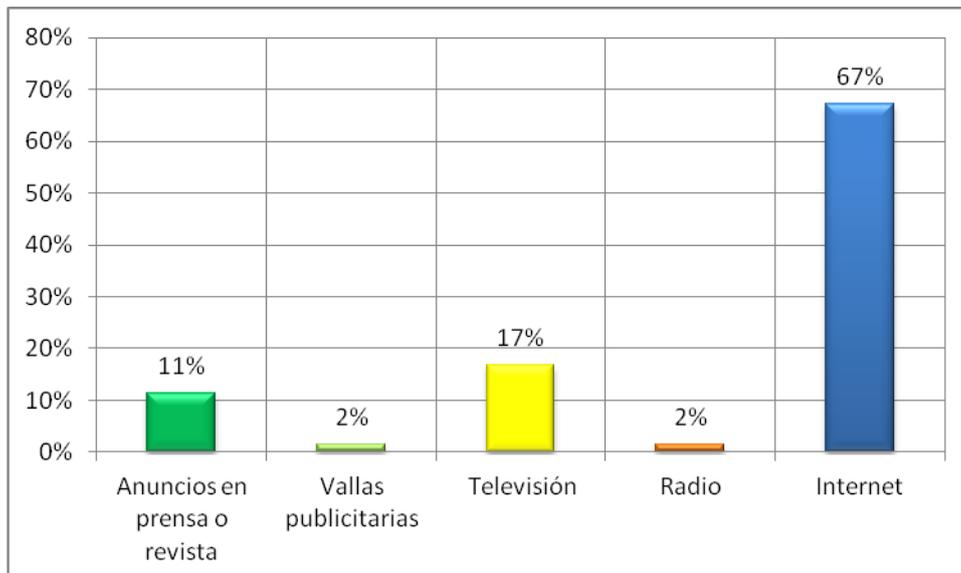


A la pregunta. **¿Dónde le gustaría poder contratar y acceder a este servicio?** el 76% considera que por domicilio a través de llamada telefónica, el 17% a través

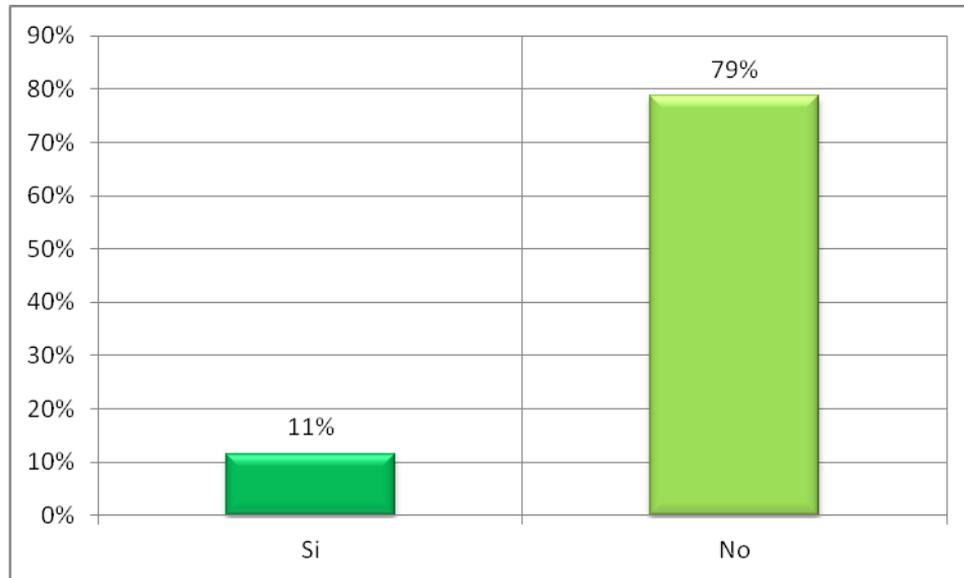
de puntos de servicio ubicados en zonas comerciales, el 5 % por la Internet y el 2% en grandes almacenes.



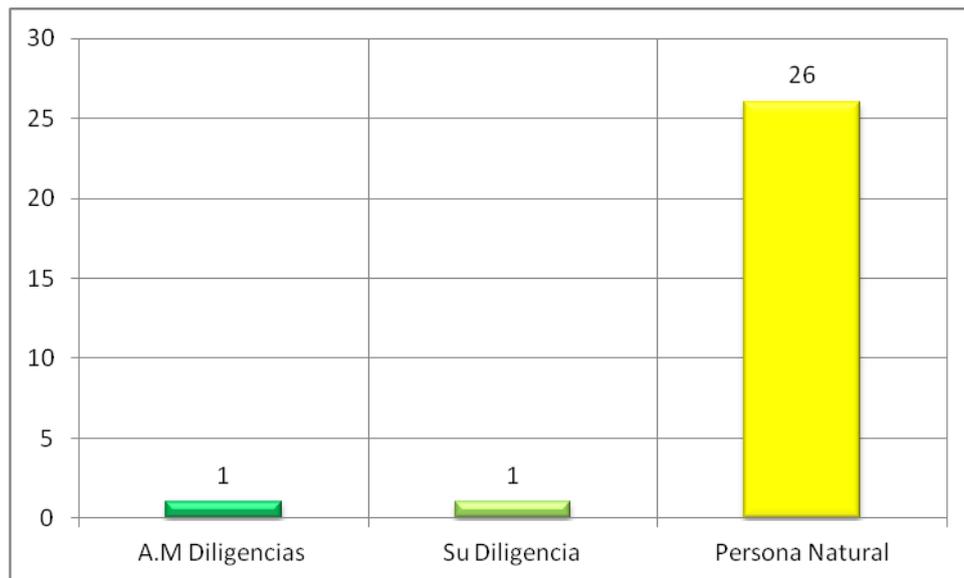
A la pregunta. **¿Cuál de los siguientes medios de pago usted preferiría para realizar el pago del servicio?** el 71% considera que en efectivo, el 17% a través de tarjeta débito y el 11% por medio de tarjetas crédito.



A la pregunta. **¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre el servicio?** el 67% por Internet, el 17% por televisión, el 11% a través de anuncios en prensa o revista y el 2% a través de vallas publicitarias y radio.



A la pregunta. **Ha solicitado en alguna ocasión el servicio de diligencias y trámites personales** el 79% dicen no haber solicitado en alguna ocasión el servicio y el 11 si lo han solicitado en alguna ocasión.



El 11% que menciono haber solicitado en alguna ocasión el servicio, indicaron lo siguiente:

- 26 de los encuestados han solicitado el servicio a una persona natural.
- Una persona dijo que por A.M Diligencias.
- Otra persona solicito el servicio a Su Diligencia.

2.5.6 Resultados de la Medición del Comportamiento del Consumidor

Observando con objetividad los resultados obtenidos podemos apreciar que en la localidad de Chapinero de la ciudad de Bogotá, se evidencia que el ofrecer el servicio de diligencias y trámites personales son necesarios para el ahorro de tiempo evitando solicitar permisos en los sitios de trabajo para realizar sus diligencias personales; Encontramos que un alto porcentaje de los encuestados definitivamente solicitarían el servicio por un valor cómodo y justo.

Con base en los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, se observa que el comportamiento del consumidor es el siguiente:

El 48% de los encuestados definitivamente usarían el servicio de diligencias y trámites personales y el 46% probablemente lo usaría, lo que proyecta un grado alto de aceptación hacía el servicio.

El 56% busca en el servicio de diligencias y trámites ahorrar tiempo, esto dado a su ocupación laboral y la dificultad en la movilidad, lo cual demanda bastante tiempo para los trámites y diligencias personales.

El 82% manifiestan que solicitarían de 1 a 3 diligencias en una frecuencia mensual.

El 73% considera que pagaría de \$ 13.000 a \$ 15.000 por una diligencia y/o trámite de zona urbana.

Al 76% de los encuestados les gustaría acceder a este servicio a través de domicilio por llamada telefónica y se observa que al 17% les gustaría a través de puntos de servicio ubicados en zonas comerciales.

El 71% de los encuestados prefiere que el medio de pago sea en efectivo y el 17% a través de tarjeta debito.

2.5.7 Resultados del Análisis de la Competencia

La ubicación geográfica de estos proveedores está relacionada estrechamente con las facilidades que tienen para la distribución en diferentes ciudades de Colombia, en algunos casos como Servientrega S.A. quienes cuentan con su propia flota de aviones para agilizar sus envíos.

Específicamente en el servicio de diligencias y trámites personales de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, el 11% de los encuestados manifestaron haber solicitado el servicio de diligencias y trámites personales, sin embargo dicho servicio fue adquirido de la siguiente forma: 26 de los encuestados han solicitado el servicio a una persona natural, 1 persona a A.M Diligencias y otra persona en la empresa Su Diligencia.

Dado que solo dos personas mencionaron haber solicitado el servicio de diligencias y tramites en empresas legalmente constituidas, realizamos la investigación sobre las empresas existentes en la ciudad de Bogotá, encontrando alrededor de 10 empresas que prestan este servicio. Algunas de ellas son: A.M. Diligencias & Trámites, Cor&Cas, Cescol Ltda., Tramitodo Rodríguez Muñoz, Su Diligencia, entre otras.

Podemos concluir, que si existe competencia en el sector, una dada por las personas naturales que no se encuentra formalizadas para prestar dicho servicio, y la otra por personas jurídicas que evidencian una debilidad en la estrategia de publicidad para dar a conocer sus servicios.

2.5.8 Calculo de la Demanda Potencial y Participación en el Mercado

La cantidad de personas en los estratos 3 y 4 son 6670, dado que los resultados de la encuesta arrojaron que el 48% de los encuestados definitivamente usarían el servicio de diligencias y trámites personales para una cantidad de compradores en el mercado de 3201, con una cantidad mensual de 1 a 3 diligencias y/o trámites, tomando como promedio 1.5 diligencias y/o trámites mensuales que al año serían 18 diligencias por comprador. Con relación al precio debido a que el 73% estarían dispuestos a pagar por diligencia y/o trámite un valor entre \$ 13.000 a \$ 15.000, el precio se promedió a \$ 14.000 por diligencia y/o trámite.

$$Q = n * q * p$$

Demanda total del mercado = (cantidad de compradores en el mercado X cantidad comprada por el comprador promedio al año X precio de una unidad promedio).

$$Q = 3201 * 18 * \$14.000$$

$$Q = \$806.652.000$$

Nota: La proyección se realizó con base en la información del mercado potencial del barrio Chapinero y los resultados de las encuestas.

Participación en el Mercado

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta se identificó que la demanda potencial es de 57.618 diligencias y/o trámites al año, pero dado que la empresa iniciará operaciones con cuatro Courier los cuales tienen una capacidad de operación de 34.560 diligencias y/o trámites para realizar al año, podemos determinar que tenemos una capacidad de servicio frente a la demanda potencial

del 59.98%, determinando así el porcentaje de participación en el mercado, según lo indicado en el siguiente cuadro. .

Horas Laboradas Courier Semana	48 horas (42.5 de lunes a viernes y 5.5 horas los sábados)
Diligencias por Hora	4 Diligencias y/o Trámites (Cada una en 15 minutos) Este tiempo se estipula dado que de acuerdo con la descripción del proceso en el paso No. 2 se realiza la zonificación para cada uno de los Courier (zona norte, sur, oriente y occidente lo cual genero que los desplazamientos sean cercanos)
Diligencias Courier día (Lunes a Viernes)	32 Diligencias y/o Trámites
Diligencias Courier día Sábado	20 Diligencias y/o Trámites
Diligencias Courier Semanalmente	$(32*5)+20 = 180$
Diligencias Courier Mes	$180*4 = 720$
Diligencias Courier Año	$720*12 = 8640$
Diligencias Cuatro Courier Año (Capacidad de Servicio)	$8640*4 = 34560$
Participación en el Mercado = Capacidad de Servicio / Demanda Potencial	
= $34560 / 57618$	
= 59.98%	

2.6. Conclusiones Sobre Oportunidad y Riesgo del Mercado

De acuerdo al estudio de mercado realizado podemos concluir:

El grado de interés del consumidor potencial sobre la idea de negocio del servicio de diligencias y trámites personales demuestra una gran aceptación e interés sobre el servicio.

Se evidencia que la competencia no ha desarrollado estrategias de comunicación para divulgar sus servicios, por lo que el nicho del mercado desconoce que haya empresas que presten este servicio, lo cual genera una oportunidad debido a la falencia de la competencia.

Uno de los aspectos importantes como misión de la organización a crear será la de generar confiabilidad con los servicios que se presten, esto de acuerdo a lo manifestado por los encuestados.

Los estratos a los que SITAEI LTDA deberá diseñar sus servicios serán los estratos 3 y 4.

La ubicación estratégica de las instalaciones centrales de SITAEI LTDA debe ser el barrio Chapinero.

2.6.1. Ventajas Competitivas del Producto o Servicio

Contar con alianzas estratégicas con entidades públicas, privadas y financieras que optimizan los tiempos en el servicio, lo cual propenderá en costos más bajos por el mejor aprovechamiento del recurso humano.

La utilización de un sistema de información que proporciona al cliente la trazabilidad en el servicio, que le permite conocer en tiempo real el historial y estado de sus trámites y diligencias.

Respaldo de compensación en la reclamación de los clientes por novedades presentadas generando confiabilidad en el servicio.

Alta productividad del personal, generando costos operativos más bajos.

3. Estrategia y Plan De Introducción De Mercado

3.1 Objetivos Mercadológicos

Ser objetivos en el número de trámites y diligencias que podemos realizar y los servicios que podemos ofrecer.

Ofrecer diferentes posibilidades de pago.

Asegurar la confianza del cliente mediante un sello de calidad, generado a partir del cumplimiento en los tiempos de entrega, en las condiciones y destinos solicitados por el mismo.

Optimizar el contenido la página web de SITAEI LTDA, para que los usuarios puedan ver la presentación de la variedad de trámites y diligencias que se realizan.

Sacar provecho de las redes sociales con ofertas especiales, como en Facebook.

Realizar continuos sondeos a los clientes sobre los servicios ofrecidos por SITAEI LTDA, para realizar las modificaciones correspondientes.

3.2 La Estrategia De Mercadeo

Diseñar y desarrollar un programa de publicidad y comunicación a través de Internet, desarrollando una página web y material promocional como volantes y plegables en la localidad de Chapinero con el fin de dar a conocer nuestros servicios.

3.3. Estrategia de Producto

Dar a conocer nuestro servicio de trámites y diligencias mostrando que es un producto **INNOVADOR, CONFIABLE y AGIL**; son estas las características que nos destacan y debemos trabajar en función de ellas y resaltarlas en cada uno de nuestros servicios.

3.4. Estrategia de Precio:

FORMULA:

Precio de Venta = Costo Unitario Total * (1-% a ganar)

PV= 225.920.916/34.560/(0.100%)

Valor Unitario = \$6.537 *(0.100%)

PV = \$13.074

El precio de venta es el resultado del costo unitario multiplicado por el porcentaje de ganancia que se desea obtener, de esta manera tenemos un Costo por unidad de \$6.537 pesos y el porcentaje es del 100 % de ganancia, dando un Precio de Venta de \$13.074 pesos.

Adicionalmente se realizo un Benchmark en las empresas de competencias directa y se identifico que el precio de venta por el servicio de trámites y diligencias personales oscila entre \$15.000 y \$35.000 pesos.

De esta manera y pensando en generar una entrada competitiva en el mercado por precio de venta, se decide fijar el mismo en \$14.000 pesos de forma tal que se ajusta al porcentaje pretendido de ganancia frente al costo por unidad y estaría \$1.000 pesos por debajo del menor precio de venta de la competencia.

También en la encuesta de mercado realizada, se determina que el mercado objeto esta dispuesto a pagar un precio de venta por el servicio de trámites y diligencias personales de **\$13.000** a **\$15.000**, obteniendo como promedio un valor de **\$ 14.000**.

3.5. Estrategia de Fuerza de Ventas

Se actualizara constantemente la página de Internet con información de la empresa y su catalogo de Servicios.

Se implementaran asesores comerciales que promocionen el servicio en las empresas del sector.

Se realizará post-venta la cual nos permitirá tener un mejoramiento continuo en nuestro servicio.

Los asesores comerciales también utilizarán como estrategia de venta las **ventas directas**, donde se prioriza el acercamiento personal "**relaciones públicas**" con ello pretendemos conseguir el cliente diferido.

Nos respaldaremos con presentaciones visuales del personal de mensajería con el que contamos, y la presentación de nuestro portafolio de servicios.

3.6. Estrategia de Distribución

Se realizará un contacto directo con el cliente por medio de Asesores comerciales, por lo tanto el canal de distribución es SITAEI LTDA – cliente externo – no se presentan más intermediarios.

Ventajas

Existe un contacto directo con el consumidor y usuario, lo que permite efectuar una gestión comercial más eficiente por parte del administrador, en este sentido, se podrá incentivar la demanda al atender las sugerencias y recomendaciones de los clientes potenciales, de manera que se coadyuve en una fidelización y demanda permanente y periódica del servicio.

3.7. Estrategia de Comunicación y Promoción

Publicidad

Para la presentación del servicio a los clientes potenciales, se encuentra directamente relacionada con la exposición de una valla publicitaria ubicada en los parques más recorridos del sector de Chapinero el costo aproximado de esta es de: **\$2.545.857**

Adicionalmente, la entrega de volantes en la localidad y el diseño y utilización de una página WEB, dado a que el 67% de las personas encuestadas manifestaron estar interesadas en recibir información a través de la WEB.

Promoción de ventas

Para incentivar las ventas se establece la **política de descuentos** para el servicio de varios trámites y establecer como un día de pico y placa de recarga para utilizar nuestros servicios.

Material Promocional

Los implementos publicitarios que sirven de apoyo para la gestión comercial de los Asesores son los volantes, los cuales serán también distribuidos en los almacenes y grandes superficies, adicionalmente se realizara un catalogo tanto físico como online para comercializar los productos

4. Diseño técnico y plan de operación (Producción)

4.1 Objetivos de Producción.

4.1.1 Objetivos a corto plazo

Generar durante el primer año una utilidad operacional no menor al 10% sobre las ventas.

Lograr una participación del 59.98% en el mercado sectorial de diligencias y trámites de la localidad de Chapinero en la ciudad de Bogotá, durante el primer año de funcionamiento, dado la capacidad de servicio es de 34.560 diligencias y/o tramites debido a la capacidad de los cuatro Courier frente a una demanda potencial de 57618 diligencias y/o tramites, de acuerdo con las encuestas aplicadas.

4.1.2 Objetivo a mediano plazo

En el tercer año de funcionamiento tener una cobertura del 20% en la ciudad de Bogotá.

Posicionar la marca en los primeros cinco lugares en el servicio de diligencias y trámites personales, en la ciudad de Bogotá.

Tener una utilidad Neta Final en el tercer año del 15%. Sobre la ganancia neta final del primer año de funcionamiento

4.1.3 Objetivo a largo plazo

A los cinco años de funcionamiento tener una utilidad neta final del 25% Sobre la ganancia neta final del tercer año de funcionamiento con una cobertura en Bogotá del 35%.

Contar con una flota de transporte propia o a través de leasing que permita prestar nuestros servicios a nivel nacional, ingresando en el servicio de transporte de mercancías.

4.2 Diseño Técnico

Nombre De La Empresa

SITAEI LTDA (Servicio Integral de Trámites Elegidos Limitada)

Figura 7. Logo



Nuestros servicios están dirigidos en brindar soluciones a las necesidades de personas naturales (empleados, profesionales, independientes, amas de casa) en la primera fase y personas jurídicas en los servicios de diligencias, mensajería y tramites personales en la segunda fase.

Algunos de nuestros servicios son:

Diligencias

Radicación de documentos:

- Radicación de formularios de solicitud de crédito ante entidades públicas y/o privadas.

- Radicación de cartas ante entidades públicas y/o privadas.
- Radicación de formularios de afiliación ante entidades públicas y/o privadas.
- Radicación de documentos ante entidades de salud.

Servicio de diligencias programadas o de carácter inmediato.

- Recolección y entrega de documentos

Recolección de documentos, resultados y/o certificados médicos.

Trámites

- Solicitar Partida de Nacimiento, Bautismo, Confirmación, Matrimonio
- Recolección y entrega Partida de Nacimiento, Bautismo, Confirmación, Matrimonio

Nuestros servicios están enfocados a personas naturales que se encuentren entre los 26 hasta 35 años de edad, de ocupación empleados, pues consideramos que estos son clientes potenciales, ya que cada uno de ellos requiere algún tipo de trámite y/o presenten en forma más marcada la dificultad del desplazamiento por sus horarios de trabajo, la oficina se ubicara en la zona Nor-oriental en la localidad de chapinero, siendo este central y de fácil acceso para las diferentes zonas de la ciudad; Se encuentran cómodos precios en el arriendo de la oficina, y el uso de estacionamiento es más fácil para las motos de nuestros colaboradores.

De forma inmediata pretendemos llegar en forma eficiente al mercado inmediato y cercano (compañeros de oficina donde laborábamos, familiares y recomendados), a mediano plazo seremos reconocidos dentro del mercado de mensajería como la empresa de servicio de tramites personales más innovadora, eficiente y confiable, contaremos con un número de trabajadores significativo de donde subyace la eficiencia en la prestación del servicio y la expansión a los 5 principales municipios de Colombia, a largo plazo seremos líderes en la

prestación del servicio de tramites personales y mensajería, encabezaremos el mercado a nivel nacional y tendremos reconocimiento empresarial como apoyo a la consecución del ahorro del tiempo de sus trabajadores, mostraremos resultados económicos enmarcados positivamente, logrando implementar la prestación de servicios en otras áreas empresariales.

4.2.1 Especificaciones Técnicas del producto o servicio

Modalidad de servicio destinado para la ejecución de vueltas rápidas, las cuales se deben programar con al menos un día de anticipación.

Una Diligencia \$ 14.000.00

De 4 Diligencias en adelante a \$ 10.000.00 c/u por solicitud de servicio

Ficha Técnica Productos y Servicios

NOMBRE SERVICIO: **DILIGENCIA INMEDIATA**

Tiempo de Entrega: 2 a 3 horas

Precio: \$ 23.000

Descripción: Servicio de diligencia inmediata, la cual en el momento de solicitud la entrega tiene una duración máxima de 3 horas, la hora máxima de solicitud es a las 3:00pm en los días hábiles.

Características del servicio: Sobres los cuales contengan documentos con un peso inferior a 2 kilogramos y demás especificaciones mencionadas en el decreto 229 de 1995 Artículo 28. (Muñoz Negron, 2009), se entregará como soporte de pago la factura de venta.

Forma de Pago: En efectivo o a través de los puntos de servicio de Efecty de manera anticipada.

Los sobres deben ser rotulados o marcados con la siguiente información:

Nombre y dirección completa del remitente y destinatario.

Nombre del barrio

Número telefónico

En el sistema de información deben ser registrados los siguientes datos:

Número de solicitud de la diligencia o trámite.

Fecha y hora de admisión.

Peso del sobre en gramos.

Valor del servicio.

Nombre y dirección completa del remitente y destinatario.

Fecha y hora de entrega.

“Según el decreto 229 de 1995 en el Artículo 28. Objetos de prohibida circulación en el servicio postal. El servicio postal tiene limitaciones impuestas por razones de conveniencia general de defensa de la moral pública, de seguridad nacional, de defensa del tesoro público y también por razones de interés del propio servicio postal y de sus funciones.

De acuerdo con el principio anterior, se prohíbe la circulación de los siguientes objetos por los servicios postales:

Los objetos que por su naturaleza o embalaje puedan ocasionar daños a los empleados del correo, o puedan manchar o deteriorar los demás envíos con los cuales se empaquetan conjuntamente.

El opio, la morfina, la cocaína, la marihuana y los demás estupefacientes y sustancias contemplados en las normas que regulan la materia. No se aplicará esta prohibición a los envíos con fines médicos o científicos para los países que los admitan en tales condiciones.

Los animales vivos y los muertos no disecados, con excepción de: Las abejas, las sanguijuelas y los gusanos de seda. Los parásitos y los destructores de insectos nocivos canjeados entre instituciones Científicas reconocidas.

Las materias explosivas, inflamables o peligrosas.” (Ministerio de Comunicaciones, 1995)

Dinero en efectivo y otros objetos de valor, tales como monedas, platino, oro y plata manufacturados o no, billetes representativos de moneda o cualquier otro valor al portador, piedras finas o cualquier objeto precioso.

Armas, municiones y elementos bélicos de toda especie. Además las máquinas para acuñar moneda, los esqueletos para billetes de bancos, salvo el caso de que se trate de envíos remitidos oficialmente.

Los líquidos corrosivos y las sustancias venenosas, las materias grasas, los polvos colorantes y otras materias similares.

Los demás que los Convenios o Acuerdos Internacionales consagren como de prohibida circulación por el servicio de correos.

NOMBRE SERVICIO: **RADICACIÓN DE DOCUMENTOS**

Tiempo de Entrega: 1 día

Precio: De acuerdo a la cantidad de documentos a radicar

Descripción: Servicio de radicación de documentos, facturas y afiliaciones a EPS, AFP y ARL.

- Radicación de formularios de solicitud de crédito ante entidades públicas y/o privadas.
- Radicación de cartas ante entidades públicas y/o privadas.
- Radicación de formularios de afiliación ante entidades públicas y/o privadas.
- Radicación de documentos ante entidades de salud.

Características del servicio: Sobres los cuales contengan documentos con un peso inferior a 2 kilogramos y demás especificaciones mencionadas en el decreto 229 de 1995 Artículo 28. (Collier, 2009), se entregará como soporte de pago la factura de venta.

Forma de Pago: En efectivo o a través de los puntos de servicio de Efecty de manera anticipada.

Los sobres deben ser rotulados o marcados con la siguiente información:

Nombre y dirección completa del remitente y destinatario.

Nombre del barrio

Número telefónico

En el sistema de información deben ser registrados los siguientes datos:

Número de solicitud de la diligencia o trámite.

Fecha y hora de admisión.

Peso del sobre en gramos.

Valor del servicio.

Nombre y dirección completa del remitente y destinatario.

Fecha y hora de entrega.

NOMBRE SERVICIO: RECOLECCIÓN Y ENTREGA DE DOCUMENTOS

Tiempo de Entrega: 1 día Hábil

Precio: \$ 14.000

Descripción: Servicio de recolección de documentos, resultados y/o certificados médicos, la cual en el momento de solicitud la entrega tiene una duración máxima de 1 día hábil, la hora máxima de solicitud es a las 3:00pm del día anterior a la entrega.

Características del servicio: los documentos a recoger deben tener un peso inferior a 2 kilogramos y demás especificaciones mencionadas en el decreto 229 de 1995 Artículo 28. (Muñoz Negron, 2009), se entregará como soporte de pago la factura de venta.

Forma de Pago: En efectivo o a través de los puntos de servicio de Efecty de manera anticipada.

El cliente debe suministrar la siguiente información:

Nombre de la empresa o contacto donde se realizará la recolección

Dirección completa del lugar de recolección

Nombre del barrio

Número telefónico

En el sistema de información deben ser registrados los siguientes datos:

Número de solicitud de la diligencia o trámite.

Fecha y hora de solicitud.

Tipo de documento a recoger.

Valor del servicio.

Nombre y dirección completa del lugar de recolección y datos del destinatario.

Fecha y hora de entrega.

NOMBRE DEL SERVICIO: **TRAMIPARTIDAS**

Tiempo de entrega: 1 a 3 días hábiles

Precio Solicitud Partida (nacimiento, bautismo, confirmación, matrimonio):
\$ 14.000 + Valor de la solicitud ante la entidad.

Precio de Recolección y Entrega Partida (nacimiento, bautismo, confirmación, matrimonio): 14.000

Precio Solicitud y Recolección: \$ 23.000

Descripción: Servicio de solicitud, recolección y entrega de partidas de nacimiento, bautismo, confirmación, matrimonio.

Forma de Pago: En efectivo o a través de los puntos de servicio de Efecty de manera anticipada, se entregará como soporte de pago la factura de venta.

4.2.2 Descripción del Proceso

En el proceso productivo existen tres procesos principales, de los que se desprenden los demás procesos: Recolección, clasificación y entrega de las diligencias y trámites.

1. Recolección

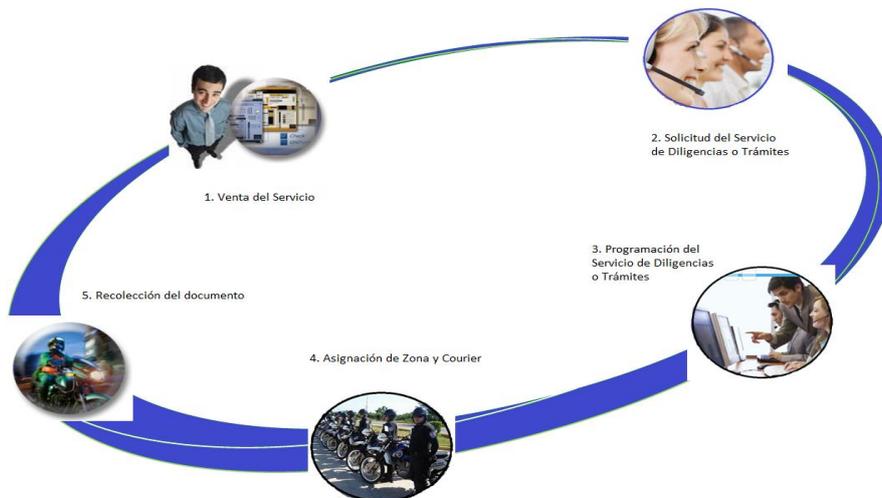


Figura 1. Descripción del Proceso de Recolección

Fuente: Autores

2. Clasificación



Figura 2. Descripción del Proceso de Clasificación

Fuente: Autores

3. Entrega de las Diligencias y Trámites

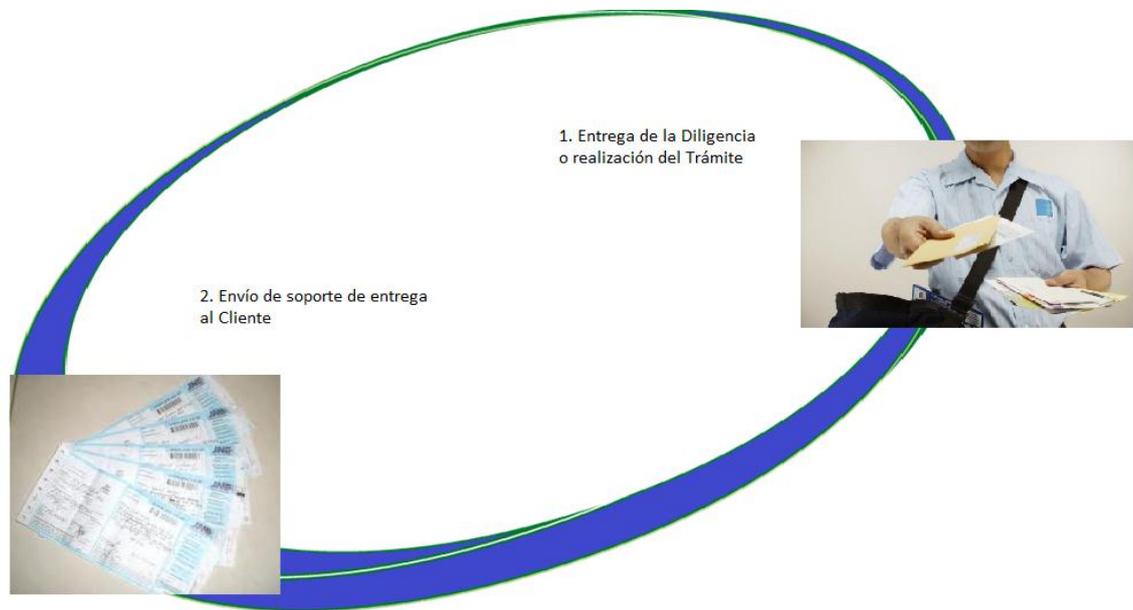


Figura 3. Descripción del Proceso de Entrega

Fuente: Autores

Descripción del proceso de Recolección

Ventas del servicio: Está procedimiento se podrá realizar vía telefónica, pagina WEB o directamente en nuestras instalaciones, a través de los medios de pago efectivo o de recaudo a través de los puntos de servicio de Efecty.

Solicitud de servicio de diligencias o trámites: Después de realizada la venta se procederá a asignar un código de solicitud del servicio en el sistema de información.

Programación del servicio de diligencias o trámites: Al tener asignado un código de solicitud se procede a programar la diligencia de acuerdo a los siguientes aspectos:

Tipo de diligencia o trámite

Tiempo de entrega

Zona de recolección, entrega o realización del trámite

Cantidad de diligencias o trámites

Recurso disponible

Asignación de zona y Courier: Esta asignación se realiza a través de un manifiesto donde se registra el código de solicitud de la(s) diligencia(s) o trámite(s), el nombre y número de identificación del colaborador asignado.

Recolección del documento: En el caso de las solicitudes de radicación de documentos, se realizará la recolección de los documentos en el domicilio del cliente natural o jurídico.

Descripción del proceso de Zonificación

Ingreso de los documentos al sistema de información: Este procedimiento se realiza con el fin de proporcionarle al cliente la trazabilidad del servicio a través del sistema de información G21.

Clasificación y zonificación de las diligencias y/o trámites: En el caso de la radicación de documentos físicos se realiza la respectiva clasificación y zonificación de acuerdo a la zona de distribución en el perímetro urbano de la ciudad de Bogotá.

Asignación del personal Courier: En un inicio se contará con cuatro colaboradores Courier quienes tendrán a cargo una zona de la ciudad de Bogotá.

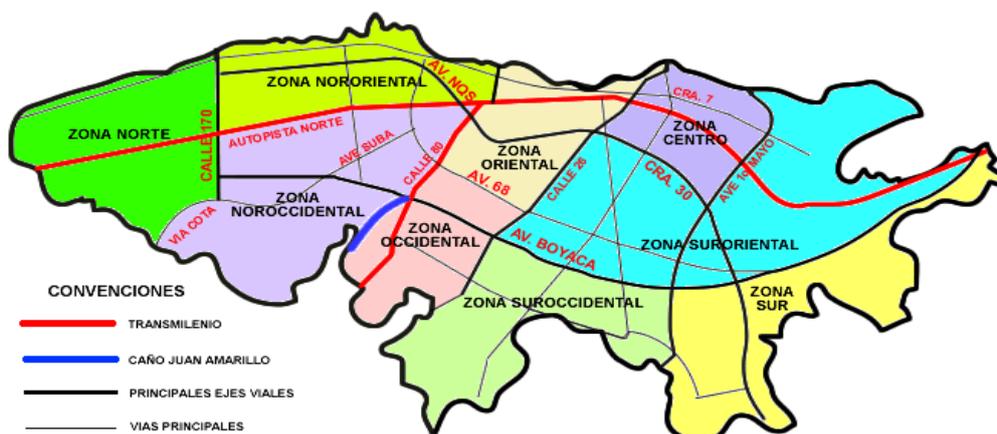


Figura 8 Mapa de Localidades

Los cuatro Courier que realizarán la recolección y entrega de diligencias y trámites tendrán a cargo una zona debidamente delimitada con el fin de optimizar los desplazamientos y los tiempos de recolección y entrega, de la siguiente manera:

Zona Norte: la cual cubre la zona nororiental, noroccidental y norte de Bogotá (según delimitación del mapa).

Zona Troncal Calle 26: la cual cubre la zona oriental y occidental de Bogotá (según delimitación del mapa).

Zona Centro: la cual cubre el centro de la ciudad, debido a que la mayoría de entidades para la realización de trámites y diligencias se encuentran concentradas en esta zona de la ciudad (según delimitación del mapa).

Zona Sur: la cual cubre la zona suroriental, suroccidental y sur de Bogotá (según delimitación del mapa).

Descripción del proceso de Entrega de Diligencias y/o Trámites:

Entrega de la diligencia o realización del trámite: El Courier asignado realizará la entrega de diligencias y trámites solicitados, donde se realiza un enrutamiento de acuerdo a las direcciones de los destinatarios.

Envío de soporte de entrega al cliente: Después de realizada la entrega, radicación de documentos o trámite, el Courier realizará la entrega de los soportes de la entrega efectiva o devolución en las instalaciones de la oficina de Sitael Ltda., donde se realizará el proceso de escaneo de la prueba de entrega para ser remitida al cliente.

4.3 Estudio de Abastecimiento

4.3.1 Requerimientos de insumos

Listamos los insumos que se requieren para la prestación del servicio:

El mensajero motorizado requiere de una moto la cual necesita para su funcionamiento: combustible y mantenimiento.

Por lo anterior, se requiere que los mensajeros motorizados cuenten con su vehículo, del cual la empresa solo pagará un auxilio de rodamiento por valor de \$300.000 mensual.

Papelería de oficina.

4.3.2 Recursos tecnológicos: Tecnología dura y blanda

Tecnología dura:

Dos equipos de cómputo

Un dispositivo de red para los dos equipos

Un Servidor

Tecnología blanda:

Sistema de información para la trazabilidad del servicio; Para ello hemos escogido la propuesta enviada por la empresa.



GRUPO GLOBAL IT S.A.S.

Nombre:

**DESARROLLO SISTEMA WEB PARA CONTROL DE REMESAS
DESARROLLO POR DEMANDA**

Descripción:

Lenguaje de Programación – PHP - MySql

Opciones de captura, seguimiento e informes para control de remesas

Seguimiento a despachos

Opciones para seguimiento de despachos por parte del cliente

Creación de remesas por el cliente

Módulos para acceso a datos desde equipos móviles

Transferencia de archivos vía ftp desde el programa

Chat con clientes desde el programa

Importación y exportación de datos en archivos de texto y/o hoja de cálculo

Consultas por pantalla e impresión de informes

Lectura de datos en código QR

Otras opciones se analizarán con el área de informática de su compañía para ampliar

Requerimientos

Precio:

Valor Sistema Web control de Remesas	$\left\{ \begin{array}{l} \$13,500,000 \end{array} \right\}$
Manual del Usuario	
Capacitación	

Tiempo estimado de desarrollo – Horas Ingeniero – IVA	$\left\{ \begin{array}{l} 320 \\ 16\% \text{ NO Incluido} \end{array} \right\}$
Tiempo de Entrega	

Forma de Pago del Cliente	$\left\{ \begin{array}{l} 50\% \text{ Para el Inicio del Desarrollo} \\ 50\% \text{ a la Entrega Final a Satisfacción} \end{array} \right\}$
----------------------------------	--

Garantía y Servicio Postventa	$\left\{ \begin{array}{l} \text{Garantía de funcionamiento del} \\ \text{Producto 1 Año} \\ \text{Servicio Postventa 3 Meses} \end{array} \right\}$
--------------------------------------	---

(Se anexa cotización, formato PDF)

Con este proceso tecnológico de gestión para generar la trazabilidad de la diligencia o trámite no se genera guías (contrato de transporte) dado que no somos una empresa de mensajería. Se genera un código sistemático de la diligencia o trámite solicitado en forma numérico con el cual se realiza el seguimiento del mismo y de los tiempos de entrega.

4.3.3. Políticas de compra y manejo de inventarios

Las políticas de compra están basadas en el manejo mínimo de 3 cotizaciones por producto para poder definir el proveedor y la realización de análisis y evaluaciones trimestrales de proveedores de acuerdo a las condiciones de calidad en el servicio, precio, cumplimiento y manejo de crédito.

4.4 Plan de operación

4.4.1 Plan de producción

Hemos estimado que las ventas serán de 34.560 diligencias en el primer año de funcionamiento, según los resultados obtenidos del estudio de mercado y nuestra capacidad de servicio de acuerdo con los cuatro courier.

ITEM	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
% DE FRECUENCIA CONSUMO MENSUAL (%F)	5.00%	7.00%	7.00%	10.00%	13.00%	5.00%	7.00%	10.00%	7.00%	8.00%	13.00%	8.00%	100.00%
CANTIDAD (Q)	1,728	2,419	2,419	3,456	4,493	1,728	2,419	3,456	2,419	2,765	4,493	2,765	34,560

4.4.2 Capacidad Instalada

Cantidad de diligencias anuales	Cantidad de diligencias mensual	Cantidad de diligencias por Courier por mes	Cantidad de diligencias diarias por motorizado	Cantidad de diligencias Hora por motorizado
34.560	720	180	32	4

Horas Laboradas Courier Semana	48 horas (42.5 de lunes a viernes y 5.5 horas los sábados)
Diligencias por Hora	4 Diligencias y/o Trámites por hora (Cada una en 15 minutos) Este tiempo se estipula dado que de acuerdo con la descripción del proceso en el paso No. 2

	se realiza la zonificación para cada uno de los Courier (zona norte, sur, oriente y occidente lo cual genero que los desplazamientos sean cercanos)
Diligencias Courier día (Lunes a Viernes)	32 Diligencias y/o Trámites
Diligencias Courier día Sábado	20 Diligencias y/o Trámites
Diligencias Courier Semanalmente	$(32*5)+20 = 180$
Diligencias Courier Mes	$180*4 = 720$
Diligencias Courier Año	$720*12 = 8640$
Diligencias Cuatro Courier Año (Capacidad Instalada)	$8640*4 = 34560$

Según indicadores de gestión de mensajeros en moto, cada mensajero tiene la capacidad de realizar de 32 diligencias por día, siempre y cuando la entrega de las diligencias se encuentre en la zona asignada (Norte, Sur, Troncal Calle 26, Centro).

De tal manera, que para el primer año de funcionamiento se requiere disponer de cuatro mensajeros motorizados.

4.4.3 Distribución y Ubicación de Planta

La ubicación de nuestras instalaciones será en la Calle 65 N° 10 – 64 Esquina Primer Piso, Con facilidad de parqueadero para motos, automóviles, cercano a varias notarias, acceso a la carrera 11 y 13 hacia el centro de la ciudad y



Figura 10: Mapa Localidad Chapinero 2

Fuente: <http://maps.google.es/> (Google Maps)

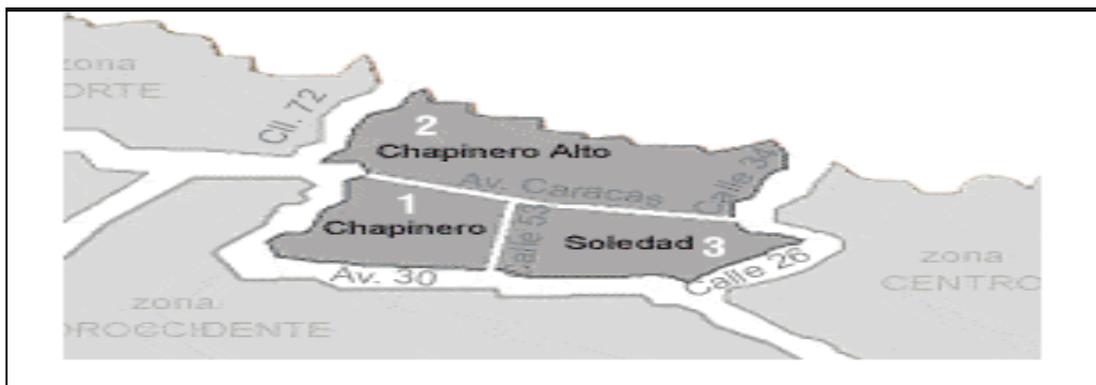


Figura 11: Mapa Localidad Chapinero

Fuente: Alcaldía local de Chapinero

Edificios y Alrededores de la Oficina



Figura 12: Edificio Cámara de Comercio Sede Chapinero

Fuente: Daniel Bonilla Arquitectos



Figura 13: Edificio Seguro Social Nivel Nacional en Chapinero

Fuente: Panoramio.com



Figura 14: Edificio SENA en Chapinero

Fuente: Teddy Peluffo Jhon, integrante comité editorial Chapinereando

4.4.3.3. Infraestructura Física del Negocio

La infraestructura de la empresa es muy importante ya que depende de este el atractivo para los clientes, y la funcionabilidad para la labor que se va a desempeñar. Es determinante desde el edificio donde se va a ubicar hasta la distribución de la misma internamente que permita el confort para los colaboradores y un ambiente en donde hay fácil acceso a las directivas de la misma; A continuación planteamos una estructura física permitiendo el desarrollo de la actividad como se expresa en la Descripción del Proceso de Entrega (figura 3) y que este acorde a las proyecciones financieras propuestas para Sitael Ltda.

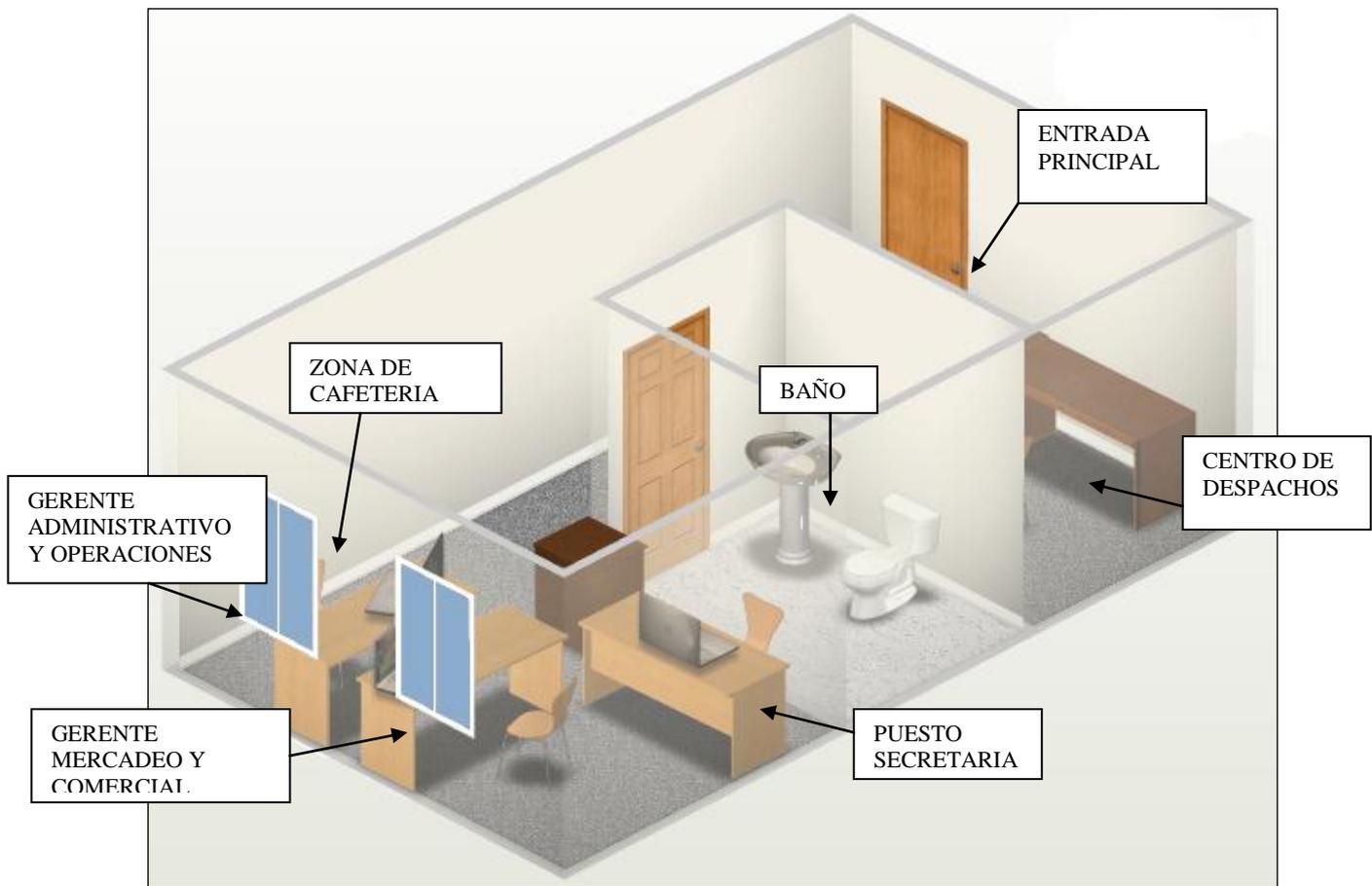


Figura 15: Plano distribución Física de la empresa

Fuente: Autores - estructuremos.blogspot.com

4.5. Política de aseguramiento de la calidad y estrategia de control de calidad sobre el producto o servicio

Se realizara una evaluación periódica a nuestros clientes para saber satisfacción de nuestro servicio, para conocer en que debemos mejorar.

El sistema de información de trazabilidad con el que contamos nos proporcionará informes de control de calidad y servicio.

Realizar periódicamente llamadas de seguimiento y postventa.

Diseñar indicadores de gestión de eficacia y eficiencia de nuestros servicios.

4.6. Enfoque de la Política de Salud Ocupacional

Se mantendrá en buen estado las instalaciones de la empresa, con todos los requerimientos sanitarios y fitosanitarios que se requieran.

Se harán jornadas de prevención de accidentes laborales.

Se tomaran todas las medidas correspondientes a la seguridad industrial.

Se brindara los elementos necesarios a los trabajadores para su buen desempeño dentro de la compañía.

4.7. Política y Estrategia de Gestión Ambiental

En SITAEI Ltda., estamos comprometidos con la prevención de accidentes de trabajo y/o enfermedades profesionales, la contaminación y los desechos y el mejoramiento continuo que asegure un desempeño eficaz respecto al medio ambiente, la seguridad y salud en el trabajo.

5. Estrategia Administrativa

5.1 Filosofía de Direccionamiento

5.1.1 Visión

En el año 2016 queremos ser una empresa reconocida en Bogotá por la innovación, confiabilidad y cumplimiento en el servicio de trámites y diligencias personales.

5.1.2 Misión

Satisfacer totalmente las necesidades de diligencias y trámites de nuestros clientes, mediante la prestación del servicio profesional de justo a tiempo y confiabilidad proporcionado por un equipo de colaboradores altamente calificado y excelentes lineamientos éticos.

5.1.3 Enfoque de la cultura organizacional

Nuestro enfoque organizacional consiste en el desarrollo integral de nuestros colaboradores, en las competencias del ser, saber y hacer, ya que es el factor principal de competitividad, generando programas de calidad de vida, ambiente de trabajo capacitación y desarrollo.

5.1.4 Políticas de Responsabilidad Social

Stake Holders: Nuestra política es la de generar desarrollo a nuestros grupos de interés: clientes, proveedores, colaboradores, gremios y la comunidad, a través de nuestro compromiso con el medio ambiente y el desarrollo de proyectos sociales generando resultados económicos, sociales y ambientales.

5.1.5 Cadena de Valor

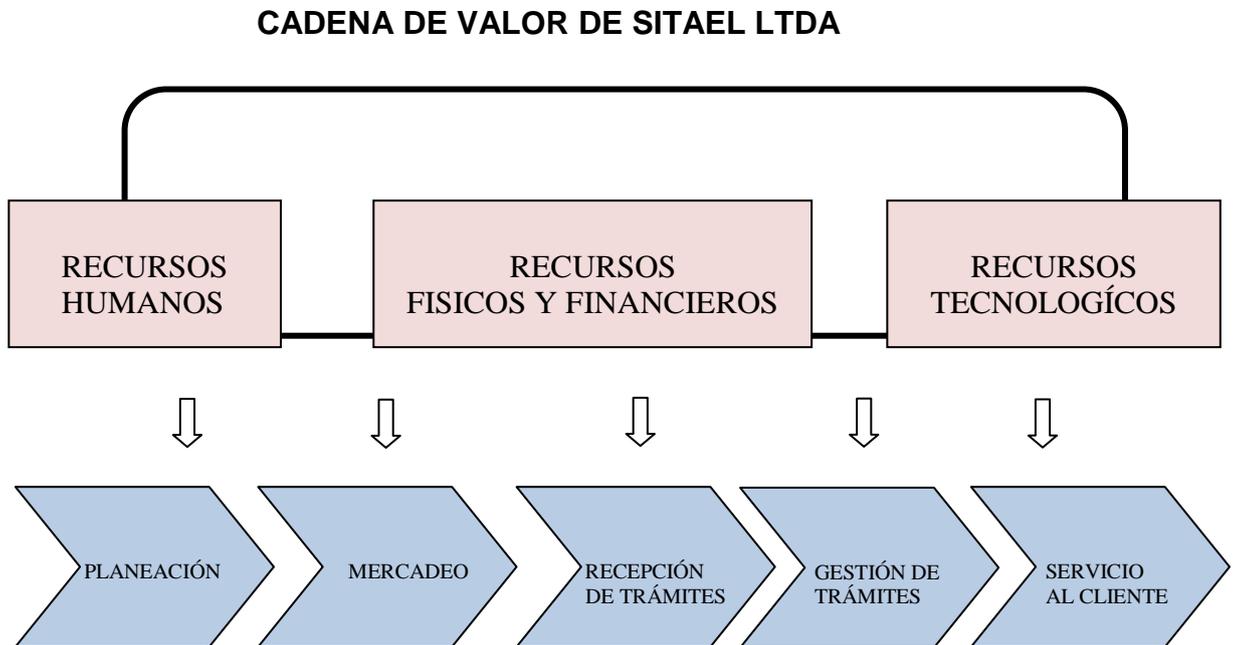


Figura 16: Cadena de Valor SITAEI LTDA

Fuente: Autores

5.2 Estructura Organizacional

5.2.1. Visión Empresarial

En el año 2016 queremos ser una empresa reconocida en Bogotá por la innovación, confiabilidad y cumplimiento en el servicio de trámites y diligencias personales.

5.2.2. Objetivos Empresariales

Desarrollar profesionalmente el Domicilio en Bogotá bajo el concepto Justo a tiempo.

Crear alianzas estratégicas en el primer año de funcionamiento con otras compañías, centros comerciales, restaurantes, supermercados, y personas naturales que ayuden, al posicionamiento de nuestra compañía.

Desarrollar un programa de mercadeo, publicidad y comunicación a través de Internet y de otros medios de comunicación con el fin de dar a conocer los servicios de la empresa.

Posicionar en primer lugar los servicios de la empresa en la localidad de Chapinero en los primeros dos años de funcionamiento.

Ingresar a uno de los gremios del sector postal en el primer año de funcionamiento.

SITAEI LTDA, iniciando requeriría de 4 motorizados con funciones operativas divididos por sector de servicios prestados, 2 personas con funciones administrativas y una persona en servicios generales.

Está conformada por siete colaboradores dos de ellos en el nivel estratégico generando los procesos operativos, administrativos, comerciales y de servicio al cliente; los cinco restantes en el nivel operacional, cuatro de ellos desarrollando actividades del core bussines de la empresa y la restante en el proceso de servicios generales.

5.2.3. Organigrama

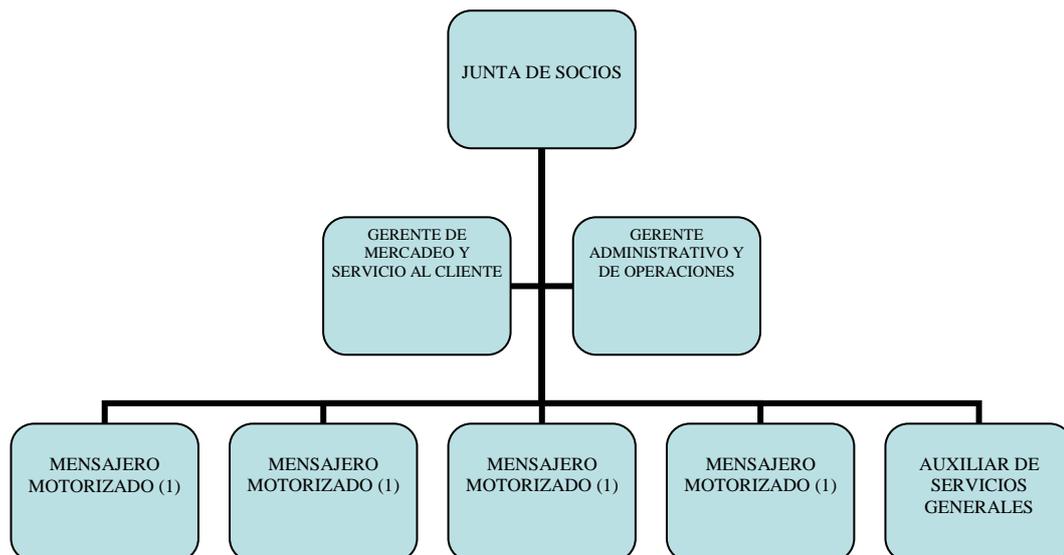


Figura 17: Organigrama

Fuente: Autores

5.2.4. Perfiles de Cargo

Diana Marcela Cruz Pérez **Título:** Gerente de mercadeo y servicio al cliente

Requisitos:

Formación Académica Superior: Profesional en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, Mercadeo o carreras administrativas,

Experiencia mínima: Imprescindible más de 5 años de experiencia y trayectoria en cargos directivos o gerenciales en compañías de primer nivel del sector servicios.

Ventas de Intangibles y diseño e implantación de modelos de Prestación de Servicios.

Alta capacidad relacional para interactuar con clientes corporativos.

Residencia: Bogotá

Competencias:

Pensamiento estratégico

Comunicaciones asertivas

Relaciones empáticas

Liderazgo

Alta capacidad de análisis

Nivel de cargo:

Alta Gerencia

Nivel de estudio:

Profesional

Área del cargo:

Gerencia Comercial (cargos corporativos)

Años totales de experiencia:

Entre 5 y 7 años

Periodo de salario:

Mensual

Ciudad:

Bogotá

País:

Colombia

Sector:

Servicios

Subsector:

Diligencias y trámites

Juan Fandiño **Título:** Gerente administrativo y de operaciones

Requisitos:

Formación Académica Superior: Profesional en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, Mercadeo o carreras administrativas,

Experiencia mínima: Imprescindible más de 5 años de experiencia y trayectoria en cargos directivos o gerenciales en compañías de primer nivel del sector servicios.

Ventas de Intangibles y diseño e implantación de modelos de Prestación de Servicios.

Alta capacidad relacional para interactuar con clientes corporativos.

Residencia: Bogotá

Competencias:

Pensamiento estratégico

Comunicaciones asertivas

Relaciones empáticas

Liderazgo

Alta capacidad de análisis

Nivel de cargo:

Alta Gerencia

Nivel de estudio:

Profesional

Área del cargo:

Gerencia Comercial (cargos corporativos)

Años totales de experiencia:

Entre 5 y 7 años

Periodo de salario:

Mensual

Ciudad:

Bogotá

País:

Colombia

Sector:

Servicios

Subsector:

Diligencias y trámites

Por definir: Título: Auxiliar de servicios generales

Descripción: Empresa de prestación de servicios solicita Auxiliar de Servicios Generales, para realizar actividades de aseo, organización de las áreas de la empresa, atención a los funcionarios, asociados y demás personas que ingresen, preferiblemente que haya trabajado con ejecutivos. Horario: Lunes a viernes 7:00 a.m. – 4:00 p.m. y sábados medio día.

Requisitos. Mujer, orientada al orden y alto sentido e apropiación de sus labores.

Competencias:

Actitud de servicio

Relaciones interpersonales

Dinamismo

Nivel de cargo: Asistencial**Subnivel de cargo:** Auxiliar, asistencial y otros**Cargo equivalente:** Auxiliar**Profesión:** Bachillerato Técnico**Nivel de estudio:** Bachillerato**Área del cargo:** Servicios Generales, Aseo y Vigilancia**Años totales de experiencia:** Entre 1 y 2**Género:** Femenino

Por definir: cuatro (4) mensajeros motorizados

Título: Mensajero Motorizado

Descripción: Se requiere mensajero con moto, con experiencia en radicación de afiliaciones de seguridad social, tramites de bancos y experiencia en archivo. Disponibilidad de horarios de lunes a viernes de 7:30 a.m. a 5:30 p.m. y sábados de 8 a 11 a.m. Salario con todas las prestaciones de ley. Tener disponibilidad inmediata para inicio de labores, favor NO ESTAR TRABAJANDO.

Perfil: Hombre. - Bachiller. - Mínimo 1 año y medio de experiencia en el cargo y amplio conocimiento en nomenclatura. -Alto sentido de responsabilidad y honradez. -Disponibilidad de tiempo completo incluyendo sábados.

Funciones: -Recepción e ingreso diario de correspondencia por ventanilla. - Manejo interno y externo de correspondencia. -Reparto urbano de correo. -Manejo de archivo de entrega, salida, de documentos de valor.

Competencias:

Actitud de servicio

Relaciones interpersonales

Dinamismo

Sentido de ubicación

5.3. Aspectos Legales

5.3.1. Estructura Jurídica y Tipo de Sociedad

La empresa SITAEI LTDA es de carácter Jurídico de sociedad limitada. En las compañías de responsabilidad limitada los socios responderán hasta el monto de sus aportes. En los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías

suplementarias, expresándose su naturaleza, cuantía, duración y modalidades" (Art. 353 Código de Comercio).

Los socios no excederán de veinticinco. Será nula de pleno derecho la sociedad que se constituya con un número mayor. Si durante su existencia excediere dicho límite, dentro de los dos meses siguientes a la ocurrencia de tal hecho, podrá transformarse en otro tipo de sociedad o reducir el número de sus socios. Cuando la reducción implique disminución del capital social, deberá obtenerse permiso previo de la superintendencia, so pena de quedar disuelta la compañía al vencerse el referido término" (Art. 356 Código de Comercio)

Tramites ante las diferentes entidades:

ANTE CAMARA DE COMERCIO:

Verificar la disponibilidad del Nombre.

Diligenciar el formulario de Registro y Matricula.

Diligenciar el Anexo de Solicitud del NIT ante la DIAN. (También se puede hacer en la DIAN).

Pagar el Valor de Registro y Matricula.

ANTE LA NOTARIA:

Escritura Pública. (Esta deberá ser presentada ante Cámara de Comercio en el momento del Registro)

Tener en Cuenta: Todo tipo de sociedad comercial, si tienen menos de 10 trabajadores o hasta 500 salarios mínimos de activos al momento de la constitución, no necesitan escritura pública para constituirse.

ANTE LA DIAN:

Inscribir el RUT (Registro Único Tributario).

Obtención del NIT (Numero de Identificación Tributaria).

ANTE LA SECRETARIA DE HACIENDA DE LA ALCALDIA:

Registro de Industria y Comercio.

Registro de Uso del Suelo, Condiciones Sanitarias y de Seguridad.

NOTA: Los tramites de DIAN y Secretaria de Hacienda, se pueden realizar en el caso de algunas ciudades directamente en la Cámara de Comercio.

Paso a paso para obtención del NIT al momento del trámite ante la Cámara de Comercio

A partir del 16 de diciembre de 2011, para obtener la asignación del NIT a través de la Cámara de Comercio de Bogotá deberá seguirse el procedimiento que se describe a continuación:

Personas autorizadas para realizar la solicitud

El representante legal de la persona jurídica, interesada en realizar la Inscripción en la matrícula mercantil acreditando tal calidad.

Apoderado del interesado (persona natural o jurídica) debidamente acreditado mediante poder. De conformidad con el artículo 35 del Decreto 196 de 1971, el apoderado debe ser abogado titulado, quien debe acreditar su condición exhibiendo su tarjeta profesional y entregar una copia de la misma.

(Portal de cámara de comercio de bogota,
<http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx>)

Procedimiento adicional en la Cámara de Comercio de Bogotá para las Personas Jurídicas

La DIAN expedirá un NIT temporal para lo cual generará el formato 1648 - Información Número de Identificación Tributaria (NIT)

La Cámara de Comercio de Bogotá imprimirá el formato 1648 y lo entregará al representante legal de la persona jurídica o su apoderado

La Cámara de Comercio de Bogotá incorporará en el certificado de existencia y representación legal la anotación "El presente NIT solo es válido para solicitar la apertura de cuenta corriente o de ahorros ante entidad bancaria. No será válido ante ninguna otra entidad o establecimiento como documento de Identificación Tributaria."

Con la presentación del formato 1648 y el certificado de existencia y representación legal de la persona jurídica, ésta solicita la apertura de cuenta corriente o de ahorros ante una entidad financiera vigilada por la Superintendencia Financiera.

Una vez se obtenga la constancia de titularidad de la cuenta corriente o de ahorros, se debe presentar ante la DIAN dentro de los 30 días calendario a partir de la fecha de expedición del formato 1648.

Cumplido el anterior requisito, la DIAN otorga el certificado de inscripción en el RUT y reporta a la Cámara de Comercio de Bogotá la formalización del NIT.

Una vez formalizado el NIT, la Cámara elimina del certificado la anotación: "El presente NIT solo es válido para solicitar la apertura de cuenta corriente o de ahorros ante entidad bancaria. No será válido ante ninguna otra entidad o establecimiento como documento de Identificación Tributaria."

Si la persona jurídica no presenta en la DIAN la constancia de titularidad de la cuenta corriente o de ahorros dentro de los 30 días calendario contados a partir de la fecha del formato 1648, la DIAN reportará a la Cámara de Comercio el cambio de estado del NIT asignado. En consecuencia, la Cámara:

Elimina el NIT temporal de la base de datos y de los certificados.

Incluye dentro de los certificados la leyenda "NIT DEBE SER TRAMITADO ANTE LA DIAN"

Elimina del certificado la anotación "El presente NIT solo es válido para solicitar la apertura de cuenta corriente o de ahorros ante entidad bancaria. No será válido ante ninguna otra entidad o establecimiento como documento de Identificación Tributaria."

<http://emprendimientosimple.blogspot.com/2009/04/pasos-para-crear-una-empresa-en.html>

MARCO JURIDICO

Código de Comercio Colombiano, Libro Segundo, artículo 98 y subsiguientes.

Ley 80 de 1993 artículo 7 Parágrafo 3°.

Ley 222 de 1995.

Ley 1014 del 26 de enero 2006.

Decreto 4463 del 15 de diciembre de 2006.

Estatuto Tributario artículo 79

6. Proyecciones Económicas y Financieras y Estrategia de Financiación del Modelo de Negocio

6.1 Objetivos Financieros

Obtener una utilidad mínima del 10% en el primer año de funcionamiento.

Garantizar la supervivencia de la organización en los primeros tres años.

Obtener una rentabilidad sobre la inversión superior al 20%, en el primer año de funcionamiento.

Obtener una rentabilidad sobre la operación superior al 2.5%, en el primer año de funcionamiento.

6.2 Políticas de manejo contable y financiero

6.3 Presupuestos Económicos (Simulación)

6.3.1 Presupuesto de ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS DEL PLAN DE NEGOCIO:		SITAEI LTDA
DIGITE EL NOMBRE DE CADA UNO DE SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS:	PRODUCTO 1:	TRAMITES
	PRODUCTO 2:	DILIGENCIAS
	PRODUCTO 3:	Nombre del producto 3
	PRODUCTO 4:	Nombre del producto 4
	PRODUCTO 5:	Nombre del producto 5

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

La empresa Sitael Ltda presta dos tipos de servicios, el de trámites y el de Diligencias, los cuales se especifican dentro del primer cuadro.

PRODUCTOS	PERIODOS	2012			2013			2014		
		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VENTA ANUAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VENTA ANUAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VENTA ANUAL
TRAMITES	Semestre 1	8.640	14.000	120.960.000	8.726	14.634	127.703.883	8.901	15.196	135.250.000
	semestre 2	8.640	14.000	120.960.000	8.726	14.634	127.703.883	8.901	15.196	135.250.000
VENTAS TOTALES DEL PRODUCTO 1		17.280		\$ 241.920.000	17.453		\$ 255.407.766	17.802		\$ 270.500.000
DILIGENCIAS	Semestre 1	8.640	14.000	120.960.000	8.726	14.634	127.702.138	8.901	15.196	135.250.000
	semestre 2	8.640	14.000	120.960.000	8.726	14.634	127.702.138	0	15.196	0
VENTAS TOTALES DEL PRODUCTO 1		17.280		\$ 241.920.000	17.453		\$ 255.404.275	17.802		\$ 135.250.000
TOTAL VENTAS ANUALES		34.560		\$ 483.840.000	34.906		\$ 510.812.041	35.604		\$ 405.750.000
TOTAL IMPUESTO DE IVA:				77.414.400			81.729.927			64.920.000
TOTAL VENTAS MAS IVA				\$ 561.254.400			\$ 592.541.968			\$ 470.670.000

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO									
AÑOS	VENTAS ANUALES (1)	VENTAS MENSUALES (2)	FACTOR A Liquidación 6 x1000 (3)	IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO (4)	FACTOR B Liquidación 15% (5)	LIQUIDACIÓN DE AVISOS Y TABLEROS (6)	CONTRIBUCIÓN ESPECIAL (F.A + F.B)x48% (7)	(4)-(6)-(7) TOTAL A PAGAR (8)	LIQUIDACIÓN ANUAL BOMBAS (9) (TOTAL PAGAR 60% (10))
Factor			0,000006		15%		48%		60%
Liquidación de industria y comercio	483.840.000	40.320.000	242	2.903	36	435	134	3.472	

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

De acuerdo a lo observado en la proyección de presupuesto del año 2012, la cantidad de diligencias y trámites anuales proyectados son de 34.560 a un precio de \$ 14.000, dando como resultado una ventas totales mensuales de \$40.320.00, anuales de \$ 483.840.000, un impuesto de IVA de \$77.14.00 para un total de ventas más IVA de \$561.254.400.

6.3.2. Presupuestos de Costos de Insumos y Logística de Producción

TRAMITES									
	Subtotal								
	MANO DE OBRA DIRECTA								
	RODAMIENTO DE MOTO	12,00	4,00	4,04	4,12	4,24	4,41	0,0002315	1.800.000,0
	PARQUEADERO	12,00	4,00	4,04	4,12	4,24	4,41	0,0002315	300.000,0

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

DILIGENCIAS									
	Subtotal								
	MANO DE OBRA								
	RODAMIENTO DE MOTO	12,00	4,00	4,04	4,12	4,24	4,41	0,00	1.800.000,0
	PARQUEADERO	12,00	4,00	4,04	4,12	4,24	4,41	0,00	300.000,0

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

PRODUCTO	COSTOS UNITARIOS VARIABLES					
	MATERIA PRIMA E INSUMOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TRAMITES	Materia Prima e Insumos	-	-	-	-	-
	Mano de obra	486,11	510,61	541,66	580,23	627,56
	Costos Indirectos de Fabricación	-	-	-	-	-
	TOTAL	\$ 486,11	\$ 510,61	\$ 541,66	\$ 580,23	\$ 627,56
DILIGENCIAS	Materia Prima e Insumos	-	-	-	-	-
	Mano de obra	-	505,56	525,78	546,81	568,69
	Costos Indirectos de Fabricación	-	-	-	-	-
	TOTAL	\$ -	\$ 505,56	\$ 525,78	\$ 546,81	\$ 568,69

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

Los recursos identificados para la producción del servicio de diligencias y trámites personales en mano de obra indirecta fueron de rodamiento y parqueadero de motos. De tal manera, que en el primer año de funcionamiento los costos de rodamiento por courier son de \$1.800.000 pesos, y de parqueadero fueron \$300.000, lo que equivale a \$486 pesos por unidad de trámite y/o diligencia realizada, dando un valor total mensual del rodamiento por motorizado de \$ 350.000 pesos.

6.3.3 Presupuesto de Costos Laborales

NÓMINA ADMINISTRATIVA:

ITEM	Cargo	Básico	SUB TRANSP.	TOTAL DEVENG.	Cesantías	Interes sobre cesantías	Prima de servicios	Vacaciones	Aportes parafiscales	Pensión	Salud	Riesgo profesional	Mensual	Anual
					8,33%	1%	8,33%	4,17%	9%	10,13%	9,0%	1%		
1	GERENTE ADMINISTRATIVO Y DE OPERAC	1.200.000		1.200.000	99.960	12.000	99.960	50.040	108.000	121.560	108.000	12.000	1.811.520	21.738.240
2	AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES	566.700	67.800	634.500	47.206	5.667	47.206	23.631	51.003	57.407	51.003	5.667	923.290	11.079.484
3	SECRETARIA	566.700	67.800	634.500	47.206	5.667	47.206	23.631	51.003	57.407	51.003	5.667	923.290	11.079.484
4				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mensual	\$ 2.333.400	\$ 135.600	\$ 2.469.000	\$ 194.372	\$ 23.334	\$ 194.372	\$ 97.203	\$ 210.006	\$ 236.373	\$ 210.006	\$ 23.334	\$ 3.658.101	\$ 43.897.208
	Anual	\$ 28.000.800	\$ 1.627.200	\$ 29.628.000	\$ 2.332.467	\$ 280.008	\$ 2.332.467	\$ 1.167.633	\$ 2.520.072	\$ 2.836.481	\$ 2.520.072	\$ 280.008	\$ 43.897.208	\$ 43.897.208

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

NÓMINA ÁREA DE VENTAS

ITEM	Cargo	Básico	SUB TRANSP.	TOTAL DEVENG.	Cesantías	Interes sobre cesantías	Prima de servicios	Vacaciones	Aportes parafiscales	Pensión	Salud	Riesgo profesional	Mensual	Anual
					8,33%	1,00%	8,33%	4,17%	9,00%	10,13%	9,00%	1,00%		
1	GERENTE DE MERCADEO Y ATENCIÓN AL	1.200.000	0	1.200.000	99.960	12.000	99.960	50.040	108.000	121.560	108.000	12.000	1.811.520	21.738.240
2	ASESOR COMERCIAL	600.000	67.800	667.800	49.980	6.000	49.980	25.020	54.000	60.780	54.000	6.000	973.590	11.682.720
10		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mensual	\$ 1.800.000	\$ 67.800	\$ 1.867.800	\$ 149.940	\$ 18.000	\$ 149.940	\$ 75.060	\$ 162.000	\$ 182.340	\$ 162.000	\$ 18.000	\$ 2.785.110	\$ 33.420.960
	Anual	\$ 21.600.000	\$ 813.600	\$ 22.413.600	\$ 1.799.280	\$ 216.000	\$ 1.799.280	\$ 900.720	\$ 1.944.000	\$ 2.188.080	\$ 1.944.000	\$ 216.000	\$ 33.420.960	\$ 33.420.960

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

NÓMINA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

ITEM	Cargo	Básico	SUB TRANSP.	TOTAL DEVENG.	Cesantías	Interes sobre cesantías	Prima de servicios	Vacaciones	Aportes parafiscales	Pensión	Salud	Riesgo profesional	Mensual	Annual
					8,33%	1,00%	8,33%	4,17%	9,00%	10,13%	9,00%	1,00%		
1	MENSAJERO MOTORIZADO	600.000	0	600.000	49.980	6.000	49.980	25.020	54.000	60.780	54.000	6.000	905.760	10.869.120
2	MENSAJERO MOTORIZADO	600.000	0	600.000	49.980	6.000	49.980	25.020	54.000	60.780	54.000	6.000	905.760	10.869.120
3	MENSAJERO MOTORIZADO	600.000	0	600.000	49.980	6.000	49.980	25.020	54.000	60.780	54.000	6.000	905.760	10.869.120
4	MENSAJERO MOTORIZADO	600.000	0	600.000	49.980	6.000	49.980	25.020	54.000	60.780	54.000	6.000	905.760	10.869.120
10		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mensual	\$ 2.400.000	\$ -	\$ 2.400.000	\$ 199.920	\$ 24.000	\$ 199.920	\$ 100.000	\$ 216.000	\$ 243.120	\$ 216.000	\$ 24.000	\$ 3.623.040	\$ 43.476.400
	Annual	\$ 28.800.000	\$ -	\$ 28.800.000	\$ 2.399.040	\$ 288.000	\$ 2.399.040	\$ 1.200.960	\$ 2.592.000	\$ 2.917.440	\$ 2.592.000	\$ 288.000	\$ 43.476.400	

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

El presupuesto total de costos laborales proyectado para el primer año de funcionamiento es de \$ 8.303.437, con una planta total de siete (7) colaboradores.

En el segundo año de funcionamiento se proyectó un incremento en la planta de dos colaboradores adicionales, "Asesor Comercial y el cargo de Secretaria", incrementando el presupuesto proyectado a \$ 10.550.752

En el tercer año de funcionamiento, la proyección de la planta se incrementa a 12 colaboradores, con un asesor comercial adicional y un mensajero motorizado, proyectando un costo de \$ 14.566.849

6.3.4 Presupuesto de Costos Administrativos

COSTOS Y GASTOS FIJOS:

COSTO O GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRENDAMIENTO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
ARRENDAMIENTO DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ -
SEGUROS	\$ -	\$ -
CARGO DE VIGILANCIA	\$ 150.000	\$ 1.800.000
CARGO DE SERVICIOS DE TRANSPORTE	\$ -	\$ -
SERVICIOS DE TELECOMUNICACIÓN	\$ 105.000	\$ 1.260.000
PAPELERÍA	\$ 250.000	\$ 3.000.000
SERVICIOS PÚBLICOS	\$ 500.000	\$ 6.000.000
SERVICIO DE ALARMA Y SEGURIDAD PRIVADA	\$ -	\$ -
SERVICIOS DE ASEO TERCERIZADOS	\$ -	\$ -
INSUMOS DE ASEO	\$ 100.000	\$ 1.200.000
OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 100.000	\$ 1.200.000
TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS		\$ 26.460.000

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

El presupuesto de costo o gastos fijos es de \$26.460.000 anuales, donde se incluyen los ítems básicos para el funcionamiento de la empresa, como son arriendo y administración, servicios públicos, insumos para aseo y administración, entre otros.

6.3.5 Presupuesto Mezcla de Mercado

PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO:

ESTRATEGIA	2012	2013	2014	2015	2016
Estrategia de Producto/servicio	10.408.500	10.608.500	10.808.500	11.000.500	11.200.500
Estrategia de Servicio	2.700.000	2.900.000	3.100.000	3.300.000	3.500.000
Estrategia de Distribución	5.400.000	5.600.000	5.800.000	6.000.000	6.200.000
Estrategia de Comunicación	36.000.000	36.200.000	36.400.000	36.600.000	36.800.000
Total de la inversión	\$ 54.508.500	\$ 55.308.500	\$ 56.108.500	\$ 56.900.500	\$ 57.700.500

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

La proyección realizada en el presupuesto de la mezcla de mercadeo es de \$ 54.508.500, para el primer año de funcionamiento, donde se observa que uno de los costos mayores es el de Estrategia de Comunicación con un valor de \$ 36.000.000, dado que es necesario desarrollar un programa de publicidad intensificado para dar a conocer los servicios de SITAEI Ltda., en la localidad de Chapinero.

En estrategia de producto establecemos una comisión por venta de \$10.408.500 para el primer año.

En estrategia de servicio se toma un costo de promoción de ventas por valor de \$2.700.000.

Estrategia de distribución es el valor por el costo del material promocional por \$5.400.000.

6.3.6 Presupuesto de inversión

CALCULO DEL CAPITAL REQUERIDO PARA PONER EN MARCHA

En este módulo solo se deben modificar las casillas en color amarillo

INVERSIÓN EN ACTIVOS	\$	27.450.000
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$	18.200.000

MANO DE OBRA DIRECTA	MESES REQUERIDOS	CAPITAL REQUERIDO
anual \$ 8.400.000	6	\$ 4.200.000
MATERIA PRIMA	MESES REQUERIDOS	CAPITAL REQUERIDO
anual \$ -	5	\$ -
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	MESES REQUERIDOS	CAPITAL REQUERIDO
anual \$ -	6	\$ -

TOTAL REQUERIMIENTO DE CAPITAL PARA EL PLAN DE NEGOCIO	\$	49.850.000
MONTO APORTADO POR LOS EMPRENDEDORES	\$	10.000.000,00
TOTAL MONTO DEL CRÉDITO A SOLICITAR	\$	39.850.000

Tasa de interés: Mensual 2%, Anual 26,82%

AÑOS	CUOTA A PAGAR	ABONO A CAPITAL	INTERESES	SALDO DE LA DEUDA
0				\$ -39.850.000
2012	\$ -18.659.436	\$ -7.970.000	\$ -10.689.436	\$ -31.880.000
2013	\$ -16.521.548	\$ -7.970.000	\$ -8.551.548	\$ -23.910.000
2014	\$ -14.383.661	\$ -7.970.000	\$ -6.413.661	\$ -15.940.000
2015	\$ -12.245.774	\$ -7.970.000	\$ -4.275.774	\$ -7.970.000
2016	\$ -10.107.887	\$ -7.970.000	\$ -2.137.887	\$ -

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

En el caso del presupuesto de inversión, los socios realizarían una inversión de \$ 10.000.000, el total del capital para el plan del negocio es de \$49.850.000, de tal forma que sería necesario realizar unas obligaciones financieras por \$ 39.850.000.

6.3.7 Margen de Contribución – Ingresos Vs Costos Totales

Revisa si con el actual MARGEN DE CONTRIBUCION TOTAL se cubren los gastos de administración ventas y los costos y gastos fijos:

PERIODO	2012	2013	2014	2015	2016
MARGEN DE CONTRIB TOTAL	\$ 475.440.000	\$ 493.165.270	\$ 522.314.259	\$ 557.711.925	\$ 600.391.264
(-) Total nómina del administrativa	\$ 43.897.207,7	\$ 45.885.751,2	\$ 47.647.764,0	\$ 49.401.201,7	\$ 51.145.064,2
(-) Total nómina del área de ventas	\$ 33.420.960,0	\$ 34.934.329,5	\$ 36.276.430,8	\$ 37.611.403,4	\$ 38.939.086,0
(-) Total nómina del área de Producción	\$ 43.476.480,0	\$ 45.445.964,5	\$ 47.191.089,6	\$ 48.927.721,7	\$ 50.654.870,3
(-) Presupuesto de la Mezcla de mercadeo	\$ 54.508.500,0	\$ 55.308.500,0	\$ 56.108.500,0	\$ 56.900.500,0	\$ 57.700.500,0
(-) Costos Fijos	\$ 26.460.000,0	\$ 27.658.638,0	\$ 28.720.729,7	\$ 29.777.652,6	\$ 30.828.803,7
(-) Servicio de la Deuda	\$ 18.659.435,5	\$ 16.521.548,4	\$ 14.383.661,3	\$ 12.245.774,2	\$ 10.107.887,1
(-) Depreciaciones	\$ 1.848.333,0	\$ 2.043.333,0	\$ 2.223.333,0	\$ 1.090.000,0	\$ 1.090.000,0
(-) Amortizaciones	\$ 3.640.000,0	\$ 3.640.000,0	\$ 3.640.000,0	\$ 3.640.000,0	\$ 3.640.000,0
COSTOS TOTALES	\$ 225.910.916,2	\$ 231.438.664,6	\$ 236.191.508,4	\$ 239.594.253,6	\$ 244.106.211,2
UAI	\$ 249.529.083,8	\$ 261.726.605,5	\$ 286.122.750,7	\$ 318.117.671,1	\$ 356.285.052,9

INGRESOS VS COSTOS TOTALES

Emprendedor; esta hoja ha sido diseñada para que haga un control de la relación del Margen de Contribución total con respecto a los costos y gastos del plan de negocio, revise el último renglón del cuadro (UAI), este valor es la utilidad Antes de Impuestos, como supondrá debe ser positiva para que el plan de negocio sea viable para el emprendedor. Como medio de ayuda se ha incluido un gráfico que le permitirá visualmente revisar el comportamiento de los componentes ya mencionados, revise que las barras verdes del gráfico que representan la utilidad sean positivas.

MENÚ PRINCIPAL

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

6.4 Estados Financieros

6.4.1 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	265.285.479	275.183.282	297.260.208	326.896.858	362.660.458
Depreciaciones	1.848.333	2.043.333	2.223.333	1.090.000	1.090.000
Amortización y agotamiento	3.640.000	3.640.000	3.640.000	3.640.000	3.640.000
Provisiones	0	0	0	0	0
Impuestos	0	-86.319.115	-90.531.607	-99.006.791	-110.127.879
Neto Flujo de Caja Operativo	270.773.812	194.547.499	212.591.934	232.620.067	257.262.579
Flujo de Caja de Inversión					
Periodo	2012	2013	2014	2015	2016
Variación Inv. Materias Primas e insumos	0	0	0	0	0
Variación en Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0
Variación en Cuentas por pagar a Proveedores	0	0	0	0	0
Variación del capital de Trabajo	0	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	1.950.000	1.800.000	0	0	0
Inversión en Muebles	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0
Inversión en Activos diferidos.	0	0	0	0	0
Inversión Activos	-1.950.000	-1.800.000	0	0	0
Neto flujo de Caja de Inversión	-1.950.000	-1.800.000	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento					
Periodo	2012	2013	2014	2015	2016
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	-7.970.000	-7.970.000	-7.970.000	-7.970.000	-7.970.000
Intereses Pagados	-10.689.436	-8.551.548	-6.413.661	-4.275.774	-2.137.887
Dividendos Pagados	-22.504.626	-23.602.883	-25.812.485	-28.711.911	-32.170.422
Capital adicional aportado por los socios	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	-41.164.062	-40.124.432	-40.196.146	-40.957.686	-42.278.309
Neto Periodo	227.659.750	152.623.068	172.395.788	191.662.381	214.984.270
Saldo anterior	22.400.000	202.937.866	275.001.845	293.601.058	318.560.767
Saldo Neto del período	\$ 250.059.750	\$ 355.560.934	\$ 447.397.634	\$ 485.263.439	\$ 533.545.037

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

6.4.2. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas	483.840.000	510.812.041	541.034.008	577.764.577	622.080.275
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	8.400.000	17.646.771	18.719.748	20.052.652	21.689.011
Depreciación	1.848.333	2.043.333	2.223.333	1.090.000	1.090.000
Agotamiento	3.640.000	3.640.000	3.640.000	3.640.000	3.640.000
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	469.951.667	487.481.937	516.450.926	552.981.925	595.661.264
Gasto de Ventas	87.929.460	90.243.429	92.384.931	94.511.909	96.639.586
Gastos de Administración	70.357.208	73.544.389	76.368.494	79.178.854	81.973.868
Gastos de Proucción	43.476.480	45.445.965	47.191.090	48.927.722	50.654.870
Industria y comercio	2.903.040	3.064.872	3.246.204	3.466.587	3.732.482
Provisiones	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	265.285.479	275.183.282	297.260.208	326.896.858	362.660.458
Intereses	-10.689.436	-8.551.548	-6.413.661	-4.275.774	-2.137.887
Servicio de la deuda	-7.970.000	-7.970.000	-7.970.000	-7.970.000	-7.970.000
Otros ingresos y egresos	-18.659.436	-16.521.548	-14.383.661	-12.245.774	-10.107.887
Utilidad antes de impuestos	246.626.044	258.661.733	282.876.547	314.651.084	352.552.571
Impuesto de renta	86.319.115	90.531.607	99.006.791	110.127.879	123.393.400
Reserva legal	8.631.912	9.053.161	9.900.679	11.012.788	12.339.340
Reserva voluntaria	61.656.511	64.665.433	70.719.137	78.662.771	88.138.143
Utilidad Neta Final	\$ 90.018.506	\$ 94.411.533	\$ 103.249.940	\$ 114.847.646	\$ 128.681.689

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

6.4.3 Balance General

BALANCE GENERAL	PERIODO					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo	\$ 22.400.000	\$ 202.937.866	\$ 275.001.845	\$ 293.601.058	\$ 318.560.767	\$ 352.445.163
Invent. Materia Prima	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 22.400.000	\$ 202.937.866	\$ 275.001.845	\$ 293.601.058	\$ 318.560.767	\$ 352.445.163
Gastos Anticipados	\$ 18.200.000	\$ 18.200.000	\$ 18.200.000	\$ 18.200.000	\$ 18.200.000	\$ 18.200.000
Amortización Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo Corriente (NO REALIZABLE):	\$ 18.200.000	\$ 14.560.000	\$ 10.920.000	\$ 7.280.000	\$ 3.640.000	\$ -
ACTIVO FIJO						
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificios	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Depreciación Acumulada Planta	\$ -	\$ -75.000	\$ -150.000	\$ -225.000	\$ -300.000	\$ -375.000
Construcciones y Edificios Neto	\$ 1.500.000	\$ 1.425.000	\$ 1.350.000	\$ 1.275.000	\$ 1.200.000	\$ 1.125.000
Maquinaria y Equipo de Operación	\$ 2.300.000	\$ 4.250.000	\$ 6.050.000	\$ 6.050.000	\$ 6.050.000	\$ 6.050.000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -230.000	\$ -265.000	\$ -120.000	\$ -1.865.000	\$ -2.470.000
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	\$ 2.300.000	\$ 4.020.000	\$ 5.785.000	\$ 5.930.000	\$ 4.185.000	\$ 3.580.000
Muebles y Enseres	\$ 2.050.000	\$ 2.050.000	\$ 2.050.000	\$ 2.050.000	\$ 2.050.000	\$ 2.050.000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -410.000	\$ -820.000	\$ -1.230.000	\$ -1.640.000	\$ -2.050.000
Muebles y Enseres Neto	\$ 2.050.000	\$ 1.640.000	\$ 1.230.000	\$ 820.000	\$ 410.000	\$ -
Equipo de Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Transporte Neto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -1.133.333	\$ -2.266.666	\$ -3.399.999	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina Neto	\$ 3.400.000	\$ 2.266.667	\$ 1.133.334	\$ -	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000
Semovientes pie de cría	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agotamiento Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Semovientes pie de cría	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cultivos Permanentes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agotamiento Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cultivos Permanentes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activos Fijos:	\$ 9.250.000	\$ 9.351.667	\$ 9.498.334	\$ 8.025.001	\$ 9.195.000	\$ 8.105.000
ACTIVOS DIFERIDOS						
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVO	\$ 49.850.000	\$ 226.849.533	\$ 295.420.179	\$ 308.906.059	\$ 331.395.767	\$ 360.550.163
PASIVO						
Cuentas X Pagar Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos X Pagar	\$ -	\$ 86.319.115	\$ 90.531.607	\$ 99.006.791	\$ 110.127.879	\$ 123.393.400
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 86.319.115	\$ 90.531.607	\$ 99.006.791	\$ 110.127.879	\$ 123.393.400
Obligaciones Financieras	\$ 39.850.000	\$ 31.880.000	\$ 23.910.000	\$ 15.940.000	\$ 7.970.000	\$ -
PASIVO	\$ 39.850.000	\$ 118.199.115	\$ 114.441.607	\$ 114.946.791	\$ 118.097.879	\$ 123.393.400
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
Reserva Legal Acumulada	\$ -	\$ 8.631.912	\$ 9.053.161	\$ 9.900.679	\$ 11.012.788	\$ 12.339.340
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 67.513.879	\$ 70.808.649	\$ 77.437.455	\$ 86.135.734
Utilidades del Ejercicio	\$ -	\$ 90.018.506	\$ 94.411.533	\$ 103.249.940	\$ 114.847.646	\$ 128.681.689
Revalorización patrimonio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PATRIMONIO	\$ 10.000.000	\$ 108.650.418	\$ 180.978.573	\$ 193.959.268	\$ 213.297.888	\$ 237.156.763
TOTAL PAS + PAT	\$ 49.850.000	\$ 226.849.533	\$ 295.420.179	\$ 308.906.059	\$ 331.395.767	\$ 360.550.163

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

6.5 Indicadores financieros

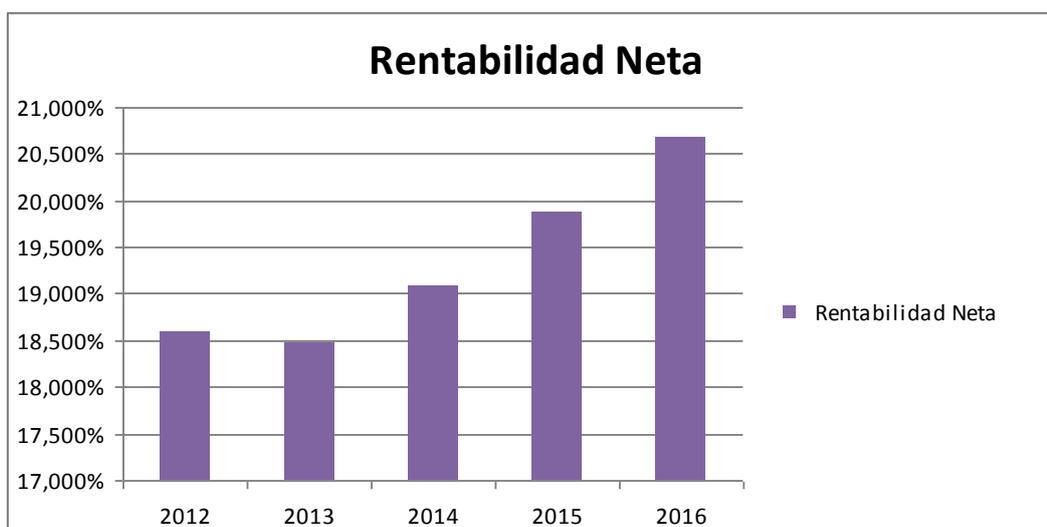
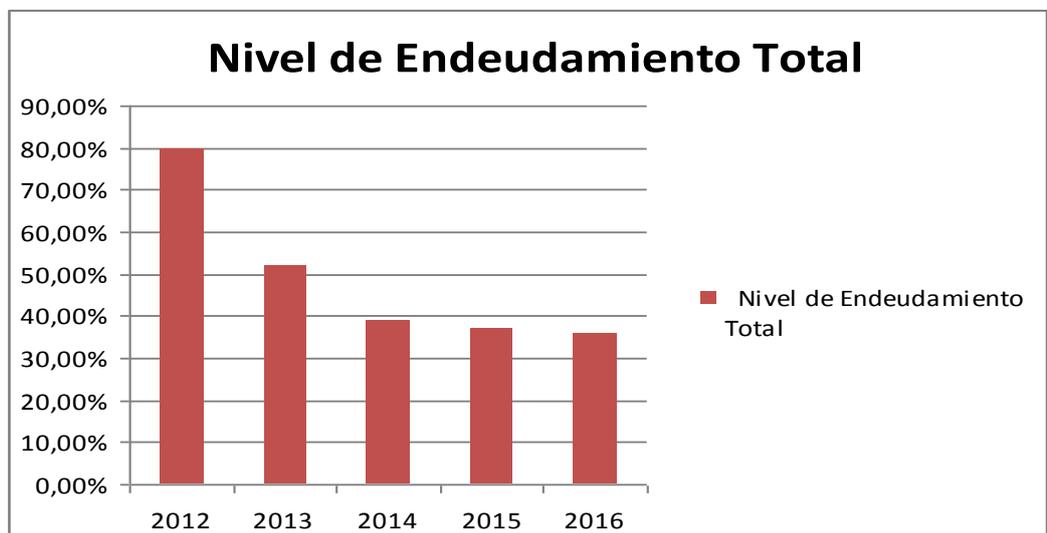
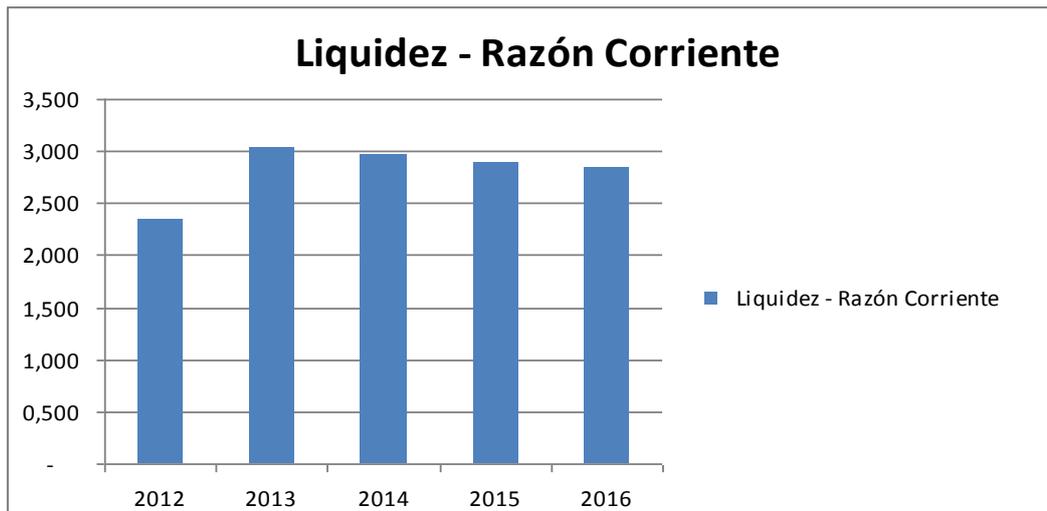
TASA MÍNIMA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES							28,00%
VALOR DE LA INVERSIÓN INICIAL DEL PLAN DE NEGOCIO							\$ 49.850.000
FLUJO DE CAJA PARA LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO:							
PERIODO	AÑO 0	2012	2013	2014	2015	2016	
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -49.850.000	\$ 250.059.750	\$ 355.560.934	\$ 447.397.634	\$ 485.263.439	\$ 533.545.037	
VALOR PRESENTE NETO =		\$ 911.918.929					
TASA INTERNA DE RETORNO =		539,47%					
SI TIR	539,47%	MAYOR QUE >	28,00%	TASA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES (=) VALOR PRESENTE NETO POSITIVO			
SI TIR	539,47%	MENOR QUE <	28,00%	TASA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES (=) VALOR PRESENTE NETO NEGATIVO			
SI TIR	539,47%	IGUAL QUE =	28,00%	TASA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES (=) VALOR PRESENTE NETO IGUAL A CERO			
PERIÓDO		2012	2013	2014	2015	2016	
Liquidez - Razón Corriente		2,351	3,038	2,965	2,893	2,856	
Nivel de Endeudamiento Total		79,94%	52,10%	38,74%	37,21%	35,64%	
Rentabilidad Operacional		54,83%	53,87%	54,94%	56,58%	58,30%	
Rentabilidad Neta		18,605%	18,483%	19,084%	19,878%	20,686%	
Rentabilidad Patrimonio		900,19%	86,89%	57,05%	59,21%	60,33%	
Rentabilidad del Activo		180,579%	41,619%	34,950%	37,179%	38,830%	
Periodo de recuperación de la Inversión		0,120 AÑOS					

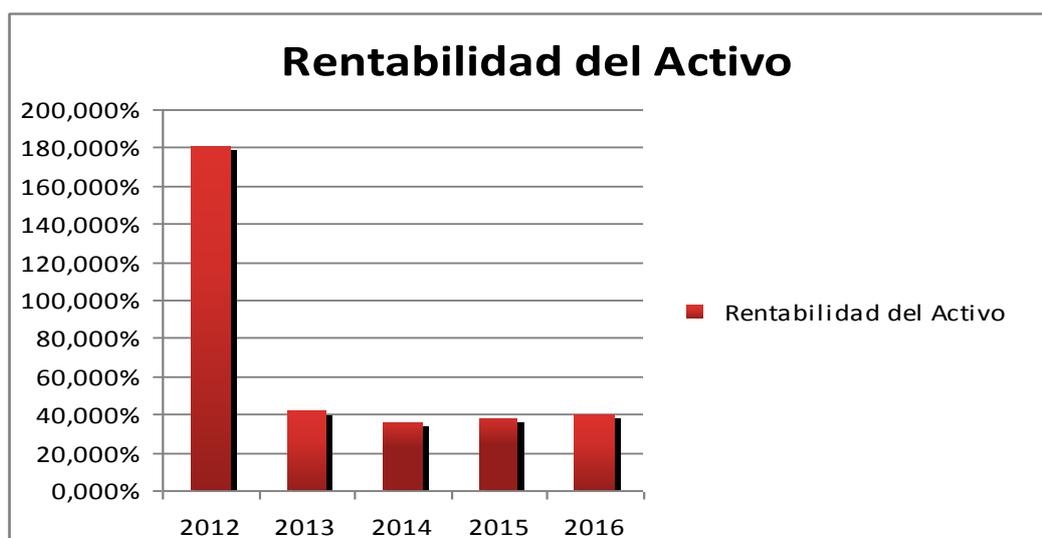
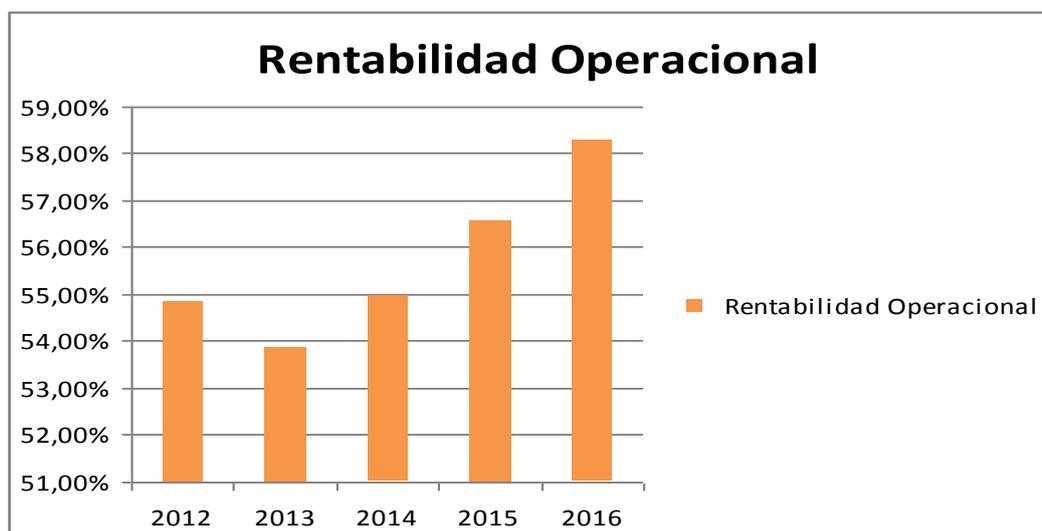
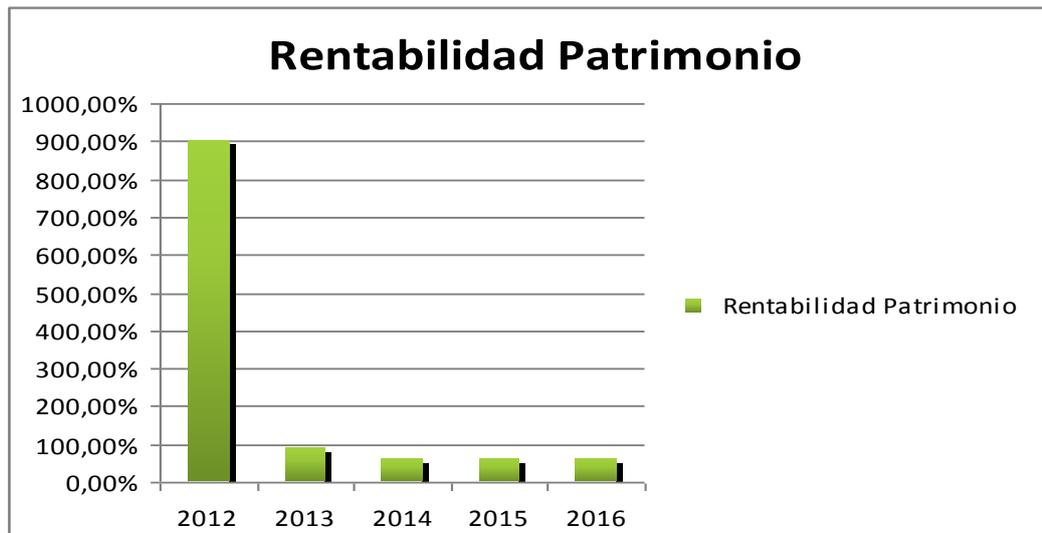
Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.

Se observa la viabilidad en el proyecto, dado que el resultado es mayor que la Tasa de descuento 0,120

CALCULO DEL WACC	TOTAL INVERSIÓN	\$ 49.850.000,00	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	COSTO DE CAPITAL	IMPUESTOS
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL.	APORTE DE LOS SOCIOS	\$ 10.000.000,00	20,06%	28,00%	35%
	FINANCIADO POR DEUDA	\$ 39.850.000,00	79,94%	26,82%	
WACC	19,55%				

Fuente: Simulador Financiero – Universidad EAN 2012 – Esp. REYES GIRALDO, Mauricio.





Indicadores financieros básicos Año 1

Rentabilidad sobre la operación 54.5%

Rentabilidad Neta del 18.60%

Liquidez Razón Corriente del 2.40%

Nivel total de endeudamiento del 80%

6.6 Fuentes de financiación

La fuente de financiación de la empresa SITAEL Ltda., se realizaría a largo plazo, dado que el vencimiento del crédito se realizaría en un tiempo superior a un año, el cual se realizaría en una entidad financiera con una tasa de interés del 2.0%.

7. Análisis de Riesgos

De acuerdo al desarrollo del plan de negocio y cada uno de los capítulos realizados, identificamos los siguientes riesgos o daños potenciales que podrían surgir como un suceso futuro afectando nuestra organización:

Que la proyección de ventas no se ajuste a la realidad (Probabilidad de que un resultado esperado no ocurra):

Dado a que al realizar el análisis del sector encontramos información sesgada a la actividad de mensajería especializada y transporte de mercancías y en el momento de hacer el estudio de mercado se observó que la innovación del servicio de diligencias y trámites personales es bastante interesante para personas que son empleadas en el estrato 3 y 4 y que tendrían la intención de utilizar el servicio, consideramos que es un riesgo, que la proyección de ventas pueda ser menor a la proyectada.

Plan de contingencia:

En el caso de presentarse unas ventas menores a las proyectadas procederíamos a reducir costos laborales teniendo que prescindir de los servicios de uno o dos colaboradores del core business.

En segundo lugar, buscaríamos reducir los costos de comercialización y administrativos, sin dejar de ser efectivos a la hora de promocionar nuestros servicios.

Pérdida de clientes:

Este suceso se podría presentar en el momento en el que la competencia implementara una estrategia de precio, reduciendo el mismo por debajo del

nuestro pero con la favorabilidad de tener un servicio consolidado en el mercado

Plan de contingencia:

Implementar un plan de incentivos o de fidelización a nuestros clientes con el fin de que utilicen de una manera más frecuente nuestros servicios obteniendo descuentos ello.

Pico y placa para todas las motos sin importar el cilindraje o modelo:

Este suceso tendría un buen porcentaje de probabilidad de presentarse en un futuro debido al caos de movilidad que está viviendo la ciudad de Bogotá, generando que nuestros motorizados no tuvieran la posibilidad de utilizar la motocicleta en diferentes días de la semana, afectando la prestación del servicio.

Plan de contingencia:

Una de las soluciones que se podrían implementar para reducir el impacto de este riesgo sería el de asignar zonas como la del centro donde los mensajeros motorizados se ven obligados a parquear sus motos y hacer la entrega de sobres o diligencias a pie, debido a que los destinatarios o entidades que relativamente bastante cerca.

Riesgo de hurto o fraude:

Todas las empresas y personas sin excepción tienen un porcentaje de riesgo de sufrir un hurto o fraude. Esto se podría presentar con el personal de mensajería en el momento de transportar los pagos en efectivo por parte de los clientes o al realizar los pagos de servicios públicos, entre otros.

Plan de contingencia:

Realizar alianzas estrategias con empresas de seguros, donde podamos adquirir pólizas por hurto.

Incumplimiento de tipo legal y contractual:

Este suceso puede presentarse en el momento de empezar a prestar servicios a personas jurídicas donde se realicen documentos contractuales.

Plan de contingencia:

Disponer de asesoría jurídica en los casos de incurrir en responsabilidades contractuales con proveedores o clientes.

Pérdida de productividad de los mensajeros motorizados:

Este suceso es dado a presentarse en la mensajería.

Plan de contingencia:

Diseñar indicadores de gestión y realizar un monitoreo permanente de las operaciones. Adicionalmente, diseñar estudios de tiempos y movimientos con el fin de generar supervisión y control a los colaboradores.

8. Conclusiones Sobre La Viabilidad Y Factibilidad Del Negocio

Consideramos que una de las principales fuentes inspiradoras de la generación de idea de negocio de diligencias y trámites personales es el hecho de que uno de los integrantes del equipo de trabajo tenga un buen conocimiento del sector postal, logístico y de mensajería especializada, del mercado y la realidad del negocio, esto hace que la llevada a cabo de la idea no sea sobre supuestos, sino por un conocimiento y experiencia de la actividad económica.

Una de las principales justificaciones de la idea de negocio es satisfacer las necesidades del mercado, esto debido a la problemática identificada en el transporte en Bogotá, los tiempos en los que un ciudadano debe incurrir para poder realizar sus diligencias, el factor tiempo. Todo esto hace que la idea de negocio este dirigida a satisfacer necesidades del mercado y el cliente específicamente.

Las tendencias de consumo, los factores sociales y la movilidad presentada en la ciudad de Bogotá, las tecnologías existentes para la funcionabilidad del servicio, la capacidad gremial en el sector, nos conducen a la conclusión de la viabilidad por las grandes oportunidades existentes en el sector postal para el desarrollo de nuestra idea de negocio.

En los resultados obtenidos en la herramienta para el estudio del mercado se observa que la capacidad de servicio es de 34.560 diligencias y/o tramites por un valor de \$ 14.000 c/u, dando como resultado \$ 483.840.000 de ingresos en el primer año de funcionamiento, proyectando una utilidad neta total de \$90.018.506 pesos, en el cual nos muestran la viabilidad de la idea de negocio en la localidad de Chapinero en la ciudad de Bogotá a personas empleadas de los estratos 3 y 4 entre los 26 hasta 35 años de edad.

Uno de los principales aspectos para el logro de objetivos de la idea de negocio es el desarrollo de programas de publicidad y comunicación, debido a que muchas personas no tienen conocimiento de empresas que presten el servicio de diligencias y trámites personales.

El plan de producción proyectado es de 34.560 diligencias en el primer año, por lo que consideramos que contamos con la posibilidad de disponer de la capacidad instalada inicial para el primer año de funcionamiento, presentando viabilidad y factibilidad a la idea de negocio.

La proyección de presupuestos económicos como: presupuestos de ventas, costos de comercialización, costos laborales, costos administrativos, el presupuesto de inversión y la proyección de los estados financieros, balance general estado de resultados, nos proporcionan que SITAEI Ltda., obtendría una utilidad neta en el primer año de \$ 90.018.506, y se espera una tasa de rendimiento del 28%, para una inversión inicial de \$49.850.00, concluyendo de esta manera que la idea de negocio tiene un buen porcentaje de viabilidad y factibilidad.

Anexo 1

**Documento obligatorio para todas las opciones de grado****CARTA DE DERECHOS DE AUTOR:
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA EAN**

Yo DIANA MARCELA CRUZ PEREZ mayor de edad, vecino de Bogotá, D.C., Colombia, identificado con cédula de ciudadanía N° 52.786.269 de Bogotá y código estudiantil número 200710340, actuando en mi calidad de autor del trabajo de grado titulado Plan de Negocio para la Creación de Empresa: Sitael LTDA empresa de Servicios de Diligencias y Trámites personales, de conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982 y en las demás normas concordantes sobre la materia, autorizo a la Universidad EAN, para:

Utilizarlo como medio de consulta para la comunidad universitaria.
Publicarlo en formato electrónico de la página Web de La Universidad EAN o de los ambientes virtuales por ésta utilizados.
Publicarlo en formato impreso en la Revista de la Universidad EAN.

La anterior autorización se otorga siempre y cuando, mediante la correspondiente cita bibliográfica se me dé crédito al trabajo de grado.

Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, y por lo tanto la obra es de su exclusiva autoría y detento la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, asumo toda la responsabilidad. Para todos los efectos la Universidad EAN actúa como un tercero de buena fe.

(Firma)

Nombres y Apellidos: DIANA MARCELA CRUZ PEREZ

Identificación 52.786.269

Código Estudiantil 20071034



Documento obligatorio para todas las opciones de grado

CARTA DE DERECHOS DE AUTOR: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA EAN

Yo JUAN ERASMO FANDIÑO VILLA mayor de edad, vecino de Bogotá, D.C., Colombia, identificado con cédula de ciudadanía N° 79.772.136 de Bogotá y código estudiantil número _____, actuando en mi calidad de autor del trabajo de grado titulado Plan de Negocio para la Creación de Empresa: Sitael LTDA empresa de Servicios de Diligencias y Trámites personales, de conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982 y en las demás normas concordantes sobre la materia, autorizo a la Universidad EAN, para:

Utilizarlo como medio de consulta para la comunidad universitaria.
Publicarlo en formato electrónico de la página Web de La Universidad EAN o de los ambientes virtuales por ésta utilizados.
Publicarlo en formato impreso en la Revista de la Universidad EAN.

La anterior autorización se otorga siempre y cuando, mediante la correspondiente cita bibliográfica se me dé crédito al trabajo de grado.

Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, y por lo tanto la obra es de su exclusiva autoría y detento la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, asumo toda la responsabilidad. Para todos los efectos la Universidad EAN actúa como un tercero de buena fe.

(Firma)

Nombres y Apellidos: JUAN ERASMO FANDIÑO VILLA
Identificación 79.772.136
Código Estudiantil



Documento obligatorio para todas las opciones de grado

CARTA DE DERECHOS DE AUTOR: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA EAN

Yo JUAN ERASMO FANDIÑO VILLA mayor de edad, vecino de Bogotá, D.C., Colombia, identificado con cédula de ciudadanía N° 79.772.136 de Bogotá y código estudiantil número _____, y DIANA MARCELA CRUZ PEREZ mayor de edad, vecino de Bogotá, D.C., Colombia, identificado con cédula de ciudadanía N° 52.786.269 de Bogotá y código estudiantil número 200710340, actuando en calidad de autores del trabajo de grado titulado Plan de Negocio para la Creación de Empresa: Sitael LTDA empresa de Servicios de Diligencias y Trámites personales, de conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982 y en las demás normas concordantes sobre la materia, autorizamos a la Universidad EAN, para:

Utilizarlo como medio de consulta para la comunidad universitaria.
Publicarlo en formato electrónico de la página Web de La Universidad EAN o de los ambientes virtuales por ésta utilizados.
Publicarlo en formato impreso en la Revista de la Universidad EAN.

La anterior autorización se otorga siempre y cuando, mediante la correspondiente cita bibliográfica se me dé crédito al trabajo de grado.

Manifestamos que la obra objeto de la presente autorización es original y la realizamos sin violar o usurpar derecho de autor de terceros, y por lo tanto la obra es de su exclusiva autoría y detento la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, asumo toda la responsabilidad. Para todos los efectos la Universidad EAN actúa como un tercero de buena fe.

(Firma)

Nombres y Apellidos: JUAN ERASMO FANDIÑO VILLA
Identificación 79.772.136
Código Estudiantil

(Firma)

Nombres y Apellidos: DIANA MARCELA CRUZ PEREZ
Identificación 52.786.269
Código Estudiantil 200710340

Anexo 2 - FICHA BIBLIOGRÁFICA TRABAJO	
TIPO	Investigación Formativa Creación de Empresas
TÍTULO	PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA: SITAEI LTDA EMPRESA DE SERVICIOS DE DILIGENCIAS Y TRAMITES PERSONALES
PROGRAMA	Administración de Empresas a Distancia
MODALIDAD PROGRAMA	Pregrado
GRUPO	
EDICIÓN	Bogotá D.C., Universidad EAN, 2012.
AUTOR (es)	Diana Marcela, Cruz Pérez; Juan Erasmo, Fandiño Villa
PALABRAS CLAVE	Tramites personales, Diligencias, necesidades de tiempo, seguridad, agilidad, económico, competitividad.
DESCRIPCIÓN	El servicio de diligencias y trámites personales es una necesidad sin atender en el mercado de mensajería en la ciudad de Bogotá, es por esto que este plan de negocio está dirigido a satisfacer dichas necesidades, SITAEI LTDA . Está dirigida a brindar soluciones a las necesidades de personas naturales (empleados, profesionales, independientes, amas de casa) y personas jurídicas en los servicios de diligencias, mensajería y tramites personales.
FUENTES	Presentación Final Cámara de Comercio 2012, CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones, Servientrega S.A. (2011). WWW.SERVIENTREGA.COM , La Nota.com. (2011), A.M. Diligencias y Trámites. (2011), Diligencias y Trámites Express. (2011)., Su Diligencia. (2006), SILVA DUARTE, Jorge Enrique. Cómo iniciar su propio negocio. El perfil del empresario., LCAZAR, Rafael. El emprendedor de éxito.
CONTENIDO	El trabajo de grado esta comprendido en ocho puntos fundamentales los cuales se subdividen hasta fundamentar en forma detallada nuestro Plan de Negocios: 1. Análisis del Sector, 2. Análisis y Estudio de Mercado, 3. Estrategia y Plan De Introducción De Mercado, 4. Diseño técnico y plan de operación (Producción), 5. Estrategia Administrativa, 6. Proyecciones Económicas y Financieras y Estrategia de Financiación del Modelo, 7. Análisis de Riesgos y por último el punto 8. Conclusiones Sobre La Viabilidad Y Factibilidad Del Negocio, donde definimos que si es viable la conformación de la empresa Sitael Ltda.

METODOLOGÍA	Con un enfoque Investigativo y Argumentativo que nos brindaran las herramientas para hacer la propuesta del plan de negocios, basados en datos reales del mercado dados, soportados adicionalmente por los estudios realizados por la Cámara de Comercio, el DANE y demás libros y medios que permiten la investigación de la realidad social actual y sobre esta base fundamentar la empresa a crear.
CONCLUSIONES	Las Necesidades del Mercado debido a las diferentes problemáticas encontradas en la ciudad actualmente como el tema de la movilidad, la falta de tiempo de las personas que trabajan y tienen necesidad de realizar sus diligencias y trámites, la tecnificación de procesos de estos, los horarios de atención, y el resultado arrojado por los estudios realizados a los posibles clientes potenciales, junto a una simulación financiera, nos permitió evidenciar que es viable la creación de la empresa Sitael Ltda. Diligencias y Trámites personales. Adicionalmente pretendemos tomar ventaja de las debilidades encontradas en nuestros competidores, que en realidad son muy pocos, ya que es un sector del mercado que aun no se trabajado a profundidad.
PERIODO ACADÉMICO	2012-2

Bibliografía

- CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones. (15 de Abril de 2010).
Obtenido de
<http://registrotic.mintic.gov.co:9090/registropostal/images/stories/pdf/DocumentoSoporte.pdf>
- Servientrega S.A. (2011). *WWW.SERVIENTREGA.COM*. Obtenido de
http://www.servientrega.com/wps/portal/!ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os_jAYEt_SydDRwN_Qz8DA8_QQCdffz9jYwMDA30_j_zcVP2CbEdFACQjvmM!/dl3/d3/L2dJQSEvUUt3QS9ZQnZ3LzZfRUIIVIRLRzEwTzFGODBJR1Y0N0I1UTNHMjc!/
- La Nota.com. (2011). *lanota.com*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de
<http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Ranking-empresas-de-mensajeria-y-correo-de-Colombia.html>
- CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. (Agosto de 2010). *Observatorio de Movilidad*. Recuperado el 29 de Enero de 2012, de
http://camara.ccb.org.co/documentos/7192_observatorio_movilidad_numero5_parte2.pdf
- A.M. Diligencias y Trámites. (2011). *www.amdiligenciasytramites.com*. Recuperado el 1 de Febrero de 2012, de
<http://www.amdiligenciasytramites.com/amdiligencias-y-tramites.html>
- Diligencias y Trámites Express. (2011). www.tramitesbogota.com/home.html. Recuperado el 23 de Noviembre de 2011, de
<http://www.tramitesbogota.com/home.html>
- Su Diligencia. (2006). *www.sudiligencia.com*. Recuperado el 1 de Febrero de 2012, de
<http://www.sudiligencia.com.co>

<http://sbinfocanada.about.com/cs/startup/a/businessideas.html>

http://www.sba.gov/starting_business/planning/basic.html

<http://businesstown.com/planning/creting-plan.asp>

SILVA DUARTE, Jorge Enrique. Cómo iniciar su propio negocio. El perfil del empresario. Bogotá: EAN, 2004. Parte III

ALCAZAR, Rafael. El emprendedor de éxito. México: McGraw-Hill, 2006.

Capítulo 1

<http://www.google.com.co/imgres?imgurl=http://www.bogotamiciudad.com/Imagenes/mapa.gif&imgrefurl=http://www.bogotamiciudad.com>

<http://www.jnegocios.com/identificacion-de-ideas-de-negocio/>

<http://www.proyectosfindecarrera.com/ubicacion-empresa.htm>

http://www.elabedul.net/San_Alejo/Leyes/Leyes_2009/ley_1369_2009.php

<http://www.acopi.org.co/dynamicdata/LEY%20%201369%20de%202009.pdf>

http://www.adpostal.gov.co/secs/normatividad/decreto_229.htm

<http://www.gestiopolis.com/canales7/eco/transporte-estrategia-normas-infraestructura-y-servicio.htm>

<http://lanota.com/index.php/Composicion-del-PIB.html>

Ministerio de Comunicaciones. (1 de Febrero de 1995). *www.adpostal.gov.co*. Recuperado el 3 de Febrero de 2012, de http://www.adpostal.gov.co/secs/normatividad/decreto_229.htm

<http://www.elspectador.com/noticias/bogota/articulo-270192-pico-y-placa-motos-de-dos-tiempos-comienza-menos-de-dos-meses>

<http://registrotic.mintic.gov.co:9090/registropostal/images/stories/pdf/Documento Soporte.pdf>

http://contenido.metrocuadrado.com/contenidom2/ciudyprec_m2/inforbog_m2/informaciongeneralbogot/ARTICULO-WEB-PL_DET_NOT_REDIM2-2026901.html

<http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.htm>.

Collier, D. A. (2009). *Administración de Operaciones: Bienes, Servicios y Cadenas de Valor*. México: Learning Editores S.A.

Muñoz Negron, D. F. (2009). *Administración de Operaciones: Enfoque de Administración de Procesos de Negocios*. Mexico: Edamsa Impresiones S.A.

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Juan Esteban Fandiño</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Diana Marcela Cruz Pérez</u>
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: <u>[Firma]</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>77.772.13687</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>52286-269</u>
FACULTAD: <u>Estudios en Ambientes Virtuales</u>	FACULTAD: <u>Estudios en Ambientes Virtuales</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Administración de Empresas</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Administración Empresas</u>

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 6 DE SEPTIEMBRE 2012

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo

JUAN ERASMO FANDIÑO VILLA

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número:

79.772.136 Bto

Nombre Completo

Diana Marcela Cruz Pérez

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número:

52.786.269

Nombre Completo

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número:

Nombre Completo

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número:

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Creación de Empresa Sitael Hda

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio