

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

Uniminuto Virtual y a Distancia

Proyecto de grado

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que ofrezca servicios de diligencias a los hogares de la localidad de Engativá, estratos 3 y 4.

Especialización en Gerencia de proyectos –EGPR–

Presenta:

Miguel A. González García, Johnny Cortes González y Yuly A. Pinilla Bustos

Línea de investigación en la que se inscribe el Proyecto

Innovaciones sociales y productivas

Asesor tutor:

Carlos Rene Jiménez Castañeda

Bogotá, Colombia, abril de 2018

Índice

| | |
|---|-----------|
| Introducción..... | 8 |
| 1. Naturaleza y dimensión del tema de estudio | 9 |
| 1.1. Problema | 9 |
| 1.1.1. Enunciado del problema..... | 9 |
| 1.1.2. Formulación del problema..... | 10 |
| 1.2. Objetivos del estudio..... | 10 |
| 1.2.1 Objetivo General..... | 10 |
| 1.2.2. Objetivos específicos..... | 10 |
| 1.3. Justificación y alcance..... | 11 |
| 1.3.1 Justificación | 11 |
| 1.3.2. Relación con la línea de investigación institucional | 12 |
| 1.3.3. Alcance..... | 13 |
| 2. Revisión de literatura..... | 13 |
| 2.1. Estado del arte..... | 13 |
| 2.2. | |
| Referentes teóricos..... | 14 |
| 2.2.1. Prestación de servicios..... | 14 |
| 2.2.2. Hogares..... | 15 |
| 2.2.3. Plataformas virtuales..... | 16 |
| 2.3. Creación de empresa de prestación de servicios para los hogares..... | 16 |
| 3. Diseño Metodológico..... | 18 |
| 3.1 Tipo de estudio..... | 18 |
| 3.2 Población y muestra..... | 18 |
| 3.3. Instrumentos..... | 19 |
| 3.4. Procedimientos y fases..... | 19 |
| 4. Encuesta..... | 20 |
| 4.1. Ficha técnica..... | 20 |
| 4.2. Resultados de la encuesta..... | 20 |

| | |
|---|-----------|
| 5. Estudio y análisis de mercadeo..... | 22 |
| 5.1. Segmento del mercado..... | 22 |
| 5.2. Perfil del consumidor..... | 22 |
| 5.3. Tamaño del mercado..... | 23 |
| 5.4. Consumo aparente..... | 24 |
| 5.5. Metodología de análisis de la competencia..... | 24 |
| 5.5.1. Resultados del análisis de la competencia..... | 25 |
| 5.5.2. Calculo de la demanda potencial y participación del mercado..... | 25 |
| 5.5.3. Participación en el mercado..... | 26 |
| 5.5.4. Ventajas competitivas del producto o servicio..... | 26 |
| 5.6 Estrategia y plan de introducción en el mercado..... | 27 |
| 5.6.1. Objetivos de mercado..... | 27 |
| 5.6.2. Estrategia de mercado..... | 27 |
| 5.6.3. Estrategia de producto..... | 28 |
| 5.6.4. Estrategia de precio..... | 28 |
| 5.6.5. Estrategia de fuerza de ventas..... | 29 |
| 5.6.6. Estrategia distribución..... | 29 |
| 5.6.7. Estrategia de comunicación y promoción..... | 30 |
| 5.6.7.1. Publicidad..... | 30 |
| 5.6.7.2. Promoción de ventas..... | 30 |
| 5.6.7.3. Material promocional..... | 30 |
| 6. Estudio y análisis técnico..... | 31 |
| 6.1. Objetivos de producción..... | 31 |
| 6.1.1. Objetivos a corto plazo..... | 31 |
| 6.1.2. Objetivos a mediano plazo..... | 31 |
| 6.1.3. Objetivos a largo plazo..... | 31 |
| 6.2. Tramites..... | 31 |
| 6.3. Ficha técnica de los servicios..... | 32 |
| 6.3.1. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de servicios de telefonía y/o cable..... | 32 |

| | |
|---|-----------|
| 6.3.2. Ficha técnica del servicio de presentación, pago y demás trámites de impuestos nacionales y distritales..... | 32 |
| 6.3.3. Ficha técnica del servicio de trámites antes las EPS y/o IPS..... | 33 |
| 6.3.4. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de Servicios Públicos..... | 33 |
| 6.3.5. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de comparendos de tránsito..... | 33 |
| 6.4. Especificaciones Técnicas del producto o servicio..... | 33 |
| 6.4.1. Forma de Pago..... | 33 |
| 6.4.2. Recepción y envío de la documentación..... | 34 |
| 6.5. Marco legal..... | 34 |
| 6.6. Descripción del proceso..... | 35 |
| 6.7. Recursos tecnológicos..... | 35 |
| 6.7.1. Hardware..... | 36 |
| 6.7.2. Software..... | 36 |
| 7. Estudio y análisis administrativo..... | 37 |
| 7.1. Nombre de la empresa..... | 37 |
| 7.2. Misión..... | 37 |
| 7.3. Visión..... | 37 |
| 7.4. Valores corporativos..... | 37 |
| 7.5. Logo..... | 38 |
| 7.6. Organigrama..... | 38 |
| 7.7. Política de aseguramiento de la calidad y estrategia de control de calidad sobre el producto o servicio..... | 38 |
| 7.8. | |
| Enfoque de la Política de Salud Ocupacional | 39 |
| 7.9. Política y Estrategia de Gestión Ambiental..... | 39 |
| 8. Análisis y estudio financiero..... | 40 |
| 8.1. | |
| Constitución..... | 40 |
| 8.2. Inversión en activos y equipamiento de la operación..... | 40 |

| | |
|--|-----------|
| 8.3. Capital inicial..... | 41 |
| 8.4. Activos fijos..... | 42 |
| 8.5. Gastos..... | 42 |
| 8.5.1. Gastos de nómina..... | 42 |
| 8.5.2. Gastos de motocicletas..... | 43 |
| 8.5.3. Gastos de arriendo local y servicios..... | 43 |
| 8.6. Costos Variables..... | 43 |
| 8.7. Ingresos..... | 44 |
| 8.8. Análisis de rentabilidad..... | 45 |
| Conclusiones..... | 47 |
| Recomendaciones..... | 49 |
| Referencias..... | 50 |
| Anexos..... | 52 |

Índices de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Ficha técnica de la encuesta..... | 20 |
| Figura 2. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de servicios de telefonía y/o cable..... | 32 |
| Figura 3. Ficha técnica del servicio de Presentación, pago y demás trámites de impuestos nacionales y distritales..... | 32 |
| Figura 4. Ficha técnica del servicio de trámites antes las EPS y/o IPS..... | 33 |
| Figura 5. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de Servicios Públicos..... | 33 |
| Figura 6. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de comparendos de transito..... | 33 |
| Figura 7. Ficha de recepción y envió de documentación..... | 34 |
| Figura 8. Valores corporativos Hagamelfavor.com..... | 37 |
| Figura 9. Logo Hagamelfavor.com..... | 38 |
| Figura 10. Organigrama Hagamelfavor.com..... | 38 |
| Figura 11. Encuesta..... | 52 |
| Figura 12. Gráfica de respuestas a la pregunta número 1 de la encuesta..... | 53 |
| Figura 13. Gráfica de respuestas a la pregunta número 2 de la encuesta..... | 53 |
| Figura 14. Gráfica de respuestas a la pregunta número 3 de la encuesta..... | 53 |
| Figura 15. Gráfica de respuestas a la pregunta número 4 de la encuesta..... | 54 |
| Figura 16. Gráfica de respuestas a la pregunta número 5 de la encuesta..... | 54 |
| Figura 17. Gráfica de respuestas a la pregunta número 6 de la encuesta..... | 54 |
| Figura 18. Gráfica de respuestas a la pregunta número 7 de la encuesta..... | 55 |
| Figura 19. Gráfica de respuestas a la pregunta número 8 de la encuesta..... | 55 |

Índices de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Tabla costos de constitución..... | 40 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| Tabla 2. Tabla de activos fijos..... | 42 |
| Tabla 3. Tabla capital inicial..... | 42 |
| Tabla 4. Tabla gastos de nómina..... | 43 |
| Tabla 5. Tabla gastos de motocicletas..... | 43 |
| Tabla 6. Tabla gastos de arriendo local y servicios..... | 43 |
| Tabla 7. Tabla gastos de variable..... | 43 |
| Tabla 8. Tabla de ingresos primer año..... | 44 |
| Tabla 9. Tabla de ingresos durante los primeros cinco años..... | 44 |
| Tabla 10. Tabla de costos variables durante los primeros cinco años..... | 44 |
| Tabla 11. Tabla de costos fijos durante los primeros cinco años..... | 44 |
| Tabla 12. Tabla de egresos consolidados durante los primeros cinco años..... | 45 |
| Tabla 13. Tabla de ingresos menos egresos durante los primeros cinco años Valor Futuro..... | 45 |
| Tabla 14. Tabla análisis de rentabilidad..... | 45 |
| Tabla 15. Tabla consolidado | 46 |
| Tabla 16. Número de Unidades Productivas por grandes sectores de actividad económica..... | 56 |
| Tabla 17. Segmentación Geográfica..... | 56 |
| Tabla 17. Segmentación Conductual..... | 57 |
| Tabla 19. Matriz de perfil competitivo..... | 57 |
| Tabla 20. Participación en el mercado..... | 57 |

Introducción

Los hogares en la actualidad se ven enfrentados a nuevas necesidades y transformaciones del entorno y por tanto obligados a proveer a su familia de lo básico y si es posible de proporcionar algunos gustos o excesos, de tal manera que se hace relevante que se cuente con un ingreso cada vez mayor. Ahora los padres pasan la mayoría de su tiempo en el trabajo y el poco tiempo que les queda libre lo deben utilizar realizando las tareas propias del hogar como limpiar o asear la casa, pago de servicios públicos, pago de matrículas del colegio de sus hijos, solicitud y autorización de citas médicas.

Partiendo del contexto anterior surge la necesidad de establecer la factibilidad de diseñar una empresa que preste un servicio en la gestión de las diligencias requeridas por los hogares de la localidad de Engativá, dirigidos especialmente a los Estratos 3 y 4. Por tanto se propone a través del presente trabajo un estudio con el fin de validar la factibilidad de dicha empresa.

El trabajo contiene 8 capítulos distribuidos de la siguiente manera:

El capítulo 1. Naturaleza y dimensión del tema de estudio, incluye; problema, objetivos del estudio y justificación y alcance.

El capítulo 2. Revisión de literatura, incluye; estado del arte, referentes teóricos y creación de empresa de prestación de servicios para los hogares.

El capítulo 3. Diseño metodológico, incluye; tipo de estudio, población y muestra, instrumentos y procedimientos y fases.

El capítulo 4. Encuesta, incluye; ficha técnica y análisis y resultados de la encuesta.

El capítulo 5. Estudio y análisis de mercadeo, incluye; segmento del mercado, perfil del consumidor, tamaño del mercado y metodología de análisis de la competencia y estrategia

El capítulo 6. Estudio y análisis técnico, incluye; objetivos de producción, tramites, ficha técnica de los servicios, especificaciones Técnicas del producto o servicio, marco legal, descripción del proceso y recursos tecnológicos

El capítulo 7. Estudio y análisis administrativo, incluye; nombre de la empresa, misión, visión, valores corporativos, logo y organigrama.

El capítulo 8. Análisis y estudio financiero, incluye: constitución, inversión en activos y equipamiento de la operación, capital inicial, activos fijos, gastos, costos variables, ingresos y análisis de rentabilidad.

1. Naturaleza y dimensión del tema de estudio

1.1.

Problema

1.1.1. Enunciado del problema.

En el inventario de información en materia estadística sobre Bogotá (Proyección: Vivienda, hogares y persona por estrato de la Secretaria de Planeación de Bogotá), nos indica que en la Localidad de Engativá existen un aproximado de 253.336 Hogares, de los cuales 189.539 hogares pertenecen a los estratos 3 y 4 representando el 74.8% del total de hogares de la Localidad. Siendo este porcentaje tan representativo en dichos estratos la mayoría de estos hogares requieren que trabajen tanto el padre como la madre cuando están conformados por los dos y cuando solo está conformado por uno de ellos indudablemente resulta más necesario que la cabeza de hogar trabaje para suplir sus necesidades, en el 2016 los hogares monoparentales compuesto por un solo progenitor es del 12.8% de los hogares del total nacional (Según la Encuesta Nacional de Calidad Vida -ECV- 2016 del DANE).

Los hogares en la actualidad se ven enfrentados a nuevas necesidades y transformaciones del entorno y por tanto obligados a proveer a su familia de lo básico y si es posible de proporcionar algunos gustos o excesos, de tal manera que se hace relevante que se cuente con un ingreso cada vez mayor. Anteriormente en la familia se tenían los roles muy bien definidos, el padre era el único que suministraba el dinero, la madre la que se dedicaba al hogar y los hijos se ocupaban de sus estudios, de tal manera que cada uno cumplía una función muy específica dentro del hogar.

Pero con la nueva necesidad de consumir cada vez más cosas y de tener una calidad de vida cada vez mejor, los roles se han desvirtuado y ahora en la familia todos deben apoyar las diferentes tareas dejando a veces descuidadas ciertas labores importantes para la organización y unidad de la familia.

Ahora los padres pasan la mayoría de su tiempo en el trabajo y el poco tiempo que les queda libre lo deben utilizar realizando las tareas propias del hogar como limpiar o asear la casa, pago de servicios públicos, pago de matrículas del colegio de sus hijos, solicitud y autorización de citas médicas, compra de productos, entre otros, dejando relegada su labor como padres y la importancia de dedicarles tiempo a la familia y en especial a sus hijos. Lo anterior genera en los niños bajo rendimiento escolar, baja autoestima, confusión en los modelos de autoridad y disciplina, falta de motivación, vacíos afectivos e innumerables trastornos que inciden directamente en su comportamiento y por ende en la toma de sus decisiones.

Según, la Psicóloga infantil María Elena López (2001), quien abandera un proyecto que busca darle más tiempo a los niños, en Colombia, muchos papás tienen exceso de trabajo, llegan exhaustos a la casa, están preocupados por el dinero, la salud, la seguridad y el futuro de ellos y de la familia. El poco rato que dedican a sus hijos se ve opacado por otras responsabilidades y aunque tanto el padre como la madre expresan permanentemente cuánto los quieren, los niños sienten pocas veces su presencia activa. Los papás que trabajan deben recordar que la calidad tiene que ver con este tipo de presencia que favorece la comunicación, la expresión de afecto y la posibilidad de compartir vivencias, pues solo así se les puede brindar a los hijos, algo que nadie más puede darles: un modelo de familia amoroso, estable y único.

1.1.2. Formulación del problema.

¿Qué factibilidad hay en la creación de una empresa que preste servicios en la gestión de las diligencias requeridas por los hogares de la localidad de Engativá, dirigidos especialmente a los Estratos 3 y 4?

1.2. del estudio

Objetivos

1.2.1. Objetivo General.

Proponer, a través de un estudio de factibilidad, la creación de una empresa que preste el servicio de diligencias a los hogares de la localidad de Engativá estratos 3 y 4, utilizando una plataforma virtual.

1.2.2. Objetivos específicos.

- Encaminar, un estudio de mercadeo, a través de la realización de encuestas de la necesidad real de los hogares de la localidad de Engativá Estratos 3 y 4 para la creación de una empresa de diligencias.
- Presentar una propuesta técnica, por medio del análisis de los diferentes recursos y necesidades del proyecto, a fin del conocimiento de lo requerido para su implementación y puesta en marcha.
- Presentar la propuesta administrativa y gerencial a partir de las diferentes herramientas y técnicas del proceso administrativo a fin del logro de los objetivos del proyecto de creación de una empresa de prestación de servicios.
- Evaluar financieramente los diferentes flujos monetarios que tendrá el proyecto, a fin de dar cuenta de la viabilidad económica y financiera del proyecto que desarrollará la Empresa Hagamelfavor.com

1.3.

Justificación y Alcance

1.3.1. Justificación.

El estudio es importante ya que va a definir la viabilidad de la creación de la Empresa Hagamelfavor.com, la cual ofrecerá a los hogares de la localidad de Engativá, Estratos 3 y 4, personal que realice los trámites requeridos por las familias, los cuales se solicitarán a través de una aplicación virtual.

El resultado del estudio podrá definir qué tantos hogares requieren de nuestros servicios, cuáles son los trámites que se ofrecerán, qué herramientas de las TIC se utilizarán para la

aplicación virtual y con cuanto personal se debe contar para que realice el apoyo personalizado (Generación de empleo), de tal manera que estos hogares que soliciten de nuestros servicios, puedan ahora invertir el tiempo antes utilizado realizando las tareas propias del hogar, en tiempo de calidad para sus hijos y por ente para su familia, fortaleciendo el núcleo familiar, creando lazos de amor consistentes e individuos emocional y psicológicamente sanos y felices, permitiendo generar cambios positivos en sus vidas y en el entorno social.

Es importante adelantar este estudio ya que la creación de empresa en nuestro país y especialmente en Bogotá significa una gran contribución para mitigar la tasa de desempleo que para el periodo de enero a julio de 2017, Bogotá registró una tasa del 11,2% presentando un aumento de 1,6 puntos porcentuales respecto al primer semestre de 2016 (9,6%). (Datos registrados en el boletín técnico del DANE, Mercado laboral por regiones, primer semestre 2017). Así mismo con la creación de Hagamelfavor.com se contribuye a mejorar la calidad de vida de los hogares, según Cristina Valdés Arroyo. Educadora Infantil y Directora de Niceday Escuela Infantil Británica, dedicar tiempo a la familia resulta trascendental para la vida de todos sus miembros, especialmente para los hijos, ya que se sienten importantes y queridos, de tal manera que cuando lleguen a la edad adulta todo esto les hace adquirir una seguridad en sí mismos que será su mejor arma para luchar con la parte más difícil de la vida...la vida misma.

De tal manera, que este estudio brinda la posibilidad de crear la empresa Hagamelfavor.com que estará destinada a brindar los servicios de trámites requeridos por los hogares específicamente de la localidad de Engativá, estratos 3 y 4, dichos trámite se podrán solicitar desde una innovadora plataforma virtual que le indicara, el personal que se dispondrá para realizar la labor, así como el tiempo y costo del mismo. Dicho estudio también puede brindar pautas para posibles proyectos orientados a programas que faciliten y orienten la utilización del tiempo en familia, así como a ofertar posibles planes para los hogares, donde pueden participar padres e hijos estrechando los lazos como familia y propendiendo por la recuperación de los valores en la sociedad.

El equipo realizador del estudio y creador de la nueva empresa en términos generales realiza dos aportes de manera directa a la comunidad, en primera medida con la creación de la empresa se va a generar nuevos puestos de trabajo, lo que incide directamente en la ocupación de

personas en un empleo formal y como segundo ítem, se dará a los hogares espacios en los cuales puedan realizar diferentes actividades en familia, donde se deje atrás el afán del día a día y prime el vínculo del afecto, la confianza y el respeto, reafirmando que el tiempo que se comparte en familia, no trae sino efectos positivos para el individuo, un individuo que hace parte de una sociedad y por tanto el entorno social también tendrá cambios positivos.

1.3.2. Relación con la línea de investigación institucional.

A partir de los argumentos correspondientes a la línea de investigación “Innovaciones Sociales y Productivas”, los autores piensan que este estudio se ajusta a esta línea, teniendo en cuenta que afecta de manera positivamente a la comunidad a la que va dirigido y a la vez es productivo en cuanto a que utiliza las TIC y genera fuentes de empleo en diferentes campos.

1.3.3. Alcance.

El estudio está orientado a formular y determinar la viabilidad económica y financiera de un proyecto que mediante la creación de la empresa Hagamefavor.com busca ofrecer el servicio de diligencias requeridos de manera personalizada a los hogares de la localidad de Engativá, estratos 3 y 4, de tal manera que estas familias puedan utilizar este tiempo antes ocupado en tareas del hogar para compartir con todos los miembros de la familia, haciendo especial relevancia en el tiempo dedicado a sus hijos.

2. Revisión de la literatura

2.1.

Estado del arte

En Bogotá, los estudios e investigaciones realizados sobre la prestación de servicios a los hogares, es muy escaso, básicamente se puede encontrar planes de negocios enfocados hacia el tema, en este contexto se puede partir de la calidad de vida y capacidad de pago de los individuos como insumo para identificar cuáles son los servicios que estarían dispuestos a contratar los hogares. Según el economista Paul Davidson (1978), sin capacidad de pago no existe capacidad de estar bien alimentado, bien educado, y gozar de una buena vida. Así mismo el economista y filósofo Amartya Kumar Sen (1993), conceptualizó la calidad de vida en función de aquellas

capacidades que representan logros valiosos para las personas. Las capacidades constituyen las oportunidades reales que les permiten ser más libres y conducir sus vidas en ese ámbito de libertad.

En el Estudio realizado por la Alcaldía Mayor Bogotá y la universidad Nacional de Colombia sobre la calidad de vida urbana y capacidad de pago de los hogares Bogotanos 2001, la capacidad de pago surge en el contexto de la teoría fiscal clásica, que lo consideraba un criterio justo para definir la participación de los individuos en el pago de impuestos. Desde el siglo XVI, pensadores de diversas vertientes propusieron la “capacidad de pago” como principio para justificar la tributación proporcional en el financiamiento de los bienes públicos. Como lo sostiene el economista Richard Musgrave (1967), la idea de capacidad de pago, además, apunta a través de la imposición progresiva para la financiación de los servicios públicos, hacia el problema, más general, de la redistribución de la renta.

Como consiguiente se está dispuesto a comprar o a consumir según la capacidad de pago que tenga cada hogar, independiente de los ingresos que se ostenten dentro del mismo ya que son muy variables las concepciones de necesidades básicas, ya que no es lo mismo una necesidad básica para un hogar de estrato 4, que una necesidad básica en un hogar de estrato 1. Ahora bien se tiene que entrar a establecer en el sector de los servicios que tanta ponderación tiene en los gastos de una familia, para así determinar la demanda que se tendría de los servicios de la empresa Hagamelfavor.com. En el informe de gestión 2015 del Ministerio de industria y comercio, en el trimestre septiembre-noviembre de 2015, a nivel nacional, los sectores de mayor participación de la ocupación fueron: comercio, restaurantes y hoteles (27,6% del total); servicios comunales, sociales y personales (20,2%).

En un estudio realizado por Sandra Chica (2009). Universidad javeriana, facultada de ingeniería, para la creación de una empresa de prestación de servicios de apoyo para el hogar en la ciudad de Bogotá, se identificó que dentro del sector de servicios el 25% de estos fueron servicios dentro de los hogares, como reflejo del comportamiento de la ocupación según la actividad económica. Este porcentaje es importante pues se trata de un mercado que ha venido creciendo y que, dadas las condiciones actuales, existen pocas empresas dedicadas a suplir sus necesidades en forma completa, creando una faltante dentro de los hogares y de esta manera una

oportunidad de negocio al constituir una empresa dedicada a este servicio y que satisfaga las necesidades que se puedan generar dentro de él.

2.1. Referentes teóricos

2.1.1. Prestación de Servicios.

Dicha figura se desprende del artículo 34 del Código Sustantivo de Trabajo, en donde se define al contratista independiente como las personas naturales o jurídicas que contraten la ejecución de una o varias obras o la prestación de servicios en beneficios de terceros, por un precio determinado, asumiendo todos los riesgos, para realizarlos con sus propios medios y con libertad y autonomía técnica y directiva.

Conforme al código sustantivo de trabajo, la Universidad Católica de Pereira, indica que es importante tener presente que se podrá acudir a este contrato siempre y cuando se presenten las siguientes premisas

- Se trate de obras contratadas a precio determinado
- Que el contratista asuma todos los riesgos de la ejecución
- Que el contratista goce de la libertad para nombrar y remover el personal de cual se va a valer para la ejecución de los trabajos
- Que el contratista goce de plena autonomía tanto desde el punto de vista técnico para la ejecución de las obras, como en la dirección y manejo del personal que haya contratado, para quienes será su empleador.
- Que en la ejecución de las obras utilice sus propias herramientas y medios de trabajo.

En el Código de Comercio por su parte, define el Contrato de suministro de servicios en el artículo 968, así: “El suministro es el contrato por el cual una parte se obliga, a cambio de una contraprestación, a cumplir a favor de otra, en forma independiente, prestaciones periódicas o continuadas de cosas o servicios”.

En este orden de ideas, el concepto jurídico 289333 del 29 de septiembre de 2008 emitido por la Oficina de asesora jurídica y de apoyo legislativo del Ministerio de la protección social, concluye que el contrato de prestación de servicios se encuentra regulado por disposiciones comerciales y civiles, cuando se suscriben con personas de derecho privado, bien sean naturales

o jurídicas. La contratación de personal de un trabajador independiente bajo la modalidad de contrato de prestación de servicios, tendrá que ser de manera ocasional, de modo tal que no se cumpla con los requisitos contemplados en el artículo 23 del Código Sustantivo del Trabajo subrogado por el artículo 1° de la Ley 50 de 1990, esto es, que no se genere una relación laboral.

2.1.2. Hogares.

Según la definición contemplada por el Departamento Administrativo Nacional de estadística DANE, el hogares la unidad social conformada por una persona o un grupo de personas que se asocian para compartir el alojamiento y la comida. Es decir, que hogar es el conjunto de personas que residen habitualmente en la misma vivienda o en parte de ella (viven bajo el mismo techo), que están unidas o no por lazos de parentesco, y que cocinan en común para todos sus miembros (comen de la misma olla). Los empleados del servicio doméstico y sus familiares forman parte del hogar siempre y cuando duerman en la misma vivienda. En una vivienda pueden encontrarse varios hogares si existen grupos de personas que viven en una parte de la misma y preparan sus comidas por separado.

2.1.3. Plataformas virtuales.

Para Jimmy Armando Muñoz (2011), a nivel regional se han planteado particular y conjuntamente varias políticas y acuerdos para promover el comercio electrónico, entendiéndolo como eje para incrementar la ciencia, la productividad y fomentar el crecimiento económico de cada país y de toda la región. Al analizar las condiciones del entorno necesarias para que se desarrolle el comercio electrónico de forma óptima, es indispensable una adecuada infraestructura de telecomunicaciones, operadores de redes y servicios de comunicaciones.

Estas condiciones han venido mejorando en la región y ahora se plantea un reto para todos los gobiernos y las empresas: dar el mejor aprovechamiento posible a las tecnologías de información y comunicación (TIC) de su país. De igual forma, las políticas y el marco regulatorio regional se han venido actualizando para ser preciso y neutral, para facilitar la interacción de los agentes del sistema. Para las pequeñas y medianas empresas que no cuentan con la capacidad económica para hacer grandes inversiones en plataforma y software existen las conocidas Pasarelas de

pagos, que cuentan con la infraestructura necesaria para ofrecer la tercerización tecnológica de la plataforma de pagos. En Colombia actualmente hay 6 empresas dedicadas a ofrecer este servicio: Pagos OnLine, Avisor Technologies, Zona Virtual, Abre, Edinet y Resultado Total. Según Jimmy Armando Muñoz (2011).

2.2. Creación de empresa de prestación de servicios para los hogares

En el estudio realizado por Sandra Chica (2009). Universidad javeriana, facultada de ingeniería para la creación de una empresa de prestación de servicios de apoyo para el hogar en la ciudad de Bogotá, afirma que asegurar una posición en el mercado es sinónimo de garantizar que todos los elementos que soportan el prestigio de un determinado producto o servicio sean consistentes con lo que los clientes quieren y con los que los competidores están ofreciendo. Es por esto que es necesario contar con procesos eficientes, dispuestos de tal forma que su eje principal sea la calidad, agilidad, seguridad, confianza y alineamiento con los objetivos de la empresa.

Es aquí donde surge la necesidad de aplicar un plan de negocios para la creación de una empresa, el cual proporcionará el análisis suficiente para incrementar considerablemente la factibilidad de éxito de un negocio nuevo; no solo en su incursión en el mercado sino el tipo de negocio; una nueva categoría que se pretende crear en el mercado de los servicios dirigida específicamente a un sector un poco desatendido por las grandes empresas; el hogar. Afirma Sandra Chica (2009).

3. Diseño metodológico

3.1.

Tipo de estudio

Para poder lograr nuestro objetivo, se iniciará con la realización de un estudio de tipo descriptivo, que de acuerdo con Cerda (1998), una de las principales funciones de este tipo de investigación, es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes. Lo anterior, para la creación de una empresa que preste servicios a los hogares específicamente de la localidad de Engativá, estratos 3 y 4, como segunda instancia se genera una investigación de estudio de caso, que de acuerdo con Neiman y Quaranta (2009), el caso o los casos están constituidos por un hecho, grupo, una relación, una institución, un proceso social o una situación o escenario específico construido a partir de un determinado enfoque empírico y conceptual de la realidad social que conforma un tema o problema de investigación.

3.2.

Población y muestra

De acuerdo con Fracica (1988), población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de las unidades del muestreo. Dado lo anterior el enfoque de estudio de población está en los hogares de la localidad de

Engativá estratos 3 y 4, que según el inventario de información en materia estadística sobre Bogotá (Proyección: Vivienda, hogares y persona por estrato de la Secretaria de Planeación de Bogotá), nos indica que existen un aproximado de 189.539 hogares pertenecientes a estos estratos, utilizando un método de muestreo probabilístico (Weiers, 1986), se establece una muestra aleatoria simple (MAS) con una población finita de 189.539 hogares, arrojando 384 encuestas para la investigación de mercados con un nivel de confianza del 95%, una probabilidad de ocurrencia de 0.5 y un error máximo de estimación del 5%.

Cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = (Z^2 * p * q * N) / [(N * E^2) + (Z^2 * p * q)]$$

$$n = (1.964^2 * 0.5 * 0.5 * 189539) / [(189539 * 0.05^2) + (1.964^2 * 0.5 * 0.5)]$$

$$n = 182777,007 / (473,85 + 0.964)$$

$$n = 182777,007 / 474,814$$

$$n = 384,944$$

3.3.

Instrumento

Según (Bernal, 2016), la investigación científica ofrece variedad de técnicas o instrumentos para la recolección de información, en el trabajo de campo de una determinada investigación, así mismo (Muñoz, 2001) indica que la investigación cuantitativa utiliza generalmente algunos instrumentos y técnicas de recolección de información, dentro de las cuales encontramos las encuestas. Para (Bernal, 2016), es importante comenzar por entender que el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos de un proyecto de investigación. Por lo anterior la encuesta estará conformada por un cuestionario de 08 preguntas. Para dicho cuestionario se emplearon preguntas abierta y cerradas de tipo dicotómicas y de opción múltiple.

3.4.

Procedimiento o fases

La propuesta del procedimiento para desarrollar el estudio en función del objetivo: Proponer, a través de un estudio de factibilidad, la creación de una empresa que preste el servicio de

diligencias a los hogares de la localidad de Engativá estratos 3 y 4, utilizando una plataforma virtual, a través de la empresa Hagamelfavor.com, se genera con las siguientes fases:

Fase 1: Revisión estado del arte y desarrollo del marco teórico.

Fase 2: Diseño de instrumento a utilizar para obtención de información primaria.

Fase 3: Aplicación del instrumento estadístico.

Fase 4: Sistematización, análisis e interpretación de la información primaria y secundaria para la elaboración del estudio.

Fase 5: Elaboración del estudio mercadeo.

Fase 6: Elaboración del estudio técnico.

Fase 7: Elaboración del estudio administrativo

Fase 8: Elaboración del estudio financiero.

Fase 9: Se elaboran conclusiones y recomendaciones con los resultados obtenidos en el desarrollo del estudio con base en la investigación documental.

4. Encuesta

4.1.

Ficha técnica

| | |
|---------------------------|---|
| Empresa : | Hagamelfavor.com |
| Referencia: | La encuesta tiene como fin determinar la Factibilidad de la creación de una empresa de prestación de servicios personalizados, que realice los trámites requeridos por los hogares de la localidad de Engativá estratos 3 y 4, utilizando una plataforma virtual. Como proyecto de grado para la especialización Gerencia de proyectos en la UNIMINUTO. |
| Naturaleza: | Cuantitativa |
| Cobertura: | Hogares estrato 3 y 4 de la Localidad de Engativá |
| Tipo de Encuesta: | Cuestionario de 08 preguntas con preguntas abiertas y cerradas de tipo dicotómicas y de opción múltiple. |
| Tamaño de Muestra: | 383 |
| Margen de error: | 5 % con el 95% de confianza |
| Recolección: | Del 1° al 31 de Enero de 2018 |

Figura 1. Ficha técnica de la encuesta.

4.2.

Análisis y resultados de la encuesta

Pregunta 1: Seleccione aquellos trámites que le gustaría que un tercero realizase por usted

La encuesta refleja que los trámites con mayor participación son: Pago y trámites de plan de telefonía o cable, con un 67%; Presentación, pago y demás trámites de impuestos nacionales y distritales, con un 63%; Pago y trámites de Servicios Públicos (Agua, Luz, Gas, etc.) con un 59%; Pago y trámites de comparendos Transito con un 57%.

Los trámites con menor participación fueron: Compra regalos, con un 17%; Lista de compra de útiles escolares y Acompañamiento del cobro de pensión, con un 19%; Realizar acompañamiento a las tareas de sus hijos, con un 28%.

Pregunta 2: ¿Estaría dispuesto a pagar por que le hiciéramos un trámite que no tiene tiempo de hacer por diversos motivos?

Podemos evidencia que el 76% de los encuestados si estarían dispuestos a pagar por que le hiciéramos un trámite y por el contrario solo el 24% no estaría dispuesto a pagar por el trámite

Pregunta 3: Seleccione cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por cada trámite

El 44% de los hogares estaría dispuesto a pagar entre \$20.000 y \$30.000 por cada trámite, el 23% de los hogares estaría dispuesto a pagar entre \$30.000 y \$40.000 por cada trámite y el 21% de los hogares estaría dispuesto a pagar menos de \$20.000 por cada trámite.

Pregunta 4: ¿Su jornada laboral le permite hacer sus trámites?

El 71% de los hogares indican que su jornada laboral no le permite realizar sus trámites y tan solo el 29% tienen una jornada laboral que si les permite realizar sus trámites.

Pregunta 5: Cuantas horas le dedica a su jornada laboral diaria

El 51% de los hogares le dedica de 8 a 10 horas a su trabajo y el 45% le dedica de 6 a 8 horas.

Pregunta 6: ¿Conoce alguna Empresa que realice tramites personalizados a los hogares?
El 100% de los encuestados indica que no conoce ninguna empresa que realice trámites personalizados a los hogares.

Pregunta 7: ¿Por qué medio le gustaría contratar los servicios para sus trámites?
Con una participación del 51% les gustaría contratar los servicios por aplicación desde su celular o por internet y el 43% le gustaría de manera personal.

Pregunta 8: ¿Con que frecuencia al mes usaría el servicio?
El 49% de los encuestados indican que utilizaría el servicio una vez al mes y el 43% los utilizaría de dos a 5 veces al mes.

5. Estudio y Análisis de Mercadeo

El estudio piloto de mercado esta explícito de acuerdo al censo empresarial 2011 realizado por Cámara de Comercio de Bogotá se implantaron los siguientes criterios para la localidad de Engativá:

Cobertura del censo UP (unidades productivas)

- UP ubicadas 22.238 (100%)
- UP Censadas 22.238 (100%)

Número de Unidades Productivas por grandes sectores de actividad económica (Ver Anexo 3)

El censo permitió ubicar información actualizada sobre los principales factores tales como problemas y necesidades de financiamiento, capacitación, gestión administrativa, y personal ocupado, entre otros, de las unidades productivas empresariales de la localidad de Engativá.

Es aconsejable distinguir y separar cada una de las partes del mercado, con el fin de visualizar las estrategias y decisiones a implementar, de tal forma que sean las más apropiadas y nos produzcan al desarrollo recomendable para nuestra organización; se debe tener en cuenta que existen gran variedad de factores que afectan la conducta del consumidor y que llevan comúnmente al desarrollo de composiciones de mercado diferentes para cada uno de los segmentos seleccionados como mercado objetivo.

5.1.

Segmento de Mercado

Segmentación Geográfica. (Ver Anexo 3)

Segmentación Demográfica. (Ver Anexo 3)

Segmentación Conductual. (Ver Anexo 3)

5.2.

Perfil del consumidor

Hogares conformados por personas naturales: independientes o empleados con la necesidad del servicio de trámites y mensajería ubicados en la localidad de Engativá en los barrios de Las Ferias, Boyacá Real, Garcés Navas, Minuto de Dios, Santa Cecilia, Bolivia, Álamos, Jardín Botánico 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 25 a 39 años.
- El 51 % de ellos es género masculino y el restante 49% género femenino.
- El 100% se encuentran ubicados en los estratos 3 y 4.

Nuestro nicho de mercado se encuentra ubicado en Las Ferias, Boyacá Real, Garcés Navas, Minuto de Dios, Santa Cecilia, Bolivia, Álamos, Jardín Botánico, Engativá y el 74% de los clientes potenciales son de ocupación “empleados”.

5.3.

Tamaño del mercado

La localidad de Engativá representa el 2,19% del área total de la ciudad.

Es la décima localidad en extensión total (3.588 Ha). Posee 671 hectáreas de áreas protegidas. No posee suelo de expansión.

La localidad de Engativá tiene 246.422 hogares, los cuales representan el 11,4% del total de Bogotá. Por estrato socioeconómico se tiene que del total de hogares de Engativá para el 2009, el 71,9% se encuentran en el estrato medio-bajo, el 23,8% en el bajo, el 2,6% en el medio, el 0,9% clasificado sin estrato y el 0,8% en el bajo-bajo. El promedio de personas por hogar (2.6), es el más bajo entre las localidades e inferior al de la ciudad (3.5).

- Sector servicios: Este sector emplea al 45,5% de las personas de la localidad, existen Unidades de planeamiento Zonal donde esta tendencia es más profunda, tal es el caso Jardín Botánico 95,9%, Bolivia 69,2% y Santa Cecilia 51,3%.
- Sector comercio: Es el segundo sector que más emplea personas en promedio de la localidad con un 33,0%, cabe resaltar, la alta participación en esta actividad Las Ferias la cual ocupa a un 43,4% de sus empleados en esta, le siguen Engativá (37,9%) y Garcés Navas con el 35,9%.
- Sector industria: A pesar de ser el que menor cantidad de empleos en promedio genera en la Localidad con un 21,5%, en la unidad de planeamiento zonal de Álamos alcanza casi la mitad de sus empleos, un 47,6%

El mercado objeto son el número de hogares que trabajan en horarios entre las 7:00am hasta las 6:00pm que pertenezcan a los estratos 3 y 4. El número total de hogares de la Localidad que están en estratos medio bajo y medio (estratos 3 y 4 según censo del DANE es de 189539 hogares, que cumplan con estas especificaciones en la localidad de Engativá).

5.4.

Consumo aparente

Según los resultados de la herramienta encuesta, el 76% de los encuestados utilizarían el servicio de Diligencias y Trámites personales, El 49% de los encuestados indican que utilizaría el servicio una vez al mes y el 43% los utilizaría de dos a 5 veces al mes.

Población Objetivo = 189539 hogares

Mercado potencial = 76% que corresponde a 144050 hogares

No. de diligencias solicitadas = 1 (49% encuestados) = 1 diligencia/mes

No. De diligencias solicitadas= 2 – 5 (43% encuestados)= 2-5 diligencias/mes

Frecuencia de uso del servicio = Mensual

Consumo Aparente = $189539 * (0,76)*1 = 144050$ Diligencias y/o Trámites mensuales

5.5.

Metodología de Análisis de la competencia

Se analiza la competencia por medio del análisis de la prestación de servicios personalizados de diligencias, dentro de estos prestadores de servicio están:

- Tusmandados.com: Se caracteriza por su trabajo logístico, ofrece varios servicios como solicitud del registro civil a domicilio, tramites de vehículos, pago de servicios públicos, radicación de cuentas de cobro, llevan más de 11 años de servicio en el mercado.
- Servivueltas.net: Ofrece servicios como transporte y gestión de documentos puerta a puerta, transporte y gestión de paquetes, pagos recaudos y consignaciones, logística de productos mercancías e inventarios, tiene más de 9 años de presencia en el mercado, cuenta con sucursales en varias ciudades del país.
- Diligencias y tramites Express: Ofrece portafolio de servicios que incluyen tramites documentales variados como Documentación para ARL, EPS, AFP, certificados y constancias académicas, trámites ante movilidad y secretaria distrital de salud, autenticación de actas de bautismo, matrimonio, defunción, es una empresa nueva en el mercado, se ubica en el norte de Bogotá (calle 165 con crr 54), con lo cual es una debilidad para la zona donde se pretende implementar el servicio.
- Tramites al instante.com: Dentro de su portafolio de servicios ofrece manejo y distribución de medicamentos, radicación de documentos para licitaciones, trámites ante entidades públicas y privadas, pago de servicios públicos, trámites bancarios, servicio de conductor elegido, entrega de mercancías en Bogotá y alrededores, incluye servicios personalizados por horas, días, semanas o meses. Matriz de Perfil competitivo. (Ver Anexo 3)

Al realizar el análisis de la matriz del perfil competitivo de la competencia real y directa, se observa que la empresa Servivueltas en las áreas de Servicio al Cliente y Precio presenta una fortaleza superior con relación a las demás empresas del sector, adicionalmente, cuentan con una

página en la red bien organizada, la cual le permite a sus clientes contar con la información necesaria.

De otra parte, la organización Tus mandados presenta un portafolio de servicios muy completo que no tienen las otras empresas ampliando sus servicios a otras áreas documentales.

Este análisis nos permite establecer que para poder implementar una estrategia de competitividad en el sector es necesario contar con una herramienta TIC adecuada que nos permita ofrecer una alta calidad en el servicio.

5.5.1. Resultados del Análisis de la competencia.

La ubicación geográfica de estos proveedores está relacionada estrechamente con las facilidades que tienen para la operación en diferentes ciudades de Colombia y del exterior, en algunos casos como Tusmandados quienes cuentan con la logística para envíos y trámites en el exterior.

Específicamente en el servicio de diligencias y trámites personales de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, el 100% de los encuestados manifestaron no conocer empresas dedicadas al servicio de diligencias, lo cual es una fortaleza para el negocio propuesto, pues se pretende instalar las oficinas centrales en el sector (Barrio Boyacá Real), con lo cual los tiempos de atención a los clientes potenciales se reducen logrando una satisfacción en el cliente y beneficio para la organización al incurrir en menos inversión en recursos humanos y recursos de movilización (transportes).

5.5.2. Calculo de la Demanda Potencial y Participación en el Mercado.

La cantidad de hogares en los estratos 3 y 4 son 189539, dado que los resultados de la encuesta arrojaron que el 76% de los encuestados definitivamente usarían el servicio de diligencias y trámites personales para una cantidad de hogares compradores del servicio en el mercado de 144050, con una cantidad mensual de 1 diligencias y/o trámites, tomando como promedio 1 diligencias y/o trámites mensuales que al año serían 12 diligencias por comprador. Con relación al precio debido a que el 44% estarían dispuestos a pagar por diligencia y/o trámite un valor entre \$ 20.000 y \$ 30.000, el precio se promedió a \$ 25.000 por diligencia y/o trámite.

Calculo de la demanda total del mercado

$$Q = n * q * p$$

Q=Demanda Total del Mercado

n=Número de compradores del mercado

q=Cantidad comprada por un comprador promedio al año

p=precio de un artículo promedio

$$Q = 144050 * 0,44 * 12 * \$25.000$$

$$Q = \$19.014.600.000$$

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

5.5.3. Participación en el mercado.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta se identificó que la demanda potencial es de 1.728.600 diligencias y/o trámites al año, pero dado que la empresa iniciará operaciones con cinco tramitadores los cuales tienen una capacidad de operación de 23.400 diligencias y/o trámites para realizar al año, podemos determinar que tenemos una capacidad de servicio frente a la demanda potencial del **1,35%**, determinando así el porcentaje de participación en el mercado, según lo indicado en el siguiente cuadro. (Ver Anexo 3)

5.5.4. Ventajas competitivas del producto o servicio.

- Debido a la naturaleza del negocio, se debe contar con una plataforma de pagos propia en línea para poder pagar servicios públicos, impuestos, etc con recursos propios y optimizar los recursos logísticos usados para este fin.
- Hacer 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 prestado.
- Alta productividad del personal, generando costos operativos más bajos.

5.6. Estrategia y plan de introducción de mercado

5.6.1. Objetivos de Mercado.

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

- Ofrecer variadas alternativas de pago y atención.
- Crear un lazo de confianza estable entre el cliente y la organización, con un servicio personalizado que no solamente incluya las herramientas tecnológicas.
- Optimizar el contenido la página web de Hagamelfavor.com, 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,olx,whatsapp.
- Realizar continua retroalimentación con los clientes sobre los servicios prestados y sugerencias por servicios no ofrecidos por la Empresa, para realizar las modificaciones correspondientes y nuevos productos en el portafolio.
- 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.

5.6.2. 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 Engativá con el fin de dar a conocer nuestros servicios.

5.6.3. Estrategia de producto.

Dar a conocer nuestro servicio de trámites y diligencias mostrando que es un producto necesario, confiable, ágil y de vanguardia, son estas las competencias que nos definen y debemos trabajar en función de ellas y resaltarlas en cada uno de nuestros servicios.

5.6.4. Estrategia de Precio.

Una de las decisiones más importantes que tenemos que tomar como empresarios es la de definir el precio de venta de un producto o de un servicio.

El precio de venta de un producto o de un servicio va a depender directamente de factores externos a la empresa. A continuación, mencionamos algunos de los más relevantes:

- Demanda
- Oferta
- Calidad del producto
- Calidad de las materias primas con que fue fabricado
- Exclusividad
- Prestigio
- Marca
- Competencia
- Localización

Formula:

$$P = C * (100 / (100-R))$$

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo Unitario Total} * (100 / 100 - \text{Rentabilidad})$$

$$PV = (\$292.835.898 / \$23.400) * (100 / (100 - 50\%))$$

$$\text{Valor Unitario} = \$12.514 *(2)$$

$$PV = \$25.028$$

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 \$12.514 pesos y el porcentaje es del 50 % de ganancia, dando un Precio de Venta de \$25.028 pesos. Adicionalmente se realizó un análisis de precios en las empresas de competencias directas y se identificó que el precio de venta por el servicio de trámites y diligencias personales oscila entre \$18.000 y \$45.000 pesos.

De esta manera y pensando en generar una entrada competitiva en el mercado por precio de venta, se decide fijar el mismo en \$25.000 pesos de forma tal que se ajusta al porcentaje pretendido de ganancia frente al costo por unidad de venta de la competencia y cumpliendo con el porcentaje obtenido en la encuesta realizada.

5.6.5. Estrategia de fuerza de ventas.

- Se actualizara constantemente la página de Internet con información de la empresa y su catálogo 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 utilizaran 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.

5.6.6. Estrategia de distribución.

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

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.

5.6.7. Estrategia de comunicación y promoción.

5.6.7.1. 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 Engativá el costo aproximado de esta es de: \$2.900.000.

Adicionalmente, la entrega de volantes en la localidad y el diseño y utilización de una página WEB, dado a que el 51% de las personas encuestadas manifestaron estar interesadas en recibir información a través de la WEB. ■

5.6.7.2. *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.

5.6.7.3. *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 catálogo tanto físico como online para comercializar los productos

6. Estudio y análisis técnico

6.1.

Objetivos de producción

6.1.1. Objetivos a corto plazo.

- Generar durante el primer año una utilidad operacional no menor al 10% sobre las ventas.
- Lograr una participación del 54.19% en el mercado sectorial de diligencias y trámites de la localidad de Engativá en la ciudad de Bogotá, durante el primer año de funcionamiento, dado que la capacidad de servicio es de 23.400 diligencias y/o tramites debido a la capacidad de los cinco diligenciadores frente a una demanda potencial de 43180 diligencias y/o tramites, de acuerdo con las encuestas aplicadas.

6.1.2. Objetivos 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

6.1.3. Objetivos 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.

6.2.

Tramites

- Pago y trámites de servicios de telefonía y/o cable
- Presentación, pago y demás trámites de impuestos nacionales y distritales
- Pago y trámites antes las EPS y/o IPS
- Pago y trámites de Servicios Públicos
- Pago y trámites de comparendos de transito

Nuestros servicios están enfocados a los hogares de estratos 3 y 4 que vivan en Localidad de Engativá, 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 Geográfica Central de la Localidad de Engativá (Barrio Boyacá Real), siendo esta ubicación de fácil acceso para las diferentes zonas o barrios de la Localidad. Se encuentran cómodos precios en el arriendo de la oficina, y el uso de estacionamiento es más fácil para las motos de nuestros colaboradores.

6.3.

Ficha Técnica de los servicios

6.3.1. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de servicios de telefonía y/o cable.

| FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO | |
|---|---|
| PAGO Y TRÁMITES DE SERVICIOS DE TELEFONÍA Y/O CABLE | |
| NOMBRE DEL SERVICIO | PAGO Y TRÁMITES DE SERVICIOS DE TELEFONÍA Y/O CABLE |
| CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO | Realización del pago, trámite, solicitudes, peticiones y reclamos del servicio de telefonía y/o cable que requieran que el cliente se dirija de manera personal a las oficinas de las entidades prestadoras del servicio. |
| TIPO DE SERVICIO | Presencial |
| REQUISITOS | Autorización y/o poder firmada por el cliente para realizar el trámite |
| OBSERVACIONES | En caso que la prestación del servicio requiera un tiempo superior a 4 horas, se cobrara como si fuera un nuevo trámite |

Figura 2. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de servicios de telefonía y/o cable

6.3.2. Ficha técnica del servicio de presentación, pago y demás trámites de impuestos nacionales y distritales.

| FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO | |
|---|---|
| PRESENTACIÓN, PAGO Y DEMÁS TRÁMITES DE IMPUESTOS NACIONALES Y DISTRITALES | |
| NOMBRE DEL SERVICIO | PRESENTACIÓN, PAGO Y DEMÁS TRÁMITES DE IMPUESTOS NACIONALES Y DISTRITALES |
| CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO | Diligenciamiento/presentación de impuestos, pago, trámites, solicitudes, peticiones y reclamos ante la entidad de Impuestos Nacionales (DIAN) y las entidades de impuestos distritales de la ciudad de Bogotá |
| TIPO DE SERVICIO | Presencial y/o virtual |
| REQUISITOS | Autorización y/o poder firmada por el cliente para realizar el trámite |
| OBSERVACIONES | En caso que la prestación del servicio requiera un tiempo superior a 4 horas, se cobrara como si fuera un nuevo trámite |

Figura 3. Ficha técnica del servicio de Presentación, pago y demás trámites de impuestos nacionales y distritales

6.3.3. Ficha técnica del servicio de trámites antes las EPS y/o IPS.

| FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO | |
|--------------------------------|--|
| TRÁMITES ANTES LAS EPS Y/O IPS | |
| NOMBRE DEL SERVICIO | TRÁMITES ANTES LAS EPS Y/O IPS |
| CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO | Realización de trámites en general ante las EPS y/o IPS y demás entidades relacionadas con el sector de prestación del servicio de salud |
| TIPO DE SERVICIO | Presencial y/o virtual |
| REQUISITOS | Autorización y/o poder firmada por el cliente para realizar el trámite |
| OBSERVACIONES | En caso que la prestación del servicio requiera un tiempo superior a 4 horas, se cobrara como si fuera un nuevo trámite |

Figura 4. Ficha técnica del servicio de trámites antes las EPS y/o IPS

6.3.4. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de Servicios Públicos.

| FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO | |
|---------------------------------------|---|
| PAGO Y TRÁMITES DE SERVICIOS PÚBLICOS | |
| NOMBRE DEL SERVICIO | PAGO Y TRÁMITES DE SERVICIOS PÚBLICOS |
| CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO | Realización del pago, solicitudes, peticiones, reclamos y demás trámites requeridos ante las entidades prestadoras de servicios públicos de la ciudad de Bogotá que requieran que el cliente se dirija de manera personal a las oficinas de las entidades prestadoras del servicio. |
| TIPO DE SERVICIO | Presencial |
| REQUISITOS | Autorización y/o poder firmada por el cliente para realizar el trámite |
| OBSERVACIONES | En caso que la prestación del servicio requiera un tiempo superior a 4 horas, se cobrara como si fuera un nuevo trámite |

Figura 5. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de Servicios Públicos

6.3.5. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de comparendos de tránsito.

| FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO | |
|--|---|
| PAGO Y TRÁMITES DE COMPARENDOS DE TRANSITO | |
| NOMBRE DEL SERVICIO | PAGO Y TRÁMITES DE COMPARENDOS DE TRANSITO |
| CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO | Realización del pago y demás trámites asociados a los comparendos de tránsito de la ciudad de Bogotá |
| TIPO DE SERVICIO | Presencial y/o virtual |
| REQUISITOS | Autorización y/o poder firmada por el cliente para realizar el trámite |
| OBSERVACIONES | En caso que la prestación del servicio requiera un tiempo superior a 4 horas, se cobrara como si fuera un nuevo trámite |

Figura 6. Ficha técnica del servicio de pago y trámites de comparendos de tránsito

6.4. Especificaciones Técnicas del producto o servicio

6.4.1. Forma de Pago.

En efectivo, transferencia electrónica a la cuenta Empresarial, o a través de los diferentes puntos de servicio de giros de dinero de la Ciudad de Bogotá de manera anticipada.

6.4.2. Recepción y Envío de la documentación.

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:

| | |
|---|---|
| 1 | Número de solicitud de la diligencia o trámite. |
| 2 | Fecha y hora de admisión. |
| 3 | Peso del sobre en gramos |
| 4 | Valor del servicio. |
| 5 | Nombre y dirección completa del remitente y destinatario. |
| 6 | Fecha y hora de entrega. |

Figura 7. Ficha de recepción y envío de documentación

6.5. Marco Legal

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 empacan 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.

6.6. 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.

- **Recolección**

En este proceso se surte el siguiente proceso:

Venta del servicio

Solicitud del servicio de diligencias o trámites

Programación del servicio de diligencias o trámites

Asignación de zona y mensajero

Recolección del documento

- **Clasificación**

En este proceso se surte el siguiente proceso:

Ingreso de los documentos al Sistema de Información

Clasificación y Zonificación de las diligencias o trámites

Asignación del personal para el trámite o diligencia

- **Entrega**

En este proceso se surte el siguiente proceso:

Entrega de la diligencia o realización del trámite

Envío de soporte de entrega al cliente

6.7. Recursos tecnológicos

Para la operatividad del servicio se requiere Hardware y Software especializados.

6.7.1. Hardware.

1 equipo de cómputo (servidor)

Un modem de red para el equipo

1 Impresora Láser de alta productividad

6.7.2. Software.

Sistema de información para la trazabilidad del servicio

Nombre: desarrollo sistema web para control de trámites y diligencias desarrollo por demanda

Descripción:

- Este programa debe contar con las siguientes características:
- Opciones de captura, seguimiento e informes para control de trámites
- 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

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 numérica con el cual se realiza el seguimiento del mismo y de los tiempos de entrega.

7. Estudio y análisis administrativo

7.1.

Nombre de la empresa

Hágame el favor.com

7.2.

Misión

Somos una empresa innovadora, diseñada para la prestación de servicios de diligencias a los hogares. Suministramos un servicio de calidad empleando el mejor talento humano y generando una experiencia memorable a través de la confianza de nuestros clientes.

7.3.

Visión

Para el 2023 ser reconocida en Bogotá como una empresa líder en la prestación de servicios personalizados a los hogares, caracterizada por ser oportuna, innovadora, flexible y brindar servicios de alta calidad, que permita el desarrollo y crecimiento de nuestros clientes y colaboradores.

7.4.

Valores corporativos



Figura 8. Valores corporativos Hagamelfavor.com

7.5.

Logo



Figura 9. Logo Hagamelfavor.com

7.6.

Organigrama

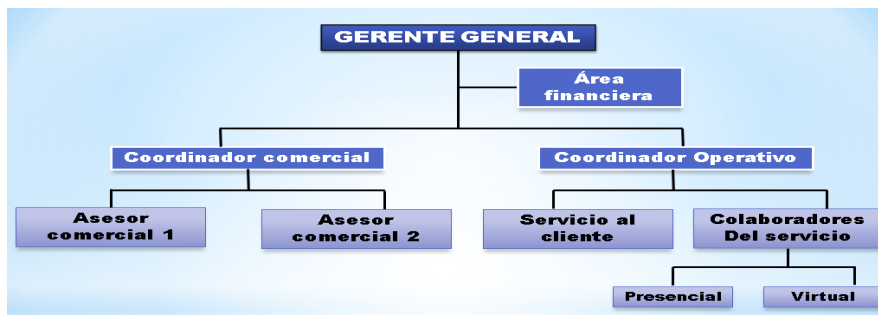


Figura 10. Organigrama Hagamelfavor.com

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

Se realizará una evaluación periódica a nuestros clientes para conocer el grado de satisfacción o aceptación y rechazo de nuestro servicio, esto con el fin establecer los mecanismos de mejora constante del servicio que ofrecemos.

- El sistema de información de trazabilidad con el que contamos tiene un módulo de seguimiento y calidad que brindara informes de control de calidad y servicio.

- Realizar periódicamente llamadas de seguimiento y postventa.
- Diseñar indicadores de calidad de nuestros servicios.

7.8. 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 tomarán todas las medidas correspondientes a la seguridad industrial.
- Se brindará los elementos necesarios a los trabajadores para su buen desempeño dentro de la compañía.

7.9. Política y Estrategia de Gestión Ambiental

En Hagamelfavor.com, 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.

8. Análisis y Estudio Financiero

8.1.

Constitución

Para abordar este tema tenemos que revisar cuales son las necesidades que requiere la empresa para iniciar labores y sostenerse inicialmente tenemos que se deben cumplir con los requisitos de Ley para la constitución.

| Trámite | Valor |
|---|------------|
| Autenticación Firmas notaria 3 Socios | 10.200,00 |
| Registro en Cámara de comercio. | 355.000,00 |
| Base 35 a 52 sumiv \$27.403.470 a \$40.624.584 | |
| Formulario de registro | 4.000,00 |
| Derecho de inscripción | 31.000,00 |
| Matricula, Primer año | - |
| Certificados de existencia 2 | 8.600,00 |
| Inscripción de los libros | 10.300,00 |
| TOTAL | 419.100,00 |

Tabla 1. Tabla costos de constitución

Los Certificados de Existencia son necesarios para abrir la cuenta bancaria con la razón social de la empresa y para la presentación ante la Cámara de Comercio.

Para el negocio, se establece un local comercial en el área de Engativá, con dos plantas:
Planta Baja: Establecida para recepción de proveedores, donde opera la recepcionista general y operadora de Call center de la empresa. Además toda el área operativa estará establecida en esta planta, incluyendo la Oficina del Gerente de Operaciones, vendedores y una sala donde estarán los operadores que no estén en ruta. Además existirá una sala de reuniones especialmente establecida para las reuniones diarias que se tendrá, para la asignación de rutas de los operadores.
Planta Alta: Establecida para las unidades de apoyo de la empresa, área financiera y Gerencia General, además se incorporarán dos salas de reuniones, para recepción de posibles clientes, bancos, proveedores y otros.

8.2.

Inversión en activos y equipamiento de la operación

Como equipamiento necesario para la puesta en marcha del negocio se establece la inversión en tres tipos de activos:

Vehículos

Se estima necesaria la compra de 5 motos, para traslado de los administrativos para trámites responsables de la ejecución de las actividades en terreno

Muebles y Enseres

Una inversión no menor es la adecuación y habilitación de las oficinas de la empresa, para lo cual se establece la compra de escritorios, mesas y sillas, de diferentes características y funcionalidades, para la habilitación de las oficinas:

- Escritorios Escandinava
- Sillas escritorio
- Mesa de reunión redonda
- Sillas mesa de reunión
- Sillón de espera visitas

Equipos de tecnologías y software

Se estima la compra de activos tecnológicos, especialmente necesarios para el giro del negocio, basado a la alta dependencia de las Tecnologías de la Información, relacionado a las redes comunicacionales y plataformas para gestión y control de pedidos. Para esto se incorpora una inversión inicial por éste concepto que incluye:

- Notebook HP – AMD
- GPS
- Teléfonos Fijos
- Impresoras
- Televisor proyector oficina

8.3.

Capital inicial

Como la Empresa se constituirá con tres socios fundadores, se ha llegado al acuerdo de que cada uno de ellos aportará \$10.000.000,00 a la Sociedad y con ellos se pagarán los gastos de constitución y la compra de activos necesarios, así como el pago del primer mes de arriendo y demás gastos necesarios para iniciar actividades.

Se pagarán los gastos de constitución y los activos necesarios para comenzar, así como el primer mes de arriendo, quedando un saldo en caja como a continuación se relaciona:

8.4.

Activos fijos

| Equipos | Precio | Cantidad | Valor total | Años | Depreciación |
|---|--------------|--------------|------------------------|--------------------|---------------------|
| Vehículos | | | | | |
| Moto | \$3.600.000 | 5 | \$18.000.000,00 | | |
| Subtotal | | | \$18.000.000,00 | 5 | 3.600.000,00 |
| Muebles y Enseres | | | | | |
| Escritorios | \$380.000 | 9 | 3420000 | | |
| Sillas | \$75.000 | 9 | 675000 | | |
| Mesa de reunión | \$850.000 | 2 | 1700000 | | |
| Sillas mesa de reunión | \$75.000 | 10 | 750000 | | |
| Sillón de espera visitas | \$400.000 | 1 | 400000 | | |
| Subtotal | | | \$6.945.000,00 | 10 | 694.500,00 |
| Equipos de tecnología y Software | | | | | |
| Notebook | \$125.000,00 | 3 | \$375.000,00 | | |
| Telefonos fijos | \$150.000,00 | 2 | \$300.000,00 | | |
| Impresoras | \$350.000,00 | 2 | \$700.000,00 | | |
| Televisor proyector Oficina | \$900.000,00 | 1 | \$900.000,00 | | |
| Subtotal | | | \$2.275.000,00 | 3 | 758.333,33 |
| | | TOTAL | 27.220.000,00 | Depr. Anual | 5.052.833,33 |

Tabla 2. Tabla de activos fijos

En la tabla se puede ver que la inversión que se requiere es de \$27.220.000,00 y que la depreciación anual es de \$5.052.833,33

Como ya se había enunciado, con lo \$30.000.000,00 que aportarán los socios, se pagarán los gastos de constitución y los activos necesarios para comenzar, así como el primer mes de arriendo, quedando un saldo en caja como a continuación se relaciona:

| Detalle | Debe | Haber | Saldo |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Aportes socios | 30.000.000,00 | | 30.000.000,00 |
| Gastos de constitución | | 419.100,00 | 29.580.900,00 |
| Compra activos | | 27.220.000,00 | 2.360.900,00 |
| Primer mes de arriendo | | 1.000.000,00 | 1.360.900,00 |

Tabla 3. Tabla capital inicial

8.5.

Gastos

8.5.1. Gastos de nómina.

| Cargo | Básico | Sub Trans | Cesantías 8,33% | Int Cesantías 1% | Vacaciones 4,17% | Parafiscales 9% | Pensión 10,13% | Salud 9% | Total Mes |
|---------------------------|--------------|-----------|--------------------|---------------------|---------------------|--------------------|-------------------|-------------|-----------------------|
| Gerente | 2.000.000,00 | | 166.600,00 | 20.000,00 | 83.400,00 | 180.000,00 | 202.600,00 | 180.000,00 | 2.832.600,00 |
| Coordinador Financ | 2.000.000,00 | | 166.600,00 | 20.000,00 | 83.400,00 | 180.000,00 | 202.600,00 | 180.000,00 | 2.832.600,00 |
| Coordinador Operat | 2.000.000,00 | | 166.600,00 | 20.000,00 | 83.400,00 | 180.000,00 | 202.600,00 | 180.000,00 | 2.832.600,00 |
| Secretaria | 1.500.000,00 | 88.211,00 | 124.950,00 | 15.000,00 | 62.550,00 | 135.000,00 | 151.950,00 | 135.000,00 | 2.212.661,00 |
| Tramitador 1 | 1.200.000,00 | 88.211,00 | 99.960,00 | 12.000,00 | 50.040,00 | 108.000,00 | 121.560,00 | 108.000,00 | 1.787.771,00 |
| Tramitador 2 | 1.200.000,00 | 88.211,00 | 99.960,00 | 12.000,00 | 50.040,00 | 108.000,00 | 121.560,00 | 108.000,00 | 1.787.771,00 |
| Tramitador 3 | 1.200.000,00 | 88.211,00 | 99.960,00 | 12.000,00 | 50.040,00 | 108.000,00 | 121.560,00 | 108.000,00 | 1.787.771,00 |
| Tramitador 4 | 1.200.000,00 | 88.211,00 | 99.960,00 | 12.000,00 | 50.040,00 | 108.000,00 | 121.560,00 | 108.000,00 | 1.787.771,00 |
| Tramitador 5 | 1.200.000,00 | 88.211,00 | 99.960,00 | 12.000,00 | 50.040,00 | 108.000,00 | 121.560,00 | 108.000,00 | 1.787.771,00 |
| Aux Serv Grales | 1.200.000,00 | 88.211,00 | 99.960,00 | 12.000,00 | 50.040,00 | 108.000,00 | 121.560,00 | 108.000,00 | 1.787.771,00 |
| Honorarios | | | | | | | | | |
| Contador | 1.500.000,00 | | | | | | | | 1.500.000,00 |
| Total Nómina Mes | | | | | | | | | 22.937.087,00 |
| Total Nómina año 1 | | | | | | | | | 275.245.044,00 |

Tabla 4. Tabla gastos de nómina

A la nómina le hacemos un incremento del 6% anual para calcular los cinco años de horizonte.

8.5.2. Gastos Motocicletas.

| Rodamiento | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | 5 motos | 5 motos | 5 motos | 5 motos | 5 motos |
| Gasolina | 500.000,00 | 525.000,00 | 551.250,00 | 578.812,50 | 607.753,13 |
| Aceite | 500.000,00 | 525.000,00 | 551.250,00 | 578.812,50 | 607.753,13 |
| Llantas | - | - | 500.000,00 | - | - |
| Mantenimiento | - | 500.000,00 | 525.000,00 | 551.250,00 | 578.812,50 |
| Soat | - | 2.425.000,00 | 2.546.250,00 | 2.673.562,50 | 2.807.240,63 |
| Tecnomecánica | - | 350.000,00 | 367.500,00 | 385.875,00 | 405.168,75 |
| Totales | 1.000.000,00 | 4.325.000,00 | 5.041.250,00 | 4.768.312,50 | 5.006.728,13 |

Tabla 5. Tabla gastos de motocicletas

8.5.3. Gastos arriendo local y servicios.

| Item | Mes | Año |
|-------------------|--------------|----------------------|
| Local en arriendo | 1.000.000,00 | 12.000.000,00 |
| Servicios | 300.000,00 | 3.600.000,00 |
| hosting | 80.000,00 | 960.000,00 |
| | Total | 16.560.000,00 |

Tabla 6. Tabla gastos de arriendo local y servicios

8.6.

Costos variables

| Publicidad | Costo Anual |
|-----------------|---------------------|
| Valla | 2.900.000,00 |
| Volantes | 100.000,00 |
| | 3.000.000,00 |
| Operacionales | |
| Esferos | 50.000,00 |
| Resmas de Papel | 120.000,00 |
| Carpetas | 60.000,00 |
| Memorias USB | 50.000,00 |
| Utiles Oficina | 150.000,00 |
| | 430.000,00 |
| Utiles de aseo | |
| Escobas | 40.000,00 |
| Traperos | 40.000,00 |
| Valdes | 20.000,00 |
| | 100.000,00 |
| Imprevistos | |
| Imprevistos | 500.000,00 |
| | 500.000,00 |
| TOTAL | 4.030.000,00 |

Tabla 7. Tabla gastos de variable

Para hacer un cálculo a futuro, en cinco años, incrementamos en un 6%

8.7.

Ingresos

De acuerdo a lo analizado en el estudio de mercadeo, vemos que los ingresos estarían dados por los trámites que se realicen, y teniendo en cuenta que de acuerdo a la encuesta realizada, estos serían aproximadamente 1950 en el mes y para el año totalizarían 23400 trámites, de tal forma que al tener cada uno de ellos un valor de \$25.000, el valor total para el año sería de \$585.200.000

| Diligencias mes | Diligencias año | Valor diligencia | Ingresos Primer Año |
|-----------------|-----------------|------------------|---------------------|
| 1.950 | 23.400 | \$ 25.000,00 | \$ 585.000.000,00 |

Tabla 8. Tabla de ingresos primer año

Para calcular los siguientes años, teniendo en cuenta que el horizonte es de 5, hacemos un incremento anual de 3%

| Primer año | Segundo año | Tercer año | Cuarto año | Quinto año |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 585.000.000 | 602.550.000 | 620.626.500 | 639.245.295 | 658.422.654 |

Tabla 9. Tabla de ingresos durante los primeros cinco años

Como ya tenemos ingresos y egresos, podemos calcular la rentabilidad, restando a los ingresos, los egresos

| Costos Variables: | | | | | |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Año | Primero | Segundo | Tercero | Cuarto | Quinto |
| Operacionales | 4.030.000,00 | 4.271.800,00 | 4.528.108,00 | 4.799.794,48 | 5.087.782,15 |
| Impuestos | 99.089.242,93 | 97.930.217,01 | 97.502.992,03 | 97.224.453,68 | 96.552.010,22 |
| Total | 103.119.242,93 | 102.202.017,01 | 102.031.100,03 | 102.024.248,16 | 101.639.792,37 |

Tabla 10. Tabla de costos variables durante los primeros cinco años

| Costos fijos: | | | | | |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Año | Primero | Segundo | Tercero | Cuarto | Quinto |
| Depreciación | 5.052.833,33 | 5.052.833,33 | 5.052.833,33 | 5.052.833,33 | 5.052.833,33 |
| Arriendo | 12.000.000,00 | 12.600.000,00 | 13.230.000,00 | 13.891.500,00 | 14.586.075,00 |
| Servicios | 3.600.000,00 | 3.780.000,00 | 3.969.000,00 | 4.167.450,00 | 4.375.822,50 |
| Nómina | 275.245.044,00 | 291.759.746,64 | 309.265.331,44 | 327.821.251,32 | 347.490.526,40 |
| Hosting | 960.000,00 | 960.000,00 | 960.000,00 | 960.000,00 | 960.000,00 |
| Rodamientos | 1.000.000,00 | 4.325.000,00 | 5.041.250,00 | 4.768.312,50 | 5.006.728,13 |
| Total | 297.857.877,33 | 318.477.579,97 | 337.518.414,77 | 356.661.347,15 | 377.471.985,36 |

Tabla 11. Tabla de costos fijos durante los primeros cinco años

| Consolidado Costos | | | | | |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Año | Primero | Segundo | Tercero | Cuarto | Quinto |
| Fijos | 297.857.877,33 | 318.477.579,97 | 337.518.414,77 | 356.661.347,15 | 377.471.985,36 |
| Variables | 103.119.242,93 | 102.202.017,01 | 102.031.100,03 | 102.024.248,16 | 101.639.792,37 |
| Total Costos | 400.977.120,26 | 420.679.596,98 | 439.549.514,80 | 458.685.595,31 | 479.111.777,73 |

Tabla 12. Tabla de egresos consolidados durante los primeros cinco años

| Ingresos menos Egresos | | | | | |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ingresos | 585.000.000,00 | 602.550.000,00 | 620.626.500,00 | 639.245.295,00 | 658.422.653,85 |
| Egresos | 400.977.120,26 | 420.679.596,98 | 439.549.514,80 | 458.685.595,31 | 479.111.777,73 |
| Valor Futuro | 184.022.879,74 | 181.870.403,02 | 181.076.985,20 | 180.559.699,69 | 179.310.876,12 |

Tabla 13. Tabla de ingresos menos egresos durante los primeros cinco años Valor Futuro

8.8.

Análisis de rentabilidad

De lo anterior, podemos calcular valor presente neto de ingresos y egresos por año y consolidado y la rentabilidad, año por año y para ello aplicamos un interés del 25% efectivo anual.

Aplicando la fórmula

$$P = F / (1 + i)^n$$

Dónde:

P = Valor Presente

F = Valor Futuro

i = interés

n = periodo

| Resumen VPN (Ingresos - Egresos) por año independiente | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VPN (Ing) | 468.000.000,00 | 385.632.000,00 | 317.760.768,00 | 261.834.872,83 | 215.751.935,21 |
| VPN (Egr) | 320.781.696,21 | 269.234.942,07 | 225.049.351,58 | 187.877.619,84 | 156.995.347,33 |

Tabla 14. Tabla análisis de rentabilidad

$$TIR = ((VPN \text{ ingresos} / (VPN \text{ egresos} + \text{Valor Inicial})) - 1) * 100$$

En esta fórmula tenemos como valor inicial el aporte que hacen los socios por \$30.000.000

| CONSOLIDADO VPN (Ingresos - Egresos) | | | | | |
|--------------------------------------|-------------|-------------|---------------|---------------|---------------|
| | 1 AÑOS | 2 AÑOS | 3 AÑOS | 4 AÑOS | 5 AÑOS |
| VPN (Ing) | 468.000.000 | 853.632.000 | 1.171.392.768 | 1.433.227.641 | 1.648.979.576 |
| VPN (Egr) | 320.781.696 | 590.016.638 | 815.065.990 | 1.002.943.610 | 1.159.938.957 |
| TIR Acumulada | 33,42 | 37,68 | 38,62 | 38,75 | 38,58 |
| Rentabilidad | 8,42 | 12,68 | 13,62 | 13,75 | 13,58 |

Tabla 15. Tabla consolidado

Los anteriores valores se basan en las siguientes razones financieras proyectadas

TO: 25% EA (Tasa de Oportunidad)

Rentabilidad: 1%

Utilidad: 0,5%

Inflación: 3%

Y se deduce que la Tasa Interna de Retorno es favorable y al final del horizonte proyectado con un interés financiero de 25% es de 13,58%

Conclusiones

- La empresa se debe enfocar en ofrecer los servicios que al usuario le interese, por tanto los de mayor participación según el estudio de mercado, dado lo anterior los servicios en los cuales se va enfocar la empresa son:
Pago y trámites de plan de telefonía o cable.
Presentación, pago y demás trámites de impuestos nacionales y distritales
Trámites antes las EPS y/o IPS
Pago y trámites de Servicios Públicos
Pago y trámites de comparendos Transito
- El estudio de mercado nos arrojó que el 76% de los hogares encuestados estarían dispuestos a pagar por algunos de los trámites, siendo una cifra favorable para dar inicio con la propuesta planteada, adicional el 71% tienen una jornada laboral que no les permite a ellos mismo realizar sus trámites, ya que la mayoría está en su trabajo de 8 a 10 horas diarias.
- El valor por trámite debería estar en el rango de \$20.000 a \$40.000 ya que este él es dinero que están dispuestos a pagar por el servicio prestado. De esta manera y pensando en generar una entrada competitiva en el mercado por precio de venta, se decide fijar el mismo en \$25.000 pesos de forma tal que se ajusta al porcentaje pretendido de ganancia

frente al costo por unidad de venta de la competencia y cumpliendo con el porcentaje obtenido en la encuesta realizada.

- El 100% de la población encuestada indican que no conocen otra empresa que preste servicios personalizados a los hogares, lo que nos genera una gran ventaja, ya que no contamos con una competencia que se encuentre posesionada en la localidad. Adicional 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.
- El contacto con los usuarios para la adquisición de nuestros servicios se debe pensar en ofrecerlo por medio de tres canales: Canal presencial; Aplicación desde el celular; Por internet. Por tal motivo se debe replantear el objetivo general ya que la idea de la empresa estaba encaminada únicamente por medio de una plataforma virtual, pero los usuarios en el estudio de mercado indican que desean contratar los servicios de la empresa también de manera presencial.
- Los estratos a los que Hagamelfavor.com ofrecerá sus servicios serán especialmente los estratos 3 y 4 de la localidad de Engativá. La ubicación estratégica de las instalaciones centrales de la empresa debe estar ubicada en el barrio Boyacá Real que es el centro de gravedad del polígono inscrito por todos los barrios constituyentes de la localidad de Engativá.
- El modelo de negocios de Hagamelfavor.com, demuestra una empresa socialmente y ambientalmente responsable y con valores, que se une a la creciente tendencia mundial de nuevos empresarios promotores y gestores del cambio que trabajan para cumplir las metas del milenio globales.
- Para iniciar actividades, se requiere un capital de Veintiocho Millones Seiscientos Treinta y Nueve Mil Cien Pesos (\$28.639.100,00 Mcte), los cuales son necesarios para el pago de los gastos de constitución, adquisición de los activos necesarios (vehículos, muebles y enseres) y pago del primer mes de arriendo.
- La Empresa, iniciara actividades con siete (7) empleados, entre ellos una (1) secretaria, un (1) auxiliar de servicios generales y cinco (5) tramitadores; es de advertir que los socios fundadores, harán las funciones de administración y colaboraran en todas las actividades, apareciendo en la nómina como tramitadores.

- De acuerdo los estudios, se establece que la empresa está en capacidad de realizar 195 diligencias, las cuales representarán un total de 23.400 diligencias al año y a cada una se le ha dado un valor de \$25.000,00 Mcte, para un valor para el primer año de \$585.000.000,00, proyectándose un incremento anual de 3%

Recomendaciones

- Con el fin de poder contribuir con la disminución de desempleo, como problema social de la localidad, se puede pensar en que el personal contratado pertenezca a la misma localidad ya que así además de beneficiar a la misma población podemos favorecer a la empresa, ya que al habitar en la misma zona se tendrá más conocimiento de la ubicación de la misma y nuestros colaboradores podrán dar una respuesta más rápida a los requerimientos de los hogares.
- Con el fin de ampliar nuestro portafolio de servicios se puede pensar en ofrecer los siguientes trámites:
 - Arreglo de electrodomésticos a su hogar
 - Compra de lista de mercado
 - Realizar aseo en los hogares
 - Pagar pensión estudiantil
- Se debe diseñar un método de ejecución del proceso de la empresa de forma tal que se adapte a las necesidades del cliente y los cambios del mercado, con una continua retroalimentación para asegurar el éxito.

Referencias

- Alcaldía Mayor Bogotá y la universidad Nacional de Colombia (2001). Estudio sobre la calidad de vida urbana y capacidad de pago de los hogares Bogotanos, Bogotá, Colombia.
- Amartya Kumar Sen (1993), economista y filósofo, Manikanj, Bangala.: Universidad de Cambridge.
- Bernal, C. A. (2016). *Metodología de la Investigación* (4 ed.). Bogotá D.C.: Pearson
- Cerda, H (1998). Los elementos de la investigación. Bogotá: El Búho
- Cristina Valdés Arroyo (2017), Educadora Infantil. Directora de Niceday Escuela Infantil Británica. Obtenido de <https://www.agendamenu.es/blog/69-la-importancia-de-pasar-tiempo-en-familia?hitcount=0>
- Código Sustantivo de Trabajo (1950). Adoptado por el Decreto Ley 2663 del 5 de agosto de 1950, Bogotá, Colombia
- Código de Comercio (1971). Adoptado por el Decreto Ley 410 del 27 de marzo de 1971, Bogotá, Colombia
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2016). Encuesta Nacional de Calidad de VIDA, Bogotá, Colombia.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. Investigaciones dirección de

metodología y producción estadística estadísticas sociales definiciones básicas. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/ficha_encv_97.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2017). Boletín Técnico Mercado Laboral por regiones, primer semestre 2017, Bogotá, Colombia

Fracica, G. (1988). *Modelo de simulación en muestreo*. Bogotá D.C.: Universidad de la Sabana.

Jimmy Armando Muñoz Martínez Ingeniero en telecomunicaciones, ingeniero de estructura de datos de Egroup Technologies S.A. Bogotá, Colombia

María Elena López (2001), psicóloga infantil. Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana.

Ministerio de Industria y comercio (2016). Informe de Gestión 2015 Sector comercio, industria y turismo, Bogotá, Colombia

Ministerio de la protección social (2008). Oficina de asesora jurídica y de apoyo legislativo. Concepto 289333 del 29 de septiembre de 2008.

Muñoz, C. (1998). Como elaborar y asesorar una investigación de tesis. México: Prentice Hall

Neiman, G. y quaranta, G. (2009). Los estudios de caso en la investigación soxiologica. En: Vasilachis, Irene. (2009). Estrategias de investigación cualitativa, Madrid – España. Gedisa.

Paul Davidson (1978), economista. Estados Unidos.: Universidad de Nueva York.

Richard Musgrave (1967), economista. Alemania.: Universidad de Múnich.

Sandra M. Chica Peña (2009). Estudio para la creación de una empresa de prestación de Servicios de apoyo para el hogar en la ciudad de Bogotá. Universidad Javeriana. Facultad de ingeniería. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7299/tesis297.pdf?sequence=1>

Secretaria distrital de planeación .Inventario de información en materia estadística sobre Bogotá: Población, viviendas y hogares por estrato socioeconómico. Obtenido de <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion:Proyecciones%20de%20Poblaci%F3n>

Universidad Católica de Pereira. Regulación del contrato de prestación de servicios. Obtenido de <https://www.larepublica.co/archivo/regulacion-del-contrato-de-prestacion-de-servicios-2168926>

Weiers, R. M. (1986). *Investigación de mercados*. México: Prentice Hall

Anexos

Anexo 1: Instrumento de obtención de fuentes primarias: Encuesta

La presente encuesta tiene como fin determinar la Factibilidad de la creación de una empresa de prestación de servicios personalizados, que realice los trámites requeridos por los hogares de la localidad de Engativá estratos 3 y 4, utilizando una plataforma virtual. Como proyecto de grado para la especialización Gerencia de proyectos en la UNIMINUTO.

| | | | |
|--|---|-----------|------|
| Fecha: | Día: | Mes: | Año: |
| 1. Seleccione aquellos tramites que le gustaría que un tercero realizase por Usted | | | |
| 1 | Presentación, pago y demás trámites de impuestos nacionales y distritales | | |
| 2 | Pago y trámites de comparendos Transito | | |
| 3 | Pago y trámites de plan de telefonía o cable (MOVISTAR, TIGO, CLARO, ETB, etc.) | | |
| 4 | Pago y trámites de Servicios Públicos (Agua, Luz, Gas, etc.) | | |
| 5 | Llevar auto a Revisión Técnico Mecánica | | |
| 6 | Lista de compra de útiles escolares | | |
| 7 | Compra regalos | | |
| 8 | Comprar lista de mercado | | |
| 9 | Pagar pensión estudiantil | | |
| 10 | Tramites antes las EPS y/o IPS | | |
| 11 | Acompañamiento del cobro de pensión | | |
| 12 | Llevar electrodoméstico a servicio técnico | | |
| 13 | Realizar aseo del hogar | | |
| 14 | Sacar las mascotas a pasear | | |
| 15 | Realizar acompañamiento a las tareas de sus hijos | | |
| Otro ¿Cuál? | | | |
| 2. ¿Estaría dispuesto a pagar por que le hiciéramos un trámite que no tiene tiempo de hacer por diversos motivos? | | | |
| Sí | | ¿Por qué? | |
| No | | ¿Por qué? | |
| 3. ¿Seleccione cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por cada trámite? | | | |
| Menos de \$20,000 | | | |
| De \$20,000 a \$30,000 | | | |
| De \$30,000 a \$40,000 | | | |
| De \$40,000 a \$50,000 | | | |
| De \$50,000 a \$60,000 | | | |
| De \$60,000 a \$70,000 | | | |
| De \$70,000 a \$80,000 | | | |
| Más de \$80,000 | | | |
| 4. ¿Su jornada laboral le permite hacer sus trámites? | | | |
| Sí | | ¿Por qué? | |
| No | | ¿Por qué? | |
| 5. ¿Cuántas horas le dedica a su jornada laboral diaria? | | | |
| Menos de 6 Horas | | | |
| De 6 a 8 Horas | | | |
| De 8 a 10 Horas | | | |
| Más de 10 horas | | | |
| 6. ¿Conoce alguna Empresa que realice tramites personalizados a los hogares? | | | |
| Sí | | No | |
| ¿Cuál? | | | |
| 7. ¿Por qué medio le gustaría contratar los servicios para sus trámites? | | | |
| Vía telefónica | | | |
| Aplicación desde el celular | | | |
| Por Internet | | | |
| Por whatsapp | | | |
| Por redes sociales | | | |
| De manera personal | | | |
| Otra ¿Cuál? | | | |
| 8. ¿Con que frecuencia al mes usaría el servicio? | | | |
| 1 vez al mes | | | |
| De 2 a 5 veces al mes | | | |
| De 6 a 10 veces al mes | | | |
| De 11 a 20 veces al mes | | | |
| Más de 21 veces al mes | | | |
| No utilizaría el servicio | | | |

Figura 11. Encuesta

Fuente: autores del proyecto con base en recursos encontrados en internet

Anexo 2: Graficas de las encuestas

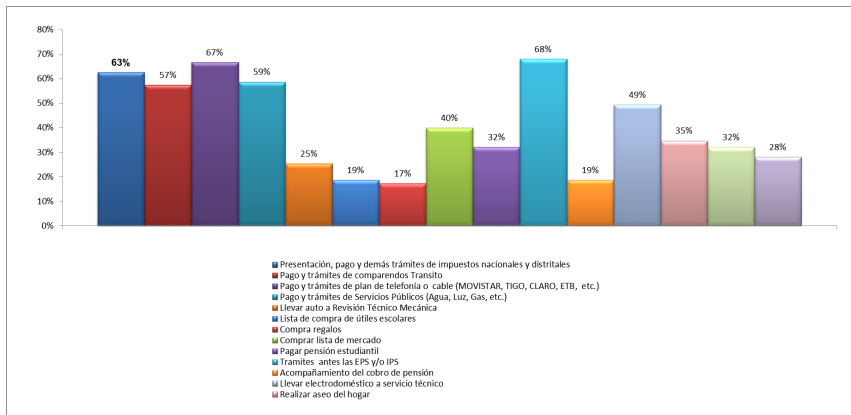


Figura 12. Gráfica de respuestas a la pregunta número 1 de la encuesta.

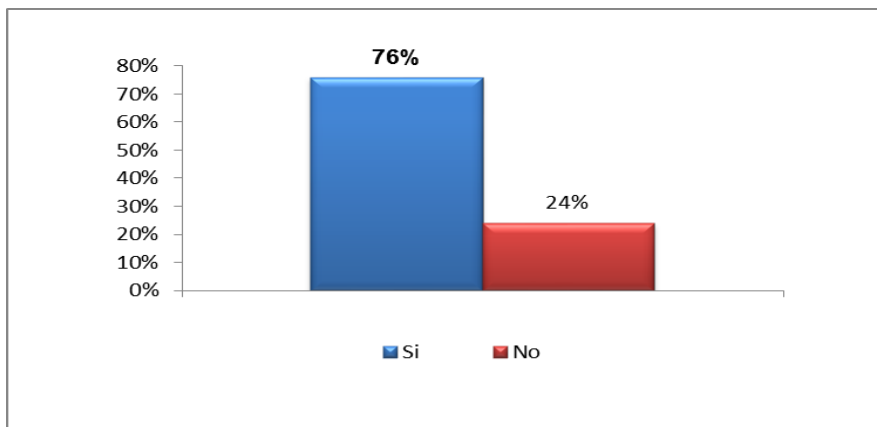


Figura 13. Gráfica de respuestas a la pregunta número 2 de la encuesta.

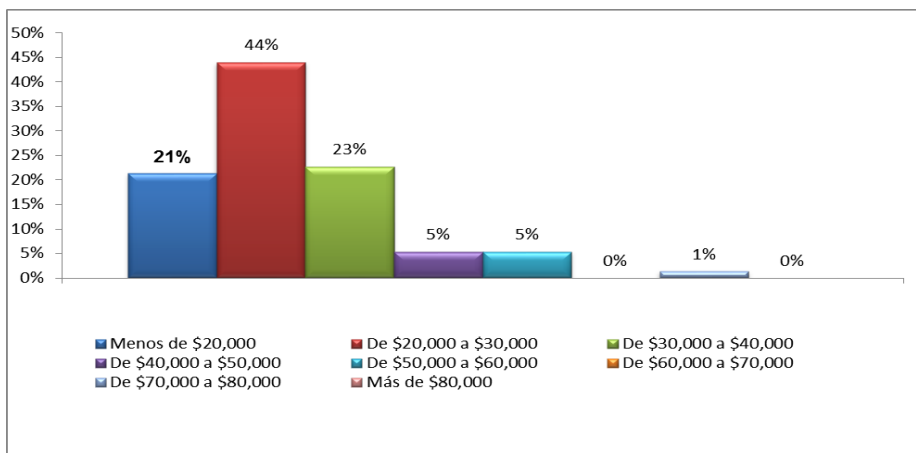


Figura 14. Gráfica de respuestas a la pregunta número 3 de la encuesta.

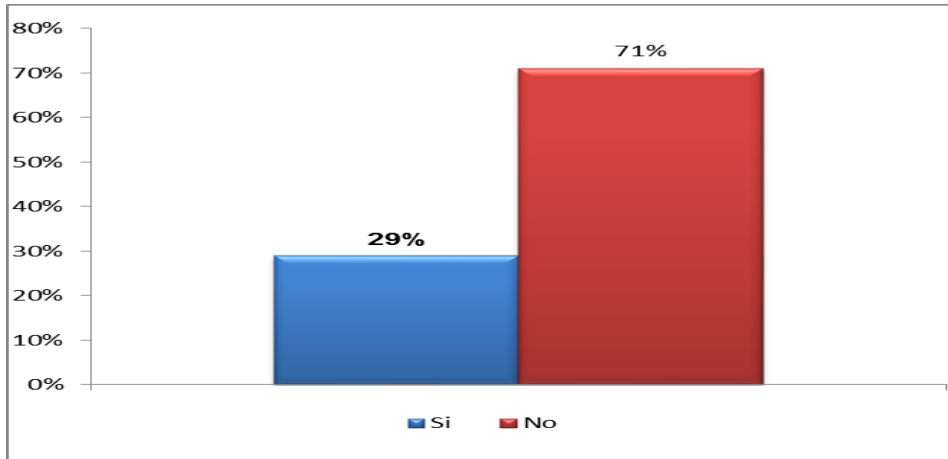


Figura 15. Gráfica de respuestas a la pregunta número 4 de la encuesta.

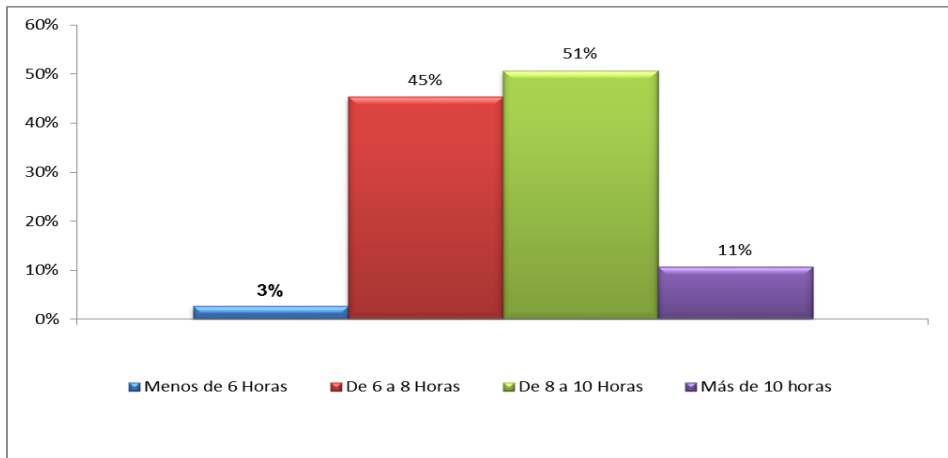


Figura 16. Gráfica de respuestas a la pregunta número 5 de la encuesta.

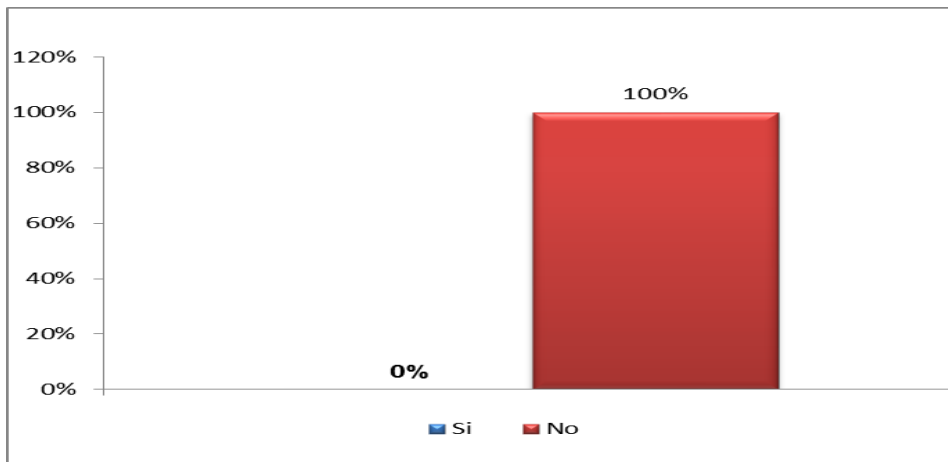


Figura 17. Gráfica de respuestas a la pregunta número 6 de la encuesta.

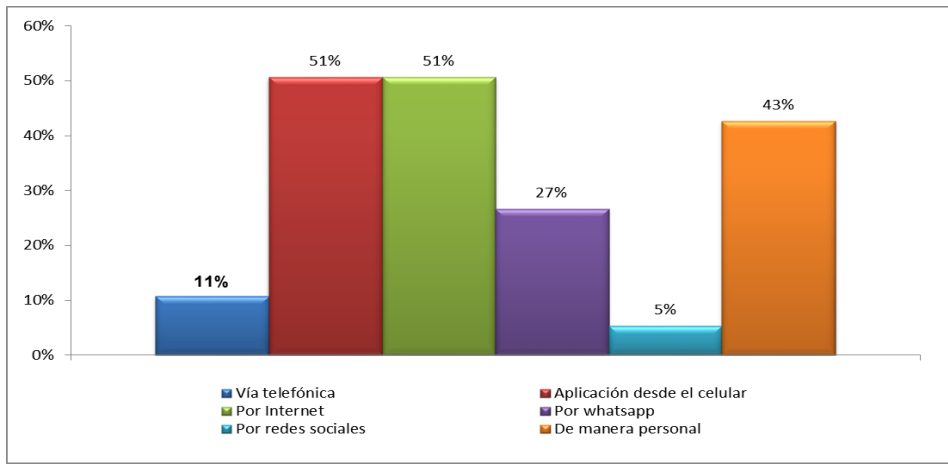


Figura 18. Gráfica de respuestas a la pregunta número 7 de la encuesta.

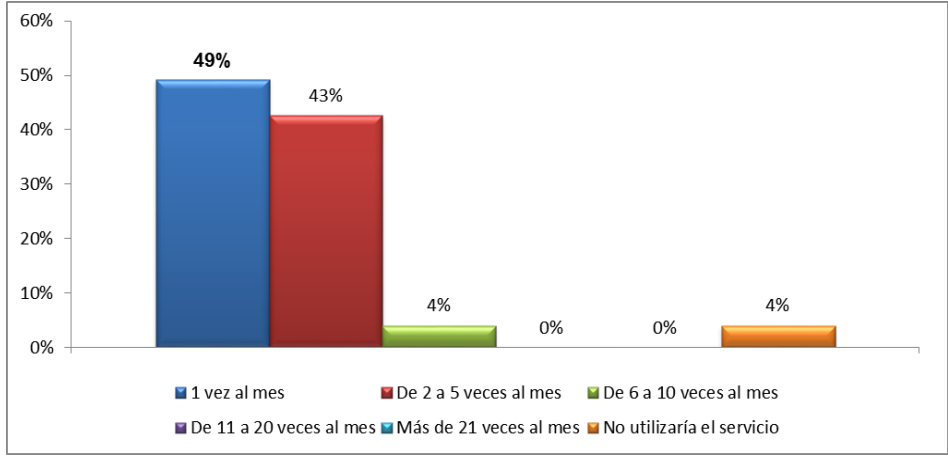


Figura 19. Gráfica de respuestas a la pregunta número 8 de la encuesta.

Anexo 3: Graficas Estudio y Análisis de Mercadeo

Número de Unidades Productivas por grandes sectores de actividad económica

| Sector | Numero | Porcentaje |
|-----------------------------|--------------|-------------|
| Compra y venta de productos | 9650 | 43% |
| Transformados por la unidad | 2650 | 12% |
| Alojamientos, restaurantes | 2626 | 12% |
| Otros servicios | 2463 | 11% |
| Mantenimientos y reparación | 2349 | 11% |
| Correo y Telecomunicaciones | 1319 | 6% |
| Salud, servicios sociales | 394 | 2% |
| Educación | 358 | 2% |
| Transporte | 227 | 1% |
| Construcción | 118 | 1% |
| Servicios Informáticos | 44 | 0% |
| Financieros y Seguros | 36 | 0% |
| Agropecuario | 4 | 0% |
| Total | 22238 | 100% |

Tabla 17. Número de Unidades Productivas por grandes sectores de actividad económica

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

Segmentación Geográfica

| Criterio Demográfico | Segmentos |
|-------------------------------|--|
| Continente | América del Sur |
| País | Colombia |
| Región | Andina |
| Municipio | Bogotá, D.C. |
| Localidad | Engativá |
| Barrios | Las Ferias, Boyacá Real, Garcés Navas, Minuto de Dios, Santa Cecilia, Bolivia, Álamos, Jardín Botánico, Engativá |
| Tamaño de la Población | 781.138 (2005) |
| Acceso a medios de Transporte | Cercanía a vías principales |

Tabla 18. Segmentación Geográfica

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

Segmentación Conductual

| Segmentación conductual | |
|-------------------------|---|
| Criterios Conductuales | Segmentos |
| Grado de Usuario | Usuario permanente y esporádico |
| Ocasión de Uso | Tramites personales |
| Condiciones de Uso | Contado |
| Forma de Uso | Frecuente |
| Beneficios buscados | Ofrecer al cliente un servicio de excelente calidad y confiable |

Tabla 19. Segmentación Conductual

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

Matriz de Perfil competitivo

| Factores Claves de éxito | Ponderación | Tú mandados | | Servivuelitas | | Diligencias y Tramites | | Tramites al instante | |
|-------------------------------------|-------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
| | | Clasificación | Resultado Ponderado | Clasificación | Resultado Ponderado | Clasificación | Resultado Ponderado | Clasificación | Resultado Ponderado |
| Servicio al Cliente | 0,20 | 3 | 0,60 | 4 | 0,80 | 3 | 0,60 | 3 | 0,60 |
| Portafolio de productos y servicios | 0,30 | 3 | 0,90 | 3 | 0,90 | 4 | 1,20 | 4 | 1,20 |
| Superioridad Tecnológica | 0,20 | 3 | 0,60 | 3 | 0,60 | 3 | 0,60 | 2 | 0,40 |
| Precio | 0,30 | 3 | 0,90 | 4 | 1,20 | 3 | 0,90 | 3 | 0,90 |
| TOTAL | 1,00 | | 3,00 | | 3,50 | | 3,30 | | 3,10 |

Tabla 20. Matriz de perfil competitivo

Fuente: Autores

Participación en el mercado

| | |
|---|--|
| Horas laboradas Tramitador Semana | 48 horas (42,5 de lunes a viernes y 5.5 horas los sábados) |
| Diligencias / hora | 2 diligencias / tramites |
| Diligencias tramitador / día (semana lunes-viernes) | $8 \times 2 = 16$ diligencias diarias |
| Diligencias tramitador / día (sábado) | $5,5 \times 2 = 11$ diligencias diarias |
| Diligencias tramitador / semana | $(16 \times 5) + 11 = 91$ diligencias |
| Diligencias tramitador / mes | $91 \times 4,28$ semanas/mes = 390 diligencias/mes |
| Diligencias tramitador / año | $390 \times 12 = 4680$ diligencias/año |
| Diligencias 5 tramitador / año | $4680 \times 5 = 23400$ diligencias/año |

Tabla 21. Participación en el mercado.