

| | | |
|--|--|--|
|  | MACROPROCESO DE APOYO | CÓDIGO: AAAR113 |
| | PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO | VERSIÓN: 3 |
| | DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL | VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 1 de 7 |

16.

| | |
|--------------|---------------------------------|
| FECHA | martes, 10 de diciembre de 2019 |
|--------------|---------------------------------|

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
BIBLIOTECA
Ciudad

| | |
|---|--|
| UNIDAD REGIONAL | Seccional Girardot |
| TIPO DE DOCUMENTO | Trabajo De Grado |
| FACULTAD | Ciencias Administrativas Económicas y Contables |
| NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO | Pregrado |
| PROGRAMA ACADÉMICO | Administración de Empresas |

El Autor(Es):

| APELLIDOS COMPLETOS | NOMBRES COMPLETOS | No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN |
|---------------------|-------------------|---------------------------------|
| Herrera Cárdenas | Daniela | 1.033.757.480 |
| Roa Casilimas | Ana María | 1.070.604.532 |

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

| APELLIDOS COMPLETOS | NOMBRES COMPLETOS |
|---------------------|-------------------|
| Díaz Cárdenas | María Patricia |

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional





**MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAR113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 2 de 7**

TÍTULO DEL DOCUMENTO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2019**

SUBTÍTULO

**(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos
Virtuales de Aprendizaje)**

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

**Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
Administrador de Empresas**

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO

18/10/2019

NÚMERO DE PÁGINAS

94

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Usar 6 descriptores o palabras claves)

| ESPAÑOL | INGLÉS |
|-----------------|-------------------|
| 1. Factibilidad | Feasibility |
| 2. Domicilios | Home addresses |
| 3. Servicio | Services |
| 4. Entregas | Deliveries |
| 5. Calidad | Quality |
| 6. Mensajería | Messenger service |



**MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAr113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 3 de 7**

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

RESUMEN

Actualmente la modernidad ha llevado a incremento de la falta de tiempo en la vida de las personas y esto ha producido un impacto en el mercado el cual se ha ido adaptando cada vez más a las necesidades reales de sus consumidores. Y es así que se dio inicio a la entrega a domicilio de los productos, ya sea que se adquieran mediante vía telefónica o internet, este servicio ha transformado tanto el modelo de venta directa que prácticamente es una obligación para el éxito del negocio y acogida del cliente.

Girardot es una ciudad en crecimiento y desarrollo económico, las empresas de mensajería y domicilios deben prestar la mayor atención al establecimiento de las políticas comerciales y operativas para aprovechar la oportunidad que se presenta actualmente, debido a que no se evidencia la existencia de una empresa local y legalmente establecida que brinde un servicio de mensajería que organice y unifique el sistema de domicilios y soluciones inmediatas de la región y que se encargue de distribuir todas aquellas actividades denominadas como "Diligencias" relacionadas con el envío, la recepción, la distribución, los tramites y las encomiendas de los Girardoteños, turistas y la región. Es importante la creación de empresas prestadoras de servicios de domicilios, tramites y diligencias, que ponga a disposición sus servicios con altos índices de eficacia y eficiencia, y especialmente con un modelo de negocio innovador, interactivo, con alto contenido tecnológico.

ABSTRACT

Currently Modernity has led to an increase in the lack of time in people's lives and this has produced an impact on the market which has been increasingly adapted to the real needs of its consumers. And this is how the home delivery of the products began, whether acquired through telephone or Internet, this service has transformed both the direct sales model that is practically an obligation for the success of the business and reception of the client.

In Girardot, which is a city in growth and economic development, courier companies and domiciles must pay greater attention to the establishment of commercial and operational policies to take advantage of the opportunity that is currently presented, because there is no evidence of the existence of a local and legally established company that provides a courier service that organizes and unifies the system of domiciles and immediate solutions of the region and that is responsible for distributing all those activities called "Diligence" related to the sending, receiving, distribution, the procedures and parcels of the Girardoteños, tourists and the region. It is important to create companies that provide services of domiciles, procedures

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2



MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL

CÓDIGO: AAAr113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 4 de 7

and procedures that make their services available with high rates of effectiveness and efficiency, and especially with an innovative, interactive business model, with high technological content.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

| AUTORIZO (AUTORIZAMOS) | SI | NO |
|--|----|----|
| 1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer. | x | |
| 2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet. | X | |
| 3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones. | X | |
| 4. La inclusión en el Repositorio Institucional. | x | |

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.



**MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAr113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 5 de 7**

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI ___ NO x.**
En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se



**MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAR113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 6 de 7**

integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

| | | |
|---|---|-----------------------------|
|  | MACROPROCESO DE APOYO | CÓDIGO: AAar113 |
| | PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO | VERSIÓN: 3 |
| | DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL | VIGENCIA: 2017-11-16 |
| | | PAGINA: 7 de 7 |

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



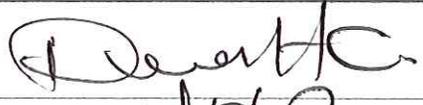
Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

| Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf) | Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.) |
|--|---|
| 1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2019 | Texto, Imágenes, Diapositivas, PDF. |

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

| APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS | FIRMA (autógrafo) |
|-------------------------------|--|
| Herrera Cárdenas Daniela |  |
| Roa Casilimas Ana María |  |

21.1-51.20.



Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2019**

**DANIELA HERRERA CÁRDENAS
ANA MARÍA ROA CASILIMAS**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
SECCIONAL GIRARDOT
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
2019**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2019**

DANIELA HERRERA CARENAS

Código 310214231

ANA MARÍA ROA CASILIMAS

Código 310213267

**TRABAJO DE GRADO
PARA OPTAR AL TITULO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

MARÍA PATRICIA DÍAZ CÁRDENAS

ASESOR

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SECCIONAL GIRARDOT
2019**

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Girardot-Cundinamarca, Noviembre 2019

DEDICATORIAS

Antes que nada, agradecerle a Dios, al que me permitió llegar a donde he llegado, que toda la gloria y honra sean para ti Señor. Por permitirme subir un escalón más en este camino tan largo, por darme las fuerzas que necesite y mucho más en los momentos donde quise desfallecer. A mi pequeña hija Luciana, ella, mi gran motivación, desde que llego a mi vida se convirtió en mi prioridad, por ella y para ella me esfuerzo el doble, quiero ser su ejemplo a seguir. A mis padres, por haberme inculcado grandes valores como persona, por haberme guiado por el camino correcto, por su gran labor para con mis hermanas y mi persona, su dedicación, esfuerzo y sacrificio hoy se ven reflejadas en la gran persona en la que considero me he convertido; mis hermanas que son parte fundamental en mi vida, quiero ser su motivación. Los que han sido testigo de mi gran esfuerzo por sacar mi carrera adelante, sabrán lo importante que es ver esta etapa de mi vida culminada, a mi madre, gracias por el apoyo incondicional, sus cuidados no solo conmigo, sino con mi pequeña Luciana, mi padre, el hombre que más amo en la vida, su exigencia como padre forjaron la mujer fuerte que he sido para ser cada día mejor. No se quedan atrás todas las personas que hicieron parte de este proceso, docentes, líderes, compañeros de estudio, el personal de la Universidad de Cundinamarca, cada uno cumple una función importante, gracias a todos ustedes por hacer parte de la historia, no solo mía, sino la de muchos colegas que han sentido esta gran emoción. A todos ustedes les dedico este trabajo.

Daniela Herrera Cárdenas

Este trabajo de grado se lo dedico a mi hijo Martin, quien es el motor de mi vida y por quien seguiré cumpliendo muchas metas más

Ana María Roa Casilimas

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios todo poderoso, por darme vida y salud para alcanzar este gran logro.

Gracias a mis padres, apoyo incondicional en todo el sentido de la palabra, sin su ayuda habría sido más difícil el camino, ustedes son un gran ejemplo de amor, honradez, responsabilidad y sacrificio para mí, no les voy a fallar.

A todos los que así hayan sido pasajeros en esta etapa de mi vida, cumplieron un objetivo en mi vida, mis más sinceros agradecimientos a la Universidad de Cundinamarca, a sus colaboradores, a sus docentes, gracias a sus procesos forman grandes personas para la vida.

Daniela Herrera Cárdenas

Agradezco en primer lugar a Dios y a la vida por haberme permitido culminar otra etapa más en mi vida, a mi madre quien con su apoyo y educación me inspiró e impulsó a ser profesional, a mis hermanos quienes siempre estuvieron ahí para darme una mano, un buen consejo y sobre todo ejemplo de ser grandes personas, y por último al padre de mi hijo y compañero de vida quien junto con su colaboración, paciencia y amor me ayudó a cumplir este sueño.

Ana María Roa Casilimas

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| 1. TITULO | 15 |
| 2. ÁREA, LINEA, PROGRAM Y TEMA DE INVESTIGACIÓN | 16 |
| 3. PROBLEMA | 17 |
| 3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA: | 17 |
| 3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 17 |
| 4. OBJETIVOS | 18 |
| 4.1. OBJETIVO GENERAL | 18 |
| 4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 18 |
| 5. JUSTIFICACIÓN | 19 |
| 6. MARCO DE REFERENCIA | 21 |
| 6.1. ANTECEDENTES | 21 |
| 6.2. MARCO TEÓRICO | 21 |
| ¿QUÉ ES UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD? | 21 |
| 6.4. MARCO LEGAL | 26 |
| 6.5. MARCO GEOGRÁFICO | 29 |
| 7. DISEÑO METODOLÓGICO | 30 |
| 7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN | 30 |
| 7.2. METODO DE INVESTIGACIÓN | 30 |
| 7.3. HERRAMIENTAS | 30 |
| 8. ANÁLISIS DEL ENTORNO | 33 |
| 8.1. ENTORNO ECONÓMICO | 33 |
| 8.1.1. Desempleo | 34 |
| 8.1.2. Pobreza | 34 |
| 9. CONDICIONES MACROAMBIENTALES | 35 |
| 9.1. ESTRUCTURA ECONÓMICA DE GIRARDOT | 35 |
| 9.1.1. Situación Actual | 35 |
| 9.1.2. Sector Económico | 36 |
| 9.1.3. Tipos de empresas de Girardot cantidad y personal | 37 |
| 10. DISEÑO ADMINISTRATIVO | 40 |
| 10.1. INVESTIGADORES | 40 |

| | | |
|--------|--|----|
| 10.2. | DIRECTOR TRABAJO | 40 |
| 10.3. | PRESUPUESTO | 40 |
| 10.4. | CRONOGRAMA..... | 41 |
| 11. | TABULACIÓN DE LA INFORMACION | 42 |
| 11.1. | RESULTADOS DE LA ENCUESTA | 42 |
| 11.2. | INFORMACIÓN | 42 |
| 11.3. | ANÁLISIS | 52 |
| 11.4. | GRADO DE ACEPTACIÓN | 53 |
| 11.5. | DEMANDA PROYECTADA..... | 54 |
| 11.6. | ANÁLISIS DEL SECTOR..... | 54 |
| 11.7. | ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA..... | 55 |
| 11.8. | ESTRATEGIAS | 57 |
| 11.9. | DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO..... | 58 |
| 11.10. | ANÁLISIS DEL MERCADO | 59 |
| 11.11. | PUBLICIDAD..... | 59 |
| 11.12. | ANÁLISIS DE PRECIO | 60 |
| 11.13. | PROVEEDORES..... | 60 |
| 11.14. | MANO DE OBRA..... | 61 |
| 11.15. | EXPECTATIVAS DE EXPANSIÓN | 61 |
| 11.16 | IMPACTOS SOCIO ECONÓMICO, AMBIENTAL, CULTURAL..... | 61 |
| 12. | ESTUDIO TÉCNICO | 62 |
| 12.1. | UBICACIÓN..... | 62 |
| 12.2. | EQUIPOS DE OFICINA..... | 63 |
| 12.3. | EQUIPO DE TALENTO HUMANO | 64 |
| 12.4. | COSTOS FIJOS | 64 |
| 13. | ESTUDIO ADMINISTRATIVO | 65 |
| 13.1. | PLATAFORMA ESTRATÉGICA | 65 |
| | Trámites de Legalización..... | 71 |
| 14. | ESTUDIO FINANCIERO | 73 |
| 14.1. | INVERSIÓN INICIAL | 73 |
| 14.2. | INVERSIONES | 74 |
| 14.3. | RESUMEN DE INVERSIÓN..... | 75 |
| 14.4. | PUNTO DE EQUILIBRIO | 82 |

| | | |
|--------------|--|----|
| 14.5. | ESTADO DE RESULTADOS | 83 |
| 14.6. | BALANCE GENERAL | 84 |
| 15. | CONCLUSIONES | 88 |
| 16. | RECOMENDACIONES | 89 |
| | Anexo A. Modelo de encuesta | 92 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Marco legal | 26 |
| Tabla 2. Presupuesto | 40 |
| Tabla 3. Cronograma de actividades | 41 |
| Tabla 4. Demanda proyectada | 54 |
| Tabla 5. Cinco (5) fuerzas de Michael Porter | 56 |
| Tabla 6. Mano de obra | 61 |
| Tabla 7. Equipos de oficina | 63 |
| Tabla 8. Equipo de talento humano | 64 |
| Tabla 9. Costos fijos | 64 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|------------------------------------|----|
| Gráfico 1. Producto interno bruto. | 33 |
| Gráfico 2. Tasa de desempleo | 34 |
| Gráfico 3. Núcleo familiar | 42 |
| Grafico 4. Estrato socioeconómico | 43 |
| Grafico 5. Ocupación | 44 |
| Grafico 6. Utiliza servicio | 45 |
| Grafico 7. Frecuencia de uso | 45 |
| Grafico 8. Usualmente compra | 46 |
| Grafico 9. Tiempo de entrega | 47 |
| Grafico 10. Calidad | 47 |
| Grafico 11. Ventajas | 48 |
| Grafico 12. Aceptación | 49 |
| Grafico 13. Precio | 50 |
| Grafico 14. Tiempo | 51 |
| Grafico 15. Medios de comunicación | 51 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Apps en Colombia | 24 |
| Figura 2. Ubicación geográfica | 29 |
| Figura 3. Formula | 31 |
| Figura 4. Cinco (5) fuerzas de Michael Porter | 56 |
| Figura 5. Publicidad | 60 |
| Figura 6. Distribución en planta | 63 |
| Figura 7. Valores corporativos | 65 |
| Figura 8. Slogan | 66 |
| Figura 9. Organigrama | 67 |
| Figura 10. Diagrama de flujo | 71 |

RESUMEN

TÍTULO:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2019.

PALABRAS CLAVE:

Factibilidad, domicilios, servicio, entregas, calidad, mensajería.

DESCRIPCIÓN

Actualmente la modernidad ha llevado a incremento de la falta de tiempo en la vida de las personas y esto ha producido un impacto en el mercado el cual se ha ido adaptando cada vez más a las necesidades reales de sus consumidores. Y es así que se dio inicio a la entrega a domicilio de los productos, ya sea que se adquieran mediante vía telefónica o internet, este servicio ha transformado tanto el modelo de venta directa que prácticamente es una obligación para el éxito del negocio y acogida del cliente.

Girardot es una ciudad en crecimiento y desarrollo económico, las empresas de mensajería y domicilios deben prestar la mayor atención al establecimiento de las políticas comerciales y operativas para aprovechar la oportunidad que se presenta actualmente, debido a que no se evidencia la existencia de una empresa local y legalmente establecida que brinde un servicio de mensajería que organice y unifique el sistema de domicilios y soluciones inmediatas de la región y que se encargue de distribuir todas aquellas actividades denominadas como “Diligencias” relacionadas con el envío, la recepción, la distribución, los tramites y las encomiendas de los Girardoteños, turistas y la región. Es importante la creación de empresas prestadoras de servicios de domicilios, tramites y diligencias, que ponga a disposición sus servicios con altos índices de eficacia y eficiencia, y especialmente con un modelo de negocio innovador, interactivo, con alto contenido tecnológico.

ABSTRACT

DESCRIPTION

Currently Modernity has led to an increase in the lack of time in people's lives and this has produced an impact on the market which has been increasingly adapted to the real needs of its consumers. And this is how the home delivery of the products began, whether acquired through telephone or Internet, this service has transformed both the direct sales model that is practically an obligation for the success of the business and reception of the client.

In Girardot, which is a city in growth and economic development, courier companies and domiciles must pay greater attention to the establishment of commercial and operational policies to take advantage of the opportunity that is currently presented, because there is no evidence of the existence of a local and legally established company that provides a courier service that organizes and unifies the system of domiciles and immediate solutions of the region and that is responsible for distributing all those activities called "Diligence" related to the sending, receiving, distribution, the procedures and parcels of the Girardoteños, tourists and the region. It is important to create companies that provide services of domiciles, procedures and procedures that make their services available with high rates of effectiveness and efficiency, and especially with an innovative, interactive business model, with high technological content.

INTRODUCCIÓN

La evolución y el desarrollo de la humanidad ha hecho que la vida y cotidianidad de las personas sea de las acelerada, la globalización y los avances tecnológicos, ha impactado de manera positiva la vida de las personas, por ejemplo, aplicaciones como las App han reemplazado los teléfonos fijos y hasta la computadora, los cuales se han convertido en indispensables y facilitan algunas de las tareas diarias, como por ejemplo la solicitud de servicios a domicilio, esto sumado al acelerado ritmo de vida y las difíciles condiciones de desplazamiento para algunas personas fueron las principales motivaciones para pensar en una idea innovadora de negocio, la cual se basa en el montaje de una empresa de domicilios y soluciones inmediatas, de las personas de la ciudad de Girardot.

El proyecto se desarrolla en conjunto con la academia de acuerdo a los procesos aprendidos en la misma, con el ánimo de hacer real su funcionamiento, producción y distribución en el mercado. Es necesario realizar estudios que permitan establecer y conocer las necesidades del cliente para acondicionar dichas características al producto y con ello su efectividad, para otorgar credibilidad con lo que se pretende hacer.

El presente trabajo es realizado con el ánimo de crear empresa, debido a que el servicio a ofrecer es innovador en el municipio y de gran utilidad para las personas en general, con una buena propuesta debido a que les ayudaría en la reducción de costos a la hora de realizar algunas actividades de la vida diaria ya sea en el hogar o en oficinas, el valor del servicio no es realmente alto frente a los usos y beneficios que puede proporcionar a quienes lo adquieran. Por otra parte, los alcances del estudio se realizarán a través del adecuado manejo de la información recolectada en la etapa de la investigación de mercados, para posteriormente efectuar un análisis de las encuestas y así tener un panorama claro de las necesidades y expectativas que el cliente tiene frente a la propuesta.

El servicio a domicilio es considerado una herramienta indispensable para las organizaciones para ofrecer a sus clientes un servicio completo, y que este quede satisfecho con el producto que adquiere y la forma de entrega, visto desde el punto de vista del usuario de este servicio, haciéndolo atractivo porque así se evita los costos de desplazamiento, y puede adquirir lo que necesite desde la comodidad de su hogar. Es importante la creación de empresas en la ciudad de Girardot porque gracias a estas se contribuye al desarrollo económico creando fuentes de empleo para sus habitantes, la idea es innovadora, gracias a que en el municipio no existen empresas legalmente constituidas dedicadas a esta actividad económica, como lo es el servicio a domicilio, tramites y diligencias, que ponga a disposición sus servicios a la población del municipio.

1. TITULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2019”**

2. ÁREA, LINEA, PROGRAM Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

ÁREA:

Administración y Organizaciones

LÍNEA:

Desarrollo Organizacional y Regional

PROGRAMA:

Administración de Empresas

TEMA:

Creación de una empresa de domicilios “SERVITODO” en la ciudad de Girardot 2019.

3. PROBLEMA

3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA:

Actualmente la vida de las personas es tan acelerada que parece que el tiempo no está a su favor a la hora de realizar trámites, diligencias o compras; y de allí se crea la oportunidad en el mercado de facilitar un poco la vida de las personas por medio de una llamada o un clic en una página web se abre un portal donde se puede encontrar una sin fin de productos que llegaran a la puerta de la casa; La tecnología ha sido una herramienta indispensable a la hora de agilizar cosas que en determinado momento no se puede realizar personalmente, a lo anterior se le suma, que las personas hoy día son de una generación que no cocina, los beneficios en términos de costos y sin salir de casa, son algunas de las razones por las cuales las empresas han visto la necesidad de incluir el servicio a domicilio de sus productos para mantener un equilibrio en las ventas.

Facilitar y agilizar la vida de las personas es una gran oportunidad que los empresarios están optando para maximizar sus ventas, actualmente el servicio a domicilio hace parte del valor agregado que una empresa puede ofrecer a sus clientes, esto permite tener mejor rotación de inventarios, puesto que por medio de la web el cliente lee las características propias de un producto y este determina si se ajusta de acuerdo a su necesidad o no desde la comodidad de su hogar. La principal características de las empresas prestadoras de servicio a domicilio es la calidad del servicio, la seguridad y la puntualidad de entrega lo que les otorga confiabilidad y esto ha permitido el crecimiento de que hoy día existen más empresas que se desempeñan en el servicio a domicilio.

3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la factibilidad para crear una empresa prestadora de servicios domiciliarios en Girardot?

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de domicilios y soluciones inmediatas, de las personas de Girardot, que contribuya a la prestación de servicios y aporte al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para identificar los segmentos, las necesidades, los precios, la competencia y especialmente si existe capacidad adquisitiva para el uso del servicio.
- Elaborar un estudio técnico para describir que equipos de transporte, comunicaciones y demás son necesarios y determinar la logística adecuada para las operaciones propias del proyecto.
- Determinar la cantidad y cualificación del recurso humano requerido para la operación, su contratación y remuneración.
- Diseñar el estudio financiero para determinar los diferentes indicadores de evaluación del proyecto.

5. JUSTIFICACIÓN

Actualmente, los avances y el desarrollo de las herramientas tecnológicas, han impactado de tal manera a las personas que han hecho un cambio significativo en sus vidas cotidianas; utensilios como el teléfono fijo han sido sustituidos por teléfonos inteligentes o Smartphone, los cuales se han convertido en indispensables y estos facilitan algunas de las tareas diarias, por ejemplo la solicitud de servicios a domicilio, esto agregado con el acelerado ritmo de vida, fueron las principales motivaciones para pensar en una idea innovadora de negocio en el municipio de Girardot, y de acuerdo a su grado de aceptación con el propósito de expansión a los municipios aledaños, basado en el montaje de una empresa de domicilios y soluciones inmediatas, de las personas propias y turistas de Girardot, que contribuya a la prestación de servicios y aporte al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

La industria de la mensajería en el mundo es una herramienta indispensable para las empresas, por su rentabilidad, la generación de empleo y el servicio especializado que brinda, gracias a los avances tecnológicos, a la logística de la malla vial y a la velocidad de los medios de transporte.

El desarrollo de aplicaciones móviles se ha convertido prácticamente en un requisito indispensable para cualquier compañía, en este caso, para los restaurantes, supermercados y demás establecimientos de comida. De esta manera, logran ser más reconocidos en la actualidad, donde los usuarios ahora prefieren hacer uso de su celular al momento de ordenar comida por medio de aplicaciones.¹

El propósito es agilizar los procesos de entrega de un producto, y así, garantizar la satisfacción del cliente, en conjunto con otras características como la calidad, reducción de costos y demás características propias del mismo. Es allí donde se percibe una oportunidad de negocio para ser pioneros en la prestación de estos servicios con propuestas de valor y excelencia en el servicio. Teniendo en cuenta las diferentes ocupaciones a las que se dedican los Girardoteños, se analiza que no existe en esta ciudad un servicio que reduzca el tiempo para hacer ciertas diligencias personales y/o empresariales y su respectiva reducción de costos en los gastos de las familias y las empresas. Uno de los nuevos sistemas de distribución física de productos es aquel denominado como servicios a Domicilio, lo cual garantiza a los habitantes de la ciudad adquirir en su propia residencia los productos de la canasta familiar, productos de aseo, productos para su oficina, comida, objetos, encomiendas, documentos, etc. Llevando

¹ Hernández Sánchez Linda Yicela. Estas son las apps favoritas de los colombianos para pedir domicilios. (En línea) 20 de julio de 2019. Disponible en: <https://www.colombia.com/tecnologia/aplicaciones/estas-son-las-apps-favoritas-de-los-colombianos-para-pedir-domicilios-211980>

este nuevo concepto de distribución con calidad, rapidez, comodidad y economía, variables claves y determinantes para la adquisición de los artículos necesarios.

Lo anterior obedece a que Girardot es un municipio en constante crecimiento, haciendo que las distancias y los tiempos se hagan más largos para la realización de actividades cotidianas, igualmente se está evidenciando el aumento de la vivienda por la venta de apartamentos, casas para turistas capitalinos, y esto evidentemente se refleja en una movilidad más densa y complicada.

Para Girardot, una ciudad en crecimiento y desarrollo económico, las empresas de mensajería y domicilios deben prestar la mayor atención al establecimiento de las políticas comerciales y operativas para aprovechar la oportunidad que se presenta actualmente, debido a que no se evidencia la existencia de una empresa local y legalmente establecida que brinde un servicio de mensajería que organice y unifique el sistema de domicilios y soluciones inmediatas del municipio y que se encargue de distribuir todas aquellas actividades denominadas como “Diligencias” relacionadas con el envío, la recepción, la distribución, los tramites y las encomiendas de todas los Girardoteños, de sus alrededores y los turistas que llegan a conocer el municipio.

El objetivo del presente trabajo de grado es realizar un estudio de factibilidad, para determinar la viabilidad de mercado y financiera para la creación de una empresa de domicilios y soluciones inmediatas, en el municipio de Girardot, la idea de negocio surge al analizar el actual crecimiento de la población del municipio y la necesidad de ser más eficiente con el tiempo en el desarrollo de las actividades básicas diarias. Los posibles impactos que generan el desarrollo del presente proyecto para el municipio a nivel económico generar fuentes de empleo para los habitantes de Girardot, a nivel ambiental reduciendo los niveles de emisión de gases, ya que el medio de transporte a utilizar son bicicletas eléctricas las cuales reducen la contaminación del aire; a nivel social facilitar y agilizar el trámite de diligencias y compras que le permita a las personas emplear su tiempo en otras actividades.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1. ANTECEDENTES

En Colombia existen empresas dedicadas a la realización de domicilios, trámites y mandados, especialmente en la ciudad de Bogotá, pero en Girardot no. Hay también App dedicadas a la prestación de este tipo de servicio. Entre las encontradas en la Web se tienen: VELOX, Diligencias y domicilios. Mensajería Express (Cali), Mandados Bonanza (Cali), Mandados.com (Bogotá), la mayoría prestan el servicio en motocicleta, otras en bicicleta y automóvil. La finalidad es llevar a la casa del cliente.

Por ejemplo la empresa Elogística² realiza inversiones permanentemente para aprovechar todas las herramientas que la tecnología ofrece en vista del desarrollo de un servicio eficiente ante un mercado de grandes exigencias, su misión es liderar el mercado de Empresas Corporativas en servicios de Mensajería y Cadetería. Su visión: Desarrollar Servicios diferenciales, exclusivos y personalizados para llevar a cabo una labor 100% eficiente en el menor lapso de tiempo y costo. Formar equipos de trabajo que conozcan y se comprometan con nuestros clientes para llevar a cabo el propósito de nuestra empresa.

Elogística es propietario del 80 % de los móviles de su flota. Los mismos tienen una antigüedad no mayor a 2 años y se someten a controles periódicos obligatorios; de esta forma, garantizamos su buen funcionamiento y buscamos minimizar la posibilidad de desperfectos mecánicos así como prevenir la contaminación por emisión de gases al medio ambiente.

El armado de la hoja de ruta de un cadete requiere la máxima precisión, cualquier falla en la misma generaría en forma casi automática una falla en la efectividad del servicio. Para ello se deben tener en cuenta diversos factores, algunos predecibles y otros no:

- Origen y Destino.
- Tipo de gestión (entrega/trámite).
- Plazos de ejecución.
- Características particulares.

6.2. MARCO TEÓRICO

¿QUÉ ES UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD?

La administración es una ciencia completa la cual le permite a quienes la utilizan una serie de herramientas que hacen más dinámico el desarrollo y ejecución de las diferentes

² Elogística. <http://www.elogistica.com/quienes-somos-flota-tecnologia.php#hola>, consultado octubre 8 de 2019.

actividades, el estudio de factibilidad ayuda a contar con un amplio panorama del mercado desde diferentes puntos de vista. Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.³

Factibilidad Técnica

La factibilidad técnica, se centra en profundizar el conocimiento de los actuales recursos técnicos de la organización y su aplicabilidad a las necesidades previstas del sistema propuesto. Es una evaluación del hardware y software y cómo responde a la necesidad del sistema propuesto en una organización, empresa o negocio.

Factibilidad Económica

En caso de un nuevo proyecto, la factibilidad económica puede ser juzgada por los siguientes parámetros:

- ✓ Costo total estimado de la financiación del proyecto del proyecto.
- ✓ En términos de su estructura de capital, tasa de capital de la deuda y los promotores de la cuota de la inversión total existente costo.
- ✓ La rentabilidad proyectada.

La factibilidad económica de un proyecto debe proporcionar la siguiente información:

- Los detalles completos de los activos que van a financiar y la forma líquida esos activos son.
- Tasa de conversión a efectivo de liquidez (es decir, ¿con qué facilidad pueden los distintos activos se convertirán en efectivo?).
- Proyecto potencial financiación y los plazos de amortización.
- Sensibilidad en la capacidad de los reembolsos a los siguientes factores:
 - ✓ Los retrasos de tiempo.
 - ✓ Enlentecimiento leve de ventas.
 - ✓ Reducción aguda–desaceleración de las ventas.
 - ✓ Pequeño aumento en el costo. Gran aumento en el costo.
 - ✓ Las condiciones económicas adversas.

³ Falconi David. Evaluación de proyectos. (en línea) 21 agosto 2019. Disponible en: <https://evaluaciondeproyectospsm.wordpress.com/2015/04/13/que-es-un-estudio-de-factibilidad/>

Factibilidad Operativa

La factibilidad operativa es una medida de qué tan bien un sistema propuesto resuelve los problemas, y se aprovecha de las oportunidades identificadas durante la definición del alcance y la forma en que cumple los requisitos identificados en la fase de análisis de requerimientos de desarrollo del sistema. (Bentley, L & Whitten, J (2007)).

La evaluación de la viabilidad operativa se centra en el grado en que los proyectos de desarrollo propuestos encajan con el entorno empresarial actual y los objetivos en materia de calendario de desarrollo, fecha de entrega, la cultura corporativa, y los procesos de negocio existentes.

Para asegurar el éxito, los resultados operativos deseados deben ser impartidos durante el diseño y desarrollo. Estos incluyen los parámetros de diseño dependiente como la fiabilidad, mantenibilidad, compatibilidad, facilidad de uso, producibilidad, disponibilidad de acceso, sostenibilidad, accesibilidad y otros.

¿QUÉ EMPRESAS DE DOMICILIOS SELECCIONAR?

Existen 2 tipos de empresas de servicios a domicilio que deberías considerar, las aplicaciones móviles y las empresas de servicio de entregas bajo demanda. Empecemos con las primeras:

Aplicaciones de domicilios:

Las aplicaciones móviles de domicilios, algunas también cuentan con páginas web, son plataformas tecnológicas que les permiten a tus clientes potenciales encontrar tu restaurante y hacerte un pedido desde cualquier lugar.

Ahora que sabes lo que son te debes preguntar, ¿Debo estar en esas plataformas de domicilios? y si sí ¿En cuál? La respuesta es fácil: debes estar en TODAS o mientras más, mejor.

Las plataformas como domicilios.com, Rappi y Uber Eats, son vitrinas en donde tu restaurante DEBE estar. Según un estudio de Fenalco, publicado en El Espectador en marzo de este año, un 30% de los encuestados asegura que pide domicilios a través de una aplicación en su celular.

El periódico La República, hizo recientemente, una linda infografía en donde nos explica la situación de las principales apps de domicilios, aunque algunas de ellas no aplican para tu restaurante (Mercadoni y Merqueo), y nombran a Hellofood, una aplicación que no existe ya en Colombia:

Figura 1. Plataformas de domicilios



Fuente: Internet

Empresas que ofrecen servicio de entrega de domicilios bajo demanda

El mayor pro de contratar empresas de domicilios bajo demanda, es el ahorro en costos fijos al no tener que contratar a un domiciliario sino solo solicitar su servicio en horas pico o cuando sea necesario.

Este tipo de servicios nos parece mucho más útil para empresas nuevas, que no pueden esperar grandes volúmenes de pedidos durante los primeros meses de operación o para empresas que han tenido muchos problemas con sus mensajeros de planta y prefieren quitarse ese problema de encima.

Algunas de estas empresas son:

- Domicilios Urbanos (Otra línea de negocios de Mensajeros Urbanos).
- Domilogística (Empresa de Medellín).
- Domicilios y entregas Net (Empresa de Cali).

- Domicilios y entregas línea 11 (Empresa de Cartagena).
- Cooperativa de trabajo asociado entrega y domicilios asociados (Bogotá).
- Runer.
- Asap.
- Domicilios Maciss (Cúcuta).

Yo mejor hago mis propios domicilios

La verdad es que, contratar domiciliarios bajo demanda no te permite controlar directamente ciertas cosas como:

- Mantenimiento de la cadena de calor.
- Estandarizar la atención a tus clientes en la entrega.
- Tiempos de entrega cortos.⁴

6.3. MARCO CONCEPTUAL

Para el desarrollo y mayor entendimiento del documento entenderemos las siguientes palabras así:

- Administración según Adalberto Chiavenato, la administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales.
- Calidad: Para Juran la calidad puede tener varios significados, dos de los cuales son muy importantes para la empresa, ya que estos sirven para planificar la calidad y la estrategia empresarial. Por calidad Juran entiende la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en la entrega, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc. Calidad es adecuarse al uso.⁵
- Innovación: Para Michael Porter (1990), “las empresas consiguen ventajas competitivas a través de la innovación. Su aproximación a la innovación se realiza en sentido amplio, incluyendo nuevas tecnologías y nuevas maneras de hacer las cosas” (The Competitive Advantage of Nations).⁶

⁴ Grupo Santino. Cuáles son las mejores empresas de domicilios para mi restaurante. 7 de agosto de 2018.

⁵ Padilla Gabriel. (2002, febrero 3). Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e Ishikawa. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-juran-deming-crosby-e-ishikawa/>

⁶ Schumpeter, Joseph. 21 Septiembre, 2014. Una Definición De Innovación.

- Liderazgo: según John Kotter. El liderazgo no es más que la actividad o proceso de influenciar a la gente para que se empeñe voluntariamente en el logro de los objetivos del grupo, entendiendo por grupo un sector de la organización con intereses afines".
- Organización: Para Edgar Morín (1990:122), la organización es "la disposición de relaciones entre componentes o individuos que produce una unidad compleja o sistema, dotado de cualidades desconocidas en el nivel de los componentes o individuos". Es decir, la organización implica una serie de relaciones entre personas, las cuales al relacionarse crean un clima organizacional particular para la organización, el cual le permite desenvolverse en el mercado. La organización para Morín, permite relacionarse a diferentes individuos con disímiles capacidades intelectuales, desiguales niveles de conocimiento y heterogéneos atributos personales creando un todo expresado en un sistema o unidad compleja. Las relaciones entre las personas dentro de la organización permiten que esta se auto-organice, se auto-mantenga, se auto-repare y se auto-desarrolle.
- Planificación: para Castellano, (1998) un método bajo la forma de proceso, para la toma de decisiones entorno al mantenimiento de una realidad dada o a su transformación en otra más deseable, mediante la distribución de recursos entre fines múltiples, cumpliendo los siguientes requisitos: la minimización de costos, la maximización de beneficios y el mantenimiento de equilibrios dinámicos entre las fuerzas sociales que poseen los recursos, desean poseerlos o se ven afectados por el uso que de ellos se haga".
- Talento humano: para Adalberto Chiavenato la gestión del talento humano es el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos incluidos como el reclutamiento, la selección, capacitación, recompensas y evaluación del desempeño.

6.4. MARCO LEGAL

Tabla 1. Marco legal

| | |
|---|--|
| <p>Decreto Reglamentario de 2015 Nacional</p> <p>Único 1078 Nivel</p> | <p>Se establece los lineamientos generales para la prestación de los servicios exclusivos a cargo del Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo, así como las condiciones generales de prestación del Servicio Postal Universal.</p> |
|---|--|

| | |
|---|---|
| <p>Decreto 867 de 2010 Nivel Nacional</p> | <p>Reglamenta la habilitación para la prestación de servicios postales y el Registro de Operadores Postales de que trata el numeral 10 del artículo 3° de la Ley 1369 de 2009, cuyas disposiciones aplican a los Operadores de Servicios Postales de que trata el numeral 4 del artículo 3° ídem, esto es, a los Operadores de Servicios Postales de Pago, de Mensajería Expresa, y al Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo, en el último caso, en materia de registro de operadores postales y cuando quiera que pretenda prestar servicios postales de pago y de mensajería expresa.</p> |
| <p>Ley 1369 de 2009</p> | <p>La presente ley señala el régimen general de prestación de los servicios postales y lo pertinente, a las entidades encargadas de la regulación de estos servicios, que son un servicio público en los términos del artículo 365 de la Constitución Política. Su prestación estará sometida a la regulación, vigilancia y control del Estado, con sujeción a los principios de calidad, eficiencia y universalidad, entendida esta última, como el acceso progresivo a la población en todo el territorio nacional.</p> |
| <p>Ley 1369 de 2009 Nivel Nacional</p> | <p>Señala el régimen general de prestación de los servicios postales, las condiciones y requisitos para los operadores postales, el régimen de tarifas, las autoridades de regulación, control y vigilancia, los derechos y deberes de los usuarios y el régimen sancionatorio en la prestación del servicio.</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Resolución CRC 3038 de 2011</p> | <p>De conformidad con el artículo 23 de la Constitución Nacional de Colombia “Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular, y a obtener pronta resolución.” El artículo 5 del Código contencioso administrativo, desarrolla este principio constitucional: “Toda persona podrá hacer peticiones respetuosas a las autoridades, verbalmente o por escrito, a través de cualquier medio.” A su turno, la Ley 1369 de 2009, reglamenta el derecho de los usuarios de servicios postales para hacer uso de este derecho. De acuerdo con el artículo 24 de la 3038 de 2011 de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, las PQRs y solicitudes de indemnización se tramitarán de conformidad con las normas sobre el derecho de petición. En virtud de estas normas constitucionales, legales y reglamentarias, los usuarios de los servicios postales de UPS podrán presentar peticiones, quejas y reclamos (PQRs), así como solicitudes de indemnización a UPS.</p> |
| <p>Decreto 2696 de 2004</p> | <p>El proyecto de resolución "Por medio de la cual se establece el Régimen de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios Postales ", junto con el respectivo documento soporte.</p> |
| <p>Constitución política de Colombia</p> | <p>Artículo 365. Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional. Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso, el Estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios. Si por razones de soberanía o de interés social, el Estado, mediante ley aprobada por la mayoría de los miembros de una y otra cámara, por iniciativa del Gobierno decide reservarse determinadas actividades estratégicas o servicios públicos, deberá indemnizar previa y plenamente a las personas que en virtud de dicha ley, queden privadas del ejercicio de una actividad lícita.</p> |

Fuente: Elaboración propia

6.5. MARCO GEOGRÁFICO

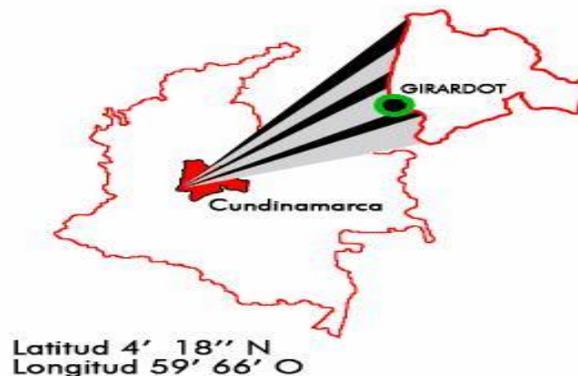
Girardot, ejerce un maravilloso hechizo en miles de turistas que desde todos los rincones del país la visitan y disfrutan del calor del trópico, sus incomparables atractivos y la calidez de sus gentes, pero especialmente en los capitalinos, quienes cada fin de semana colman sus calles y disfrutan los encantos que esta tierra, pródiga en bondades, les ofrece. Es centro cultural de primer orden por las innumerables actividades artísticas de todo tipo que se desarrollan a lo largo del año. Es también ciudad deportiva con bellos y modernos escenarios que sirvieron de sede a los XVII Juegos Deportivos Nacionales que se realizaron con éxito en el 2004 y utilizados para importantes torneos locales, regionales, nacionales e Internacionales.

Girardot actualmente lleva con orgullo el seudónimo de "La Ciudad De Las Acacias", pues sus calles están invadidas de estos bellos y frondosos árboles, que con su sombra dan calidez a la ciudad y protege de los fuertes rayos solares a propios y visitantes y al mismo tiempo embellece las calles, corredores, jardines, parques y plazas de la ciudad.

Como dato curioso hay que anotar que algunos de los viejos arboles de barrios representativos como las Quintas Saavedra Galindo, Sucre, Jorge Eliécer Gaitán (J.E.G.) entre otros, están sembrados y erguidos en las calles y no en los andenes o corredores públicos.

Territorialmente Girardot, es uno de los municipios más pequeños del país (138 Kilómetros Cuadrados), pero dentro de su minúscula área sorprende la variedad de recursos naturales interesantes. Limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, Al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, Al oeste con el río Magdalena y el municipio de Coello, y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá.

Figura 2. Ubicación geográfica de Girardot.



7. DISEÑO METODOLÓGICO

En el Libro Metodología de la investigación, Sampieri argumenta: “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

También se hace énfasis en “ Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno” (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008). De acuerdo a lo anterior, esta investigación es de tipo descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho, con un enfoque cuantitativo sobre los efectos socioeconómicos que produce el sector productivo en el municipio de Girardot. Las pruebas estadísticas (encuestas) para observar el grado de aceptación del proyecto si se llegara a llevar a cabo ponerlo en marcha, por otra parte, se busca llevar a cabo el análisis de factibilidad financiera para determinar el impacto económico que genera.

7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho o sobre los impactos socioeconómicos que producen los sectores económicos (servicio a domicilio) en la ciudad de Girardot y los cuales son establecidos mediante la aplicación de una encuesta a la población estudiada; Viendo la carencia de este tipo de servicios en la ciudad.

7.2. METODO DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación necesarios para la realización del presente proyecto, son el analítico y el inductivo- deductivo, debido a que se precisa el direccionamiento de la información recolectada durante el estudio.

7.3. HERRAMIENTAS

El desarrollo de este proyecto permite la participación activa de la comunidad como investigadores y fuentes de información de esta manera se llevaron a cabo las siguientes etapas metodológicas.

- ✓ Identificación del problema.
- ✓ Elaboración de encuestas sobre las necesidades que presenta la población con respecto a este servicio.
- ✓ Aplicación de métodos analítico y deductivo.
- ✓ Diseño de la propuesta para la elaborar y poner en marcha una empresa de domicilios y soluciones inmediatas.

7.4. POBLACION Y MUESTRA

Población:

La población objeto de estudio son los habitantes del municipio de Girardot, por ser un estudio de factibilidad se hizo un muestreo Probabilístico aleatorio estratificado, donde la toma de la muestra se considerará mercado meta la población activa del municipio de Girardot para el DNP (Dirección Nacional de Planeación) según el DANE corresponde a 106.818 habitantes. (Ficha de caracterización, DNP, 2018). La ecuación se realizó basada en el libro Estadística Aplicada de los autores Ciro Martínez y Richard Levin donde se busca tomar una muestra y dicha muestra será el número de personas a quienes se les va a aplicar el instrumento de investigación (encuesta) para contar con información real y precisa.

Formula

Figura 3. Formula

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{(z^2 (p * q))}{N}}$$

SIMBOLOGIA

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza deseado

p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q = Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e = Nivel de error dispuesto a cometer

N = Tamaño de la población

Margen de error: **5%**

Nivel de confianza: **95%**

Población: **106.818**

n = **383**

Margen: 5%

Nivel de confianza: 95%

Poblacion: 106818

Tamaño de muestra: 383

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Se sustituyen los datos en la fórmula de población finita, y se obtiene un tamaño de población o muestra de 383 personas, los cuales es el número de personas a quienes se les va a realizar la encuesta para el estudio de mercado.

Población: 106.818 (datos por el DANE 2018)

Tamaño de muestra: 383

Extensión: el producto está dirigido a los habitantes del municipio de Girardot.

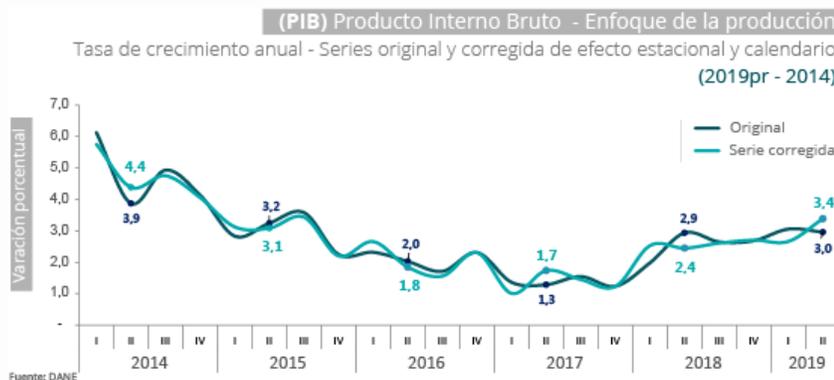
8. ANÁLISIS DEL ENTORNO

8.1. ENTORNO ECONÓMICO

La economía colombiana arrancó con pie derecho en 2019. El PIB registró un crecimiento de 2,8% en el primer trimestre, con respecto al mismo período de 2018. Con ese comportamiento se consolidó la fase ascendente del ciclo económico y se generaron expectativas positivas para el futuro cercano. El crecimiento aún es bajo con respecto a expansiones recientes, pero es un comportamiento positivo en el contexto regional. Ese crecimiento está liderado por sectores como el financiero, la minería y el comercio al por menor, mientras que la construcción permanece en terreno negativo.

Grafico 1. Producto interno bruto

En el segundo trimestre de 2019pr, el Producto Interno Bruto en su serie original crece 3,0% respecto al mismo periodo de 2018pr.



Fuente: DIAN

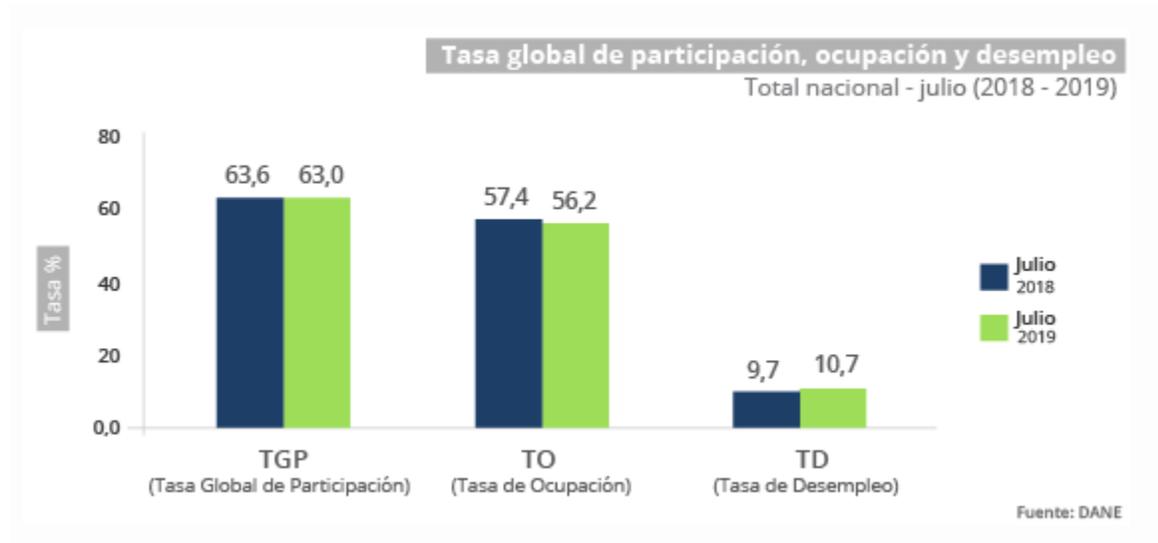
Las actividades económicas que más contribuyen a esta dinámica son:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 4,8%.
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y servicios sociales crece 3,1%.
- Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 3,6%

8.1.1. Desempleo

En julio de 2019, la tasa de desempleo en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 10,3%, la tasa global de participación 66,4% y la tasa de ocupación 59,5%. Para el mismo mes de 2018, estas tasas se ubicaron en 10,1%, 67,1% y 60,3%, respectivamente.

Grafico 2. Tasa de desempleo



Fuente: DIAN

8.1.2. Pobreza

En 2018 la pobreza monetaria llegó al 27%, lo que quiere decir que en Colombia 13'073.000 personas se encuentran en situación de pobreza monetaria, un leve aumento si se considera que en el 2017 había 12'883.000 colombianos en esta situación, lo anterior significa que 190.000 personas ingresaron a esta categoría.

La línea de pobreza a nivel nacional, según los estándares del Dane, fue de \$257.433, así que las personas que ganen más de esta cifra al mes no son consideradas como pobres por la autoridad estadística. La entidad también aclaró que “si un hogar está compuesto por 4 personas, será clasificado como pobre si el ingreso total del hogar está por debajo de \$1.029.732”.

9. CONDICIONES MACROAMBIENTALES

Girardot se encuentra ubicado a una altura de 326 metros sobre el nivel del mar, con extensión de 138 km² y 106.818 habitantes, está en el centro del país, al sur-occidente del departamento de Cundinamarca a orillas del Río Magdalena, distante de Bogotá D.C. a solo 123 Kilómetros con una excelente carretera temperatura de treinta grados centígrados aproximadamente.

9.1. ESTRUCTURA ECONÓMICA DE GIRARDOT

9.1.1. Situación Actual

La economía de Girardot se basa en el comercio y la explotación turística, debido a que la mayoría de industrias que existían en la localidad cerraron sus puertas por estrategias empresariales y expansión de las organizaciones en el mercado mundial.

Actualmente, “en Girardot existen 2.833 empresas según información de Planeación Municipal, destacándose las empresas de servicios y de obras. Además según datos de Industria y Comercio 3.474 de empresas, entre grandes y pequeños contribuidores, se encuentran organizadas y contribuyendo con impuestos. En esta información encontramos tiendas, lecherías, hipermercados, etc.”⁷ se destaca el desarrollo comercial de tiendas y microempresas en la ciudad, auxiliándose los habitantes con los ingresos que se genera por estas actividades comerciales debido a que no hay grandes empresas para emplearse, las pequeñas tiendas que se han generado en la ciudad benefician con sus tributos las arcas del Municipio.

Cabe resaltar, que los sectores más importantes para la economía de Girardot se destacan el Comercio local, restaurantes, cafeterías, heladerías, hoteles, supermercados e hipermercados; presentándose una mayor concentración de ingresos por estas actividades económicas y un crecimiento en la economía local.

Por otra parte, se exhibe una notoria recuperación económica local; debido a las nuevas inversiones locales y al despegue comercial, pero esto no es suficiente para generar nuevos puestos de trabajo que eviten mitigar la problemática social en que se encuentra la localidad por el aumento de mano de obra joven la cual sería apta para cualquier trabajo empresarial.

⁷ Alcaldía municipal de Girardot. Sectores económicos. 2019. Recuperado de: <http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

9.1.2. Sector Económico

Agrícola:

Las tierras de Girardot son aptas para cultivos de maíz, sorgo, ajonjolí, algodón y arroz, los cuales se han tecnificado dadas las facilidades que las tierras planas ofrecen para el uso de maquinaria agrícola, también hay diversidad de frutales, especialmente de mango, limón y naranja.⁸

El sector en la actualidad utiliza solo el 35% de las tierras aptas para ser cultivadas, lo que demuestra la depresión que vive, pues aunque han sido tradicionalmente propicias para la agricultura debido a las condiciones favorables de sus suelos.

Ganadero:

Girardot y la región no han tenido tradición importante en el sector ganadero, aunque en sus campos hay toda clase de bovinos, mulares, caballares, porcinos, ovinos, caprinos, asnales, casi todos criados por la necesidad de sus campesinos de tener animales fundamentalmente para el consumo de leche y carne para ayudar en las tareas del agro. La cría de aves de corral también ha ganado en importancia seleccionándose aves para la cría y la postura.

Sector Turístico:

La actividad turística es sin lugar a dudas el único sector que está dinamizando la economía, ya que ofrece gran cantidad de beneficios directos e indirectos derivados de su desarrollo. El turismo se presenta como la única alternativa por el momento para diversificar la base económica de la región, posee un potencial importante para incrementar los ingresos públicos y privados y contribuye al desarrollo de otros sectores, especialmente de productos que consumen los turistas o productos para las firmas que los sirven.

La infraestructura hotelera de la ciudad es considerada por su calidad, diversidad y capacidad como una de las más importantes del país, contando con la actualidad con más de 3500 camas en hoteles y centros vacacionales de primera categoría, contando además con gran cantidad y variedad de establecimientos que brindan servicios básicos de hospedaje a precios muy bajos.

⁸Recuperado de: Alcaldía municipal de Girardot. Sectores económicos. 2019. Recuperado de: https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2816/1696_plan_competit_girardot.pdf?sequence=1&isAllowed=y

La ciudad está dotada además de una infraestructura para convenciones de primer orden de la convierte en anfitriona por excelencia de ferias, exposiciones, encuentros empresariales, convenciones y como centro de negocios, tanto a nivel doméstico como internacional; eventos que se complementan con la múltiple y variada oferta turística, y cultural de la ciudad. Posee importantes Centros de Convenciones de lujo, diseñados y construidos en su gran mayoría en hoteles y centros vacacionales que cuentan con tecnología de punta y la dotación adecuada para atraer el mercado de eventos empresariales que convierten a Girardot en un destino ideal para el turismo de negocios y sede de múltiples congresos y reuniones.

Es así como el Municipio de Girardot ha decidido centrar su economía en el rescate, fomento y organización del Turismo como su principal estrategia de promoción económica. Alrededor de esta y complementando la estrategia se encuentra el fomento de las microempresas artesanales y familiares, el desarrollo de proyectos de vivienda social, la capacitación de los diferentes sectores productivos y de servicios del Municipio.

9.1.3. Tipos de empresas de Girardot cantidad y personal

La realidad económica de Girardot se debe a la ausencia de nuevas industrias y la proyección turística del Municipio como medio de desarrollo lo cual originaría nuevas fuentes de trabajo e ingreso para el habitante.

La sustentación de la mediana empresa y centros comerciales se basa en el turismo y la recreación; ya que la mayoría de establecimientos son Comerciales, hoteleros, supermercados e hipermercados generando ingresos para el habitante que se beneficia por estas actividades.

El municipio debe consolidarse como líder en alternativa turística de la provincia del Alto Magdalena en unificación con el Distrito capital para generar paquetes turísticos que aprovechen los recursos naturales de Girardot fomentando un desarrollo local. A partir de los atractivos turísticos naturales del sector rural, el clima y río; fuentes económicas locales que beneficien los ingresos del Municipio.

Girardot, es turística por excelencia, ya que presenta unos excelentes recursos naturales para el turista de la capital. Pero estos atractivos turísticos son suficientes para generar un pleno empleo para la localidad que por ende forjaría un desarrollo sostenible al habitante.

Además, en la ciudad se destaca la ausencia de políticas ambientales, culturales y turísticas a nivel local; que contribuiría con un mejor desarrollo en el ámbito turístico para la localidad.

El municipio carece de infraestructura turística y nuevas vías de acceso tanto a nivel interno como externo de la localidad. Mientras que Girardot no cuente con infraestructura turística propia no generaría un desarrollo social sostenible.

De otra manera, la infraestructura turística propia fomentaría un mayor desarrollo turístico a nivel local y regional obteniendo mayor demanda de habitantes que visitarían la ciudad por sus infraestructuras imponentes. Al mismo tiempo, la ausencia de nuevas vías de acceso dentro de la localidad y fuera de ella originaría contaminación auditiva, accidentes, trancones de autos y estrés para los habitantes de la localidad y turistas que visitan los días de fiestas.

De otra manera, el abandono del teatro cultural y actividades culturales locales contribuyen con el descuido de la demanda de turistas mayores de 50 años que se encierran en los hoteles sin darles mayor prioridad de nuevas actividades.

En el contexto ambiental el Municipio a través del tiempo ha sido afectado por el río Bogotá, el cual afecta con sus aguas llenas residuos y contaminantes tóxicos al río Magdalena que atraviesa a Girardot dividiendo los Departamentos de Cundinamarca y Tolima.

De otro lado, la contaminación fluvial y los habitantes que se encuentran en las orillas del río contribuyen de forma directa e indirecta al mal aspecto de las riveras del Magdalena exhibiendo la pobreza y mendicidad por la cual se encuentra este extremo de la ciudad.

Mientras, que en otras ciudades Colombianas y extranjeras que dependen del desarrollo turístico fluvial, sus riveras es el epicentro del progreso turístico, cultural y social. En Girardot las riveras exteriorizan el atraso económico, ambiental y turístico originando una vista desagradable para el turista que visita la ciudad, además de lo anterior el aumento de contaminación visual por las pancartas publicitarias y el ruido en exceso generan desequilibrios sociales para la localidad.

Cabe advertir; que el turismo solo concebiría empleos los días de fiestas, e igualmente, no favorecería la distribución del ingreso del habitante promedio, pero si generaría desequilibrios sociales como: la propagación de explotación infantil local y la venta de sustancias alucinógenas para los jóvenes turistas que visitan a la ciudad.

De otra forma; el Municipio presenta un desarrollo económico importante en el sector turístico, pero no generaría un equilibrio económico en la producción de nuevos puestos de trabajo. Mientras si se concibe el apoyo a las PYME locales por parte de Fenalco, Cámara de Comercio y Alcaldía; se generaría una alternativa empresarial de mayor envergadura para los habitantes del Municipio creando nuevas oportunidades de manera

permanente contribuyendo así a bajar la tasa de desocupación por la cual atraviesa Girardot.⁹

En efecto; el turismo se debe tomar como una alternativa de nuevos ingresos para la localidad, pero no como la panacea al desarrollo para Girardot; ya que trae desequilibrios sociales para los habitantes, las políticas municipales deben trazarse en pro del fortalecimientos de pequeñas, medianas y grandes empresas que contribuiría con plenos empleos locales permanentes y no esporádicos en la localidad.

⁹ Castro Munar Diego Armando. Diagnostico Económico de La Ciudad De Girardot. 2018.

10. DISEÑO ADMINISTRATIVO

10.1. INVESTIGADORES

Daniela Herrera Cárdenas
Ana María Roa Casilimas

10.2. DIRECTOR TRABAJO

María Patricia Díaz Cárdenas

10.3. PRESUPUESTO

Tabla 2. Presupuesto

| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR | TIEMPO | TOTAL |
|--|----------|-------------|--------|--------------------|
| Papelería (Fotocopias) | 800 | \$40.000 | | \$40.000 |
| Computador portátil | 1 | \$850.000 | 1 | \$850.000 |
| Transporte Moto (Combustible/Galón) | 1 | \$50.000 | | \$50.000 |
| Gastos notariales | | \$400.000 | | \$400.000 |
| Motos Eléctricas | 3 | \$3.000.000 | | \$3.000.000 |
| Local | 1 | \$1.500.000 | | \$500.000 |
| Improvistos | | \$200.000 | | \$200.000 |
| TOTAL | | | | \$6.040.000 |

Fuente: Estudiantes

10.4. CRONOGRAMA

Tabla 3. Cronograma

|  UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|-----|-----|-------|------|-------|-------|-----|------|-----|-----|-----|
| TITULO DEL PROYECTO: | | ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DOMICILIOS "SERWITODO" EN LA CIUDAD DE GIRARDOT | | | | | | | | | | | |
| INTEGRANTES | | DANIELA HERRERA CÁRDENAS | | | | | | | | | | | |
| | | 2019 | | | | | | | | | | | |
| N o. | ACTIVIDAD | ENE | FEB | MAR | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGO | SEPT | OCT | NOV | DIC |
| | | | | 4 | 4 | | | | | | | | 4 |
| 1 | Análisis de ideas para el proyecto | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Elaboración del anteproyecto | | | | | | | | | | | | |
| 3 | presentación del anteproyecto | | | | | 25 | | | | | | | |
| 4 | Notificación de correcciones | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Elaboración de correcciones | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Estudio de mercado | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Elaboración del instrumento de recolección de datos(encuesta) | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Aplicación de la encuestas | | | | | | | | | | | | |
| 11 | RECESO INTERSEMESTRAL | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Tabulación y análisis de los resultados | | | | | | | | | | | | |
| 13 | Estudio Técnico | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Estudio Organizacional y legal | | | | | | | | | | | | |
| 15 | Estudio Financiero | | | | | | | | | | | | |
| 17 | Conclusiones, recomendaciones y revisión bibliográfica | | | | | | | | | | | | |
| 18 | Elaboración del documento final | | | | | | | | | | | | |
| 19 | Presentación del trabajo final | | | | | | | | | | | | |
| 20 | Correcciones del trabajo final | | | | | | | | | | | | |
| 21 | Elaboración de la presentación final (Power Point) | | | | | | | | | | | | |
| 22 | Sustentación del trabajo final | | | | | | | | | | | | |

11. TABULACIÓN DE LA INFORMACION

11.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Ver anexo A. Encuesta

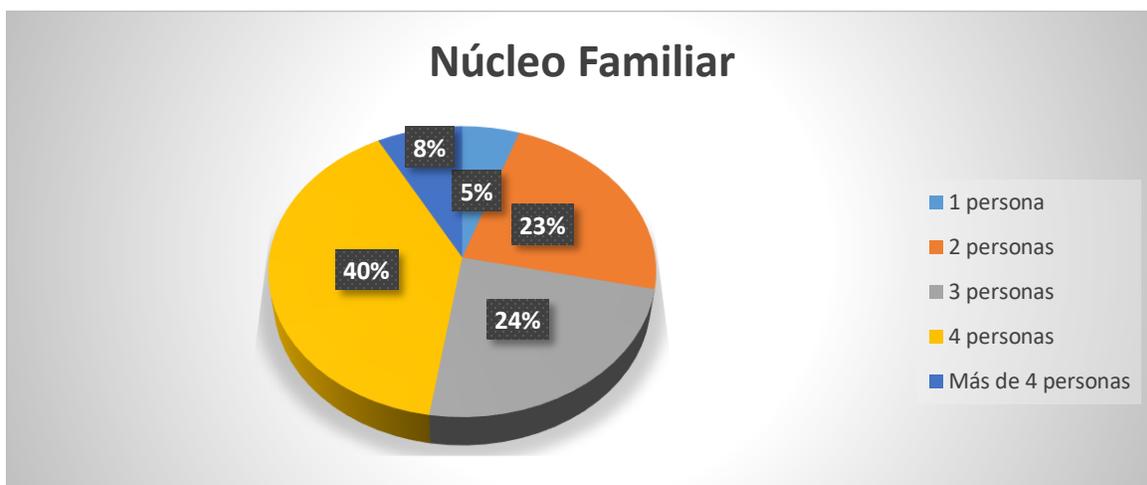
11.2. INFORMACIÓN

Se procederá a tabular la información obtenida, se organizara por medio de gráficos y diagramas y por ultimo su respectivo análisis.

1. ¿cuántas personas conforman su núcleo familiar?

| Núcleo familiar | | |
|-------------------|------------|-------------|
| 1 persona | 20 | 5% |
| 2 personas | 89 | 23% |
| 3 personas | 92 | 24% |
| 4 personas | 152 | 40% |
| Más de 4 personas | 30 | 8% |
| Total | 383 | 100% |

Grafica 3. Núcleo Familiar



De acuerdo al registro de la información obtenida por medio de la encuesta, en la pregunta número 1 se consulta a los girardoteños el número de personas que conforman el núcleo familiar, obteniendo la siguiente información: 152 personas equivalentes al (40%) integran un núcleo de 4 personas, seguido por 92 personas (24%) conformadas por 3 personas, 89 personas (23%) lo integran por 2 personas, 30 personas (8%) está

conformado por las de 4 personas y finalmente 20 personas con una participación (5%) son hogares unipersonales.

2. Estrato: 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ otro ___

| Estrato socio económico | | |
|-------------------------|------------|-------------|
| Estrato 1 | 5 | 0% |
| Estrato 2 | 62 | 16% |
| Estrato 3 | 176 | 46% |
| Estrato 4 | 140 | 37% |
| otro | 0 | |
| Total | 383 | 100% |

Grafica 4. Estrato Socioeconómico

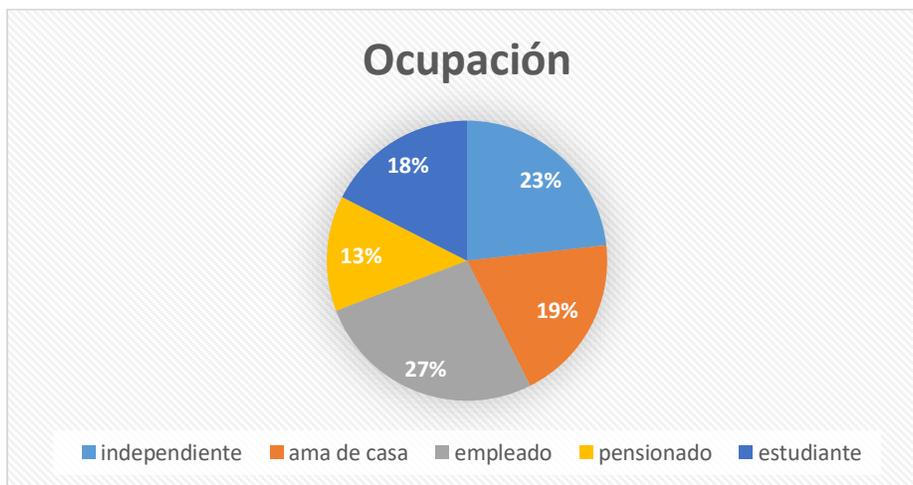


De acuerdo a la información recolectada el 46% de la población encuestada de las familias girardoteñas pertenecen al estrato 3, con una participación del equivalente a 176 personas, seguido del estrato 4 con el 37% equivalente a 140 personas y en menor representación el estrato 2 con un equivalente del 16% y finalmente el estrato 1 con el 0%.

3. Su ocupación

| Ocupación | | |
|---------------|------------|-------------|
| Independiente | 89 | 23% |
| Ama de casa | 74 | 19% |
| Empleado | 102 | 27% |
| Pensionado | 51 | 13% |
| Estudiante | 67 | 18% |
| Total | 383 | 100% |

Grafica 5. Ocupación



Le preguntamos a los Girardoteños su ocupación y obtuvimos los siguientes resultados el 27% de la población encuestada son empleados, el 23% de las personas son trabajadores independientes, el 19% de la población son amas de casa, el 18% son estudiantes y el 13% de las personas son pensionados.

4. ¿Realiza usted pedidos a domicilio a través de páginas web y/o aplicaciones móviles?

SI ___ NO ___

| Utiliza el servicio a domicilio | | |
|---------------------------------|------------|-------------|
| SI | 258 | 67% |
| NO | 125 | 33% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Gráfica 6. Utiliza Servicio A Domicilio

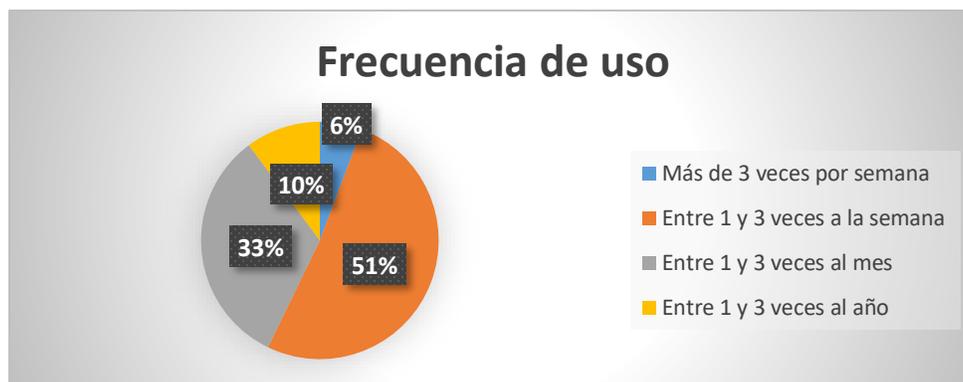


Por medio de la información obtenida, se concluye que las familias Girardoteñas hacen uso del servicio a domicilio a través de aplicaciones o el internet, el 67% de la población utiliza el servicio a domicilio y el 33% no hace uso de este servicio.

5. ¿Con qué frecuencia realiza pedidos a domicilio a través de páginas web y/o aplicaciones móviles?

| Frecuencia de uso | | |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Más de 3 veces por semana | 22 | 6% |
| Entre 1 y 3 veces a la semana | 197 | 51% |
| Entre 1 y 3 veces al mes | 125 | 33% |
| Entre 1 y 3 veces al año | 39 | 10% |
| Total | 383 | 100% |

Gráfica 7. Frecuencia de Uso



Los Girardoteños usualmente acuden al servicio a domicilio, lo utilizan con una frecuencia de 1 y 3 veces por semana con un porcentaje de participación del 51%, el 33% entre 1 y 3 veces al mes, el 10% hace uso del servicio anual y el 6% de los encuestados lo utilizan más de 3 veces por semana.

6. Cuando pide servicio a domicilio usted compra

| Usualmente compra | | |
|--------------------------|------------|-------------|
| Mercado | 146 | 38% |
| Medicamentos | 109 | 28% |
| Comida | 125 | 33% |
| Ropa | 3 | 1% |
| Total | 383 | 100% |

Gráfica 8. Usualmente compran



De acuerdo a la recolección de la información, se concluye que los Girardoteños que usan el servicio a domicilio usualmente adquieren mercado con una participación del 38%, comida con un porcentaje de participación del 33%, medicamentos 28% y ropa con una porcentaje de participación del 1%.

7. ¿Cuánto tiempo promedio pasa desde que realiza sus pedidos a través de páginas web y/o aplicaciones móviles, hasta que recibe el producto?

| Tiempo de entrega | | |
|--------------------------|------------|-------------|
| Menos de una hora | 208 | 54% |
| Entre una y dos horas | 95 | 25% |
| Entre dos y tres horas | 59 | 15% |
| Más de tres horas | 21 | 6% |
| Total | 383 | 100% |

Gráfica 9. Tiempo de entrega

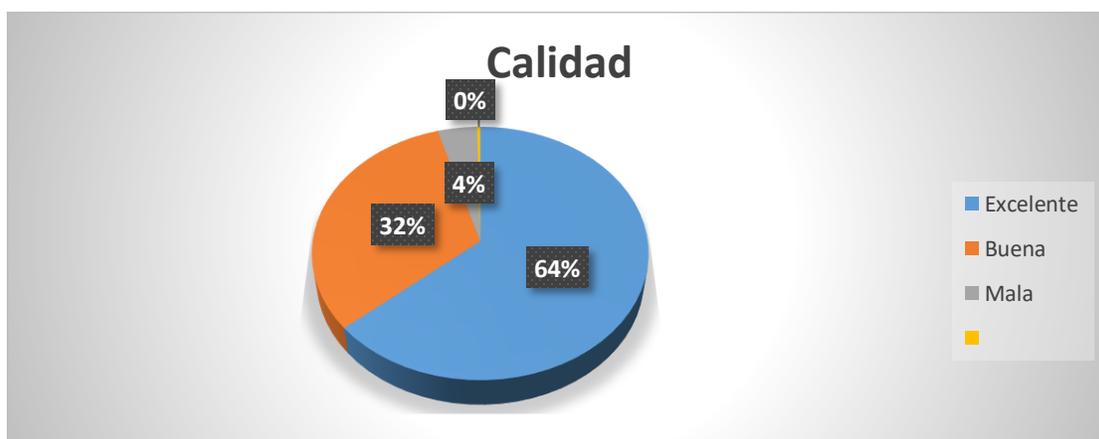


Preguntamos a las personas cual es el tiempo que demora el domicilio desde el momento que realiza el pedido y se obtuvo la siguiente información: el 54% responde menos de una hora, el 25% entre una y dos horas, el 15% entre dos o tres horas y el 6% más de tres horas.

8. ¿Cómo es la calidad del servicio que recibe?

| Calidad del servicio | | |
|----------------------|------------|-------------|
| Excelente | 245 | 64% |
| Buena | 122 | 32% |
| Mala | 16 | 4% |
| Total | 383 | 100% |

Gráfica 10. Calidad



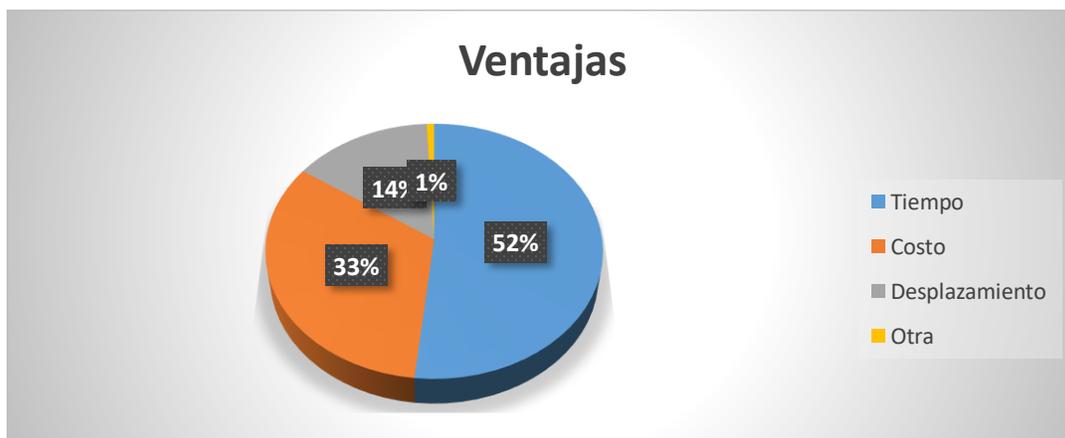
Según el análisis de la información obtenida, los Girardoteños están conformes con la calidad del servicio por parte de las personas quienes entregan sus domicilios, el 64% está de acuerdo en que es un servicio excelente, el 32% lo considera bueno y el 4% lo califica malo.

9. ¿Cuál cree usted que son las ventajas del uso del servicio a domicilio?

| Ventajas | | |
|----------------|------------|-------------|
| Tiempo | 198 | 52% |
| Costo | 126 | 33% |
| Desplazamiento | 56 | 14% |
| Otra | 3 | 1% |
| Total | 383 | 100% |

Cual _____

Gráfica 11. Ventajas



Los Girardoteños encuestados están de acuerdo con el uso del servicio a domicilio, muchos coinciden en que reducen tiempo con una participación porcentual del 52%, algunas personas concuerdan en minimizar costos con un porcentaje del 33% y otros por evitar el desplazamiento con un porcentaje del 14%.

10. ¿Estaría usted dispuesto a usar un servicio nuevo de entrega a domicilio en la ciudad de Girardot?

SI ___ NO ___

| Aceptación | | |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 363 | 95% |
| NO | 20 | 5% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Gráfica 12. Aceptación

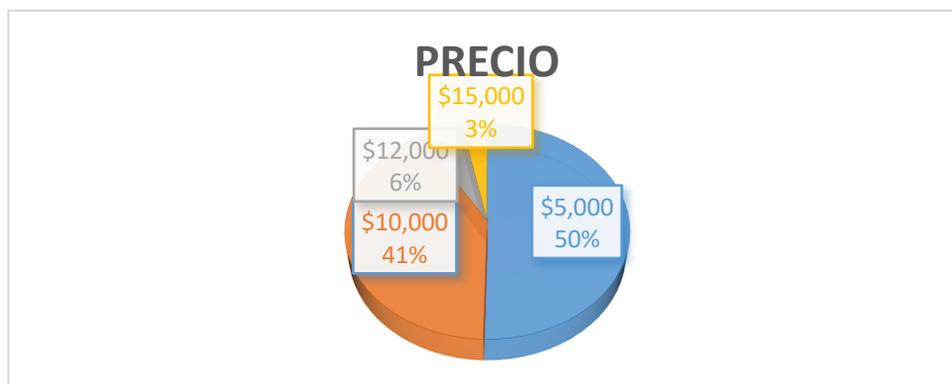


Se consultó a los Girardoteños si estarían dispuestos a utilizar un servicio nuevo de entrega a domicilio en el municipio, por lo que se obtuvo la siguiente información: el 95% de la población está dispuesta a utilizar este nuevo servicio y el 5% restante no lo utilizaría.

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio?

| Precio | | |
|--------------|------------|-------------|
| \$ 5.000 | 192 | 50% |
| \$10.000 | 156 | 41% |
| \$ 12.000 | 21 | 6% |
| \$ 15.000 | 12 | 3% |
| Total | 383 | 100% |

Gráfica 13. Precio



Se preguntó a las personas cual es el precio que estarían dispuestos a pagar por este servicio nuevo y se obtuvo la siguiente información el 50% de las personas encuestadas consideran que el valor de \$ 5.000 pesos es justo por este servicio, el 41% considera que \$ 10.000 pesos es otra buena opción de pago, los valores entre \$12.000 y \$ 15.000 contaron con menor porcentaje uno con el 6% y el otro con el 3%.

12. ¿Cuál considera que sería el tiempo ideal para dar solución a su necesidad?

| Tiempo estimado para recibir el pedido con la nueva empresa | | |
|---|------------|-------------|
| Menos de una hora | 152 | 39% |
| Entre una y dos horas | 189 | 49% |
| Entre dos y tres horas | 42 | 11% |
| Más de tres horas | | 1% |
| Total | 383 | 100% |

Gráfica 14. Tiempo



Se preguntó a los Girardoteños cuál es el tiempo que consideran oportuno para recibir un domicilio, el 49% está a favor que el tiempo razonable es entre una y dos horas, en segundo lugar el 39% consideran que el tiempo debe ser en menos de un hora, el 11% estiman que entre dos y tres horas y finalmente el 1% está a favor de más de tres horas.

13. Porqué medio de comunicación usted se entera de los nuevos productos o servicios que salen al mercado.

| Medios de comunicación | | |
|------------------------|------------|-------------|
| Folletos | 58 | 15% |
| Internet | 253 | 67% |
| Radio | 38 | 10% |
| Televisión | 32 | 8% |
| Total | 383 | 100% |

Gráfica 15. Medios de comunicación



De acuerdo a la población encuestada, para los Girardoteños el internet es la principal fuente de comunicación para obtener información de los servicios que van saliendo en el mercado con una representación del 67%, en segundo lugar los folletos con una representación del 15%, en tercer lugar tenemos la radio con un porcentaje de participación del 10% y en cuarto lugar la televisión con un porcentaje del 8%.

11.3. ANÁLISIS

De acuerdo a lo estipulado en el plan de competitividad de Girardot 2007 -2019 “Toda organización territorial necesita una estrategia de desarrollo económico consensuada entre sus actores, con el fin de alcanzar mejores condiciones de vida”. El programa de administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca de la seccional de Girardot, fomenta el desarrollo individual de los estudiantes para crear empresa en el municipio y así mismo promover la activación del sector económico en Girardot.¹⁰

La idea de crear esta empresa nace, por un lado, como respuesta a las diferentes necesidades que se presentan día a día en la cotidianidad de los hogares Girardoteños y la falta de información confiable acerca de quién pueda solucionar estas necesidades. Actualmente las empresas de prestación de servicios se han venido incrementando su participación en el mercado durante los últimos años, se han posicionado como una de las tendencias más importantes de las grandes ciudades, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas. La actividad económica de servicios cada vez se consolida como uno de los principales motores de desarrollo, de crecimiento y generación de empleo.

Por medio de un estudio de mercado se formularon una serie de preguntas, las cuales durante el desarrollo del presente trabajo se procede a determinar la factibilidad para la creación de una empresa de domicilios y soluciones inmediatas, que le permita a los Girardoteños ahorrar tiempo realizando trámites u otras diligencias que necesiten. Por tal motivo se consultó a los Girardoteños si estarían dispuestos a usar un servicio nuevo de entrega a domicilio en el municipio, obteniéndose la siguiente información: el 95% de la población está dispuesta a utilizar este nuevo servicio y el 5% restante no lo utilizaría. Teniendo en cuenta que los hogares en el municipio están conformados de la siguiente manera el número de personas que conforman el núcleo familiar: 152 personas equivalentes al (40%) integran un núcleo de 4 personas, seguido por 92 personas (24%) conformadas por 3 personas, 89 personas (23%) lo integran por 2 personas, 30 personas (8%) está conformado por las de 4 personas y, finalmente 20 personas con una participación (5%) son hogares unipersonales. Estos hogares están clasificados principalmente están en estrato 3, con una participación del 46% equivalente a 176 personas, seguido del estrato 4 con el 37% equivalente a 140 personas y en menor

¹⁰ Plan de competitividad de Girardot 2007 – 2019. Pág. 14. (en línea) file:///E:/user/Downloads/CCB_338.06C17P_EJ1.pdf

representación el estrato 2 con un equivalente del 16% y finalmente el estrato 1 con el 0%.

La frecuencia de uso del servicio a domicilio lo utiliza de 1 y 3 veces por semana con un porcentaje de participación del 51%, el 33% entre 1 y 3 veces al mes, el 10% hace uso del servicio anual y el 6% de los encuestados lo utilizan más de 3 veces por semana. Lo que brinda una gran oportunidad a la empresa de domicilios nueva que se pretende formalizar. Debido a que Los Girardoteños encuestados están de acuerdo con el uso del servicio a domicilio y piensan que, utilizando esta clase de servicios, reducen tiempo con una participación porcentual del 52%, algunas personas concuerdan en minimizar costos con un porcentaje del 33% y otros por evitar el desplazamiento con un porcentaje del 14%.

El municipio cuenta con un amplio portafolio de productos los cuales están al alcance de la comunidad en general, es por eso que la oportunidad de poner en marcha una empresa de servicios a domicilio es una gran e innovadora solución para diferentes familias a quienes el tiempo no les alcanza o que no cuentan con un medio de transporte para movilizar a toda la familia. A esto se suma que la tecnología es un factor que ayuda a mantener contacto directo con las organizaciones.

11.4. GRADO DE ACEPTACIÓN

La recolección de la información permite establecer las necesidades del cliente. Es importante obtener información clara, oportuna y detallada de características que permitan establecer las políticas para prestar un servicio de calidad y ser pioneros en la prestación del servicio.

Para la determinación del tamaño debemos aplicar la siguiente ecuación.

$$TM = P * \%Ac * C$$

TM = Tamaño del Mercado

% AC = porcentaje de aceptación

$$C = \frac{365}{100} = 3.65 \text{ promedio de compra}$$

TM = $106.818 * 0.95 * 3.65 = 370.391$ personas que estarían dispuestas a utilizar el servicio.

% ACEPTACION = 95%

El 95% de la población del municipio es el segmento de la población objetivo para el proyecto en desarrollo. Este porcentaje se obtuvo de las respuestas afirmativas de la pregunta No (10) de la cantidad de encuestados que están de acuerdo con este tipo de proyectos.

Actualmente las empresas están adoptando nuevas tendencias que les permite captar mayor parte del mercado y así optimizar sus ingresos; es por esto que cada vez son más las empresas que incluyen el servicio a domicilio como un beneficio para sus clientes. Es así que ofrecer esta opción a los clientes se ha convertido en un factor muy importante de servicio en los negocios como estrategia de venta.

11.5. DEMANDA PROYECTADA

Tabla 4. Demanda proyectada

| DDA PROYECTADA | | | | | |
|----------------|----------|----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | COSTO UNITARIO TOTAL | PRECIO VENTA UNITARIO | COSTO DE PRODUCCION | INGRESOS POR VENTAS |
| DOMICILIOS | 2500 | \$ 2.000 | \$ 3.000 | \$ 5.000.000 | \$ 7.500.000 |
| OTROS TRAMITES | 5000 | \$ 2.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000.000 | \$ 50.000.000 |

11.6. ANÁLISIS DEL SECTOR

Girardot es un municipio con un amplio sector comercial, un portafolio amplio en el sector de comidas (rápidas y a la carta), la competencia de cada uno de los diferentes sectores es bastante amplia, muchos de estos negocios han optado por incluir en el servicio la entrega a domicilio, la cual es asumida por el cliente, normalmente se maneja de esta forma, porque de lo contrario sería un gasto para el establecimiento cubrir los costos de transporte y entregador; cada día la entrega a domicilio se ha convertido en una herramienta fundamental y un factor de comodidad para los clientes.

El tiempo que se destina para llevar a cabo las tareas del hogar, sumado a la poca flexibilidad de la jornada laboral y la falta de integración familiar, tienen como consecuencia una dependencia del consumidor hacia el confort y el bienestar personal. En base a ello, las empresas que han incluido el servicio a domicilio han tenido un cambio positivo, al contar con la ventaja de llevar a cabo las compras sin salir de casa. Para algunas personas, prefieren disfrutar de la comodidad de su hogar, por lo que el servicio a domicilio se vuelve una excelente opción, además evitan el desplazamiento y reducen costos, mientras que se destina el tiempo en desarrollar otra actividad. Actualmente, en los negocios es imprescindible contar con este sistema de entrega a domicilio.

Girardot es un municipio tranquilo ubicado a 2 horas y media de la ciudad de Bogotá, esto lo hace un atractivo turístico para muchas familias, las cuales tanto residentes como turistas prefieren la calidez de su clima para compartir momentos especiales, gracias a ello la actividad comercial es bastante amplia en todo el municipio, porque allí se encuentran diversidad de alimentos de excelente calidad y para todos los gustos, además existen más servicios diferentes a las comidas que también pueden incluir el servicio a domicilio como una alternativa favorable para sus clientes. Son muchas las ventajas que trae consigo el servicio de entrega a domicilio tanto para las organizaciones como para sus clientes, por ejemplo incrementar las ventas al llegar a aquellos clientes que no pueden desplazarse a retirar su producto, esto ayuda a atraer más clientes, además le otorga credibilidad y compromiso a la organización para con sus clientes.

11.7. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El municipio de Girardot cuenta con un gran portafolio de productos y servicios para toda ocasión y todos los gustos, algunos de estos establecimientos como valor agregado han incluido el servicio a domicilio como una alternativa favorable para quienes desean evitar la congestión al salir de casa, esta es una de las razones por las que las personas requieren este servicio. Actualmente en el municipio son más los establecimientos de comercio que han incluido este servicio como un recurso necesario para maximizar sus ventas, por ejemplo las droguerías, los restaurantes, ferreterías y algunos almacenes de cadena cuentan con este servicio para brindar a sus clientes un servicio adicional, el cual marca la diferencia y al favorecer al cliente lo convierte en un cliente habitual hasta lograr fidelizarlo.

En el municipio de Girardot a pesar de que existe un amplio portafolio de diferentes opciones a la hora de comprar, realmente no existe una empresa formal que se dedique a la entrega de servicio a domicilio, la informalidad es la competencia directa para el proyecto que se está desarrollando en el presente trabajo.

Figura 4. Cinco (5) fuerzas de Michael Porter



Tabla 5. Cinco (5) fuerzas de Michael Porter

| Cinco (5) fuerzas de Michael Porter | | |
|--|--|--|
| Fuerzas | Positivo | Negativo |
| Poder de negociación de los clientes | Al ser una empresa formalmente constituida en el municipio de Girardot, el servicio a prestar es de calidad y eficacia para captar un gran porcentaje del mercado y así a futuro lograr expandir el servicio a los municipios vecinos. | La informalidad |
| Poder de negociación de los proveedores | En el municipio se encuentra un amplio portafolio de productos, los cuales las personas pueden adquirir a domicilio, muchos de estos establecimientos de comercio no cuentan con el servicio a domicilio, lo que es favorable para la nueva empresa. | La informalidad |
| Nuevos Competidores | Actualmente en el municipio no existe una empresa legalmente constituida que preste este servicio y que realice diligencias, trámites y demás servicios ofrecidos, lo que representa una gran oportunidad para ejecutar la idea de negocio. | Personas naturales que se dedican al trabajo informal, y realizan algunas de las actividades similares a los que se proponen en el |

| | | |
|---------------------------|---|---------------------------------------|
| | | negocio de la empresa Allinstante.com |
| Productos sustitutos | Los domicilios que prestan algunos almacenes o supermercados pero en lo concerniente a domicilios de víveres y productos de aseo. | |
| Rivalidad de la industria | Actualmente en el municipio no existen. | |

Fuente: Grupo de estudio

11.8. ESTRATEGIAS

Estrategias para el servicio

- ✓ Mantener los niveles de innovación y valor agregado del servicio, de acuerdo a las necesidades del cliente: el proceso de innovación debe de ser constante y más aún en un servicio donde cada vez la experiencia con los clientes permita proponer pautas del mejoramiento continuo de los procesos.
- ✓ La calidad es una propiedad del servicio, esta es la que marca la diferencia en el mercado: por ser un servicio innovador y por tanto único en el municipio, este debe ser de excelente calidad tanto el servicio y cada uno de los productos que desde allí se ofrecen.
- ✓ Diseñar paquetes de pago o suma puntos para que el usuario tenga más opciones de acuerdo a su necesidad y requerimientos: las personas entre más opciones tengan a la hora de utilizar un servicio, para ellos habrán más posibilidades de utilizarlo.
- ✓ Incluir el servicio de pago por medios electrónicos, ya que es muy necesario, porque no en todas las oportunidades el cliente cuenta con efectivo y requieren el uso de medios electrónicos para su cancelación para mayor comodidad.
- ✓ Generar un impacto económico positivo al municipio.

Estrategias para el precio

- ✓ Mantener un precio justo a los habitantes del municipio, así siempre estar a la vanguardia en el mercado y mantener precios competitivos que sean atractivos para los clientes.

- ✓ Ofrecer descuentos periódicos.
- ✓ Diseñar paquetes promocionales que ayuden a atraer más clientes.
- ✓ Diseñar un sistema de fidelización de clientes.

Estrategias para la plaza

- ✓ Implantar estrategias de servicio directo con el propósito de atraer más clientes y tener una gran participación del mercado.
- ✓ Realizar convenios con los diferentes establecimientos que ayuden a promocionar el servicio, así fortalecer y ampliar la cobertura, para dar a conocer el servicio y hacerlo más atractivo.
- ✓ Diseñar una plataforma virtual que contenga información detallada del servicio, por medio de una página virtual interactiva donde se venda el servicio de tal manera que las personas se sientan atraídas a utilizarlo.
- ✓ Repartir publicidad en puntos estratégicos de la ciudad para dar a conocer el servicio.
- ✓ Utilizar estrategias de distribución intensiva, para promocionar el servicio y de esta manera darlo a conocer.

Estrategias para promoción

- ✓ Diseñar volantes, campañas radiales, vallas publicitarias, que ayuden a la publicidad del servicio, hacerlo lo más atractivo posible.
- ✓ Publicidad en revistas, sitios web y diarios locales.
- ✓ Organizar eventos publicitarios.
- ✓ Ofrecer promociones de 2 x 1.
- ✓ Entregas de Bonos de descuento en diferentes puntos de la ciudad.
- ✓ Organizar eventos que ayuden a fortalecer el servicio, muestras folclóricas representativas de la región que ayuden a generar un impacto positivo a los turistas que compartan el gusto por la cultura.

11.9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Este estudio tiene por objeto la creación de una empresa de domicilios, que distribuye productos de las necesidades básicas como: alimentos, comestibles, bebidas,

medicamentos, pago de servicios públicos, arreglos técnicos domiciliarios, lo anterior se haría de una manera rápida y segura, generando confiabilidad en todos los procesos, los tiempos de entrega de domicilio o paquetes serán alrededor de 1 hora como plazo máximo y los tramites tendrán un tiempo estimado de 3 a 4 horas.

La actividad empresarial va enfocada en el usuario o consumidor que solicite los pedidos a domicilio, se caracteriza por ser una persona con alguna ocupación, quienes en su afán de no poder desplazarse personalmente lo reemplazan por la orden del pedido a domicilio. Este usuario puede ser cualquier persona capaz de pagar el costo del servicio, sin embargo los estratos tres, cuatro, cinco y seis, harán parte del mercado objetivo de este proyecto.

Para la distribución de los productos se utilizarán tres bicicletas eléctricas con parrilla, las cuales serán propiedad de la empresa de domicilios, los repartidores serán vinculados a la empresa, según la modalidad de prestación de servicios y se hará en el horario de 6:00 am a 10:00 pm de lunes a domingo.

11.10. ANÁLISIS DEL MERCADO

El objetivo principal del estudio de mercado es recolectar la mayor parte de información que permita conocer un amplio panorama de la condiciones del mercado, para tomar decisiones y predecir el comportamiento del mismo, es por eso que la información recopilada debe ser real para determinar lo siguiente: Que exista una cantidad suficiente de posibles clientes para considerarlo como demanda real del servicio a ofrecer; que los clientes practiquen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto; que sea posible estudiar detalladamente el mercado para utilizar correctamente los canales de distribución; contar con un grupo de proveedores que suministren el producto de acuerdo a la necesidad del mercado para cubrir la demanda.

11.11. PUBLICIDAD

El marketing es la principal herramienta que ayuda a publicitar y generar impacto a las personas para que conozcan y adquieran un producto o servicio nuevo, gracias a este y a su excelente uso es que depende el éxito o fracaso de las nuevas empresas en el mercado.

Figura 5. Publicidad.



Pautas publicitarias, se harán diferentes pautas publicitarias con las emisoras de Girardot y la región, comerciales de televisión en los diferentes canales a nivel local, vallas publicitarias, internet etc.

Cuñas Radiales: 60 segundos, cuatro (4) veces al día.

Días: Todos los días de la semana.

11.12. ANÁLISIS DE PRECIO

La favorabilidad del proyecto es que en el municipio no se cuenta con una empresa legal que realice este tipo de actividades. Por tal razón, los precios a manejar son de dos formas, la primera son los domicilios, encomiendas y paquetes los cuales en el perímetro del municipio tendrán un costo de \$3.000 pesos y las diligencias y trámites tendrán un costo de \$10.000 pesos.

11.13. PROVEEDORES

Los proveedores serán las empresas como droguerías, restaurantes, supermercados y demás establecimientos de comercio que deseen vincularse y brindar el servicio a sus clientes, además este también está dirigido a personas naturales quienes deseen adquirir algún producto por medio de la empresa.

11.14. MANO DE OBRA

Tabla 6. Mano de Obra

| Cargo | Número de personas | Salario | Sueldos personal |
|-------------------------|--------------------|----------------------|------------------|
| Administrador | 1 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| Contador | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Auxiliar administrativo | 1 | \$ 828.116 | \$ 828.116 |
| Operarios | 4 | \$ 828.116 | \$ 3.312.464 |
| | | Valor nómina mensual | \$ 5.640.580 |

11.15. EXPECTATIVAS DE EXPANSIÓN

El proyecto inicialmente empezara a funcionar en la ciudad de Girardot, con proyección de expansión a otros municipios circunvecinos como Flandes, Ricaurte Nilo, Melgar, Tocaima.

11.16 IMPACTOS SOCIO ECONÓMICO, AMBIENTAL, CULTURAL

El presente proyecto cuenta con el aval de la ley de emprendimiento en el artículo número 1 literal b:

“Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes”.

En busca de promover el desarrollo económico del municipio, generando y contribuyendo a la calidad de vida de los Girardoteños. Además del clima cálido que tiene el municipio lo que hace un factor positivo para el desarrollo de la actividad económica.

Los vehículos de transporte para el desarrollo de la actividad económica serán bicicletas eléctricas las cuales reducen la contaminación del medio ambiente.

12. ESTUDIO TÉCNICO

El propósito del siguiente estudio es de conocer e identificar los requerimientos, condiciones técnicas, tecnológicas y las disposiciones de la infraestructura necesaria para la propuesta de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de domicilios en la ciudad de Girardot 2019

Para determinar los factores y el procedimiento para llevar a cabo la ejecución del proyecto, es necesario determinar las condiciones del ambiente, técnicas, ubicación, etc., y es por esto que Rosales establece (Rosales, 2005) “Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita”.

12.1. UBICACIÓN

Girardot es un municipio en crecimiento, con muchas oportunidades laborales, la economía se mantiene en un sector positivo, la Universidad de Cundinamarca incentiva a los jóvenes universitarios a crear su propia empresa, por esto la institución educativa cuenta con una unidad llamada semillero de investigación, donde se orienta a los estudiantes a encaminar sus ideas de negocio; Muchos jóvenes estudiantes y egresados han creado su propia empresa en el municipio, y algunos en municipios aledaños como Flandes, Ricaurte o Melgar; Girardot es cabecera municipal, y dado que Universidades importantes cuentan con sede en este municipio, hay una gran oferta de personal capacitado para diseñar y ejecutar empresas pequeñas, medianas y grandes.

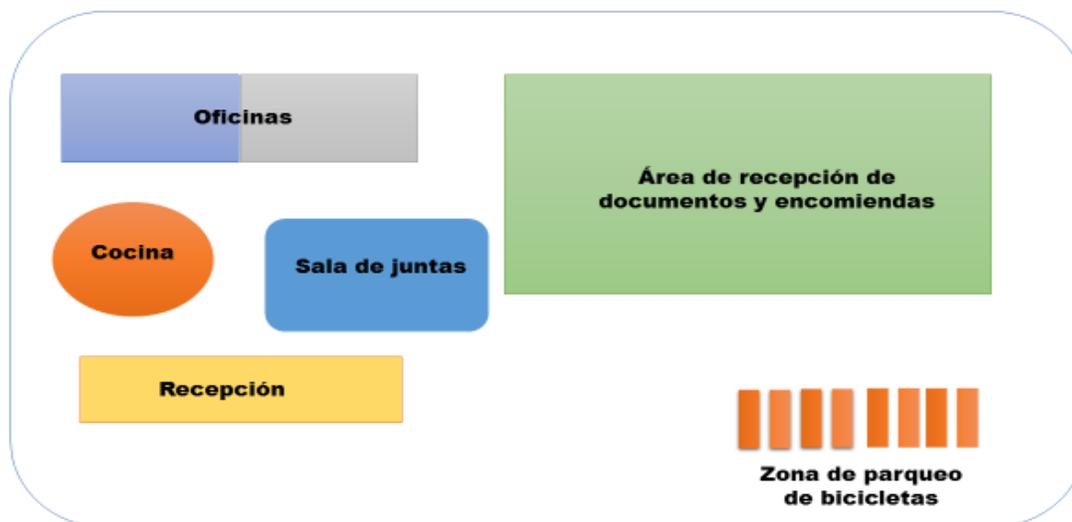
Este proyecto se pretende realizar en la ciudad de Girardot, el presente estudio tiene por objeto la creación de una empresa de domicilios, que distribuye productos de las necesidades básicas como: alimentos, comestibles, bebidas, medicamentos, pago de servicios públicos, arreglos técnicos domiciliarios, todo lo anterior se haría de una manera rápida y segura, generando confiabilidad en todos los procesos

Pasar tiempo en familia para muchas personas es un momento importante y dadas las condiciones que el municipio de Girardot no cuenta con una empresa legal de domicilios, esta es la oportunidad de abrirse paso en el mercado ya que Girardot es un municipio destacado de la región, por su progreso y crecimiento. De esta manera promover el desarrollo económico de la ciudad.

La empresa ALL INSTANTE.COM funcionará en un local comercial ubicado en el centro de la ciudad en la carrera 10 # 22 – 50 barrio centro, el costo del arriendo es de \$ 1.500.000, es un local amplio.

Distribución interna del local

Figura 6. Distribución en planta



12.2. EQUIPOS DE OFICINA

Tabla 7. Equipo de oficina

| Descripción | Cantidad | Valor individual | Valor total |
|---|----------|---------------------|---------------------|
| Equipo de oficina (escritorio, silla, módulos para organizar información) | 3 | \$ 800.000 | \$ 2.400.000 |
| Sillas | 10 | \$ 50.000 | \$ 500.000 |
| Equipo portátil | 1 | \$ 670.000 | \$ 670.000 |
| Equipo (Pc) de oficina | 3 | \$ 700.000 | \$ 2.100.000 |
| Impresora multifuncional | 2 | \$ 310.000 | \$ 620.000 |
| Teléfono | 3 | \$ 30.000 | \$ 90.000 |
| Mesa sala de juntas | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |
| Video beam | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |
| Total | | \$ 3.360.000 | \$ 7.180.000 |

12.3. EQUIPO DE TALENTO HUMANO

Tabla 8. Equipo de talento humano

| Cargo | Número de personas | Salario | Sueldos personal |
|-----------------------------|---------------------------|----------------|-------------------------|
| Administrador | 1 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| Contador | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Auxiliar administrativo | 1 | \$ 828.116 | \$ 828.116 |
| Operarios | 4 | \$ 828.116 | \$ 3.312.464 |
| Valor nómina mensual | | | \$ 5.640.580 |

12.4. COSTOS FIJOS

Tabla 9. Costos fijos

| Detalle | Precio unitario mensual |
|--|--------------------------------|
| Publicidad | \$ 500.000 |
| Arrendamiento | \$ 1.500.000 |
| Servicios públicos (luz, agua, teléfono) | \$ 350.000 |
| Papelería | \$ 200.000 |
| TOTAL | \$ 2.550.000 |

13. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

13.1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

Misión

Satisfacer totalmente las necesidades de nuestros Clientes, a través de la excelencia en el servicio, el desarrollo integral de nuestros procesos y el sentido de compromiso con nuestro municipio.

Visión

Queremos que All Instante.com sea un modelo de empresa innovadora, líder en servicios de entrega a domicilio, por oportunidad y calidad en el servicio.

Valores corporativos

Figura 7. Valores corporativos



Políticas

- ✓ Incrementar la satisfacción del cliente.
- ✓ El mejoramiento continuo y desempeño de los procesos.
- ✓ La confianza es fundamental para el uso y tratamiento de la información a través de la definición e implementación de controles que garanticen confidencialidad, integridad y disponibilidad.
- ✓ Mantener todos nuestros trabajadores con sentido de pertenencia a la empresa, garantías económicas estables para obtener excelentes resultados productivos y personales.
- ✓ Aportar crecimiento y desarrollo económico al municipio y proporcionalmente a la región con proyección de crecimiento y expansión.

Slogan

Figura 8. Slogan



Organigrama

Figura 9. Organigrama



- **Administrador:** es el encargado, de gestionar y hacer que todos los procesos internos mantengan funcionando debidamente y su ejecución, el planificar, controlar, y estar al pendiente de que todos y cada uno de los procesos internos funcionen debidamente para que la empresa no presente fallas.
- **Contador:** contar con información real de los estados y liquidez de la empresa, realizar un análisis periódico de comportamiento de la empresa, y así hacer los respectivos análisis y proyecciones para mantener y cumplir con los objetivos.
- **Auxiliar administrativo:** es la persona encargada de ayudar en las tareas administrativas, para que se lleven a cabalidad, estar al pendiente de que los procesos internos mantengan la información y estén interconectados entre sí.
- **Operarios:** son las personas encargadas de la distribución y entrega, gestionar trámites y demás requerimientos por los clientes.

Manual de Funciones

| DIA | MES | AÑO | NOMBRE DEL CARGO | PUNTOS | CÓDIGO |
|--|-----|-----|------------------|--------|--------|
| | | | ADMINISTRADOR | | |
| DEPARTAMENTO | | | SECCIÓN | | |
| Administrativo | | | Gerencia General | | |
| NOMBRE DEL CARGO DE QUIEN DEPENDE | | | ELABORADO POR | | |
| Junta de Socios | | | | | |
| NATURALEZA DEL CARGO | | | | | |
| Velar por la operación eficiente del hotel manejando a su vez un excelente servicio al cliente, formula planes, programas, estrategias, métodos y procedimientos de trabajo para garantizar la utilización racional de los recursos humanos, financieros y materiales disponibles. | | | | | |

FUNCIONES

1. Presentar a tiempo los resultados operacionales y financieros de la empresa y demás informes estadísticos que se requieren como análisis de las operaciones mensuales, análisis financiero y cierre de ventas.
2. Vigilar el buen cumplimiento de los presupuestos establecidos tanto para ingresos como para egresos.
3. Realizar la proyección de flujo de efectivo mensual.
4. Mejorar los métodos de trabajo a través del intercambio de experiencias, participando activamente en los grupos de coordinación.
5. Verificar periódicamente los procesos operacionales de información y estándares de calidad, con el fin de buscar un mejoramiento continuo de los mismos.
6. Vigilar que los implementos de trabajo para el personal sean los adecuados.
7. Impartir instrucciones claras que le permita al empleado saber que se espera de él.
8. Proporcionar un clima organizacional agradable para el buen desempeño de los colaboradores.
9. Velar por el bienestar social de los colaboradores.
10. Mantener y estimular una cultura de trabajo en equipo.
11. Aclarar malos entendidos en el momento de presentarse medidas disciplinarias.

12. Reconocer la capacidad y entusiasmo por el trabajo.
13. Tener en cuenta sugerencias de los colaboradores.
14. Tener en cuenta la perspectiva de cada uno de los colaboradores.
15. Conocer los factores de motivación del personal.

| DIA | MES | AÑO | NOMBRE DEL CARGO | PUNTOS | CÓDIGO |
|---|-----|-----|------------------|--------|--------|
| | | | CONTADOR | | |
| DEPARTAMENTO | | | SECCIÓN | | |
| Administrativo | | | Gerencia General | | |
| NOMBRE DEL CARGO DE QUIEN DEPENDE | | | ELABORADO POR | | |
| Gerente General | | | | | |
| NATURALEZA DEL CARGO | | | | | |
| Organizar y controlar la información con sus soportes contables de todas las operaciones la empresa generando los informes financieros útiles para la toma de decisiones. | | | | | |
| Funciones | | | | | |

1. Consolidar la información para preparar los estados financieros.
2. Elaborar y presentar las declaraciones tributarias como retención en la fuente, industria y comercio, renta, impuesto a las ventas.
3. Elaborar y presentar los informes anuales de tipo legal como el de la Superintendencia de Sociedades y el DANE.
4. Velar por presentar los informes financieros de la empresa.
5. Coordinar y organizar toda la información contable.
6. Dar sugerencias con el fin de resolver problemas entre las diferentes áreas.
7. Participar en seminarios y talleres que permitan estar actualizados en la normalización contable y tributaria.

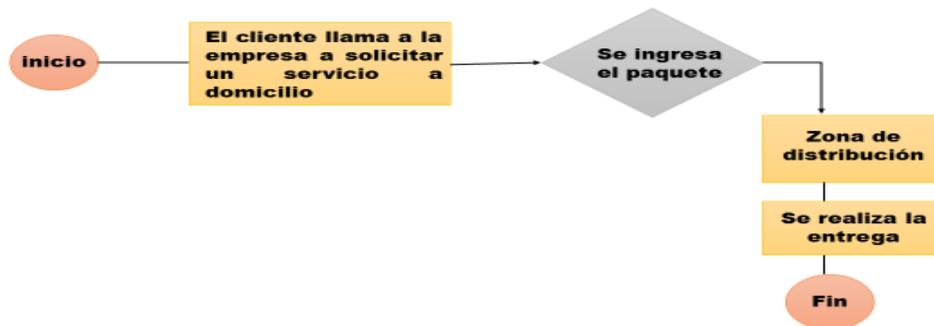
| DIA | MES | AÑO | NOMBRE DEL CARGO | PUNTOS | CÓDIGO |
|---|-----|-----|-------------------------|--------|--------|
| | | | Auxiliar Administrativo | | |
| DEPARTAMENTO | | | SECCIÓN | | |
| Administrativo | | | Gerencia General | | |
| NOMBRE DEL CARGO DE QUIEN DEPENDE | | | ELABORADO POR | | |
| Gerente General | | | | | |
| NATURALEZA DEL CARGO | | | | | |
| Organizar y controlar la información con sus soportes contables de todas las operaciones la empresa generando los informes financieros útiles para la toma de decisiones. | | | | | |
| Funciones | | | | | |

1. Apoyar en la organización, clasificación, recepción y registro de los documentos de las diferentes áreas de la empresa.
2. Mantener actualizada, ordenada y clasificada todos los documentos de recepción del personal de la empresa.
3. Brindar apoyo operativo en el proceso de Selección, en aspectos como citar a entrevista al personal, notificar los diferentes documentos que debe acreditar para la vinculación, citar a pruebas psicotécnicas, y otros aspectos inherentes al proceso de Selección.
4. Apoyar a la Dirección de Talento Humano en la entrega de dotaciones al personal, según lo establece la Ley.
5. Por solicitud de sus jefes, redactar correos electrónicos, cartas e informes para enviar a todo el personal de la empresa o según el requerimiento.
5. Desempeñar las demás funciones inherentes a su cargo que le sean asignadas por el jefe inmediato.
6. Informar sobre todo lo referente al departamento del que depende.
7. Estar al día de la tramitación de expedientes.
8. Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones.
9. Poseer conocimiento de las áreas de la empresa, conocer detalladamente los informes y demás procesos internos.

Diagrama de procesos

Figura 10. Diagrama de procesos

La



disponibilidad del personal para realizar los diferentes servicios a los clientes depende de la recepción u orden de solicitud, para esto la auxiliar admirativa es la encargada de recibir las llamadas o solicitudes y se las va organizando a los distribuidores para que realicen cada actividad.

Trámites de Legalización.

Para el desarrollo formal de la actividad económica es necesario realizar los diferentes trámites en las entidades así.

- Pago del impuesto de registro sobre la escritura
- Formulario de matrícula mercantil
- Registro de libros de comercio
- Registro de la DIAN
- Formulario de Rut
- Formulario para la declaración y liquidación privada del impuesto de industria y comercio y de avisos y tableros
- Corporación pro-desarrollo y seguridad del municipio de Girardot
- Cuerpo de bomberos
- Sayco y acinpro
- Certificación medio ambiental
- Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales (ARP)

- Régimen de seguridad
- Fondo de pensiones y cesantías d social
- Aportes parafiscales

14. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para determinar su rentabilidad, a su vez determinar si es viable en el tiempo de proyección. Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, el cual puede analizar la inversión en una para formar empresa. Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, la demanda, costos laborales, costos de financiamiento, etc.

14.1. INVERSIÓN INICIAL

Teniendo en cuenta la información obtenida en el análisis de la información se realiza la proyección económica y financiera de la empresa All Instante.com. En esta etapa del proyecto se calcula el valor de la inversión necesaria y el capital circulante para el periodo inicial, lo cual permitirá tener estipuladas las necesidades y requerimientos financieros, así como los costos de operación del negocio.

Maquinaria y equipo

| Descripción | Cantidad | Costo unitario | Total |
|---------------------|----------|----------------|---------------|
| Bicicleta eléctrica | 5 | \$ 2.450.000 | \$ 12.250.000 |

Muebles y equipo de oficina

| Descripción | Cantidad | Valor individual | Valor total |
|---|----------|------------------|--------------|
| Equipo de oficina (escritorio, silla, módulos para organizar información) | 3 | \$ 800.000 | \$ 2.400.000 |
| Sillas | 10 | \$ 50.000 | \$ 500.000 |
| Equipo portátil | 1 | \$ 670.000 | \$ 670.000 |
| Equipo (Pc) de oficina | 3 | \$ 700.000 | \$ 2.100.000 |
| Impresora multifuncional | 2 | \$ 310.000 | \$ 620.000 |
| Teléfono | 3 | \$ 30.000 | \$ 90.000 |
| Mesa sala de juntas | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |
| Video beam | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |

| | | |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Total | \$ 3.360.000 | \$ 7.180.000 |
|--------------|---------------------|---------------------|

| DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO | | | | | | | |
|---------------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|-------------|
| Habitantes | 7500 | | | Cosumo semanal | 4 | | |
| Habitantes por Vivienda | 1 | | | No semanas Año | 52 | | |
| No de Viviendas | 7500 | | | No, Meses al Año | 12 | | |
| | | | | TASA DE OPORTUNIDAD | 15% | 0,15 | |
| Inversion Inicial | \$ 23.617.478 | Recursos Propios | Financiacion | Periodo Años | Interes Anual | | |
| | | 100% | 0% | 5 | 35% | | |
| | | Depreciacion | | | | | |
| Fijas | | Produccion | Administracion | DDA PROYECTADA | 70% | Incremento | 1,06 |
| Terrenos | \$ - | | | Otros Costos y Gastos | 0 Mensuales | Fijos | Variables |
| Edificaciones | \$ - | 70% | 30% | Produccion | 70% | 50% | 50% |
| Vehiculos | \$ 12.250.000 | 80% | 20% | Administracion | 30% | | |
| Maquinaria Y Equipo | \$ - | 100% | | | | | |
| Equipo de oficina | \$ 7.180.000 | 20% | 80% | | | | |
| Total Invers Fijas | \$ 19.430.000 | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Capital de trabajo | | | Produccion | Admon | | | |
| Nomina | \$ 46.649.741 | | 60% | 40% | | | |
| Materia Prima | \$ - | | | | | | |
| Total cap de trabajo | \$ 46.649.741 | \$ 3.887.478 | | | | | |
| | | | | Produccion | Administracion | | |
| Gastos Preoperativos | \$ 300.000 | Amortizacion Años | 5 | 50% | 50% | | |
| | | | | Precio por Unidad | \$ 130 | | |
| Impuesto de Renta | 33% | | | Inflacion | 5,75% | 0,0575 | |
| Reserva Legal | 10% | | | Incremento | 1,0575 | | |
| Gastos Financieros | | | | Costo Materia Prima | \$ 56 | | |
| Produccion | 50% | | | | | | |
| Administracion | 50% | | | | | | |
| Prestac y Seguridad social | 40% | | | | | | |

La anterior información se demuestra la representación del proyecto basándose en una inflación anual de 5.75 e incremento 1.06 en los gastos y utilizando el 100% de recursos propios.

14.2. INVERSIONES

| EQUIPO DE OFICINA | | | |
|-------------------|----------|----------------|---------------------|
| DETALLE | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| TOTAL | | | \$ 7.180.000 |

Fuente: presente estudio.

| VEHICULOS | | | |
|--------------|----------|----------------|----------------------|
| DETALLE | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| TOTAL | | | \$ 12.250.000 |

Se pretende invertir en equipos de oficina que es lo más dispendioso para desempeñar la actividad económica \$ 7.180.000 y en bicicletas que es natural y más saludable tanto para el medio ambiente como mejor desplazamiento en la ciudad.

14.3. RESUMEN DE INVERSIÓN

| INVERSION PREOPERATIVOS | | | | | |
|---|----------------------|---|----------|--------------------|--------------------|
| FORMULARIO O LICENCIA | COSTO | | | | |
| TOTAL | \$ 300.000 | | | | |
| Fuente: Presente estudio | | | | | |
| Según el estatuto tributario los gastos preoperativos se pueden diferir a 5 años; | | | | | |
| | \$ 60.000 | | | | |
| PLAN DE INVERSIONES FIJAS | | VEHICULO | | | |
| CONCEPTO | TOTAL | Descripción | Cantidad | Costo unitario | Total |
| TERRENOS | \$ - | Bicicleta eléctrica | 5 | \$2.450.000 | \$12.250.000 |
| EDIFICACIONES | \$ - | Equipo de oficina (escritorio, silla, módulos para organizar información) | | | |
| VEHICULOS | \$ 12.250.000 | Equipo de oficina (escritorio, silla, módulos para | 3 | \$800.000 | \$2.400.000 |
| | \$ - | Sillas | 10 | \$50.000 | \$500.000 |
| EQUIPO DE OFICINA | \$ 7.180.000 | Equipo portátil | 1 | \$670.000 | \$670.000 |
| TOTAL INVERSIONES FIJAS | \$ 19.430.000 | Equipo (Pc) de oficina | 3 | \$700.000 | \$2.100.000 |
| | | Impresora multifuncional | 2 | \$310.000 | \$620.000 |
| | | Teléfono | 3 | \$30.000 | \$90.000 |
| | | Mesa sala de juntas | 1 | \$400.000 | \$400.000 |
| | | Video beam | 1 | \$400.000 | \$400.000 |
| | | Total | | \$3.360.000 | \$7.180.000 |
| Fuente: Presente estudio | | | | | |
| Los rubros relacionados en este cuadro presentan los montos necesarios a ser invertidos para llevar a cabo el proyecto incluyendo el Capital de Trabajo | | | | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | | | |
| CONCEPTO | TOTAL | | | | |
| Efectivo | \$ 46.649.741 | | | | |
| 1. Nómina Administración | 60% | | | | |
| 2. M.O.D. | 40% | | | | |
| Materia Prima | \$ - | | | | |
| TOTAL | \$ 46.649.741 | | | | |
| Fuente: Presente Estudio | | | | | |
| Corresponden a los requerimientos para sufragar las erogaciones necesarias en el funcionamiento del proyecto hasta generar los ingresos, y es equivalentes a un mes | | | | | |
| Resumen Plan De Inversion | | | | | |
| CONCEPTO | TOTAL | | | | |
| inversiones fijas | 19.430.000 | | | | |
| Gastos Preoperativos | \$ 300.000 | | | | |
| Capital de Trabajo | \$ 46.649.741 | | | | |
| TOTAL | \$ 66.379.741 | | | | |

El total de la inversión proyecta el capital de trabajo por un año por lo cual la recuperación es muy favorable siendo que lo proyectado en ingresos permite determinar un buen rendimiento.

| Plan de Financiamiento | | |
|------------------------|-------------------|-------------|
| FUENTES | VALOR | % |
| Internas | | |
| (Recursos Propios) | 23.617.478 | 100% |
| Externas | | |
| (Bancos) | - | 0% |
| TOTAL | 23.617.478 | 100% |

| RESUMEN PLAN FINANCIERO | | | |
|-------------------------------|--------------|----------------------|----------------------|
| CONCEPTO | OBLIGACIONES | RECURSOS | TOTAL |
| | BANCARIAS | PROPIOS | |
| Terrenos | \$ - | | \$ - |
| Edificaciones | | \$ - | \$ - |
| Vehiculos | 0 | \$ 12.250.000 | \$ 12.250.000 |
| Maquinaria y Equipo | \$ - | | \$ - |
| Equipo de Oficina | | \$ 7.180.000 | \$ 7.180.000 |
| Gastos Preoperativos | 0 | \$ 300.000 | \$ 300.000 |
| Capital de Trabajo (Efectivo) | \$ - | \$ 46.649.741 | \$ 46.649.741 |
| TOTAL | \$ - | \$ 66.379.741 | \$ 66.379.741 |

Los recursos son propios siendo que son bajos por la suma menor de \$ 20.000.000 y el capital en el transcurso de un año, por ende no se determina el capital de trabajo que es la mano de obra en el efectivo.

| DEPRECIACION EN LINEA RECTA | | | | | | | | |
|-----------------------------|----------------------|-----------|-----|---------------------|-----------|---------------------|----------------|---------------------|
| CONCEPTO | COSTO DE ADQUISICION | VIDA UTIL | % | DEPREC. ANUAL | OPERATIVO | | ADMINISTRATIVO | |
| | | | | | % | VALOR | % | VALOR |
| | | | | | | | | |
| Edificaciones | \$0 | 20 | 5% | \$ - | 70% | \$ - | 30% | \$ - |
| Maquinaria y Equipo | \$0 | 10 | 10% | \$ - | 100% | \$ - | 0% | \$ - |
| Equipo de Oficina | \$7.180.000 | 5 | 20% | \$ 1.436.000 | 20% | \$ 287.200 | 80% | \$ 1.148.800 |
| Vehiculo | \$12.250.000 | 5 | 20% | \$ 2.450.000 | 80% | \$ 1.960.000 | 20% | \$ 490.000 |
| TOTAL | \$19.430.000 | | | \$ 3.886.000 | | \$ 2.247.200 | | \$ 1.638.800 |

La depreciación es en línea recta en un periodo de cinco años que se proyecta que se encuentre totalmente utilizados los bienes tangibles para renovar.

| PRESUPUESTO GASTOS DE FUNCIONAMIENTO | | | | |
|---|---------------------|--|-------------------------|----------------------|
| CONCEPTO | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL | Costos Admi | Costos Prod |
| Otros Gastos * | \$ 2.550.000 | \$ 30.600.000 | \$ 9.180.000 | \$ 21.420.000 |
| TOTAL | \$ 2.550.000 | \$ 30.600.000 | \$ 9.180.000 | \$ 21.420.000 |
| | | | | |
| | | Detalle | Precio unitario mensual | |
| | | Publicidad | \$500.000 | |
| | | Arrendamiento | \$1.500.000 | |
| | | Servicios públicos (luz, agua, teléfono) | \$350.000 | |
| | | Papelería | \$200.000 | |
| | | total | \$ 2.550.000 | |

PRESUPUESTO GASTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

| CARGO | Nº. TRABAJADORES | REMUNERACION MENSUAL | COSTO NOMINA MENSUAL | COSTO NOMINA ANUAL |
|--|------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Administrador | 1 | \$1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 12.000.000 |
| Contador | 1 | \$500.000 | \$ 500.000 | \$ 6.000.000 |
| Auxiliar administrativo | 1 | \$828.116 | \$ 828.116 | \$ 9.937.392 |
| | | | | |
| TOTAL CARGA PRESTACIONAL | | 40% | | \$ 4.800.000 |
| TOTAL GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVO | | | \$ 2.328.116 | \$ 32.737.392 |

Fuente: Presente Estudio. Presupuesto del Costo de Mano de obra de personal de Planta Includo la Carga Prestacional y los Aportes Parafiscales

PRESUPUESTO GASTO DE PERSONAL OPERATIVO

| CARGO | Nº. TRABAJADORES | REMUNERACION MENSUAL | COSTO NOMINA MENSUAL | COSTO NOMINA ANUAL |
|---|------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| nomina operativa | 4 | \$ 828.116 | \$ 828.116 | \$ 9.937.392 |
| | CONCEPTO | % | | |
| TOTAL CARGA PRESTACIONAL | | 40% | | \$ 3.974.957 |
| TOTAL GASTO PERSONAL DE PRODUCCION | | | \$ 828.116 | \$ 13.912.349 |

Fuente: Presente Estudio. Presupuesto del Costo de Mano de obra de personal de Planta Includo la Carga Prestacional y los Aportes Parafiscales

| COSTOS DE ADMINISTRACION | | | | | |
|---------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| AÑOS CONCEPTOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Salarios | \$ 12.000.000 | \$ 12.690.000 | \$ 13.419.675 | \$ 14.191.306 | \$ 15.007.306 |
| Prestaciones Sociales | \$ 4.800.000 | \$ 5.076.000 | \$ 5.367.870 | \$ 5.676.523 | \$ 6.002.923 |
| Depreciación Admon | \$ 1.064.400 | \$ 1.064.400 | \$ 1.064.400 | \$ 1.064.400 | \$ 1.064.400 |
| Amortización Preoperativa | \$ 30.000 | \$ 30.000 | \$ 30.000 | \$ 30.000 | \$ 30.000 |
| Gastos Financieros | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | |
| Costos Gastos Funcionamiento | \$ 9.180.000 | \$ 9.707.850 | \$ 10.266.051 | \$ 10.856.349 | \$ 11.480.589 |
| SUBTOTAL | \$ 27.074.400 | \$ 28.568.250 | \$ 30.147.996 | \$ 31.818.578 | \$ 33.585.218 |

| DEMANDA PROYECTADA DOMICILIOS | | | | | |
|--------------------------------------|---|----------------------------|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| <i>HABITANTES</i> | <i>PROMEDIO PERSONAS POR VIVIENDA</i> | <i>No. DE FAMILIAS</i> | <i>CONSUMO SEMANTAL</i> | <i>No. SEMANAS ANUAL</i> | <i>CONSUMO TOTAL</i> |
| 1000 | 1 | 1000 | 1 | 52 | \$ 52.000 |

| DEMANDA PROYECTADA OTROS TRAMITES | | | | | |
|--|---|----------------------------|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| <i>HABITANTES</i> | <i>PROMEDIO PERSONAS POR VIVIENDA</i> | <i>No. DE FAMILIAS</i> | <i>CONSUMO SEMANTAL</i> | <i>No. SEMANAS ANUAL</i> | <i>CONSUMO TOTAL</i> |
| 2000 | 1 | 2000 | 1 | 52 | \$ 104.000 |

| <i>INGRESOS PROYECTADOS</i> | | | |
|-----------------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------|
| <i>AÑO</i> | <i>UNIDADES VENTAS AÑO</i> | <i>PRECIO UNIDAD</i> | <i>TOTAL VENTAS</i> |
| <i>1</i> | <i>52.000</i> | <i>\$ 3.000</i> | <i>\$ 156.000.000</i> |
| <i>2</i> | <i>55.120</i> | <i>\$ 3.173</i> | <i>\$ 174.868.200</i> |
| <i>3</i> | <i>58.427</i> | <i>\$ 3.355</i> | <i>\$ 196.018.509</i> |
| <i>4</i> | <i>61.933</i> | <i>\$ 3.548</i> | <i>\$ 219.726.947</i> |
| <i>5</i> | <i>65.649</i> | <i>\$ 3.752</i> | <i>\$ 246.302.922</i> |

| <i>INGRESOS PROYECTADOS</i> | | | |
|-----------------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------|
| <i>AÑO</i> | <i>UNIDADES VENTAS AÑO</i> | <i>PRECIO UNIDAD</i> | <i>TOTAL VENTAS</i> |
| <i>1</i> | <i>52.000</i> | <i>\$ 3.000</i> | <i>\$ 156.000.000</i> |
| <i>2</i> | <i>55.120</i> | <i>\$ 3.173</i> | <i>\$ 174.868.200</i> |
| <i>3</i> | <i>58.427</i> | <i>\$ 3.355</i> | <i>\$ 196.018.509</i> |
| <i>4</i> | <i>61.933</i> | <i>\$ 3.548</i> | <i>\$ 219.726.947</i> |
| <i>5</i> | <i>65.649</i> | <i>\$ 3.752</i> | <i>\$ 246.302.922</i> |

| INGRESOS PROYECTADOS | | | |
|----------------------|---------------------|---------------|------------------|
| AÑO | UNIDADES VENTAS AÑO | PRECIO UNIDAD | TOTAL VENTAS |
| 1 | 104.000 | \$ 10.000 | \$ 1.040.000.000 |
| 2 | 110.240 | \$ 10.575 | \$ 1.165.788.000 |
| 3 | 116.854 | \$ 11.183 | \$ 1.306.790.059 |
| 4 | 123.866 | \$ 11.826 | \$ 1.464.846.316 |
| 5 | 131.298 | \$ 12.506 | \$ 1.642.019.478 |

| COSTOS MP PROYECTADOS | | | |
|-----------------------|-------------------------|----------------|----------------|
| AÑO | UNIDADES PRODUCIDAS AÑO | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
| 1 | 130.000 | \$ 2.000 | \$ 260.000.000 |
| 2 | 137.800 | \$ 2.115 | \$ 291.447.000 |
| 3 | 146.068 | \$ 2.237 | \$ 326.697.515 |
| 4 | 154.832 | \$ 2.365 | \$ 366.211.579 |
| 5 | 164.122 | \$ 2.501 | \$ 410.504.870 |

| COSTOS DE PRODUCCIÓN | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| AÑOS CONCEPTOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Materia Prima e Insumos | \$ 260.000.000 | \$ 291.447.000 | \$ 326.697.515 | \$ 366.211.579 | \$ 410.504.870 |
| M.O.D. | \$ 9.937.392 | \$ 10.508.792 | \$ 11.113.048 | \$ 11.752.048 | \$ 12.427.791 |
| Prestaciones Y Seguridad Social | \$ 3.974.957 | \$ 4.203.517 | \$ 4.445.219 | \$ 4.700.819 | \$ 4.971.116 |
| CIF (Amortización) | \$ 30.000 | \$ 30.000 | \$ 30.000 | \$ 30.000 | \$ 30.000 |
| CIF (Gastos Financieros) | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| CIF (Saldo costos Gastos funcionamiento) | \$ 21.420.000 | \$ 22.651.650 | \$ 23.954.120 | \$ 25.331.482 | \$ 26.788.042 |
| CIF (Depreciación) | \$ 2.103.600 | \$ 2.103.600 | \$ 2.103.600 | \$ 2.103.600 | \$ 2.103.600 |
| SUBTOTAL | \$ 297.465.949 | \$ 330.944.559 | \$ 368.343.501 | \$ 410.129.528 | \$ 456.825.418 |
| Fuente: Presente Estudio | | | | | |

| RESUMEN COSTOS DE OPERACION Y ADMINISTRACION | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| AÑOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| CONCEPTOS | | | | | |
| Costos de Operación | \$ 297.465.949 | \$ 330.944.559 | \$ 368.343.501 | \$ 410.129.528 | \$ 456.825.418 |
| Costos de Admón | \$ 27.074.400 | \$ 28.568.250 | \$ 30.147.996 | \$ 31.818.578 | \$ 33.585.218 |
| TOTAL COSTOS | \$ 324.540.349 | \$ 359.512.809 | \$ 398.491.498 | \$ 441.948.106 | \$ 490.410.637 |

Fuente: Presente Estudio

| COSTOS FIJOS Y VARIABLES (PRODUCCIÓN) | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| AÑOS | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| COST DE OPERAC. CONCEPTOS | F | V | F | V | F | V | F | V | F | V |
| Materia prima e insumos | | \$ 260.000.000 | | \$ 291.447.000 | | \$ 326.697.515 | | \$ 366.211.579 | | \$ 410.504.870 |
| Mano de Obra Directa | | \$ 9.937.392 | | \$ 10.508.792 | | \$ 11.113.048 | | \$ 11.752.048 | | \$ 12.427.791 |
| Prestaciones Sociales | | \$ 3.974.957 | | \$ 4.203.517 | | \$ 4.445.219 | | \$ 4.700.819 | | \$ 4.971.116 |
| Gastos Financieros | \$ 0 | | \$ 0 | | \$ 0 | | \$ 0 | | | |
| Gastos de Funcionamiento | \$ 10.710.000 | \$ 10.710.000 | \$ 11.325.825 | \$ 11.325.825 | \$ 11.977.060 | \$ 11.977.060 | \$ 12.665.741 | \$ 12.665.741 | \$ 13.394.021 | \$ 13.394.021 |
| Amortización | \$ 30.000 | | \$ 30.000 | | \$ 30.000 | | \$ 30.000 | | \$ 30.000 | |
| Depreciación | \$ 2.103.600 | | \$ 2.103.600 | | \$ 2.103.600 | | \$ 2.103.600 | | \$ 2.103.600 | |
| SUBTOTAL | \$ 12.843.600 | \$ 284.622.349 | \$ 13.459.425 | \$ 317.485.134 | \$ 14.110.660 | \$ 354.232.841 | \$ 14.799.341 | \$ 395.330.187 | \$ 15.527.621 | \$ 441.297.797 |
| Costos Totales | \$ 297.465.949 | | \$ 330.944.559 | | \$ 368.343.501 | | \$ 410.129.528 | | \$ 456.825.418 | |

Fuente: Presente Estudio

| COSTOS FIJOS Y VARIABLES (ADMINISTRACION) | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
| AÑOS | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| COST DE OPERAC. CONCEPTOS | F | V | F | V | F | V | F | V | F | V |
| Salarios | \$ 12.000.000 | | \$ 12.690.000 | | \$ 13.419.675 | | \$ 14.191.306 | | \$ 15.007.306 | |
| Prestaciones | \$ 4.800.000 | | \$ 5.076.000 | | \$ 5.367.870 | | \$ 5.676.523 | | \$ 6.002.923 | |
| Depreciación Admon | \$ 1.064.400 | | \$ 1.064.400 | | \$ 1.064.400 | | \$ 1.064.400 | | \$ 1.064.400 | |
| Amortización | \$ 30.000 | | \$ 30.000 | | \$ 30.000 | | \$ 30.000 | | \$ 30.000 | |
| Gastos Financieros | \$ 0 | | \$ 0 | | \$ 0 | | \$ 0 | | | |
| Gastos Funcionamiento | \$ 4.590.000 | \$ 4.590.000 | \$ 4.853.925 | \$ 4.853.925 | \$ 5.133.026 | \$ 5.133.026 | \$ 5.428.175 | \$ 5.428.175 | \$ 5.740.295 | \$ 5.740.295 |
| SUBTOTAL | \$ 22.484.400 | \$ 4.590.000 | \$ 23.714.325 | \$ 4.853.925 | \$ 25.014.971 | \$ 5.133.026 | \$ 26.390.404 | \$ 5.428.175 | \$ 27.844.924 | \$ 5.740.295 |
| TOTAL | \$ 27.074.400 | | \$ 28.568.250 | | \$ 30.147.996 | | \$ 31.818.578 | | \$ 33.585.218 | |

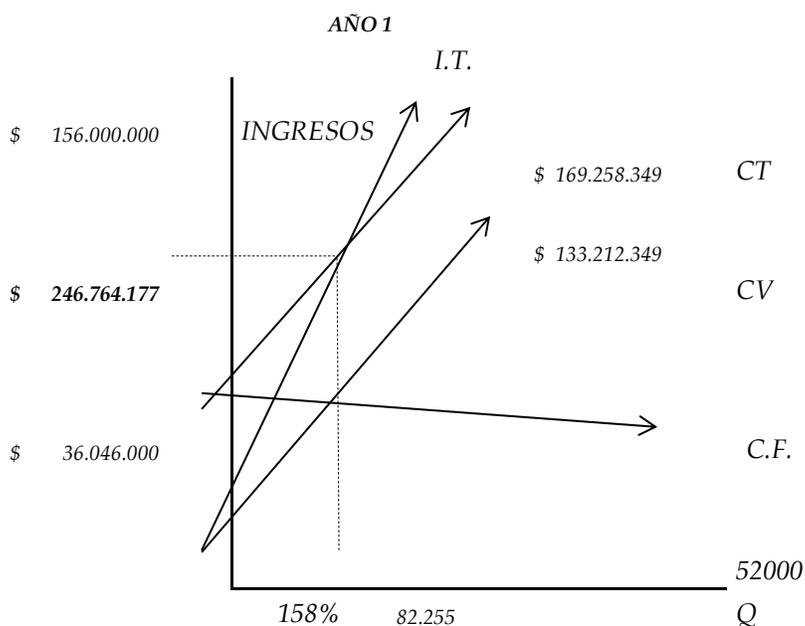
Fuente: Presente Estudio. En su mayoría son costos fijos, por que son indiferentes al ritmo de Producción.

14.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO
1

$$\begin{array}{rcl}
 \text{CF} & \$ & 36.046.000 \\
 \text{PE} = \frac{\text{CF}}{\text{PVU} - \text{CVU}} & = \frac{\$ 36.046.000}{\$ 3.000 - \$ 2.562} & = \frac{\$ 36.046.000}{\$ 438} \\
 & & = 82.255 \text{ domicilios}
 \end{array}$$

$$\text{PE \$} = \$ 246.764.177$$



En el punto de equilibrio se determinó en el servicio de domicilios siendo que va hacer uno de los mayores puntos del proyecto no obstante no quiere decir que dejemos de aprovechar otros trámites, por ende en este servicio encontramos que debe realizar un promedio de 45.567 domicilios equivalente a \$ 136.02.462 para mantener la empresa, pero se denota que la proyección se encuentra por encima de lo estipulado en el punto de equilibrio como se analiza en la proyección de ingresos, los cuales son 130.000 para el año 1 e incrementado dado a la credibilidad de nosotros en el mercado.

14.5. ESTADO DE RESULTADOS

| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | | | | | | |
|---------------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|
| AÑOS PyG | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| CONCEPTOS | PARCIAL | TOTAL |
| VENTAS | | \$ 1.196.000.000 | | \$ 1.340.656.200 | | \$ 1.502.808.567 | | \$ 1.684.573.264 | | \$ 1.888.322.400 |
| Costos operativos | | \$ 141.609.549 | | \$ 156.219.959 | | \$ 172.468.592 | | \$ 190.546.180 | | \$ 210.666.097 |
| - Fijos | \$ 12.987.200 | | \$ 13.603.025 | | \$ 14.254.260 | | \$ 14.942.941 | | \$ 15.671.221 | |
| - Variables | \$ 128.622.349 | | \$ 142.616.934 | | \$ 158.214.332 | | \$ 175.603.239 | | \$ 194.994.876 | |
| Utilidad Bruta en Ventas | | \$ 1.054.390.451 | | \$ 1.184.436.241 | | \$ 1.330.339.975 | | \$ 1.494.027.083 | | \$ 1.677.656.303 |
| Costos de Admon. | | \$ 27.648.800 | | \$ 29.142.650 | | \$ 30.722.396 | | \$ 32.392.978 | | \$ 34.159.618 |
| - Fijos | \$ 23.058.800 | | \$ 24.288.725 | | \$ 25.589.371 | | \$ 26.964.804 | | \$ 28.419.324 | |
| - Variables | \$ 4.590.000 | | \$ 4.853.925 | | \$ 5.133.026 | | \$ 5.428.175 | | \$ 5.740.295 | |
| Utilidad Operacional | | \$ 1.026.741.651 | | \$ 1.155.293.591 | | \$ 1.299.617.579 | | \$ 1.461.634.105 | | \$ 1.643.496.685 |
| Imporenta | | \$ 338.824.745 | | \$ 381.246.885 | | \$ 428.873.801 | | \$ 482.339.255 | | \$ 542.353.906 |
| Utilidad antes de reserva | | \$ 687.916.906 | | \$ 774.046.706 | | \$ 870.743.778 | | \$ 979.294.850 | | \$ 1.101.142.779 |
| Reserva Legal 10% | | \$ 68.791.691 | | \$ 77.404.671 | | \$ 87.074.378 | | \$ 97.929.485 | | \$ 110.114.278 |
| Utilidad del Ejercicio. | | \$ 619.125.216 | | \$ 696.642.035 | | \$ 783.669.400 | | \$ 881.365.365 | | \$ 991.028.501 |

Fuente: Presente Estudio

| ESTADOS DE FUENTES Y USOS PROYECTADOS | | | | | | |
|---------------------------------------|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| AÑOS | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| CONCEPTOS | | | | | | |
| FUENTES | | | | | | |
| Utilidad Operacional | | \$ 1.026.741.651 | \$ 1.155.293.591 | \$ 1.299.617.579 | \$ 1.461.634.105 | \$ 1.643.496.685 |
| Depreciación | | \$ 3.886.000 | \$ 3.886.000 | \$ 3.886.000 | \$ 3.886.000 | \$ 3.886.000 |
| Amortización | | \$ 60.000 | \$ 60.000 | \$ 60.000 | \$ 60.000 | \$ 60.000 |
| GENERACION INTERNA | | \$ 1.030.687.651 | \$ 1.159.239.591 | \$ 1.303.563.579 | \$ 1.465.580.105 | \$ 1.647.442.685 |
| Recursos Internos | \$ 23.617.478 | | | | | |
| Recursos Externos | | | | | | |
| TOTAL FUENTES | \$ 23.617.478 | \$ 1.030.687.651 | \$ 1.159.239.591 | \$ 1.303.563.579 | \$ 1.465.580.105 | \$ 1.647.442.685 |
| USOS | | | | | | |
| Inv. de Activos Fijos | \$ 19.430.000 | | | | | |
| Materia Prima | | | | | | |
| Costos Preoperativos | \$ 300.000 | | | | | |
| Amortización Prestamo | | | | | | |
| Imporrenta 35% | | | \$ 338.824.745 | \$ 381.246.885 | \$ 428.873.801 | \$ 482.339.255 |
| TOTAL USOS | \$ 19.730.000 | | \$ 338.824.745 | \$ 381.246.885 | \$ 428.873.801 | \$ 482.339.255 |
| Saldo Anterior | | \$ 3.887.478 | \$ 1.034.575.130 | \$ 1.854.989.976 | \$ 2.777.306.669 | \$ 3.814.012.974 |
| Fuentes | \$ 23.617.478 | \$ 1.030.687.651 | \$ 1.159.239.591 | \$ 1.303.563.579 | \$ 1.465.580.105 | \$ 1.647.442.685 |
| Disponible | \$ 23.617.478 | \$ 1.034.575.130 | \$ 2.193.814.721 | \$ 3.158.553.555 | \$ 4.242.886.775 | \$ 5.461.455.658 |
| Usos | \$ 19.730.000 | | \$ 338.824.745 | \$ 381.246.885 | \$ 428.873.801 | \$ 482.339.255 |
| Saldo Final de Efectivo | \$ 3.887.478 | \$ 1.034.575.130 | \$ 1.854.989.976 | \$ 2.777.306.669 | \$ 3.814.012.974 | \$ 4.979.116.404 |

Fuente: Presente Estudio, se cuenta con un aumento progresivo de las fuentes a través de los años de ejercicio.

14.6. BALANCE GENERAL

| BALANCE GENERAL PROYECTADO | | | | | | | |
|---------------------------------|------|----------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| CONCEPTOS | AÑOS | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ACTIVOS CORRIENTES | | | | | | | |
| Bancos | | \$ 3.887.478 | \$ 1.034.575.130 | \$ 1.854.989.976 | \$ 2.777.306.669 | \$ 3.814.012.974 | \$ 4.979.116.404 |
| Inventarios | | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| DIFERIDOS | | | | | | | |
| Amortización Preoperativos | | \$ 300.000 | \$ 240.000 | \$ 180.000 | \$ 120.000 | \$ 60.000 | \$ 0 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | | \$ 4.187.478 | \$ 1.034.815.130 | \$ 1.855.169.976 | \$ 2.777.426.669 | \$ 3.814.072.974 | \$ 4.979.116.404 |
| ACTIVOS FIJOS | | | | | | | |
| Propiedad Planta y Equipo | | \$ 19.430.000 | \$ 19.430.000 | \$ 19.430.000 | \$ 19.430.000 | \$ 19.430.000 | \$ 19.430.000 |
| (Depreciación Acumulada) | | \$ 0 | \$ 3.886.000 | \$ 7.772.000 | \$ 11.658.000 | \$ 15.544.000 | \$ 19.430.000 |
| TOTAL ACTIVOS | | \$ 23.617.478 | \$ 1.050.359.130 | \$ 1.866.827.976 | \$ 2.785.198.669 | \$ 3.817.958.974 | \$ 4.979.116.404 |
| PASIVOS CORRIENTES | | | | | | | |
| Impuestos Por Pagar | | \$ 0 | \$ 338.824.745 | \$ 381.246.885 | \$ 428.873.801 | \$ 482.339.255 | \$ 542.353.906 |
| TOTAL PASIVOS CORRIENTES | | | \$ 338.824.745 | \$ 381.246.885 | \$ 428.873.801 | \$ 482.339.255 | \$ 542.353.906 |
| Obligaciones a Largo Plazo | | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| TOTAL PASIVOS | | \$ 0 | \$ 338.824.745 | \$ 381.246.885 | \$ 428.873.801 | \$ 482.339.255 | \$ 542.353.906 |
| PATRIMONIO | | | | | | | |
| Capital Social | | \$ 23.617.478 | \$ 23.617.478 | \$ 23.617.478 | \$ 23.617.478 | \$ 23.617.478 | \$ 23.617.478 |
| Reserva Legal | | \$ 0 | \$ 68.791.691 | \$ 146.196.361 | \$ 233.270.739 | \$ 331.200.224 | \$ 441.314.502 |
| Utilidad del Ejercicio | | \$ 0 | \$ 619.125.216 | \$ 696.642.035 | \$ 783.669.400 | \$ 881.365.365 | \$ 991.028.501 |
| Utilidad por Distribuir | | \$ 0 | \$ 0 | \$ 619.125.216 | \$ 1.315.767.251 | \$ 2.099.436.651 | \$ 2.980.802.016 |
| TOTAL PATRIMONIO | | \$ 23.617.478 | \$ 711.534.385 | \$ 1.485.581.091 | \$ 2.356.324.868 | \$ 3.335.619.719 | \$ 4.436.762.498 |
| PASIVO más PATRIMONIO | | \$ 23.617.478 | \$ 1.050.359.130 | \$ 1.866.827.976 | \$ 2.785.198.669 | \$ 3.817.958.974 | \$ 4.979.116.404 |

RAZONES FINANCIERAS

| | | | |
|-------------------------|------------------|------------------|-----|
| | Activo Corriente | \$ 1.034.575.130 | |
| Razón Circulante | | | 3,1 |
| | Pasivo Corriente | \$ 338.824.745 | |

Por Cada peso que se adeuda a Corto Plazo, se cuenta para cubrir oportunamente la deudas.

| |
|------------|
| 3,1 |
|------------|

| | | | |
|---------------------------|------------------|------------------|-----|
| | Activo Liquido | \$ 1.034.575.130 | |
| Prueba Acido | | | 3,1 |
| Liquidez Inmediata | Pasivo Corriente | \$ 338.824.745 | |

Como se carece de Inventarios, se cuenta para cancelar de forma inmediata las Deudas

| |
|------------|
| 3,1 |
|------------|

| | | | |
|----------------|--------------|------------------|-----|
| | Activo Total | \$ 1.050.359.130 | |
| Solidez | | | 3,1 |
| | Pasivo Total | \$ 338.824.745 | |

En este año se Dispone para cancelar cada peso que se adeuda, una garantía empresarial.

| |
|------------|
| 3,1 |
|------------|

| | | | |
|----------------------|--------------|------------------|-----|
| | Pasivo Total | \$ 338.824.745 | |
| Endeudamiento | | | 32% |
| | Activo Total | \$ 1.050.359.130 | |

Posee un alto nivel de endeudamiento, de los Activos Libres de Deudas.

| |
|------------|
| 32% |
|------------|

| | | | |
|--------------------------|----------------------|------------------|-----|
| | Pat. o Capital Cont. | \$ 711.534.385 | |
| Índice Propiedad | | | 68% |
| Indep. Financiera | Activo Total | \$ 1.050.359.130 | |

La independencia Financiera en el Primer año es óptima, los Activos corresponden a los Gestores de la Empresa.

| |
|------------|
| 68% |
|------------|

| | | | |
|----------------------------|------------------|----------------|-----|
| | Pasivo Total | \$ 338.824.745 | |
| Razón de Protección | | | 48% |
| a la Inversión | Capital Contable | \$ 711.534.385 | |

| |
|------------|
| 48% |
|------------|

| FLUJO DE FONDOS | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Inversiones | | | | | | |
| Activos Fijos | 19.430.000 | | | | | |
| Activos Diferidos | 300.000 | | | | | |
| Fondos Disponibles | 19.730.000 | | | | | |
| Capital de Trabajo | 46.649.741 | | | | | |
| Inversión Total | 66.379.741 | | | | | |
| | INICIO | PRIMER AÑO | SEGUNDO AÑO | TERCER AÑO | CUARTO AÑO | QUINTO AÑO |
| INGRESOS | | | | | | |
| Ingresos por Ventas | | \$ 156.000.000 | \$ 174.868.200 | \$ 196.018.509 | \$ 219.726.947 | \$ 246.302.922 |
| TOTAL ING. OPER. | \$ 0 | \$ 156.000.000 | \$ 174.868.200 | \$ 196.018.509 | \$ 219.726.947 | \$ 246.302.922 |
| COSTOS Y GASTOS | | | | | | |
| Administrativos | | -\$ 27.648.800 | -\$ 29.142.650 | -\$ 30.722.396 | -\$ 32.392.978 | -\$ 34.159.618 |
| Operativos | | -\$ 141.609.549 | -\$ 156.219.959 | -\$ 172.468.592 | -\$ 190.546.180 | -\$ 210.666.097 |
| Intereses Financ. | | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Impuesto Renta | | \$ 0 | \$ 338.824.745 | \$ 381.246.885 | \$ 428.873.801 | \$ 482.339.255 |
| TOTAL COSTOS Y GASTOS | \$ 0 | -\$ 169.258.349 | \$ 153.462.136 | \$ 178.055.896 | \$ 205.934.642 | \$ 237.513.540 |
| RENTA NETA | | -\$ 13.258.349 | \$ 328.330.336 | \$ 374.074.405 | \$ 425.661.590 | \$ 483.816.461 |
| Depreciación | | \$ 3.886.000 | \$ 3.886.000 | \$ 3.886.000 | \$ 3.886.000 | \$ 3.886.000 |
| Amortización Diferidos | | \$ 60.000 | \$ 60.000 | \$ 60.000 | \$ 60.000 | \$ 60.000 |
| Flujo Fondos Oper. Neto | \$ 0 | -\$ 9.312.349 | \$ 332.276.336 | \$ 378.020.405 | \$ 429.607.590 | \$ 487.762.461 |
| Flujo Fondos del Proyecto | 66.379.741 | -\$ 9.312.349 | \$ 332.276.336 | \$ 378.020.405 | \$ 429.607.590 | \$ 487.762.461 |

VALOR PRESENTE NETO

\$608.966.898

T.I.R.

180%

TASA DE INTERES DE OPORTUNIDAD.

22%

TASA DE DESCUENTO

35%

TASA PROMEDIO

22%

T.I.R.M.

97%

Cuando El valor de T.I.R. es mayor a cero, indica que los ingresos exceden a los egresos y por tanto se obtienen beneficios adicionales.

Esto es, que los dineros invertidos en el proyecto renten a una tasa superior a la de Oportunidad y por tanto se acepta el proyecto.

| | | | | |
|-----------------|------------------|------|-----------------|--------------------|
| | participación \$ | tasa | participación % | promedio ponderado |
| capital propio | \$ 23.617.478 | 22% | 100% | 22% |
| Capital Externo | \$ - | 35% | 0% | 0% |
| | \$ 23.617.478 | | 100% | 22% |

14.7. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

| <i>RELACION BENEFICIO COSTO</i> | | | | | | |
|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | <i>Año 0</i> | <i>Año 1</i> | <i>Año 2</i> | <i>Año 3</i> | <i>Año 4</i> | <i>Año 5</i> |
| TOTAL INGRESOS DEL PROYECTO | | \$156.000.000 | \$174.868.200 | \$196.018.509 | \$219.726.947 | \$246.302.922 |
| TOTAL EGRESOS DEL PROYECTO | \$66.379.741 | \$169.258.349 | -\$153.462.136 | -\$178.055.896 | -\$205.934.642 | -\$237.513.540 |
| | | | | | | |
| | B/C= | 5,87 | | | | |
| | I B/C >= 1 | aprobar | | | | |
| | I B/C < 1 | rechazar | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

15. CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del estudio se realizó un análisis para la factibilidad, y así mismo determinar la capacidad técnica, comercial y financiera para la construcción y puesta en marcha de una empresa de domicilios y soluciones inmediatas, de las personas de Girardot, que contribuya a la prestación de servicios y aporte al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. También se identificaron los requerimientos técnicos necesarios, así como la necesidad del mercado y los aspectos económicos que incluyen el capital de inversión y factores relacionados con la rentabilidad del proyecto, tales como: precio, costos de funcionamiento y volumen de ventas.

El estudio de mercado estableció que tanto la oferta como la demanda del proyecto presentan una actividad favorable para el municipio, porque gracias al estudio de mercado se permitió establecer un grado de aceptación (pregunta 10) donde este arroja un valor equivalente al 95% lo que favorece la inversión y puesta en marcha de la empresa.

El desarrollo del proyecto identificó los segmentos de mercado, definió los requerimientos para la comercialización y para finalmente comprobar que el negocio es rentable, la inversión inicial de \$ 66.379.741 mil pesos, las cifras indican que en el transcurso del 4 año en funcionamiento se recupera la inversión y que la tasa interna de retorno a cinco años es del 97%. Lo que indica la favorabilidad de poner en marcha la idea de negocio, 97% algo que puede ser real dado que los servicios en la utilización de los costos son muy bajos y deja una utilidad muy alta, por eso el montaje de una empresa de servicios es muy viable y factible generando gran impacto y se utilizan bicicletas para reducir el incremento de dióxido de carbono y el ahorro de gasolina y aceite, manteniendo el medio ambiente saludable. El índice de costo beneficio es muy bueno estando por encima de 1 con un resultado de 5.67 donde podemos observar la coherencia entre la tasa interna de retorno versus la relación costo beneficio. Además que la ubicación de la empresa cuenta con vías de acceso en buen estado, y los servicios públicos esenciales para el desarrollo de la actividad.

Los impactos son positivos, dado que se apunta a contribuir al desarrollo económico del municipio de Girardot, generando fuentes de empleo, trabajar con personal de la región y reactivar el sector económico.

16. RECOMENDACIONES

Girardot es una ciudad en crecimiento y desarrollo económico, las empresas de mensajería y domicilios deben prestar la mayor atención al establecimiento de las políticas comerciales y operativas para aprovechar la oportunidad que se presenta actualmente, debido a que no se evidencia la existencia de una empresa local y legalmente establecida que brinde un servicio de mensajería que organice y unifique el sistema de domicilios y soluciones inmediatas de la región y que se encargue de distribuir todas aquellas actividades denominadas como “Diligencias” relacionadas con el envío, la recepción, la distribución, los tramites y las encomiendas de los Girardoteños, turistas y la región. Es importante la creación de empresas prestadoras de servicios de domicilios.

El servicio a domicilio es una herramienta favorable para las organizaciones, debido a que funciona como valor agregado para ofrecer a sus clientes un servicio completo, y que este quede satisfecho con el producto que adquiere y la forma de entrega, visto desde el punto de vista del usuario de este servicio, haciéndolo atractivo porque así se evita los costos de desplazamiento, y puede adquirir lo que necesite desde la comodidad de su hogar. Es importante la creación de empresas en la ciudad de Girardot porque gracias a estas se contribuye al desarrollo económico creando fuentes de empleo para sus habitantes.

Gracias a que la administración es un campo bastante amplio que permite relacionar diferentes herramientas como la contabilidad, el marketing, estrategias, etc., para poner en marcha un proyecto y hacer que este genere una rentabilidad para sus inversionistas y a su vez generar espacios que satisfagan necesidades del mercado objetivo. Toda empresa que abra sus puertas al mercado sin importar el sector en que se enfoque debe respetar y contribuir a la conservación y protección del medio ambiente de forma impecable definiendo y regulando el uso de sus territorios sin afectar el desarrollo de los ecosistemas, reduciendo el impacto ambiental tanto del suelo y fuentes hídricas. Es por esto que en la empresa a domicilio All Instante.com se utilizan bicicletas para reducir el incremento de dióxido de carbono y el ahorro de gasolina y aceite, manteniendo la conservación del medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía Municipal de Girardot. Identificación del municipio. 02/10/2019 (en línea) <http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

Castro Munar Diego Armando. Diagnóstico Económico de La Ciudad De Girardot. 2018. (en línea) <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/511/ESTRUCTURA%20ECONOMICA%20DE%20GIRARDOT.htm>

Centro de estudios Latinoamericanos (CESLA). Informe de la economía de Colombia. Universidad Autónoma de Madrid 2019. Madrid – España

COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPÚBLICA. MINISTERIO DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACIÓN. Ley 1369 de 2009. Por medio de la cual se establece el régimen de los servicios postales y se dictan otras disposiciones. Bogotá 2009.

COLOMBIA, NIVEL NACIONAL. Por el cual se reglamenta las condiciones de habilitación para ser operador postal y el Registro de Operadores Postales. Bogotá 2017.

COLOMBIA, NIVEL NACIONAL. Por medio de la cual se establece el régimen de los servicios postales y se dictan otras disposiciones. Bogotá. 2009

COLOMBIA, NIVEL NACIONAL. Decreto 2696 de 2004. Por el cual se definen las reglas mínimas para garantizar la divulgación y la participación en las actuaciones de las Comisiones de Regulación. Bogotá. 2004.

COLOMBIA, MINISTERIO DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACIÓN. Decreto Único Reglamentario 1078 de 2015 Nivel Nacional. Por el cual se expide el decreto único reglamentario del sector tecnologías de la información y las comunicaciones. Bogotá 2015.

DAVILA L, Carlos. Teorías organizacionales de administración 2da edición, Bogotá. Editorial MC GRAW HILL, Latinoamericana S.A. 2001, pág. 265.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Estadísticas, población, tasa de desempleo.

Dinero. Por estas razones crecieron los niveles de pobreza en Colombia. 2019. (en línea) <https://www.dinero.com/pais/articulo/crecen-los-niveles-de-pobreza-en-colombia/270504>

Chiavenato Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. 2004. Mc Graw Hill. México. Recuperado de: <https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/02/introduccion-a-la-teoria-general-de-la-administracion-7ma-edicion-idalberto-chiavenato.pdf>

Hernández Sánchez Linda Yicela. Estas son las apps favoritas de los colombianos para pedir domicilios. (En línea) 20 de julio de 2019. Disponible en: <https://www.colombia.com/tecnologia/aplicaciones/estas-son-las-apps-favoritas-de-los-colombianos-para-pedir-domicilios-211980>

ROBBINS, Stphen; DE CENZO, David A. Fundamentos de la administración. México. 1996. p135

Rosario, González Montesinos. María de Lourdes y Granados María. Calidad total como un proceso sistemático y su implementación. 1992.

Sampieri, D. R., Dr. Carlos Fernández Collado, & Dra. María del Pilar Baptista Lucio. (2010). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. MC GRAW HILL.

Anexo A. Modelo de encuesta

1. ¿cuántas personas conforman su núcleo familiar?

| | |
|----------|--|
| 1 | |
| 2 | |
| 3 | |
| 4 | |
| Más de 4 | |

2. Estrato: 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ otro ___

3. Ocupación: independiente ___ ama de casa ___ empleado ___
pensionado ___ estudiante ___

4. ¿Realiza usted pedidos de comida a domicilio a través de páginas web y/o aplicaciones móviles?

SI ___ NO ___

5. ¿Con qué frecuencia realiza pedidos a domicilio a través de páginas web y/o aplicaciones móviles?

| | |
|-------------------------------|--|
| Más de 3 veces por semana | |
| Entre 1 y 3 veces a la semana | |
| Entre 1 y 3 veces al mes | |
| Entre 1 y 3 veces al año | |

6. ¿Cuánto tiempo promedio pasa desde que realiza sus pedidos a través de páginas web y/o aplicaciones móviles, hasta que recibe el producto?

| | |
|------------------------|--|
| Menos de una hora | |
| Entre una y dos horas | |
| Entre dos y tres horas | |

| | |
|-------------------|--|
| Más de tres horas | |
|-------------------|--|

7. ¿Cómo es la calidad del producto que recibe?

| | |
|-----------|--|
| Excelente | |
| Buena | |
| Mala | |

8. ¿Cuál cree usted que son las ventajas del uso de estas plataformas?

| | |
|----------------|--|
| Tiempo | |
| Costo | |
| Desplazamiento | |
| Otra | |

Cual _____

9. ¿Estaría usted dispuesto a usar un servicio nuevo de entrega a domicilio en la ciudad de Girardot?

SI ___ NO ___

10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio?

| | |
|-----------|--|
| \$ 5.000 | |
| \$10.000 | |
| \$ 12.000 | |
| \$ 15.000 | |

11. ¿Cuál considera que sería el tiempo ideal para dar solución a su necesidad?

| | |
|------------------------|--|
| Menos de una hora | |
| Entre una y dos horas | |
| Entre dos y tres horas | |
| Más de tres horas | |