	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 1 de 7

**GIRARDOT, FEBRERO 9 DE 2017.**

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Ciudad


<b>SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN</b>	Seccional Girardot
<b>DOCUMENTO</b>	Trabajo De Grado
<b>FACULTAD</b>	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
<b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b>	Pregrado
<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	NO. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
ORTIZ RUIZ	WILLIAM SANTIAGO	1.070.618.400
ASMAZA ROMERÒ	SERGIO ANDRES	1.070.607.001

Director(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
MANTILLA BERNAL	ALVARO

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 2 de 7

**TÍTULO DEL DOCUMENTO**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DOMICILIOS EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT CUNDINAMARCA.**

**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

<b>AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO</b>	<b>NÚMERO DE PÁGINAS (Opcional)</b>
30/11/2016	


**DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS: (Usar como mínimo 6 descriptores)**

ESPAÑOL	INGLES
1. EMPRESA	1. COMPANY
2. LOGISTICA	2. LOGISTICS
3. COMPETITIVIDAD	3. COMPETITIVENESS
4. VIABILIDAD	4. FEASIBILITY
5. SERVICIO	5. SERVICE
6. PROCESO ADMINISTRATIVO	6. ADMINISTRATIVE PROCESS

**RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS: (Máximo 250 palabras – 1530 caracteres)**

Resumen:

En el presente trabajo de grado se plantea una propuesta de creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de domicilios en el municipio de Girardot Cundinamarca, en la cual tiene como propósito conocer la viabilidad del proyecto se realizó un estudio con el interés de conocer si la creación de esta organización es necesaria para impulsar el desarrollo económico y social de la ciudad del municipio y la región, y que tan rentable será para la inversión y

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 3 de 7

puesta en marcha de este. De igual forma llegar a brindarle a la población una forma nueva de realizar sus respectivas compras sin necesidad de desplazarse hasta un lugar tan solo desde su casa o lugar de trabajo puedan acceder a esta generando un gran interés para las personas y las empresas que puedan confiar estas actividades a la empresa la prestación del servicio de domicilios certificando compromiso y responsabilidad en las entregas con un grupo de trabajo encaminado al buen servicio y atención oportuna a los clientes con una flexibilidad de horarios para que pueda contratar cuando lo necesites.

**ABSTRACT:**


This degree work presents a proposal for a company dedicated to the provision of services of households in the municipality of Cundinamarca Girardot, which aims to meet the viability of the project was a study with an interest in knowing if the creation of this organization is needed to boost the economic and social development of the city of the municipality and the region, and that so profitable will be for the investment and set up of this. Similarly get to give the population a way new to their respective purchases without having to scroll to a place just from your home or workplace can access is generating great interest for people and companies who can trust these activities to the company providing the service of domiciles certifying commitment and responsibility in deliveries with a group of work aimed at good service and prompt attention to those customers with a flexibility of schedules that can hire when it need.

**AUTORIZACION DE PUBLICACION**

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 un alianza, son:


Marque con una "x":

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 4 de 7

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios en la Biblioteca.	X	
2. La consulta física o electrónica según corresponda.	X	
3. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
4. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
5. 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	
6. 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.

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

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 5 de 7

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** .

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 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).

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 6 de 7

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 las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional, cuyo texto completo se puede consultar en [biblioteca.unicundi.edu.co](http://biblioteca.unicundi.edu.co)

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

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 7 de 7

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. Título Trabajo de Grado o Documento.pdf)	Tipo de documento (e). Texto, Imagen, video, etc.)
PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DOMICILIOS EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT CUNDINAMARCA.	ARCHIVO PDF

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

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA
ORTIZ RUIZ WILLIAM SANTIAGO	<i>William Santiago Ortiz Ruiz</i>
ASMAZA ROMERO SERGIO ANDRES	<i>Sergio Andres Asmazza Romero</i>

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA  
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DOMICILIOS EN EL MUNICIPIO DE  
GIRARDOT CUNDINAMARCA.**

**WILLIAM SANTIAGO ORTIZ RUIZ**

**Código: 310212187**

**SERGIO ANDRÉS ASMAZA ROMERO**

**Código: 301212141**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**GIRARDOT**

**2016**



**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA  
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT  
CUNDINAMARCA.**

**WILLIAM SANTIAGO ORTIZ RUIZ**

**Código: 310212187**

**SERGIO ANDRÉS ASMAZA ROMERO**

**Código: 301212141**

**Proyecto de Grado para optar por el Título de**

**Administración de Empresas**

**Asesor Trabajo de Grado**

**ÁLVARO MANTILLA BERNAL**

**DOCENTE**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**GIRARDOT**

**2016**

## Nota de Aceptación

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

**A NUESTRO PADRE CELESTIAL**, por permitirme estos vivos, y darme la oportunidad y el tiempo para haber empezado y culminado con éxitos mis estudios, también por dotarme de sabiduría y paciencia en algún momento de mi carrera en los que me sentía frustrado y sin las fuerzas suficientes para culminar esta etapa tan importante en mi vida.

**A MIS PADRES Y MIS HERMANAS** , por ser una familia forjada con principios, valores además del cariño, que sin importar las adversidades que hemos pasado, permanecemos unidos trabajando en equipo para que todos los miembros de la familia salgamos adelante y podamos culminar todos nuestros sueños sin importar lo difíciles o inalcanzables que esto parezcan

**MI PADRE CARLOS ALBERTO ASMAZA CUPACAN**, gracias por apoyarme no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo el transcurso de mi existencia, sé que tus consejos y reclamos que me haces, es porque me amas y quieres lo mejor para mí, que sea una persona que tenga la capacidad de valerme por sí mismo y luchar sin importar las circunstancias por cumplir mis sueños

**MI MADRE NATIVIDAD ROMERO**, por creer en mí, en mis sueños y mi capacidad de cumplir mis metas, y por ser un claro ejemplo de un ser humano que no se da por vencido y lucha por permanecer unida a nuestra familia, además de siempre tener una sonrisa en su rostro y un abrazo cálido cuando más lo necesitamos

**MIS HERMANAS, DIANA CAMILA ASMAZA ROMERO Y ELVIRA LIZZETH ASMAZA ROMERO**, porque con su compañía alegran mi existencia y con sus vivencias me han dotado de herramientas para afrontar la vida

**AL DOCENTE ALVARO MANTILLA BERNAL**, por acompañarnos y asesorarnos en la realización de nuestro trabajo de grado

**A LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**, por darnos la oportunidad de realizar mis estudios y formarme en el profesional que soy hoy en día, lo cual me siento

orgulloso de pertenecer a esta comunidad UDECINA y hare todo lo posible por dejar en alto el nombre de nuestra universidad y nuestra carrera

**A TODOS LOS DOCENTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**, Que fueron más que simplemente docente, fueron nuestros mentores, en todo nuestro proceso de formación, no solo por impartir su clases sino también por regalarnos su conocimiento, sus vivencias , sus experiencia, su ejemplo y comprensión en algún momento de mi carrera

**A MI COMPAÑERO DE ESTUDIO Y DE PROYECTO DE GRADO, WILLIAM SANTIAGO ORTIZ RUIZ**, por todo el momento que hemos compartido dentro de la universidad como fuera de ella en estos 5 años de constante aprendizaje y desafíos, por terminar sus estudios profesionales sin dar su brazo a torcer, sé que de aquí en adelante con su conocimiento, su personalidad, su disciplina y con la ayuda de DIOS, sembrara y cosechara muchos éxitos para él y su familia.

**SERGIO ANDRES ASMAZA ROMERO**

**A NUESTRO PADRE CELESTIAL**, por permitirme estar con vida, y darme la oportunidad y el tiempo para haber empezado y culminado con éxitos mis estudios

**A MIS PADRES Y MI HERMANA**, Por tener una familia basada con principios y valores brindándonos cariño y amor, apoyados en cada uno de nosotros y ser los pilares para el alcance de los logros y metas de cada uno sin importar los obstáculos siempre estamos ahí para brindándonos ese apoyo incondicional para cada uno de los miembros de la familia.

**MI PADRE SANTIAGO ORTIZ GONGORA**, Por tu apoyo y cada uno de los consejos que me ofrece día a día que han sido de gran ayuda para convertirme en un hombre respetuoso, responsable y honesto como lo soy hoy en día, por cada uno de los esfuerzos que has hecho para sacar adelante nuestra familia y de brindarme las mejores oportunidades para cumplir mis metas.

**MI MADRE MARIA GLADYS RUIZ**, Por ser tan especial conmigo y ser más que una madre eres mi amiga en la cual puedo confiar y siempre me brindas tu cariño de forma única, y por ser mi ejemplo de ser una mujer luchadora y que no se rinde antes los problemas de ofrecerme la confianza suficiente en las diferentes situaciones para saber actuar en dicho momento y de que siempre debo luchar por alcanzar mis sueños y todo lo que me proponga.

**MI HERMANA CLAUDIA MARCELA ORTIZ RUIZ**, Por ser una mujer cariñosa y responsable y única que posee una gran tenacidad por alcanzar las cosas y es mi ejemplo a seguir siempre está presente en mi camino es mi apoyo y me brinda lo mejor de ella.

**AL DOCENTE ALVARO MANTILLA BERNAL**, por acompañarnos y asesorarnos en la realización de nuestro trabajo de grado

**A LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**, por darnos la oportunidad de realizar mis estudios y formarme en el profesional que soy hoy en día, lo cual me siento

orgulloso de pertenecer a esta comunidad UDECINA y hare todo lo posible por dejar en alto el nombre de nuestra universidad y nuestra carrera

**A TODOS LOS DOCENTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**, Que fueron más que simplemente docente, fueron nuestros mentores, en todo nuestro proceso de formación, no solo por impartir su clases sino también por regalarnos su conocimiento, sus vivencias , sus experiencia, su ejemplo y comprensión en algún momento de mi carrera

**A MI COMPAÑERO DE ESTUDIO Y DE PROYECTO DE GRADO, SERGIO ANDRES ASMAZA ROMERO**, por todos los momentos y experiencias que hemos compartido de la gran amistad que hemos establecido en estos 5 años de constante aprendizaje y de grandes desafíos, por sus tenacidad, compromiso y entrega en sus estudios profesionales, al cual le deseo muchos éxitos en su vida profesional y personal y que con la ayuda de DIOS alcanzara todas sus metas propuestas.

**WILLIAM SANTIAGO ORTIZ RUIZ**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a cada una de las personas que hicieron parte de este proyecto que con su presencia y contribución apoyaron el desarrollo de la investigación para el alcance de este mismo.

Agradecer a nuestras familias y seres queridos que son la fuente de apoyo constante e incondicional en nuestras vidas fue constante su acompañamiento en cada una de las experiencias vividas y más aún en nuestros años de estudio.

A nuestro asesor y maestro ALVARO MANTILLA BERNAL, por su orientación continua y aportes académicos para llevar adelante este proyecto.

A la universidad de Cundinamarca sede seccional Girardot, facultad de ciencias administrativas y contables en el programa de Administración de Empresas, a todos los docentes de la carrera que hicieron parte de nuestra formación profesional y personal impartiendo sus conocimientos y experiencias a través de estos años.

Al personal administrativo de la universidad y nuestros compañeros de clases porque fueron quienes nos acompañaron y vivimos experiencias únicas e irrepetibles durante todo el proceso de la carrera las cuales siempre estarán en nuestros recuerdos teniendo presente su amistad y empatía para lograr nuestros objetivos.

## **RESUMEN**

En el presente trabajo de grado se plantea una propuesta de creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de domicilios en el municipio de Girardot Cundinamarca, en la cual tiene como propósito conocer la viabilidad del proyecto se realizó un estudio con el interés de conocer si la creación de esta organización es necesaria para impulsar el desarrollo económico y social de la ciudad del municipio y la región, y que tan rentable será para la inversión y puesta en marcha de este. De igual forma llegar a brindarle a la población una forma nueva de realizar sus respectivas compras sin necesidad de desplazarse hasta un lugar tan solo desde su casa o lugar de trabajo puedan acceder a esta generando un gran interés para las personas y las empresas que puedan confiar estas actividades a la empresa la prestación del servicio de domicilios certificando compromiso y responsabilidad en las entregas con un grupo de trabajo encaminado al buen servicio y atención oportuna a los clientes con una flexibilidad de horarios para que pueda contratar cuando lo necesites.

## **ABSTRACT**

This degree work presents a proposal for a company dedicated to the provision of services of households in the municipality of Cundinamarca Girardot, which aims to meet the viability of the project was a study with an interest in knowing if the creation of this organization is needed to boost the economic and social development of the city of the municipality and the region, and that so profitable will be for the investment and set up of this. Similarly get to give the population a way new to their respective purchases without having to scroll to a place just from your home or workplace can access is generating great interest for people and companies who can trust these activities to the company providing the service of domiciles certifying commitment and responsibility in deliveries with a group of work aimed at good service and prompt attention to those customers with a flexibility of schedules that can hire when it need.



## 1. CONTENIDO

INTRODUCCION .....	27
1. TITULO .....	29
2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	30
2.1. ÁREA DE INVESTIGACIÓN .....	30
2.2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	30
3. PROBLEMA .....	31
3.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA .....	31
3.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	31
3.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	32
4 OBJETIVOS .....	33
4.1 OBJETIVO GENERAL .....	33
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	33
5 JUSTIFICACIÓN .....	34
6 MARCO REFERENCIAL .....	35
6.1 MARCO TEÓRICO .....	35
6.1.1 LOGÍSTICA .....	35
6.1.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	36
6.1.3 Funciones y beneficios de los canales de distribución .....	37
6.1.4 Factores que influyen en el diseño de un canal de distribución .....	37
6.2 MARCO CONCEPTUAL .....	39
6.3 MARCO LEGAL .....	41
6.4 MARCO GEOGRÁFICO .....	48
6.4.1 Macro localización .....	48

6.5	MARCO HISTÓRICO.....	52
7	METODOLOGÍA .....	54
7.1	Tipo De Investigación .....	54
7.2	Técnicas De Recolección .....	54
7.2.1	Observación directa: .....	55
7.2.2	Encuestas: .....	55
7.2.3	Consultas bibliográficas .....	55
7.3	Estimación de la Demanda .....	55
7.4	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	56
7.4.1	UNIVERSO .....	56
7.4.2	POBLACIÓN .....	57
7.4.3	MUESTRA .....	57
7.5	PERIODO .....	58
7.6	DATOS OBTENIDOS .....	58
8.	ESTUDIO DE MERCADO.....	73
8.1	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	73
8.2	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	74
8.2	TIPO DE BIEN .....	75
8.3	CUALIDADES DEL PRODUCTO .....	75
8.4	USOS Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO .....	75
8.5	ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	76
8.5.1	Descripción del mercado.....	76
8.5.2	Tamaño del mercado .....	77
8.5.3	Mercado potencial .....	77

8.5.4	Localización del mercado.....	78
8.5.5	Segmentación del mercado.....	78
8.5.6	Demanda proyectada.....	78
8.5.7	Demanda Insatisfecha.....	79
8.5.8	Oferta Proyectada.....	80
8.6	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	80
8.7	ANÁLISIS Y ESTRUCTURA DE PRECIO.....	81
8.7.1	Análisis De Precio.....	81
8.8	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	81
8.8.1	Situación actual de la competencia:.....	81
8.9	PRESENTACIÓN.....	85
8.10	MARCA.....	86
8.11	ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	86
8.11.1	Estrategias publicitarias de lanzamiento de la empresa prestadora del servicio de domicilios.....	87
8.11.2	Estrategias publicitarias de perduración y empuje en el mercado.....	88
8.12	Conclusiones del proyecto.....	89
9.	ESTUDIO TÉCNICO.....	90
9.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	90
9.1.1	Descripción del tamaño del proyecto.....	90
9.1	Factores que determinan el tamaño de un proyecto.....	90
9.2	Capacidad del proyecto.....	91
9.3	LOCALIZACIÓN.....	92
9.3.7	Macro localización.....	92

9.3.8	Micro localización .....	93
9.1	Distribución en planta .....	95
9.2	REQUERIMIENTO DE LAS ÁREAS DE TRABAJO .....	95
9.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	97
9.4	Descripción técnica del proceso .....	97
9.5	Diagrama de operaciones.....	97
9.6	Descripción del proceso operativo .....	99
9.7	CONTROL DE CALIDAD .....	100
9.8	RECURSOS .....	101
9.9	ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL .....	105
9.9.7	FORMA DE CONSTITUCION .....	105
	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS S.A.S .....	105
9.10	TIPO DE EMPRESA .....	123
9.11.1	PLATAFORMA ESTRATÉGICA .....	123
9.11	Nociones filosóficas .....	123
9.12	Valores y principios corporativos .....	124
9.13	OBJETIVOS.....	124
9.14	POLÍTICAS .....	124
9.15	Políticas del personal.....	125
9.16	Políticas de venta para un servicio .....	127
9.17	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	128
9.18	DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS .....	129
9.19	Estructura salarial .....	129
9.20	TRÁMITES DE LEGALIZACIÓN.....	130

9.24 ESTUDIO FINANCIERO .....	133
9.25 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	133
9.26 INVERSIONES CORRIENTES.....	136
9.27 ESTRUCTURACIÓN DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO	138
9.28 COSTOS.....	140
9.29 PROYECCION MINIMA CINCO AÑOS .....	141
9.30 DETERMINACION DE EGRESOS .....	142
9.31 BALANCE, ESTADOS, FUENTES Y PUNTO DE EQUILIBRIO ....	144
9.32 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO PARA DETERMINAR SI ES VIABLE Y FACTIBLE. ....	148
9.32.1 Indicadores de Liquidez .....	148
9.32.2 Indicadores de Rentabilidad.....	149
9.32.3 Indicador de Endeudamiento .....	149
9.33 PRESUPUESTO.....	150
CRONOGRAMA .....	151
10. IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO.....	152
11. CONCLUSIONES .....	153
12. RECOMENDACIONES .....	155

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de las Empresas en Colombia .....	43
Tabla 2. Proyección de población 2005 – 2020. Fuente DANE .....	56
Tabla 3. Proyección de población 2005 – 2020. Fuente DANE .....	57
Tabla 4 Profesión.....	59
Tabla 5. Sexo.....	60
Tabla 6 . ¿Tiene usted conexión a internet desde su casa? .....	61
Tabla 7. ¿Es usted quien realiza las compras en su hogar? .....	62
Tabla 8 . ¿En ocasiones pospongo o cancelo mis compras por? .....	63
Tabla 9. ¿Las razones por las cuales en ocasiones no dispongo de tiempo para hacer mis compras son? .....	64
Tabla 10, ¿Cuándo dispongo del tiempo libre, prefiero posponer mis compras para darle tiempo a mi familia o atender compromisos familiares? .....	65
Tabla 11. ¿Cuando llego a mi casa me encuentro demasiado cansado (a) para hacer mis compras?.....	66
Tabla 12. ¿Siempre voy a realizar mis compras con el tiempo suficiente como para esperar en fila y pagar? .....	67
Tabla 13. ¿Hay reuniones sociales o familiares que salen de imprevisto, en las que me encuentro en la necesidad de ir con urgencia a realizar la compra? .....	68
Tabla 14. ¿Estaría usted dispuesto (a) a hacer uso de internet para hacer pedido a domicilio de su lista de compras? .....	69
Tabla 15. ¿Si se le ofreciera un servicio de entrega a domicilio de compras de productos (bienes o servicios) estaría dispuesto a pagar por la prestación de este servicio?.....	70
Tabla 16. ¿Le gustaría a usted como consumidor, tener una aplicación en su teléfono móvil en donde podrá adquirir productos cuando los necesite? .....	71
Tabla 17. Demanda Proyecta .....	79

Tabla 18. Demanda Insatisfecha .....	79
Tabla 19. Oferta Proyectada.....	80
Tabla 20. Medios de publicidad .....	87
Tabla 21 .presupuesto de la publicidad de promoción en la etapa de lanzamiento .....	88
Tabla 22. Presupuesto para la publicidad y promoción en la etapa de sostenibilidad y empuje.....	89
Tabla 23 Parámetros para determinar el número de servicios a ofrecer por la empresa.....	91
Tabla 24. Número de servicios que ofrecerá la empresa por año.....	92
Tabla 25. Recursos humanos .....	101
Tabla 27. Recursos Físicos .....	102
Tabla 26. Recursos tecnológicos .....	102
Tabla 28. Inversión Maquinaria Y Equipo .....	133
Tabla 29. Inversión Equipo de oficina.....	134
Tabla 30. Inversión Vehículos.....	134
Tabla 31. Inversiones Preoperativas.....	135
Tabla 32. Capital de trabajo.....	136
Tabla 33. Resumen plan de inversión.....	136
Tabla 34. Depreciación en Línea Recta.....	137
Tabla 35. Presupuesto Gastos de funcionamiento .....	138
Tabla 36. Presupuesto Gastos Personal Administrativo .....	138
Tabla 37. Presupuesto Gastos Personal Operativo .....	139
Tabla 38. Costos de Administración .....	140
Tabla 39. Costos de Operación Fuente. Presente Estudio. ....	140
Tabla 40. Ingresos Proyectados .....	141
Tabla 41. Costos Proyectados .....	141
Tabla 42. Costos fijos y variables (Operación).....	142
Tabla 43. Costos Fijos y Variables (Administración).....	143
Tabla 44. Estado de Resultados .....	144

Tabla 45. Estado de Fuentes y Usos proyectados.....	145
Tabla 46. Balance General Proyectado .....	146
Tabla 47. Punto de Equilibrio .....	147
Tabla 48. Tabla de amortización.....	148
Tabla 49. Indicadores de Liquidez .....	148
Tabla 50. Indicadores de Rentabilidad.....	149
Tabla 51. Indicadores de Endeudamiento .....	149



## LISTA DE GRAFICAS

Grafica 2 Ocupación .....	59
Grafica 3. Sexo .....	60
Grafica 4. ¿Tiene usted conexión a internet desde su casa? .....	61
Grafica 5. ¿Es usted quien realiza las compras en su hogar? .....	62
Grafica 6 ¿En ocasiones pospongo o cancelo mis compras por? .....	63
Grafica 7 ¿Las razones por las cuales en ocasiones no dispongo de tiempo para hacer mis compras son? .....	64
Grafica 8. ¿Cuándo dispongo del tiempo libre, prefiero posponer mis compras para darle tiempo a mi familia o atender compromisos familiares? .....	65
Grafica 9. ¿Cuando llego a mi casa me encuentro demasiado cansado (a) para hacer mis compras?.....	66
Grafica 10. ¿Siempre voy a realizar mis compras con el tiempo suficiente como para esperar en fila y pagar? .....	67
Grafica 11. ¿Hay reuniones sociales o familiares que salen de imprevisto, en las que me encuentro en la necesidad de ir con urgencia a realizar la compra? .....	68
Grafica 12. ¿Estaría usted dispuesto (a) a hacer uso de internet para hacer pedido a domicilio de su lista de compras? .....	69
Grafica 13. ¿Si se le ofreciera un servicio de entrega a domicilio de compras de productos (bienes o servicios) estaría dispuesto a pagar por la prestación de este servicio?.....	70
Grafica 14 . ¿Le gustaría a usted como consumidor, tener una aplicación en su teléfono móvil en donde podrá adquirir productos cuando los necesite?.....	71
Grafica 15 . Diagrama de operaciones del servicio de domicilios en la ciudad de Girardot.....	98

## LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Mapa Girardot - Ubicación .....	48
Imagen 2. Presentación App.....	85
Imagen 3. Diseño logo .....	86

## INTRODUCCION

En la actualidad realizar un proyecto empresarial es un trabajo arduo que involucra diversos aspectos para emprender y así mismo abrir nuevos mercados e identificar las necesidades insatisfechas de la población el objetivo del presente proyecto es determinar la viabilidad de una propuesta para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de domicilios en el municipio de Girardot – Cundinamarca como una alternativa nueva y que es innovadora.

El propósito es realizar un estudio estructurado que constara de etapas desde los enfoques de Mercados, Técnicos, Administrativo y Legal y Financiero estos nos darán como resultados que factibles y viable es para colocarlo en marcha.

La aplicación del estudio permitirá que la propuesta tenga un marco más extenso sobre las necesidades sociales, económicas y culturales en la ciudad de Girardot para poder abordarlas y satisfacerlas de gran forma, determinando las instrumentos y procesos más acordes para llevarlos a cabo y así mismo generar un gran impacto con el servicio que se prestara.

De igual forma se ampliarán conceptos y aspectos de gran relevancia con una aportación activa de la población que se quiso conocer si las personas utilizarían el servicio, la periodicidad, conocer y analizar la competencia de empresas prestadoras del mismo en base a sus precios y calidad con el fin de determinar la oferta y la demanda.

Así mismo se detallará la manera y la forma lógica precisar el tamaño del proyecto, la capacidad instalada como los diversos requerimientos, localización, maquinaria y la descripción del proceso para prestación del servicio en general.

Seguido de esto determinar y establecer todo lo relacionado con la respectiva constitución de la empresa, plataforma estratégica y su estructura organizacional, y de igual forma la normatividad para la legalización y puesta en marcha de esta.

Para finalizar todo lo relacionado a la parte financiera que permitirá concluir la viabilidad económica y financiera del proyecto a través de los indicadores financieros que permitirán observar la rentabilidad de la actividad y determinar la sostenibilidad del proyecto que se quiere desarrollar.

De los diversos aspectos tenidos en consideración para la propuesta y los resultados obtenidos dan fundamento y permiten concluir que la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta los factores y las condiciones actuales del mercado.

## **1. TITULO**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A  
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT  
CUNDINAMARCA.**

## **2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **2.1. ÁREA DE INVESTIGACIÓN**

Emprendimiento y desarrollo empresarial

### **2.2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Emprendimiento y desarrollo empresarial

### **PROGRAMA**

Administración de Empresas

### **Tema**

El tema de investigación del siguiente proyecto es la realización de una propuesta para la creación de una empresa que preste el servicio de domicilios en el municipio de Girardot con el objetivo de analizar su viabilidad y posible puesta en marcha.

### **3. PROBLEMA**

#### **3.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

En el mundo de gran competitividad que se vive actualmente no es suficiente el tener claro los procesos administrativos de las organizaciones, sino también la implementación de las herramientas logísticas y tecnológicas que no solo permitan conocer las diferentes necesidades de los consumidores sino optimizar la entrega de los productos (bienes o servicios), hecho que en la actualidad es una de las nuevas tendencias de dar un valor agregado a los consumidores.

Con el transcurrir el tiempo los mercados son más exigentes, además la integración y la globalización son una realidad, es fundamental que las organizaciones tengan la capacidad de amoldarse con las necesidades de los clientes, por tanto es de vital importancia no solo crear productos que cumplan con las exigencias o necesidades mínimas de los clientes sino también que sea entregados en el momento oportuno.

Las empresas de domicilios tiene como el objetivo de satisfacer las necesidades tanto de las personas naturales o jurídicas que ofrecen sus productos (bienes), y de los consumidores que los requieren, el ofrecimiento de nuestro servicio estará enfocado en la creación de una empresa y una aplicación móvil (**App**) que permita conocer los productos que brindan las diferentes empresas de la ciudad de Girardot, además de ofrecerse a opción de solicitar el servicio de domicilio.

Esta propuesta de la creación de empresa para el ofrecimiento del servicio de domicilios, quiere aprovechar la falta de logística de las organizaciones de la ciudad de Girardot en aspectos de domicilios y la falta de disponibilidad o tiempo por parte de los consumidores al momento de realizar una compra.

#### **3.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Con la tendencia a cambios constantes en los hábitos de la población como son la prolongación de más horas laborales, al igual que la falta de tiempo al que estamos sometidos cada día, los costos de desplazamiento al momento de adquirirse un

producto ( bien y/o servicio), generando la búsqueda de empresas responsables que estén dispuestas a realizar esta actividad cotidianas del servicio de domicilios de en el municipio de Girardot, que genere beneficios a la economía y otros beneficios a la Región como:

- Las empresas de la ciudad de Girardot tendrán a su disposición un socio empresarial que le permitirá mejorar sus procesos de recepción y despacho de domicilios para sus clientes.
- Contribuir para el desarrollo de la ciudad generando empleo.

El tema de logística, no se puede considerar simplemente como una estrategia, proceso<sup>1</sup> o una moda, sino como una herramienta que juega un papel importante cuando hablamos de ofrecer un producto con valor agregado a nuestros consumidores, tanto así que en la actualidad existen empresa que se dedican única y exclusivamente a la prestación de este servicio.

Por lo anterior expuesto, surge la necesidad de llevar a cabo un proyecto que nos permita identificar la importancia del servicio de domicilio en las actividades económicas de las empresas en el municipio de Girardot, y por consiguiente identificar si es viable o no la creación de una empresa dedicada a la prestación de este servicio

### **3.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es viable la creación de una empresa con el enfoque de aliado estratégico que preste el servicio de operador logístico a las demás empresas en lo relacionado a la venta de productos a domicilio a través de ayudas tecnológicas en el municipio de Girardot, Cundinamarca en el año 2016?

---

<sup>1</sup>CASANOVAS, August. Logística Empresarial. Gestión 2000. p18



## **4 OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

- Realizar un estudio de viabilidad y factibilidad para la creación de una empresa de domicilios en el municipio de Girardot Cundinamarca año 2016.

### **4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elaborar un estudio de mercados en el municipio de Girardot con el fin de identificar la demanda, oferta, precios, canales de distribución y los beneficios del producto.
- Ejecutar un estudio organizacional y legal para determinar el tipo de organización que requiere el sector.
- Realizar un estudio técnico para definir la distribución en planta, maquinaria y equipo, procesos de distribución necesaria para la operación de la empresa.
- Elaborar un estudio financiero para estimar los presupuestos de inversión, costos, gastos, y fuentes de financiación.
- Efectuar la evaluación financiera del proyecto para determinar si es viable y factible.

## 5 JUSTIFICACIÓN

Analizando el entorno y crecimiento empresarial de la ciudad de Girardot, es de vital importancia llevar a cabo la creación de una empresa dedicada a actividades de tipo logísticas, además, se pretende aprovechar la inexistencia de este tipo de organizaciones en la ciudad; que cuenten con estructura administrativa y que cumpla con los requisitos de ley.

Este proyecto nos permitirá llevar a cabo la aplicación de los recursos, las herramientas necesarias que nos ayudara a analizar y evaluar si este proyecto tiene la posibilidad de llevarse a cabo y si existe la disponibilidad de los recursos necesarios para cumplir los objetivos o metas señaladas.

La intensión de todo profesional en el ámbito de la administración de empresas, es la aplicación de sus conocimientos y experiencia adquirida en el transcurso de su formación, con el propósito de la ejecución de estudios que permitan identificar la viabilidad de una propuesta de creación de empresa y la óptima administración de la misma, además, este tipo de emprendimiento permite el desarrollo del municipio de Girardot.

Es fundamental para la universidad de Cundinamarca brindar espacios que generen nuevas ideas que permitan hacer presencia en aspectos relevantes del municipio de Girardot, como el sector de servicios, el cual es una de las actividades económicas más importantes del municipio, a su vez esta clase de propuestas sobre estudios de viabilidad para la creación de empresas permite que la universidad ofrezca un valor agregado por parte de los estudiantes permitiendo dar a conocer la capacidad de los nuevos profesionales con cualidades relevantes como la actitud, facilidad para la comunicación, capacidad para relacionarse con los demás, confianza, capacidad de análisis y solución de problemas, adaptabilidad, auto-motivación, liderazgo, trabajo en equipo entre otras cualidades.

## 6 MARCO REFERENCIAL

### 6.1 MARCO TEÓRICO

Actualmente hablar de logística es un tema sumamente importante, con el transcurrir del tiempo este concepto ha tomado fuerza en la organizaciones sin importar la actividad económica que se ejerza, debido a que la logística permite que se obtenga una ventaja competitiva que las empresas pueden usar a favor para destacarse de su competencia ; pero para poder implementar la logística es necesario tener un conocimiento amplio en temas como: las necesidades o las preferencias del cliente, canales de distribución, administración de inventarios , cadena de suministros, pronósticos de la demanda, la cadena de distribución y ventaja competitiva.

A continuación se trataran algunos de los temas mencionados anteriormente los cuales son de vital importancia para el desarrollo de un óptimo proceso de logística

#### 6.1.1 LOGÍSTICA

Según la definición oficial de la norma AFNOR\* (norma X50-600)<sup>2</sup>, "la logística es una función cuya finalidad es la satisfacción de las necesidades expresadas o latentes, a las mejores condiciones económicas para la empresa y para un nivel de servicio determinado".

La administración logística se puede conocer por una gran variedad de sinónimos o nombres como son: la administración de materiales, distribución de tangibles, cadena de suministro.

La logística es un proceso encargado de planificar, implementar y controlar eficientemente el flujo de materias primas, o productos terminados al igual que el manejo de la información que se involucra en este proceso

---

<sup>2</sup>UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA "Logística". Internet ([http://datateca.unad.edu.co/contenidos/256594/256594\\_MOD/11definicion\\_de\\_logstica.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/256594/256594_MOD/11definicion_de_logstica.html))

La logística juega un papel importante en las actividades que involucran el flujo enfocado a suministrar al cliente los productos que se demandan en el tiempo adecuado, con calidad y el precio que el consumidor está dispuesto a pagar. Por tanto con el fin de asegurar un alto nivel de calidad en el servicio al cliente enfocado en la reducción de costos se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Almacenamiento
2. Despacho de material
3. Compras
4. Transportes
5. Distribución
6. Tratamiento y distribución de pedidos
7. Control de la producción

Otro concepto que debemos definir es los canales de distribución, ya que es de gran relevancia en el proceso logístico de toda organización.

### **6.1.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

La gestión de canales es algo más que distribución o logística, aunque estas son obviamente importantes. Es una manera de pensar, una manera de formar nuevas conexiones con los clientes a fin de explorar nuevas oportunidades comerciales.<sup>3</sup> Por lo tanto los canales de distribución son de gran importancia si de logística se trata, por tanto definiremos que es un canal de distribución, las funciones de los canales de distribución, sus beneficios, los factores que se deben tener en cuenta para la elaboración de un canal de distribución.

Un canal de distribución es un sistema de intermediación relacionados entre sí que permiten que los productos lleguen al consumidor o cliente final.

---

<sup>3</sup> WHEELER, Steven. Los canales de distribución. Grupo Editorial Normal 2005. p24

### 6.1.3 Funciones y beneficios de los canales de distribución

#### Funciones:

- Contribuir a reducir costos en los productos
- Intervenir en la fijación de precios del producto
- Suministrar información sobre el producto, la competencia y el mercado
- Participación activa en las actividades de promoción
- Centralización de decisiones enfocadas en la comercialización

#### Beneficios:

- Colocar los productos en puntos de acceso más fáciles para el consumidor, de esta forma se fortalece su compra
- Para los productos que son catalogados como exclusivos, se podrán ubicar en estos sitios para que no pierdan su toque de exclusividad
- Se podrá llevar un producto al consumidor final en el momento adecuado

### 6.1.4 Factores que influyen en el diseño de un canal de distribución

En la elección final de un canal de distribución por parte de un fabricante influyen una serie de factores que frecuentemente interactúan entre sí.

- **Características de los clientes:** La cantidad de clientes reales y potenciales, la distribución geográfica, la frecuencia de compra, la cantidad de productos que compra y los medios para adquirirlos.<sup>4</sup>
- **Características de los productos:** Se debe conocer muy bien el producto, sus cualidades o beneficios, su color, su tamaño, la dureza, el factor perecedero.
- **Características de los intermediarios:** En este aspecto se debe tener en cuenta los defectos y las cualidades de los diferentes tipos de intermediarios que se involucran en el proceso de colocación del producto en su punto de venta o el lugar que el cliente desea que se entregue.

---

<sup>4</sup> RODRÍGUEZ ARDURA, Inma. Principios y estrategias de marketing. Editorial UOC, octubre 2006

- **Características de la competencia:** La competencia también es un punto fundamental en el diseño de un canal de distribución, en esta parte hay que tener en cuenta la magnitud, la capacidad financiera, combinación o líneas de productos de la competencia.
- **Características de la empresa:** En la creación de los canales de distribución es fundamental tener en cuenta aspectos empresariales como son; la magnitud, la capacidad financiera, experiencia y tácticas empleadas en el ofrecimiento del servicio
- **Características ambientales:** en este punto se debe tener en consideración las condiciones económicas y legislativas; cuando las condiciones económicas son favorables genera que los clientes aumenten su consumo. En el punto de la legislación se deberá tener en cuenta los parámetros legales que de alguna u otra manera afecten al diseño de los canales de distribución.

## 6.2 MARCO CONCEPTUAL

**SERVICIOS A DOMICILIO:** Son aquellos que el cliente utiliza sin moverse de su hogar contratando por medio de vía telefónica o Internet, servicios o alimentos.

**LOGÍSTICA:** El conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.

**App:** Aplicación informática tipo de programa informático diseñado como herramienta para permitir a un usuario realizar diversos tipos de trabajos.

**SISTEMA:** Es un objeto complejo cuyos componentes se relacionan con al menos algún otro componente; puede ser material o conceptual.

**COMPETITIVIDAD:** Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad.

**VIABILIDAD:** Se define como la posibilidad de llevar a cabo con éxito un proyecto que se tiene en mente.

**SERVICIO:** En Economía y en marketing (mercadotecnia) un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a necesidades de un cliente.

**EMPRESA:** Organización social que utiliza los recursos con el fin de alcanzar determinados objetivos. Es una organización social por ser una asociación de personas que trabajan en conjunto para explotar algún negocio<sup>5</sup>

**NECESIDAD:** Es algo básico del ser humano que afecta su comportamiento, porque siente la falta de algo para poder sobrevivir o sencillamente para estar mejor.

---

<sup>5</sup> CHIAVENATO, Adalberto. Iniciación a la Administración General. México .1993. p1

**OFERTA:** Es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

**ORGANIZACIÓN:** Es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

**PROCESO ADMINISTRATIVO:** Aquel que está conformado por las cuatro principales funciones de la administración. “involucra la planeación, la organización, la dirección y el control”.



### **6.3 MARCO LEGAL**

Todas las empresas en el territorio colombiano para poder ejecutar su actividad comercial están amparadas en distintas leyes y normas de obligación cumplimiento; se definen las siguientes leyes que cubren este proyecto.

#### **Constitución Política De Colombia**

Normas Generales

**ARTICULO 58.** <Artículo modificado por el artículo 1o. del Acto Legislativo 1 de 1999. El nuevo texto es el siguiente:> Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social.

**ARTICULO 61.** El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.

**ARTICULO 333.** La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

### **Leyes colombianas**

En Colombia se han desarrollado algunas normas que fomentan y promueven el grupo de las MIPYMES. Principalmente, se pueden identificar la Ley 78 de 1988, la Ley 590 de 2000 y la Ley 905 de 2004, sin olvidar algunas otras que complementan la labor que se persigue a través de estos marcos jurídicos.

Para el caso colombiano la clasificación de las empresas se establece en la Ley 905 de 2004, donde se debe recordar que el criterio que prima al momento de realizar la clasificación es el de los activos, tal cual como lo estableció unos años atrás la Ley 590 de 2000 (artículo 2º, párrafo 1º). Dicha clasificación se resume en el siguiente cuadro:

## Clasificación de las empresas en Colombia<sup>6</sup>

Tabla 1. Clasificación de las Empresas en Colombia

<b>Tipo</b>	<b>No. De Empleados</b>	<b>Activos totales [smlmv]</b>
<b>Microempresa</b>	≤ 10	≤ 500 (excluida la vivienda)
<b>Pequeña</b>	11 – 50	501 – 5.000
<b>Mediana</b>	11 – 50	501 – 5.000
<b>Gran</b>	> 201	> 30.001

Fuente. Ley 905 de 2004 Fecha. Octubre 2010

Esta clasificación es muy importante, pues se constituye en la base que fundamenta el devenir de las políticas económicas emanadas por el gobierno colombiano que debe propender por el desarrollo del país, donde no se debe olvidar que las MIPYMES juegan un papel muy relevante para la creación de nuevos empleos y la generación de valor agregado a través de la innovación y el ingreso a nuevos mercados, lo que en sumatoria se configura en el mejoramiento de la situación económica nacional. Además, se debe reconocer el contexto que se presenta en

---

<sup>6</sup> Ley 905 de 2004 “La ley sobre sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana”.

Colombia dado que a nivel internacional los criterios para la definición de las MIPYMES varían según las necesidades de cada país<sup>7</sup>.

### **LEY 590 DE 2000**

"Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".

### **ARTICULO 1o.**

#### **OBJETO DE LA LEY.**

La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;

b) <Literal derogado por el artículo 276 de la Ley 1450 de 2011>

c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;

d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;

---

<sup>7</sup> Contabilidad para MIPYMES en Colombia "contexto y estrategia"

e) <Literal derogado por el artículo 276 de la Ley 1450 de 2011>

f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;

g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;

h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales,

i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes;

j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización del micro, pequeñas y medianas empresas.

#### **LEY 905 DE 2004**

La ley sobre sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana

**Artículo 1º.** El literal b) del artículo 1º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

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.

**Artículo 2º.** El artículo 2º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

**Artículo 2º. Definiciones.** Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por personas naturales o jurídicas, en actividades

empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rurales o urbanas, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1. Mediana empresa:

a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o

b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa:

a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o

b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

3. Microempresa:

a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,

b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes

**Artículo 1.- Objeto de la Ley**

La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

## **LEY 1014 DE 2006**

### **La Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento**

#### **ARTÍCULO 2o. OBJETO DE LA LEY.**

La presente ley tiene por objeto:

- a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;
- b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;
- c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;
- d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;
- e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

## 6.4 MARCO GEOGRÁFICO

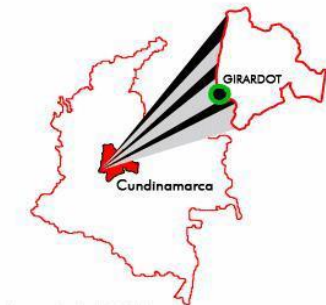
### 6.4.1 Macro localización<sup>8</sup>

Girardot se encuentra situado en la zona tropical hacia el centro de la República de Colombia al sur del Departamento de Cundinamarca.

Girardot tiene una extensión aproximada de 138 km<sup>2</sup>, siendo uno de los municipios más pequeños en extensión del Departamento de Cundinamarca; a 2 1/2 horas de la capital de la República.

Está situada en la región andina central de la República de Colombia, al sur occidente del Departamento de a 326 mts sobre el nivel del mar, localizada sobre la margen derecha de los ríos Magdalena y Bogotá a 4° 17'43" latitud Norte 74° 44' 56", longitud al oeste de Greenwich"

Imagen 1. Mapa Girardot - Ubicación



**Por el Norte:** Con los Municipios de Nariño y Tocaima.

**Por el Sur:** Con Flandes en el municipio del Tolima.

**Por el Oriente:** Con el municipio de Ricaurte (Peñaliza), y el Río Bogotá de por medio.

**Por el Occidente:** Con el departamento del Tolima y parte del municipio de Nariño

---

<sup>8</sup> [Http: //www.semgirardot.gov.co/wp-content/uploads/2013/07/CARACTERIZACION-SECRETARIA-DE-EDUCACION.pdf](http://www.semgirardot.gov.co/wp-content/uploads/2013/07/CARACTERIZACION-SECRETARIA-DE-EDUCACION.pdf). p8.



## **VÍAS:<sup>9</sup>**

### **Aéreas:**

Por su ubicación geográfica, Girardot cuenta con diversas vías de comunicación y se ha convertido en uno de los polos turísticos del centro del país. Por vía aérea, por el Aeropuerto Santiago Vila ubicado en el municipio de Flandes (Tolima), a 3,1 Km. del municipio

### **Terrestres:**

Por vía terrestre, Girardot es un nodo por donde cruza la vía Panamericana que comunica la población con el territorio nacional. Cuenta con dos vías desde la capital del país, de la cual la separan 122 kilómetros por la vía Silvania, y 103 kilómetros por la vía La Mesa - Tocaima. Hacia el norte, la carretera Troncal del río Magdalena, que corre paralela al mismo río, conduce al municipio de Nariño (20 Km.), a Guataquí (40 Km.), con una derivación hacia el municipio de Jerusalén (12 Km.) y Tocaima (32 Km.); Beltrán (78 Km.) y Cambao (90 Km.), con cruce de puente sobre este mismo río, conectándose así con el norte del Departamento del Tolima y la ciudad de Manizales. Por la carretera Panamericana, en Ricaurte, se desprenden ramales a los municipios de Agua de Dios, Nilo y Carmen de Apicalá, este último perteneciente al Departamento del Tolima. El puente Ospina Pérez, ubicado sobre la carretera Panamericana, comunica a Girardot con el municipio de Flandes en el Departamento del Tolima.

### **Fluviales:**

Por vía fluvial, aunque no se cuenta con este medio como transporte comercial o de pasajeros, existe un servicio de embarcaciones para el cubrimiento de algunos lugares turísticos a través del Río Magdalena y, por

---

<sup>9</sup> ALACADIA DE GIRARDOT "Nuestro Municipio". Internet ([http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml))

Vía férrea se conectaba al Puerto de Girardot con Bogotá mediante el tren de la sabana, aunque ahora se encuentra restringida a usos turísticos.

## **POBLACIÓN:**

**Total:** 105.085 habitantes

Densidad de 814.61 habitantes por km<sup>2</sup>

Urbana 101.610 habitantes

## **ECONOMÍA:**

**SECTOR AGROPECUARIO:** 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. 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, caballeros, 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. La ciudad está dotada además de una infraestructura para convenciones de primer orden la cual 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.

## 6.5 MARCO HISTÓRICO

Se puede decir que los orígenes de la logística empezaron con el inicio de la humanidad, donde los cavernícolas guardaban su comida en sus cuevas para consumir en tiempos de invierno. Pero el gran salto que vivió la logística fue en la década de los cincuenta con sus primeros pasos en el campo militar enfocado en la obtención y suministro de materiales necesarios para cumplir una misión, al igual que en la época de la primera y segunda guerra mundial

Durante 1870 los productores no trasladaban sus productos a otros lugares debido a los altos costos que esto generaba, ocasionando que los consumidores no encontraran los productos que realmente deseaba. Esta problemática fue considerada como un problema de tipo logístico, la solución a este problema planteado se logró con la mejora de la red de transportes y comunicaciones, facilitando con esto la comercialización de los productos en aquellos lugares que en algún tiempo era lejanos

A los finales del siglo XX a medida que crecían las organizaciones también lo hacían sus necesidades y en gran parte en los aspectos logísticos, debido a que era necesario mejorar aspectos relacionados a las cadenas de suministros, cadenas de producción, cadenas de distribución y delivery (servicio de domicilios)<sup>10</sup>, este último surgió como una estrategia para facilitar el proceso de adquisición de un producto desde la comodidad de su hogar

En la actualidad el servicio de domicilios ha tomado un mayor grado de importancia tanto así que ha sido considerada un proceso fundamental de todas las organizaciones, además, hoy en día existe empresas que se dedican exclusivamente a esta actividad.

---

<sup>10</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA “Logística”. Internet [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/256594/256594\\_MOD/21historia\\_de\\_la\\_logistica.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/256594/256594_MOD/21historia_de_la_logistica.html)

¿Es buen negocio una empresa de servicios a domicilio?

En algún tiempo los únicos servicios que se ofrecían a domicilio eran, básicamente, los profesores particulares, ahora casi cualquier tipo de negocio puede adaptarse para llevarse hasta el hogar. Y aunque la oferta siempre ha estado ahí, ha sido el cambio de hábitos de la población el que ha propiciado una gran demanda y que, claro está, ha encontrado inmediata acogida entre los emprendedores, dispuestos a trabajar donde sea y a cualquier hora.

A este fenómeno no sólo ha influido la prolongación de horas en el trabajo, sino también una nueva visión del ocio, más íntimo y personalizable. Por ejemplo, comprobar cómo acciones tan comunes hace unos años como salir al cine o ir a las salas de recreativos han visto reducidas su frecuencia considerablemente; la gente prefiere invertir en un home cinema o una videoconsola y pasar el tiempo tirados en el sofá. Reconozcámoslo: somos más caseros, más cómodos, y preferimos la confortabilidad del hogar al bullicio de los espacios públicos. Por eso, ha nacido una nueva generación de empresas de servicios a domicilio.

## **7 METODOLOGÍA**

### **7.1 Tipo De Investigación**

La investigación es de tipo descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho, es decir, sobre los impactos socioeconómicos generado por el crecimiento en aspectos empresariales y comerciales en la ciudad de Girardot.

Para la realización del proyecto se tendrá en cuenta el estudio de tipo descriptiva, el cual nos permitirá conocer el sector de domicilios, el comportamiento del mercado objetivo y las variables que se presentan a la hora de utilizar el servicio de domicilios.

La tarea de investigación en este proyecto cuenta con las siguientes etapas:

- Descripción del problema
- Definición y formulación de hipótesis
- Supuestos en que se basa la hipótesis
- Marco teórico
- Selección de técnicas de recolección de datos
- Categorías de datos, a fin de facilitar relaciones
- Verificación de validez del instrumento
- Descripción, análisis e interpretación de datos

### **7.2 Técnicas De Recolección**

Se definió utilizar las siguientes técnicas de recolección de datos en busca de analizar los anteriores criterios expuestos, estas eran las más calificadas para la obtención y análisis de la información.

Las técnicas se realizaron mediante observación directa sobre los comportamientos de los consumidores al momento de adquirir un producto y de las empresas que los ofrecen, además se realizó la aplicación de dos tipos de encuestas para estudiar atentamente el fenómeno, hecho o caso; con la finalidad de tomar información y registrarla para su posterior análisis.

### **7.2.1 Observación directa:**

A partir del análisis previo del entorno se pueden inferir muchas de las características que este posee, de esta manera se logra identificar y conocer en algún grado de profundidad la situación y el estado del proyecto.

Este tipo de recolección de datos se llevara a cabo para las empresas en la ciudad de Girardot que no cuentan con el servicio de domicilios o que quieran mejorar este tipo de servicio.

### **7.2.2 Encuestas:**

Un conjunto de preguntas tipo cerrado y opción múltiple dirigida a la población, más específicamente a la muestra para este caso son personas entre edades de 18 a 50; objetos de la presente investigación, los formatos de las encuestas estarán adjuntado a este documento en la sección de anexos.

### **7.2.3 Consultas bibliográficas**

En este aspecto se anexa la información sobre las fuentes de conocimientos escritos del tema relacionado al problema de la investigación

## **ANEXO A**

Encuestas físicas

### **7.3 Estimación de la Demanda**

Para medir la demanda, se requiere de una definición y cuantificación del mercado objetivo. Se determina:

- Cuál es el mercado objetivo
- El comportamiento de consumo del mercado objetivo y la periodicidad de consumo
- Las necesidades del mercado objetivo frente al producto ofrecido (servicio de domicilio)

- Las motivaciones existentes en el mercado objetivo para elegir o comprar un producto por medio la modalidad del servicio de domicilio.

Para la obtención de esta información se utilizan dos fuentes de datos:

✓ Fuentes de datos primarios: Encuestas personales (entrevistas), juicios de expertos e inspección visual del sector realizado por el evaluador, el cual se desarrolla en virtud del comportamiento del consumidor existente actualmente en la ciudad y sus alrededores.

✓ Fuentes de datos secundarios: Datos demográficos, geográficos y Socioeconómicos del cliente turista, nacional y local a fin de establecer características socioeconómicas de la población objetivo. Por “población objetivo” se debe entender aquella.

## 7.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

### 7.4.1 UNIVERSO

Se definió como el total de habitantes en la ciudad de Girardot en el año 2016, 105.071 habitantes

PROYECCIONES DE POBLACION						
MUNICIPIO : Girardot			DESDE : 00 - Menores de un (1)		HASTA: 80 Años y Más	
Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hombres	48.524	48.820	49.111	49.390	49.649	49.920
Mujeres	53.968	54.355	54.728	55.086	55.436	55.781
<b>Total</b>	<b>102.492</b>	<b>103.175</b>	<b>103.839</b>	<b>104.476</b>	<b>105.085</b>	<b>105.701</b>

Tabla 2. Proyección de población 2005 – 2020. Fuente DANE



## 7.4.2 POBLACIÓN

Todas las personas de 18 años hasta 50 años de la ciudad de Girardot.

PROYECCIONES DE POBLACION						
MUNICIPIO : Girardot			DESDE : 18 Años		HASTA: 50 Años	
Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hombres	23.223	23.411	23.557	23.678	23.774	23.872
Mujeres	25.772	25.892	25.974	26.027	26.053	26.079
Total	48.995	49.303	49.531	49.705	49.827	49.951

Tabla 3. Proyección de población 2005 – 2020. Fuente DANE

## 7.4.3 MUESTRA

Se realizara el estudio de mercado teniendo en cuenta el universo de la población que es equivalente en promedio a 49.951 habitantes en la ciudad de Girardot entre las edades de 18 años – 50 años.

Para la determinación de la muestra se realizó un muestreo de variables dicotómicas, debido a que no existe una investigación anterior

Los datos son finitos en donde la población es igual o superior a 49.951 habitantes

## SIMBOLOGÍA

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

Donde;

N= Universo y/o población

P= Probabilidad de acierto

Q= Probabilidad de desacierto

E= Error muestral de estimación (mínimo aceptado en el estudio)

Z= Nivel de confiabilidad del 95%

n= Tamaño de la muestra

Entonces;

### 1. Población

N= 49.951

P= 0,5

Q= 0,5

E= 5% = 0,05

Z= 1,96

n=?

$$n = \frac{49.951 * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * (49.951 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{47972,9404}{125,8354}$$

$$n = 381,2356491$$

### 7.5 PERIODO

La recolección de los datos está determinada en un periodo de un mes.

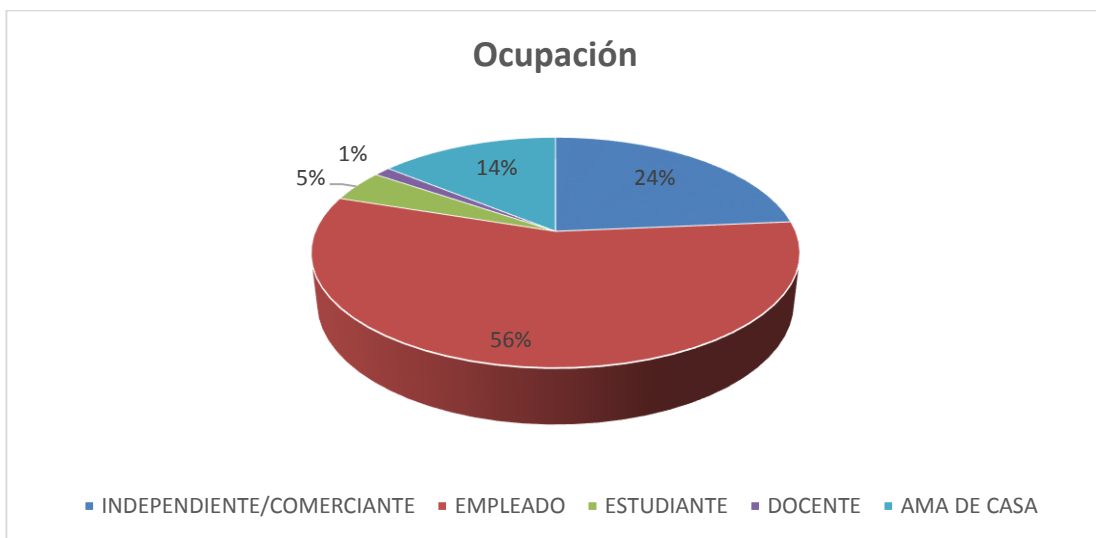
### 7.6 DATOS OBTENIDOS

Con toda esta información se llevara a cabo un estudio minucioso que permitirá extraer conclusiones relevantes, en torno a la propuesta de la creación de la empresa que se dedique a la prestación del servicio de domicilios para que este llegue al mercado como una nueva alternativa a la hora de realizar sus compras y satisfacer sus necesidades en cuestiones de comodidad.

Tabla 4 Profesión

PROFESION	CANTIDAD
INDEPENDIENTE/COMERCIANTE	90
EMPLEADO	215
ESTUDIANTE	17
DOCENTE	5
AMA DE CASA	54
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 1 Ocupación



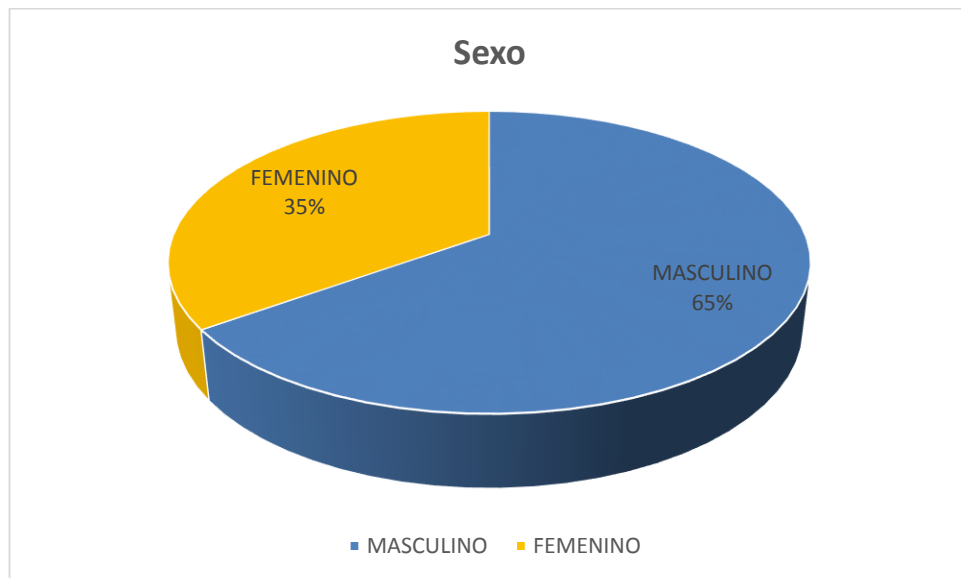
Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

En este punto de la encuesta podemos identificar que el 56% son empleados, el 24% son personas independientes o comerciantes, el 14% son amas de casa, el 5% son estudiantes y el 1% docente, de esta grafica se puede destacar que nuestro servicio de domicilios tendrá un gran mercado enfocado en personas empleadas e independientes del municipio de Girardot.

Tabla 5. Sexo

SEXO	
MASCULINO	248
FEMENINO	133
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 2. Sexo



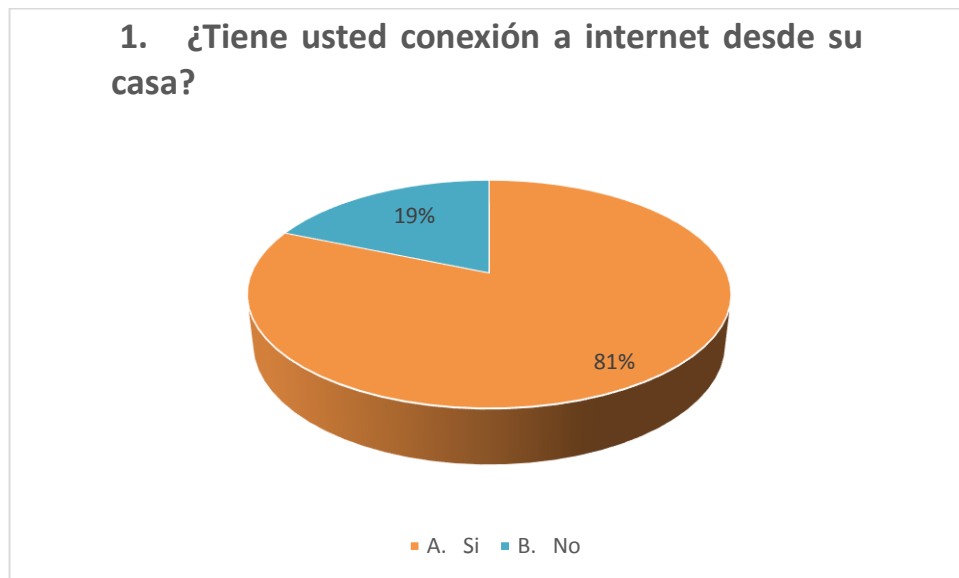
Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

En esta grafica se puede identificar que el 65% de las personas encuestas son hombres y el 35% restantes son mujeres, lo cual nos permite concluir que el estudio de mercado que se realizo tiene un gran grado de cohesión ya que se tuvo en cuenta los dos sexos al momento de realizar la encuesta.

Tabla 6 . ¿Tiene usted conexión a internet desde su casa?

<b>1. ¿Tiene usted conexión a internet desde su casa?</b>	
A. Si	310
B. No	71
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 3. ¿Tiene usted conexión a internet desde su casa?



Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

En esta preguntas se puede determinar que el 81% delas personas encuestadas cuentan con conexión a internet, lo cual nos permitirá ofrecer nuestros servicio de domicilios de una formas más adecuada y según el plan de funcionamiento establecido.

Tabla 7. ¿Es usted quien realiza las compras en su hogar?

2. ¿Es usted quien realiza las compras en su hogar?	
A. Si	197
B. No	184
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 4. ¿Es usted quien realiza las compras en su hogar?



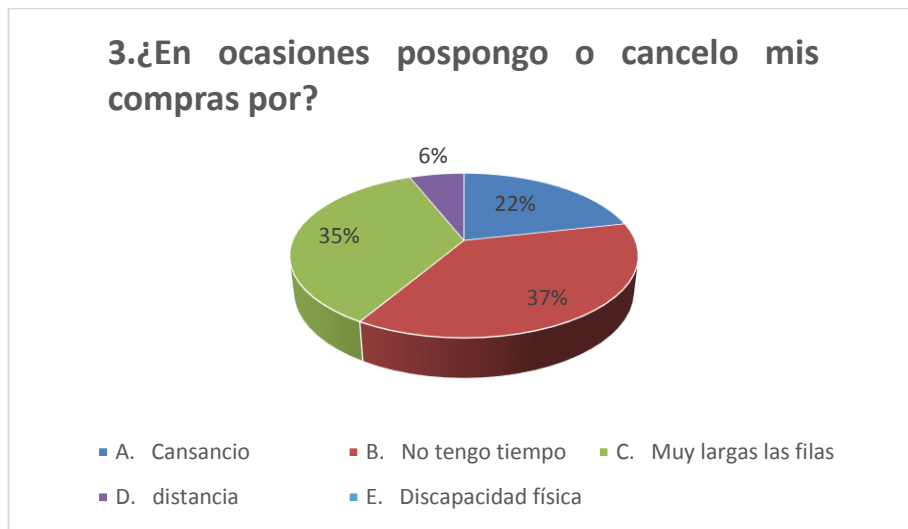
Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

En esta parte de la encuesta podemos determinar que el 48% de las personas encuestadas realizan las compras de su hogar lo cual nos permite identificar que nuestra propuesta del estudio de viabilidad para la creación de una empresa especializada en el servicio de domicilios, cuentan con grandes posibilidades de tener éxito.

Tabla 8 . ¿En ocasiones pospongo o cancelo mis compras por?

<b>3. ¿En ocasiones pospongo o cancelo mis compras por?</b>	
A. Cansancio	82
B. No tengo tiempo	141
C. Muy largas las filas	135
D. distancia	23
E. Discapacidad física	0
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 5 ¿En ocasiones pospongo o cancelo mis compras por?



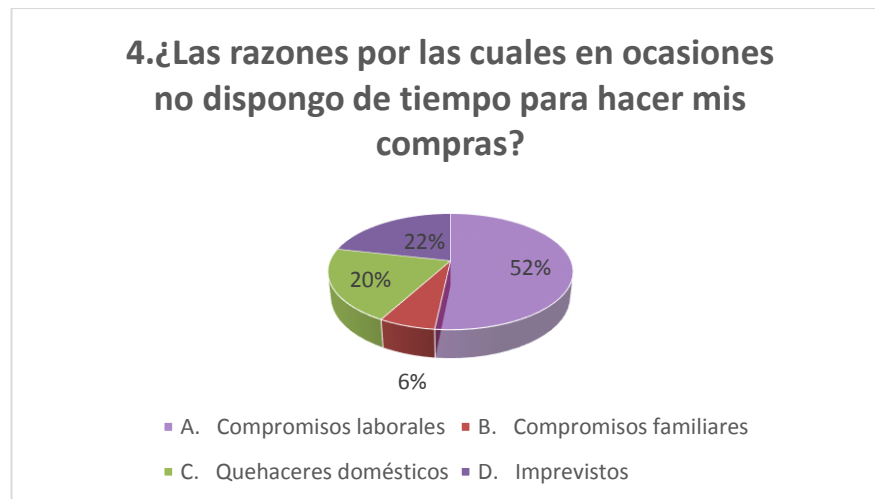
Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

En esta pregunta se identifica que el 37% de las personas encuestadas cancelan sus compras por la falta de tiempo, el 35% por muy largas filas en el punto de pago de los establecimientos, el 22% por cansancio y el 6% por la distancia; de lo anterior podemos concluir que las personas encuestadas en gran parte cancela o pospone sus compras por inconvenientes los cuales será mitigados gracias a nuestra propuesta.

Tabla 9. ¿Las razones por las cuales en ocasiones no dispongo de tiempo para hacer mis compras son?

<b>4. ¿Las razones por las cuales en ocasiones no dispongo de tiempo para hacer mis compras son?</b>	
A. Compromisos laborales	197
B. Compromisos familiares	24
C. Quehaceres domésticos	78
D. Imprevistos	82
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 6 ¿Las razones por las cuales en ocasiones no dispongo de tiempo para hacer mis compras son?



Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

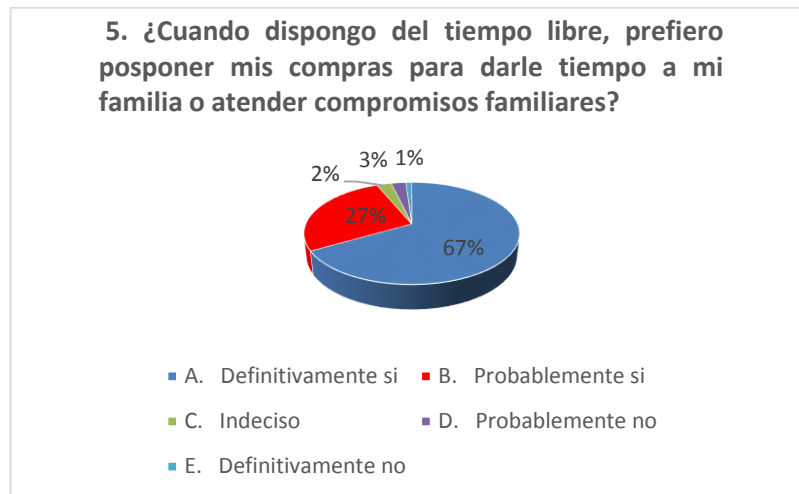
En esta parte de la encuesta podemos determinar que las personas encuestadas en su mayor porcentaje, el cual es del 52% no disponen de tiempo necesario para hacer sus comprar con normalidad por compromisos laborales, esto nos permite identificar que nuestra segmentación de mercado no tiene el tiempo necesario para realizar sus compras con total normalidad.



Tabla 10, ¿Cuándo dispongo del tiempo libre, prefiero posponer mis compras para darle tiempo a mi familia o atender compromisos familiares?

5. ¿Cuándo dispongo del tiempo libre, prefiero posponer mis compras para darle tiempo a mi familia o atender compromisos familiares?	
A. Definitivamente si	254
B. Probablemente si	103
C. Indeciso	10
D. Probablemente no	10
E. Definitivamente no	4
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 7. ¿Cuándo dispongo del tiempo libre, prefiero posponer mis compras para darle tiempo a mi familia o atender compromisos familiares?



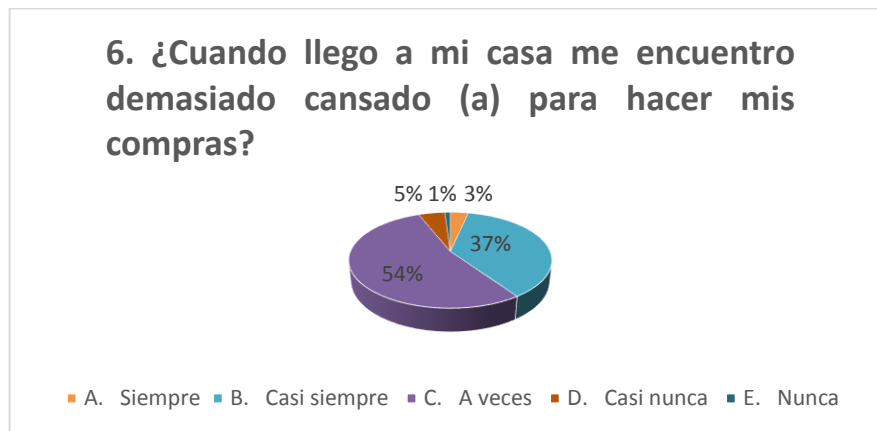
Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

En este punto de las encuestas se puede identificar que el 67% de las personas encuestadas prefieren emplear de su tiempo libre para disfrutar de la compañía de su familia en lugar de realizar sus compras, lo cual nos permite determinar que nuestra propuesta para la creación de una empresa dedicada al servicio de domicilios tiene gran aceptación respecto a preferencias de actividades en su tiempo libre.

Tabla 11. ¿Cuando llego a mi casa me encuentro demasiado cansado (a) para hacer mis compras?

<b>6. ¿Cuando llego a mi casa me encuentro demasiado cansado (a) para hacer mis compras?</b>	
A. Siempre	13
B. Casi siempre	141
C. A veces	204
D. Casi nunca	19
E. Nunca	4
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 8. ¿Cuando llego a mi casa me encuentro demasiado cansado (a) para hacer mis compras?



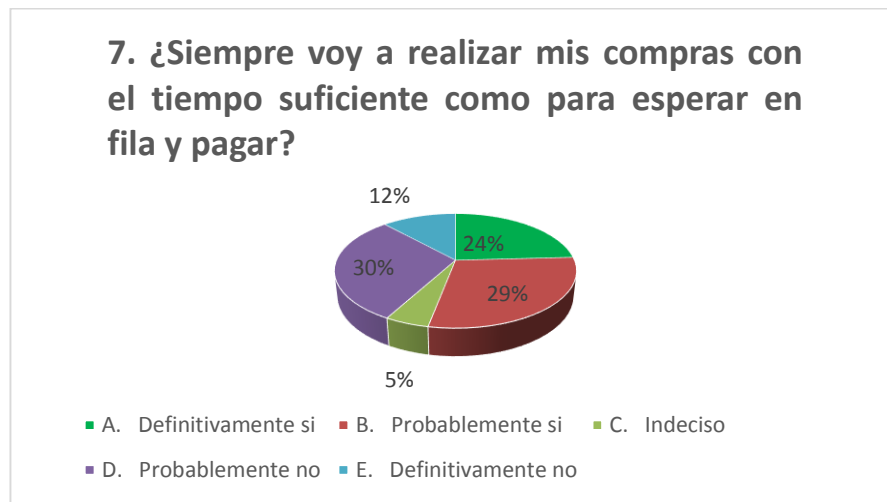
Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

En este punto de la encuesta se puede observar que el 37% de las personas se encuentran casi siempre cansadas, y el 54% de las personas encuestadas se encuentran a veces cansadas, lo cual nos permite concluir que debido al estilo de vida que llevan las personas en la ciudad de Girardot y el cansancio que este les genera, tenemos grandes posibilidad de tener éxito en nuestra propuesta.

Tabla 12. ¿Siempre voy a realizar mis compras con el tiempo suficiente como para esperar en fila y pagar?

<b>7. ¿Siempre voy a realizar mis compras con el tiempo suficiente como para esperar en fila y pagar?</b>	
A. Definitivamente si	92
B. Probablemente si	110
C. Indeciso	19
D. Probablemente no	115
E. Definitivamente no	45
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 9. ¿Siempre voy a realizar mis compras con el tiempo suficiente como para esperar en fila y pagar?



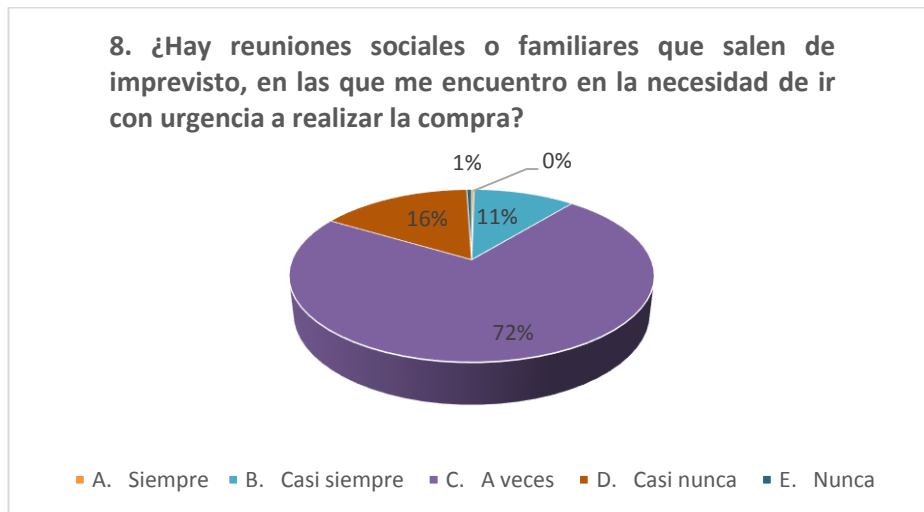
Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

En este punto se puede observar que gran parte, exactamente el 30% del total de las personas encuestadas mostraron un comportamiento de no tener en la mayoría de los casos el tiempo suficiente para esperar en las filas de los supermercados o superficies de cadena, lo cual nos permitirá que nuestra propuesta tenga gran aceptación en el mercado del municipio de Girardot.

Tabla 13. ¿Hay reuniones sociales o familiares que salen de imprevisto, en las que me encuentro en la necesidad de ir con urgencia a realizar la compra?

<b>8. ¿Hay reuniones sociales o familiares que salen de imprevisto, en las que me encuentro en la necesidad de ir con urgencia a realizar la compra?</b>	
A. Siempre	1
B. Casi siempre	41
C. A veces	277
D. Casi nunca	61
E. Nunca	2
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 10. ¿Hay reuniones sociales o familiares que salen de imprevisto, en las que me encuentro en la necesidad de ir con urgencia a realizar la compra?



Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

Podemos observar que el 72% de las personas encuestadas a veces se ven en la situación de tener que realizar compras de forma esporádicas, lo cual nos permitirá como empresa del servicio de domicilios emplear esta situación para el ofrecimiento de nuestros servicios.

Tabla 14. ¿Estaría usted dispuesto (a) a hacer uso de internet para hacer pedido a domicilio de su lista de compras?

<b>9. ¿Estaría usted dispuesto (a) a hacer uso de internet para hacer pedido a domicilio de su lista de compras?</b>	
A. Si	85
B. No	104
C. Tal vez	192
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 11. ¿Estaría usted dispuesto (a) a hacer uso de internet para hacer pedido a domicilio de su lista de compras?



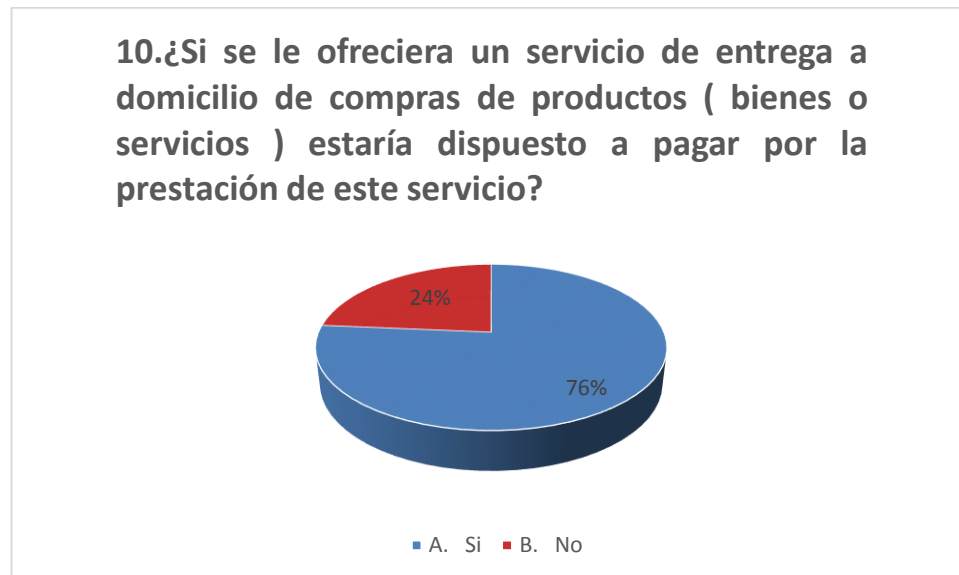
Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

El 51% de las encuestas realizadas nos permite identificar la preferencia de las personas en utilizar un medio virtual (página web) para hacer uso de nuestro servicio de domicilios.

Tabla 15. ¿Si se le ofreciera un servicio de entrega a domicilio de compras de productos (bienes o servicios) estaría dispuesto a pagar por la prestación de este servicio?

<b>10. ¿Si se le ofreciera un servicio de entrega a domicilio de compras de productos (bienes o servicios) estaría dispuesto a pagar por la prestación de este servicio?</b>	
A. Si	291
B. No	90
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 12. ¿Si se le ofreciera un servicio de entrega a domicilio de compras de productos (bienes o servicios) estaría dispuesto a pagar por la prestación de este servicio?



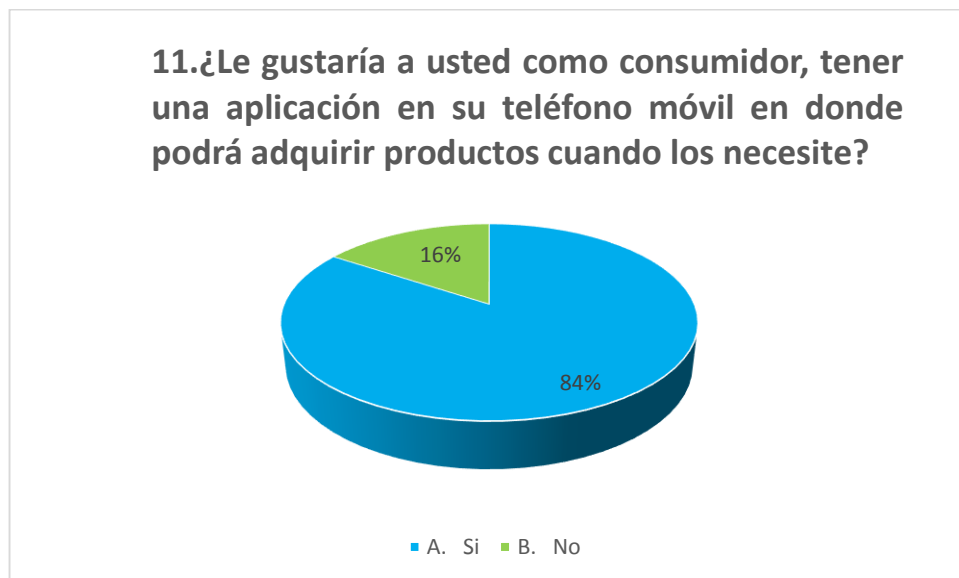
Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

Podemos identificar que el 76% de las personas encuestadas estarán dispuestos a pagar por la prestación de nuestro servicio, lo cual nos indica que nuestra propuesta será aceptada en el mercado del municipio de Girardot.

Tabla 16. ¿Le gustaría a usted como consumidor, tener una aplicación en su teléfono móvil en donde podrá adquirir productos cuando los necesite?

<b>11. ¿Le gustaría a usted como consumidor, tener una aplicación en su teléfono móvil en donde podrá adquirir productos cuando los necesite?</b>	
A. Si	321
B. No	60
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>

Grafica 13 . ¿Le gustaría a usted como consumidor, tener una aplicación en su teléfono móvil en donde podrá adquirir productos cuando los necesite?



Fuentes. Recolección De Datos (Encuesta)

En esta pregunta de la encuesta podemos observar que el 84% de las personas a las cuales se les realizó este estudio estarían dispuestas a hacer uso de una APP, que les permita hacer más fáciles sus compras, del 16% de las personas que respondieron que no utilizarían una APP para realizar sus compras en la mayoría son a casa.

## **OBSERVACION DIRECTA**

Esta técnica se basa en la innata capacidad del ser humano de observar. Es decir, consiste básicamente en dedicarse a mirar, de forma directa y personal, pero siguiendo metodología, un esquema de trabajo y una presentación de lugares y horarios, los hábitos de consumo, o forma de actuar de los consumidores y/o compradores de un producto<sup>11</sup>

Los objetivos principales de esta herramienta de observación directa son los siguientes:

- Identificación de los inconvenientes más frecuentes que se presenten relacionados al estudio que se quiere realizar
- Las manifestaciones o comportamientos del consumidor al momento de adquirir un producto ( bien o un servicio)
- Identificar quienes , cuando , como y con qué frecuencias se adquiere el producto que se ofrece al mercado

Para este punto de nuestra investigación de mercado hemos querido implementar la herramienta de la observación directa, debido a que nos permite conocer de forma más personalizada a las posibles compañías y establecimiento que tienen o que desean implementar el servicio a domicilios en el municipio de Girardot.

Se ha realizado la observación de múltiples establecimientos como supermercados, superficies de cadena, restaurantes, tiendas de barrio, establecimientos comerciales, los cuales en su mayoría no cuentan con el servicio de domicilios, observación que nos permite identificar la necesidad de implementar este servicio es los establecimiento con el fin de ofrecer una mejor atención y mejorar sus procesos de entrega de los productos a sus clientes-

---

<sup>11</sup>Guía De Apoyo Al Emprendedor: “Como Realizar Un Estudio De Mercado”. Internet ([http://www.eenbasque.net/guia\\_transferencia\\_resultados/files/CEEI\\_Ciudad\\_Real-Guia\\_para\\_la\\_elaboraci%2B%A6n\\_de\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.pdf](http://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/CEEI_Ciudad_Real-Guia_para_la_elaboraci%2B%A6n_de_un_estudio_de_mercado.pdf))



## **8. ESTUDIO DE MERCADO**

En esta época enfocada a la globalización y alta competitividad de productos y/o servicios, en el cambiante mundo del mercado se necesita estar alerta a las exigencias y expectativas, para ello es vital, estar siempre actualizando los conocimientos, tecnología, procesos, maximizando recursos y minimizando costos; para lograr asegurar el éxito de las empresas.

El estudio de mercado se hace para reconocer el uso de técnicas y herramientas, acompañado con una serie de investigaciones que determine factores como la competencia, canales de distribución, lugares para la venta del producto, la publicidad existente en el mercado, precios, demanda, oferta, etc. Permite y facilita obtener datos, analizar resultados y procesados mediante herramientas estadísticas donde arrojará resultados como la aceptación o no e implicaciones de un producto dentro del mercado.

### **8.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

Sera una empresa que ofrecerá el servicio de entrega a domicilio a las empresas y personas de la ciudad de Girardot, inicialmente se empezara a trabajar de la mano con establecimientos de comidas, licoreras, droguerías y otros establecimientos que quieran mejorar sus tiempos de entrega de sus productos.

Se llevara a cabo con los diversos establecimientos de la ciudad de Girardot mediante una aplicación que permitirá dar a conocer a los clientes los productos, precios, dirección del establecimiento y el costo del servicio de entrega a domicilio al igual que la información del vehículo y del conductor que entregara sus productos a la puerta de su casa, todo esto con el fin de aumentar la confiabilidad de los clientes y eliminar las incertidumbres del servicio.

## 8.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

En un mercado donde los cambios son constantes es fundamental que las organizaciones tenga la capacidad de amoldarse a las novedades de diversos aspectos sobre todo los tecnologicos.

Domi Xpress es una organización que se creara con el fin de ayudar a los establecimientos de la ciudad de Girardot en el servicio de domicilio de sus productos, para lo cual contaran con una aplicación para las tablets, smartphones que cuenten con el sistema operativo apple, android y blackberry, que les permitira ver a los cliente datos sobre el establecimiento tales como la direccion, numero de telefono, productos que ofrecen, los precios y el costo de envio del articulo.

Las características del servicio a ofrecer seran las siguientes:

- **Imagen Corpportiva:** Todo el personal estara debidamente uniformado e identificado; esto con el objetivo de que nuestros clientes naturales y las empresas puedan exigir al personal su identificacion y estos estaran obligados a presentar los documentos respectivos que los acrediten como colabores de la empresa.
- **Costo y Calidad:** Nuestro servicio de domicilio sera ofrecido al mercado con adecuados estadares de calidad, ademas de tener precio adsequibles para nuestros clientes.
- **Justo a tiempo:** El servicio sera realizado mediante la implementacion de vehiculos automotrices (motocicletas), brindando una rapidez en la prestacion del este mismo.
- **Sistemas de comunicaci3n:** El proceso de entrega de los domicilios se realizara en tiempo real, esto con el proposito de tener un control via telefonica o movil sobre el servicio a realizar. Este sistema ser4 dise1ado de tal manera que permita desde la oficina (Centro de operaciones), ubicar al personal en las

distintas zonas de la ciudad, a fin de asignarles nuevas labores sin necesidad de que estos se desplacen hasta la oficina.

## **8.2 TIPO DE BIEN**

El producto que se ofrecera Domi Xpress, es un trabajo de cooperacion en la parte logistica del despacho de sus productos a domicilio, por medio de nuestra propia linea de vehiculos y la implementacion de nuestra aplicaci3n para tablets y smartphones en sus establecimientos de las empresas y de los clientes.

## **8.3 CUALIDADES DEL PRODUCTO**

- Calidad del servicio del despacho del domicilio
- Calidad de la aplicaci3n en sus graficos, versatilidad, apariencia y facil manejo
- Innovacion
- Emprendimiento

## **8.4 USOS Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO**

Se ofrecera un servicio de domicilios que responda a las exigencias del mercado; es decir, que permita el maximo aprovechamiento del tiempo por parte de los clientes que utilizaran nuestros servicios.

- Agilizar el despacho de los domicilios que ofrece los diferentes establecimientos de la ciudad de Girardot.
- El servicio de domicilios estara enfocado a cualquier persona, nuestro servicio, le permite a los clientes ejecutar sus actividades cotidianas, sin incurrir en la necesidad de desplazarse a un establecimiento fisico donde adquirira el producto.
- Dar a conocer a los clientes datos relevantes sobre el establecimiento en el cual van a solicitar su producto.
- El servicio sera prestado con altos est3ndares de calidad, hablando en termino de eficiencia , agilidad y responsabilidad con la capacitacion adecuada de nuestros colaboradores.

• Nuestra empresa ofrecerá su servicio de domicilios en los siguientes horarios establecidos:

- Lunes a Viernes : 8:00 a.m – 10:00 p.m
- Sábados , Domingos y festivos : 8:00 a.m – 11:30 p.m

1. La empresa contará con personal idóneo con la mejor actitud y disposición para la prestación del servicio quienes estarán identificados para su reconocimiento.

El personal tendrá a su disposición equipos de comunicación, tales como celulares y dispositivos PDA, que facilitará la interacción de información entre la empresa y el personal del servicio.

## **8.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

### **8.5.1 Descripción del mercado**

La ciudad de Girardot es una de las ciudades principales del departamento de Cundinamarca y capital de la provincia del Alto Magdalena, compuesta por ocho municipios, con una población total de más de 160.000.

La capital, cabecera urbana, es el municipio de Girardot, que cuenta con una población de 105.085 habitantes. Dentro de esta provincia se encuentran ubicados los municipios de Agua de Dios, Jerusalén, Nariño, Tocaima, Guataquí, Nilo y Ricaurte; esto hace de la ciudad de Girardot un eje para el desarrollo empresarial de la región, ubicándose en ella las grandes empresas que prestan sus servicios a los municipios circunvecinos.

En la ciudad de Girardot existen aproximadamente 2000 empresas de diversos sectores productivos, empresas industriales, agropecuarias, caza y pesca, gastronómicas, empresas turísticas, un alto grado de empresas comerciales y de servicios; las entidades bancarias no se quedan atrás, en los últimos años han

abierto un número significativo de bancos y entidades financieras para captar y brindar sus servicios a los habitantes y empresas de la ciudad y la región.

Es imperativo mencionar que en la ciudad de Girardot hay un alto índice de empresas informales que por causas de desinformación no están o no conocen los trámites, derechos, obligaciones y ventajas que trae ser una empresa formal en el país.

### **8.5.2 Tamaño del mercado**

Dado que en la ciudad de Girardot hay 105.085 habitantes, Domi Xpress define como tamaño del mercado la cifra anterior más los turistas y población que viven en los municipios circunvecinos.

### **8.5.3 Mercado potencial**

Nuestros posibles demandantes del servicio de domicilios en el municipio de Girardot, enfocado en los sectores de estrato socio-económico 3 a 6, lo tenemos relacionados a dos grandes segmentos según el sector económico y el sector residencial

\* Sector económico. El municipio de Girardot se caracteriza por tener una economía enfocada en el comercio y explotación del turismo, afianzando esta información con la gran variedad de establecimientos que ofrecen sus actividades de comercio, finanzas, profesionales, independientes, establecimientos educativos, centros hospitalarios y de turismo

\* Sector residencial.

Fuente: boletín DANE 2005

En el sector residencial según el estudio realizado por el DANE, en el año 2005 la ciudad contaba con la conformación de 26, 480 viviendas, con una población de

sexo masculino y femenino entre el rango de edades de 18 a 50 años de edad de 49,951 habitantes

#### **8.5.4 Localización del mercado**

Dado que el mercado global de Domi Xpress son las personas mayores de edad entre 18 y 50 años (damas y caballeros) que se encuentran ubicadas por toda la ciudad, y dando lugar a tener un mercado potencial ubicado en los distintos barrios la localización del mercado.

#### **8.5.5 Segmentación del mercado**

Las personas naturales corresponden a todos los estratos, los cuales se destacan madres cabeza de familia, jóvenes, y personas adultas (damas y caballeros) que son los que realizan las compras de los productos para su consumo diario.

#### **8.5.6 Demanda proyectada**

Es la cantidad que desea cubrir en el mercado durante los primeros 5 (cinco) años iniciando en el primero con un 70% de su capacidad instalada, en el 2 (segundo) año su capacidad de cobertura de la demanda aumenta al 80%, en su 3 (tercer) año su capacidad de cobertura se mantendrá en el 80% de su capacidad instalada, en su 4 (cuarto) año la cobertura de la demanda proyectada aumentara a un 90% del total de la capacidad instalada del proyecto, ya para finalizar en el 5 (quinto) año se estima que la demanda sea 100% abarcada a su capacidad instalada, debido que en el mercado existe competencia alguna pero con grandes dificultades que serán detalladas en el análisis de la competencia.

$$DP = TM * \% \text{ Part.}$$

TM = Tamaño Del Mercado

% Part. = Porcentaje de Participación.

<b>TM</b>	49.951		
<b>AÑOS</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>	<b>TOTAL CANTIDAD</b>
1	70	70%	34.965,7
2	78+2	80%	34.960,8
3	78+2	80%	34.960,8
4	88+2	90%	44.955,9
5	98+2	100%	49.951

Tabla 17. Demanda Proyecta

### 8.5.7 Demanda Insatisfecha.

Es la cantidad de unidades que el proyecto deja de atender o vender al mercado teniendo como probabilidad riesgo, presentados por desviación y margen de error.

$$DI = TM - DP$$

DI = Demanda Insatisfecha

DP = Demanda Proyectada

TM = Tamaño del Mercado

<b>TM</b>	49.951	
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
1	34.965,7	14.985,3
2	34.960,8	9.990,2
3	34.960,8	9.990,2
4	44.955,9	4.995,1
5	49.951	0.00

Tabla 18. Demanda Insatisfecha

### 8.5.8 Oferta Proyectada.

Es el volumen de producción del proyecto a fabricar y ofertar en el mercado de acuerdo a la demanda proyectada definida por la investigación; teniendo como referencia el tamaño de la demanda proyectada, con el fin de ser comercializada.

OP = Oferta Proyectada

DP = Demanda Proyectada

CO = Capacidad de Oferta

$OP = CO / DP * 100$

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>CAPACIDAD OFERTA</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>
<b>1</b>	34.965,7	34.965,7	<b>100%</b>
<b>2</b>	34.960,8	34.960,8	<b>100%</b>
<b>3</b>	34.960,8	34.960,8	<b>100%</b>
<b>4</b>	44.955,9	44.955,9	<b>100%</b>
<b>5</b>	49.951	49.951	<b>100%</b>

Tabla 19. Oferta Proyectada

### 8.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de comercialización o distribución, está encaminado a determinar el camino que recorre un bien o un servicio desde el productor hasta el consumidor final; analizando y estudiando las diversas oportunidades de mercado que en este presentan y a si mismo establecer un plan de actuación donde se desarrollaran los objetivos comerciales y de crecimiento que se han establecido supone de hecho, vinculaciones que se pacten entre empresas la que produce el bien o atiende el servicio y los intermediarios que garantizan la relación con los usuarios finales.



En empresa Domi Xpress, no es necesaria la utilización de canales puesto que el servicio se prestara de manera directa y oportuna a las personas o empresas que lo demanden.

## **8.7 ANÁLISIS Y ESTRUCTURA DE PRECIO**

### **8.7.1 Análisis De Precio.**

Teniendo en cuenta una relación de precios de la competencia directa y productos similares; el valor del producto genera entre los consumidores una expectativa donde el precio es proporcional a la calidad, mayor precio mejor el producto; sin embargo si se cobra un precio muy elevado, el nivel de demanda podría disminuir; por ende la organización manejará precios que sea accesible y proporcional a la calidad del producto utilizando estrategias de marketing.

Domi Xpress competirá con un precio del promedio del mercado sin perjudicar la calidad del producto, con el objetivo de posicionar su marca, darse a conocer, y esencialmente ser competitivo en la calidad del servicio y precios asequibles.

Por medio de la observación y análisis de las páginas web, fanpage, y en algunos casos de sus App se obtendrá información de los precios que maneja la competencia más representativa que distribuyen a nivel nacional y municipal

## **8.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

### **8.8.1 Situación actual de la competencia:**

No importa lo pequeño o grande que sea tu negocio, hay cuatro objetivos que debes tener en cuenta a la hora de plantearte una investigación para estudiar y analizar a tus competidores:

- 1. Saber dónde y con quién compites realmente:** no te fíes de la primera impresión, siempre conviene profundizar un poco para identificar bien a tus competidores más reseñables y sobre todo para llegar a conocer quién está haciendo las cosas bien, quién no y cuáles son las tendencias del mercado.

2. **Identificar oportunidades de negocio:** es difícil pero quizás identifiques un nicho de mercado mal atendido por tu competencia.
3. **Detectar elementos en los que diferenciarte:** si entras en un mercado donde ya están otros competidores tendrás que ofrecer algo diferente e innovador para que sus clientes decidan irse contigo.
4. **Prever la reacción de tu competencia:** la creación de tu negocio puede provocar una reacción de tu competencia, sobre todo si le quitas clientela, por lo que es conveniente tratar de anticiparte y prever su reacción.<sup>12</sup>

En este punto del proyecto nos enfocaremos en determinar y observar las empresas que ofrecen este producto del servicio de domicilios en la ciudad de Girardot.

## **SURTI-DOMICILIOS**

Mensajería y domicilios

Teléfono: 311 553 3047 / 318 815 8664

No tiene página web

Facebook: surti-domicilios

## **DOMICILIOS.COM**

Comida a domicilio

Los teléfonos son correspondientes a cada empresa que utilice este servicio

[www.domicilios.com/Girardot](http://www.domicilios.com/Girardot)

Facebook: domicilios.com

---

<sup>12</sup> <http://infoautonomos.economista.es/estudio-de-mercado/analisis-de-la-competencia-en-tu-estudio-de-mercado/> artículo elaborado por infoautonomos

## **RAPPI.COM**

Comida a domicilios

Farmacias

Supermercados

Tienda de barrio

BOGOTÁ (1) 3163526 MEDELLIN (4) 6045664 BARRANQUILLA (5) 3853213  
CALI (2) 4862047

### **Fortalezas de la competencia**

- **DOMICILIOS.COM**

En el caso de DOMICILIOS.COM, es una empresa con gran trayectoria en el mercado, además cuenta con un notable crecimiento no solo en Girardot sino también en otras ciudades en Colombia.

- **SURTI-DOMICILIOS**

En el caso de la empresa surti-domicilios, es una empresa que aparte de ofrecer el servicio de domicilios realiza otro tipo de trámites de tipo logísticos.

- **RAPPI.COM**

La empresa cuenta con página web y APP, lo cual permite que el consumidor tenga más fácil acceso a sus servicios de domicilios.

Cuenta con una gran variedad de productos, distribuidos en las secciones de tienda express, farmacias, supermercados, restaurantes y antojos, con el objetivo de tener más opciones para sus clientes.

La APP, es de una interfaz de fácil acceso y muy dinámica, además de contar con la opción de chatear online con la persona que está encargada de entregar el domicilio.

## **Debilidades de la competencia**

- **DOMICILIOS.COM**

El crecimiento que ha tenido la empresa genera falta de cobertura en las ciudades, además de atrasar el tiempo de entrega en los domicilios.

Su servicio de domicilios solo está centrado en productos de tipo comestibles, generando que su oferta y cobertura en el mercado sea limitada.

La empresa DOMICILIOS.COM presenta problemas en su página web, lo cual no permite que la experiencia de los clientes en su plataforma sea agradable. La App cuenta con problema de accesibilidad, no es claro y sencillo el contenido, lo cual ocasiona que los tiempos de domicilios sean más extensos de lo necesario.

- **SURTI-DOMICILIOS**

La empresa es relativamente nueva en el mercado lo cual nos indica que tiene posibilidades de fracasar en sus primeros año de funcionamiento, debido a que no cuenta con los estándares mínimos de calidad para este tipo de organizaciones.

No cuenta con una App o página web, lo cual nos indica que su proceso de promoción y ofrecimiento del servicio de domicilios es deficiente, generando que su cobertura en el mercado sea muy limitada.

Su promoción en Facebook no es la adecuada lo cual ocasiona que los clientes no tengan confiabilidad en la empresa.

Carece de campañas de publicidad estables, que permitan dar a conocer a las empresas y los servicios que ofrece.

- **RAPPI.COM**

La empresa en la actualidad no cuenta con el servicio de domicilios en el municipio de Girardot, lo cual no es una competencia transcendental para nuestra propuesta de la creación de la empresa dedicada en el servicio de domicilios

La página web, presenta algunas fallas al momento que ingresar a alguna de las opciones de domicilios que tiene la compañía

### 8.9 PRESENTACIÓN

Domi Xpress contaria con una aplicación que permitira interactuar de forma mas adecuada entre los clientes y los establecimientos.

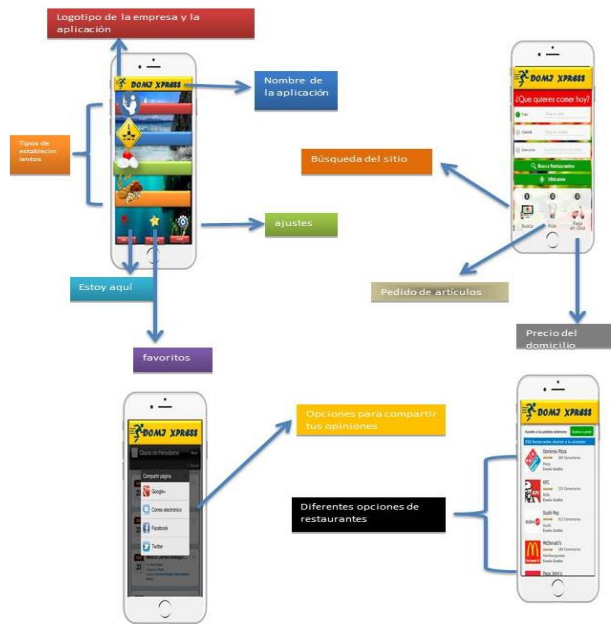


Imagen 2. Presentación App

## 8.10 MARCA

Domi Xpress, como futura marca estará enfocada en el mejoramiento en el proceso logístico de envío de domicilios de las diferentes organizaciones de la ciudad de Girardot se creó este logo.

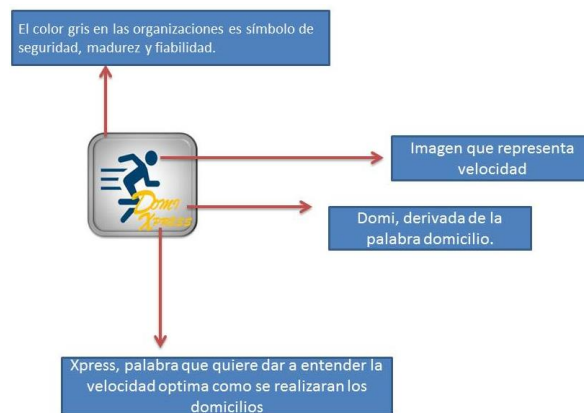


Imagen 3. Diseño logo

## 8.11 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

En la actualidad la publicidad es una pieza fundamental para todas las organizaciones que quieran posicionar su producto y/o servicio.

Basándonos en los objetivos de la publicidad, uno de los más grandes retos es lograr posicionar un producto y/o servicio en la mente del cliente y del consumidor, por tanto Domi Xpress; una empresa prestadora del servicio de domicilio quiere implementar un conjunto de herramientas promocionales, elaborando una estrategia publicitaria que permita generar una recordación en la mente del consumidor, además de suplir la necesidades de nuestros clientes, para cumplir con este objetivo es necesario establecer los medios publicitarios, ventajas y limitantes.

En la siguiente tabla se puede observar los principales medios de publicidad:

<b>MEDIO PUBLICITARIO</b>	<b>VENTAJA</b>	<b>LIMITANTE</b>
<b>PROMOCIONES</b>	1.aumento de ventas 2.atraer clientes 3.generar el reconocimiento del producto 4.identidad de la marca y/o empresa	costos elevados
<b>RADIO</b>	medio masivo de información a bajo costo y alto impacto demográfico y geográfico	la publicidad solo se puede presentar por audio y de forma rápida y corta
<b>VOLANTES</b>	buena cobertura del mercado local, bajo costo, y gran ayuda visual para dar a conocer el producto	el ciclo de vida de este tipo de publicidad es muy corto

Tabla 20. Medios de publicidad

### **8.11.1 Estrategias publicitarias de lanzamiento de la empresa prestadora del servicio de domicilios**

En la etapa de lanzamiento de la empresa prestadora del servicio de domicilios en el primer mes se tiene establecido una única estrategia básica de publicidad, con el propósito principal de dar a conocer nuestro servicio y empezar a posicionarlo en el mercado.

El medio único de publicidad se describe a continuación:

- **Volantes:** estos volantes serán diseñados de forma que permitan suministrar información sobre quiénes somos, ubicación de la empresa, números telefónicos, además de información sobre las diferentes plataformas tecnológicas para hacer uso de nuestro servicio.

El costo de esta estrategia publicitaria, en la etapa inicial de lanzamiento es el siguiente:

ACTIVIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Volantes	5000	80	400000
<b>TOTAL</b>			400000

Tabla 21 .presupuesto de la publicidad de promoción en la etapa de lanzamiento

### 8.11.2 Estrategias publicitarias de perduración y empuje en el mercado

En este punto se establecerá las promociones que se debe tener en cuenta para la perduración de la empresa en el mercado en el primer año

MESES AÑO 1	ACTIVIDADES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>Enero</b>	Volantes	500	80	40000
<b>Febrero</b>	Volantes	500	80	40000
<b>Marzo</b>	Volantes	500	80	40000
<b>Abril</b>	cuñas radiales	3 diarias	20000	1800000
	valla móvil	1	15000	450000
<b>Mayo</b>	Pendón	3	35000	3150000
<b>Junio</b>	valla móvil	1	15000	450000
	Volantes	500	80	40000
<b>Julio</b>	Pendón	3	35000	3150000



	Volantes	500	80	40000
<b>Agosto</b>	Volantes	500	80	40000
	publicidad redes sociales	5 publicaciones diarias	0	0
<b>Septiembre</b>	Volantes	500	80	40000
	publicidad redes sociales	5 publicaciones diarias	0	0
<b>Octubre</b>	Volantes	500	80	40000
	publicidad redes sociales	5 publicaciones diarias	0	0
<b>noviembre</b>	Volantes	500	80	40000
	publicidad redes sociales	5 publicaciones diarias	0	0
<b>diciembre</b>	Volantes	500	80	40000
	publicidad redes sociales	5 publicaciones diarias	0	0
<b>TOTAL</b>				<b>940000</b>

Tabla 22. Presupuesto para la publicidad y promoción en la etapa de sostenibilidad y empuje

### 8.12 Conclusiones del proyecto

En el proyecto se utilizó el estudio de mercado enfocado en la elaboración de encuestas dirigidas a las personas naturales entre el rango de edades de 18 a 50 años, en la ciudad de Girardot, el estudio dio resultados favorables con respecto a la factibilidad de la creación de la empresa prestadora del servicio de domicilios.

## 9. ESTUDIO TÉCNICO

### 9.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

#### 9.1.1 Descripción del tamaño del proyecto

Es necesario tener en cuenta diversos factores como: tamaño y mercado, disponibilidad de recursos, planta física y capacidad administrativa con el propósito de determinar el tamaño del proyecto

#### 9.1 Factores que determinan el tamaño de un proyecto

- **Recursos:** En este aspecto de la disponibilidad de los recursos las personas que estamos llevando a cabo el proyecto (los socios) cuentan con un capital propio del 50% para cubrir con la inversión inicial que requiere el proyecto.
- **Planta física:** Para la creación de la empresa dedicada al servicio de domicilios se tendrán en cuenta contar con los espacios adecuados para las instalaciones que se necesitan.
- **Tamayo y mercado:** El tamaño del mercado de nuestro proyecto es fundamental, por ello la selección del tamaño más adecuado para el proyecto se realizara bajo los parámetros de estimación de la demanda, los costos unitarios, los precios de los servicios ofrecidos al mercado y el margen de rentabilidad; debido a que ya conocemos la estimación de la demanda y su crecimiento anual , se ha establecido que el número de servicios diarios optimo es de 92 servicios diarios y en el caso de crear la empresa se pretende abastecer su mercado, lo cual quiere decir que su capacidad instalada debe ser capaz de ofrecer el número de servicios requeridos con el mercado, según su tasa de crecimiento anual.
- **Capacidad administrativa:** En este punto del proyecto se tomara en consideración que la estructura y los procesos administrativos se establezcan de la forma más adecuada con el fin de no entorpecer el normal funcionamiento de la organización como también incurrir en costos innecesarios.

## 9.2 Capacidad del proyecto.

Según los resultados que se obtuvieron en el estudio de mercado y la proyección de la demanda, la empresa del servicio de domicilios, se establecerá capacidad diseñada e instalada que se empleara con el objetivo de suplir al mercado.

- **Capacidad diseñada:** la empresa prestadora del servicio de domicilios tendrá la infraestructura física necesaria para la prestación de dicho servicio. Capacidad la cual será de 69.000 servicios anuales, que corresponderán al máximo nivel posible de prestación de servicios, basándonos en el número de servicios que la empresa estará en capacidad de ofrecer ( ver cuadro)

AÑO	CAPACIDAD DE PLANTA	CAPACIDAD DE SERVICIO	COLABORADORES	No. DOMICILIOS DIA	No. DOMICILIOS SEMANA	No. DOMICILIOS MES	No. DOMICILIOS AÑO
1	40%	27600	3	96	576	2304	27648
2	50%	34500	5	119	714	2856	34272
3	60%	41400	6	144	864	3456	41472
4	80%	55200	7	190	1140	4560	54720
5	100%	69000	8	240	1440	5760	69120

Tabla 23 Parámetros para determinar el número de servicios a ofrecer por la empresa.

- **Capacidad instalada:** en este punto nos referimos a la capacidad máxima que se tendrá disponible, decir, que la capacidad instalada permitirá atender 96 servicios de domicilios diarios y 27648 domicilios en el año (**ver cuadro\_\_ Parámetros para determinar el número de servicios a ofrecer por la empresa**)
- **Capacidad utilizada:** la planta física de la empresa prestadora del servicio de domicilios será de 50 m<sup>2</sup>, los cuales se acondicionarán desde el primer año de funcionamiento de la empresa, con los muebles, enseres y demás elementos

que permitan el adecuado funcionamiento de la empresa. El número de servicios a ofrecer durante cinco años (ver Tabla).

AÑO	CAPACIDAD	DOMICILIOS
	DE PLANTA	POR AÑO
1	40%	27648
2	50%	34272
3	60%	41472
4	80%	54720
5	100%	69120

Fuentes. Autores

Tabla 24. Número de servicios que ofrecerá la empresa por año

### 9.3 LOCALIZACIÓN

El estudio de localización se realizara con el objetivo de identificar y analizar las diferentes variables que permitan identificar el lugar donde se ubicara el proyecto.

#### 9.3.7 Macro localización.

La empresa del servicio de domicilios Domi Xpress estará ubicada en la Ciudad de Girardot la segunda ciudad más grande, después de Bogotá en el departamento de Cundinamarca. La cual cuenta con vías terrestres desde la capital Santa Fe de Bogotá, de la cual la separan 122 kilómetros por la vía Silvania, y 103 kilómetros por la vía Mesitas del Colegio-Tocaima.

El municipio de Girardot se encuentra ubicado al suroccidente de Cundinamarca en la Región del Alto Magdalena lo cual hace de esta el centro geoestratégico empresarialmente; ciudad Región conformada por los municipios de Flandes, Ricaurte y el área metropolitana de Girardot, la cual incluye también los municipios de El Espinal, Nilo, Agua de Dios, Nariño y Melgar. Cuenta con una extensión de 138 kilómetros cuadrados y a 2 1/2 horas de la capital de la República.



#### LIMITES:

→ **Por el Norte:** Con los Municipios de Nariño y Tocaima.

→ **Por el Sur:** Con Flandes en el municipio del Tolima.

→ **Por el Oriente:** Con el municipio de Ricaurte (Peñaliza), y el Río Bogotá de por medio.

→ **Por el Occidente:** Con el departamento del

Tolima y parte del municipio de Nariño.

#### 9.3.8 Micro localización

Domi Xpress se ubicara en la Carrera 14 # 22-109 escogida esta ubicación de acuerdo a las políticas de la empresa en su comienzo y desarrollo paulatino que implica la reducción del costo de local, el cual en una etapa de la empresa se sustentara a establecerlo en una zona que se determinó por su área céntrica en beneficio de la ruta a seguir por parte de los repartidores.

La empresa iniciara sus actividades en un local tipo garaje, cuya superficie es de 72 m<sup>2</sup>.

- **Costo de transporte de insumos y productos.** La empresa prestadora del servicio de domicilios ofrecerá a sus colaboradores (mensajeros) un auxilio de transporte por valor de \$77.700, mensuales.
- **Ubicación de los usuarios.** Los usuarios del servicio de domicilios, están ubicados en la ciudad de Girardot, concretamente en todos los barrios de la ciudad.
- **Condiciones de vías de comunicación y medios de transporte.** La condiciones de las vías son adecuados, la empresa estará ubicado en la parte central de la ciudad, además de estar ubicado en la parte posterior del terminal de la ciudad.

- **Infraestructura y servicios públicos disponibles.** La infraestructura cuenta con todos los servicios públicos necesarios para el óptimo funcionamiento de las mismas. Estos gastos estarán proyectados en los estados financieros del proyecto.
- **Presencia de actividades empresariales.** La empresa prestadora del servicio de domicilios será en el centro del municipio, permitiendo de esta forma realizar la prestación del servicio de domicilio.
- **Disponibilidad de recursos.** Los costos y recursos necesarios se establecerán en la proyección que se realizara en el estado financiero, en este punto se tendrá en cuenta aspectos importantes del proyecto como lo son; el recurso logístico, los insumos, recurso físico, recurso humano, la planta físicas, además, de los costos en que se incurrirían en el montaje técnico.
- **Influencia del clima.** La ciudad de Girardot por su clima cálido está diseñada para actividades de turismo y actividades al aire libre; En las horas de la mañana su clima oscila entre los 20 y 28 grados, en las horas de la tarde entre 30 y 34 grados y en sus noches alrededor de 27 grados gracias a la brisa fresca proveniente del Río Magdalena.

Gracias a esta breve pero verídica descripción del clima de nuestra ciudad, podemos determinar que es ideal para llevar a cabo este proyecto, debido a que las personas que prestarían el servicio de domicilios tendrían motos como su medio de transporte; además nuestros colaboradores tendrían prendas frescas y cómodas, esto para ofrecer más agilidad en la prestación de nuestro servicio

## 9.1 Distribución en planta



## 9.2 REQUERIMIENTO DE LAS ÁREAS DE TRABAJO

- **Estacionamiento y parqueo**

El parqueo es una parte importante de la empresa ya que no solo servirá como parqueo para las motocicletas y el microbús en donde se guardarán al finalizar el turno o jornada diaria, sino que de igual manera servirá para clientes, empleados e inversionistas que visiten las instalaciones.

- **Recepción y servicio al cliente**

Sera ubicada a la entrada de las oficinas de igual forma se hará un pequeño lobby para la recepción y comodidad de nuestros clientes.

- **Gerencia Administrativa**

La gerencia de Domi Xpress será ubicada cerca de la recepción para mejor atención de los visitantes. Desde allí se maneja las funciones más importantes de la organización relacionados al tema administrativo, de contabilidad y talento humano de la organización.

- **Salón de reuniones**

Esta área estará ubicada en una de las habitaciones secundarias de la casa ya que será utilizada para todo tipo de reuniones para tratar asuntos de la empresa.

- **Bodega y archivo**

En esta área se almacenará toda la mensajería de nuestros clientes y desde allí será despachado a sus sitios de destino

- **Sala de espera**

Este sitio estará adecuado para que nuestros clientes estén cómodos mientras son atendidos

- **Operarios**

En este sitio estarán ubicados nuestros colaboradores dispuestos a recibir las indicaciones del coordinador de operaciones para realizar un trabajo más eficaz y productivo.

- **Coordinador de operaciones**

En esta área la persona encargada asignara a cada operario los servicios de domicilios que estén pendientes, atender las llamadas de los clientes y



empresas para despejar sus dudas sobre su domicilio, llevar un registro sobre las operaciones diarias, verificar la el nivel de cumplimiento de los domicilios y al finalizar la jornada laboral, realizará un informe sobre el nivel de cumplimiento y satisfacción hacia los clientes

### **9.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

La ingeniería del proyecto es la etapa dentro de la formulación del proyecto donde se define todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto

#### **9.4 Descripción técnica del proceso**

En este punto del proyecto se describirá el servicio objeto del proyecto, su nombre técnico, su nombre comercial, la forma de prestación del servicio y todas las características que permitan reconocerlo

**Nombre comercial:** Servicios de domicilios

**Nombre técnico:** DOMI- XPRESS

**Lema:** En **Domi-Xpress** hacemos tus domicilios con rapidez

#### **9.5 Diagrama de operaciones**

La representación gráfica del proceso es una herramienta fundamental para guiar la ejecución en forma ordenada; busca mostrar de forma lógica la secuencia del trabajo y a su vez permite conocer el proceso que se describe, a través de los elementos como los pasos, los documentos, unidades administrativas y cargos que intervienen en el proceso.

El flujo grama es una herramienta de representación gráfica de gran importancia para el levantamiento, análisis, diseño, mejoramiento y control de los procesos de esta forma:

- Facilita la comprensión del trabajo
- Evita la distorsión de las prácticas en la empresa

- Muestra la dinámica del trabajo y los responsables de los mismos
- Facilita el análisis y mejoramiento de los procesos
- Estandariza la representación gráfica de los procesos de los diversos trabajos que se llevan a cabo dentro de la organización

Grafica 14 . Diagrama de operaciones del servicio de domicilios en la ciudad de Girardot



Fuente. Presente Estudio

El servicio de domicilios, se llevara a cabo bajo la estrategia de justo a tiempo, cumpliendo con las expectativas esperadas por el cliente (empresas y/o personas).

De esta forma, se quiere lograr llevar al mercado, un servicio que supere los estándares conocidos en el ámbito de domicilios en la ciudad de Girardot, para lo cual se implementara la estrategia de (puerta a puerta), con el objetivo de evitar que los clientes o usuarios salgan de casas, oficinas o empresas.

Otro punto fundamental que se llevara a cabo es la implementación de estrategias que permitan a la empresa posicionarse rápidamente en el mercado, competir con

calidad, logrando la aceptación y por consiguiente la fidelidad de los clientes o usuarios, a fin de que la empresa sea considerada como la mejor opción en el mercado.

En Domi Xpress nuestros clientes serán atendidos de forma telefónica, presencial y por medio de la APP

El colaborador (coordinador de operaciones) de forma inmediata recepciónara la información, y colocara en marcha el proceso de comunicación con el personal que ejercerá el domicilio, de esta forma se canalizara todas actividades de los clientes y/o usuarios, y ofreceremos un servicio más rápido y productivo.

## **9.6 Descripción del proceso operativo**

### **Detalle del flujo del proceso del servicio de entrega a domicilio**

- **El cliente ingresa a la aplicación Domi Xpress:** En este momento el cliente ingresa a nuestra aplicación, selecciona el sitio al cual va a solicitar el domicilio, el sitio a donde desea que se envíe el domicilio y la forma de pago.
- **Recepción del pedido en las oficinas:** Cuando la solicitud del domicilio se hace en la oficina el cliente cancela el despacho del pedido el tipo de servicio que desea y el sitio a donde desea que sea entregado el pedido o domicilio.
- **El domicilio se solicita desde el sitio donde se adquiere el producto:** En este proceso el cliente solicita nuestro servicio por la APP o por línea telefónica, uno de nuestros operarios se dirige al sitio donde se solicitó el domicilio, el cliente elige el sitio a donde desea ser enviado el domicilio y el tipo de pago.
- **Cancelación del pedido dentro del sitio donde se solicitó:** Dentro del establecimiento que trabajaran bajo nuestro esquema de trabajo contarán con una caja donde se cancelará el servicio de domicilio solicitado.
- **El repartidor recibirá los productos:** En este momento el repartidor, recibe el (los) producto (s), y lo deposita en la motocicleta o automóvil según la situación lo demande.

- **El encargado del pedido entrega la documentación necesaria:** En este punto el operario recibe la factura del pedido y la dirección exacta del cliente con todas las especificaciones según los requerimientos del mismo.
- **Transportación del pedido:** En esta etapa del proceso los productos son transportados de forma cuidadosa hacia el cliente.
- **Entrega del pedido:** Finalmente el repartidor entrega el pedido en el lugar que el cliente solicito previamente.
- **Cancelación del pedido:** En este punto el cliente recibe el pedido, lo revisa y lo cancela en cualquiera de la forma que desee.

### **9.7 CONTROL DE CALIDAD**

El servicio de domicilio, contara con altos estándares de calidad, que hace que los clientes y/ o usuarios lo prefieran, el control de calidad comprende todas las acciones encargadas de confrontar las expectativas que tiene el cliente del servicio y lo que efectivamente está recibiendo.

El control de calidad es un proceso empleado por una empresa con el fin de asegurarse que sus servicios cumplan con los requisitos mínimos de calidad establecidos por la propia organización; la empresa prestadora del servicio de domicilios se someterá a un estricto control de calidad, en la prestación de su servicio.

Basándonos en lo mencionado anteriormente, en la empresa prestadora del servicio de domicilios se crean métodos para controlar la calidad. Entre dichos métodos, es prioritario destacar los siguientes:

- Establecer objetivos de calidad y la ejecución de diversos tipos de medidas para alcanzar las metas de la prestación del servicio de domicilios.
- Comprometer a los colaboradores para la obtención de una mayor calidad, mediante programas de capacitación y motivación enfocados en las funciones y obligaciones que se necesitan en el puerto de trabajo que desempeñan al igual

que la revisión de los sistemas y procesos internos de la compañía, esto con el fin de mantener el nivel de calidad esperado, por parte del recurso humano.

## 9.8 RECURSOS

- **Recursos Humanos.** Domi Xpress, tendrá al comienzo de su funcionamiento contara con ocho (8) empleados, los cuales serán (Un Gerente, Un coordinador, Una recepcionista, 4 operarios y un Asesor contable). Los cuales tendrán las funciones descritas en el manual de funciones.

CANTIDAD	FUNCIONARIO	CARGO	REMUNERACIÓN
1	A	Administrador	689.454
1	B	Coordinador	689.454
1	C	Recepcionista	689.454
3	D	Operario	689.454 más 5% de la totalidad de sus domicilios
1	E	Asesor contable	500.000 por revisión de estados financieros 1.000.000 por asesoría y realización de trámites tributarios

Tabla 25. Recursos humanos

- **Recursos físicos y tecnológicos**

La empresa prestadora del servicio de domicilios requiere los siguientes recursos físicos y tecnológicos (ver cuadro).

Tabla 26. Recursos Físicos

PROVEEDOR	MAQUINARIA, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>Lenovo</b>	Computadores C260 Pentium Blanco 	3	\$ 1.300.000	\$ 3.900.000
<b>ingeniero de sistemas</b>	Software 	1	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
<b>Panasonic</b>	Teléfonos 	4	\$ 99.900	\$ 399.600
<b>Claro</b>	Celulares Huawei eco 	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000
<b>HP</b>	Impresora 	2	\$ 300.000	\$ 600.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 21.149.600</b>

Tabla 27. Recursos tecnológicos

PROVEEDOR	MAQUINARIA,HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Asillas y Oficinas	Archivador 	4	\$ 370.000	\$ 1.480.000
Asillas y Oficinas	Escritorio 	3	\$ 430.000	\$ 1.290.000
Asillas y Oficinas	Mesa de juntas 	1	\$ 820.000	\$ 820.000
Asillas y Oficinas	Sillas ejecutivas 	7	\$ 230.000	\$ 1.610.000
Asillas y Oficinas	Sofás de espera 	2	\$ 700.000	\$ 1.400.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 6.600.000</b>

- Recursos de insumos.** Según el estudio de factibilidad, la empresa necesita de los siguientes insumos: papelería, tinta de impresora, esferos, lápices, archivo, carpetas, legajadores, clips, cosedora, perforadora entre otros.

Estos recursos estarán descritos con su respectivo costo en el estudio financiero.

- **Recursos logísticos.** La tecnología debe estar enfocada en el proceso productivo de cualquier empresa de servicio, debido a que se buscan altos niveles de satisfacción del cliente. Toda empresa que incursionar con este tipo de servicio en el mercado debe estar a la vanguardia en los procesos, a fin de generar servicios oportunos a las necesidades de los clientes, acorde con las tendencias y variaciones que se presentan en el día a día.



## **9.9 ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL**

Esta organización quiere que su estructura orgánica sea flexible y se adapte a los cambios del día a día que suceden en el mercado. A continuación se establecerán criterios que explican la estructura organizacional de Domi Xpress.

### **9.9.7 FORMA DE CONSTITUCION**

#### **SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS S.A.S**

##### **DEFINICIÓN**

Las S.A.S o Sociedades por Acciones Simplificadas fueron introducidas en la legislación colombiana con la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, con el fin de simplificar y crear nuevas estructuras jurídicas que se adapten a las necesidades y diferentes escenarios empresariales. Por su versatilidad, facilitan la creación de empresas que requieran un amplio campo de maniobra para su viabilidad financiera y operativa, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo económico del país.<sup>13</sup>

Una sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública.

Según el artículo 5 de la ley 1258; por regla general, S.A.S se constituye por Documento Privado donde consta:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
- Razón Social seguida de las letras “S.A.S”
- El domicilio principal de la sociedad y las sucursales

---

<sup>13</sup> MARULANDA LOPEZ, Conney ¿Qué son las Sociedades por Acciones Simplificadas -S.A.S-?. En: FinanzasZone;( 19, agosto, 2013)

- Término de duración, puede ser a término indefinido
- Enunciación clara de las actividades, puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita
- Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán
- Forma de administrar, con documentos y facultades de los administradores. Cuanto menos un Representante Legal

Sin embargo, cuando se donen bienes que necesiten como formalidad legal (escritura pública), la constitución debe elevarse a escritura pública también.

## **Estatutos Básicos Sociedad por Acciones Simplificada**

### **DOCUMENTO PRIVADO**

William Santiago Ortiz Ruiz, de nacionalidad colombiana identificado (a) con cédula de ciudadanía No. 1.070.618.400 de Girardot, domicilio en la ciudad de Girardot y Sergio Andrés Asmaza Romero, de nacionalidad colombiana identificado (a) con cédula de ciudadanía No. 1.070.607.001 de Girardot, domicilio en la ciudad de Girardot declaramos previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada Domi Xpress S.A.S., que se regirá los siguientes estatutos:

### **ESTATUTOS**

#### **CAPÍTULOS I**

##### **Disposiciones generales**

ART. 1° - **Forma.** La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominar

Domi Xpress S.A.S., regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “S.A.S.”

ART. 2° - **Objeto social.** La sociedad tendrá como objeto principal:

Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

ART. 3° - **Domicilio.** El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Girardot, y su dirección para notificaciones judiciales será la \_\_\_\_\_, podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

ART. 4° - **Término de duración.** El término de duración será indefinido.

## **CAPÍTULO II**

### **Reglas sobre capital y acciones**

ART. 5° - **Capital Autorizado.** El capital autorizado de la sociedad es de \_\_\_\_\_, dividido en \_\_\_\_\_ acciones de valor nominal de \_\_\_\_\_, cada una.

ART. 6°- **Capital Suscrito.** El capital suscrito inicial de la sociedad es de \_\_\_\_\_, dividido en \_\_\_\_\_ acciones de valor nominal de \_\_\_\_\_, cada una.

ART. 7° - **Capital Pagado.** El capital pagado de la sociedad es de \_\_\_\_\_, dividido en \_\_\_\_\_ acciones de valor nominal de \_\_\_\_\_, cada una.

**Pendiente determinar estudio financiero.**

PAR. – Forma y Términos en que se pagará el capital. El monto del capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

ART. 8° **Derechos que confieren las acciones.** En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones: ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les eran transferidos a quien las adquiere, luego de efectuarse colectivas de los accionista.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

ART. 9° - **Naturaleza de las acciones.** Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

ART. 10° - **Aumento del capital suscrito.** El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el

reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean en el reglamento.

**ART. 11. – Derecho de preferencia.** Salvo decisión de la asamblea general de accionista, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que la acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a la que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

PAR. 1º- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicara también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquier de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

PAR. 2º - No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

**ART. 12. – Clases de series de acciones.** Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones

emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

PART. – Para emitir acciones privilegiada, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por los menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

ART. 13. – **Voto múltiple.** Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con el voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayoría decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

ART. 14. – **Acciones de pago.** En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

ART.15. – **Transferencia de acciones en una fiduciaria mercantil.** Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiduciaria mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiduciaria.

ART. 16. – **Restricciones a la negociación de acciones.** Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas, representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedara sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación en virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

ART. 17. – **Cambio de control.** Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicaran las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

### **CAPÍTULO III**

#### **Órganos sociales**

ART. 18. – **Órganos de la sociedad.** La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

ART. 19. – **Sociedad devenida unipersonal.** La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidos las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

**ART. 20. – Asamblea general de accionistas.** La asamblea general de accionistas la integran él o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayoría y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocara a la reunión ordinaria a la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de este, por la persona designada por él o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

**ART. 21. – Convocatoria a la asamblea general de accionistas.** La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.



En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

**ART. 22. – Renuncia a la convocatoria.** Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

**ART. 23. – Derecho de inspección.** – El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

**ART. 24. – Reuniones no presenciales.** Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

**ART. 25. – Régimen de quórum y mayorías decisorias.** La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptaran con los votos favorables de uno o varios accionistas que reasenten cuando menos la mitad ms uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- (i) La modificación de los previsto en el artículo 16 delos estatutos sociales, respecto delas restricciones de la enajenación de acciones.
- (ii) La realización de procesos de trasformación, fusión o escisión.
- (iii) La inserción en los estatutos sociales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- (iv) La modificación de la cláusula compromisoria;

- (v) La inclusión o exclusión de posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y
- (vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

PAR. – Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008.

ART. 26. – **Fraccionamiento del voto.** Cuando se trate de la elección los comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros será designada por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

ART. 27. – **Actas.** Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las

propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

**ART. 28. – Representación legal.** La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no quien no tendrá suplentes, designando para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea persona jurídica, las funciones quedaran a cargo del representante legal de esta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

**ART. 29. – Facultades del representante legal.** La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal,

quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedara obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por si o ir interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica prestamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personas.

## **CAPÍTULO IV**

### **Disposiciones Varias**

**ART. 30. – Enajenación global de activos.** Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

ART. 31. – **Ejercicio social.** Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

**ART. 32. Cuentas anuales.** Luego del corte de cuentas de fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

**ART. 33. – Reserva legal.** La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades liquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades liquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

ART. 34. – **Utilidades.** Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

ART. 35. – **Resolución de conflictos.** Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirigidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

ART. 36. – **Cláusula compromisoria.** Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, se resolverán por un Tribunal de Arbitramento que se sujetará al reglamento del Centro de Conciliación y Arbitraje (CCA) de la Cámara de Comercio de Girardot (CCG) y de acuerdo con las siguientes reglas:

- a) El Tribunal estará integrado por un (1) árbitro. Las partes delegan en el CCA de la CCG la designación del árbitro mediante sorteo de la lista de árbitros que lleve el mismo centro.
- b) El Tribunal funcionará en Girardot en el CCA de la CCG.
- c) El Tribunal decidirá en derecho.
- d) Las funciones de secretaría serán asumidas por el CCA de la CCG.
- e) Los costos del Arbitraje serán los establecidos en el reglamento del CCA de la CCG.

**Parágrafo:** Si las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, recaen sobre un derecho patrimonial cuya cuantía sea o exceda los cuatrocientos salarios mínimos mensuales legales vigentes, se resolverán por un Tribunal de Arbitramento de acuerdo con las siguientes reglas:

- a) El Tribunal estará integrado por tres (3) árbitros. Las partes delegan en el CCA de la CCG la designación de los árbitros mediante sorteo de la lista de árbitros que lleve el mismo centro.
- b) El Tribunal funcionará en Bucaramanga en el CCA de la CCG.
- c) El Tribunal decidirá en derecho.
- d) Le serán aplicables el reglamento del CCA y sus tarifas.

ART. 37. – **Ley aplicable.** La interpretación y aplicación de estos estatutos están sujetas a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

## **CAPÍTULO V**

### **Disolución y liquidación**

ART. 38. – **Disolución.** La sociedad se disolverá:

**1°. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;**

**2°. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;**

**3°. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;**

**4°. Por voluntad de los accionistas adoptada en las asamblea o por decisión del accionista único;**

**5°. Por orden de autoridad competente, y**

**6°. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.**

PAR. 1°. – En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

ART. 39. – **Enervamiento de las causales de disolución.** Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal



ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

ART. 40. – **Liquidación.** La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el periodo de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayoría decisorias vigentes antes de producirse a la disolución.

#### **DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD:**

1.- **Representación legal.** Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, ha Sergio Andrés Asmaza Romero identificado con el documento de identidad No 1.070.607.001 de Girardot, como representante legal de Domi Xpress S.A.S., por el término de 1 año.

William Santiago Ortiz Ruiz identificado con el documento de identidad No 1.070.618.400 de Girardot, participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de Domi Xpress S.A.S.

2.- **Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.** A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Domi Xpress S.A.S. asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los

siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación.

**3.- Personificación jurídica de la sociedad.** Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Domi Xpress S.A.S. formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2° de la Ley 1258 de 2008.

Se firma en Girardot; Cundinamarca, a los 25 días, del mes de septiembre de 2016.

---

**NOMBRE SOCIO CONSTITUYENTE**

C.C. No. \_\_\_\_\_ De \_\_\_\_\_

## **9.10 TIPO DE EMPRESA**

### **9.11.1 PLATAFORMA ESTRATÉGICA**

La plataforma estratégica se constituye en un planteamiento formal que soporta la estructura de Domi Xpress. A través de la definición de su filosofía, concepción, razón de ser, proyección a futuro, principios y objetivos.

#### **9.10.1.1 Misión**

Domi Xpress es una empresa dedicada al servicio de a domicilio de diferentes productos con una alternativa diferente enfocada a suplir las necesidades de los clientes, y comerciantes por medio de una App y su estructura logística para facilitar la compra de los consumidores teniendo en cuenta que no todos no cuentan con el tiempo disponible para realizarlo.

#### **9.10.1.2 Visión**

Incluir el crecimiento en la región y para qué año Domi Xpress será una empresa enfocada siempre en satisfacer las necesidades de los clientes, implementando la tecnología necesaria para crecer cada día como sociedad y equipo de trabajo, dar la oportunidad a los clientes y comerciantes que realicen sus aportes para mejorar y crecer como empresa.

### **9.11 Nociones filosóficas**

- ✓ **CO-CREACION:** En la inmersión de nuestros clientes en la conformación de ideas y formación y mejora de nuestro servicio.
- ✓ **INNOVACIÓN:** En las técnicas y tecnologías en el diseño de nuevos programas para que el servicio de a domicilio sea más eficiente y llegue en el momento oportuno.
- ✓ **SENTIDO DE PERTENENCIA:** Que nuestros clientes se sientan y actúen como socios y parte integral de la empresa.

### **9.12 Valores y principios corporativos**

- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Innovación
- ✓ Integridad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Servicio
- ✓ Satisfacción del cliente

### **9.13 OBJETIVOS**

- Obtener la satisfacción de cumplir las necesidades de los clientes por nuestro servicio prestado.
- Desarrollar un mejoramiento constante del servicio capacitando y actualizando al personal.
- Ofrecer un servicio de gran calidad y que supere las expectativas de los clientes.
- Optimizar el aprovechamiento de los recursos que se tendrán disponibles para la prestación del servicio.
- Planificar el proceso de entregas de los a domicilios y tiempos de entrega para cada a domicilio que se realice.
- Lograr posicionar en el mercado a la empresa como una de las mejores organizaciones en la prestación de servicios de domicilios.
- Crear una página web y una aplicación, casual e irreverente en donde dar a conocer nuestros servicios.
- Implementar programas de co-creacion de otros servicios que se han de mejora para la empresa, por medio de la página web y aplicación.

### **9.14 POLÍTICAS**

Las políticas serán la guía para orientar la acción a desarrollar en la organización que serán fundamentales ya que servirán como directriz para que esta sea

difundidas, entendidas y aplicadas por los miembros de esta que definirán como los procedimientos o formas de actuar y orientados a seguir.

- Competir en el mercado con integridad personal y con nuestros competidores con respeto, honestidad y responsabilidad.
- Compromiso de prestar un servicio justo a tiempo y oportuno.
- Ofrecer un servicio de calidad con innovación como reto diario con el objetivo de un mejoramiento continuo.

### **9.15 Políticas del personal**

Toda organización busca lograr los objetivos que se han establecidos en los diversos planes de trabajo, los cuales serán de gran importancia y deben alcanzarse mediante el uso correcto del recurso humano y de su participación activa en las actividades de la empresa.

Todo plan desarrollado e implementado por la administración de una organización puede aportar de manera significativa y efectiva en cada uno de los procesos que se ejecutaran y esto generara excelentes resultados dentro de la organización, así mismo estos permiten perfeccionar si se cuenta con el recurso humano adecuado y de alta calidad; por lo tanto se hace necesario el establecimiento y ejecución de políticas, que permitan ejecutar procesos de forma efectiva y con miras a conformar el equipo ideal para la empresa. Bajos estos parámetros la empresa de servicio de domicilios, tendrá en cuenta para el reclutamiento y selección del personal los siguientes aspectos:

- **Reclutamiento:** Este proceso estará basado a buscar empleados potenciales para los diferentes cargos para la empresa que cumplan con determinados requerimientos que se establezcan dentro de la misma organización. A esta función corresponderá determinar el perfil para cada cargo teniendo presente los objetivos, actividades y tareas a desarrollar para dicho cargo pasando a

organizar los respectivos archivos y verificar la hoja de vida de los aspirantes. El proceso de reclutamiento es un esfuerzo que se intensifica de acuerdo a la calidad necesaria del personal, teniendo en cuenta el conocimiento, la experiencia y habilidades que deben tener estos, que posean una afinidad con los principios que se posee la organización y que de igual forma sean válidas en su calidad profesional y personal es decir, entre más alta sea la calidad que se busca más difícil es el proceso, por lo tanto y dada la dimensión de la empresa, la política adoptada por la misma, es la convocatoria a través de diversos medios de comunicación hablados y escritos, previas descripciones de los cargos y requerimientos de los mismos, que permitan idear el perfil de los posibles candidatos.

- **Selección:** Es el proceso por medio el cual se determinan los aspirantes más aptos y que cumplieron con los requisitos para cada cargo. El sistema de selección implica unos pasos que agregan un poco de complejidad y de que consumen un tiempo determinado para la decisión de contratar, así mismo en cualquier etapa los candidatos pueden descartarse. Dado que este proceso tiene su costo, se ha establecido por la empresa que para la selección del personal, es primordial la presentación de la hoja de vida, material que permite la toma de decisiones rápidas en esta área implica una disminución en el número de candidatos idóneos., al menor costo posible. Una vez superada esta etapa, los candidatos presentaran una entrevista personalizada.

Para la selección del personal, se consideraran los siguientes aspectos:

- Hombres y mujeres mayores de 18 años
- Bachilleres
- Tarjeta militar
- Licencia de conducción

- Experiencia laboral relacionada con servicios de domicilios y conocimientos de nomenclatura del municipio de Girardot.
- **Contratación:** Esta fase es la consolidación del proceso donde se aprueba el candidato de mejores calidades, se asignará en el cargo correspondiente e informando las responsabilidades y funciones a desarrollar. La vinculación formal del personal con la empresa, se le comunicara la fecha de ingreso, requisitos para su contratación, documentos, exámenes a presentar y otros posibles trámites que se requieran según la organización así mismo se da paso a la firma del contrato que será a término fijo.
- **Inducción:** En esta etapa se orientara e informara al personal elegido, sobre las funciones que este desempeñara, los fines y razón social de la empresa; así como también su estructura, políticas, reglamentos, procedimientos, métodos, y procesos, de igual manera establecer las relaciones de trabajo con las diferentes áreas de la empresa y miembros de la organización con el fin de lograr en el empleado compromiso y sentido de pertenencia con los objetivos de la empresa y su respectivo alcance.
- **Salarios:** Teniendo en cuenta que es el pago que se presenta en forma periódica y que recibe un colaborador por la prestación directa de sus servicios por los cuales fue contratado, de acuerdo a esto la empresa tendrá en cuenta diversos aspectos para dichos pagos:
  - Nivel académico y/o profesional
  - Nivel del cargo en la empresa

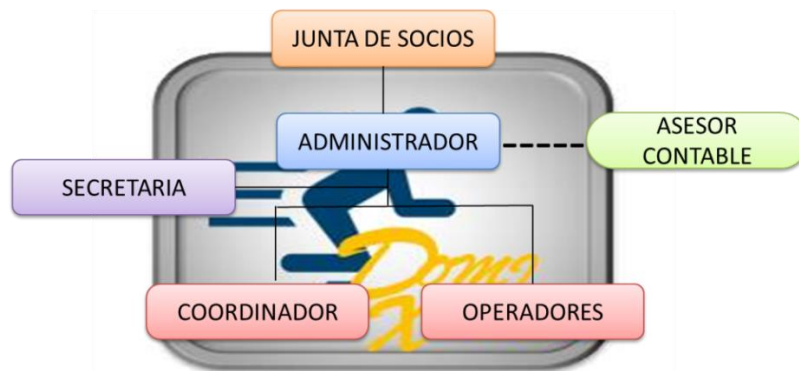
#### **9.16 Políticas de venta para un servicio**

- Prestación de un buen servicio y atención de manera oportuna y eficaz, cumpliendo con los requerimientos y las necesidades de los clientes.

- Los servicios deberán ser cancelados de contado (Modalidades de pago en efectivo, tarjeta y en línea), sin ninguna excepción una vez el servicio sea adquirido por el cliente.
- Garantizar la satisfacción de los clientes brindándoles un servicio de excelente calidad.
- El operario responsable del servicio al cual fue asignado está en el compromiso de entregarle un recibo y/o factura al cliente en el momento de la prestación del mismo.
- El recibo de facturas constara de dos copias en colores, distribuidas así:
  - **Copia Blanca:** Para el cliente
  - **Copia Rosada:** Para la empresa
- Efectuar una base de datos de las diferentes personas que utilizan el servicio de domicilios.

### 9.17 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es esencial ya que esta permite definir las características que presentan una organización de cómo está organizada, la jerarquía, organigrama, entre otras esto ayudara a establecer una organización flexible y eficiente, que sepa responder de manera oportuna a los diversos cambios y desafíos que el entorno le propondrá, con el fin de prestar un excelente servicio de calidad a los demandantes del servicio.





### 9.18 DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS

Es una herramienta que permite obtener información detallada que consiste en enumerar las tareas, atribuciones y funciones que le corresponden a determinado cargo y que lo diferencian de los demás.

A continuación, la descripción de funciones para los cargos de la empresa prestadora de servicios de domicilios son las siguientes:

### 9.19 Estructura salarial

Teniendo en cuenta de que el recurso humano es el motor de toda actividad laboral en una organización, se ha establecido la estructura salarial partiendo de diversos factores además del perfil del cargo, aspectos como: Funciones, Formación profesional y Responsabilidades. A continuación la estructura salarial para la empresa Domi Xpress prestadora del servicio de domicilios:

<b>CARGO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>
Administrador	689.454
Coordinador	689.454
Secretaria	689.454
Operador	689.454 más 5% de la totalidad de sus domicilios
Asesor contable	500.000 por revisión de estados financieros  1.000.000 por asesoría y realización de trámites tributarios

## 9.20 TRÁMITES DE LEGALIZACIÓN

### • Procedimientos Legales Para La Constitución De La Empresa

Para la constitución de la sociedad es necesario realizar los siguientes pasos:

**Escritura pública:** Una vez realizada la minuta y aprobados los estatutos, se debe elevar a Escritura Pública, este trámite se hace ante la notaria, la cual hace su tramitación en unos ocho días hábiles, y su valor es dependiendo del capital de la empresa.

**Registro Mercantil:** Debe realizarse en un plazo máximo de un mes después de ser suscrita la escritura de constitución.

Una vez suscrita la escritura pública, se debe realizar el registro en la cámara de comercio, de la jurisdicción en el domicilio principal de la sociedad; esto se hace con el fin de que la empresa pueda ejercer.

Los documentos que se deben anexar para la obtención del registro mercantil son:

- Formulario de la matrícula de la sociedad y su establecimiento debidamente diligenciado.
- Copia de la escritura pública. Vale la pena aclarar que se debe verificar si el nombre que se le va a implantar a la compañía es similar o igual a uno existente; para ello se expide un certificado con la razón social.
- **Registros en libros:** Para realizar el registro de los libros se hace necesario llevarlos a la cámara de comercio para que sean foliados, los cuales son:
  - ✓ Libro diario
  - ✓ libro inventarios y balance
  - ✓ libro mayor y balances
  - ✓ libro de actas
- **Número de Identificación Tributaria:** "N.I.T." EL N.I.T, es un número de identificación que se le otorga a las sociedades y se debe solicitar anexando

copias de la escritura de constitución y copia del certificado de la cámara de comercio.

- **Registró y Matricula de Industria y Comercio:** Se debe diligenciar el formulario expedido por la administración de impuestos municipales en original y copia anexando el respectivo N.I.T de la sociedad, el original se deja en la oficina de administración de impuestos y la copia es conservada por el solicitante como prueba de su solicitud.
- **Licencia de Funcionamiento:** Esta se solicita en la Alcaldía municipal del sector donde estará ubicada la empresa, para esto es necesario presentar los siguientes documentos:
  - ✓ Formulario de Inscripción previamente diligenciado.
  - ✓ Solicitud y asignación de placas respectivas.
  - ✓ Concepto favorable del cuerpo de bomberos.
- **Afiliación al ES:** Se debe presentar los siguientes documentos:
  - ✓ Inscripción cámara de comercio
  - ✓ Fotocopia del N.I.T.
  - ✓ Fotocopia cedula de ciudadanía del representante legal.
  - ✓ Formulario de I.S.S. en original y dos copias debidamente diligenciados.
- **Inscripción de los empleados al EPS:** Se deben diligenciar el formulario correspondiente en original y dos copias, el monto del aporte depende del salario mensual del trabajador; estos aportes se estipulan por tablas definidas por el ISS.
- **Afiliación del trabajador a una caja de compensación:** Por ley el trabajador colombiano debe estar inscrito en una caja de compensación familiar debidamente registrada.

Para lo anterior se deben de presentar los siguientes documentos para la afiliación correspondiente:

  - ✓ Formulario de inscripción debidamente diligenciado.
  - ✓ Certificados de estudios para la afiliación con personas a cargo.

- ✓ Partida de matrimonio si es casado o declaración extra juicio si vive en unión libre.
- ✓ Registro civil de nacimiento de los hijos.

## 9.24 ESTUDIO FINANCIERO

La última etapa del proyecto es la viabilidad financiera, los objetivos de este estudio son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, y determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria en la evaluación, se definen todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. Realizar el cálculo del monto para invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.

## 9.25 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

### - Maquinaria Y Equipo

Tabla 28. Inversión Maquinaria Y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores C260 Pentium Blanco	3	\$ 1.300.000	\$ 3.900.000
Software	1	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
Telefonos	4	\$ 99.900	\$ 399.600
Dispositivos PDA	3	\$ 850.000	\$ 2.550.000
Celulares Huawei eco	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 23.099.600</b>

Fuente. Presente Estudio. Precio del Mercado

Costos de maquinaria y equipo requerido para el funcionamiento de la empresa en el área operativa.

### -Equipo de Oficina

Tabla 29. Inversión Equipo de oficina

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Impresora	2	\$ 300.000	\$ 600.000
Archivador	4	\$ 370.000	\$ 1.480.000
Escritorio	3	\$ 430.000	\$ 1.290.000
Mesa de juntas	1	\$ 820.000	\$ 820.000
Sillas ejecutivas	7	\$ 230.000	\$ 1.610.000
Sofas de espera	2	\$ 700.000	\$ 1.400.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 7.200.000</b>

Fuente. Presente Estudio. Precio del Mercado

Costos de maquinaria y equipo requerido para el funcionamiento de la empresa en el área operativa y administrativa.

### - Vehículos

Tabla 30. Inversión Vehículos

<b>VEHICULOS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Motocicleta Eco Delux Fe	3	\$ 3.390.000	\$ 10.170.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.170.000</b>

Fuente. Presente Estudio. Precio del Mercado

Costos de los vehículos requeridos para la prestación del servicio.

## -Inversiones Preoperativas

Tabla 31. Inversiones Preoperativas

<b>INVERSION PREOPERATIVOS</b>	
<b>FORMULARIO O LICENCIA</b>	<b>COSTO</b>
Acta de Constitucion	\$ 1.100.000
Registro ante la Camara de Comercio	\$ 970.000
Registro en Industria y Comercio	\$ 80.000
Sacar patente en Bomberos	\$ 50.000
Contrato Estudio de Prefactibilidad	\$ 4.100.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.300.000</b>
Según el estatuto tributario los gastos preoperativos se pueden diferir a 5 años; es decir por cada año se debe amortizar en preoperativo	\$ 1.260.000

Fuente. Presente Estudio.

La inversión preoperativa para el funcionamiento de la empresa es de \$6.300.000 moneda cte.

## 9.26 INVERSIONES CORRIENTES

### - Capital de trabajo

Tabla 32. Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
Efectivo	\$ 6.949.590
1. Nomina Administracion	\$ 2.068.350
2. M.O.	\$ 1.241.010
3. Costos y Gastos de funcionamiento Primer mes	\$ 3.640.230
Materia Prima	\$ 10.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.949.590</b>
Corresponden a los requerimientos para sufragar las erogaciones necesarias en el funcionamiento del proyecto hasta generar los ingresos, y es equivalente a un mes	

Fuente. Presente Estudio.

Corresponden a los requerimientos para sufragar las erogaciones necesarias en el funcionamiento del proyecto hasta generar los ingresos, y es equivalente a un mes.

### - Resumen plan de inversión

Tabla 33. Resumen plan de inversión

<b>RESUMEN DE PLAN DE INVERSION</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>IIINVERSIONES FIJAS</b>	
Maquinaria y equipo	\$ 23.099.600
Equipo de oficina	\$ 7.200.000
Vehiculos	\$ 10.170.000
<b>TOTAL INVESTRSIONES FIJAS</b>	<b>\$ 40.469.600</b>
Gastos Preoperativos	\$ 6.300.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 87.239.200</b>

Fuente. Presente Estudio.



Los rubros relacionados en este cuadro presentan los montos necesarios a ser invertidos para llevar a cabo el proyecto.

- **Depreciación en línea recta**

Tabla 34. Depreciación en Línea Recta

DEPRECIACION EN LINEA RECTA								
CONCEPTO	COSTO DE ADQUISICION	VIDA UTIL	%	DEPREC. ANUAL	OPERATIVO		ADMINISTRATIVO	
					%	VALOR	%	VALOR
Maquinaria y equipo	\$ 23.099.600	10	10%	\$ 2.309.960	100%	\$ 2.309.960	0%	\$ -
Equipo de oficina	\$ 7.200.000	10	10%	\$ 720.000	50%	\$ 360.000	50%	\$ 360.000
Vehiculo	\$ 10.170.000	5	20%	\$ 2.034.000	80%	\$ 1.627.200	20%	\$ 406.800
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 40.469.600</b>			<b>\$ 5.063.960</b>		<b>\$ 4.297.160</b>		<b>\$ 766.800</b>

Fuente. Presente Estudio.

Indica el método de depreciación en línea que el activo se desgasta por igual durante cada periodo contable por la tasa de depreciación correspondiente a una vida útil del 10% y 20%.

## 9.27 ESTRUCTURACIÓN DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

### ✓ Presupuestos Gastos de funcionamiento

Tabla 35. Presupuesto Gastos de funcionamiento

PRESUPUESTO GASTOS DE FUNCIONAMIENTO				
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	COSTOS ADMON	COSTOS PROD
Papelería	\$ 51.250	\$ 615.000	\$ 430.500	\$ 184.500
Publicidad	\$ 343.333	\$ 4.119.996	\$ 4.119.996	\$ -
Arriendo	\$ 1.700.000	\$ 20.400.000	\$ 12.240.000	\$ 8.160.000
Impuestos Industria y Comercio	\$ 243.256	\$ 2.919.072	\$ 2.919.072	\$ -
Servicios	\$ 1.102.391	\$ 13.228.692	\$ 7.937.215	\$ 5.291.477
Servicios de transporte de pedido	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 840.000	\$ 360.000
Otros Gastos	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 840.000	\$ 360.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.640.230</b>	<b>\$ 43.682.760</b>	<b>\$ 29.326.783</b>	<b>\$ 14.355.977</b>

Fuente. Presente Estudio.

### ✓ Presupuesto Gastos Personal Administrativo

Tabla 36. Presupuesto Gastos Personal Administrativo

PRESUPUESTO GASTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO				
CARGO	No. DE TRABAJADORES	REMUNERACION MENSUAL	COSTO NOMINA MENSUAL	COSTO NOMINA ANUAL
Administrador	1	\$ 689.450	\$ 689.450	\$ 8.273.400
Coordinador	1	\$ 689.450	\$ 689.450	\$ 8.273.400
Secretaria	1	\$ 689.450	\$ 689.450	\$ 8.273.400
Sub-Total	3	\$ 2.068.350	\$ 2.068.350	\$ 24.820.200
	CONCEPTO	%		
<b>CARGA PRESTACIONAL</b>	PRIMA	8,33%	\$ 172.294	\$ 2.067.523
	CESANTIAS	8,33%	\$ 172.294	\$ 2.067.523
	INTERESES	0,08%	\$ 1.655	\$ 19.856
	VACACIONES	4,17%	\$ 86.250	\$ 345.001
<b>TOTAL CARGA PRESTACIONAL</b>		<b>20,91%</b>	<b>\$ 432.492</b>	<b>\$ 4.499.902</b>
<b>COSTO DE SEGURIDAD SOCIAL</b>	EPS,AFP,ARL	12,50%	\$ 258.544	\$ 3.102.525
	PARAFISCALES	6,59%	\$ 136.304	\$ 1.635.651
<b>SUBTOTAL APORTES</b>		<b>19,09%</b>	<b>\$ 394.848</b>	<b>\$ 4.738.176</b>
<b>SUBTOTAL APORTES PREST. SOCIAL Y PARAFISCALES</b>		<b>40,00%</b>	<b>\$ 827.340</b>	<b>\$ 9.238.078</b>
<b>TOTAL GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>			<b>\$ 2.895.690</b>	<b>\$ 34.058.278</b>

Fuente: Presente estudio del costo de mano de obra de personal de planta incluido la carga prestacional y los aportes parafiscales

✓ **Presupuesto Gastos Personal Operativo**

Tabla 37. Presupuesto Gastos Personal Operativo

<b>PRESUPUESTO GASTO DE PERSONAL OPERATIVO</b>				
<b>CARGO</b>	<b>No. DE TRABAJADORES</b>	<b>REMUNERACION MENSUAL</b>	<b>COSTO NOMINA MENSUAL</b>	<b>COSTO NOMINA ANUAL</b>
Operario	3	\$ 689.454	\$ 2.068.362	\$ 24.820.344
Sub-Total	3	\$ 689.454	\$ 2.068.362	\$ 24.820.344
	CONCEPTO	%		
<b>CARGA PRESTACIONAL</b>	PRIMA	8,33%	\$ 172.295	\$ 2.067.535
	CESANTIAS	8,33%	\$ 172.295	\$ 2.067.535
	INTERESES	0,08%	\$ 1.655	\$ 19.856
	VACACIONES	4,17%	\$ 86.251	\$ 1.035.008
<b>TOTAL CARGA PRESTACIONAL</b>		<b>20,91%</b>	<b>\$ 432.494</b>	<b>\$ 5.189.934</b>
<b>COSTO DE SEGURIDAD SOCIAL</b>	EPS,AFP,ARL	12,50%	\$ 258.545	\$ 3.102.543
	PARAFISCALES	6,59%	\$ 136.305	\$ 1.635.661
<b>SUBTOTAL APORTES</b>		<b>19,09%</b>	<b>\$ 394.850</b>	<b>\$ 4.738.204</b>
<b>SUBTOTAL APORTES PREST. SOCIAL Y PARAFISCALES</b>		<b>40,00%</b>	<b>\$ 827.345</b>	<b>\$ 9.928.138</b>
<b>TOTAL GASTO PERSONAL DE PRODUCCION</b>			<b>\$ 2.895.707</b>	<b>\$ 34.748.482</b>
Fuente: Presente estudio del costo de mano de obra de personal de planta incluido la carga prestacional y los aportes parafiscales				

Presupuesto de mano de obra de personal operativo en la que se incluye todos los requerimientos de carga prestaciones, que no correspondan directamente a la financiación o la gestión de ventas.

## 9.28 COSTOS

### ✓ Costos de Administración

Tabla 38. Costos de Administración

COSTOS DE ADMINISTRACION						
AÑOS	CONCEPTOS	1	2	3	4	5
	Salarios	\$ 24.820.200	\$ 26.061.210	\$ 27.364.271	\$ 28.732.484	\$ 30.169.108
	Prestaciones Sociales	\$ 9.238.078	\$ 9.699.982	\$ 10.184.981	\$ 10.694.231	\$ 11.228.942
	Depreciacion Admon	\$ 766.800	\$ 766.800	\$ 766.800	\$ 766.800	\$ 766.800
	Amortizacion Preoperativa	\$ 630.000	\$ 630.000	\$ 630.000	\$ 630.000	\$ 630.000
	Gastos Financieros	\$ 5.670.548	\$ 4.992.938	\$ 4.139.149	\$ 3.063.374	\$ 1.707.899
	Costos Gastos Funcionamiento	\$ 29.326.783	\$ 30.793.122	\$ 32.332.778	\$ 33.949.417	\$ 35.646.888
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 70.452.410</b>	<b>\$ 72.944.052</b>	<b>\$ 75.417.979</b>	<b>\$ 77.836.306</b>	<b>\$ 80.149.638</b>

Fuente. Presente Estudio.

Costos necesarios para el funcionamiento de la empresa en el área de administración proyectas a cinco años y va creciendo proporcionalmente a la demanda proyectada.

### ✓ Costos de operación

Tabla 39. Costos de Operación

COSTOS DE OPERACIÓN						
AÑOS	CONCEPTOS	1	2	3	4	5
	Materia prima e Insumos	\$ 88.476.800	\$ 114.057.216	\$ 143.539.569	\$ 196.968.186	\$ 258.753.996
	M.O.D	\$ 24.820.344	\$ 26.061.361	\$ 27.364.429	\$ 28.732.651	\$ 30.169.283
	Prestaciones y Seguridad Social	\$ 9.928.138	\$ 10.424.544	\$ 10.945.772	\$ 11.493.060	\$ 12.067.713
	CIF (Amortizacion)	\$ 630.000	\$ 630.000	\$ 630.000	\$ 630.000	\$ 630.000
	CIF (Gastos finanncieros)	\$ 5.670.548	\$ 4.992.938	\$ 4.139.149	\$ 3.063.374	\$ 1.707.899
	Gastos funcionamiento	\$ 14.355.977	\$ 15.073.776	\$ 15.827.464	\$ 16.618.838	\$ 17.449.780
	CIF(Depreciacion)	\$ 4.297.160	\$ 4.297.160	\$ 4.297.160	\$ 4.297.160	\$ 4.297.160
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 148.178.966</b>	<b>\$ 175.536.995</b>	<b>\$ 206.743.543</b>	<b>\$ 261.803.269</b>	<b>\$ 325.075.831</b>

Fuente. Presente Estudio.

Costos necesarios para el funcionamiento de la empresa proyectas a cinco años y va creciendo proporcionalmente a la demanda proyectada.

## 9.29 PROYECCION MINIMA CINCO AÑOS

### ✓ Ingresos Proyectados

Tabla 40. Ingresos Proyectados

INGRESOS PROYECTADOS			
AÑO	SERVICIOS REALIZADOS AÑO	PRECIO VENTAS	TOTAL VENTAS
1	27649	\$ 8.000	\$ 221.192.000
2	34272	\$ 8.320	\$ 285.143.040
3	41472	\$ 8.653	\$ 358.848.922
4	54720	\$ 8.999	\$ 492.420.465
5	69120	\$ 9.359	\$ 646.884.989

Fuente. Presente Estudio.

Ingresos proyectados anualmente proporcionalmente a la demanda proyectada.

### ✓ Costos Proyectados

Tabla 41. Costos Proyectados

COSTOS MP PROYECTADA			
AÑO	SERVICIOS REALIZADOS AÑO	COSTO MP	TOTAL COSTO
1	27649	\$ 3.200	\$ 88.476.800
2	34272	\$ 3.328	\$ 114.057.216
3	41472	\$ 3.461	\$ 143.539.569
4	54720	\$ 3.600	\$ 196.968.186
5	69120	\$ 3.744	\$ 258.753.996

Fuente. Presente Estudio.

Egresos proyectados anualmente proporcionalmente a la demanda proyectada.

### 9.30 DETERMINACION DE EGRESOS

#### ✓ Costos Fijos y Variables

Tabla 42. Costos fijos y variables (Operación)

COSTOS FIJOS Y VARIABLES (OPERACION)										
AÑOS COST DE OPERAC CONCEPTOS	1		2		3		4		5	
	F	V	F	V	F	V	F	V	F	V
Materia prima e insumos		\$ 88.476.800		\$ 114.057.216		\$ 143.539.569		\$ 196.968.186		\$ 258.753.996
Mano de Obra Directa		\$ 24.820.344		\$ 26.061.361		\$ 27.364.429		\$ 28.732.651		\$ 30.169.283
Prestaciones Sociales		\$ 9.928.138		\$ 10.424.544		\$ 10.945.772		\$ 11.493.060		\$ 12.067.713
Gastos Financieros	\$ 5.670.548		\$ 4.992.938		\$ 4.139.149		\$ 3.063.374		\$ 1.707.899	
Gastos de Funcionamiento	\$ 14.355.977		\$ 15.073.776		\$ 15.827.464		\$ 16.618.838		\$ 17.449.780	
Amortizacion	\$ 630.000		\$ 630.000		\$ 630.000		\$ 630.000		\$ 630.000	
Depreciacion	\$ 4.297.160		\$ 4.297.160		\$ 4.297.160		\$ 4.297.160		\$ 4.297.160	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 24.953.685</b>	<b>\$ 123.225.282</b>	<b>\$ 24.993.873</b>	<b>\$ 150.543.122</b>	<b>\$ 24.893.773</b>	<b>\$ 181.849.770</b>	<b>\$ 24.609.372</b>	<b>\$ 237.193.897</b>	<b>\$ 24.084.839</b>	<b>\$ 300.990.992</b>
<b>Costos totales</b>	<b>\$ 148.178.966</b>		<b>\$ 175.536.995</b>		<b>\$ 206.743.543</b>		<b>\$ 261.803.269</b>		<b>\$ 325.075.831</b>	

Fuente. Presente Estudio.

Costos fijos y variables necesarios para el funcionamiento de la empresa en el área de operación, proyectas a cinco años y va creciendo proporcionalmente a la inflación determinada.

Tabla 43. Costos Fijos y Variables (Administración)

COSTOS FIJOS Y VARIABLES (ADMINISTRACION)										
AÑOS COST DE OPERAC CONCEPTOS	1		2		3		4		5	
	F	V	F	V	F	V	F	V	F	V
Salarios	\$ 24.820.200		\$ 26.061.210		\$ 27.364.271		\$ 28.732.484		\$ 30.169.108	
Prestaciones	\$ 9.238.078		\$ 9.699.982		\$ 10.184.981		\$ 10.694.231		\$ 11.228.942	
Depreciacion Admon	\$ 766.800		\$ 766.800		\$ 766.800		\$ 766.800		\$ 766.800	
Amortizacion	\$ 630.000		\$ 630.000		\$ 630.000		\$ 630.000		\$ 630.000	
Gastos financieros	\$ 5.670.548		\$ 4.992.938		\$ 4.139.149		\$ 3.063.374		\$ 1.707.899	
Gastos funcionamiento	\$ 29.326.783		\$ 30.793.122		\$ 32.332.778		\$ 33.949.417		\$ 35.646.888	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 70.452.410</b>		<b>\$ 72.944.052</b>		<b>\$ 75.417.979</b>		<b>\$ 77.836.306</b>		<b>\$ 80.149.638</b>	
<b>Costos totales</b>	<b>\$ 70.452.410</b>		<b>\$ 72.944.052</b>		<b>\$ 75.417.979</b>		<b>\$ 77.836.306</b>		<b>\$ 80.149.638</b>	

Fuente. Presente Estudio.

Costos fijos y variables necesarios para el funcionamiento de la empresa en el área de administración, proyectas a cinco años y va creciendo proporcionalmente a la inflación determinada.

### 9.31 BALANCE, ESTADOS, FUENTES Y PUNTO DE EQUILIBRIO

#### ✓ Estado de resultados

Tabla 44. Estado de Resultados

AÑOS PYG CONCEPTOS	1		2		3		4		5	
	PARCIAL	TOTAL	PARCIAL	TOTAL	PARCIAL	TOTAL	PARCIAL	TOTAL	PARCIAL	TOTAL
<b>VENTAS</b>		\$ 221.192.000		\$ 285.143.040		\$ 358.848.922		\$ 492.420.465		\$ 646.884.989
<b>Costos operativos</b>		\$ 148.178.966		\$ 175.536.995		\$ 206.743.543		\$ 261.803.269		\$ 325.075.831
Fijos	\$ 24.953.685		\$ 24.993.873		\$ 24.893.773		\$ 24.609.372		\$ 24.084.839	
Variables	\$ 123.225.282		\$ 150.543.122		\$ 181.849.770		\$ 237.193.897		\$ 300.990.992	
<b>Utilidad bruta en ventas</b>		\$ 73.013.034		\$ 109.606.045		\$ 152.105.379		\$ 230.617.196		\$ 321.809.158
Costos de Admon.		\$ 70.452.410		\$ 72.944.052		\$ 75.417.979		\$ 77.836.306		\$ 80.149.638
Fijos	\$ 70.452.410		\$ 72.944.052		\$ 75.417.979		\$ 77.836.306		\$ 80.149.638	
Variables										
<b>Utilidad Operacional</b>		\$ 2.560.624		\$ 36.661.993		\$ 76.687.400		\$ 152.780.889		\$ 241.659.521
Impuesto de renta		\$ 640.156		\$ 9.165.498		\$ 19.171.850		\$ 38.195.222		\$ 60.414.880
		\$ 1.920.468		\$ 27.496.494		\$ 57.515.550		\$ 114.585.667		\$ 181.244.641
Reserva legal		\$ 192.047		\$ 2.749.649		\$ 5.751.555		\$ 11.458.567		\$ 18.124.464
<b>Utilidad del ejercicio</b>		\$ 1.728.421		\$ 24.746.845		\$ 51.763.995		\$ 103.127.100		\$ 163.120.177

Fuente. Presente Estudio.

El estado de resultados muestra, un resumen de los resultados de operación de la empresa Domi Xpress S.A.S. Concernientes a un periodo de operaciones y proyectados a cinco años, mide la utilidad o pérdida periódica del negocio.



✓ **Estado De Fuentes Y Usos Proyectados**

Tabla 45. Estado de Fuentes y Usos proyectados

<b>AÑOS CONCEPTOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>FUENTES</b>						
Utilidad Operacional		\$ 2.560.624	\$ 36.661.993	\$ 76.687.400	\$ 152.780.889	\$ 241.659.521
Depreciacion		\$ 5.063.960	\$ 5.063.960	\$ 5.063.960	\$ 5.063.960	\$ 5.063.960
Amortizacion		\$ 1.260.000	\$ 1.260.000	\$ 1.260.000	\$ 1.260.000	\$ 1.260.000
<b>GENERACION INTERNA</b>		<b>\$ 8.884.584</b>	<b>\$ 42.985.953</b>	<b>\$ 83.011.360</b>	<b>\$ 159.104.849</b>	<b>\$ 247.983.481</b>
Aportes Sociales	\$ 43.619.600					
Obligaciones Bancarias	\$ 43.619.600					
<b>TOTAL FUENTES</b>	<b>\$ 87.239.200</b>	<b>\$ 8.884.584</b>	<b>\$ 42.985.953</b>	<b>\$ 83.011.360</b>	<b>\$ 159.104.849</b>	<b>\$ 247.983.481</b>
<b>USOS</b>						
Inv. De Actvos Fijos	\$ 40.469.600					
Costos Preoperativos	\$ 6.300.000					
Amortizacion Prestamo		\$ 5.212.387	\$ 6.567.608	\$ 8.275.186	\$ 10.426.734	\$ 13.137.685
Imporrenta			\$ 640.156	\$ 9.165.498	\$ 19.171.850	\$ 38.195.222
<b>TOTAL USOS</b>	<b>\$ 46.769.600</b>	<b>\$ 5.212.387</b>	<b>\$ 7.207.764</b>	<b>\$ 17.440.684</b>	<b>\$ 29.598.584</b>	<b>\$ 51.332.907</b>
Saldo Anterior		\$ 40.469.600	\$ 44.141.797	\$ 79.919.986	\$ 145.490.661	\$ 274.996.926
Fuentes	\$ 87.239.200	\$ 8.884.584	\$ 42.985.953	\$ 83.011.360	\$ 159.104.849	\$ 247.983.481
Disponible	\$ 87.239.200	\$ 49.354.184	\$ 87.127.749	\$ 162.931.345	\$ 304.595.511	\$ 522.980.407
Usos	\$ 46.769.600	\$ 5.212.387	\$ 7.207.764	\$ 17.440.684	\$ 29.598.584	\$ 51.332.907
<b>Saldo Final de Efectivo</b>	<b>\$ 40.469.600</b>	<b>\$ 44.141.797</b>	<b>\$ 79.919.986</b>	<b>\$ 145.490.661</b>	<b>\$ 274.996.926</b>	<b>\$ 471.647.500</b>

Fuente. Presente Estudio.

En el estado de fuentes y uso, se presenta la información necesario, relativa a los recaudos y desembolsos de efectivos en la empresa durante un período y proyectada a cinco años, para que el estados financieros tengan elementos adicionales para examinar la capacidad económica de la empresa para generar flujos futuros de efectivo.

✓ **Balance General Projectado**

Tabla 46. Balance General Projectado

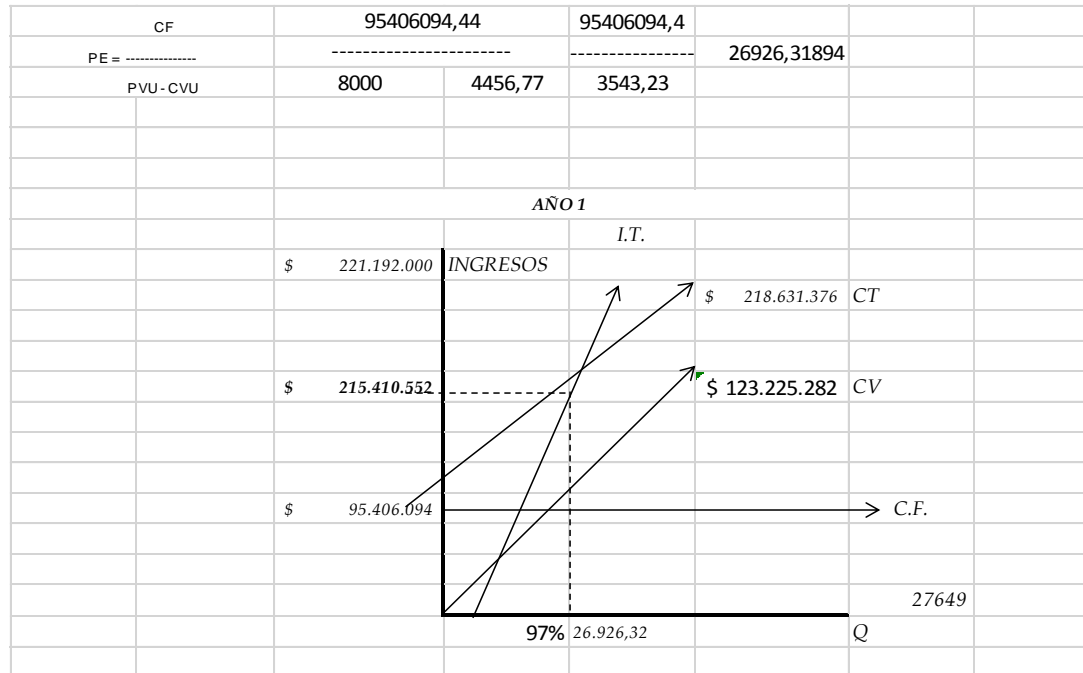
<b>AÑOS CONCEPTOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Bancos	\$ 40.469.600	\$ 44.141.797	\$ 79.919.986	\$ 145.490.661	\$ 274.996.926	\$ 471.647.500
<b>DIFERIDOS</b>						
Amortizacion Preoperativos	\$ 6.300.000	\$ 5.040.000	\$ 3.780.000	\$ 2.520.000	\$ 1.260.000	\$ -
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 46.769.600</b>	<b>\$ 49.181.797</b>	<b>\$ 83.699.986</b>	<b>\$ 148.010.661</b>	<b>\$ 276.256.926</b>	<b>\$ 471.647.500</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Propiedad Planta y Equipo	\$ 40.469.600	\$ 40.469.600	\$ 40.469.600	\$ 40.469.600	\$ 40.469.600	\$ 40.469.600
(Depreciacion Acumulada)	\$ -	\$ 5.063.960	\$ 10.127.920	\$ 15.191.880	\$ 20.255.840	\$ 25.319.800
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 87.239.200</b>	<b>\$ 84.587.437</b>	<b>\$ 114.041.666</b>	<b>\$ 173.288.381</b>	<b>\$ 296.470.686</b>	<b>\$ 486.797.300</b>
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
Impuestos Por Pagar	\$ -	\$ 640.156	\$ 9.165.498	\$ 19.171.850	\$ 38.195.222	\$ 60.414.880
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>		\$ 640.156	\$ 9.165.498	\$ 19.171.850	\$ 38.195.222	\$ 60.414.880
Obligaciones a Largo Plazo	\$ 43.619.600	\$ 38.407.213	\$ 31.839.605	\$ 23.564.419	\$ 13.137.685	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 43.619.600</b>	<b>\$ 39.047.369</b>	<b>\$ 41.005.103</b>	<b>\$ 42.736.269</b>	<b>\$ 51.332.907</b>	<b>\$ 60.414.880</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 43.619.600	\$ 43.619.600	\$ 43.619.600	\$ 43.619.600	\$ 43.619.600	\$ 43.619.600
Reserva Legal	\$ -	\$ 192.047	\$ 2.941.696	\$ 8.693.251	\$ 20.151.818	\$ 38.276.282
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 1.728.421	\$ 24.746.845	\$ 51.763.995	\$ 103.127.100	\$ 163.120.177
Utilidad por Distribuir	\$ -	\$ -	\$ 1.728.421	\$ 26.475.266	\$ 78.239.261	\$ 181.366.361
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 43.619.600</b>	<b>\$ 45.540.068</b>	<b>\$ 73.036.562</b>	<b>\$ 130.552.112</b>	<b>\$ 245.137.779</b>	<b>\$ 426.382.420</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 87.239.200</b>	<b>\$ 84.587.437</b>	<b>\$ 114.041.666</b>	<b>\$ 173.288.381</b>	<b>\$ 296.470.686</b>	<b>\$ 486.797.300</b>

Fuente. Presente Estudio.

El balance muestra un resumen de lo que tiene, cuenta la empresa y los socios indicando las obligaciones, indicando una inversión de \$87.239.200 moneda Cte. para el inicio del ejercicio.

✓ **Punto de Equilibrio**

Tabla 47. Punto de Equilibrio



Fuente. Presente Estudio.

Con el Ingreso por venta de 26.926 servicios se logra el Punto de Equilibrio en el primer Año de Funcionamiento es decir unos Ingresos de \$95.406.094, con unos Costos Fijos de \$215.410.552; se recupera la inversión de los costos fijos.

✓ **Tabla de amortización préstamo**

Tabla 48. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO				
PERIODO	PAGO ANUAL	INTERESES	VALOR AÑO AMORTIZACION	SALDO
0				\$ 43.619.600
1	\$ (16.553.483)	\$ 11.341.096	\$ (5.212.387)	\$ 38.407.213
2	\$ (16.553.483)	\$ 9.985.875	\$ (6.567.608)	\$ 31.839.605
3	\$ (16.553.483)	\$ 8.278.297	\$ (8.275.186)	\$ 23.564.419
4	\$ (16.553.483)	\$ 6.126.749	\$ (10.426.734)	\$ 13.137.685
5	\$ (16.553.483)	\$ 3.415.798	\$ (13.137.685)	\$ -

Fuente. Presente Estudio.

### 9.32 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO PARA DETERMINAR SI ES VIABLE Y FACTIBLE.

#### 9.32.1 Indicadores de Liquidez

Tabla 49. Indicadores de Liquidez

INDICADORES DE LIQUIDEZ						
1. RAZON CORRIENTE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	76,82783193	9,132071625	7,720207586	7,232761323	7,80681015
	PASICO CORRIENTE					
2. CAPITAL NETO DE TRABAJO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	\$ 48.541.641	\$ 74.534.487	\$ 128.838.811	\$ 238.061.704	\$ 411.232.620

Fuente. Presente Estudio.

Se utilizan para determinar la capacidad que tiene una empresa para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo.

### 9.32.2 Indicadores de Rentabilidad

Tabla 50. Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD						
<b>1. MARGEN BRUTA DE UTILIDAD</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<u>UTILIDAD BRUTA</u>	33%	38%	42%	47%	50%
	VENTAS					
<b>2. MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<u>UTILIDAD OPERACIONAL</u>	1%	13%	21%	31%	37%
	VENTAS					
<b>3. MARGEN NETO DE UTILIDAD</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<u>UTILIDAD NETA</u>	1%	9%	14%	21%	25%
	VENTA NETA					
<b>4. RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO (ROE)</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<u>UTILIDAD NETA</u>	4%	34%	30%	42%	38%
	PATRIMONIO					

Fuente. Presente Estudio.

Son una serie de índices que sirven a una empresa para medir la capacidad que tienen de obtener beneficios, principalmente a través de los fondos propios disponibles o del activo total con el que cuenta la empresa.

### 9.32.3 Indicador de Endeudamiento

Tabla 51. Indicadores de Endeudamiento

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO						
<b>1. NIVEL DEL ENDEUDAMIENTO</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<u>TOTAL PASIVO CON TERCEROS</u>	46%	36%	25%	17%	12%
	TOTAL ACTIVO					

Fuente. Presente Estudio.

Este indicador nos permite evaluar el nivel de endeudamiento señala la proporción en la cual participan los acreedores sobre el valor total de la empresa. Refleja el grado de apalancamiento que corresponde a la participación de los acreedores en los activos de la empresa.

### 9.33 PRESUPUESTO

<b>Actividad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo (moneda corriente \$)</b>
Fotocopias	400	\$50	\$20000
Llamadas	100	\$200	\$20000
Internet		\$50000	\$50000
Impresiones blanco y negro	300	\$100	\$30000
Transporte		50000	\$50000
Otros			\$20000
Empastado	2	\$25000	\$50000
<b>TOTAL</b>			<b>\$245.000</b>



## **10. IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO.**

En la actualidad como futuros profesionales debemos tener la capacidad de generar nuevas ideas y proyectos que permitan el desarrollo y crecimiento de la sociedad que la conforman es por ello que buscamos establecer e implementar ideas innovadoras y de emprendimiento que permitan contribuir en la ciudad de Girardot y la región con la generación de nuevas oportunidades de empleo y crecimiento personal a cada una de las personas que hagan parte de este gran proyecto

De igual forma establecer una organización que brinde nuevas oportunidades en el mercado estableciendo de forma positiva en cada uno de los procesos formas únicas de desarrollar los procesos que le permita obtener unos indicadores de crecimiento, expansión y sostenibilidad en el mercado que están exigente entorno a las exigencias que presentan los clientes.



## 11. CONCLUSIONES

- ✓ El objetivo principal del proyecto fue: Establecer la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de domicilios en el municipio de Girardot Cundinamarca.
- ✓ Finalizados los estudios de Mercado, Técnico, Administrativo y Legal y Financiero, podemos determinar que el proyecto es totalmente viable la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de domicilios en el municipio de Girardot Cundinamarca, dado que en la actualidad existe poca demanda de estos servicios en el sector de estudio, y en consecuencia una demanda insatisfecha.
- ✓ La empresa se constituiría como una S.A.S (Sociedad por acciones Simplificadas) utilizara dos fuentes de financiamiento:
  - Aportaciones de Capital
  - Préstamo bancario (Línea de crédito)

Los fundadores de la empresa aportaran 50% de capital para poner en marcha el negocio y el otro 50% del capital será un préstamo bancario que en el estudio financiero se verá reflejado.

- ✓ A partir de los resultados obtenidos de los estudios se puede proyectar la creación de la empresa dedicada a la prestación de servicios de domicilios con una estructura sólida en las diferentes áreas con el objetivo de lograr un posicionamiento y crecimiento año tras año en el mercado.
- ✓ Esta propuesta de crear una empresa en la ciudad de Girardot de generar crecimiento y desarrollo a través de nuevas ideas de emprendimiento e innovación por parte de nosotros y de satisfacer las necesidades que se

presentan en el mercado actual y que nos ofrece la oportunidad de iniciar en el mundo de los negocios enfrentando desafíos como la supervivencia y el crecimiento de la nueva organización.

## 12. RECOMENDACIONES

- ✓ Sera necesario tener en cuenta que al momento de realizar un servicio de domicilios se cuente con la capacidad para la prestación del servicio, el personal requerido y disponible, herramientas y equipo adecuados para poder ofertar de una manera eficiente y oportuna para no tener posibles inconvenientes en los procesos.
- ✓ Implementar reuniones (Comités) para dar a conocer cronogramas, planes a desarrollar, inquietudes u opiniones que se tengan por parte de los miembros de la organización y permita tener un proceso de retroalimentación en todas las áreas de esta.
- ✓ Estar en la exploración de nuevos mercados es decir expansión y ofrecimiento de nuevos productos que nos ayude a ser más competitivos aplicando las diversas herramientas tecnológicas que se presentan en la actualidad, capital humano capacitado.
- ✓ Establecer una multiplicidad y diversificación de los productos para ser más rentables, y contar con un amplio portafolio que permita la fidelizar al cliente busca la satisfacción a sus necesidades.
- ✓ Indagar y emplear diversas estrategias tanto de marketing que permitan establecer procesos óptimos en las diferentes áreas la prestación del servicio siempre buscando satisfacer y ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes.

## BIBLIOGRAFÍA

- CASANOVAS, August. Logística Empresarial. Gestión 2000. 2003
- SORET LOS SANTOS, Ignacio. La logística y las operaciones .Madrid. 2009
- BACA, G, Evaluación de proyecto .México. Mc Graw Hill. 2010
- CHIAVENATO, Idalberto, Introducción a la teoría general de la administración. Mc Graw Hill. Séptima edición
- WHEELER, Evan. Los canales de Distribución. Bogotá. Norma. 2005
- GUÍA OPCIONES DE GRADO, Facultad De Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Marzo de 2012
- Ley MIPYMES. (2000). Recuperado el 10 de Febrero del 2016 de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>
- ANGULO, Julio. Logística [en línea]. s.f. [citado 9 de febrero de 2007] Disponible en Internet: [www.monografias.com/trabajos15/logistica/logistica.shtml](http://www.monografias.com/trabajos15/logistica/logistica.shtml)
- HERNÁNDEZ, Marisol. Ejemplo de planteamiento del problema ( en línea) (citado 29 de junio de 2013 ) Disponible en internet: <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com.co/2013/06/ejemplo-de-planteamiento-del-problema.html>

## **ANEXO A. ENCUESTA PERSONAS NATURALES DEL MUNICIPIO DE GIRARDOT**

La presente encuesta; pretende conocer la factibilidad de la propuesta de crear una empresa prestadora de servicios de domicilios en el municipio de Girardot.

Agradecemos de ante mano por su colaboración.

Edad: \_\_\_\_\_

Ocupación \_\_\_\_\_

Sexo: \_\_\_\_\_

**1.** ¿Tiene usted conexión a internet desde su casa?

- A. Si
- B. No

**2.** ¿Es usted quien realiza las compras en su hogar?

- A. Si
- B. No

**3.** En ocasiones pospongo o cancelo mis compras por:

- A. Cansancio
- B. No tengo tiempo
- C. Muy largas las filas
- D. distancia
- E. Discapacidad física

4. Las razones por las cuales en ocasiones no dispongo de tiempo para hacer mis compras son:

- A. Compromisos laborales
- B. Compromisos familiares
- C. Quehaceres domésticos
- D. Imprevistos

5. Cuando dispongo del tiempo libre, prefiero posponer mis compras para darle tiempo a mi familia o atender compromisos familiares:

- A. Definitivamente si
- B. Probablemente si
- C. Indeciso
- D. Probablemente no
- E. Definitivamente no

6. Cuando llego a mi casa me encuentro demasiado cansado (a) para hacer mis compras:

- A. Siempre
- B. Casi siempre
- C. A veces
- D. Casi nunca
- E. Nunca

7. Siempre voy a realizar mis compras con el tiempo suficiente como para esperar en fila y pagar:

- A. Definitivamente si
- B. Probablemente si
- C. Indeciso
- D. Probablemente no
- E. Definitivamente no

8. Hay reuniones sociales o familiares que salen de imprevisto, en las que me encuentro en la necesidad de ir con urgencia a realizar la compra:

- A. Siempre
- B. Casi siempre
- C. A veces
- D. Casi nunca
- E. Nunca

9. Estaría usted dispuesto (a) a hacer uso de internet para hacer pedido a domicilio de su lista de compras:

- A. Si
- B. No
- C. Tal vez

**10.** Si se le ofreciera un servicio de entrega a domicilio de compras de productos ( bienes o servicios ) estaría dispuesto a pagar por la prestación de este servicio

A. Si

B. No


**11.** ¿Le gustaría a usted como consumidor, tener una aplicación en su teléfono móvil en donde podrá adquirir productos cuando los necesite?


A. Si


B. No




## ANEXO B. DESCRIPCION DE CARGOS

	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	<b>VERSIÓN: 1</b>
		<b>FECHA APROBACIÓN</b> : (DD/MM/AAAA)
<b>1. IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>1.1 CARGO</b>	OPERADOR	
<b>1.2 ÁREA</b>	OPERATIVA	
<b>1.3 JEFE INMEDIATO</b>	COORDINADOR	
<b>2. FUNCIONES GENERALES</b>		
Ejecución de las labores del servicio de domicilio.		
<b>3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
- Recoger los servicios de domicilios correspondientes. - Llevar un registro de los domicilios realizados durante el día. - Las demás funciones que le sean asignadas y que sean afines con la naturaleza del cargo.		
<b>4. REQUISITOS</b>		
- <b>Aptitudes:</b> Excelente presentación personal ,trabajo en equipo y fluidez verbal  - <b>Conocimientos:</b> Título de bachillerato y nomenclatura del municipio de Girardot.  - Licencia de conducción de carro o moto		
<b>5. EXPERIENCIA</b>		
Mínimo de 1 en el desempeño del cargo.		

	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	<b>VERSIÓN: 1</b>
		<b>FECHA APROBACIÓN</b> :
		(DD/MM/AAAA)
<b>1. IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>1.1 CARGO</b>	SECRETARIA	
<b>1.2 ÁREA</b>	ADMINISTRATIVA	
<b>1.3 JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE	
<b>2. FUNCIONES GENERALES</b>		
<p>Es responsable de realizar labores secretariales con discreción y responsabilidad en el manejo de la información; colaborando así al óptimo funcionamiento de la unidad.</p>		
<b>3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyar la agenda de trabajo del Administrador.</li> <li>- Redactar informes, notas, memorandos y otros documentos que sean asignados.</li> <li>- Mantener actualizado los archivos de documentos y otros materiales de información de la Administración.</li> <li>- Recibir las llamadas telefónicas y realizar aquellas solicitadas por el Administrador.</li> <li>- Recibir y distribuir el correo interno.</li> <li>- Mantener registro de entrada y salida de documentos.</li> </ul>		
<b>4. REQUISITOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnico o Tecnología en secretariado ejecutivo.</li> <li>- Labores de oficina en general y manejo de su equipo correspondiente.</li> <li>- Conocimientos y manejo de Pc en paquetes de Office (Word, Point y Excel).</li> </ul>		
<b>5. EXPERIENCIA</b>		
Mínimo 6 meses en desempeño del cargo.		

	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	<b>VERSIÓN: 1</b>
		<b>FECHA APROBACIÓN</b>
		: (DD/MM/AAAA)
<b>1. IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>1.1 CARGO</b>	COORDINADOR	
<b>1.2 ÁREA</b>	ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA	
<b>1.3 JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE	
<b>2. FUNCIONES GENERALES</b>		
Ejecución de labores de coordinación y asignación de servicio de domicilios a los operadores.		
<b>3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asignar a cada uno de los operarios de acuerdo a su zona de ubicación, los domicilios que se encuentren pendientes en la central de operaciones por realizar.</li> <li>- Recibir las llamadas de los clientes y empresas y dar la información pertinente.</li> <li>- Hacer seguimiento al personal que se encuentra fuera de la central de operaciones.</li> <li>- Llevar un registro de los domicilios que le asigna a cada uno de los operarios.</li> <li>- Constatar al finalizar la jornada con cada uno de los operarios el número de domicilios que le fueron asignados.</li> <li>- Pasar un reporte por escrito al administrador sobre el número de domicilios realizados por cada uno de los operarios.</li> <li>- Las demás funciones que le sean asignadas y que sean afines con la naturaleza del cargo.</li> </ul>		
<b>4. REQUISITOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Aptitudes:</b> Excelente presentación, responsabilidad, manejo de grupo, liderazgo, orientación al logro, creatividad, habilidades de escucha</li> <li>- <b>Educación:</b> Profesional en Administración de empresas.</li> </ul>		
<b>5. EXPERIENCIA</b>		
De 1 a 2 años de experiencia en áreas, labores y Jefatura, coordinación del departamento de operaciones.		

	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	<b>VERSIÓN: 1</b>
		<b>FECHA APROBACIÓN</b>
		: (DD/MM/AAAA)
<b>1. IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>1.1 CARGO</b>	ASESOR CONTABLE	
<b>1.2 ÁREA</b>	ADMINISTRATIVA	
<b>1.3 JEFE INMEDIATO</b>		
<b>2. FUNCIONES GENERALES</b>		
Ejecución de labores contables y financieras al interior de la empresa, a fin de dar cumplimiento a la legislación vigente en Colombia, en materia contable.		
<b>3. FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Presentar informes mensualmente al gerente y a los organismos de control.</li> <li>✓ Verificar la exactitud numérica de comprobantes, recibos, cuentas, relaciones y otros documentos.</li> <li>✓ Colaborar en estudios relacionados con la situación financiera, cuando se requiera.</li> <li>✓ Realizar los asientos contables, de acuerdo a las normas establecidas.</li> <li>✓ Elaborar informes financieros, movimientos de caja y análisis de balances obtenidos de registros contables, bajo la orientación del administrador.</li> <li>✓ Asistir a las reuniones que sea convocado.</li> <li>✓ Registrar los gastos e ingresos (Débitos y Créditos) a través de los asientos contables.</li> <li>✓ Guardar la debida reserva y discreción de la información que se le ha confiado.</li> <li>✓ Las demás funciones que le sean asignadas y que le sean afines con la naturaleza de su cargo.</li> </ul>		
<b>4. REQUISITOS</b>		
Contador público Titulado		
<b>5. EXPERIENCIA</b>		
Un año (1) en el desempeño del cargo.		

**DESCRIPCIÓN DEL CARGO****VERSIÓN: 1**  
**FECHA APROBACIÓN :**  
(DD/MM/AAAA))**1. IDENTIFICACIÓN**

<b>1.1 CARGO</b>	GERENTE
<b>1.2 ÁREA</b>	ADMINISTRATIVA
<b>1.3 JEFE INMEDIATO</b>	JUNTA DE SOCIOS

**2. FUNCIONES GENERALES**

- Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.
- Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros servicios.
- Es la imagen de la empresa en el ámbito externo, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo, tanto de forma local como a nivel nacional.

**3. FUNCIONES ESPECIFICAS**

- Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa y constituir los apoderados cuando haya lugar.
- Realizar las operaciones y celebrar los contratos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la empresa, obteniendo la autorización previa de la junta de asociados cuando la cuantía exceda los veinte salarios mínimos legales al momento de la operación.
- Realizar los avances de dinero o en especies de acuerdo a lo que establezca la junta de asociados, hacer reservas legales y repartir las utilidades líquidas al final del ejercicio de cada año.
- Elaborar el reglamento interno de trabajo asociado.
- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.

**4. REQUISITOS**

- **Aptitudes:** Excelente presentación, responsabilidad, manejo de grupo, liderazgo, orientación al logro, creatividad, habilidades de escucha y de decisión de alta trascendencia, capacidad de síntesis y buen raciocinio.
- **Educación:** Título de formación universitaria en Administración de Empresas y/o Gestión Empresarial y conocimientos específicos en el área administrativa, recursos humanos y sistemas.

**5. EXPERIENCIA**

Dos (2) años en cargos administrativos o afines.