



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN EL SECTOR DE ENVÍOS EN BOGOTÁ-REGION.

LAURA VANESSA AGUIRRE LOPEZ

**OPCIÓN DE GRADO II
PROYECTO PARA APROBACIÓN**

DIRECTOR ALEXIS NAVAS

PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
DIVISIÓN INGENIERÍAS
INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C
2022

Tabla de contenido

1.	6
2.	7
3.	8
4.	9
5.	10
5.1	10
6.	11
7.	12
7.1	12
7.2	18
7.3	20
7.4	24
7.5	27
7.6	29
7.7	30
7.8	31
7.9	31
7.10	33
8.	34
8.1	34
8.2	35
8.3	37
8.4	40
8.5	41
8.6	42
9.	43



9.1. Estructura legal-jurídica (incluye la normatividad ambiental, técnica, licencias y permisos inherentes al negocio)	41
9.2 Planeación estratégica:	42
9.3	45
9.4	45
9.5	46
9.6	48
10 ESTUDIO FINANCIERO PORYECCION A 3 AÑOS	46
10.1 Análisis de la Inversión (Activos fijos, intangibles, estructura del financiamiento, fuentes de financiamiento, Inversión total)	46
10.2 Presupuesto de Ingresos	46
10.3 Presupuesto de Egresos (compras, nómina, pagos, gastos administrativos, pago de la deuda, otros)	47
10.	55
11. ANALISIS DE IMPACTOS	48
12 CONCLUSIONES	49
13 BIBLIOGRAFÍA	50
14 EVIDENCIAS DE PUESTA EN MARCHA	51
15 ANEXOS	52



Listado de tablas

Tabla 1 Variables Ordinales	17
Tabla 2 Segmentación demográfica	18
Tabla 3 Comparación empresas	21
Tabla 4 Proyección de ventas primer año	26



Listado de Ilustraciones

Ilustración 1 Lienzo Canvas	9
Ilustración 2 Descripción de tarifas	12
Ilustración 3 Maleta de envío	12
Ilustración 4 Proceso de envío	13
Ilustración 5 Principales empresas de mensajería según número de envíos individuales en el trimestre	16
Ilustración 6 Perfil del consumidor	19
Ilustración 7 Página de Instagram Iris	22
Ilustración 8 Mapa de la ciudad de Bogotá	23
Ilustración 9 Proceso productivo 1	30
Ilustración 10 Proceso productivo 2	30
Ilustración 11 simulación producción	31
Ilustración 12 tráfico y velocidad ciudad de Bogotá	32
Ilustración 13 Producción por zonas	33
Ilustración 14 Participación por zonas	33
Ilustración 15 Layout bodega	34
Ilustración 16 Medidas Bodega	35
Ilustración 17 Costeo producción	36



1. RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de plan de negocios tiene como objetivo determinar la viabilidad de una micro empresa de mensajería express para su puesta en marcha, esta idea de negocio surge de dos emprendedores que identifican la necesidad de negocio y en la actualidad están al frente del negocio, por la crisis de la pandemia se visualiza una oportunidad ya que el crecimiento de emprendedores en la ciudad de Bogotá aumentó y así mismo una demanda más alta en el sector de envíos locales, la construcción de esta empresa de mensajería se enfoca en un cliente objetivo a diferencia del mercado actual, con precios más económicos en el mercado y tiempos de espera mínimo a la hora de enviar un producto siendo nuestro factor diferenciador, se desea brindar un servicio totalmente personalizado para que la satisfacción del cliente sea completa. Se brindará el servicio de recolecta y entrega de paquetes con el fin de facilitar a los emprendedores sus ventas. Actualmente la empresa inició operación en la ciudad de Bogotá, adquiriendo información del mercado, donde se evidencia que la empresa a futuro puede tener un crecimiento nacional e internacional, la clave de esto será nuestra buena logística.

The objective of the business plan work is to determine the viability of an express courier micro company for its start-up, this business idea arises from two entrepreneurs who identify the business need and are currently in charge of the business, for the pandemic crisis is seen as an opportunity since the growth of entrepreneurs in the city of Bogotá increased and likewise a higher demand in the local delivery sector, the construction of this courier company focuses on a target customer unlike of the current market, with cheaper prices in the market and minimum waiting times when sending a product being our differentiating factor, we want to provide a totally personalized service so that customer satisfaction is complete. The package collection and delivery service will be provided in order to facilitate entrepreneurs' sales. Currently the company started operations in the city of Bogotá, acquiring market information, where it is evident that the company may have national and international growth in the future, the key to this will be our good logistics.



2. NOMBRE DE LA EMPRESA Y ACTIVIDAD ECONÓMICA

El nombre de la empresa es Iris, el nombre está basado en la mitología griega, teniendo en cuenta los dos mensajeros Hermes e iris, Esta actividad económica está caracterizada por el CIU3 6412 Actividades de correo distintas de las actividades postales nacionales que comprende la recolección, el transporte y entrega [1].



3. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que preste el servicio de mensajería express /envíos en la ciudad de Bogotá la cual pueda llegar a considerarse viable teniendo en cuenta la demanda que se ha presentado. El interés de este proyecto nace a partir de una crisis mundial como lo fue la Pandemia por COVID-19 ya que este sector ha ido creciendo, estimando así que en el primer semestre las personas que habían solicitado este servicio eran de 44,50 %, mientras que en 2019 fue de 31,11% [2]. La empresa actualmente está en operaciones realizando pruebas piloto para analizar el mercado más de cerca, además se tiene un plan para los próximos años, tanto de crecimiento en ventas como en expansión nacional, teniendo en cuenta que los clientes objetivos han cambiado con el tiempo; hoy en día el emprendimiento ha crecido en todo Colombia y por esto, la empresa que se quiere desarrollar será enfocada en este público objetivo. Se determinará la oportunidad de negocio que existe en el mercado analizando este de forma dinámica y visual gracias al lienzo canvas dividiéndolo en 9 bloques, así teniendo un panorama global del negocio. Se tendrá en cuenta la delimitación del proyecto o puesta en marcha del negocio determinando como en qué zona geográfica trabajará la empresa y que tamaño, medidas serán aceptadas; además se analizará las tres etapas que se tienen pensadas para este proyecto. La descripción del servicio, contará cómo se realiza la compra como usuario y cliente de Iris, además se puede ver evidenciado cómo se genera esta compra o que otro tipo de servicio se maneja en la empresa, analizando el mercado o la competencia directa tendremos una idea de como es el negocio, a pesar de que se compite con grandes marcas por que las empresas que lideran son marcas reconocidas en el mundo, se quiere mejorar los aspectos para una satisfacción total a la hora de dar el servicio, este análisis nos permitirá acercarnos de tal manera que se ve evidenciado el incremento de ventas durante la pandemia es decir en el año 2020 a partir de mitad de año, gracias a información de fuentes secundarias y primarias como lo son las encuestas y entrevistas informales. El canal de distribución que la empresa debe manejar será explicado y argumentado ya que es importante cómo se hará este por lo que no hay un punto físico y la empresa se maneja netamente por medio de redes sociales y medios de comunicación en su primera fase. Se puede evidenciar los requerimientos y tipo de proveeduría que debería tener una empresa de este tipo y a demás se realiza una simulación donde se ve el proceso productivo y la capacidad máxima que dispone la empresa, gracias a esto se puede hacer una proyección de ventas a dos años



4. DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO IDENTIFICADA

En el sector de envíos los emprendedores actuales tienen problemas ya que en el mercado no se encuentra diversidad de empresas de mensajería que satisfaga las necesidades de este tipo de clientes. Los emprendedores buscan entregas rápidas, precios económicos y una logística organizada. A pesar de que en Colombia hay empresas reconocidas por su excelente trabajo como lo son inter rapidísimo, servientrega y envía, existen 16 empresas en Colombia liderando el mercado según la revista dinero [3]; este tipo de empresas satisfacen las necesidades de mensajería masiva, y no de mensajería en cantidades más pequeñas como lo hacen los emprendedores; a pesar de este problema los emprendedores optan por estas empresas ya que lideran el mercado de correos y envíos a nivel nacional e internacional. Existen pequeñas empresas de mensajería en Bogotá, pero estas cobran su servicio por la metodología de precio-kilómetro, un precio muy elevado para este tipo de clientes. En la anterior oportunidad detectada se realizó una recopilación de clientes actuales de iris donde se corrobora que las empresas de mensajería actual no satisfacen sus necesidades actuales, y optan por empresas de bajo costos, ya que ayuda a atraer más clientes por el bajo costo de envío ver anexo de calificación (ver anexo 0).

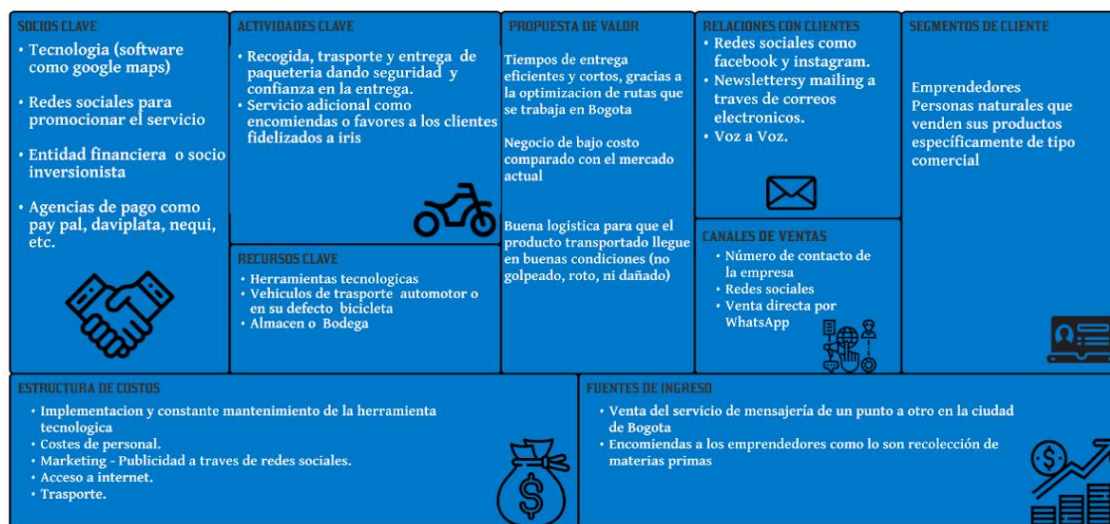
A raíz de las problemáticas previamente mencionadas se creará una empresa nueva en el sector de mensajería y envíos con el fin de brindar facilidad a los emprendedores a la hora de enviar sus productos, donde ellos se sientan cómodos a la hora de contratar este servicio.



5. LIENZO CANVAS

5.1 CANVAS EMPRENDIMIENTO IRIS

Ilustración 1 Lienzo Canvas



Fuente: *Elaboración propia 2022*



6. ALCANCE O DELIMITACIÓN

El alcance de este proyecto en su primera fase es brindar un servicio y generar un impacto en el público objetivo, la idea de negocio se crea a base de una necesidad que surge en pandemia, se pondrá en funcionamiento abarcando toda la ciudad de Bogotá y zonas aledañas a ella no mayor a 35 km específicamente con cobertura a Chía, Funza, Mosquera, Cota, el Rosal, Tenjo, Cajicá, Madrid con dos trabajadores motorizados. Se cuenta con un prototipo de entregas en tiempos y mensajeros, donde cada uno trabaja 4 horas realizando dos funciones específicas como lo son Recoger mercancía y entrega de mercancía, estando en funcionamiento para el cliente de 8 am a 8 pm, teniendo así en cuenta, recolección de información, recolección de paquete a enviar y entrega de este, en un mismo día, 6 días a la semana de lunes a sábado. El tamaño de los paquetes a enviar no podrá exceder el 20cm x 20cm x 20cm, teniendo en cuenta que los mensajeros **realizarán** su trabajo en motos o ciclomotores, se espera con el crecimiento de ventas contar con más motorizados y empleados según lo requiera la empresa y su aumento de clientes, esto con la delimitación de tiempo del 2022 al 2024. En su segunda fase se tendrá que la empresa pueda hacer estudios en otras ciudades como lo son, Cali, Medellín y Cartagena para poder contar con cobertura local en cada una y en la ciudad de Bogotá poder contar con un espacio de bodega pequeño para la distribución de los productos emprendedores, esto con la delimitación de tiempo de 2025 a 2028, no se tomará en cuenta transporte nacional es decir de una ciudad a otra hasta su tercera fase en el 2028 ya que el éxito de esta definirá el curso de la empresa.



7. ESTUDIO DEL MERCADO

7.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO

El servicio principalmente se creó de la necesidad del cliente, esta necesidad de: llevar sus productos a un lugar sin tener que salir de casa, donde se tenga en cuenta el envío de cada uno de los productos y no un envío en conjunto como se realiza en el mercado actual es decir los emprendedores buscan que su producto enviado sea tratado con delicadeza y la misma importancia que ellos le dan al crearlo, el buen servicio y la calidad con la que llegue el producto al destino final es decir que no llegue golpeado, sino que llegue igual a como el emprendedor lo entregó al mensajero, además de ellos es de carácter fundamental los tiempo de entrega en que usted como emprendedor lo solicite; por tanto se estiman costos adecuados a cada envío/servicio Ya que el valor agregado de iris es su beneficio entre TIEMPO DE ENTREGA y PRECIO. Tener en cuenta que el tiempo de entrega se realiza en máximo 13 horas y con un Valor por debajo del precio de mercado del que se maneja en las empresas de mensajería tradicional. Ocasionalmente se presentan situaciones que desfavorecen al emprendedor, como por ejemplo el producto no es lo que esperaba el cliente final, por esta razón Iris ofrece el servicio de devolver el producto a mitad del costo que se hace el envío usualmente, con las empresas tradicionales el cliente del emprendedor tendría que dirigirse a su empresa de envíos mas cercana, realizar el pago y envío para devolver al emprendedor su producto, esto causa molestias, inconformidades y costos de más para el emprendedor. (Dirigirse al punto 7.2 para ver la comparación de precios).

Realizando un análisis con respecto al entorno, se garantizará como estrategia de producto la recolección, transporte y entrega para pequeños paquetes, con peso hasta de 5 kilos, siendo este un punto fuerte a nuestro favor, además en el servicio tendrá contacto directo con el mensajero, dando la oportunidad de que el cliente pueda comunicar cualquier imprevisto. Además de ello los tiempos de entrega del mercado actuales no satisfacen al mercado objetivo, siendo así otro punto fuerte que debe de cubrir para tener un servicio adecuado que el cliente desee contratar. El segundo servicio que se maneja, es el de encomiendas.

Se desea brindar un servicio de mensajería diferente a los convencionales, el cliente/emprendedor que desee enviar su producto a vender, deberá contactarnos por página de Instagram, numero de celular o directamente en



WhatsApp, una vez le demos las especificaciones de nuestras tarifas y manejo de envíos, si el cliente desea contratar el servicio, debe dar especificaciones como: si necesita que llegue a una hora determinada, en donde debemos llevar el producto, datos y numero de contacto de quien recibe este producto como lo son: nombre, dirección, celular; si su producto está pago o se presta el servicio de contra entrega, si el producto está pago especificar si se puede dejar en portería o buzón, todas estas indicaciones las solicitamos para hacer entrega de los productos con más eficiencia, sin generar tiempos de pérdida. Para la facilidad del cliente se le brinda al emprendedor información ágil en una infografía donde se especifica los requerimientos de envío como se ve evidenciado en la ilustración 2.

Ilustración 2 Descripción de tarifas

La infografía está dividida en dos secciones principales, ambas con un fondo azul y el logo de IRIS ENVIOS en la parte superior.

Sección Izquierda: BIENVENIDO A IRIS ENVIOS

Si deseas contratar nuestro servicio de mensajería envíanos:

- Dirección y casa o apto
- Nombre del cliente
- Teléfono del cliente
- Tipo de envío: Contra entrega o Pago

GRACIAS POR TÚ FIDELIDAD A NUESTRO SERVICIO, ¡PORQUE TÚ VALES EL TIEMPO!

Sección Derecha: TARIFAS IRIS

DOMICILIOS \$ 6.000 cop
(Bogotá, solo productos de tu emprendimiento)

TRANSPORTE A EMPRESAS DE ENVÍOS \$ 8.000 cop
(Por viaje)

FAVORES O ENCOMIENDAS DE ABASTECIMIENTO \$ 10.000 cop - \$ 15.000 cop
(materias prima clave para tu venta)

GRACIAS POR TÚ FIDELIDAD A NUESTRO SERVICIO, ¡PORQUE TÚ VALES EL TIEMPO!

Fuente: elaboración propia 2022

Una vez el negocio está contratado, el mensajero irá a buscar a la dirección del emprendedor el paquete a enviar, si nuestro cliente es nuevo tomando el servicio se le mostrará donde se transportará su paquete para más seguridad y confianza, los productos se transportarán en una maleta impermeable, con buen espacio, diseñada y realizada específicamente para este tipo de trabajo, plegable y además con toda la información de a empresa:



Ilustración 3 Maleta de envío



Fuente: elaboración propia 2022

Esta cuenta con la información básica de la empresa: su logo, número de contacto, red social Instagram y eslogan, además se dará el contacto del mensajero del producto para que pueda haber una relación Cliente-trabajador por alguna emergencia.



Ilustración 4 Proceso de envío



PASOS PARA CONTRATAR TU SERVICIO

Porque tu vales el tiempo

1. Contactanos

recuerda hacerlo en la mañana o un día antes de la entrega

Contactanos por nuestros medios de comunicación como lo son número de celular, Instagram, Whatsapp, Facebook y Correo



3. El mensajero elegido ira por el paquete

10:00

Una vez hayas concretado el servicio con el equipo de comunicación el mensajero elegido ira al punto de recogida por el paquete a entregar, podrás dejarlo en una portería o entregarlo tu mismo

Ahora tu pedido llegara seguro y en poco tiempo

Si deseas saber el estado de tu pedido contacta al numero de comunicacion



2. Nuestro equipo de comunicación te guiara

Valida toda la información del envío

Nuestro equipo de comunicación contestara a tu llamada o mensaje, donde te ofrecerá no solo nuestras tarifas sino las indicación e información que requerimos para poder brindarte nuestro servicio(dirección de recogida y entrega, número de contacto y persona a la que le llega el envío)



IRIS



Fuente: elaboración propia 2022

Se tienen servicios adicionales o segundo servicio que el emprendedor puede contratar, estos tienen la misma metodología explicada, sin embargo con diferente objetivo, uno de ellos son las encomiendas; en estas el emprendedor necesita abastecerse con sus materias primas del producto que vende, se ha analizado a los posibles clientes y estos expresan que no tienen tiempo en ocasiones de ir ellos mismos por los insumos, así que se presta este servicio a un costo más alto ya que incurre en un tiempo que no se puede determinar o estimar. El tercer servicio que se presta es el de envió de paquetes a empresas que hacen entregas nacionales, el emprendedor entrega cierto número de paquetes para que el mensajero de iris lo lleve a estas empresas, solo por un valor. Es decir que si el emprendedor contrata el servicio de envió de x paquetes a una empresa de mensajería externa a nosotros el valor se mantiene sean el número de paquetes que sean.



7.2 ANÁLISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL

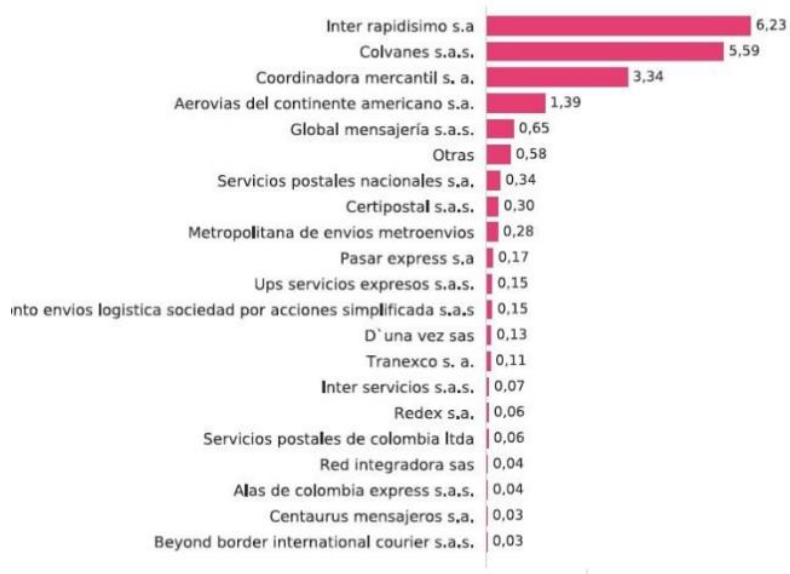
Se pudo analizar que las empresas de envíos que tienen una demanda alta como lo es Inter Rapidísimo donde encabeza la lista de las empresas de mensajería con mayor crecimiento en los últimos meses, también se encuentra coordinadora una de las más conocidas por sus servicios eficaces prestados en tiempos y calidad en sus entregas, teniendo un público amplio donde algunos los reconocen como buenas empresas y otros como empresas que no satisfacen sus necesidades, teniendo en cuenta que son empresas sin un perfil de su consumidor ya que cualquiera podría contratar su servicio. Actualmente la oferta en el mercado es alta, ya que no solo se encuentran estas empresas en Colombia de mensajería, sino que a nivel local en Bogotá hay empresas pequeñas en este sector que buscan escalar en el mercado; el modelo de negocio de este tipo de empresas es de un costo alto. No solo en Bogotá surgen estas ideas de negocio, sino en todo el territorio de Colombia, se busca realizar un plan de negocios que satisfaga a los emprendedores de Bogotá con un modelo de negocio de bajo costo, siendo rentable y asequible para los clientes, con el enfoque de que en la segunda etapa se espera poder brindar el servicio en diferentes ciudades de Colombia.

Las localidades que en el primer trimestre del año 2021 aumentaron la creación de pequeñas empresas registradas por el DANE fueron Suba, Usaquén y Engativá, gracias al estudio GEM que se realizó tratando los temas de cómo los emprendedores han aumentado en los últimos años y comparando estas cifras con las de todo el mundo, para esto se hicieron encuestas donde se identifica que en el año 2019 la tasa fue del 22% mientras que en el año 2022 creció con un porcentaje del 31,1 %, del 100 % de estas personas encuestadas más de la mitad dice que encontró una oportunidad de negocio a raíz de la pandemia [4].

A continuación, se muestra un gráfico de las principales empresas de mensajería en el 2020 en Colombia:



Ilustración 5 Principales empresas de mensajería según número de envíos individuales en el trimestre



Fuente: sistema de información integral del sector TIC – Colombia TIC

Realizando una comparación con los precios del mercado actual, se evidencia que son de un alto costo para nuestro nicho de mercado, a continuación se muestra una cotización virtual con la empresa líder del mercado:

Ilustración

Fecha del envío: 05/05/2022

¿Desde dónde? BOGOTÁ

¿Cuánto pesa aprox.? 1 kg

¿Dónde? ENTRE

Cotizar

Notificaciones	Fecha estimada de entrega:	Valor:	Forma de Pago:
	06/05/2022	\$ 12.320	Contado
Rapi AM	06/05/2022	\$ 8.820	Contado - Al Cobro
Rapi Hoy	05/05/2022	\$ 8.820	Contado - Al Cobro
Rapi Radicado	06/05/2022	\$ 8.820	Contado



Fuente: Elaboración en pagina web: interrapiidimi.com

Como se ve en la imagen anterior su costo es de \$8.800 pesos o puede variar el precio según llegue en horas de la mañana, con un precio de \$12.300 pesos.

7.3 DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO

Nuestro público objetivo son mujeres y hombres con pequeñas empresas o emprendimientos, teniendo en cuenta el análisis que se ha realizado y el impacto que ha tenido la pandemia en estos generando un nuevo interés por ser emprendedores (personas naturales) según la investigación de la institución nacional de contadores públicos en el 2021 el número de las pequeñas empresas activas fue de 41.062 y en los sectores que más se evidencia es en Kennedy, Suba y Usaquén por lo tanto las empresas activas serán nuestra población [5]. El servicio se desea prestar para los emprendedores de Bogotá que se dediquen a vender comercio, por lo menos para los primeros dos años, el tercer año se espera llegar a un público objetivo más amplio como lo son emprendedores enfocados a vender alimentos y otro tipo de productos. [6]

Por la capacidad actual de la empresa; según su estructuración y su organización que se ha ejecutado actualmente, para el primer año se tiene contemplado contar con una cantidad de 30 clientes; según el análisis la capacidad por pareja mensajera sería de 30 paquetes al día, realizando una prueba de que el cliente solicite 1 envío al día (esto puede variar según el pedido del cliente, según la demanda se irá contratando nuevo personal), ocupando así la capacidad máxima del personal disponible, para el segundo año se tiene contemplado 60 clientes y para el tercer año se tiene contemplado 80 clientes. En la Ilustración 17 se puede evidenciar el plan de producción al detalle. Teniendo en cuenta nuestra población, abordaremos los primeros años el 0,3 % de esta, Sujetos a que este porcentaje puede aumentar por solicitud de pedidos y de producción.

La oferta es alta, pero no hay muchas empresas enfocadas a los nuevos emprendedores y las pocas empresas que hay con este enfoque no satisfacen completamente las necesidades del cliente es decir el emprendedor. Se hará uso de las fuentes primarias en donde se recogerán



los datos de forma directa, con entrevistas y encuestas, teniendo en cuenta que las variables serán categóricas; usando la escala nominal y ordinal. El tamaño de la muestra se realizará de forma aleatoria por la naturaleza de la investigación ya que es experimental, además será una muestra probabilística donde todos tienen la misma posibilidad de participar. [7]

7.3.1 Fuente primaria: La recopilación de información que se necesitará de algunos emprendedores de la ciudad de Bogotá-Región, será una observación directa acerca de su criterio para poder identificar problemas en estos procesos de servicio de mensajería con la satisfacción del cliente. Se realizaron unas encuestas utilizando la escala Likert donde algunas de las variables para las entrevistas serán las siguientes:

Tabla 1 Variables Ordinales

ORDINAL	
Que cantidad de paquetería envía diariamente	Número de envíos del emprendedor al día
Importancia del precio de servicios de mensajería	Enumerar de 1 a 5
Importancia del tiempo de entrega de servicios de mensajería	Enumerar de 1 a 5
Importancia de la seguridad de servicios de mensajería	Enumerar de 1 a 5
Importancia de la cobertura de servicios de mensajería	Enumerar de 1 a 5
Importancia de la logística de servicios	Enumerar de 1 a 5



de mensajería	
---------------	--

Fuente: Elaboración propia



Las siguientes variables son para recopilar información mediante una encuesta de acuerdo con el usuario, así mismo saber qué identificar que el servicio que se quiere dar tendrá una aceptación en el mercado objetivo:

Tabla 2 Segmentación demográfica

VARIABLES NOMINALES
Edad
Estrato
Género
Nivel de ingresos
Ocupación

Fuente: Elaboración propia 2022

El análisis de la encuesta que se realizó se puede ver evidenciada en el anexo 1 Encuestas clientes, estas se elaboraron con base de identificar, necesidades y que mejorarían de las empresas actuales, además si les gustaría recibir un servicio especializado en mensajería y lo tomarían, además, con las respuestas dadas la interpretación llega a ser un sí.



7.3.2 Perfiles de los consumidores

Ilustración 6 Perfil del consumidor



Fuente: Elaboración propia 2022

En la ilustración se evidencia que preferencias/perfiles tienen los clientes objetivos, dándonos una idea en donde nuestro servicio se puede enfocar para llegar a más clientes

7.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (Y/O ANÁLISIS DE SUSTITUTOS PARA PRODUCTOS/SERVICIOS INNOVADORES)

En cuanto a las empresas donde su público objetivo son los emprendedores y la competencia directa el mercado es reducido, se hizo un análisis exhaustivo y se encontraron las siguientes empresas como competidoras directas:



EMPRESA	DESCRIPCIÓN	COBRO
Domi moto Bogotá	Esta empresa trabaja en Bogotá, trabajan específicamente en motos ya que el tráfico de Bogotá es pesado, esta empresa tiene cobertura en toda Bogotá, pero no a los alrededores de esta.	Cobro por kilómetro a \$ 1.400 cop, si manda más de 5 la tarifa puede variar entre \$ 8.000 y \$ 10.000
Easy Entregas	Aunque la empresa es una de las más organizadas y con más reconocimiento en redes sociales de la competencia, no tienen cobertura en toda Bogotá, manejan algunas zonas ya que ellos se movilizan en carros y sus entregas al día son un poco más reducidas por el tráfico, a pesar de que su público está enfocado en emprendedores, esta empresa trabaja con envíos más enfocados hacia regalos y pastelería	El cobro es de un costo de \$ 10.000
Doomis	Empresa reconocida en redes sociales, tiene cobertura en toda Bogotá y estos trabajan en motos, es una de las pocas empresas que tiene indumentaria para sus empleados	Cobro por kilómetro 1.000 x 1 km, si se hacen 5 o más entregas se realiza una Tarifa Fija de 8.000
Hey	Es una empresa poco reconocida, a pesar de que tiene cobertura en toda Bogotá, y maneja pedidos contra entrega, siendo un plus para el cliente	Cobro por kilómetro: 5km son 7.000 a partir de ahí se le suman 800 el kilómetro adicional. Solo con más de 6 pedidos



		manejan tarifa estándar
--	--	-------------------------

Fuente: Elaboración propia

7.4.1 Matriz comparación de competidores

Se realiza una comparación teniendo en cuenta el precio del servicio, los tiempos de entrega, la cobertura en la ciudad de Bogotá y el reconocimiento que tienen en Bogotá y sus clientes fidelizados. Estos datos están basados en comunicación directa con las empresas que se encuentran evidenciadas.

Tabla 3 Comparación empresas

Empresa	Precio	Tiempos	Cobertura	Ventas/ Reconocimiento
IRIS(Nosotros)	✓	✓	✓	✗
Domi moto Bogotá	✗	✓	✗	✗
Easy entregas	✓	✗	✗	✓
Doomis	✗	✓	✓	✓
Hey	✗	✓	✓	✗



Moto Express Bogotá	✓	✓	✓	✗
------------------------	---	---	---	---

Fuente: Elaboración propia

Se puede analizar que los competidores directos son Doomis y Moto express Bogotá ya que tiene cualidades similares en cuanto a precios, tiempos, cobertura y reconocimiento en el mercado

7.5 ANÁLISIS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución se consideran según el servicio que se va a brindar y el tipo de cliente que consumirá el servicio, los clientes son personas naturales que buscan hacer envíos de sus propios productos, se ha mostrado una preferencia por los medios virtuales y redes sociales, Según el análisis la venta directa es el canal de distribución más corto, a pesar de que se puede incurrir en gastos, es el más indicado para el servicio que se desea brindar. En este mercado no es necesario un proveedor o intermediarios, teniendo en cuenta que la empresa está comenzando y sólo se hará a nivel local.

La comunicación directa con el cliente nos permite planear las mejores rutas de distribución y puntos de entrega de acuerdo las necesidades del cliente sabiendo que debe estar en los márgenes de la ciudad de Bogotá y/o aledaños partiendo de que los servicios de entrega a domicilio se han focalizado con una expectativa de aumento en los últimos años por la pandemia, ya que las tecnologías han facilitado la entrega y recolección de productos donde cada una de sus entregas pueden ser monitoreadas en tiempos reales y la distribución del comprador.

Por lo mismo Iris debe tener contacto directo siempre con el cliente, y ofrecerá sus productos en internet teniendo cuenta el análisis donde el cliente buscan sus productos online, el canal de distribución será **directo** por lo que las personas pueden adquirir el servicio por medio de redes sociales como lo son Instagram, Facebook, correo electrónico, número de celular, WhatsApp donde se contacta directamente con el equipo de comunicación de Iris.



Ilustración 7 Página de Instagram Iris

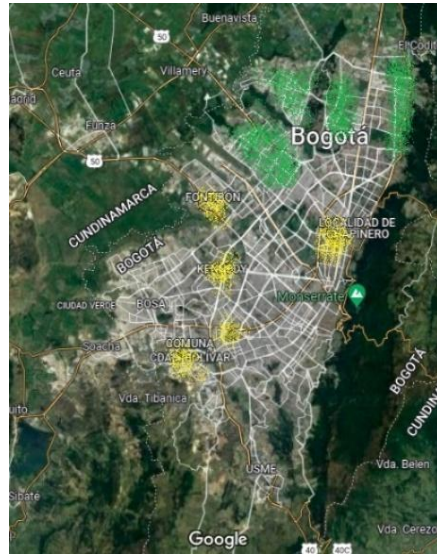


Fuente: Elaboración propia

7.5.1 Mapa de la ciudad de Bogotá, demanda de localidades



Ilustración 8 Mapa de la ciudad de Bogotá



Fuente: Elaboración propia

En la imagen se ve la demanda de pedidos y donde se brindará el servicio, en color verde se visualiza donde hay más emprendedores como lo son las localidades de Suba, Usaquén y Engativá. En amarillo se visualiza las localidades donde hay menor concentración sin embargo requirieren el servicio como lo son Fontibón, Kennedy, Chapinero y Ciudad Bolívar. Esta información está basada en las pruebas piloto que se han realizado, y en los clientes actuales que se han brindado la confianza a la empresa a pesar de ser nueva.

7.6 DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PRECIO. - DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

7.6.1 Precio



Según el análisis del mercado actualmente muchas empresas tiene sus precios dependiendo la distancia que recorrerá el producto a enviar, otras por lo contrario fijan precios estándar como lo son las grandes empresas, es por esto que siguiendo el análisis donde las personas contratan más este tipo de servicios, se fijará una estrategias de precio fijo en Bogotá y de precio Fijo a sus alrededores o aledaños, con una tarifa de 6.000 en Bogotá y 15.000 a sus alrededores, para dar un incentivo u oferta al cliente al ser nuevo, se generará una estrategia para que la primera compra sea mitad de precio para generar confianza y fidelización en la compra del servicio online. Todo esto lo justificamos con el fin de generar clientes que opinen en las redes sociales sobre nuestro cumplimiento y seriedad a la hora de despachar un pedido y nuestra buena calidad; Así el voz a voz será un punto a favor de nosotros. [8]

El servicio de envío y entrega que se ofrecerá como principal estrategia es que contamos con servicios **personalizados**, por ello se pueden hacer ofertas especiales con los clientes si son fieles a nuestra marca, es decir soliciten nuestro servicio a un número superior a 10.

En fechas especiales se espera subir el precio de los envíos, a nuestros clientes fieles se les avisara con anticipación que las fechas especiales como lo son: Amor y amistad, navidad, fin de año, semana santa, día de los niños, día de la madre, día de la mujer y del padre y más festividades tendrán un costo mayor al usual, ya que estos días hay mucha demanda se espera poder Generar más ingresos. Se le incrementará el valor de 4.000 al servicio.

Se realizarán rifas/sorteos mensuales con el fin de generar ganancias; el premio de este será un día de envíos gratis, se podrá mandar la mayor cantidad de pedidos ese día y se hará una priorización al cliente ganador, no solo se generan más ganancias, sino que es un incentivo grande para que el cliente desee participar en la actividad.

7.7 DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

La publicidad estará enfocada en redes sociales ya que es nuestro canal de distribución directo pagando pautas publicitarias para que así podamos tener más reconocimiento en las redes sociales; donde una promoción de una publicación teniendo en cuenta que tendrá un alcance de más de 500



personas enfocando el público al que deseamos que llegue esta post o imagen de promoción, esto se dará principalmente en Instagram y Facebook, impresos, folletos, carteles y volantes donde entrara al mismo tiempo la promoción de ventas; en Bogotá se realizan ferias semanalmente ya sea en Centros comerciales, parques públicos y exhibiciones con temáticas de emprendedores siendo así, ya sea para poder participar en ellas o ir a promocionar la empresa por medio de publicidad de manera física donde el cliente pueda tener más confianza en el servicio que desea adquirir. Ir a estas ferias emprendedoras nos da la oportunidad de tener mayor alcance con los clientes, teniendo un contacto directo y personal ofreciendo nuestro servicio, al mes se pueden realizar en un solo centro comercial 2 ferias, en Bogotá existen 153 centros comerciales donde se encuentra la posibilidad de llegar a los clientes, la estrategia se basa en que los fines de semana se pueda visitar de 2 a 5 centros comerciales repartiendo tarjetas y volantes de la empresa. Actualmente la empresa está generando ganancias, sin embargo, no se está implementando la estrategia, es la propuesta de publicidad que se desea evaluar con un estimado de empezar las estrategias de 3 a 6 meses, actualmente nuestros clientes llegan por la voz a voz.[8]

7.8 DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN (FÍSICA Y VIRTUAL)

La comunicación que se tendrá con el cliente será por WhatsApp y numero directo de comunicación para poder verificar donde está el pedido o que problemas podría tener, si el cliente lo desea el equipo de comunicaciones lo contactara directamente con el mensajero que esté llevando su mercancía, si desea saber en qué estado está su pedido o en qué sector se encuentra se enviará la ubicación inmediata del pedido, o si se desea cambiar alguna dirección o información clave para la entrega lo podrá hacer. En la primera etapa no se contará con un punto de comunicación físico, teniendo en cuenta que no es necesario por el momento sino hasta la fase 2

7.9 PRONÓSTICO DE LA DEMANDA (PROYECCIÓN DE VENTAS)

Existen varios métodos de pronóstico, según las características del emprendimiento se utilizará el pronóstico por método de promedio según [9].



El pronóstico se realizó en base de ventas y pruebas piloto que se hicieron en el mes de octubre, noviembre, diciembre del 2021, enero y febrero del 2022. Se realizó un pronóstico por método de promedio en el cual se evidencia un aumento de ganancias, teniendo en cuenta solamente las ganancias de la empresa, sin descontar el pago de mano de obra, y las estrategias planteadas ya que la implementación de estas no se tuvo en cuenta en estos meses de venta.

Tabla 4 Proyección de ventas primer año

Meses	Presupuesto de ventas mensual	variación de las unidades vendidas	
oct-21	\$ 1.840.000,00		
nov-21	\$ 2.544.000,00	\$ 704.000,00	
dic-21	\$ 3.452.000,00	\$ 908.000,00	
ene-22	\$ 1.900.000,00	-\$ 1.552.000,00	
feb-22	\$ 2.056.000,00	\$ 156.000,00	promedio meses normal
mar-22	\$ 2.110.000,00	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00
abr-22	\$ 2.164.000,00	\$ 54.000,00	Promedio meses alta deman
may-22	\$ 2.218.000,00	\$ 54.000,00	\$ 1.230.000,00
jun-22	\$ 2.272.000,00	\$ 54.000,00	
jul-22	\$ 2.326.000,00	\$ 54.000,00	
ago-22	\$ 2.380.000,00	\$ 54.000,00	
sep-22	\$ 2.434.000,00	\$ 54.000,00	
Total	\$ 27.696.000,00		

Fuente: Elaboración propia

Se puede analizar que las ventas en el mes de noviembre y diciembre del 2021 existe un incremento de ventas, teniendo en cuenta que es una temporada alta, A comienzos del año en enero del 2022 las ventas disminuyen ya que se considera un mes de pocas ventas, al final del año se ve una venta de \$27.696.000,00 de pesos

Tabla 5 Proyección de ventas segundo año



Segundo año de ventas		
Meses	Presupuesto de ventas mensual	variacion de las unidades vendidas
oct-22	\$ 2.488.000,00	\$ 54.000,00
nov-22	\$ 3.718.000,00	\$ 1.230.000,00
dic-22	\$ 4.948.000,00	\$ 1.230.000,00
ene-23	\$ 5.002.000,00	\$ 54.000,00
feb-23	\$ 5.056.000,00	\$ 54.000,00
mar-23	\$ 5.110.000,00	\$ 54.000,00
abr-23	\$ 5.164.000,00	\$ 54.000,00
may-23	\$ 5.218.000,00	\$ 54.000,00
jun-23	\$ 5.272.000,00	\$ 54.000,00
jul-23	\$ 5.326.000,00	\$ 54.000,00
ago-23	\$ 5.380.000,00	\$ 54.000,00
sep-23	\$ 5.434.000,00	\$ 54.000,00
total	\$ 58.116.000,00	

Fuente: Elaboración propia

En el segundo año se ve un pequeño incremento en los meses de temporada alta que son noviembre y diciembre, las ventas se ven incrementadas en grandes cantidades para finalizar el año con una ganancia de 58.116.000, teniendo en cuenta que en la tabla 5 no se tiene en cuenta el presupuesto de las estrategias definidas, solamente se ve la ganancia que se tiene al realizar la venta en el año. Para ver al detalle la proyección de ventas e histórico dirigirse al anexo 2
Pronóstico de ventas

7.10 PRESUPUESTO DE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS ANTERIORMENTE

Según las estrategias definidas en la promoción se incurre a sacar del presupuesto mensual para poder hacer la publicidad necesaria. El precio serán estrategias para incrementar las ganancias sin perder la satisfacción del cliente; estos serán los precios que se llevarán.

Tabla 6 Presupuesto Promoción

Presupuesta promocion		
	descripcion	valor
publicidad en redes sociales(facebook, instagram, google)	Se recurrira a pagos 4 veces al mes para que nuestras redes sociales tengan un mayor alcance	10.000
Tarjetas publicitarias	se imprimen 1.000 para dar en ferias y dar el contacto(cada 3 meses)	70.000

Fuente: Elaboración propia

No se realiza una cuenta mensual ya que las tarjetas publicitarias dependiendo del flujo mensual de clientes, podrían durar de 2 a 4 meses



Tabla 7 Presupuesto Precio

Presupuesta precio		
	descripcion	valor a pagar
Incremento de precios	Este incremento se genera por fechas especiales por la demanda	6.000 + 4.000
Rifas mensuales	rifas donde se regala un día gratis de pedidos ilimitados	15.000

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7 se ve evidenciado la estrategia de precios, ya que, al ser un costo bajo, el incremento de precios en fechas especiales es importante, ya que no solamente los ingresos aumentarían, sino que algunos días antes los clientes solicitan más el servicio

8. ESTUDIO TÉCNICO

8.1 ANÁLISIS DE PROVEEDURÍA Y REQUERIMIENTOS (PROVEEDORES Y MATERIA PRIMA)

En la siguiente tabla se puede observar la materia prima/proveedores y requerimientos que son necesarios para poder cumplir con el servicio que se quiere ofrecer; haciendo el análisis de esta, se necesita un servicio de luz en la instalación donde la persona de comunicaciones pueda realizar la recepción de las ventas/pedidos donde el emprendedor contacte el servicio, también se necesita un servicio de internet ya sea para la persona de comunicaciones o el trabajador(mensajero), este trabajador necesita donde transportar la mercancía de los emprendedores; por esto se cuenta con un maletín que cuenta con espacio amplio, fácil de manejar/llevar, el trabajador usará una prenda donde se pueda ver representada la empresa, ya sea una gorra o una camisa. Analizando las formas de pago, no se tendrá en cuenta el cobro con datafono hasta la segunda etapa, ya que el emprendedor define este pago al momento de vender su producto, donde recurre a otros medios de pago como lo son nequi, daviplata, corresponsales bancarios o en otro caso efectivo por medio de iris. No se incurre en arriendos en esta primera etapa ya que la persona de comunicación es quien necesita un espacio cerrado es contratada por teletrabajo



Tabla 8 Análisis de Proveedores

Proveeduría (fijo)		
Servicios necesarios	Valor	proveedor
Puesto de trabajo WeWork	300.000	1 mensual
Auxilio de internet mensajero	30.000	ETB
Total	330.000	
Proveeduría(Variables)		
Indumentaria	valor	cantidad
Maleta	200.000	Jireh Creaciones
Indumentaria representativa	40.000	Innked
Carnet trabajadores	15.000	cuando el personal lo requiera
total	255.000	

Fuente: Elaboración propia

Actualmente la persona de comunicaciones tiene un acuerdo de pago (donde vive) y se realizan estas funciones con un costo de 50.000 pesos al mes , en el análisis de proveeduría en la tabla 8 se tiene pensado un puesto de trabajo en las instalaciones de Wework ya que se adapta a las condiciones de trabajo que se requieren. Estos costos se verán evidenciados en el año dos en el módulo financiero.

Las necesidades que se tienen en cuanto al estudio de requerimientos son el transporte esencial donde se movilizará el mensajero que son una moto o un ciclomotor en la primera etapa del proyecto cabe mencionar que no está incluido el valor de rodamiento ni de nómina(motorizado) debido al tipo de contratación por prestación de servicios que se realiza, esta descripción se realizará en el módulo organizacional. A pesar de que la moto es un requerimiento el empleado es quien dispondrá de su vehículo, la empresa iris no brindara ningún tipo de vehículo, al ingresar a la empresa será fundamental que este cuente con uno vehículo

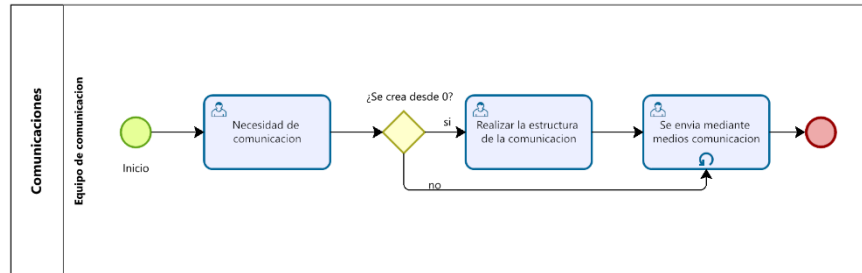
8.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO O DEL SERVICIO (INCLUIR LOS DIAGRAMAS CORRESPONDIENTES)

Dentro de los procesos de Iris se mapean 2 procesos donde se evidencia cómo se realiza el envío de un paquete o producto del cliente y que involucrados existen, este proceso se enfoca en la comunicación que tiene el cliente con la empresa, quien recibe su solicitud y cómo recibe el mensajero sus tareas correspondientes. Como segundo proceso se tiene el de comunicaciones ya que el equipo es quien tiene contacto directo con el



cliente, es decir, realiza las comunicaciones diarias o realiza las infografías para así poder facilitar la información al que desee adquirir el servicio.

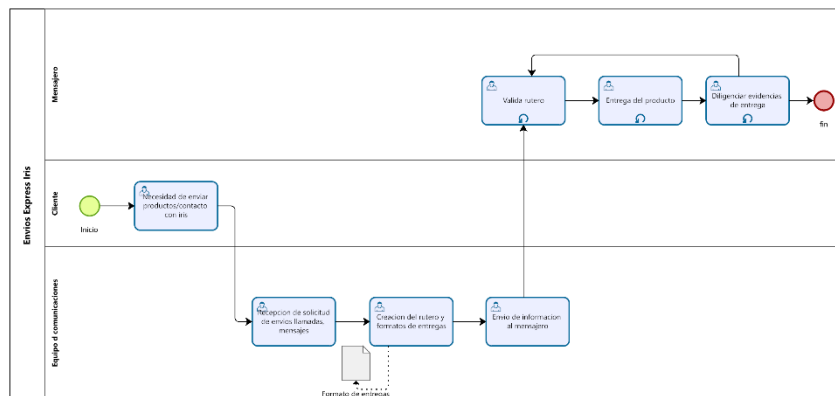
Ilustración 9 Proceso productivo 1



Powered by
brazagi
Modeler

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 10 Proceso productivo 2



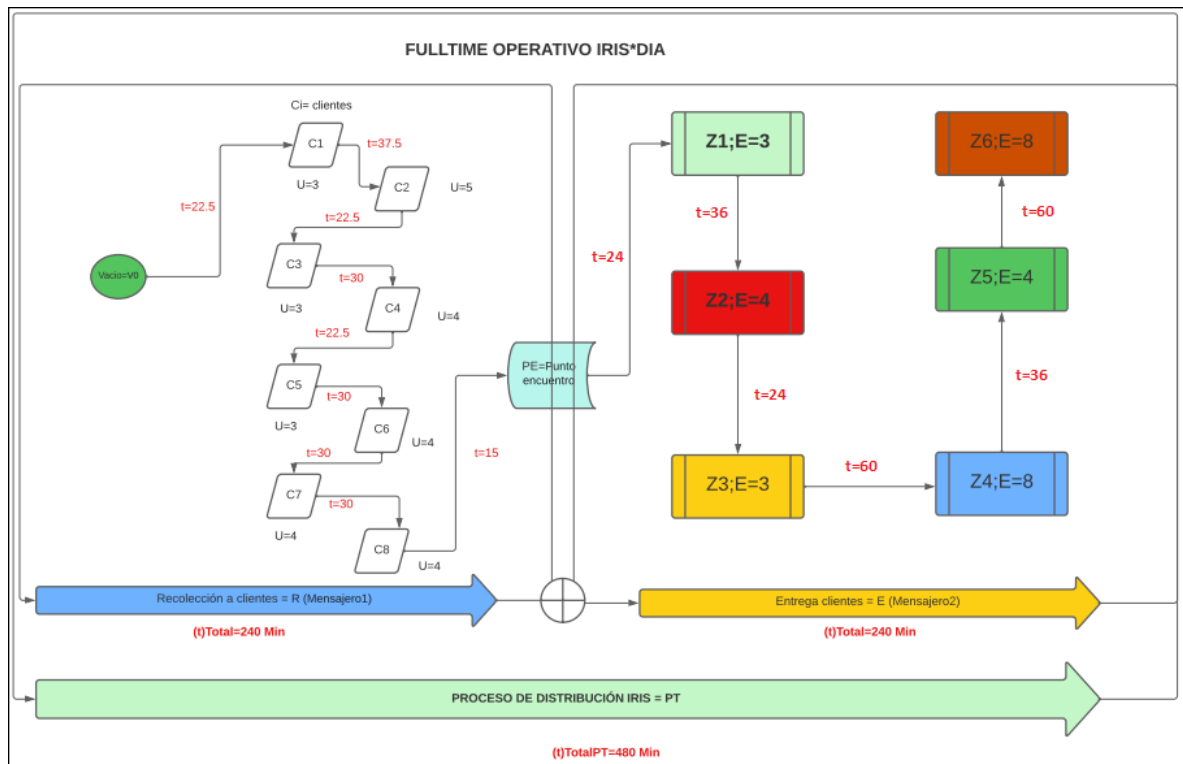
Powered by
brazagi
Modeler

Fuente: Elaboración propia



8.3 DISEÑO Y ANÁLISIS DE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (INCLUIR LAS HERRAMIENTAS DE SIMULACIÓN NECESARIAS). SIMULAR EL SERVICIO EN SU MÁXIMA CAPACIDAD (OPERACIONES)

Ilustración 11 simulación producción



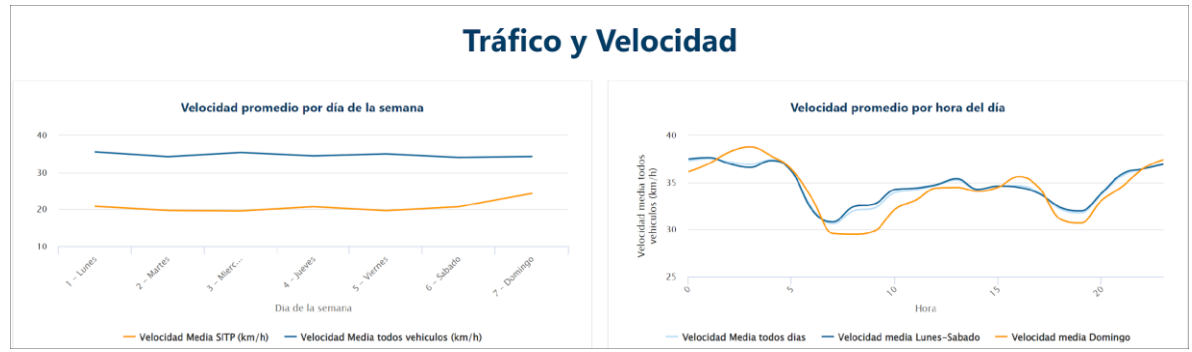
Fuente: Elaboración propia

En la ilustración se ve evidenciado dos etapas del procesos productivo la recolección al cliente = R y la entrega = E, lo que se explica en la simulación que se hace es como va el mensajero desde el punto V0 a la recolección de pedidos es decir: C1, C2, C3...Cn referenciado a cuantos puntos o direcciones se tiene que ir a recoger teniendo en cuenta que lo hará un mensajero, se debe recordar que esta simulación se hace en la capacidad máxima y que el número de empleados lo determinara la demanda que tenga en el momento la empresa, esta simulación se realiza teniendo en cuenta el tiempo del que se dispone y las distancias que debe de recorrer el mensajero, separando la cantidad de envíos del día o de recogida ya que la capacidad máxima de transporte es de 30 paquetes sin embargo si al día esta cantidad aumenta se tendrá en cuenta la contratación de más personal, la idea de esta simulación



es maximizar ventas, minimizar tiempos de entrega, teniendo en cuenta un tráfico medio donde las condiciones del clima son estables.

Ilustración 12 tráfico y velocidad ciudad de Bogotá



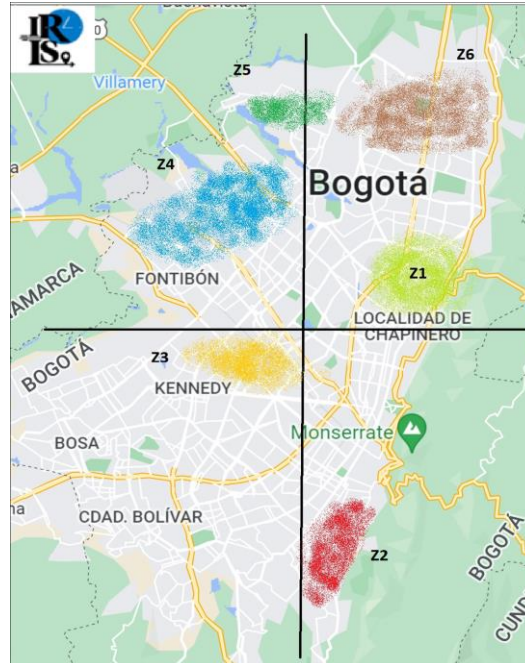
Fuente: Movilidad de Bogotá

En la ilustración se ve evidenciado la velocidad promedio, así se puede tener en cuenta con que velocidad irán nuestros mensajeros y si se realiza el cumplimiento de las horas que deben trabajar, siendo así la simulación se realiza con un promedio de velocidad de 30,81 km/h.

Al realizar la tarea R donde se ocupa un total de 240 minutos realizando un recorrido por Bogotá, el mensajero llegará al punto PE actualmente o en la simulación se evidencia este punto en la zona de chapinero donde se encontrará con el siguiente mensajero que empezara a hacer la tarea E, se tiene en cuenta que para minimización de tiempos se tiene Catalogado por zonas a Bogotá como se puede ver en la ilustración, basándose en las ventas que se han realizado se hace un énfasis en cada entrega que se ha hecho hasta el momento y se ve el rutero o recorrido que hará el mensajero en sus tareas de entrega



Ilustración 13 Producción por zonas



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 14 Participación por zonas

		Cnt disp en minutos		240		
Identificador	Nombre	Descripción	%Participación entregas	Tiempo estimados de entrega en	Cnt de entregas por	Tiempo medio por
PE-Z1	Z1	zona noroccidente	10%	24	3	8,0
Z1-Z2	Z2	Zona Sur	15%	36	4	9,0
Z2-Z3	Z3	Zona Suroccidente	10%	24	3	8,0
Z3-Z4	Z4	Zona Nororiente	25%	60	8	7,5
Z4-Z5	Z5	Zona Suba	15%	36	4	9,0
Z5-Z6	Z6	Zona Norte Usaquen	25%	60	8	7,5
			100%	240	30	

Fuente: Elaboración propia

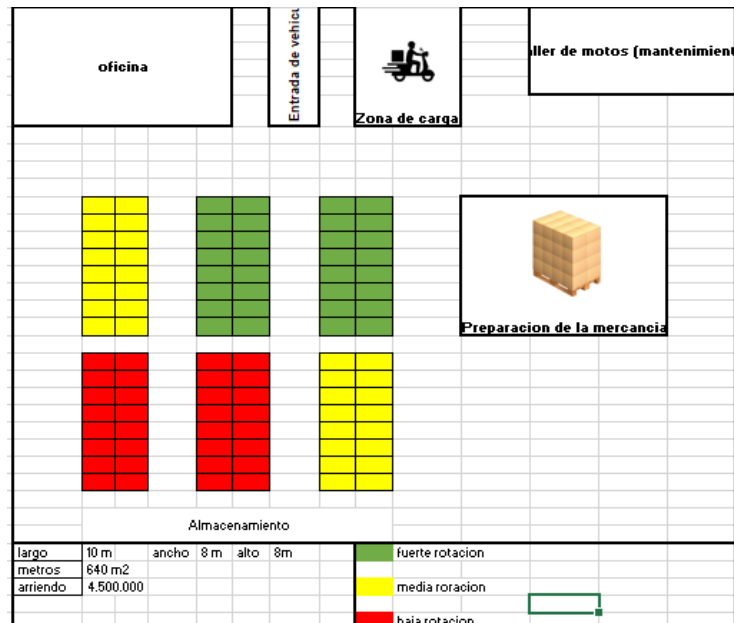
En su máxima capacidad un mensajero puede llevar 30 paquetes, es decir que si la simulación se realiza a un mes el total de entregas es de 780 teniendo en cuenta que solo abra una pareja de mensajeros, dirigirse al anexo 3 simulación proceso de entrega



8.4 DISEÑO Y ANÁLISIS DE PLANTA (LAYOUT) (BODEGA)

Actualmente no se necesitaría una Planta de distribución formal o punto de venta, las actividades para brindar el servicio se pueden hacer en una pequeña oficina o puesto de trabajo sin embargo se estima que en la tercera etapa del proyecto se pueda contar con la viabilidad una pequeña bodega para eso se realiza un diseño a escala basándose en los principios vasitos del Layout (10).

Ilustración 15 Layout bodega



Fuente: Elaboración propia

La planta que se visibiliza en un futuro se piensa arrendar en la localidad de Engativá ya que como punto estratégico es donde mayor clientes hay o localidades vecinas como lo son suba o Fontibón, con vías de fácil acceso a Usaquén, la planta de distribución se estimó con 600 m2 teniendo en cuenta el presupuesto y la cantidad de pedidos que serán solicitados en la fase dos.

En las estanterías donde se puede guardar mercancía ya sea de fuerte, media o baja rotación se estima que sea una estantería selectiva ya que



puede ser de acceso directo y unitario a cada estiba. Un pallet mide de 120 cm de largo x 100 cm de ancho y teniendo en cuenta que la mercancía que se lleva es de no más de 20 x 20 x 20 En cada estantería se aproxima un total de 3840 cajas en productos de emprendedores, y 32 pallets por estantería es decir que en toda la bodega caben 23040 cajas. En el diagrama que se realizó existen 6 estanterías, pensando en que la demanda sea para toda la ciudad de Bogotá, sin embargo, se tiene un plan B con solo 4 estanterías y una bodega más pequeña si la demanda en la etapa dos no es la esperada. A continuación, se evidencia como se realizaron estos cálculos:

Ilustración 16 Medidas Bodega

caja	20x 20 x 20		
un piso	30	altura en cajas	4
pallet altura	1,5	cm	
altura con cajas	80	cm	
cajas por pallet	120		
medidas de la estiba con cajas			
	largo	120	
	ancho	100	
	alto	81,5	
estibas	16		
pisos	2		
pallet x estantería	32	pallets por bodega	192
cajas x estantería	3840	cajas x bodega	23040

Fuente: Elaboración propia

8.5 PLAN DE PRODUCCIÓN (SERVICIOS PARA EL PRESENTE PROYECTO), SITUACIÓN VIABLE DE AÑO 1 2 Y 3: CAPACIDAD MÁXIMA

Para el plan de producción y el servicio que se entrega, un motorizado con la implementación para transportar los productos que se le brinda (maleta transportadora), y pensando en el tamaño de los productos, donde puede llevar de 15 a 30 productos en su maleta, y entregarlos con un buen rutero de 3 a 5 horas teniendo en cuenta el tráfico de Bogotá, planteando una situación donde el día tenga mucha demanda por ejemplo días antes de navidad. En el primer año un mensajero puede llevar 30 productos al día, se debe tener en cuenta que se desea tener una pareja de mensajeros, ya que



uno recogerá en horas de la mañana y el segundo mensajero entregará estos productos en horas de la tarde.

En el segundo año se estima tener más de una pareja, por lo menos 3 o 4, siendo así el servicio al día se ofrecería 90 veces (en pesos serían 600.000 al día en ingreso, al mes serían 15'600.000), la idea con el negocio es crecer anualmente.

En el año 3 se tiene estimado vender el servicio 120 veces al día, El éxito que se evidencia año tras año será gracias al aumento de clientes y reconocimiento en la ciudad de Bogotá, se debe tener en cuenta que este aumento dependerá mucho de que se hagan campañas publicitarias que nos hagan llegar a nuestro público objetivo.

En la siguiente tabla se puede evidenciar el plan de producción mes a mes y los pedidos de los clientes, en los primeros 3 años (revisar el anexo 2). tener en cuenta que en el plan se tiene en cuenta los meses de alta demanda como lo son mayo, julio, noviembre y diciembre donde la empresa estaría en su mayor capacidad de producción en los 3 años, y anualmente se evidencia que crece, por aumento de clientes y la capacidad es mayor por el crecimiento de empleados.

Ilustración 17 Plan de producción

Año 1												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Días	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
Servicios pronosticados por mes	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780
Pedidos del cliente	390	520	650	650	780	650	780	728	650	780	780	780
Año 2												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Días	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
Servicios pronosticados por mes	2340	2340	2340	2340	2340	2340	2340	2340	2340	2340	2340	2340
Pedidos de los clientes por mes	1040	1040	1560	1300	2210	1820	1950	1820	1690	2080	2340	2340
nota:												
Año 3												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Días	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
Servicios pronosticados por mes	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120
Pedidos del cliente	1560	1560	1820	2210	2340	1950	2210	1950	2210	2340	2860	3120

Fuente: Elaboración propia

8.6 COSTEO DE LA PRODUCCIÓN (PARA EL PRESENTE PROYECTO, COSTEO DEL SERVICIO)

A continuación, se describe el plan de costeo de producción (servicio para el presente proyecto) Detallando los años uno y dos de producción Se debe tener en cuenta que dentro del costo de la mano de obra estarán incluidos los subsidios



que se brindan a la hora de trabajar en un vehículo como lo son , costo de rodamiento y gasolina ya que la moto es propia del trabajador, en la sección de modelo organizacional se realiza despliegue de esta información.

En los costos se tiene en cuenta servicios como lo son el arriendo del personal administrativo, servicios básicos que mes a mes serán fijos, sin embargo se hace un análisis también de inversiones como lo son el puesto de trabajo.

Ilustración 18 Costeo producción

IRIS		2		4	
Cnt mensajeros		contemplado para el año uno		contemplado para el año dos	
TIPO 1	TIPO DE SERVICIO	COSTEO SERVICIO DE ENTREGA		COSTEO SERVICIO DE ENTREGA	
		MES		MES	
		1 a 780		781-1550	
fijo	Mano de obra Mensajero	\$	1.538	\$	1.548
fijo	Mano de Obra Administrativo	\$	1.964	\$	989
fijo	Dotaciones	\$	47	\$	24
fijo	Recargos	\$	456	\$	229
fijo	Arrendamiento	\$	321	\$	161
fijo	Internet	\$	64	\$	32
fijo	Plan de datos	\$	103	\$	52
fijo	Implementos Papeleria Gral	\$	64	\$	32
fijo	Servicio energia	\$	26	\$	13
fijo	Servicio agua	\$	26	\$	13
nversion	Silla plastica Rimax	\$	2	\$	1
nversion	Extintores	\$	3	\$	2
nversion	Botiquin	\$	4	\$	2
nversion	Computadores Portatiles	\$	69	\$	35
nversion	Licencia Office	\$	24	\$	12
nversion	Telefono celular Smart phone	\$	32	\$	16
nversion	Escritorio de oficina	\$	24	\$	12
nversion	Silla ergonomica	\$	9	\$	5
nversion	Impresora	\$	32	\$	16
TOTAL COSTOS		\$	4.807	\$	3.193
%administracion	2%	\$	96	\$	64
mprevistos	4%	\$	192	\$	128
Utilidad	19%	\$	913	\$	607
TOTAL A.I.U.		\$	1.202	\$	798
TOTAL		\$	6.009	\$	3.991

Fuente: Elaboración propia

Para ver el detalle de cada porcentaje dirigirse al anexo 3 Simulación

9. ESTUDIO ORGANIZACIONAL



9.1. Estructura legal-jurídica (incluye la normatividad ambiental, técnica, licencias y permisos inherentes al negocio)

Se describen a continuación las leyes y decretos según la normatividad colombiana que se deben cumplir para poder llevar a cabo eficientemente el proceso

- **Constitución política ley 1369 de 2009**

Esta ley regula la prestación de servicios postales, especifica todas las condiciones y requisitos para operar en el territorio nacional, trata el tema de los precios de este tipo de empresas, las autoridades que regulan, con su debido control y vigilancia, además habla del usuario que está tomando el servicio, de los deberes y sus derechos, teniendo en cuenta las sanciones que existen para la prestación de este servicio [11]

- **Decreto 4436 de 2011**

Este modifica el decreto 867 de 2010 Donde describe cómo se reglamenta las condiciones de habilitación para ser un trabajador postal y como se debe hacer el registro de operadores postales, prestando el servicio legalmente, donde se aplica a los operadores de servicios postales de pago, de mensajería expresa y al operador oficial [12]

- **Resolución 3038 de 2011 comisión de regulación de comunicaciones**

Esta ley regula la protección de los derechos de los usuarios de los servicios postales, es la ley 1369 se habla del usuario, pero en esta resolución se especifica los derechos de este.[13]

- **Decreto único reglamentario 1078 de 2015**

En el decreto 1078 de 2015 se especifican los lineamientos generales para prestación de los servicios postales; pero, servicios exclusivos a cargo de un operador oficial o concesionario de correo, son servicios exclusivos del OPO donde estos hacen parte del servicio postal universal, el servicio de correspondencia prioritaria y no prioritaria, la entrega del servicio de correo telegráfico, las encomiendas, el correo certificado y los envíos con valor declarado.[14]

- **Resolución 5226 del 2017 comisión de regulación de comunicación**

Los operadores de servicios postales de pago deberán disponer de información contable separada incluyendo la Metodología de Costeo Basado en Actividades.[15]



- **Resolución 1228 de 2020 ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones**

Se exige u ordena emitir un sello especial, por la aparición del COVID, donde se denomina “lucha contra el COVID-19 en Colombia [16]

9.2 Planeación estratégica:

Misión: Somos una organización de servicio, dedicada a satisfacer las necesidades de envío y distribución de mercancías a nivel local. Nuestros objetivos de rentabilidad y crecimiento, estarán en función de las necesidades de los clientes, teniendo en cuenta los principios éticos y legales. Nuestra ventaja competitiva es la diferenciación en el servicio, de nuestros tiempos y precios.

Visión: Ser la mejor alternativa de transporte y distribución de los emprendedores de Colombia, reconocida como una empresa modelo por su compromiso y organización

9.3 Objetivos estratégicos

- Incremento de las frecuencias de ventas, con la maximización de la operación regionalmente
- Crear estrategias de publicidad, aumentar ventas para poder tener un gerente en cada zona de Bogotá
- Crear una plataforma de venta adecuada a las necesidades del cliente objetivo
- Estudiar posibles mercados y así afianzar nuevos clientes
- Aumentar la tasa de retención de clientes

9.4 Estructura orgánica y requerimientos de personal

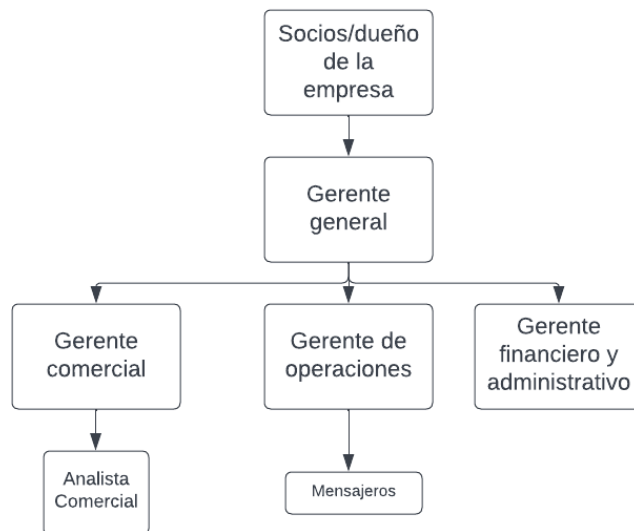
La estructura que se ve evidenciada a continuación es una proyección a 4 años En el apartado 9.6 o en el anexo 2 pronóstico de ventas se ve evidenciado cada puesto al paso de 3 años

Cargos y características



- **Gerente general:** Estratega, Conocimiento en toma de decisiones, Visionario, Liderazgo, Flexible a los entornos, Conocimiento en finanzas, Conocimiento general de la empresa.
- **Gerente Comercial:** Visionario, Artístico y creativo, Perspectiva, planificador, trabajo en equipo, apasionado, analítico.
- **Analista comercial:**
- **Gerente de operaciones:** Liderazgo, planeación, organización, analítico, estrategia
- **Gerente financiero y administrativo:** Conocimiento en seguridad industrial, Conocimiento en finanzas, Conocimiento en contaduría, Conocimiento en banca, Conocimiento en impuestos, Orden, Estructurado
- **Mensajeros:** Licencia de conducción nivel C1, Conocimiento de las vías en la ciudad, Orden, Compromiso

Ilustración 19 Diagrama organizacional



Fuente: Elaboración propia

9.5 Manual de funciones

Gerente Financiero y administrativo: Planear, organizar y controlar las actividades de la empresa donde se desarrolle con el objetivo de apoyar a generar



mayor rentabilidad, realizar toma de decisiones en forma oportuna y confiable en beneficio de la operación de la empresa. Tiene la responsabilidad de supervisar y administrar informes financieros, carteras de inversión, la contabilidad y todo tipo de análisis financiero de la empresa. Además, debe supervisar las estrategias de gestión de efectivo como también el área regulatoria del emprendimiento.

Gerente Comercial: Encargado de dirigir el área de mercadeo con el fin de cumplir los objetivos relacionados con la promoción publicitaria de la empresa y la implementación de campañas. Debe realizar el primer contacto con el cliente

Gerente de operaciones: Se debe ocupar de estudiar, planificar y dirigir los recursos de la empresa para conseguir una serie de objetivos trazados previamente. En otras palabras, es uno de los profesionales que se encuentran a la cabeza de la estrategia principal de la empresa; Planifica principalmente las rutas de transporte de los mensajeros y minimiza los tiempos de entrega para una mayor producción de la empresa.

Gerente general: Debe supervisar a todo el personal, los presupuestos y operaciones de la unidad de negocio local. Entre las responsabilidades de un gerente general debe realizar la estrategia general, gestionar al personal y establecer políticas. Para cumplir con su rol debe ser un líder atento y tomar decisiones con seguridad, contribuir al desarrollo del empleado, además de ser productivo

Analista Comercial: Es el responsable de velar por el cumplimiento de metas de la empresa en lo relativo a ventas y concertación de negocios. Para ello debe entender a fondo las necesidades, procesos, componentes y estructura de la organización, así como el producto o servicio y su propuesta de valor. Por supuesto debe tener una gran habilidad de análisis y comunicación. Sus funciones deben estar ligadas a la definición del cliente ideal teniendo en cuenta la construcción del inventario de clientes, segmentación siguiendo el análisis del embudo de ventas apoyándose de la ejecución de estrategias de venta. Coordinación de reuniones con clientes potenciales

Mensajeros: Es el principal recurso humano, distribuye y recoge los paquetes, o mensajes que mandan los clientes, debe conocer Bogotá



9.6 Análisis de costos y gastos administrativos (incluir análisis de impuestos).

En la siguiente tabla se ve evidenciados los costos y gastos administrativos a grandes rasgos, en el anexo 2 pronóstico de ventas en la hoja de egresos se puede ver mas detalle de este:

Descripción	1 año	2 año	3 año
mano de obra (medio día motorizado)	mes: 600.000 año: 7.200.000	600.000 año: 7.200.000	600.000 año: 7.200.000
Mano de obra (un día motorizado)	-	mes:1.100.000 año:13.200.000	1.100.000 año:13.200.000
Mano de obra (manejo de mercadeo, rutas, atención al cliente)	mes: 1.100.000 año :13.200.000	-	-
Atención al cliente y mercadeo	-	600.000 año:7.200.000	800.000 año:9.600.000
Jefe de operaciones rutero	-	600.000 año:7.200.000	600.000 año:7.200.000
rodamiento (gasto mensual de la moto: gasolina, llantas)	mes: 100.000 año:1.200.000	100.000 año:2.400.000 (son dos motorizados)	100.000 año:2.400.000 (son dos motorizados)
Auxilio	mes: 30.000	30.000	30.000



internet	año :360.000	año :720.000 (dos motorizados)	año :720.000 (dos motorizados)
WeWork	NO	NO	300.000
suma al año	21.960.000	37.920.000	40.620.000

10 ESTUDIO FINANCIERO PROYECCIÓN A 3 AÑOS

10.1 Análisis de la Inversión (Activos fijos, intangibles, estructura del financiamiento, fuentes de financiamiento, Inversión total)

Se evidencia en la tabla la inversión necesaria, para empezar en funcionamiento las labores de la empresa.

Ilustración 20 Inversión inicial

INVERSION INICIAL			
	Valor unitario	Unidades	Valor total
EQUIPO COMPUTO			
Computador	\$ 1.300.000	1	\$ 1.300.000
Impresora	\$ 600.000	1	\$ 600.000
Teléfono	\$ 400.000	1	\$ 400.000
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios	\$ 350.000	1	\$ 350.000
Sillas de oficina	\$ 260.000	1	\$ 260.000
extintor	\$ 60.000	1	\$ 60.000
Maletas mensajeros	\$ 200.000	2	\$ 400.000
botiquin	\$ 35.000	1	\$ 35.000
			\$ 3.405.000

Fuente: Elaboración propia



Se debe tener en cuenta que la inversión se tiene financiada por un sponsor, para evidenciar este pago en los 3 años ir al anexo 2 hoja de amortización.

El sponsor no es una entidad financiera sino una persona natural por esto no se hizo un estudio o elección de entidades financieras ya que era más rentable.

10.2 Presupuesto de Ingresos

Se evidencia con la proyección de ventas por promedio y con ayuda de históricos de venta, los ingresos de los próximos 3 años. En la tabla 4 se evidencia cómo se relacionaron los históricos de venta con las proyecciones de ventas, para tener los ingresos de los 3 primeros años como se ve evidenciado en esta tabla, ver anexo 2 en la pestaña pronóstico de ventas

Ilustración 21 Ingresos anuales

Años	Número de unidades vendidas	Valor en pesos
1	4.616,00	\$ 27.696.000,00
2	9.686,00	\$ 58.116.000,00
3	15.686,00	\$ 94.116.000,00

Fuente: Elaboración propia

10.3 Presupuesto de Egresos (compras, nómina, pagos, gastos administrativos, pago de la deuda, otros)

Se realizó en el anexo 2 una tabla de costos fijos y variables donde se ve representado en cada año los pagos



Ilustración 22 costos fijos año 1

MENSUAL				ANUAL
SERVICIOS				
Arriendo	0	1	0	0
rodamiento(gasto mensual de la moto: gasolina, llantas)	\$100.000,00	1	100.000	\$1.200.000
auxilio internet	\$30.000,00	1	30.000	\$360.000,00
Servicio de internet y telefonía	200.000	1	200.000	\$2.400.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Mensajero (5 hrs motorizado)	\$600.000,00	1	600.000	\$7.200.000
		1		
Gerente administrativo - secretaria (manejo de expedientes, notas, atención al	\$1.100.000,00	1	1.100.000	\$13.200.000
FACEBOOK , INSTAGRAM				
Publicidad	10.000	1	10.000	\$120.000,00
COMMUNITY MANAGER				
Google ADS	20.000	1	20.000	\$240.000,00
Facebook, Instagram	10.000	1	10.000	\$120.000,00
PAGINA WEB				
Hosting	62.500	1	62.500	\$750.000,00
EQUIPO COMPUTO				
Antivirus	10.825	1	10.825	\$129.900,00
Licencia 365	83.325	1	83.325	\$999.900,00
			2.226.850	\$26.719.800

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 23 costos fijos año 2

MENSUAL				ANUAL
SERVICIOS				
Arriendo	0	1	0	0
rodamiento(gasto mensual de la moto: gasolina, llantas)	\$100.000,00	2	200.000	\$2.400.000,00
auxilio internet	\$30.000,00	2	60.000	\$720.000,00
Servicio de internet y telefonía	200.000	1	200.000	\$2.400.000,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Mensajero (5 hrs motorizado)	\$600.000,00	1	600.000	\$7.200.000,00
Mensajero (8 hrs motorizado)	\$1.100.000	1	1.100.000	\$13.200.000,00
Gerente de mercadotecnia	\$600.000,00	1	600.000	\$7.200.000,00
Jefe de operaciones rutero(medio tiempo, 5 hrs)	\$600.000,00	1	600.000	\$7.200.000,00
FACEBOOK , INSTAGRAM				
Publicidad	10.000	1	10.000	\$120.000,00
COMMUNITY MANAGER				
Google ADS	20.000	1	20.000	\$240.000,00
Facebook, Instagram	10.000	1	10.000	\$120.000,00
PAGINA WEB				
300 Hosting	62.500	1	62.500	\$750.000,00
EQUIPO COMPUTO				
300 Antivirus	10.825	1	10.825	\$129.900,00
300 Licencia 365	83.325	1	83.325	\$999.900,00
			3.556.650	\$42.679.800,00

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 24 costos fijos año 3

MENSUAL				ANUAL
SERVICIOS				
Arriendo	300.000	1	300.000	\$3.600.000,00
rodamiento(gasto mensual de la moto: gasolina, llantas)	\$100.000,00	2	200.000	\$2.400.000,00
auxilio internet	\$30.000,00	2	60.000	\$720.000,00
Servicio de internet y telefonía				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Mensajero (5 hrs	\$600.000,00	1	600.000	\$7.200.000,00
Mensajero (8 hrs motorizado)	\$1.100.000	1	1.100.000	\$13.200.000,00
Gerente de mercadotecnia	\$800.000,00	1	800.000	\$9.600.000,00
Jefe de operaciones rutero(medio tiempo, 5	\$600.000,00	1	600.000	\$7.200.000,00
FACEBOOK , INSTAGRAM				
Publicidad	10.000	1	10.000	\$120.000,00
COMMUNITY MANAGER				
Google ADS	20.000	1	20.000	\$240.000,00
Facebook, Instagram	10.000	1	10.000	\$120.000,00
PAGINA WEB				
Hosting	62.500	1	62.500	\$750.000,00
EQUIPO COMPUTO				
Antivirus	10.825	1	10.825	\$129.900,00
Licencia 365	83.325	1	83.325	\$999.900,00
			3.856.650	\$46.279.800,00

Fuente: Elaboración propia

Para ver el detalle de cada costo fijo y variable dirigirse al anexo 2, hoja egresos - proveedores y requerimientos. Sin embargo, debe tener en cuenta que los costos variables por ser variables no tienen cambio al pasar de los años a comparación de los costos fijos donde se realizó una proyección exacta.

10.4 Balance general

Se evidencia los activos , pasivos y capital en el balance general realizado, se puede evidenciar anualmente (3 años)



Ilustración 25 Balance general año 1

Balance general			
1 año			
activos		pasivos	
Caja o bancos	\$5.405.000,00	Proveedores	\$44.928.000,00
clientes	\$56.160.000,00	Credito bancario	\$3.405.000,00
almacen	\$45.428.000,00		
total activos	\$106.993.000,00	total pasivos	\$48.333.000,00
		capital	
		Capital social	\$2.500.000,00
		Resultado del ejercicio	\$11.232.000,00
		total capital social	\$13.732.000,00
activos	\$106.993.000,00	pasivos + capital	\$62.065.000,00

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 26 balance general año 2

Balance general			
2 año			
activos		pasivos	
Caja o bancos	\$5.405.000,00	Proveedores	\$89.856.000,00
clientes	\$168.480.000,00	Credito bancario	\$3.405.000,00
almacen	\$90.356.000,00		
total activos	\$264.241.000,00	total pasivos	\$93.261.000,00
		capital	
		Capital social	\$2.500.000,00
		Resultado del ejercicio	\$78.624.000,00
		total capital social	\$81.124.000,00
activos	\$264.241.000,00	pasivos + capital	\$174.385.000,00

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 27 balance general año 3

Balance general			
3 año			
activos		pasivos	
Caja o bancos	\$5.405.000,00	Proveedores	\$74.880.000,00
clientes	\$224.640.000,00	Credito bancario	\$3.405.000,00
almacen	\$75.380.000,00		
total activos	\$305.425.000,00	total pasivos	\$78.285.000,00
		capital	
		Capital social	\$2.500.000,00
		Resultado del ej	\$149.760.000,00
		total capital soci	\$152.260.000,00
activos	\$305.425.000,00	pasivos + capital	\$230.545.000,00



Fuente: Elaboración propia

El balance general para se puede ver de manera detallada en el anexo 2
pronóstico de ventas - estudio financiero

10.5 presupuesto de Efectivo (o Flujo de Caja proyectado)

Se ve evidenciado en el anexo 2 el flujo de caja proyectada

Ilustración 28 Flujo de inversión

Flujo de caja INVERSION PROPIA				
	0	1	2	3
Ventas	0	\$30.196.000	\$58.116.000	\$94.116.000
(-) Costos variables	\$3.060.000	\$3.148.740	\$3.240.053	\$3.334.015
Margen de contribución	- \$3.060.000	\$27.047.260	\$54.875.947	\$90.781.985
(-) Costos fijos	26.719.800	27.494.674	42.679.800	46.279.800
(-) Depreciaciones y amortizaciones		12.326.045	12.105.314	12.122.093
Utilidad operacional	- \$29.779.800	- \$12.773.459	\$90.832	\$32.380.092
(-) Impuesto de renta				
Utilidad después de impuestos	- \$29.779.800	- \$12.773.459	\$90.832	\$32.380.092
(+) Depreciaciones y amortizaciones		12.326.045	12.105.314	12.122.093
Flujo de caja operacional	- \$29.779.800	- \$447.414	\$12.196.147	\$44.502.185
(-) Inversiones iniciales	\$ 3.405.000			
Flujo de caja del proyecto	-\$ 33.184.800	-\$ 447.414	\$ 12.196.147	\$ 44.502.185
	VPN=	\$ 665.480		
	TIR=	21%		

Fuente: Elaboración propia

En la imagen se evidencia los indicadores del VPN y el TIR, teniendo en cuenta la evaluación financiera y el periodo de recuperación de la inversión. Para la construcción del flujo de caja se tuvo en cuenta el pronóstico de ventas, costos fijos y variables, depreciación de los activos, el capital de trabajo(balance general), la inversión y amortización de la misma.

Según el indicador que arroja el VPN a pesar de no ser un valor elevado se entiende que en los años proyectados que fueron 3 la empresa se ha recuperado de la inversión y entrada al mercado. Se debe tener en cuenta que el indicador del VPN nos ayuda para grandes proyectos de inversión, sin embargo, iris no requiere de una inversión grande, el futuro de la empresa no se puede sesgar por este indicador ya que requiere adivinar los flujos de efectivo futuros y estimar el costo



de capital de una compañía. El indicador de la TIR es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida.

Ilustración 29 Indicadores

VPN=	\$	665.480		
TIR=		21%		
PRI		1,684240116		
ROI		7,868135095	16,06784141	26,64052863

Fuente: Elaboración propia

Según la ilustración 26 se ve que el PRI es de 1,68 es decir que en año y medio se recupera la inversión, teniendo en cuenta que el primer año se incurre en una mínima pérdida, sin embargo en el año 3 se ve evidenciada la recuperación exponencial que tiene la empresa.

El indicador del ROI en el año 1 por cada peso invertido se recibe 7,86, en el año 2 por cada peso invertido se recibe 16,06, en el año 3 por cada peso invertido se recibe 26,64.

11. ANÁLISIS DE IMPACTOS

- **Impactos económicos:**

El impacto económico en Colombia ha sido desfavorable sin embargo el crecimiento de los emprendimientos en la pandemia por el COVID 19 fue alta y esto favorece y ayuda al país a crecer económicamente, Iris es un medio para que el emprendedor pueda surgir y crecer, así apoyando a la economía del país, *generación de empleo , aporte a la economía local y regional*



- **Impactos sociales:**

El impacto social se centra en la Generación de empleo y la relación empresa/trabajadores, además de esto se impacta una población de clientes como lo son los emprendedores, donde socialmente se les ayuda a su crecimiento de negocio, apoyando al emprendedor y su producto

- **Impactos Ambientales:** Actualmente las empresas que se dedican a la mensajería/envíos Realizan un impacto ambiental alto ya que en la recolección y la distribución de paquetería se necesita plásticos, cartón, bolsas entre otros residuos que no son fáciles de digerir por el medio ambiente, actualmente existen plásticos biodegradables, sin embargo este tipo de empresas no lo usan por su costo elevado, actualmente iris no necesita el uso de empaques de plástico u otro tipo ya que la maleta que se usa para los envíos sirve como impermeable para proteger los paquetes de entrega. Un segundo impacto es el de dióxido de carbono, actualmente la mayoría de empresas trabajan con camiones de carga ya que trabajan con alto volumen de entrega, a pesar de eso iris trabaja con motorizados que emiten menos kilos de dióxido de carbono, a futuro se espera poder ser propietarios de las motos que usarán nuestros empleados con motos eléctricas disminuyendo así el impacto ambiental

12 EVIDENCIAS DE PUESTA EN MARCHA

- Certificación persona natural: actual contrato del mensajero de la empresa
- Recibo Jireh Maletas: Recibo de la compra de las maletas donde se lleva la mercancía de los clientes
- Pago a la empresa innked: Empresa que diseñó las gorras (indumentaria que cuenta la empresa) y su respectivo pago
- Gorras: muestra de la indumentaria
- Socios de la empresa con indumentaria: Se evidencia a los dos socios o dueños de la empresa con la indumentaria comprada



- Red social Instagram: medio por el cual contactamos a nuestros clientes potenciales
- Clientes en Instagram y sus páginas: se evidencian las empresas (clientes actuales de iris)
- Comunicación con cliente vía WhatsApp: Los pedidos se realizan por el WhatsApp de la empresa evidencia
- Rutero mensajero: En el día se le da la guía al trabajador indicando su recorrido
- Identificador iris: Propiedad del logo y compra de esta
- Se cuenta con un inventario de clientes, ***pero por razones de confidencialidad no se muestra en la carpeta***

CONCLUSIONES

- Gracias al estudio de mercado se evidencio la noción clara de la cantidad de consumidores o clientes que puede llegar a tener Iris, nuestro mercado potencial es amplio, donde iris se puede posicionar de una buena manera
- Además ya que el proyecto se encuentra en marcha, al realizar el estudio técnico con la simulación se demuestra cómo se está llevando a cabo, de una manera sectorizada en la ciudad de bogotá nos permitió minimizar los tiempos de entrega y ser más eficientes
- La inversión que se necesita para el proyecto es mínima y se puede evidenciar que la utilidad y ganancias de la empresa crecen de una manera exponencial con el tiempo, se puede llegar a la conclusión de que es un negocio viable desde todos los puntos de vista analizados.
- La empresa de iris genera beneficios económicos para el país y a demás beneficios para la población de emprendedores en bogotá ya que el objetivo principal de la creación del proyecto fue impulsar a los emprendedores



13 ESTRATEGIAS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y RETOS

El proyecto empezó con la realización de una investigación del mercado, y un plan de negocios; estos dos fueron la guía de la empresa actual, cumpliendo así el objetivo principal que era el funcionamiento de iris. Se evidencio con este proyecto que la planeación es clave al momento de incurrir en un emprendimiento ayudando a determinar las fortalezas y debilidades del mercado actual para así brindar un servicio diferenciador al cliente con el que se sienta identificado. La calidad y el costo en este mercado es bastante importante ya que tiene que haber una balanza entre estos dos, con los clientes actuales se ha evidenciado la importancia de la atención y el buen trato al cliente, ya que un cliente feliz es un cliente fiel y el crecimiento de la empresa depende de este factor. Sin embargo la empresa ha encontrado clientes que en ocasiones por ser un servicio personalizado el que se brinda, intentan aprovecharse de este y sacar beneficio del mismo, realizan petición de rebaja de costos, exclusividad de pedidos entre otros. Sin embargo en el momento de solicitar el servicio se realizan acuerdos y compromisos donde se establecen los límites entre la empresa y el emprendedor.

En el momento de la selección de personal, se identificó que se debe ser preciso y estricto, ya que esto depende de la reputación de la empresa, al empezar el funcionamiento de iris y hasta el día de hoy ha sido difícil este aspecto, hasta el momento se ha contado con 3 empleados sin embargo la calidad que exige el servicio ha llevado a tomar decisiones buscando nuevos empleados comprometidos con su rol; actualmente la empres está satisfecha con el trabajador que desempeña sus funciones de mensajero ya que contribuye en el crecimiento de la empresa y además con el segundo socio de la empresa.

Para empezar un negocio se debe tener en cuenta las amenazas las fortalezas, las debilidades y las oportunidades; estos aspectos llevaron a iris determinar que la alianza que se tiene con los clientes o en este caso el mercado son los emprendedores o pequeños empresarios, entonces esta alianza de vendedor/mensajería ha sido beneficioso tanto para ellos como para la empresa iris ya que gracias al buen servicio ellos lo recomiendan a otros emprendedores y ellos ahorran en costos en comparación de otras empresas de mensajería.

El conocimiento del mercado fue importante, esta investigación que se realizó no fue sencilla ya que el mercado no ha sido muy investigado por proyectos, es decir que se tuvo que hacer un levantamiento de información, ir a las empresas, preguntar, hacer estudios y encuestas. Gracias a este conocimiento se le ha brindado el mejor servicio al cliente, sin embargo, se espera en un futuro invertir en plataformas digitales ya que la tecnología es uno de los medios principales de comunicación y venta. La creación de una plataforma exclusiva para el cliente



sería llamativa y además la automatización de pedidos será la mejor opción.

El crecimiento de la empresa también estará determinada por las estrategias de marketing que realice iris, ya que lo que respecta a la retención de clientes nuevos será un factor fundamental para el crecimiento de ventas.

Uno de los retos a superar es la incertidumbre del mensajero; ya que al momento de realizar una entrega o dejarla más específicamente en un buzón o portería los riesgos del paquete son altos; Para esto generamos evidencias como lo son: Identificador de paquete(firma), Guía en el paquete y Foto de donde se entregó, esto minimiza los riesgos de que el paquete sea entregado a alguien más, esté en una dirección errónea, o el vigilante pierda este paquete. La responsabilidad como empresa de mensajería ha sido alta ya que tenemos el sentido de responsabilidad del producto de nuestro cliente y uno de nuestros compromisos es que el paquete llegue a su destino en buen estado.

Estrategias evidenciadas

- Identificar y conocer el mercado objetivo
- Elección de más canales de venta
- Concentración en el valor agregado para el éxito de la empresa
- Buscar alianzas con otros negocios (emprendedores)

14 BIBLIOGRAFÍA

- [1] C.A Caballero, Clasificación industrial uniforme de todas las actividades económicas [Online]. Available: <https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIURev3AC.pdf> (pág. 275)



- [2] Portafolio, (2021, diciembre 09), Mensajería en Colombia a través de modelos asociados [Online]. Available: <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/mensajeria-en-colombia-a-traves-de-modelo-de-asociados-559485>
- [3] Semana, Las 5000 empresas más grandes de Colombia 2019 edición especial dinero. [Online]. Available: <https://especiales.dinero.com/las-5000-empresas-mas-grandes-de-colombia/index.html>
- [4] Impulsa Colombia, (2021, noviembre 17), Colombia incrementó su tasa de actividad emprendedora en 2020, [Online]. Available: <https://innpulsacolombia.com/innformate/colombia-incremento-su-tasa-de-actividad-emprendedora-en-2020>
- [5] instituto nacional de contadores públicos (2021), Datos sobre empresas en Bogotá al primer bimestre de 2021, [Online]. Available: <https://incp.org.co/datos-sobre-empresas-en-bogota-al-primer-bimestre-de-2021/>
- [6] P. Kotler. *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. 1ª ed. México 2002
- [7] R. Hernández Sampieri. *Metodología de la investigación*. 6ª ed. México Df: 2014
- [8] Gandolfo Dominici, From Marketing Mix to E-Marketing Mix: A Literature Overview and Classification. Gandolfo Dominici. [Online]. Available: <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=20710310200800511308402801008008207701500200100009008612102507011208709402910309509103096049125038001052023094098025111121005046002046043009068004119075099122099049080048111065091106093112103097111101114123115121099069110093027090108104117120110007&EXT=pdf&INDEX=TRUE>
- [9] F. Villarreal, (septiembre 2016) Introducción a los Modelos de Pronósticos [Online]. Available: https://www.matematica.uns.edu.ar/uma2016/material/Introduccion_a_los_Modelos_de_Pronosticos.pdf
- [10] G. Ambrose. *Layout*. 2009
- [11] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1369. (30, diciembre, 2009). Régimen de los servicios postales [en línea]. Diario Oficial 47.578. Disponible en: https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-621_doc_norma.pdf
- [12] COLOMBIA. PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA . Decreto 4436. (25, noviembre, 2011). Reglamentó la habilitación para la prestación de servicios postales y el Registro de Operadores Postales. Diario Oficial 48264. Disponible en: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=44806>
- [13] COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Resolución 3038. (4, abril, 2011). Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios Postales. Diario Oficial 48033. Disponible en: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=42126&dt=S>



- [14] COLOMBIA. PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto reglamentario 1078. (26, mayo, 2015). Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Diario Oficial No. 49523. Disponible en: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=62513&dt=S>
- [15] COLOMBIA. DIRECTOR EJECUTIVO DE LA COMISIÓN REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Resolución 5226. (19, septiembre, 2017). por medio de la cual se hace una Fe de Erratas a la Resolución CRC 5050 de 2016. Diario Oficial No 50362. Disponible en: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=71570&dt=S>
- [16] COLOMBIA. EMISIÓN FILATÉLICA LUCHA CONTRA EL COVID-19 EN COLOMBIA. Resolución 1228. (13, julio, 2020). Emitir el sello postal denominado “Lucha contra el COVID-19 en Colombia”. Diario Oficial No 51375. Disponible en: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=94811&dt=S>

15 ANEXOS

10 Anexo 0

10.2 Anexo 1



Anexo 1 - Encuestas
clientes.xlsx

10.3 Anexo 2



Anexo 2 -
Pronostico de venta

10.4 Anexo 3



Anexo 3 -
Simulacion.xlsx

10.5 Anexo 4



Anexo 4 - Canvas
Iris.png

10.6 Anexo 5



Anexo 5 - Datos
claves para tu envío.

10.7 Anexo 6



Anexo 6 -
Tarifas.jpeg

10.8 Anexo 7



Anexo 7 - Pasos
para contratar tu sei

10.9 Anexo 8



Anexo 8 - perfiles
del consumidor.png

10.10 Anexo 9



Anexo 9 - Iris bizagi
- comunicaciones.pr

10.11 Anexo 10



Anexo 10 - Iris
bizagi- Envios.png

10.12 Anexo 11



Anexo 11 - Formato
bizagi Iris.bpm