

Tramisandracar Sas

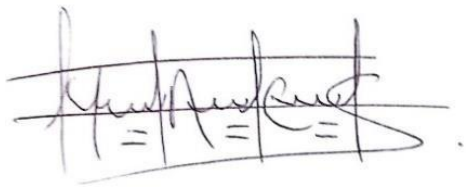
Yessica Alexandra Cruz Sánchez

Institución Universitaria Latina Unilatina, Administración De Empresas

Noviembre 02 de 2023

CERTIFICADO DE AUTORÍA INTELECTUAL

Bogotá, 02 de noviembre de 2023 Yo, Yessica Alexandra Cruz Sánchez, declaro que el trabajo de grado titulado: “TRAMISANDRACAR SAS” presentado como requisito para obtener el título de Administrador de Empresas otorgado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Institución Universitaria Latina, UNILATINA, es de mi completa autoría exceptuando los pasajes donde expresamente se aclare lo contrario. Las ideas expresadas en este trabajo son de responsabilidad exclusiva de los autores y no constituyen compromiso institucional alguno de la Institución Universitaria Latina, UNILATINA



Yessica Alexandra Cruz Sánchez
C.C.1073721010

Dedicatoria

Este proyecto se lo dedico a mi mamá que siempre me ha brindado su apoyo y su confianza y con la cual logre hacer realidad este sueño a su lado, esa mujer que me ha enseñado sobre la vida y me ha dado el saber ser que se requiere para poder afrontarla con humildad y dedicación.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por bendecir mi vida y permitirme llegar a esta universidad que me ha brindado la confianza y la sabiduría para lograr emprender este proyecto y pasarlo del papel a la vida real, también agradezco a mi familia que siempre me ha apoyado y a mis amigos que me han animado cuando no creía esto posible.

Resumen

En el siguiente trabajo encontrara toda la información del trabajo realizado donde se podrá evidencia el estudio del servicio a través del tiempo y también del grupo objetivo. Encontrara la planificación para la campaña de mercadeo y lo relacionado a la creación legal de la empresa

Abstrac

In the following work you will find all the information of the work carried out where the study of the service over time and also of the target group can be evidenced, you will find the planning for the marketing campaign and what is related to the legal creation of the company

Introducción

En el siguiente trabajo se podrá evidenciar la investigación y el proceso que se realizó en la creación de la empresa, en el primer capítulo se evidenciará como se generó la idea de negocio y como se dio soporte a su viabilidad con su historia y antecedentes y así mismo la idea establecida como la misión, visión, objetivos entre otros. En el segundo capítulo se podrá observar cuáles fueran las propuestas para poder promocionar el proyecto y estudio de mercado que se realiza en base a la experiencia propia y de otros usuarios que llevan años en el área del mercado, así mismo el grupo objetivo y la capacidad que se desea tener en la empresa para su funcionalidad mínima óptima. En el tercer capítulo se podrá ver investigaciones técnicas y más profundas sobre el servicio propuesto para este proyecto que permita rectificar su viabilidad.

En los siguientes capítulos se evidencia el proyecto ya constituido legalmente ante la cámara de comercio y así mismo de forma numérica el progreso estable que se tiene y al que se aspira en los siguientes años, explicando por medio de tablas su factibilidad y al finalizar el quinto capítulo se encontrará en un canvas la estructura del negocio que le permitirá entender como este se puede llevar a cabo y el conocimiento que se tiene para esto.

Capítulo I

1.1. Conocimiento Y Experiencia:

Cuento con una experiencia de dos años trabajando en tránsito y un año más en la empresa DOCUAUTOS SAS especializada en realizar trámites de siniestros a aseguradoras, a demás del tiempo laborado con este proyecto que son tres años y medio.

1.1.1. Dofa Personal:

Debilidades.

- Conocimiento sobre los documentos requeridos para cada tramite de acuerdo con los requisitos de cada tránsito.
- Falta de comunicación asertiva ya que la timidez impide que se hable de la mejor manera con los usuarios.
- Mejorar el orden ya que en el tema de documentación es necesario mucho orden y control.

Oportunidades.

- Relaciones personales con diferentes tramitadores en toda Cundinamarca (contactos)
- Manejo virtual por medio de Whatsapp para un control y seguimiento completo y actualizado.
- Soy adaptable a los cambios y creativa.

Fortalezas.

- Soy paciente y puedo persistir con el negocio, aunque en un inicio sea complejo y demorado el proceso
- Formación universitaria que permite adquirir tanto conocimiento como apoyo a la creación de la empresa
- Soy muy positiva lo que me ayuda a no rendirme a la primera y a ver la mejor parte de cada cosa.

Amenazas.

- Hay mucha competencia informal, lo cual puede generar bloqueos.
- No contar con la suficiente capital para sostener el negocio.
- No tener un certificado de conocimiento vehiculares.

1.2. Idea De Negocio:

Tramisandracar sas ofrece la facilidad de realizar una amplia variedad de trámite vehicular tales como duplicados de licencias, traspasos, matriculas, cancelaciones de matrículas, certificados de tradición, toma de improntas, entre otros, con el fin de permitir a nuestros usuarios optimizar su tiempo y agilizar procesos en el alistamiento de documentos, garantizandouna asesoría optima con la mejor atención.

El servicio se ofrecerá con una metodología puerta a puerta donde se realizará una cita con el cliente en el lugar que le sea más factible y se le recibirán documentos realizando todo el proceso que necesite el trámite vehicular, aclarando dudas de los



clientes. Seguido de esto se realizará el trámite y una vez terminado se entregará nuevamente en la oficina o casa del cliente como se prefiera, así no perderá tiempo y se cumplirán los tiempos establecidos por la movilidad de tránsito, de igual manera en caso de estar ubicado en una ciudad diferentes se maneja por medio de correspondencia certificada la entrega de documentos.

1.2.1. Direccionamiento Estratégico.

1.2.1.1 Visión: Llegar a ser para el año 2025 conocidos a nivel nacional.

1.2.1.2 Misión: Somos una empresa enfocada en realizar trámites vehiculares con la mayor agilidad y transparencia siendo siempre justos y adaptándonos al tiempo del cliente para así ofrecer el mejor servicio.

1.2.1.3 Objetivo: Lograr cambiar la mentalidad de las personas para que este servicio sea aceptado en el mercado y lograr ser reconocidos por nuestra honestidad y agilidad en tiempos.

1.2.2. Antecedentes:

El Runt se define como un sistema de información que permite registrar y mantener actualizada, centralizada, autorizada y validada la misma sobre los registros de automotores, conductores, licencias de tránsito, empresas de transporte público, infractores, accidentes de tránsito, seguros, remolques y semirremolques, maquinaria agrícola y de construcción autopropulsada y de personas naturales o jurídicas que prestan servicio al sector. (art. 8 y 9 de la Ley 769 de 2002 y la parte pertinente de la Ley 1005 de 2006)

1.2.3. Análisis Dofa Empresarial:

Debilidades.

- No contar con una oficina central
- No disponer de los recursos necesarios para hacer una APP
- Contar con poco tiempo o retrasos en los envíos.

Oportunidades.

- Ya se cuenta con un personal capacitado
- Existen contactos con empresas que suelen necesitar nuestros servicios.
- Conocimiento del personal del servicio y sus respectivos procesos.

Fortalezas.

- Contactos externos
- Capital para iniciar el proyecto.
- Actitud de aprendizaje y responsabilidad por parte de los funcionarios.

Amenazas.

- Falta de clientes
- No contar con el tiempo necesario para hacer los procesos operativos.

1.2.4. Análisis Dofa Estratégico:

Debilidades.

- Realizar vía telefónico la información y la metodología puerta a puerta para entrega de documentos
- Asociarme con personas interesadas en el negocio para incrementar los recursos.

Oportunidades.

- Realizar publicidad en todos los tránsitos de Cundinamarca donde la empresa cubra en servicio.
- Establecer tiempos reales y factibles para tener un cumplimiento optimo en entregas.

Fortalezas.

- Se cuenta con el conocimiento y los contactos de colaboradores o tramitadores que puedan realizar este proceso.

Amenazas.

- Realizar una buena campaña publicitaria
- Establecer el personal adecuado de acuerdo con la demanda

1.3. EL PROMOTOR O PROMOTORES:

1.3.1. Factores Personales Que Orientan La Búsqueda De La Actividad A

Desarrollar:

Falta de conocimiento por parte de los usuarios en cuanto a los procesos de cada tránsito.

Formalizar de manera legal el proceso de estas asesorías, generando un mayor control y seguridad tanto para el usuario como para el negocio.

1.3.2. Factores Sociales:

Cambiar el concepto que se tiene en el mercado sobre estos negocios para que la sociedad y en especial mi grupo objetivo acepte de la mejor manera la asesoría que se brinda y así mismo posicionar la marca en el mercado.

1.3.3. Factores Económicos:

Generar un negocio que permanezca a través del tiempo y que mantenga una buena liquidez teniendo así los recursos suficientes para los proyectos de la empresa y su sostenibilidad.

1.4 Análisis De Las Ideas Preliminares:

1.4.1. Ventajas:

- No se requiere desiado capital para iniciar el negocio.
- Ya se contaría con un personal apto y capacitado con más de 10 años de experiencia en el mercado.
- Relaciones laborales con gente conocida en el sector.

1.4.2. Inconvenientes.

- Muchas de las personas de mi segmento no confían en este tipo de servicios ofrecidos.
- Para las personas de mayor edad puede no ser adecuado el manejo de Whatsapp o vías electrónicas.

1.4.3. Justificación De La Idea.

Facilitar y agilizar los procesos de tramites vehiculares garantizando una seguridad y transparencia en cada proceso a realizar por el tramitador para garantizar la confianza y seguridad del propietario del vehículo o quien solicite el servicio.

Se busca generar un reconocimiento que permita que la empresa no solo tenga de usuarios personas naturales sino llegar a realizar trámites para personas jurídicas u otras compañías tales como aseguradoras, bancos, entre otros.

1.4.4 Productos O Servicios Que Serán El Objeto De La Actividad Económica

Trasposos, Matrículas, Cancelaciones de matrículas, Certificados de tradición, cambio de color, cambio de servicios, duplicado de placas o licencias, otros que puedan aplicar.

1.4.5. Identificación De Las Ideas O Proyectos Alternativos O Complementarios:

Toma de improntas, Asesorías distintas relacionases.

1.5 Reseña De Su Evolución: Origen, Usos y Competencia.

1.5.1. Origen:

Al ver la necesidad en el mercado de realizar este tipo de tramites, pero en la mayoría de ellos no tener el tiempo suficiente para ir mas de dos días todo el día a esperar un turno, queremos hacer este proceso para ayudar a estas personas y cambiar la perspectiva negativa que se tiene del negocio en el mercado.

1.5.2. Usos:

En esta idea se le encuentra el uso de aprendizaje, ya que aprendes sobre todos los procesos de tránsito que se requiera.

1.5.3. Competencias:

Se vería como competencia externa a las personas que se dedican a realizar esto de forma informal, es decir sin tener una empresa establecida.

De manera interna podemos encontrar los mismos tránsitos ya que ofrecen la posibilidad a los usuarios de realizarlos procesos por sí mismos.

Capítulo II

2.1. Estudio Del Mercado.

Determinar el nivel de interés y de aceptación que nuestro servicio tiene en el grupo objetivo seleccionado, buscando así validar si el servicio tendrá la aceptación esperada en el mercado y si se deben realizar algunos cambios en el servicio para la aceptación de nuestros usuarios teniendo en cuenta nuestra competencia directa.

2.1.1 Objetivo General Del Estudio De Mercado:

Generar un reconocimiento del negocio por medios digitales tales como Whatsapp para así poder atraer a una mayor cantidad de clientes y mantener un control en los datos, esto se generará en un tiempo máximo de tres meses donde se generaran nuevos contactos ampliando nuestra red de alcance.

2.1.2. Objetivos Específicos Del Estudio De Mercado:

Se busca que el estudio pueda concluir lo siguiente.

- Aceptación del servicio en los usuarios.
- Viabilidad del proyecto
- Aceptación en comparación a la competencia
- Tiempo en el que los usuarios determinan apropiada la espera para los tramites de acuerdo con lo estipulado por el tránsito.
- Aceptación del público al manejo de entrega de documentos puerta a puerta
- Investigar la forma adecuada de implementar o de introducir el servicio en los medios digitales analizando metodologías y estrategias para un resultado más

eficiente, realizando una inversión de \$15.000 pesos diarios y esperando un ROI de un 30%.

- crear contenido en páginas de redes sociales e implementar una página web por la cual nuestro negocio pueda ser reconocido digitalmente, implementando contenido de ayuda que permita que nuestros clientes tengan un mayor entendimiento del funcionamiento del negocio y así generar una mayor confianza.
- Realizar un análisis de los resultados presentados tanto en redes sociales como en las páginas web comparando principalmente la tasa de clic (CTR) con la cantidad de clientes que nos logre generar.

2.2 Nombres, Marcas, Logotipos, Emblemas, Slogan.

2.2.1. Nombres:

Tramisandracar sas

2.2.2. Marcas:

Asesoría en tramites vehiculares Tramisandracar

2.2.3. Logotipo:

Una llanta de forma minimalista en color vino tinto que representa seriedad, cuyo interior contiene un carro avanzando representando agilidad sobre una vía que representa seguridad, rodeando la parte superior interna con el nombre de la empresa y en la parte inferior con el emblema.

2.2.4. Emblemas:

Experiencia, Seguridad y cumplimiento.

2.2.4. Slogan:

Asesoramos con honestidad y transparencia.

2.2.5. Empaque:

Se podrían realizar carpetas con el logotipo para los documentos.

2.3 Definición Y Descripción

2.3.1. Investigación De Mercados.

2.3.1.1 Precio:

teniendo en cuenta la gran cantidad de lugares en los cuales desarrollamos nuestro servicio considero que el precio es adecuado y está balanceado según el rango en el mercado.

2.3.1.2 plaza:

se realizará este servicio tanto en Bogotá como en sus alrededores llegando así a toda Cundinamarca y extendiéndonos nacionalmente.

2.3.1.3 Promoción:

para este servicio si se realiza más de un trámite por la misma persona se puede dar un descuento en el segundo dependiendo de donde se vaya a realizar.

2.3.1.4 Producto:

este servicio va desde una asesoría hasta el realizar el trámite completo y entregarlo a nuestro cliente con la metodología puesta a puerta.

2.3.2. Conclusión Del Análisis De Resultados.

en el Focus Group realizado con personas que ejercen este mismo servicio, se llegó a la conclusión de que la aplicación sería algo muy útil para los usuarios independientes, sin embargos para los clientes como empresas es más sugerible una página que lleve el control de cada proceso.

Capítulo III

3.1 Usos Y Usuarios: Definición De La Clientela

3.1.1. Usos: se espera que los usuarios potenciales como lo son las empresas y las aseguradoras pongan en nuestras manos los lotes de sus trámites y siniestros para así poder realizar en masa estos procesos y entregar cada trámite en el menor tiempo posible.

3.1.2. Usuarios: se busca que en nuestra clientela potencial se encuentren aseguradoras de vehículos que nos permitan cumplir sus expectativas y realizar los procesos en el menor tiempo posible.

3.1.3. Poder De Negociación Con Los Clientes: para nuestra idea de negocio la negociación tiene un nivel bajo ya que los precios están establecidos y no pueden ser modificados después de haber firmado el contrato, sin embargo antes de firmar este se puede acordar un valor justo para cada proceso.

3.1.4. Poder De Negociación Con Los Proveedores: Al ser en masa si se pudiese buscar llegar a un acuerdo para disminuir el valor por improntas.

3.2 Estacionalidad De Mercado.

A fin de año se presenta la “temporada alta” ya que para esta época se obsequian demasiados vehículos y también se presentan siniestros de una cantidad superior al resto del año, por lo tanto, en esta temporada se aumentan los procesos y trámites a realizar.

3.2.1 Poder De Compra.

Debe ser unas personas de estrato medio demasiado ocupada como para realizar los trámites el mismo o que simplemente prefiera disfrutar su tiempo con amigos o familiares en lugar de estar todo el día en un tránsito esperando.

3.2.2 Rango De Precios O Tarifas.

Para los trámites de Bogotá se asigna un valor al servicio de \$70.000 y por los trámites de Cundinamarca un valor de \$120.000 donde estos incluyen transportes y copias que se puedan necesitar además el valor puede variar dependiendo el trámite que se solicite.

3.2.3 Comportamiento De La Clientela.

Como se mencionaba anteriormente son personas con poco tiempo disponible, sin embargo, para estos clientes la frecuencia de adquisición del servicio no es alta ya que estos documentos se realizan no muy seguido por persona, para las empresas es totalmente diferente ya que se enfocan en hacer este tipo de proceso ya que se enfocan en siniestros o ventas de lo mismo.

3.2.4 Ciclo De Vida Del Producto.

El servicio se lleva a cabo en poco tiempo, pero las licencias o cancelaciones tienen una alta durabilidad en tránsito al igual que los demás procesos.

3.2.5 Diferenciación Del Servicio.

Mi servicio no solo funciona en una zona como lo es Bogotá, aunque esta sea su principal sector sino también a sus alrededores, donde se busca llegar a cubrir toda Cundinamarca.

3.2.6 Estrategia De Venta

3.2.6.1. Promoción: esta se realizará por medio de redes sociales,

principalmente en WhatsApp, adicional se busca lograr ser difundidos por medio de la voz a voz.

3.2.6.2. Ventas Directas: se conseguirá por medio de proyectos presentados a los diferentes directivos de aseguradoras y concesionarios.

3.2.6.3. Ventas Indirectas: no aplica ya que el proceso debe ser realizado directamente por el personal de la empresa.

Capítulo IV

4.1 Definición Forma Jurídica De La Empresa.

4.1.1. Figura Sociedad Acogida.

La figura que se escogió para la empresa teniendo en cuenta sus características y método de funcionalidad fue la sociedad anónima simplificada.

4.1.2. Definición S.A.S

Es una empresa o persona jurídica formada comercialmente, esta puede ser constituida desde una persona en adelante por medio de la cámara de comercio ya sea que se haga por documento privado o escritura pública. El termino de duración de la empresa no debe ser ostentatoriamente aclarado ya que se puede colocar como indefinida.

4.1.3. Minuta De Constitución

<https://docs.google.com/document/d/1jZpNBcOOu4ZkiEEt3-l2en1PDBMc57LF/edit?usp=sharing&oid=110309367277622249685&rtpof=true&sd=true>

4.2. Procedimientos Legales para la Formalización de la Empresa.

4.2.1. Formalización Comercial.

https://drive.google.com/file/d/1igwXTctuzmOFQLBhYV3PCovkJ_LHMPQD/view?usp=sharing

4.2.1.3. Consulta de Homonimia

[Ir a página de inicio](#)
[Ir a Registros Públicos](#) | [Ir a Solución de Conflictos](#) | [Ir a Servicios Empresariales](#) | [Ir a Competitividad y Valor Compartido](#) | [Ir a Gobernanza y Gestión del Conocimiento](#)
 Empesarios | Círculo de Afiliados CCB | Inversionistas | Ciudadanos | Proveedores - Contratistas | Sala de prensa virtual
 Siganos en: [Encuéntrenos en Facebook](#) | [Siganos en Twitter](#) | [Encontrémonos en LinkedIn](#) | [Suscríbese a nuestro canal en Youtube](#) | [Véanos en Flickr](#) | [RSS](#)

Servicios en Línea

SopORTE y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330 | Chat | Llamada virtual | Ayuda

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación
 Clase: No. -

Por nombre o razón social*
 Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Registro mercantil
 Dígite el número de matrícula

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
BOGOTÁ	0003342362	TRAMISANDRACAR SAS	SOLEDAD o PERSONA JURIDICA PRINCIPAL o ESAL	0	ACTIVA

4.2.1.4. CIU

5229 Otras actividades complementarias al transporte

Esta clase incluye:

- Los servicios de transitarios. La función de los transitarios o freight forwarders es ofrecernos las soluciones de transporte más adecuadas para cada caso, tanto en transporte marítimo, como aéreo, terrestre o combinaciones de ellos. Hacen una selección de los precios y servicios más apropiados entre los ofrecidos por los operadores de transporte del mercado.
- Los transitarios suelen ofrecer servicios logísticos completos, lo que los convierte en un servicio básico para pequeñas y medianas empresas: - Transporte tanto de cargas completas como agrupadas. - Agencia de aduanas. - Almacenamiento. - Distribución. - Asesoramiento.
- La organización y coordinación de operaciones de transporte por tierra, mar o aire.
- La organización de envíos de grupo e individuales (incluso recogida y entrega de mercancías y agrupación de envíos).
- Las actividades logísticas; por ejemplo, operaciones de planeación, diseño y soporte de transporte, almacenamiento y distribución.
- La emisión y trámite de documentos de transporte y conocimientos de embarque.
- La verificación de facturas y suministro de información sobre las tarifas de transporte.
- Las actividades de los agentes de aduanas.
- Las actividades de transitarios de flete marítimo y flete aéreo.
- La contratación de espacio en buques y aeronaves.

4.2.2. Formalización Tributaria

4.2.2.1. Impuestos Nacionales y distritales que debe tributar la empresa

Iva. Ica y Reteica.

4.2.2.2. Registro único Tributario

[https://drive.google.com/file/d/1iqwXTCtuZmOFQLBhYV3PCovkJ_LHMPQD/
view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1iqwXTCtuZmOFQLBhYV3PCovkJ_LHMPQD/view?usp=sharing)

Capitulo V

5.1. Presupuesto de Ventas

5.1.1. Estructura del Mercado

PRODUCTO	MERCADO POTENCIAL CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO
TRASPASOS	226,800	55	226,855	2%
MATRICULAS	226,800	55	226,855	2%
TRASLADOS	226,800	55	226,855	2%
LEVANTA/INSCRIBE PRNDA	226,800	55	226,855	2%
				#¡DIV/0!
				#¡DIV/0!
Total			907,420	

POBLACIÓN	567000	100%
POTENCIAL	39690000.00%	70%
OBJETIVO	226800	40%

5.1.2. Capacidad Instalada Mano de Obra

PRODUCTO		HORAS AÑO OPERARIO TURNO	UNIDADES HORA HOMBRE	CAPACIDAD INSTALADA POR OPERARIO AÑO 1	TIEMPO DE DEDICACION % AÑO 1	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD REQUERIDA
TRASPASOS	Unidad	2,400	1	2,400	100%	2,400	226,855
MATRICULAS	Unidad	2,400	1	2,400	100%	2,400	226,855
TRASLADOS	Unidad	2,400	1	2,400	100%	2,400	226,855
LEVANTA/INSCRIBE PRNDA	Unidad	2,400	1	2,400	100%	2,400	226,855
	Unidad						
	Unidad						
Total				9,600	400%	9,600	907,420

5.1.3. Ventas Anuales Por Producto

NOMBRE PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VTA UNIT.	VENTAS TOTALES \$ AÑO 1
TRASPASOS	226,855	120,000	27,222,600,000
MATRICULAS	226,855	80,000	18,148,400,000
TRASLADOS	226,855	60,000	13,611,300,000
LEVANTA/INSCRIBE PRNDA	226,855	120,000	27,222,600,000
SUBTOTAL	907,420	380,000	86,204,900,000

PERIODO	INCREMENTO ANUAL PRECIO %	BASE + INCREMENTO
Año 2	3%	103%
Año 3	3%	103%
Año 4	3%	103%
Año 5	3%	103%

5.1.4. Ciclicidad ventas en el año.

CALIFICACION COMPORTAMIENTO VENTAS	CALIFICACION
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

De acuerdo a la estacionalidad de su portafolio califique los meses según la tabla anterior		AÑO 1	AÑO 1
		UNIDADES	VENTAS \$
Enero	3	43,907	4,171,204,839
Febrero	5	73,179	6,952,008,065
Marzo	5	73,179	6,952,008,065
Abril	5	73,179	6,952,008,065
Mayo	5	73,179	6,952,008,065
Junio	5	73,179	6,952,008,065
Julio	5	73,179	6,952,008,065
Agosto	5	73,179	6,952,008,065
Septiembre	5	73,179	6,952,008,065
Octubre	5	73,179	6,952,008,065
Noviembre	7	102,451	9,732,811,290
Diciembre	7	102,451	9,732,811,290
Total	62	907,420	86,204,900,000

5.2. Presupuesto de Compras

5.2.1. Consumo de materia Prima por producto

A pesar de que la empresa esta enfocada en brindar un servicio para poder hacerlo también necesitamos materiales con los cuales podamos recoger información como formatos (papel) o cinta para improntas como se evidencia a continuación.

Producto No.1	TRASPASOS			
UNIDAD DE PRODUCCION	UNIDAD			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
FORMATOS (PAPEL)	5	200	5.00	1,000
CINTA (IMPRONTAS)	1	100	1.00	100
ENVIOS	2	10,000	2.00	20,000
SUBTOTAL		10,300	8.00	21,100
OTROS INSUMOS:				
SUBTOTAL				
TOTAL		10,300	8.00	21,100

Producto No.2	MATRICULAS			
UNIDAD DE PRODUCCION				
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
FORMATOS (PAPEL)	2	200	2.00	400
ENVIOS	2	10,000	2.00	20,000
SUBTOTAL		10,200	4.00	20,400
OTROS INSUMOS:				
SUBTOTAL				
TOTAL		10,200	4.00	20,400

Producto No.3	TRASLADOS			
UNIDAD DE PRODUCCION	una			
				TOTAL COSTO UNIT.
FORMATOS (PAPEL)	2	200	2.00	400
ENVIOS	2	10,000	2.00	20,000
				20,400
SUBTOTAL				
TOTAL				20,400

Producto No.4	LEVANTA/INSCRIBE PRNDA			
UNIDAD DE PRODUCCION				
				TOTAL COSTO UNIT.
FORMATOS (PAPEL)	5	200	5.00	1,000
CINTA (IMPRONTAS)	1	100	1.00	100
ENVIOS	2	10,000	2.00	20,000
				21,100
SUBTOTAL				
TOTAL				21,100

5.2.2. Unidades Por Producir.

	AÑO 1	UNITARIO	AÑO 1
TRASPASOS	226,855	21,100	4,786,640,500
MATRICULAS	226,855	20,400	4,627,842,000
TRASLADOS	226,855	20,400	4,627,842,000
LEVANTA/INSCRIBE PRNDA	226,855	21,100	4,786,640,500
Total	907,420	83,000	18,828,965,000
PERIODO	INCREMENTO ANUAL COSTOS %	BASE + INCREMENTO	
Año 2	5%	105%	
Año 3	5%	105%	
Año 4	5%	105%	
Año 5	5%	105%	

5.2.3. Programa de compras de materia Prima

COMPORTAMIENTO COMPRAS				
Muy alto		9		
Alto		7		
Normal		5		
Bajo		3		
			AÑO 1 UNIDADES	AÑO 1 COMPRAS \$
Enero		3	43,907	911,078,952
Febrero		5	73,179	1,518,464,919
Marzo		5	73,179	1,518,464,919
Abril		5	73,179	1,518,464,919
Mayo		5	73,179	1,518,464,919
Junio		5	73,179	1,518,464,919
Julio		5	73,179	1,518,464,919
Agosto		5	73,179	1,518,464,919
Septiembre		5	73,179	1,518,464,919
Octubre		5	73,179	1,518,464,919
Noviembre		7	102,451	2,125,850,887
Diciembre		7	102,451	2,125,850,887
Total		62	907,420	18,828,965,000

5.3 Presupuesto de costos y Gastos

5.3.1. Requerimientos de Personal

MAIO DE OBRA			ADMINISTRACION			VENTAS		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
RADICADOR 1	1,000,000	12,000,000	GERENTE	1,200,000	14,400,000	SECRETARIA MEDIO TIE	500,000	6,000,000
RADICADOR 2	1,000,000	12,000,000	CONTADOR	500,000	6,000,000			
MENSAJERO/IMPONTE	1,000,000	12,000,000						
Subtotal	3,000,000	36,000,000	Subtotal	1,700,000	20,400,000	Subtotal	500,000	6,000,000
Parafiscales	270,000	3,240,000	Parafiscales	153,000	1,836,000	Parafiscales	45,000	540,000
Cesantias	249,900	2,998,800	Cesantias	141,610	1,699,320	Cesantias	41,650	499,800
Intereses sobre Cesantias	2,499	29,988	Intereses sobre Cesantias	1,416	16,993	Intereses sobre Cesantias	417	4,998
Prima de Servicios	249,900	2,998,800	Prima de Servicios	141,610	1,699,320	Prima de Servicios	41,650	499,800
Vacaciones	125,100	1,501,200	Vacaciones	70,890	850,680	Vacaciones	20,850	250,200
Total salarios	3,897,399	46,768,788		2,208,526	26,502,313		649,567	7,794,798

5.3.2. Otros costos de producción y Gastos de Administración

OTROS COSTOS DE PRODUCCION			GASTOS DE ADMINISTRACION			GASTOS DE VENTAS		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1	CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1	CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Arriendo	600,000	7,200,000	Arriendo			Arriendo		
Energia	70,000	840,000	Energia			Energia		
Agua	110,000	1,320,000	Agua			Agua		
Telefono	60,000	720,000	Telefono			Telefono		
Suministros de oficina	10,000	120,000	Suministros de oficina	20,000	240,000	Suministros de oficina		
Mantenimiento	10,000	120,000	Contador			Publicidad		
Subsidio de transporte	300,000	3,600,000	Subsidio de transporte			Subsidio de transporte		
Transporte	150,000	1,800,000	PUBLICIDAD			Transporte		
Dotaciones	30,000	360,000						
Publicidad								
Subtotal	1,340,000	16,080,000	Subtotal	20,000	240,000	Subtotal		

5.4. Plan de Inversión y financiación

CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Inventario materia prima	1,559,080,417			10,000,000	1,569,080,417
Inventario productos en proceso	777,230,158			10,000,000	787,230,158
Inventario productos terminados	524,820,105				524,820,105
Cartera					
Inversiones diferidas	80,000				80,000
Caja	7,920,000				7,920,000
Total capital de trabajo	2,869,130,680			20,000,000	2,889,130,680

ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Terrenos					
Construcciones					
Maquinaria y equipo				5,000,000	5,000,000
Muebles y enseres				2,550,000	2,550,000
Vehículos				3,500,000	3,500,000
Total inversión fija				11,050,000	11,050,000
Inversión Total	2,869,130,680			31,050,000	2,900,180,680
Participación %	99%			1%	100%

5.5 Canvas

SOCIOS	ACTIVIDADES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTACIÓN DE CLIENTES
<p>Generar relaciones con tramitadores de otras ciudades que nos permitan agilizar el proceso de radicación por medio de ellos mismos y así mismo nos genere ingreso en cuenta a trámites para ampliar la capacidad de cada servicio a nivel nacional.</p>	<p>Atender los medios de contacto como WhatsApp de manera rápida para no demorar los procesos, también se debe ser amable desde principio a fin sin importar el tipo de cliente que se tenga y buscar siempre soluciones efectivas a los problemas que se presenten.</p>	<p>Nuestro valor agregado es el servicio puerta a puerta y los tiempos que estipulamos para la entrega de cada trámite finalizado, garantizando adquirir su tarjeta o matrícula en el espacio y tiempo que le sea más cómodo arraigándonos a los tiempos estipulados por el RUNT y el SIETT de cada tránsito correspondiente.</p>	<p>La relación que se mantiene con cada cliente es amigable y cercana de tal manera que se sientan cómodos y al momento de recomendar sea tanto por el servicio como por la atención.</p>	<p>Personas entre los 16 y 60 años aptos para conducir o que deseen realizar alguna modificación en el tránsito donde se encuentre matriculado el vehículo. También buscamos empresas que vendan vehículos de siniestros o nuevos para así poder asignar matrículas o realizar los respectivos trasposos de los vehículos entregados de forma masiva.</p>
	<p>RECURSOS</p> <p>Se requiere un medio de transporte rápido como una moto para agilizar tanto la entrega de documentos como para la recolección de los mismos</p>		<p>CANALES</p> <p>Por medio del voz a voz, es nuestro principal canal para nuestros clientes, sin embargo contamos con 3 números de WhatsApp, un correo electrónico, página de Instagram y Facebook que permitan al cliente tener una mayor confianza y contacto.</p>	
ESTRUCTURA DE COSTO		FLUJO DE INGRESOS		
<p>Es importante tener el personal necesario para poder dar con la entrada de cada trámite sin importar la ciudad y así mismo poder dar atención inmediata a dudas sobre los procesos por medios tecnológicos y acogerse a los tiempos de cada usuario, así mismo es importante tener un medio de transporte ágil y rápido sin importar el embotellamiento que se genere en cada ciudad como lo es el Transmilenio o un motorizado.</p>		<p>Cada grupo objetivo varía la capacidad que está dispuesta a pagar dependiendo en que ciudad se encuentran principalmente y al mecanismo en tiempos y funcionalidad que tenga cada tránsito, por ejemplo una persona de Bogotá podría pagar desde \$40.000 hasta \$120.000 máximo dependiendo el trámite dado que en Bogotá los trámites son ágiles y masivos mientras que en una ciudad como Facatativá el tránsito es muy lento en sus procesos y se está dispuesto a pagar desde \$120.000 hasta \$250.000 dependiendo el trámite.</p>		