

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca



Universidad de
La Sabana

**INSTITUTO DE POSTGRADOS FÓRUM
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL**

**PLAN DE NEGOCIO
"ÁNGEL GUARDIÁN"**

MARÍA CLARA ARROYO ROMERO
Cod. 201114675
JAIME ANDRÉS BARRERA MEDINA
Cod. 201114667

BOGOTÁ, AGOSTO 8 DE 2012



CONTENIDO

2. NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	5
2.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	6
2.2. FLUJOGRAMA DEL SERVICIO	7
3.1. ENTORNO MACRO	8
3.1.1. FACTORES ECONÓMICOS	8
3.1.2. FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES	8
INSEGURIDAD LOCAL	10
3.1.4. FACTORES TECNOLÓGICOS:	12
3.2. ENTORNO MICRO	13
3.2.1. SECTOR	13
3.2.2. DEMANDA	13
3.2.3. DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTRATOS EN BOGOTÁ	13
3.2.4. MERCADO OBJETIVO	14
3.3. MATRIZ DOFA	17
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	18
4.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	18
5. INVESTIGACIÓN	19
5.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
5.2. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	19
A. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	19
B. HIPÓTESIS	20
C. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	20
D. ENCUESTA.....	20
E. PREGUNTAS.....	21
5.3. CONCLUSIONES	25
5.4. RECOMENDACIONES	25
6. CONOCIMIENTO DEL CLIENTE	26
A. NECESIDADES DE LOS CLIENTES	26
B. EXPECTATIVAS.....	26
C. EXPERIENCIA	26
D. HÁBITOS DE COMPRA	26
E. HÁBITOS DE USO	26
F. PERCEPCIÓN DEL SERVICIO	26
G. DECISOR DE COMPRA	27
7. PLAN COMERCIAL Y DE MERCADEO	27
7.1. ESTRATEGIA	27



7.2.	ELEMENTOS PRINCIPALES DEL PLAN COMERCIAL.....	28
A.	CONSUMIDOR.....	28
B.	PRODUCTO.....	29
C.	PLAZA.....	30
D.	PROMOCIÓN.....	31
E.	PUBLICIDAD.....	31
F.	PRECIO.....	33
7.3.	PLAN DE ACCIÓN.....	33
7.3.1.	TÁCTICAS.....	34
	RELACIONES PÚBLICAS.....	34
	TECNOLOGÍA.....	34
8.	ESTUDIO TÉCNICO.....	35
9.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	36
9.1.	PROYECCIONES MENSUALES.....	36
9.2.	FLUJO DE FONDOS.....	37
10.	MARCO LEGAL Y ADMINISTRATIVO.....	41
8.	CONTROL Y EVALUACIÓN.....	42
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	44



1. Resumen Ejecutivo

Colombia es uno de los países de Latinoamérica en donde la inseguridad se presenta en diferentes modalidades. Aunque los casos denunciados por los afectados no reflejan ni la cuarta parte de los casos, el paseo millonario o secuestros Express ha mostrado un aumento reciente en las principales ciudades de Colombia, donde los usuarios de taxi han manifestado su preocupación por ser víctimas de este tipo de acto delincuencia.

Aunque hay registro de iniciativas por parte del sector público y privado para prevenir y disminuir los casos de paseo millonarios en Bogotá, este trabajo muestra el servicio representado por el nombre Ángel Guardián, el cual busca que los Colombianos no solo se sientan más seguros antes de tomar un taxi sino que estén siendo monitoreados hasta llegar a su destino, ofreciendo adicional al servicio una ayuda a la comunidad y las autoridades competentes para mitigar la ola de criminalidad que afecta nuestro país.

Después de estudiar las características del entorno y del mercado, se observaron varias hipótesis de apoyo a la comunidad para definir un escenario de oportunidades y amenazas que han tenido otras empresas en donde Ángel Guardián va a enfocar sus fortalezas con el propósito de romper esquemas y transformar el servicio de taxi en una agradable experiencia; borrando de la mente de los Bogotanos una historia de criminalidad e inseguridad asociada al gremio.

Ángel Guardián será el pionero de los servicios de acompañamiento durante los recorridos de cualquier usuario y contribuirá a construir nuevamente confianza ciudadana.

Relaciones Públicas y Tecnología, serian los pilares del plan de mercadeo de la empresa, ya que se consideró que la mejor opción para construir confianza, es ofrecer un servicio que provea de seguridad a los usuarios de taxi y que cuente con los soportes y recursos suficientes para cumplir la promesa de valor de la compañía.

Para complementar la responsabilidad social y el compromiso, se encontró que si la ejecución del proyecto se realiza con una administración responsable y entregada, puede ayudar a prevenir delitos como el paseo millonario o secuestro Express en todo el territorio colombiano, así como en las principales ciudades de Latinoamérica.

1.1. Cuadro de ponderación de ideas del negocio

El siguiente cuadro muestra las ideas iniciales que fueron estudiadas para concretar el proyecto, el cual cuenta con variables que nos facilitaron tomar la decisión de cuál sería el plan de negocios y que contara con las características propias y viables que facilitarían su ejecución y éxito.

La idea con mayor puntuación fue la de un servicio que ofreciera confianza a los usuarios de taxi, sobre el cual se planteó el plan de negocio de ofrecer un servicio de Validación y Monitoreo para usuario de Taxi en Bogotá.



Ideas	Empresario			Mercado			Empresa		Total
	Gustos	Habilidad	Experiencia	Competencia (1 alta 5 baja)	Demanda o atractividad	Barreras (1 alta 5 baja)	Recursos Económicos	Conocimiento	
Servicio de control de rastreo para usuarios de Taxi (tipo chevystar)	5	5	3	5	4,5	3	4	3	32,5
Satelite para confección y bordado de prendas publicitarias	4	3,5	3	3	4	4,5	4	3	29
Organización de eventos exclusivos y personalizados con diseño	5	3,5	1,5	5	4	4,5	4	2,5	30
Jugositos con jugo de verdad	5	4	2,5	3	4	5	5	2,5	31
Hotel tipo "Inn" (campo de recreo y descanso)	3,5	3,5	2	1,5	3,5	3	2	2,5	21,5
Domicilios de todo (donde no hay domicilio)	5	4,5	2	2	4	3	5	3	28,5
Distribución de productos light	4	4,5	2,5	3	4	3	3,5	2,5	27
Dispensadores de laminas para control de PH de Licour	3,5	4	4	3,5	3	4	3	2,5	27,5
Casa de perros abandonados	3,5	4	2,5	3,5	4	3	2,5	3	26
Buscador web por segmentos con link a sitios de compra	5	3,5	2	4	4,5	4	3,5	2,5	29

Fuente propia autores

2. Nombre y Descripción del Servicio

La empresa J&C lanza su servicio exclusivo Ángel Guardián, con el objetivo de ofrecer tranquilidad y confianza a los usuarios de servicio público antes y durante los trayectos que realicen. Así mismo Ángel Guardián busca disminuir los casos de “paseo millonario o secuestro exprés” que se presentan en las principales ciudades de Colombia y otros países latinoamericanos



Inicialmente Ángel Guardián se va a enfocar en los usuarios de Taxi o personas que velan por la seguridad de estos usuarios. Cualquiera que tenga habilitado el servicio de SMS en su celular poder confirmar los móviles, ser monitoreados o monitorear una persona durante cualquier trayecto en Bogota.



2.1. Características del servicio

Vamos iniciar ofreciendo dos servicios; El primero es la confirmación del taxi en el que el usuario se vaya a transportar, donde, a través de mensajes de SMS, la empresa le confirma o informa que el número de la placa del taxi se encuentra o no registrada con las centrales de Taxis, de riesgo y/o con las entidades competentes.

El segundo servicio es el monitoreo de llegada a salvo del usuario, el cual se ofrece únicamente para los usuarios que se encuentran registrados a través del portal web de la compañía donde ingresan los datos del usuario y de las personas de confianza que desee inscribir (los cuales serán usados y compartidos únicamente en caso de presentarse un emergencia, con las entidades policiales y judiciales competentes). El usuario que haga uso de este servicio no solo recibirá, a través de un mensajes SMS la confirmación del número de la placa (como se ofrece en el primer servicio), sino que va a recibir una llamada de monitoreo entre 5 a 10 minutos después de haber enviado el mensaje, con el fin de confirmar que la persona se encuentre a salvo ya sea que haya decidido o no tomar el taxi. Si el usuario se encuentra en el vehículo que indicó en su mensaje, la compañía le hace le hacen consultas sobre su tranquilidad y seguridad en el móvil y sobre el trayecto, para finalmente realizar una nueva llamada el tiempo estimado de su llegada al destino final para constatar que el usuario haya arribado a su destino final.

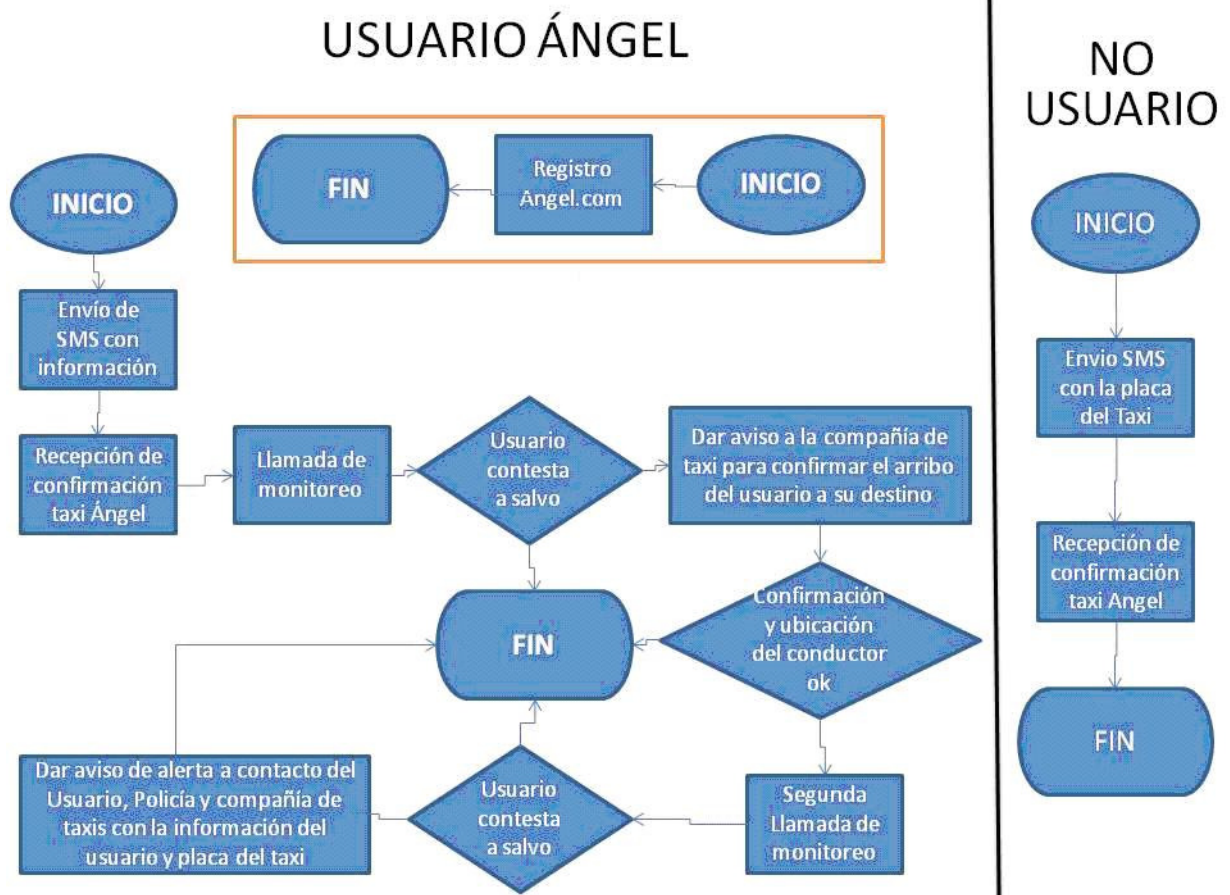
En caso de que la persona por alguna razón no pueda ser localizada después de 2 llamadas con un intervalo de 10 minutos, se dará aviso a las compañías de taxi, a las personas de confianza que haya registrado en el portal web y a la Policía para alertarlos sobre un posible caso de paseo millonario o secuestro Express

Para solicitar el servicio de confirmación o monitoreo el usuario debe enviar un mensaje de texto SMS al 123. Para solicitar los servicios el usuario debe indicar la información de la placa del taxi en el mensaje, poniendo las 3 letras en mayúscula, sin dejar espacio seguido los 3 números. Si solicita confirmación debe poner la Letra C dejando un espacio después del último número de la placa, o si solicita monitoreo, la letra M (después de haber haberse registrado en el portal web). Ambos servicios funcionan para los 3 principales operadores en Colombia; Claro, Movistar y Tigo.

Para ilustrar los dos servicios, a continuación se presenta un flujograma de los procesos para usuario registrados a través de Angel.com y para los usuarios no registrados que quieran confirmar el móvil con nosotros.



2.2. Flujoograma del servicio



Fuente propia: Autores

Este servicio va a estar soportado por una red de datos que va a estar conectada con la Policía Nacional y las centrales de riesgo en Bogotá, con el apoyo del pacto de colaboración y convivencia en el que hacen parte 18 empresas de Taxi con el apoyo de la policía nacional y la alcaldía de Bogotá.

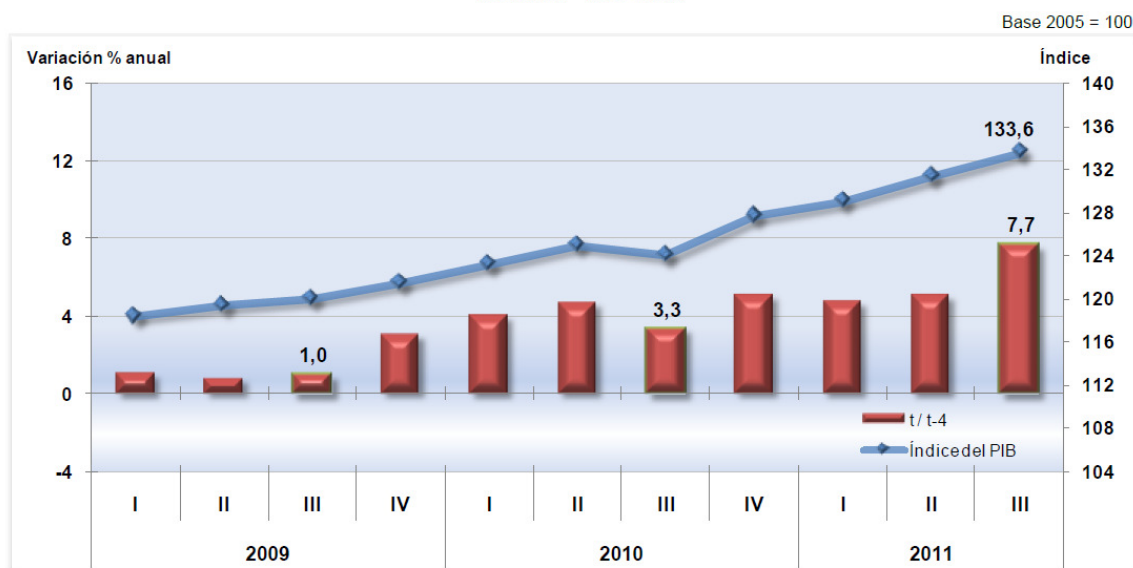


3. Análisis del entorno

3.1. Entorno Macro

3.1.1. Factores Económicos

Comportamiento interanual del PIB 2009 / I - 2011 / III



Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Según el último boletín de prensa del DANE, publicado el 22 de Diciembre de 2011, el tercer trimestre del año la economía colombiana creció en 7,7% con relación al mismo trimestre de 2010.

Con respecto al IPC, el cierre del año registro una variación acumulada de 3,73%¹. Mostrando un crecimiento en 0,56 puntos porcentuales con respecto a 2010.

El salario mínimo establecido para el año 2012 es de \$566.700 estableciendo un crecimiento del 5,8% con respecto a 2010.

3.1.2. Factores políticos y legales

Factores políticos:

El registro de la empresa debe hacerse ante cámara de comercio con CIU para prestación de servicios de monitoreo.

¹ Boletín de prensa de índice de precios al consumidor 2011. DANE. 5 de enero de 2012.



Los convenios o alianzas que se desarrollen con entidades gubernamentales como la Alcaldía de Bogotá y la Secretaría de Tránsito, será únicamente de carácter comercial y no involucra ningún compromiso de las partes sobre la prestación del servicio.

En cuanto a controles gubernamentales, el plan de negocio no vincula directamente el sector político, sin embargo dependiendo de las medidas de movilidad que tome la secretaría de tránsito y transporte de Bogotá en el periodo de vigencia de cada gobierno, siempre hay que estar informado acerca de las nuevas estrategias en materia de movilidad y transporte, y mantener informado del tipo de servicio que se está prestando; con el ánimo de contribuir a la consolidación de información estadística que permita identificar los beneficios del servicio para la comunidad y si realmente ha contribuido a disminuir los índices de inseguridad en taxis en la capital.

Factor Tributario:

El servicio de monitoreo para el usuario se presta bajo una base de IVA del 16% en cada mensaje de texto recibido, como está estipulado en los gravámenes para este tipo de servicio. Adicionalmente, la compañía estará en la obligación de tributar por renta, y demás gravámenes exigidos para todas las compañías de servicios en Colombia.

3.1.3. Factores sociales:

La demografía en Bogotá según proyección del DANE sobre el censo realizado en 2005 es de 7.363.782 personas a 2010. Mostrando un comportamiento de crecimiento promedio en los últimos cinco años del 1,54%.

Actualmente la tasa de desempleo del país oscila entre el 9.7% y el 10%; partiendo de esta información podemos determinar que estas variables afectan directamente el uso del servicio. Lo anterior, en razón a la fácil sustitución del mismo por uso de otro tipo de transporte público. Por lo anterior determinamos que el mercado objetivo como lo mencionamos anteriormente está delimitado en los estratos 4 al 6, sin excluir usuarios de otros estratos en caso de ser usados.

Así mismo, variables como las estadísticas vitales y la proyección de población, pueden darnos un panorama futuro del mercado objetivo del negocio y su tiempo de vida útil de acuerdo a cambios demográficos y sociales.

Según cifras actualizadas por el DANE a 30 de diciembre de 2011, a corte de 31 de octubre del año anterior, en Bogotá se registraron un total de 96.444 nacimientos; de los cuales 49.456 fueron hombres y 46.988 mujeres; por su parte el registro de defunciones fue de 25.960, arrojando una población adicional de 70.484 a octubre de 2011 en Bogotá.

Estas cifras se ven soportadas en la proyección de población por área del DANE, en donde se estima que del 2011 al 2020 el número de habitantes de Bogotá aumentara en un 12%; es decir que pasaremos de tener 7.467.804 habitantes a tener, 8.380.801 habitantes.

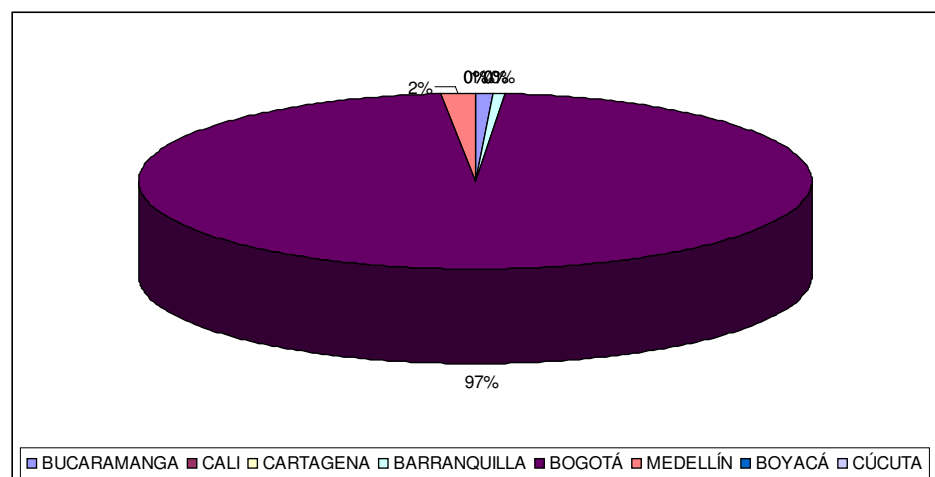
Estas cifras muestran un panorama alentador, ya que el espectro de crecimiento del negocio está directamente vinculado al crecimiento del mercado objetivo y a la necesidad del aumento de servicios



de transporte público y herramientas que lo mejoren y proporcionen seguridad y tranquilidad para los usuarios.

Inseguridad Local

La mayor preocupación de los usuarios de taxi hoy en Bogotá es ser víctima del “paseo Millonario o Secuestro Express”, la modalidad de secuestro que más se presenta en Bogotá. Desde comienzos de 2002 aproximadamente es común que se presente este tipo de asalto, en su mayoría cuando una persona toma un taxi y sorpresivamente el conductor con alguna sustancia sicotrópica, principalmente escopolamina, o con el apoyo de uno o más delincuentes intimidan, a la víctima con un arma blanca o de fuego durante un recorrido por la ciudad. El propósito es tomar todas las pertenencias de la víctima y todo el dinero efectivo o que puedan obtener de sus tarjetas débito y crédito realizando avances y retiros en los cajeros automáticos, o en algunos casos obligan al pasajero a ir a su vivienda donde lo despojan de sus objetos personales y dinero que tenga allí. Finalmente lo abandonan en un lugar retirado drogado o amenazado para crear ninguna alerta.



Fuente Propia Autores

Los “paseos millonarios” aparecen hoy registrados dentro del grueso de hurto a personas, un delito que de hecho está al alza en Bogotá.

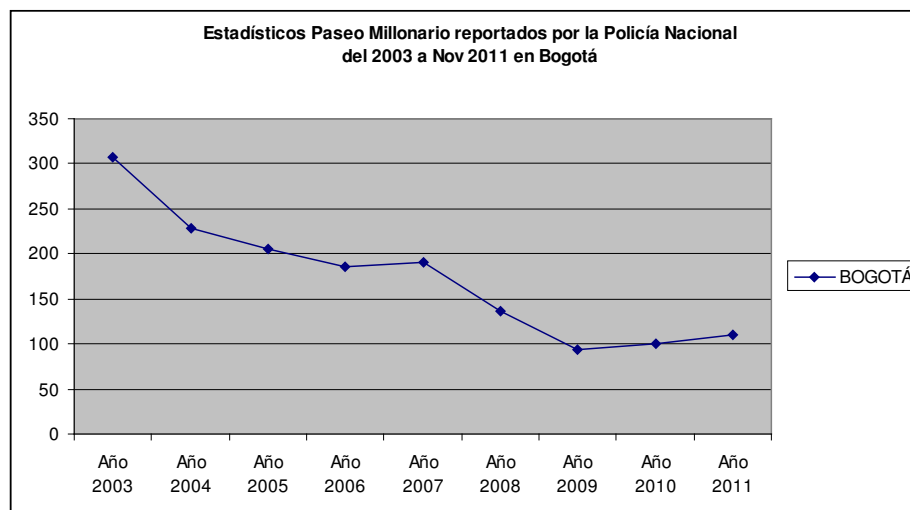
Existen diferentes modalidades de “paseo millonario o secuestro Express”, entre las más comunes de conocen:

- Cambió de ruta para recoger a su cómplice
- Un segundo asaltantes se esconden en la silla del copiloto
- Suplantación de móvil solicitado por teléfono

² Policía Nacional de Colombia, Dirección de Investigación Criminal. DIJIN, reporte de denuncias a noviembre de 2011

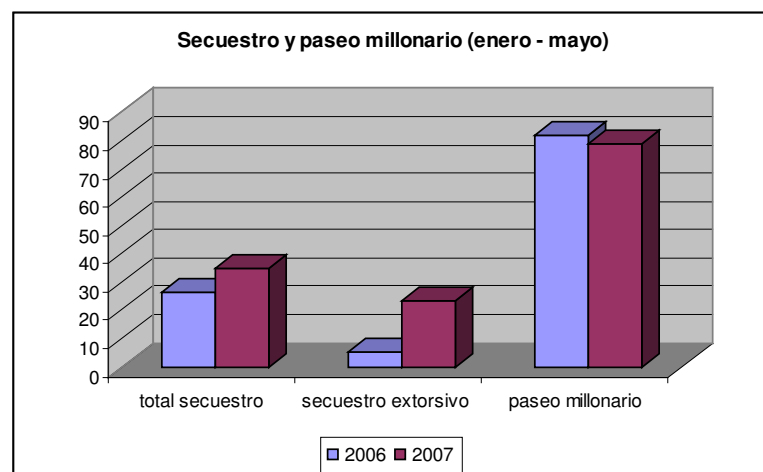


Las estadísticas que presentan las entidades policiales y de seguridad muestran una reducción de los paseos millonarios con un promedio de 185 caso por año en los 3 últimos años, al parecer una razón de esto es que los Bogotanos han dejado de denunciar estos caso ya que o no creen en el sistema judicial o simplemente porque no quieren recordar ese desagradable evento que presenciaron.



3

Pero en encuestas realizadas a los Bogotanos informa que esta modalidad aumentado al punto de que una de cada 3 personas en Bogota, conoces un amigo o familiar cercano que ha sido victima de esta modalidad de secuestro. Esto se refleja con mayor certeza con los registros que muestran medios de comunicación como El Tiempo con casi 1.000 casos mensuales en la ciudad, siendo esto el mayor número de casos de secuestro presentados en todo el país.



4

3. Fuente Propia Autores

4. Fuente Propia Autores



Son pocas las soluciones que ha presentado la Policía y las empresas de Taxi registradas en la ciudad. La única que se conoce es la firma de un pacto de colaboración y convivencia en el 2010 entre el distrito, la Policía Nacional y 18 compañías de taxi donde los taxistas se comprometieron a apoyar por radio y por otros medios de comunicación, cualquier caso de alerta y apoyar a la Policía reportando estos casos de secuestro

3.1.4. Factores tecnológicos:

La tecnología usada para el proyecto va a contar con las licencias de software certificaciones de sus proveedores para el desarrollo del sistema de monitoreo de usuarios. El software o mecanismos de almacenamiento de información de los clientes y usuarios se desarrollaran por firmas de ingeniería especializadas en este tipo de servicio.

El usuario del Portal Web aceptará los términos y condiciones que den lugar al servicio y salvedad de responsabilidad a la empresa por cualquier agravio que haya sido sujeto del servicio de transporte ya que la empresa no vincula un servicio de seguridad o seguro alguno.

J&C establecerá un contrato con las empresas de telefonía móvil prestadoras de servicio de mensajería SMS en el territorio nacional, quienes se encargaran de realizar el cobro de los mensajes a los usuarios finales.

J&C va a contar con toda la tecnología de punta en software para administrar, almacenar y gestionar la información de los clientes en una plataforma segura que facilite a su vez, el control y seguimiento de los reportes

El sistema CORE es la Base de Datos, la cual estará administrada desde un software desarrollado para tomar de la Base de Datos de Taxis la información del vehículo y del conductor para enviarlo automáticamente al momento de recibir el mensaje SMS

Adicional al desarrollo anterior se va adquirir o desarrollar soluciones de software libre para:

Sistema CRM en donde que guardará un registro de los datos, solicitudes y actividades que realicen los usuarios con el fin de tener la información centralizada como consulta y puesta en marcha de actividades comerciales y de mercadeo

Sistemas de Mesa de Ayuda para gestionar y hacer seguimiento a las solicitudes de monitoreo que se presenten de tal forma que puedan ser controlados y mantengan el flujo de proceso de atención y seguimiento hasta la conclusión del caso.

Software de control de activos para el control de los taxis asociados

Central Telefónica para el Call Center dedicado a llamar a los usuarios que soliciten el servicio.



3.2. Entorno Micro

3.2.1.Sector

Se considera que la empresa se encuentra en el sector de servicios de monitoreo, similar al de video vigilancia que prestan empresas de seguridad, con la diferencia de que nosotros no vamos a ser responsables de las acciones que se requieran para proteger la dignidad o vida del usuario, esta parte se va a direccionar a la fuerza pública para que actúe con el apoyo del gremio de taxista que hacen parte del Pacto por la Convivencia y la Seguridad Ciudadana firmado en Noviembre del 2005.

Según la Secretaria de Movilidad de Bogotá, en Bogota Existen 40 compañías inscritas que cuentan con 50.330 taxis si sumamos el total del parque automotor de todas las empresas. Pero se estima que existen 15.000 taxis que no se encuentran inscritos a ninguna compañía, los cuales se les han denominado como taxis piratas, y en donde se estima que se encuentran el mayor número de automóviles que se prestan para realizar actividades delincuenciales como el Paseo Millonario. Adicionalmente hay un grupo de los taxis registrados que son robados, los cuales tienen una mayor prospección de realizar actividades delincuenciales dado que en mayoría de los taxis que son encontrados haciendo parte de un acto delincuencia, han sido vehículos que fueron hurtados.

3.2.2.Demanda

La proyección tomada del censo realizado por el DANE en el año 2005 para el 2010, indica que en Bogotá habitan 7.363.782 personas.⁵ De esta población, se estima según comunicado de prensa del Dane que el 91,2% de los Bogotanos posee un teléfono celular en los estratos 5 y 6.

La Dirección Nacional de Planeación realiza la estratificación como una herramienta para identificar los sectores de la población que deben contribuir con mayores pagos por los servicios públicos domiciliarios, y los sectores más vulnerables que deben recibir subsidios en dicho pago, estimando su ingreso per cápita.

3.2.3.Distribución de los estratos en Bogotá

Estratos de Bogotá*	Ingreso per cápita	Porcentaje
1 (Bajo - bajo)	Menos de un SML**	9,3
2 (Bajo)	Entre 1 y 3 SML	42,7
3 (Medio - bajo)	Entre 3 y 5 SML	30,2
4 (Medio)	Entre 5 y 8 SML	9,1
5 (Medio – alto)	Entre 8 y 16 SML	3,7
6 (Alto)	Mas de 16 SML	1,7

**Salario Mínimos Legales Mensuales

Fuente: Censo Predial IDU. Cálculos DAPD.SECI.DU

⁵ Wikipedia: información estadística Bogotá



La demanda no se genera de forma estacional o por temporadas dado que el riesgo es continuo, por lo que se considera cíclica. La demanda se estima tenga un comportamiento inelástico dado que la variación en el precio no va a tener mucha diferencia en el comportamiento de compra dado que las personas están pagando por su tranquilidad.

Después de revisar la demanda de productos y servicios que ofrecen tranquilidad a los clientes, encontramos que si el producto o servicio tienen un impacto en la disminución del problema que genera intranquilidad en los clientes, la demanda a largo plazo tiende a disminuir ya que los clientes sienten con el cliente que no requieren el producto o servicios. Pero no se espera que la demanda disminuya con el tiempo ya que la inseguridad en el transporte público trasciende a más de 100 años atrás.

Para estimar la demanda también se toma el número de vehículos públicos que prestan el servicio de Taxi en Bogotá, el cual, según el último estudio del Consejo de la Capital, hoy en día existen más de 49.000 taxis circulando en Bogotá.

3.2.4. Mercado Objetivo

Existen dos características requeridas para poder ser usuarios de este servicio; la primera es que sean usuarios de taxi o que supervisen usuarios de taxi por la tranquilidad de que no sean víctimas de cualquier acto delincriminal durante el trayecto. Como este perfil de personas la podemos encontrar en diferentes ciudades y países donde se presentan inseguridad en vehículos de transporte público como taxis, decidimos tomar como primer público objetivo a los usuarios de taxi que residan en Bogotá. Y la segunda característica es que sean usuarios de un teléfono móvil como mínimo, ya que este es el medio por el cual los usuarios van a comunicarse con nosotros y compartir la información que nos permitirá monitorear el trayecto y llegada del usuario a su destino a través de un mensaje SMS, para este segundo grupo de persona se estimó que la edad de los jóvenes que usan un teléfono móvil arranca desde los 10 años, especialmente en los estratos 4, 5 y 6, por lo que se redujo el grupo objetivo a este segmento ya que se estos son los estratos en donde más se demanda el uso de mensajes de texto SMS para comunicación.

Según los datos de la segmentación anterior y tomando los datos del entorno y la capacidad de taxis en Bogotá, se estima que el mercado objetivo es de 975.000 personas aproximadamente

3.2.5. Competencia

Solo se tiene registro de una empresa que ofreció un servicio similar al de Ángel Guardián, se trata del servicio Taxi 911 dirigida por la empresa Dinástica Ltda., promovida por el señor Jorge Leyva. Esta empresa tuvo inicio en Abril de 2009 y, aunque fue anunciada por periódicos y revistas de gran cobertura como El Tiempo y Revista Motor, no logró un posicionamiento en la mente de los usuarios de taxi dada su poca efectividad.⁶

⁶ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5060427>



El servicio que ofrecía esta empresa era el de validación del móvil enviando un SMS con las placas del taxi guardando en un sistema el número del celular y la placa, de manera que en caso de desaparición del usuario, poder informar a las autoridades el número de celular del usuario y el móvil en que se transportaba. Esta empresa prometía una póliza de seguros, que cubría por dos horas la salud y vida del titular de la línea, y por 24 horas, en caso de secuestro o paseo millonario.

El precio del SMS es de 383 pesos y ofrecía una cobertura en varias ciudades del país así como pueblo aledaños a Bogotá.

Este sistema causó mucha polémica e inconvenientes entre usuarios y taxistas. En varios casos, los pasajeros recibieron mensajes que les indicaba que el auto en el que viajaban no está registrado como taxi, por lo que algunos decidieron bajarse del auto y algunos caso, incluso agredieron a los taxistas. Esto causó indignación en los taxistas ya que ellos mismos indican haber hecho pruebas de verificación de sus móviles, totalmente legales y registrados, recibiendo como respuesta en el mensaje que el móvil no se encontraba registrado como taxi.

La indignación de los taxistas se hizo sentir, liderado por el representante del gremio de taxistas, el señor Ernesto Sandoval, transmitido a través de medios tan o más importantes que los que presentaron el servicio. Sandoval mostró su rechazo ante este servicio indicando que ese servicio no es un servicio social a la comunidad, sino un negocio particular que usurpa las funciones de la policía. Que la publicidad es engañosa ya que indica cubrir al pasajero sólo en gastos médicos si llegase a ser víctima del paseo de millonario y a la hora de aplicabilidad, la siniestralidad mínima, para este caso el servicio no devuelve el dinero.

También indicó que este servicio causa graves perjuicios al gremio de los taxistas debido a que los usuarios están haciendo juicios de valor, con base en una información que no es veraz, completa y suficiente. Y recalcó que cuentan con pruebas de mensajes enviado y recibidos haciendo la verificación de taxis legales que según esa empresa no están registrados, lo cual está generando pánico en el público sin solucionar de ninguna manera el problema que aqueja la ciudadanía",⁷

Para completar, varios usuarios y hasta un periódico reconocido realizaron verificaciones de móviles a través de mensajes de texto con placas de vehículos registrados ante la Secretaría de Movilidad y nunca recibieron los mensajes de respuesta. Al solicitar información y poner la queja al respecto a través de la línea de atención al cliente de Taxi-911, la operadora, en representación de Liberty Seguros, contestó: "El servidor debe estar congestionado por la cantidad de mensajes que recibe... Este no es un servicio que se le está ofreciendo, sino un seguro en caso de asistencia médica"⁸

Actualmente este servicio no está funcionando ya que los mensajes no son respondidos y su página web www.taxi-911.com no muestra información y vincula a una página de Facebook que tampoco muestra información del servicio ni de contacto alguno.

⁷ <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/articulo152412-taxistas-rechazan-911-servicio-verifica-legalidad-de-vehiculos>

⁸ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5163149>



Las principales debilidades de este servicio han sido identificadas para volverlos prioridades en la estrategia de Ángel Guardián, se identificaron las siguientes:

- No realizaron una campaña de información a los usuarios y taxistas antes del lanzamiento del producto
- La información del celular que guarda esta empresa no siempre corresponde a una línea de propiedad del usuario
- El procedimiento para enviar el mensaje no es claro
- No hubo alianza con las entidades gubernamentales y la policía para trabajar en conjunto
- No involucraron al gremio de taxistas para coordinar las acciones requeridas para asegurar que las listas de placas sean validadas
- No contar con una plataforma en tecnología que soportara una capacidad masiva de mensajes y su pronta respuesta
- No realizar una estrategia de relaciones publicas que vinculara a personal y entidades de seguridad que avalaran y promovieran el servicio
- No contar con un servicio directo y responsable de atención al cliente que ofreciera una respuesta a las PQR's (Preguntas, Quejas y Reclamos)
- Falta de publicidad y una estrategia de mercadeo que diera a conocer el servicio al mercado objetivo

Las debilidades de Taxi 911 son la base y complemento a la estrategia Ángel Guardián la cual se presenta en el plan comercial.

También existieron iniciativas con el objetivo de disminuir el Secuestro Express o Paseo Millonario como es un caso que lideró Olga Lucia Velásquez, Secretaria de Gobierno, con un programa piloto para instalar cámaras en taxis, las cuales son adquiridas por las empresas. El programa piloto arranco con 3.000 vehículos que ofrecerá a la central de policía un monitoreo de video y grabación con una señal de alerta, pero este servicio no garantizaba sino la vigilancia y seguridad para los conductores mas no para los usuarios.

También existen algunos informes de empresas que han querido ofrecer un servicio similar para taxis con el apoyo de GPS y radio teléfonos con sistema satelital pero no han logrado tener una respuesta activa del gremio de taxistas, la empresas coordinadoras de servicio de transporte en Taxi, el público y de las autoridades competentes.



3.3. Matriz DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicio innovador que ofrece tranquilidad y confianza a los usuarios ➤ En la actualidad no se tiene registro de otra empresa que ofrezca el mismo servicio ➤ Coordinación previa con las entidades de riesgo, así como empresa y gremios de taxistas ➤ Tecnología de punta para cumplir con los tiempos de respuesta ofrecidos ➤ Recursos económicos dedicados a invertir en una campaña publicitaria que posicione el servicio en el mercado ➤ Contamos con un sistema de grabación de las llamadas para asegurar la calidad del servicio y tener un archivo de las conversaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poca experiencia en el mercado y del mercado con este servicio ➤ No existe un seguro para el usuario en caso de ser agredido o asaltado ➤ Altos costos en tecnología
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aumento de los casos de Paseo Millonario en Bogotá ➤ Preocupación latente de los clientes por su seguridad ➤ Buena recepción del mercado por el servicio ➤ Posibilidad de crecimiento en servicio y cubrimiento geográfico ➤ Adquirir un posicionamiento líder en el mercado ➤ Contribuir con la prevención y por consecuencia disminución del paseo millonario ➤ Apoyar a los taxistas a evitar los robos ➤ Las entidades de riesgo y el gobierno en su constante búsqueda por disminuir los índices de actos delictivos y extorsivos están dispuestos a apoyar medidas de empresas privadas que apoyen la seguridad de la ciudadanía. ➤ Los gremios de taxistas están interesados en que la imagen de inseguridad de los usuarios de Taxi disminuya 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mala experiencia de usuarios con la competencia que puede crear escepticismo de los clientes ➤ Difícil negociación con gremios de taxistas ➤ Riesgos legales por vinculación con víctimas de secuestros o robos en trayectos donde se haya solicitado el servicio ➤ Precio alto del mensaje ➤ Riesgo de duplicación de placas llamado “gemeleo”



3.4. Conclusiones del análisis del entorno

Tras analizar las variables macro y micro de nuestro país que se encuentran en crecimiento entre ellas identificamos una demanda potencial para este servicio, ya que no solo involucra la necesidad sino el sentimiento de seguridad sin importar que esta implique un costo adicional.

Adicionalmente, podemos concluir que en Colombia y particularmente en Bogotá existe un mercado potencial para desarrollar herramientas que contribuyan al sentimiento de seguridad y acompañamiento de los habitantes.

Por lo anterior decidimos que **“Ángel Guardián”** es una alternativa recomendable para desarrollar una investigación de mercado que permita emitir un diagnóstico definitivo para la viabilidad del proyecto.

4. Investigación de Mercado

4.1. Identificación del Problema

El problema sobre el cual se enfoca el servicio se conoce como *“Paseo Millonario o secuestro Express”*, que es definido como la privación de la libertad de una persona durante un trayecto o tiempo en el que es asaltada, amenazada, golpeada y hasta en algunos casos abusada. Es por esto que usuarios de servicio público, principalmente de taxi, crearon la necesidad de tranquilidad de no a ser víctimas de estos hechos extorsivos, por lo que Ángel Guardián provee, no solo el servicio de verificación del autenticidad del móvil sino también monitorear al usuario durante su recorrido hasta su destino final.

Insights identificados en los usuarios de taxi en relación a su seguridad

- Miedo a ser heridos o agredidos
- Miedo a ser secuestrado
- Miedo a ser violadas
- Perder su dinero
- Perder tiempo
- Muerte
- La necesidad a ser transportados de forma confiable

Según informe de las compañías móviles de Colombia dedicadas a la financiación de taxis, el estimado de vehículos para 2009 en Bogotá fue de 52.250, y en 2010 su estudio les arrojó un total de 52.755. Esto permite enmarcar un objetivo de taxis de 53.500 para 2012 en donde se debe hacer conciencia de los beneficios para usuarios y taxistas.

4.2. Objetivos Generales

- La disminución de los índices de paseos millonarios en Bogotá
- Colaboración con información a las centrales de inteligencia policial y judicial que ayude a controlar y erradicar este tipo de secuestro y extorsiones



- Mejorar los índices de confianza de los usuarios de taxi con ese servicio de transporte
- Obtener una rentabilidad mínima del 40% de las ventas para los accionistas

4.3. Objetivo mercado

Ser los líderes y pioneros en el mercado de monitoreo y seguimiento a usuarios de transporte.

4.4. Objetivos de venta

- Incrementar y generar rentabilidad con la inversión de los accionistas.
- Posicionarnos en Bogotá en un periodo de un año como número uno en la prestación del servicio de monitoreo y seguimiento a usuarios de transporte.
- Expandirnos a nivel nacional con el servicio principal de la compañía.
- Monitorear y realizar seguimiento no solo a usuarios de taxi sino a usuarios de todo el transporte en general.
- Expandirnos a nivel internacional.

4.5. Objetivos de comunicación

- Posicionar el nombre tanto en la mente como en el corazón de los usuarios.
 - Crear reconocimiento de liderazgo a la marca y al servicio.
- Fidelizar a los clientes a través del cumplimiento de la promesa de valor de la compañía.

5. Investigación

5.1. Objetivos de la Investigación

- Determinar si los bogotanos estarían dispuestos a solicitar y pagar por un servicio de validación de los datos del móvil y monitoreo en los recorridos de taxi.
- Determinar si los usuarios de taxi se sienten seguros al hacer uso del servicio de taxi.
- Determinar las tendencias y costumbres de los usuarios de taxi
- Conocer la importancia que le dan los usuarios de taxi a su seguridad al momento de transportarse en un taxi en Bogotá

5.2. Técnica de investigación

Decidimos utilizar un método de investigación cuantitativa, dado el alcance del plan de negocio y su enfoque. Esta investigación apunta a obtener datos primarios del mercado de usuarios de taxi en Bogotá, recurriendo a la realización de una encuesta virtual a los involucrados en el proceso comercial.

a. Tipo de investigación



Exploratoria

b. Hipótesis

Los Bogotanos están dispuestos a solicitar y pagar por un servicio de validación de los datos del móvil y monitoreo en los recorridos de taxi.

c. Determinación del tamaño de la muestra

El tipo de muestra que decidimos estudiar es sobre un universo infinito ya que el total de habitantes de Bogota usuarios de taxi, es ser superior a 10.000.

La muestra que nos arroja la formula es de 100 personas para realizar la encuesta.

VARIABLE	VALOR
E	10%
Z	2
P	50
Q	50
N	975.000
N	100

d. Encuesta

Su utilidad está dada por la certeza en que ella va a filtrar el interés de los usuarios en la idea de negocio, sin embargo la muestra como tal puede ser pequeña vs la población total del mercado. En este caso, se recurre a procedimientos estadísticos para obtener muestras del interés de los usuarios por un servicio de seguridad durante sus recorridos en taxi, se va a investigar de modo que los resultados tengan una validez razonable.

El diseño del cuestionario lo realizamos con el ánimo de determinar si las personas usuarios de taxi se sienten seguras o no al moverse en el, si les gustaría estar acompañadas durante el trayecto, si estarían dispuestas a pagar por el acompañamiento y determinar si los hombres o las mujeres son las más propensas a hacer uso de este tipo de servicio; permitiéndonos complementar la investigación del entorno y reforzando las bases para construir la estrategia adecuada para abordar el posicionamiento del servicio en el mercado.

Por otro lado, el análisis de este tipo de encuestas muestra, el entretenimiento de los encuestadores, la supervisión y control de trabajo, el procesamiento de la información, su análisis, así como la



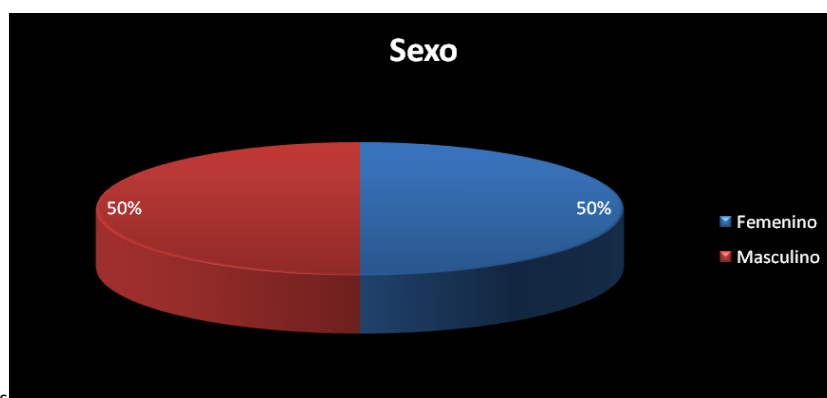
formulación de conclusiones que constituyen todos factores que en este caso adquieren fundamental relevancia para el éxito de la idea en desarrollo.

e. Preguntas

Primera:

Sexo

Femenino	110	50%
Masculino	110	50%
Total	220	



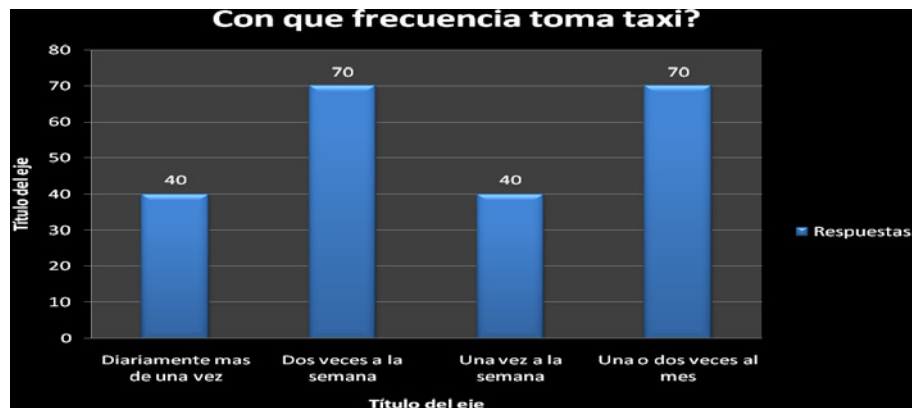
Fuente Propia Autores

Resultado: La muestra arroja que el total de los encuestados fueron hombres y mujeres por igual.

Segunda:

¿Con qué Frecuencia toma taxi?

Diariamente más de una vez	40	18%
Dos veces a la semana	70	32%
Una vez a la semana	40	18%
Una o dos veces al mes	70	32%



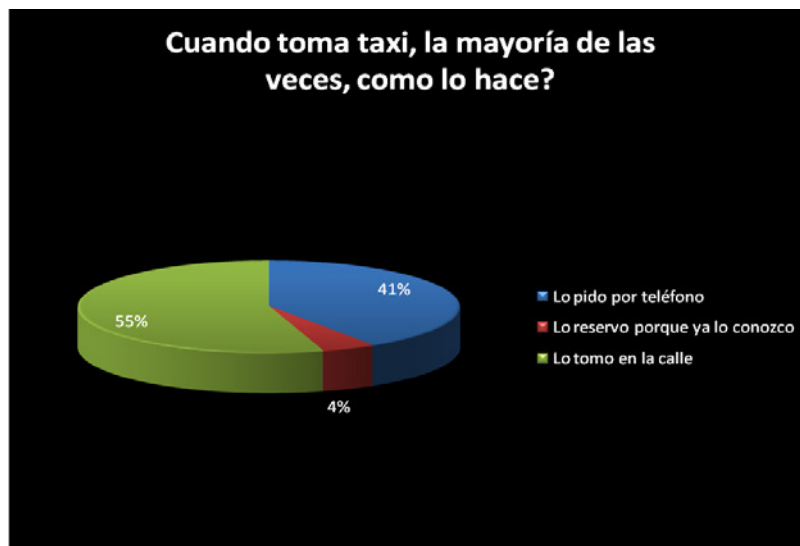
Fuente Propia Autores

Resultado: A la pregunta de frecuencia las respuestas más señaladas fueron dos veces a la semana y una o dos veces al mes.

Tercera:

¿Cuando toma taxi, la mayoría de las veces, como lo hace?

Lo pido por teléfono	90	41%
Lo reservo porque ya lo conozco	10	5%
Lo tomo en la calle	120	55%
	220	



Fuente Propia Autores

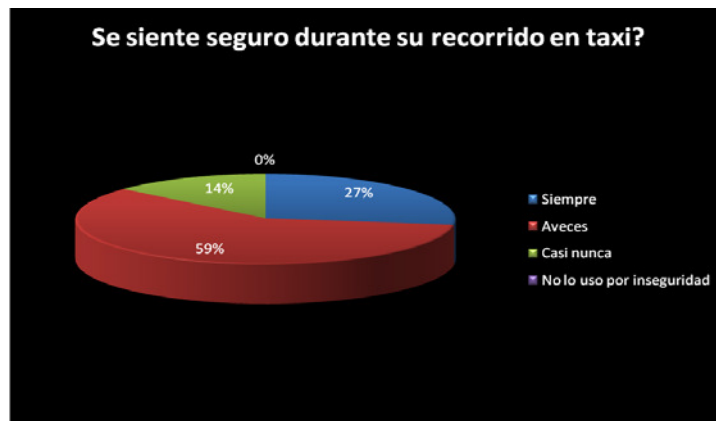
Resultado: Según el total de los entrevistados el 55% toma taxi en la calle.



Cuarta:

¿Se siente seguro durante su recorrido en taxi?

Siempre	60	27%
A veces	130	59%
Casi nunca	30	14%
No lo uso por inseguridad	0	0%
Total	220	100%



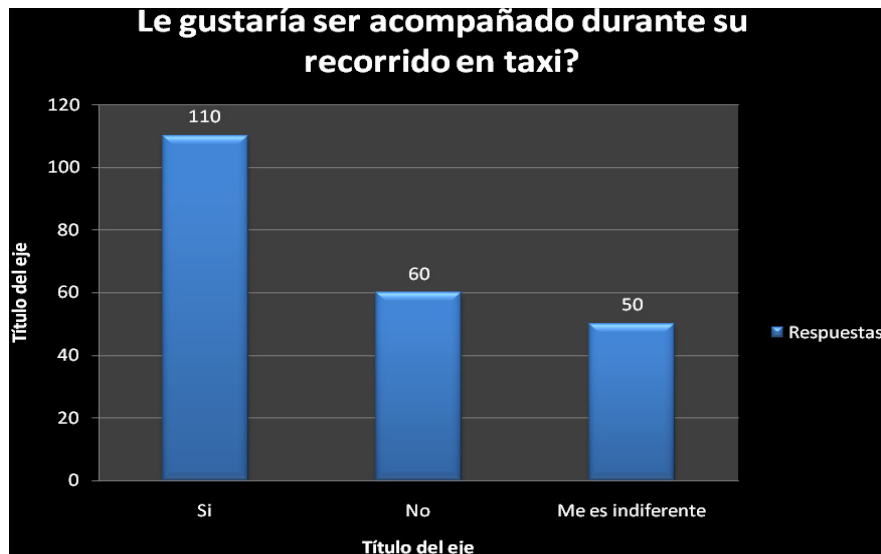
Fuente Propia Autores

Resultado: El 59% de los encuestados coinciden en que solo a veces sienten seguridad durante el recorrido.

Quinta

¿Le gustaría estar acompañado durante su recorrido en taxi?

Si	110	50%
No	60	27%
Me es indiferente	50	23%
	220	



Fuente Propia Autores

Resultado: 110 del total de los encuestados respondieron que les gustaría estar acompañados durante su recorrido.

Sexta:

¿Estaría usted dispuesto a pagar por su seguridad al trasportarse en taxi?

Si	180	82%
No	40	18%
	220	



Fuente Propia Autores

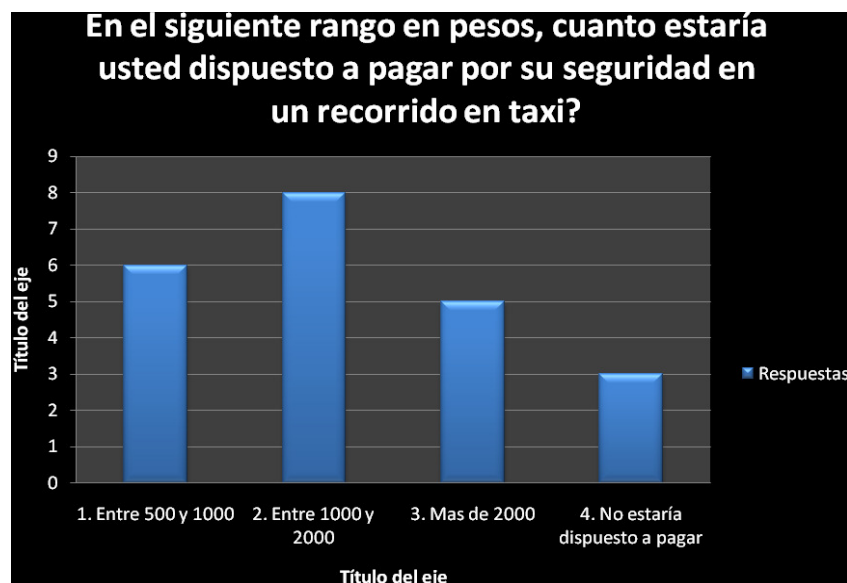
Resultado: El 82% de las personas que respondieron la encuesta contestaron que SI estarían dispuestas a pagar por la seguridad al trasportarse en taxi.



Séptima:

En el siguiente rango en pesos, ¿cuánto estaría usted dispuesto a pagar por su seguridad en un recorrido en taxi?

1. Entre 500 y 1000	60	27%
2. Entre 1000 y 2000	80	36%
3. Más de 2000	50	23%
4. No estaría dispuesto a pagar	30	14%
	220	



Fuente Propia Autores

Resultado: El valor que estarían dispuestos a pagar esta entre 1000 y 2000 pesos.

5.3. Conclusiones

Podemos concluir que existe una necesidad real de la población por encontrar mayor tranquilidad al trasportarse en taxi, adicionalmente en su mayoría están dispuestos a solicitar y pagar por un servicio de validación de los datos del móvil y monitoreo en los recorridos de taxi.

5.4. Recomendaciones

El servicio que estamos estructurando de "Ángel Guardián" es una opción que está más al alcance de los usuarios y adicionalmente proporciona una solución más acorde a la necesidad de sentir mayor seguridad y tranquilidad al momento de trasportarse en taxi en Bogota.



6. Conocimiento del cliente

a. Necesidades de los clientes

- Tranquilidad de usar el servicios público de taxi sin correr riesgos de ser asaltado o agredido
- Asegurar que sus familiares y amigos que usen el servicio de taxi lleguen a sus destinos sin problemas

b. Expectativas

- Asegurarse que el vehículo que los va a transportar sea confiable
- Que sus familiares y amigos, así como el usuarios mismo, llegue a su destino sin problemas de seguridad

c. Experiencia

- El mensaje de confirmación del móvil no llega. O sea que se genera respuesta a la solicitud
- El mensaje de confirmación del móvil llega tarde, cuando el usuario ya se encuentra en el vehículo y peor aún, cuando ya ha llegado a su destino
- El mensaje de confirmación del móvil llega con información no correcta
- Perdieron su dinero al solicitar el servicio sin la respuesta esperada
- Los taxistas, proveedores del servicio primario, informan a los usuarios que el servicio de validación es malo

d. Hábitos de compra

Los usuarios de taxi compran, a través de un mensaje de texto SMS, la información que les da la tranquilidad de adquirir el servicio con el vehículo que van a tomar o en el que se encuentran, así como también el servicio de ser monitoreados hasta su destino final. Este servicio lo adquirieren cuando van a utilizar el servicio de transporte en taxi y lo pagan descontando del saldo de sus minutos de celular (para usuarios de celulares pre-pago) o cargado al valor de su recibo de celular (para usuarios de celular pos-pago)

e. Hábitos de uso

- El usuario antes de tomar un servicio de Taxi público para validar su registro ante las centrales de riesgo y de confianza
- Un pariente o amigo del usuario al momento en que el usuario final va a tomar este servicio o cuando ya se encuentra en el trayecto para una validación en acción

f. Percepción del servicio



La percepción del servicio en la mayoría de los casos es que no existe ya que no lo conocen. Para los que han escuchado del servicio la percepción es que es un muy buen servicio que les va a dar seguridad y tranquilidad al momento de transportarse en taxi así como al momento de desplazarse en este tipo de vehículos hasta su destino.

g. Decisor de compra

El decisor de compra para las personas mayores de 16 años y que cuenten con los recursos económicos para pagar el valor del mensaje, es el mismo usuario de taxi, en los casos que no cuenten con los recursos el decisor de compra será una persona a la que le interese la seguridad del usuario de Taxi.

A la vez existen influenciadores como los familiares y amigos de los usuarios, que incitan e invitan al usuario a adquirir el servicio para la tranquilidad de los influenciadores y de los usuarios.

7. Plan Comercial y de Mercadeo

Después de evaluar la situación actual del mercado y del entorno, de haber estudiado el comportamiento del cliente para adelantarse a sus expectativas y de definir el mercado objetivo se realiza una estrategia que promueva el uso del servicio en los usuarios de taxi.

Como punto central la estrategia se va basar en 2 pilares donde identificamos que la empresa Taxi 911 presento sus mayores falencias: Tecnología y Relaciones Públicas, las cuales se muestran en el plan de acción



7.1. Estrategia

La estrategia se centra en **sensibilizar al mercado potencial** en la importancia de prevenir un secuestro o paseo millonario, a través del servicio de validación y monitoreo de Ángel Guardián para su mayor tranquilidad y de sus familiares y amigos al momento de utilizar un servicio de transporte en taxi



7.2. Elementos principales del plan comercial

a. Consumidor

	
<p><u>Camilo</u> es un joven de 30 años graduado de la universidad.</p>	<p><u>Juanita</u> es una señora de 38 años casada con 2 hijos. Uno de 15 y otro de 7.</p>
<p>Hace 5 meses comenzó a trabajar en una oficina a 20 minutos de su casa.</p>	<p>En su casa su esposo y ella trabajan, los niños estudian en el mismo colegio.</p>
<p>Normalmente Camilo lleva su carro a la oficina, sin embargo por el pico y placa tiene que buscar un transporte alternativo.</p>	<p>En su día a día se transportan en la ruta escolar y el único carro de la casa. Sin embargo los días de pico y placa comparten un taxi de ida a la oficina. Pero de regreso ella debe llegar más temprano y debe tomar taxi sola.</p>
<p>Al principio decidió tomar bus, pero no le gustaba lo lejos que lo dejaba, lo lleno e incomodo que podía ser el bus</p>	<p>Nicolás, el hijo mayor de Juanita está comenzando su adolescencia y sale frecuentemente tanto a clases complementarias del colegio como actividades con sus amigos. Este desplazamiento debe realizarlo en taxi solo porque sus padres están en sus respectivas oficinas. Juanita prefiere estar en contacto con Nicolás desde que se sube al taxi hasta que llega a su destino.</p>
<p>Le gusta salir los fines de semana a comer y tomar unos tragos con sus amigos de la oficina o de la universidad. Prefiere dejar el carro y salir con tranquilidad por si quiere tomar.</p>	<p>Como Juanita sabe que los casos “de paseo millonario” en Bogotá han aumentado no le gusta tomar taxi sola en la calle, pero debe hacerlo porque a la hora que sale de la oficina los servicios reservados no responden. Y considera que para sus hijos también es un riesgo ir solos en taxi.</p>
<p>Desde que trabaja ha notado que en su círculo de amigos a varios les han hecho “el paseo millonario” cuando toman taxi en la calle. Por miedo a que le pase lo mismo prefiere</p>	



incomodarse en otro medio de transporte. En las noches ocasionalmente deja de salir a divertirse por miedo a tener que tomar un taxi solo.	
--	--

Para poder definir el perfil del público objetivo decidimos tomar las siguientes características:

Primero que sean usuarios de taxi o que supervisen usuarios de taxi por la tranquilidad de que no sean víctimas de cualquier acto delincriminal durante el trayecto. Como este perfil de personas la podemos encontrar en diferentes ciudades y países donde se presentan inseguridad en vehículos de transporte público como taxis, decidimos tomar como primer público objetivo a los usuarios de taxi que residan en Bogota.

La segunda característica es que sean usuarios de un teléfono móvil como mínimo, ya que este es el medio por el cual los usuarios van a comunicarse con nosotros y compartir la información que nos permitirá monitorear el trayecto y llegada del usuario a su destino a través de un mensaje SMS, para este segundo grupo de persona se estimó que la edad de los jóvenes que usan un teléfono móvil arranca desde los 10 años, especialmente en los estratos 4, 5 y 6, por lo que se redujo el grupo objetivo a este segmento ya que se estos son los estratos en donde más se demanda el uso de mensajes de texto SMS para comunicación.

Según los dato de la segmentación anterior y cálculos tomados del análisis microeconómico, se estima que el mercado objetivo es de 975.000 personas aproximadamente

b. Producto

	<p>“ANGEL GUARDIAN” es el nombre que personifica nuestro servicio. De pequeños siempre nos inculcaron un sentimiento de protección y seguridad ante el ángel de la guarda. Bien dice esa conocida oración “Ángel de mi guarda mi dulce compañía no me desampares ni de noche ni de día”. Esto es lo que queremos trasmitir a través de nuestro concepto. Acompañamiento noche y día, validación de la confiabilidad del taxi y certeza de que alguien está pendiente de que llegues bien a tu destino.</p>
---	---



Calidad

Tiempos de respuesta de los mensajes, efectividad en la validación de la placa y comunicación durante el monitoreo de los usuarios y nivel de asertividad en la validación de las placas de los móviles

Diseño

La parte tangible del servicio se muestra en el logo de Ángel Guardián se muestra como un lema de tranquilidad. Adicional a la publicidad, este será portado por los taxis como signo de confianza

Garantía:

A través de la promesa de valor de la confirmación y monitoreo efectivo y oportuno

Servicio:

Atención las 24 horas con el apoyo de las centrales de riesgo, compañías de taxi y la policía nacional

Variedad

Servicio de Confirmación y Monitoreo hasta el lugar de destino a través de mensaje de texto de los 3 principales operadores en Colombia.

c. Plaza

Distribución

El principal motor de distribución del servicio va a ser con la comunidad de taxistas, ellos tendrán una identificación de Ángel guardián en donde harán parte de una comunidad con beneficios que describiremos en el plan de acción.

Así mismo tendremos un servicio de venta directa en las zonas más reconocidas de Bogotá, con las compañías más grandes para que instauren a nivel corporativo la cultura del servicio.

Con las autoridades realizaremos concientización y acompañamiento para que promuevan el servicio.

Vamos a localizar el producto en las principales zonas de concentración industrial, comercial y social en el norte de Bogotá, fuerzas de promoción por universidades, centros culturales y medios masivos de transporte.



Fuente: Mapas y Planos Generales Bogotá. <http://www.fonisol.com/es/colombia/bogota/mapa-zonas-bogota.htm>

Referenciamos Bogotá por zonas y en cada zona encontraremos un punto de contacto de Ángel Guardián para identificación de locación del servicio.

d. Promoción

- El primer servicio de validación por cada número de celular se ofrecerá totalmente gratis
- Rifas de diferentes artículos para las personas que se registren en el Portal Web de Ángel Guardián
- Registro del número de mensajes enviados por cada celular registrado en el Portal Web, que acumula puntos que podrán redimidos en servicios propios de monitorio sin costo o entretenimiento como boletas de cine y teatro o bonos de tiendas y restaurantes en la ciudad.
- Promotores llamados Ángeles Guardianes que repartan volantes promocionando el servicio en los sitios sociales que aglomeren masas de personas en la ciudad como parques, zonas de rumba, recreación y deporte
- Aquellos taxistas que promuevan en los usuarios el servicio de Ángel Guardián con el uso de la calcomanía participaran de rifas de productos para el mantenimiento de su vehículo
- Los vehículo taxi de quienes los datos de sus placas sean validados serán incluidos en un sistema de puntos que podrán cambiar por premios

e. Publicidad

Campaña de concientización y tranquilidad: Para los habitantes de la ciudad que promueva el uso del servicio de Ángel Guardián explicando las bondades del servicio respaldados por la Alcaldía de Bogotá



Radio: Presentación del servicios y convenios publicitarios con estaciones de radio como la W y LA FM.

Noticieros y periódicos: Se va a realizar una presentación del servicio a través de todos los operadores de noticias y diarios que tengan presencia en Bogotá, informando sobre el servicio y los casos de éxito que se vayan presentando. No se va a pautar por el momento

Propaganda a través de la **Alcaldía Local** y Municipalidades que apoye los servicios ofrecidos e invite a los ciudadanos solicitar los servicios

Calcomanías en los taxis que los identifique como afiliados y que a la vez promociones el servicio



Fuente Propia Autores



Fuente Propia Autores



Mensajes de texto enviados a celulares ofreciendo y recordando el servicio

f. Precio

El mensaje de Texto SMS tiene un costo 550 pesos que serán cargados en la factura de celular por los usuarios que tengan planes de telefonía móvil Pospago y con el saldo de los minutos para los usuarios de telefonía móvil en modalidad Prepago. El servicio se va a ofrecer para las localidades que conforman la capital del país

El precio representa lo importante que es para los usuarios de taxi encontrar la confirmación de un taxi seguro y de que tienen un Ángel Guardián que estará pendiente hasta la llegada a su destino.

Tras validar la hipótesis de la investigación donde los usuarios están dispuestos a pagar un valor por su acompañamiento durante el recorrido ellos mismos asignaron un rango de precio del que dispondrían para acceder al servicio.

7.3. Plan de Acción

El trabajo de mercadeo de los accionistas e involucrados consiste en conocer los cambios del comportamiento de los usuarios de Taxi y medir constantemente su interés por prevenir incidentes de inseguridad. Estudiar las estrategias de la competencia para tomar acciones que mantenga las ventas de la compañía. Adicionalmente debe fortalecer la marca y establecer estrategias para que Ángel Guardián sea la primera opción de los clientes que piensen en este servicio. Finalmente esta área deberá estudiar las alianzas y las relaciones públicas necesarias para que entidades de seguridad, entidades gubernamentales y gremios promuevan el servicio con el nombre de Ángel Guardián.

Decidimos utilizar un método de investigación cuantitativa, dado el alcance del plan de negocio y su enfoque. Esta investigación, apunta a obtener datos primarios del mercado de usuarios de taxi en Bogotá, recurriendo a la realización de una encuesta virtual a los involucrados en el proceso comercial.

Su utilidad está dada por la certeza en que ella va a filtrar el interés de los usuarios en la idea de negocio, sin embargo la muestra como tal puede ser pequeña vs la población total del mercado. En este caso, se recurre a procedimientos estadísticos para obtener muestras del interés de los usuarios por un servicio de seguridad durante sus recorridos en taxi, se va a investigar de modo que los resultados tengan una validez razonable.

El diseño del cuestionario lo realizamos con el ánimo de determinar si las personas usuarios de taxi se sienten seguras o no al movilizarse en el, si les gustaría estar acompañadas durante el trayecto, si estarían dispuestas a pagar por el acompañamiento y determinar si los hombres o las mujeres son las más propensas a hacer uso de este tipo de servicio; permitiéndonos complementar la investigación del



entorno y reforzando las bases para construir la estrategia adecuada para abordar el posicionamiento del servicio en el mercado.

Por otro lado, el análisis de este tipo de encuestas muestra, el entretenimiento de los encuestadores, la supervisión y control de trabajo, el procesamiento de la información, su análisis, así como la formulación de conclusiones que constituyen todos factores que en este caso adquieren fundamental relevancia para el éxito de la idea en desarrollo.

7.3.1. Tácticas

Relaciones Públicas

- Se establecerá comunicación con las áreas de seguridad de empresas ubicadas en el perímetro de la capital que tengan más de 500 usuarios en su nómina con el fin de ofrecer el servicio de Ángel Guardián para todos sus empleados promovidos internamente
- Realizar contacto con los 3 principales operadoras de celular que tienen presencia en Bogota.
- Establecer relacionamiento constante con los directivos y agentes de comunicación de las municipalidades y alcaldía de Bogota.
- Establecer alianzas con líderes de gremios de taxistas en Bogota con el objetivo a hacer promulgación del servicio
- Alianza directores de revistas con influencia en temas de transporte como el tiempo y tu carro

Tecnología

- Desarrollo del Software para seguimiento a los servicios de monitoreo y validación de placas
- Creación del Portal Web con seguridad para la base de datos
- Adquisición de sistema de almacenamiento para grabación de llamadas
- Adquisición del equipamiento en telefonía y computación para la prestación del servicio
- Creación de una central telefónica o call center para el contacto a los usuarios registrados con el registro de datos a través de un sistema de CRM

Otros

- Capacitación de los agentes de monitoreo, por parte de entidades policiales y de riesgo para que cuenten con el conocimiento para identificar posibles casos de peligro para el usuario
- Línea de atención al cliente que canalice las PQR (Preguntas, Quejas y Reclamos) de los clientes



8. Estudio Técnico

Las personas que conforman el call center van a contar con teléfonos de escritorio digitales que tengan función de retención de llamada “hold”, conferencia para hasta 4 llamadas en línea, teclas multifunción configurables, altavoces y compatibilidad con auriculares, lo cual les va a permitir poder liberar sus manos del auricular.

El software va a ser desarrollado especialmente para el servicio de Ángel Guardián. Va a tener características de software para Mesa de Ayuda o “help Desk”. Sus principales funciones van a ser; cotejar o comparar la información de la placa del vehículo reportada y devolver un mensaje SMS al número del usuario con la validación de la placa o informando que la placa del vehículo no se encuentra registrada. La segunda función es la de hacer el registro y seguimiento de servicios de monitoreo. Este último va a estar desarrollado en PHP+JavaScript. La base de datos contendrá información de los clientes, los programas de marketing para fidelidad de los usuarios y taxistas, y la grabación de las conversaciones de los usuarios que soliciten ser monitoreados. Toda esta información será encriptada y resguardada en My SQL, y respaldada en una unidad de almacenamiento que estará ubicada en un sitio alterno.

Este desarrollo podrá emitir reportes o bien exportar la información para su posterior procesamiento en una base de datos de escritorio o planilla de cálculo. La base de datos tendrá un único acceso por parte de los dueños de la empresa.

Y será aprobada a través de los siguientes términos:

Durante el proceso de registro del usuario en el Portal Web (Ángel Portal), se le es solicitado al cliente que apruebe voluntariamente los términos y condiciones, los cuales serán mostrados al mismo tiempo de esta solicitud, los cuales se muestran a continuación:

Aceptación de las presentes condiciones de uso:

La información registrada en este sitio web ha será de uso exclusivo de la empresa J&C con la finalidad de contactar al usuario al momento de solicitar el servicio de Ángel Guardián o para efectos de publicidad. Con la aceptación de estos términos y condiciones el usuario empresa su conformidad para que la información registrada en el portal, sea compartida con las autoridades de riesgo competentes, solo en caso de alerta de Paseo Millonario.

Este sitio web se encuentra a disposición del usuario (en lo sucesivo "usuario") a condición de que éste acepte las condiciones que el mismo contenga sin variación. El acceso y la utilización de este documento virtual implican la aceptación implícita del usuario.

Este sitio web puede contener enlaces o referencias a otros sitios web que no sean explotados por Ángel Guardián. La empresa J&C no responde del contenido de estos sitios web ni se responsabiliza de daños o infracciones que se deriven de los contenidos de dichos sitios web.



J&C no se hace responsable de cualquier agravante, daño material o físico presentado durante el recorrido del móvil ya sea que se haya confirmado a través de mensaje de texto SMS, ni se cuenta con un seguro de ningún tipo para reparación de daño alguno.

Adicionalmente aprueba los términos

9. Estudio Económico y Financiero

9.1. Proyecciones Mensuales

Las proyecciones financieras fueron sacadas con base en la investigación de mercado y el análisis del entorno; determinando un 2% del mercado objetivo para comenzar la operación direccionando toda la estrategia para lograr un crecimiento mensual del 0,83% que termine por arrojar 53.410 servicios en el año; es decir un aproximado de 74 servicios de mensaje por hora en el día.

Así mismo el precio determinado de cada mensaje es de \$550 pesos estando por encima de la competencia que lanzo el producto hace dos años porque fracaso; pero con una promesa de valor de mejor servicio y utilidad para los usuarios.

Finalmente dadas las proyecciones son necesarios 2 empleados para cubrir esta demanda y proyectamos sus salarios con toda la carga prestaciones y costos dependientes de la operación.



1.1. Flujo de Fondos.

	Datos	PROYECCIONES MENSUALES													
Valor del Mensaje	\$ 550														
Objetivo inicial afiliados	48.750														
Crecimiento primer año	10%														
Mensual	0,83%														
Empleados	2														
INGRESOS		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total	
Servicios		48.750	49.156	49.566	49.979	50.395	50.815	51.239	51.666	52.096	52.531	52.968	53.410		
Ingreso por mensaje		\$ 26.812.500	\$ 27.035.938	\$ 27.261.237	\$ 27.488.414	\$ 27.717.484	\$ 27.948.463	\$ 28.181.367	\$ 28.416.212	\$ 28.653.013	\$ 28.891.789	\$ 29.132.553	\$ 29.375.325		
COSTOS VARIABLES															
Servicio de telefonía	\$ 125	\$ 6.093.750	\$ 6.144.531	\$ 6.195.736	\$ 6.247.367	\$ 6.299.428	\$ 6.351.923	\$ 6.404.856	\$ 6.458.230	\$ 6.512.049	\$ 6.566.316	\$ 6.621.035	\$ 6.676.210	\$ 76.571.431	
Servicio técnico del mensaje	\$ 45	\$ 2.193.750	\$ 2.212.031	\$ 2.230.465	\$ 2.249.052	\$ 2.267.794	\$ 2.286.692	\$ 2.305.748	\$ 2.324.963	\$ 2.344.337	\$ 2.363.874	\$ 2.383.573	\$ 2.403.436	\$ 27.565.715	
Promoción y mercadeo	\$ 100	\$ 4.875.000	\$ 4.915.625	\$ 4.956.589	\$ 4.997.893	\$ 5.039.543	\$ 5.081.539	\$ 5.123.885	\$ 5.166.584	\$ 5.209.639	\$ 5.253.052	\$ 5.296.828	\$ 5.340.968	\$ 61.257.144	
Ingeniería	\$ 50	\$ 2.437.500	\$ 2.457.813	\$ 2.478.294	\$ 2.498.947	\$ 2.519.771	\$ 2.540.769	\$ 2.561.942	\$ 2.583.292	\$ 2.604.819	\$ 2.626.526	\$ 2.648.414	\$ 2.670.484	\$ 30.628.572	
COSTOS FIJOS															
Sueldos	\$ 1.133.400	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 2.266.800	\$ 27.201.600	
Auxilio Transporte y extras	\$ 120.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 2.880.000	
Cesantías	\$ 94.412	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 2.265.893	
Int. Sobre cesantías	\$ 11.329	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 22.659	\$ 271.907	
Prima de servicios	\$ 94.412	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 188.824	\$ 2.265.893	
Vacaciones	\$ 47.206	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 94.412	\$ 1.132.947	
Dotación y Suministro	\$ 10.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 240.000	
ARP	\$ 60.750	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 1.458.006	
EPS	\$ 90.672	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 181.344	\$ 2.176.128	
Pensión	\$ 121.727	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 243.454	\$ 2.921.452	
Caja de compensación	\$ 45.336	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 90.672	\$ 1.088.064	
I.C.B.F	\$ 34.002	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 68.004	\$ 816.048	
Sena	\$ 22.668	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 45.336	\$ 544.032	
Gastos médicos y Drogas	\$ 10.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 240.000	
Asesoría Contable	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000	
Asesoría Jurídica	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 6.000.000	
Arrendamientos	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 9.600.000	
Gastos Generales	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000	
Seguros	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000	
Imprevistos 2% de vtas	2%	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 139.837	\$ 1.678.039	



Incremento ingresos			4,50%	5,00%	4,50%	5,50%
ingremento cf y cv			4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$ 336.914.294	\$ 352.075.438	\$ 369.679.210	\$ 386.314.774	\$ 407.562.087
Costos variables		\$ 196.022.862	\$ 203.863.777	\$ 212.018.328	\$ 220.499.061	\$ 229.319.023
Costos fijos		\$ 85.580.009	\$ 89.003.210	\$ 92.563.338	\$ 96.265.872	\$ 100.116.507
Depreciacion		\$ 1.760.000	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000
Amortizacion de diferidos		\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000
Gatos financieros (interes)		\$ 2.188.753	\$ 1.650.544	\$ 967.966		
Utilidad ant impuestos		\$ 46.962.670	\$ 51.397.907	\$ 57.969.578	\$ 63.389.841	\$ 71.966.557
Impuestos	33%	\$ 15.497.681	\$ 16.961.309	\$ 19.129.961	\$ 20.918.648	\$ 23.748.964
utilidad desp. Impuestos		\$ 31.464.989	\$ 34.436.598	\$ 38.839.617	\$ 42.471.194	\$ 48.217.593
Depreciacion		\$ 1.760.000	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000
Amortizaciones diferidos		\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000
Amortizacion a capital		\$ 2.006.431	\$ 2.544.640	\$ 3.227.219		
Prestamo	\$ 10.000.000					
inv.activos fijos	\$ 8.800.000					
inv. Software	\$ 22.000.000					
inv. Wk	\$ 46.933.812					
rec.wk						
valor de salvamento	0%					\$ 0
Flujo de fondos netos a precios corrientes	-\$ 67.733.812	\$ 35.618.557	\$ 38.051.957	\$ 41.772.398	\$ 48.631.194	\$ 54.377.593
VPN	\$ 149.351.075					
TIR	52%					
Relacion beneficio costo	2					
	Monto	Participacion	Costo efectivo AT			
Deuda	\$ 10.000.000	13%	17,97%	0,02312		
Patrimonio	\$ 67.733.812	87%	20%	0,17427		
WACC(Costo capital prom. Ponderado)	\$ 77.733.812			19,74%		
Flujo para evaluar	-\$ 77.733.812	\$ 35.618.557	\$ 38.051.957	\$ 41.772.398	\$ 48.631.194	\$ 54.377.593
VPN	\$ 48.635.211,21					
TIR	44%					
TIR M	32%					



Al realizar el flujo de fondos, la operación arroja un VPN de \$249.038.972 y un WACC de 18.79%.

Estos escenarios, fueron calculados proyectando un crecimiento promedio ponderado de 4,87% en los ingresos y 4% en los gastos de acuerdo a las proyecciones de inflación.

Es evidente que para el inicio de la operación, es necesario buscar un apalancamiento. La decisión fue comenzar con un préstamo pequeño de 10.000.000 que fortalezca sumado a los aportes el comienzo de la operación.

A continuación presentamos el cuadro de características de la operación y su amortización, la cual fue consolidada en los estados financieros que presentaremos a continuación.

Valor del Prestamo	10.000.000		
Tasa	2,00%	MV	26,82%
Plazo	36		
Cuota	392.329		

Plazo	Tasa	Cuota	Interes	Capital	Saldo
0	2,00%				10.000.000
1	2,00%	349.599	200.000	149.599	9.850.401
2	2,00%	349.599	197.008	152.591	9.697.811
3	2,00%	349.599	193.956	155.643	9.542.168
4	2,00%	349.599	190.843	158.755	9.383.413
5	2,00%	349.599	187.668	161.930	9.221.482
6	2,00%	349.599	184.430	165.169	9.056.313
7	2,00%	349.599	181.126	168.472	8.887.841
8	2,00%	349.599	177.757	171.842	8.715.999
9	2,00%	349.599	174.320	175.279	8.540.720
10	2,00%	349.599	170.814	178.784	8.361.936
11	2,00%	349.599	167.239	182.360	8.179.576
12	2,00%	349.599	163.592	186.007	7.993.569
13	2,00%	349.599	159.871	189.727	7.803.841
14	2,00%	349.599	156.077	193.522	7.610.319
15	2,00%	349.599	152.206	197.392	7.412.927
16	2,00%	349.599	148.259	201.340	7.211.587
17	2,00%	349.599	144.232	205.367	7.006.220
18	2,00%	349.599	140.124	209.474	6.796.746
19	2,00%	349.599	135.935	213.664	6.583.082
20	2,00%	349.599	131.662	217.937	6.365.145
21	2,00%	349.599	127.303	222.296	6.142.849
22	2,00%	349.599	122.857	226.742	5.916.107
23	2,00%	349.599	118.322	231.277	5.684.831
24	2,00%	349.599	113.697	235.902	5.448.928
25	2,00%	349.599	108.979	240.620	5.208.308
26	2,00%	349.599	104.166	245.433	4.962.876
27	2,00%	349.599	99.258	250.341	4.712.535
28	2,00%	349.599	94.251	255.348	4.457.187
29	2,00%	349.599	89.144	260.455	4.196.732
30	2,00%	349.599	83.935	265.664	3.931.067
31	2,00%	349.599	78.621	270.977	3.660.090
32	2,00%	349.599	73.202	276.397	3.383.693
33	2,00%	349.599	67.674	281.925	3.101.768
34	2,00%	349.599	62.035	287.563	2.814.205
35	2,00%	349.599	56.284	293.315	2.520.890
36	2,00%	349.599	50.418	299.181	2.221.709



1.2. Estado de Resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
ANGEL GUARDIAN					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 336.914.294	\$ 352.075.438	\$ 369.679.210	\$ 386.314.774	\$ 407.562.087
- Costo de ventas	\$ 196.022.862	\$ 203.863.777	\$ 212.018.328	\$ 220.499.061	\$ 229.319.023
= Util. Bruta	\$ 140.891.432	\$ 148.211.661	\$ 157.660.882	\$ 165.815.713	\$ 178.243.063
- Gastos Admon y ventas	\$ 85.580.009	\$ 89.003.210	\$ 92.563.338	\$ 96.265.872	\$ 100.116.507
- Depreciacion	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000
- Diferidos	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000
= Util. Operacional	\$ 49.151.423	\$ 53.048.451	\$ 58.937.544	\$ 63.389.841	\$ 71.966.557
+ Ing. No oper	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- Egr.no operacionales	\$ 2.188.753	\$ 1.650.544	\$ 967.966	\$ 0	\$ 0
= Util. Ant de impuestos	\$ 46.962.670	\$ 51.397.907	\$ 57.969.578	\$ 63.389.841	\$ 71.966.557
- Provision impuesto	\$ 15.497.681	\$ 16.961.309	\$ 19.129.961	\$ 20.918.648	\$ 23.748.964
= Utilidad neta	\$ 31.464.989	\$ 34.436.598	\$ 38.839.617	\$ 42.471.194	\$ 48.217.593
Margen Bruto	42%	42%	43%	43%	44%
Margen Neto	15%	15%	16%	16%	18%

La operación arroja una utilidad neta de \$54.147.403 en el primer año y de \$74.105.718 en el año 5; el crecimiento del negocio y la construcción de confianza en el consumidor serán los encargados de respaldar las cifras que esperamos se consoliden en el mercado, se mantengan en el segmento y permitan crecer tanto en usuarios como en servicios.



10. Marco Legal y Administrativo

I. Marco Legal:

A. Derecho Comercial:

CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD: La empresa se constituirá como una sociedad comercial de las establecidas en la legislación colombiana, preferiblemente como sociedad por acciones, con capital colombiano y con la posibilidad de desarrollo a futuro en su objeto social, con campo de acción para el país y posibilidades de desarrollo en el exterior.

REGISTRO Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES : La sociedad se registrara en la cámara de comercio de Bogotá conforme a la legislación comercial colombiana con su respectivo establecimiento de comercio,

REPRESENTACION LEGAL: La representación legal recaerá en los socios y los órganos corporativos y de control se constituirán con el cumplimiento de la normatividad exigida para el tipo de sociedad escogida.

DURACION: La duración de la empresa en principio será de 25 años para el cumplimiento de su objeto social definido en el texto del trabajo.

B. Derecho tributario Nacional y territorial

La empresa hará su registro único tributario RUT en el cual se consignaran sus obligaciones y responsabilidades tributarias (RENTA, IVA, RETENCIONES, TIMBRE, Y las demás de ley) que deberá cumplir periódicamente.

En materia de impuestos municipales deberá hacer sus registros ante la alcaldía de Bogotá como responsable del impuesto de ICA y las responsabilidades de declaraciones de retención del mismo impuesto. De igual manera deberá tramitar ante las entidades como empresa nueva su registro o licencia de funcionamiento.

En materia de otros tributos deberá hacer los registros y pagos ante SAICO oficina de bomberos, salud y las requeridas en este orden territorial.

C. Derecho Civil:

Se desarrollaran los contratos requeridos para el funcionamiento como arrendamiento, compra de SOFTWARE, adquisición de equipos e infraestructura de desarrollo del proyecto. Vinculación y compras de frecuencias y telecomunicaciones, siempre dentro del marco legal colombiano, y en el mismo sentido se desarrollaran los contratos de soporte y mantenimiento de equipos y programas de la compañía.



D. Derecho y Marco Laboral:

En esta área se desarrollaran los manuales de funciones y protocolos de cada área de la empresa proyectada; acorde con la organización corporativa y legal de la sociedad; y en cumplimiento del objeto social de la misma, se proyectaran y desarrollaran los contratos laborales con el personal directivo, y administrativo de la sociedad. Se contrataran la implementación de reglamento interno de trabajo y seguridad social, los reglamentos de salud ocupacional y los demás requeridos por la ley.

II. Marco Administrativo

A. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y CORPORATIVA:

La empresa desarrollara unos estatutos modernos y funcionales que permita las herramientas de desarrollo administrativo y operativo y el control de los mismos con las respectivas entidades de control como auditoria y revisoría fiscal de ser necesarios.

La estructura de la empresa en su composición corporativa dependerá del tipo de sociedad y los requerimientos para el buen funcionamiento de ella en el tiempo.

Los órganos de administración y control se implementaran de acuerdo a los manuales de procedimiento y protocolos de la corporación.

B. MANUALES Y PROTOCOLOS DE FUNCIONES

8. Control y Evaluación

- Seguimiento a los casos registrados y control de calidad
- Acompañamiento y comunicación constante con las empresas de taxi
- Presentación de informes estadísticos a las entidades reguladoras
- Los informes de seguimiento van a reflejar, a demás las estadísticas, los planes continuos de mejora y diversificación de los servicios de monitoreo y seguimiento de usuarios de todo tiempo de transporte
- Revisión mensual de metas y presupuesto



- Revisión de calidad del servicio a través de las encuestas de satisfacción ISC
- Encuestas de satisfacción al azar al 5% de usuarios y generar planes de acción y respuesta para casos de insatisfacción
- Revisión con los empleados de inquietudes, quejas y reclamos de los clientes
- Revisión de grabaciones de llamadas a azar para validar la calidad del servicio
- La disminución de los índices de paseos millonarios en Bogotá
- Colaboración con información a las centrales de inteligencia policial y judicial que ayude a controlar y erradicar este tipo de secuestro y extorsiones
- Mejorar los índices de confianza de los usuarios de taxi con ese servicio de transporte
- Obtener una rentabilidad mínima del 40% de las ventas para los accionistas

11. Conclusiones finales

Los usuarios de taxi en Bogotá, así como en las principales ciudades de Colombia y países latinoamericanos se enfrentan a actos delincuenciales como el Paseo Millonario o Secuestro Express, lo cual ha generado una preocupación en la sociedad por ser víctimas de este tipo de acto delincencial y extorsivo. Esta situación generó en los usuarios de taxi, sus familiares y amigos necesidad de tranquilidad, la cual no esta al alcance de la Policía Nacional o de las entidades de riesgo. Un gran número de usuarios de taxis que comparten esta preocupación, están dispuestos a tomar medidas propias y pagar por un servicio que les ofrezca la confianza de usar y ser trasportados por un vehículo que esté registrado antes las entidades de taxi y riesgo.

Los factores micro y macro estudiados muestran que la implementación de este servicio es factible para su implementación en Bogotá. Adicional a esto se pudo demostrar que el servicio de Ángel Guardián, ofrecido por la empresa J&C es un servicio rentable para sus accionistas y a su vez ofrece un apoyo a la comunidad y al gobierno para disminuir los índices de Paseo Millonario o Secuestro Express en Colombia.

La investigación sobre la que se baja el proyecto, aprobó la hipótesis que afirma que Los Bogotanos están dispuestos a solicitar y pagar por un servicio de validación de los datos del móvil y monitoreo en los recorridos de taxi.

Este servicio de monitoreo y verificación de los taxis, presenta características que lo caracterizan como un proyecto innovador, en donde actualmente no existe competencia alguna y es financieramente viable para su implementación. Los conocimientos, y ejecución de la estrategia para ejecutar un plan de acción efectivo presentan un orden de actividades que están al alcance de sus accionistas.

Aunque el estudio presentado no garantiza los beneficios estimados para los accionistas y los resultados de la implementación, este plan de acción ofrece la información suficiente para determinar que el Plan de Negocio es viable para su ejecución, cuenta características propias y del mercado que lo hacen factible para implementación, y ofrece beneficio en materia de seguridad a los Colombianos.



12. Bibliografía

- Boletín Informativo del secuestro en Colombia – centro Nacional de Datos, Ministerio de Defensa Nacional. www.antisecuestro.gov.co
- Mag. Pon. Dr. Edgar Lombana Trujillo, Acta número 051 – Corte Suprema de Justicia – Sala de Casación Penal, Bogotá. Mayo 25/06. En esta es jurídicamente acertado predicar el secuestro extorsivo cuando convergen varias notas características: i) el propósito de los implicados de obtener provecho de naturaleza económica ii) la utilización de retención de sujetos iii) restricción de la libertad física entre otros.
- Barrantes, Juan Sebastián. Noticias Terra. Casos de Paseo Millonario Aumentaron en el 2011. 19 de diciembre de 2011. <http://noticias.terra.com.co/bogota/casos-de-paseo-millonario-aumentaron-17-en-2011,3c12cf2993754310VgnVCM20000099f154d0RCRD.html>
- UPI. Crece en Colombia el delito llamado Paseo Millonario. Febrero 7 de 2012. <http://espanol.upi.com/Curiosidades/2012/02/27/Crece-en-Colombia-el-delito-llamado-Paseo-Millonario/UPI-96421330341900/>
- Publicación eltiempo.com Sección Bogotá. REDACCIÓN BOGOTÁ. Desmantelan banda dedicada a 'paseos millonarios' en la zona T y la 82. 9 de junio de 2012. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11931012>
- Malaver, Carol. Un abuelo era jefe de temible banda de 'paseo millonario' en Bogotá. Publicación eltiempo.com. 26 de abril de 2012. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11656903>
- Publicación eltiempo.com Sección Bogotá. REDACCIÓN BOGOTÁ. Crónica de una tenebrosa noche de 'paseo millonario'. 1 de Abril de 2012. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11479362>
- Malaver, Carol. Escalofriantes relatos del 'paseo millonario', modalidad en incremento. Publicación eltiempo.com. 26 de febrero de 2012. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11220442>
- Publicación eltiempo.com Sección Bogotá. REDACCIÓN BOGOTÁ. Tenga cuidado con el 'paseo millonario' en la calle 72. 3 de Marzo de 2012. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11267786>
- ATLAS, Policía Nacional – El País, Asociación de Taxistas Unidos. <http://www.atlas.com.co/sia/public/index.php/seguridad-normas-y-justicia/prevencion-recomendaciones-para-evitar-ser-victima-de-los-falsos-taxistas>
- Publicación eltiempo.com Sección Bogotá, Tenga cuidado con las nuevas técnicas de 'paseo millonario'. 28 de enero de 2012. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11016580>



- Policía Nacional de Colombia, Dirección de Investigación Criminal. DIJIN. http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_tipo_Operativas/Direccion_de_Investigacion_Criminal/

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
 INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Gerencia Comercial con Énfasis en Ventas
2	TÍTULO DEL PROYECTO	ANGEL GUARDIÁN
3	AUTOR(es)	ARROYO ROMERO MARIA CLARA Y BARRERA MEDINA JAIME ANDRES
4	AÑO Y MES	2012 AGOSTO
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	DIAZ RODRIGO
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	Colombia es uno de los países de Latinoamérica en donde la inseguridad se presenta en diferentes modalidades. El <i>paseo millonario o secuestros Express</i> ha mostrado un aumento reciente en las principales ciudades de Colombia, donde los usuarios de taxi han manifestado su preocupación por ser víctimas de este tipo de acto delincuencia. Aunque hay registro de iniciativas por parte del sector público y privado para prevenir y disminuir los casos de paseo millonarios en Bogotá, este trabajo muestra el servicio representado por el nombre Ángel Guardián, el cual busca que los Colombianos no solo se sientan más seguros antes de tomar un taxi sino que estén siendo monitoreados hasta llegar a su destino.
7	PALABRAS CLAVES	Paseo, Millonario, angel, guardian, monitoreo
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector de servicios de tecnología.
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de Negocio
10	OBJETIVO GENERAL	Ofrecer tranquilidad y confianza a los usuarios de Taxi en Bogotá antes y durante los trayectos que realicen. Así mismo Ángel Guardián busca disminuir los casos de "paseo millonario o secuestro exprés" que se presentan en la ciudad.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ser los líderes y pioneros en el mercado de monitoreo y seguimiento a usuarios de transporte. • Incrementar y generar rentabilidad con la inversión de los accionistas. • Posicionamos en Bogotá en un periodo de un año como número uno en la prestación del servicio de monitoreo y seguimiento a usuarios de transporte. • Expandimos a nivel nacional con el servicio principal de la compañía. • Monitorear y realizar seguimiento no solo a usuarios de taxi sino a usuarios de todo el transporte en general. • Expandimos a nivel internacional.
12	RESUMEN GENERAL	Angel guardian nace desde los insights de la población de Bogotá ante la realidad del paseo millonario, tras realizar una investigación de mercado que evidenció la hipótesis planteada, comenzamos a basarnos en el estudio del entorno y la competencia. Esto nos acercó a un análisis profundo de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para Ángel Guardián. Partiendo de esa base realizamos las proyecciones financieras y encontramos que además de cumplir con el objetivo principal Ángel Guardián es un negocio rentable.

13	CONCLUSIONES.	<p>Los usuarios de taxi en Bogotá, así como en las principales ciudades de Colombia y países latinoamericanos se enfrentan a actos delincuenciales como el Paseo Millonario o Secuestro Express, lo cual ha generado una preocupación en la sociedad por ser víctimas de este tipo de acto delictivo y extorsivo. Esta situación generó en los usuarios de taxi, sus familiares y amigos necesidad de tranquilidad, la cual no está al alcance de la Policía Nacional o de las entidades de riesgo. Un gran número de usuarios de taxis que comparten esta preocupación, están dispuestos a tomar medidas propias y pagar por un servicio que les ofrezca la confianza de usar y ser transportados por un vehículo que esté registrado antes las entidades de taxi y riesgo. Los factores micro y macro estudiados muestran que la implementación de este servicio es factible para su implementación en Bogotá. Adicional a esto se pudo demostrar que el servicio de Ángel Guardián, ofrecido por la empresa J&C es un servicio rentable para sus accionistas y a su vez ofrece un apoyo a la comunidad y al gobierno para disminuir los índices de Paseo Millonario o Secuestro Express en Colombia. La investigación sobre la que se baja el proyecto, aprobó la hipótesis que afirma que Los Bogotanos están dispuestos a solicitar y pagar por un servicio de validación de los datos del móvil y monitoreo en los recorridos de taxi. Este servicio de monitoreo y verificación de los taxis, presenta características que lo caracterizan como un proyecto innovador, en donde actualmente no existe competencia alguna y es financieramente viable para su implementación. Los conocimientos, y ejecución de la estrategia para ejecutar un plan de acción efectivo presentan un orden de actividades que están al alcance de sus accionistas. Aunque el estudio presentado no garantiza los beneficios estimados para los accionistas y los resultados de la implementación, este plan de acción ofrece la información suficiente para determinar que el Plan de Negocio es viable para su ejecución, cuenta características propias y del mercado que lo hacen factible para implementación, y ofrece beneficio en materia de seguridad a los Colombianos.</p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Boletín Informativo del secuestro en Colombia – centro Nacional de Datos, Ministerio de Defensa Nacional. www.antisecuestro.gov.co • Mag. Pon. Dr. Edgar Lombana Trujillo, Acta número 051 – Corte Suprema de Justicia – Sala de Casación Penal, Bogotá. Mayo 25/06. En esta es jurídicamente acertado predicar el secuestro extorsivo cuando convergen varias notas características: i) el propósito de los implicados de obtener provecho de naturaleza económica ii) la utilización de retención de sujetos iii) restricción de la libertad física entre otros. • Barrantes, Juan Sebastián. Noticias Terra. Casos de Paseo Millonario Aumentaron en el 2011. 19 de diciembre de 2011. http://noticias.terra.com.co/bogota/casos-de-paseo-millonario-aumentaron-17-en-2011,3c12cf2993754310VgnVCM200000991154d0RCRD.html • UPI. Crece en Colombia el delito llamado Paseo Millonario. Febrero 7 de 2012. http://espanol.upi.com/Curiosidades/2012/02/27/Crece-en-Colombia-el-delito-llamado-Paseo-Millonario/UPI-96421330341900/ • Publicación eltiempo.com Sección Bogotá. REDACCIÓN BOGOTÁ. Desmantelan banda dedicada a 'paseos millonarios' en la zona T y la 82. 9 de junio de 2012. http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11931012 • Malaver, Carol. Un abuelo era jefe de temible banda de 'paseo millonario' en Bogotá. Publicación eltiempo.com. 26 de abril de 2012. http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11656903 • Publicación eltiempo.com Sección Bogotá. REDACCIÓN BOGOTÁ. Crónica de una tenebrosa noche de 'paseo millonario'. 1 de Abril de 2012. http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11479362 • Malaver, Carol. Escalofríos relatos del 'paseo millonario', modalidad en incremento. Publicación eltiempo.com. 26 de febrero de 2012. http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11220442 • Publicación eltiempo.com Sección Bogotá. REDACCIÓN BOGOTÁ. Tenga cuidado con el 'paseo millonario' en la calle 72. 3 de Marzo de 2012. http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11267786 • ATLAS, Policía Nacional – El País, Asociación de Taxistas Unidos. http://www.atlas.com.co/sia/public/index.php/seguridad-normas-y-justicia/prevencion-recomendaciones-para-evitar-ser-victima-de-los-falsos-taxistas • Publicación eltiempo.com Sección Bogotá, Tenga cuidado con las nuevas técnicas de 'paseo millonario'. 28 de enero de 2012. http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11016580

Vo Bo Asesor y Coordinador de Investigación: