

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



TRÁMITES COLOMBIA

Programa Avanzado para la Formación Empresarial (PAFE)

Andrés Felipe Bernal

Karen Mesa Pérez

Daniela Rodríguez Ortiz

Bogotá, D.C

2016

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



TRÁMITES COLOMBIA

Programa Avanzado para la Formación Empresarial (PAFE)

Andrés Felipe Bernal

Karen Mesa Pérez

Daniela Rodríguez Ortiz

Andrés Daniel Rojas Rincón

Bogotá, D.C

2016

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	9
2. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	10
3. TABLA DE VALORACIÓN	13
3.1 APLICACIÓN DE TRÁMITES	13
3.2 ETIQUETA Y PROTOCOLO	15
3.3 INDEPENDIENTES Y DESEMPLEADOS	16
4. SELECCIÓN ALTERNATIVA ÓPTIMA	18
5. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL SERVICIO A LANZAR	19
6. DEFINICIÓN DE VENTAJA A DESARROLLAR, COMPARATIVA O COMPETITIVA	21
7. ANÁLISIS DE DIAMANTE DE PORTER	22
7.1. AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES	22
7.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES.....	23
7.3. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	25
7.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	26
7.5. DETERMINANTES DE RIVALIDAD DE LA INDUSTRIA	27
7.6. CALIFICACIÓN INTEGRAL DE LA INDUSTRIA	27
7.7. CONCLUSIÓN DIAMANTE DE PORTER	28
8. ANÁLISIS PESTA	29
9. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	33
10. MODELO DE LAS ENCUESTAS.	34
10.1 TRÁMITES - PERSONAS NATURALES	34
10.2 TRÁMITES - EMPRESAS.....	37
10.3. AGENTES	41
11. CONCEPTO	46
11.1. CONCEPTO PARA PERSONAS NATURALES.....	46
11.2. CONCEPTO PARA PERSONAS JURÍDICAS.....	47
11.3. CONCEPTO PARA AGENTES / TRAMITADORES	47
12. OBJETIVOS DE LA PRUEBA DE CONCEPTO	47
13. DIGITALIZACIÓN	48
14. TABULACIÓN Y RESULTADOS	48
14.1 PERSONAS NATURALES	48
14.2. EMPRESAS	61
14.3. AGENTES	71
15. CANVAS	83
16. MODELO DE NEGOCIO	84
16.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	84
16.2. ¿QUÉ SOMOS?	84
16.3. ¿QUÉ NOS DIFERENCIA?	85
16.4. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA.....	85

16.5. PRECIOS.	86
16.6. PUBLICIDAD.	88
16.7. ESPECIFICACIONES DE PUBLICIDAD EN LA CAMPAÑA DE LANZAMIENTO.	88
16.8. PUBLICIDAD MENSUAL:	92
16.9. PLAN DE FIDELIZACIÓN.	94
16.10. KEY PERFORMANCE INDICATORS.	95
16.11. MODELO FINANCIERO	96
17. CONCLUSIONES	98
18. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Primera alternativa</i>	13
Tabla 3. <i>Segunda alternativa</i>	15
Tabla 4. <i>Tercera Alternativa</i>	16
Tabla 5. <i>Análisis de cada aplicación y calificación</i>	17
Tabla 6. <i>Posicionamiento estratégico para trámites</i>	20
Tabla 7. <i>Amenaza de nuevos entrantes</i>	22
Tabla 8. <i>Poder de negociación de los compradores para empresas</i>	23
Tabla 9. <i>Poder de negociación de los compradores para personas naturales</i>	24
Tabla 10. <i>Análisis de amenaza de productos sustitutos</i>	25
Tabla 11. <i>Análisis de poder de negociación de proveedores</i>	26
Tabla 12. <i>Análisis de rivalidad de la industria</i>	27
Tabla 13. <i>Calificación integral de la industria</i>	27
Tabla 14. <i>Análisis del entorno</i>	29
Tabla 15. <i>Personas encuestadas</i>	49
Tabla 16. <i>Respuestas según género.</i>	50
Tabla 17. <i>Respuestas según ocupación</i>	51
Tabla 18. <i>Análisis adquiere servicio según rango de edad.</i>	52
Tabla 19. <i>Análisis adquiere servicio según género</i>	52
Tabla 20. <i>Análisis adquiere servicio según ocupación</i>	53
Tabla 21. <i>Análisis Nominal utilidad del servicio según rango de edad</i>	54
Tabla 22. <i>Análisis Porcentual utilidad del servicio según rango de edad</i>	55
Tabla 23. <i>Análisis Utilidad de servicio</i>	55
Tabla 24. <i>Análisis Nominal utilidad del servicios según género</i>	56
Tabla 25. <i>Análisis Porcentual utilidad del servicio según género</i>	56
Tabla 26. <i>Análisis utilidad del servicio según género</i>	57
Tabla 27. <i>Análisis nominal utilidad del servicio según ocupación</i>	57
Tabla 28. <i>Análisis porcentual utilidad del servicio según ocupación</i>	58
Tabla 29. <i>Análisis nominal utilidad del servicio según adquisición</i>	59
Tabla 30. <i>Análisis porcentual utilidad del servicio según adquisición</i>	59
Tabla 31. <i>Análisis nominal adquisición según tamaño de la empresa</i>	63
Tabla 32. <i>Análisis porcentual adquisición según tamaño de la empresa</i>	63
Tabla 33. <i>Análisis nominal adquisición según sector de la empresa</i>	64
Tabla 34. <i>Análisis porcentual adquisición según sector de la empresa</i>	64
Tabla 35. <i>Análisis nominal precio según tamaño de la empresa</i>	66
Tabla 36. <i>Análisis porcentual precio según tamaño de la empresa</i>	66
Tabla 37. <i>Análisis nominal precio según sector de la empresa</i>	66
Tabla 38. <i>Análisis porcentual precio según sector de la empresa</i>	67
Tabla 39. <i>Análisis nominal años de experiencia vs utilidad</i>	74
Tabla 40. <i>Análisis porcentual años de experiencia vs utilidad</i>	74
Tabla 41. <i>Análisis nominal años de experiencia vs adquisición</i>	76
Tabla 42. <i>Análisis porcentual años de experiencia vs adquisición</i>	76
Tabla 43. <i>Definición de cada uno del servicio por segmentos</i>	85

Tabla 44.	<i>Gastos para la campaña de lanzamiento</i>	88
Tabla 45.	<i>Gastos de Publicidad</i>	92
Tabla 46.	<i>Estado de pérdidas y Ganancias</i>	96
Tabla 47.	<i>Amortización de la deuda</i>	97
Tabla 48.	<i>Abono a capital anual</i>	98
Tabla 49.	<i>Utilidad para el inversionista</i>	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema Trámites.	11
Figura 2. Esquema Etiqueta y protocolo.	11
Figura 3. Esquema plataforma de empleo.	12
Figura 4. Escala calificación de utilidad.	35
Figura 5. Escala calificación de utilidad.	37
Figura 6. Escala calificación de utilidad.	38
Figura 7. Escala calificación de utilidad.	40
Figura 8. Escala calificación de utilidad.	42
Figura 9. Aceptación de Trámites Colombia en personas naturales.	44
Figura 10. Aceptación de Trámites Colombia en empresas.	44
Figura 11. Escala calificación de utilidad.	45
Figura 12. Distribución de edad en personas naturales.	49
Figura 13. Distribución de género en personas naturales.	50
Figura 14. Distribución ocupación en personas naturales.	50
Figura 15. Intención de compra personas naturales.	51
Figura 16. Percepción de utilidad personas naturales.	54
Figura 17. Sustitutos que usan actualmente personas naturales.	59
Figura 18. Necesidad que satisfacen sustitutos.	60
Figura 19. Tamaño de empresas encuestadas.	62
Figura 20. Sector de empresas encuestadas.	62
Figura 21. Aceptación de la aplicación.	63
Figura 22. Rango de precios que están dispuestas a pagar empresas encuestadas.	65
Figura 23. Medios de búsqueda de información.	68
Figura 24. Características de servicios.	69
Figura 25. Necesidad de servicios.	70
Figura 26. Tipo de servicio que ofrece.	71
Figura 27. Años de experiencia agentes.	72
Figura 28. Aceptación agentes.	73
Figura 29. Percepción del servicio ofrecido.	74
Figura 30. Intención de compra agentes.	75
Figura 31. Medios actuales de captación de clientes.	77
Figura 32. Aspectos importantes para captar clientes.	78
Figura 33. Opciones de pago.	79
Figura 34. Rango de precios agentes.	79
Figura 35. Rango de pago por comisión.	80
Figura 36. Rango de precios por contactos realizados.	81
Figura 37. Canvas.	83
Figura 38. Marketplace trámites Colombia.	84
Figura 39. Precio óptimo personas naturales.	86
Figura 40. Precio óptimo empresas.	86
Figura 41. Precio óptimo agentes.	87

Figura 42.comisión óptima agentes	87
Figura 43.Precios consolidados	88
Figura 44.Feria empresarial	90
Figura 45.Material POP	90
Figura 46.Publicidad transmilenio	92
Figura 47.Publicidad revista empresarial.....	93
Figura 48.Publicidad Facebook	93
Figura 49.Publicidad instagram	94
Figura 50.Publicidad google adwords.....	94

1. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se realizará una investigación donde se evidenciarán diferentes alternativas de negocios dentro del sector de aplicaciones móviles para el mercado Colombiano , así como la funcionalidad de cada una de ellos en el mismo, adicional a esto se escogerá la que tenga mayor viabilidad en cuanto a impacto financiero y social de acuerdo a una serie de herramientas tales como matriz de valoración de oportunidades, posicionamiento estratégico, las cinco fuerzas de Porter, ventaja que lo diferencia, PESTA, análisis cualitativo, prueba de concepto y finalmente análisis financiero mediante una proyección a 5 años, para así poder construir un modelo de negocio contundente y presentarlo a un grupo de inversionistas que podrían otorgar el capital necesario para poner en marcha el proyecto.

2. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

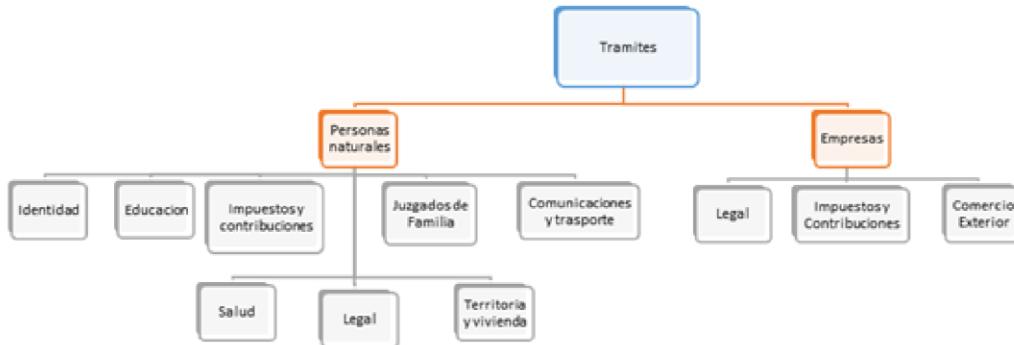
En primer lugar, se utilizará la matriz de valoraciones de oportunidades, la cual permite realizar un análisis en los diferentes ámbitos y así determinar cuál de las opciones de negocio mencionadas es la más apropiada de acuerdo a los criterios de valoración y su puntaje total de viabilidad en el mercado. Adicional a esto, se identificará el posicionamiento estratégico de la opción escogida para así finalmente analizar el mercado de aplicaciones móviles mediante el modelo de las 5 fuerzas de Porter como a su vez analizando el meta-mercado por medio del análisis PESTA.

A continuación, se definirán las diferentes alternativas de aplicaciones móviles que se tendrán en cuenta para el presente trabajo.

2.1. Explicación de Servicios

2.1.1 Trámites Colombia. En esta aplicación pretendemos dar información de todo tipo de trámites a nivel Colombia tanto para personas naturales como para empresas, esta información se basará en cada uno de los documentos necesarios para realizar el trámite en cuestión y un paso a paso que explique al consumidor como diligenciar cada uno de éstos de forma adecuada. Con respecto a lo anterior el servicio se ramificará de acuerdo al tema a tratar, y partiendo de esto cada tema tiene diferentes contactos a quienes se puede acudir por información extra, la aplicación ganará dinero no por descarga, sino por la información de búsqueda para las empresas, de acuerdo a esto utilizaremos a las personas naturales como una forma de generar confianza y prestigio hacia la aplicación. Por otro lado también ganaremos el 25% de lo que ganen los consultores que decidan trabajar con nosotros y quienes los consumidores requieren por información adicional y por último ganaremos dinero por generar publicidad a quienes quieran pautar con nosotros, teniendo en cuenta que esta publicidad estará localizada de acuerdo a la búsqueda de las personas o empresas.

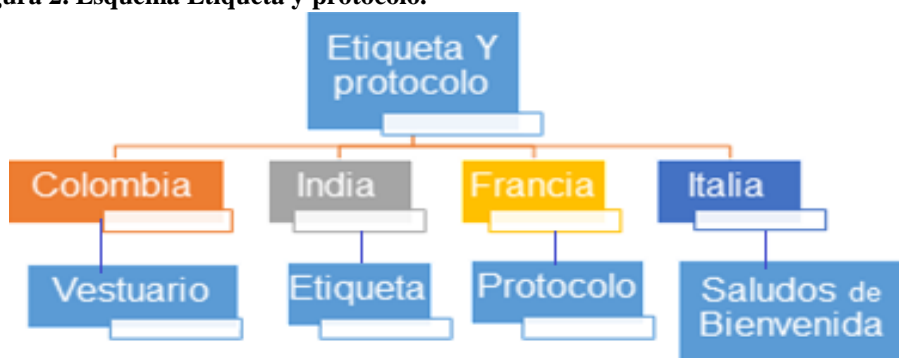
Figura 1. Esquema Trámites.



Fuente:. Elaboración Propia

2.1.2. Etiqueta y protocolo. Con esta aplicación pretendemos prestar un servicio bastante funcional a los usuarios, en donde ellos pueden encontrar combinaciones de vestuario aptas para diferentes ocasiones lo que hace alusión a la imagen personal y códigos de vestuario, adicional a esto y de acuerdo al tipo de celebración al que desean asistir también se darán indicaciones de protocolo y etiqueta en la mesa. Por último podemos encontrar rasgos importantes de cada cultura lo que nos permitirá estar más acordes al momento y lugar de una celebración. En esta aplicación ganamos por descargas aunque en una mínima porción, en su gran mayoría ganaremos por permitir que diferentes marcas pauten publicitariamente con nosotros.

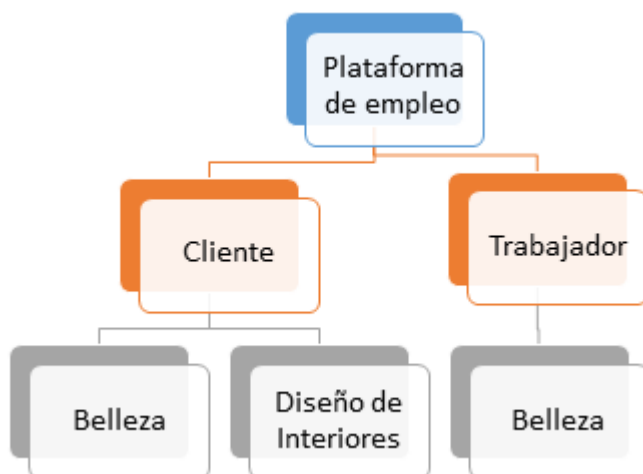
Figura 2. Esquema Etiqueta y protocolo.



Fuente: Elaboración Propia

2.1.3. Trabajos Independientes y desempleados. Con esta aplicación pretendemos conectar a los trabajadores independientes o informales con las personas que buscan sus servicios, para poner un ejemplo están las mujer que hacen manicure y pedicure a domicilio quienes se pueden unir a nuestra plataforma para encontrar consumidores que requieran de sus servicios y así facilitar la interacción entre ellos, ganamos un porcentaje sobre lo que ganan las personas quienes prestan los servicios, a quienes se les pagará sus ganancias cada semana mediante una cuenta bancaria.

Figura 3. Esquema plataforma de empleo.



Fuente: Elaboración Propia

3. TABLA DE VALORACIÓN

3.1 Aplicación de Trámites

Tabla 1.

Primera alternativa

Trámites	Valoración	Observación
Nivel de innovación	5	Es un servicio con un nivel medio de innovación ya que la información y los pasos requeridos para la realización de los trámites están disponibles en cada una de las páginas web del ente especializado en cada uno de ellos, sin embargo se tiene un grado de innovación ya que la aplicación permite contactar a los especialistas en algún aspecto que el cliente lo requiera, adicional de reunir toda esta información en un solo lugar para la comodidad del usuario y la facilidad de búsqueda del trámite en cuestión.
Tamaño de oportunidad de mercado	10	El tamaño de oportunidad de mercado es alto ya que va dirigido tanto a personas naturales como a MiPymes que requieran trámites tanto especializados en documentos de exportación e importación entre otros; como no especializados para quienes requieren trámites simples como licencia de conducción, trámites en la embajada, entre otros. El mercado objetivo sería empresas y personas naturales. (Cámara de Comercio, 2014)
Nivel de competencia en el mercado	5	El nivel de competencia en el mercado es medio ya que, aunque hay algunos sustitutos como las páginas web o como consultores ya estipulados por la empresa y también departamentos en las organizaciones dedicadas a resolver y estar pendiente de esos trámites; no existe una aplicación que permita recopilar esta información

		ofreciendo tantas facilidades como consultores entre otras cosas.
Tiempo de implementación y lanzamiento	5	El tiempo de implementación y lanzamiento es medio ya que en este proceso se deben desarrollar estrategias de publicidad y promoción tanto a las Pymes como a las personas naturales para dar a conocer la funcionalidad y las especificaciones de la aplicación, adicionalmente requiere de tiempo almacenar y garantizar toda la información siendo ésta certificada y aprobada por los entes respectivos.
Riesgo de desarrollar y lanzar el producto	2	El riesgo de desarrollar y lanzar la aplicación es alto ya que siempre habrá un riesgo inmerso en el lanzamiento de una nueva app; de su éxito y funcionalidad de la misma.
TOTAL	5,25	

Nota: Elaboración propia, con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

3.2 Etiqueta y Protocolo

Tabla 2.

Segunda alternativa

Etiqueta y Protocolo	Valoración	Observación
Nivel de innovación	5	El nivel de innovación es medio ya que en el momento no hay una aplicación que permita ofrecer información de vestimenta, decoración, colores, maquillaje y demás, adicional a esto y como valor agregado esta aplicación permite una filtración por países para determinar costumbres de cada cultura con información confiable, sin embargo, este tipo de información puede ser encontrada por aparte en diferentes páginas web.
Tamaño de oportunidad de mercado	10	El tamaño del mercado es alto ya que la aplicación está dirigida a todo tipo de personas y necesidades de las mismas, sin segmentar por edades, profesión, género, raza, etc. (Secretaría de planeación, 2015)
Nivel de competencia en el mercado	5	El nivel de competencia en el mercado es medio ya que, aunque existen algunas aplicaciones para seleccionar prendas de vestir, ninguna de estas cumple con las mismas expectativas y funciones que la aplicación de etiqueta y protocolo suministra.
Tiempo de implementación y lanzamiento	5	El tiempo de implementación y lanzamiento es medio ya que se requiere de una información de expertos y dar a conocer a la aplicación por medio de publicidad.
Riesgo de desarrollar y lanzar el producto	2	El riesgo de desarrollar y lanzar la aplicación es alto, por el riesgo inmenso que trae la misma, bien sea de aceptabilidad por parte de los consumidores, por la funcionalidad que puede tener.

TOTAL	5,25	
-------	------	--

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

3.3 Independientes y desempleados

Tabla 3

Tercera Alternativa

Trabajadores Independientes	Valoración	Observación
Nivel de innovación	2	Actualmente existen modelos de mercado bastante similares en donde su Target son otro tipo de personas, sin embargo, la única diferencia con estos es que la aplicación que queremos realizar busca integrar a trabajadores independientes bien sea profesionales o no profesionales en un área determinada.
Tamaño de oportunidad de mercado	5	El tamaño de oportunidad para este caso es medio debido a que actualmente existe una gran cantidad de población a quienes podemos llegar y trabajar en conjunto con la aplicación, teniendo en cuenta que este trabajo implicaría un cambio en la mentalidad de las personas sobre todo con el tema de las ganancias, por otra parte, este mercado es mediano comparado con la cantidad de población que hay actualmente. (DANE, 2016)
Nivel de competencia en el mercado	2	En este aspecto el nivel de competencia tales como Computrabajo, El empleo, Indeed, es bastante alto debido a que existen diferentes bolsas de trabajo donde se puede dar búsqueda a diferentes empleos de carácter independiente, la única diferencia en este caso es la recopilación de este tipo de empleos en una sola

		plataforma.
Tiempo de implementación y lanzamiento	5	El tiempo de implementación y lanzamiento de esta aplicación es medio, puesto que requiere de una gran labor de búsqueda y fomento de credibilidad sobre las personas independientes que harían parte de la red mediante la aplicación, y sobre las personas que la utilizarían.
Riesgo de desarrollar y lanzar el producto	2	El riesgo de lanzamiento de esta aplicación es bastante alto, debido a que su desarrollo no es difícil de imitar, por lo que para otras personas sería bastante fácil entrar a competir con nosotros desde el mismo punto.
TOTAL	3,05	

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

Tabla 4.

Análisis de cada aplicación y calificación

Ideas	Nivel de innovación 15%	Tamaño de oportunidad de mercado 20%	Nivel de competencia en el mercado 25%	Tiempo de implementación y lanzamiento 15%	Riesgo de desarrollar y lanzar el producto 25%	Total
Trámites	5	10	5	5	2	5,25
Etiqueta y Protocolo	5	10	5	5	2	5,25
Trabajos Independientes	2	5	2	5	2	3,05

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

4. SELECCIÓN ALTERNATIVA ÓPTIMA

En la decisión final, acerca de cuál de las tres opciones mencionadas anteriormente, se considerará la adecuada e idónea para realizar como idea de negocio e impulsar al mercado luego de realizar con ella el debido estudio, se tomó como base principal la tabla de valoración incluida en el trabajo en la cual se analizó el nivel de innovación, el tamaño de oportunidad en el mercado, nivel de competencia en el mercado, el tiempo de implementación y lanzamiento y finalmente el riesgo en el que se incurre al desarrollar y lanzar el servicio. En esta valoración la aplicación de la bolsa de empleo de independientes e informales, tuvo una calificación final de 3,05, la cual consideramos demasiado baja para tomarla en cuanto al momento de realizar el estudio a profundidad y finalmente lanzarla al mercado. Refiriéndose a la aplicación de trámites y a la de etiqueta y protocolo, en la tabla de valoración, las dos aplicaciones poseen una calificación final de 5,25, debido a que comparten la calificación en cada uno de los ítems, con especial atención en los ítems de tamaño de oportunidad del mercado y nivel de competencia, ya que éstos son los factores diferenciadores en la idea de bolsa de trabajo y fue la razón de ser descartada de inmediato, al estar con el mismo puntaje estas dos ideas, se hace necesario una forma de poder decidir cuál de las dos es la más apta para realizar el trabajo, para lo cual se empezó a analizar el factor que fue decisivo en la tabla de valoración, como lo es el tamaño de oportunidad en el mercado.

En cuanto al tamaño de oportunidad en el mercado, la bolsa de empleos maneja un número reducido de posibles consumidores, a pesar de combinar dos mercados importantes, trabajadores informales e independientes, y personas que necesiten sus servicios, razón por la cual se calificó como medio. En trámites y etiqueta y protocolo la calificación fue alta, ya que no separa el mercado por su profesión (como la aplicación de bolsa de empleo) por su edad, género, nivel socioeconómico (adicional de la distinción, para todas las aplicaciones que sesgan el mercado a usuarios con Smartphone) ni ninguna categoría importante, ya que cualquier persona tiene la necesidad de realizar algún tipo de trámite o tiene la necesidad de saber cómo vestirse y actuar en situaciones determinadas. Al reconocer que el tamaño de oportunidad en el mercado de trámites y etiqueta y protocolo son altas, se hace necesario un análisis adicional para poder tomar la decisión final. Es acá donde se toma en cuenta los dos ámbitos que posee la aplicación de trámites, ya que ésta no sólo incluye a las personas

naturales, las cuales tiene el mismo tamaño y oportunidad en el mercado que la aplicación de etiqueta y protocolo, ya que adicional a esto maneja un ámbito empresarial, lo cual aumenta en gran medida el tamaño del mercado al que se quiere atender, es por esto que la aplicación de tramites posee un punto a favor dentro de la calificación, y se postuló como gran candidata para poder lanzarla al mercado, adicionalmente a esto, la opción de trámites Colombia es la más favorable porque contribuye al bienestar dentro de la sociedad.

Otro factor importante es el nivel de fuente de ingresos, factor en el cual la aplicación de trámites posee el mayor potencial, por medio de publicidad dirigida, porcentaje en contrataciones realizada por la aplicación, y dinero de particulares que sean requeridos por los consumidores, personas las cuales pagarán para poder ser recomendados a los consumidores en cada uno de sus trámites.

Por los anteriores factores, la decisión final fue escoger la aplicación de trámites como aplicación idónea, para realizar este trabajo, realizar su debido estudio, presentar a los inversionistas y finalmente, lanzar al mercado.

A continuación, se hará un análisis más detallado del sector y enfatizándose en la idea de negocio (Trámites).

5. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL SERVICIO A LANZAR

Para ubicar el posicionamiento estratégico de la aplicación de trámites, se hace necesario realizar el análisis pertinente a dos factores, dentro de los cuales se encuentra el objetivo estratégico y la ventaja estratégica que tiene la aplicación móvil escogida.

En cuanto al objetivo estratégico, como se ha evidenciado en los puntos anteriores la aplicación de trámites posee un objetivo claro, el cual es poder atender que se encuentran en todo el mercado, sin ningún tipo de segmentación o nicho en específico, no segmenta en ningún factor su población objetivo, adicional a esto y como un plus para este análisis, posee un sector adicional que es el sector empresarial. Para el sector de personas naturales se tiene perfecta claridad de que su objetivo estratégico se basa en todo un sector sin algún tipo de segmentación, al empezar a hablar de la parte de empresas se tendrán en cuenta factores adicionales. La principal función o servicio que se ofrece en la parte empresarial es la de

trámites de comercio exterior, por lo que el mercado se segmentaría, en sólo las empresas que tengan actividad internacional, y siendo así, su objetivo cambiaría a ser a sólo un segmento, pero más a fondo se tiene que analizar que esta no es la única función o el único servicio que se desea ofrecer en la parte empresarial, ya que como se explicó anteriormente en la Figura N°1 del presente trabajo, la parte empresarial tiene servicios empresariales referentes a áreas tales como legales, trámites los cuales son necesarios para cualquier tipo de empresa, ya sea pequeñas, mediana o grande empresa, que tengan actividades internacionales o no, por lo cual también se considera enfocada que la aplicación está enfocada a todo un sector.

En cuanto a la ventaja estratégica, el análisis se convierte en un tema un poco más subjetivo, debido a que al analizar el nivel de precios no se podrá establecer un nivel de precios de la competencia, el mercado o los sustitutos fácilmente, porque los diferentes servicios que ofrecen poseen características muy diferentes uno de otros. Si lo tomamos como la mentalidad principal de la aplicación, se quiere generar comodidad en el usuario, brindándole una experiencia más agradable a la hora de un procedimiento tedioso pero necesario en la vida cotidiana de cada persona, a cambio de ser recompensados monetariamente. En este caso se estaría hablando de una ventaja estratégica de exclusividad; por el contrario, pensando en cada uno de los servicios, (de cobro) que brinda la aplicación, esta aplicación usa la ventaja de ofrecer una opción más económica a los sustitutos, agente de aduanas, pautas publicitarias por lo que se ve en el análisis lo subjetivo que puede ser ubicar a la aplicación trámites dentro de su ventaja estratégica, en exclusividad o bajo coste, pero al tener bajo costes en los servicios que generarán los ingresos, se tomará como una ventaja estratégica por bajos costes.

Siendo así su objetivo estratégico todo un sector y su ventaja estratégica enfocada en bajos costes, el posicionamiento estratégico de la aplicación de trámites estaría localizada en liderazgo en costos según el análisis anterior.

Tabla 5. *Posicionamiento estratégico para trámites*

Diferenciación	Liderazgo en costos
----------------	---------------------

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

6. DEFINICIÓN DE VENTAJA A DESARROLLAR, COMPARATIVA O COMPETITIVA

La ventaja que la aplicación de trámites desarrollará, será una ventaja comparativa, ya que posee una ventaja momentánea, que es fácil de imitar, y en este aspecto se hace referencia, a la compilación de datos de trámites, la cual ya está disponible en el mercado y sería fácil de imitar este aspecto ya que cualquiera lo podría hacer, y al momento del lanzamiento de la aplicación solo es cuestión de tiempo para que alguien más lo haga debido a su baja diferenciación, adicional a esto, esta ventaja no se puede mantener en el tiempo debido a que es imposible patentar la idea de recopilar esta información, ya que actualmente se encuentra de forma gratuita en toda la red y como su posicionamiento estratégico lo denota, también mantiene esta ventaja momentánea manejando bajos niveles de precios frente a los sustitutos (en cuanto a los servicios de pago se refiere).

Para poder mantener este tipo de ventajas, para esta aplicación se hace necesaria una continua innovación o mejora, que en este caso en particular se basaría en la plataforma para que sea fácil y amigable para el consumidor con cada actualización, y adicional que los datos que este contenga estén actualizados, en cuanto a trámites y aspectos legales, y así mismo su base de datos de contactos útiles.

7. ANÁLISIS DE DIAMANTE DE PORTER

7.1. Amenaza de nuevos entrantes

Tabla 6.

Amenaza de nuevos entrantes

	SI (+)	N/A	NO(-)
1. ¿Tienen las empresas grandes alguna ventaja de costo o desempeño en el segmento de industria?	X		
2. ¿Existen productos con atributos diferenciadores controlados exclusivamente por uno o pocos competidores			X
3. ¿Hay identidades de marca bien definidas en la industria?	X		
4. ¿Deben sus clientes incurrir en algún costo de cambio significativo ("switching costs") al cambiar de proveedor?			X
5. ¿Es necesario contar con mucho capital para entrar a la industria?	X		
6. ¿Los bienes de capital que utilizan son particularmente costosos?			X
7. ¿El recién llegado ("newcomer") a la industria encuentra dificultades para conseguir acceso a canales de distribución?			X
8. ¿La experiencia adquirida sirve para bajar continuamente sus costos?	X		
9. ¿Cree que el recién llegado tendrá problemas para acceder a los recursos humanos cualificados, insumos o proveedores necesarios?			X
10. ¿Tiene su producto o servicio alguna característica diferenciada que le genere una ventaja de costos?			X
11. ¿Hay alguna licencia, requisito administrativo o seguro de riesgo que sean difíciles de obtener?			X
12. ¿Debería un recién llegado a la industria temer maniobras de retaliación?	X		
Resultado: Medio -Alto			

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

La amenaza de nuevos entrantes a esta industria es media-alta debido a varias razones, la primera de estas se debe a que las barreras de entrada a este mercado son bajas puesto que se requiere de una inversión media en desarrollo y lanzamiento y una inversión medianamente alta en mercadeo y publicidad que nos permita crear reconocimiento de la aplicación en el mercado. Por otro lado, no se generan dificultades a la hora de desarrollar nuestro servicio, puesto que no hay ninguna licencia o requisito que demore o impida la fabricación de la aplicación. Adicional a esto, en la actualidad los emprendimientos en aplicaciones van en aumento tanto como su patrocinio de inversionistas, lo que aumenta el número entrantes al sector.

7.2. Poder de negociación de los compradores.

7.2.1. Empresas.

Tabla 7.

Poder de negociación de los compradores para empresas

EMPRESAS	SI (+)	N/A	NO(+)
1. ¿Hay muchos compradores en relación al número de empresas en la industria?	X		
2. ¿Tiene muchos clientes, con compras individuales relativamente pequeñas?	X		
3. ¿Debe el cliente incurrir en costos significativos de cambio al reemplazar proveedores?			X
4. ¿Necesita el comprador mucha información crítica para tomar decisiones?			X
5. ¿Necesita el comprador información adicional?			X
6. ¿Qué tan fácil sería para el cliente integrarse hacia atrás?		X	
7. ¿Son sus clientes altamente sensibles al precio?			X
8. ¿Tiene su producto atributos diferenciados? ¿Tiene una identidad de marca claramente establecida en la mirada del consumidor?			X
9. ¿Los negocios de sus clientes son rentables?			X
10. ¿Ofrece incentivos a quienes toman decisiones?	X		
Resultado: Alto			

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

7.2.2. Persona Natural.

Tabla 8.

Poder de negociación de los compradores para personas naturales

Personas Naturales	SI (+)	N/A	NO(+)
1. ¿Hay muchos compradores en relación al número de empresas en la industria?	x		
2. ¿Tiene muchos clientes, con compras individuales relativamente pequeñas?	X		
3. ¿Debe el cliente incurrir en costos significativos de cambio al reemplazar proveedores?			X
4. ¿Necesita el comprador mucha información crítica para tomar decisiones?			X
5. ¿Necesita el comprador información adicional?			X
6. ¿Qué tan fácil sería para el cliente integrarse hacia atrás?		X	
7. ¿Son sus clientes altamente sensibles al precio?	X		
8. ¿Tiene su producto atributos diferenciados? ¿Tiene una identidad de marca claramente establecida en la mirada del consumidor?			X
9. ¿Los negocios de sus clientes son rentables?			X
10. ¿Ofrece incentivos a quienes toman decisiones?	X		
Resultado: Medio - Bajo			

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

En la industria el poder de negociación de los compradores es alto debido principalmente a la alta competencia dentro de la industria, lo que generan diversas opciones a los consumidores dependiendo de sus necesidades y percepciones de los servicios prestados.

Para el estudio en cuestión de la aplicación de trámites el poder de negociación de los compradores es medio-alto tanto para las empresas como para las personas naturales, ya que al ser una industria altamente competitiva se busca satisfacer a los usuarios como pilar fundamental dentro de la operación de la aplicación, teniendo así los clientes mayor poder de negociación.

7.3. Amenaza de productos sustitutos

Tabla 9.

Análisis de amenaza de productos sustitutos

	SI (+)	N/A	NO(-)
1. Los productos sustitutos tienen limitaciones de desempeño, no compensadas completamente por su precio más bajo, o tienen ventajas de desempeño no justificadas por su precio más alto.		X	
2. ¿Debe el cliente incurrir en costos de cambio al elegir un producto sustituto?			X
3. Existe algún sustituto para su producto.	X		
4. Es improbable que su cliente sustituya su producto.			X
Resultados: Medio - Alto			

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

Actualmente existen varias opciones de búsqueda para consultar información de diligenciamiento en trámites, tales como Google, Pro Colombia, Facebook, páginas de la Registraduría, páginas amarillas, catálogos especializados entre otros que suplen de manera similar las necesidades presentadas por nuestros clientes.

Por consiguiente, la amenaza de productos sustitutos es alta ya que se puede obtener la misma información mediante otros medios, y es posible que estos medios logren una participación alta en el mercado, definiendo así el máximo precio que se podrá cobrar en la industria.

7.4 Poder de negociación de los proveedores

Tabla 10.

Análisis de poder de negociación de proveedores

	SI (+)	N/A	NO(-)
1. Mis insumos (materiales, RRHH, servicios, tecnología, etc.) son commodities estándares, no diferenciados o particularmente escasos.	X		
2. Puedo cambiar de proveedores en forma rápida y a bajo costo.	X		
3. Mis proveedores tendrían mucho dificultad para ingresar en mi negocio, o mis clientes tendrían dificultades para integrarse hacia atrás e internalizar mi negocio.			X
4. Puedo sustituir insumos fácilmente.			X
5. Tengo a mi alcance un abanico de proveedores potenciales.	X		
6. Mi negocio es importante para mis proveedores.	X		
7. El costo de mis insumos tiene un peso significativo sobre mis costos generales.	X		
Resultado: Bajo			

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

El poder de negociación de los proveedores es bajo debido a que en esta industria es muy poco lo que necesitaríamos de terceros, porque no necesitamos de materiales o insumos para la fabricación de nuestro servicio final como se puede evidenciar en la tabla anterior. Adicional a esto quienes prestan los servicios se encuentran en una industria muy competitiva y son un gran número de personas, por lo que pierden poder en la negociación.

7.5. Determinantes de rivalidad de la industria

Tabla 11.

Análisis de rivalidad de la industria

	SI (+)	N/A	NO(-)
1. La industria crece rápidamente.	X		
2. La industria no es cíclica	X		
3. Los costos fijos del negocio son una porción relativamente baja de los costos totales.			X
4. Hay diferencias significativas de producto e identidades de marca entre los competidores.	X		
5. Los competidores tienden estar más diversificados que especializados ("niche players").			X
6. No sería difícil abandonar este negocio porque no existen activos altamente especializados, ni compromisos contractuales o de otro tipo de largo plazo.	X		
7. Mis clientes incurrirían en costos significativos si cambian mis productos por los de un competidor.	X		
8. Mi producto es complejo y para utilizarlo mi cliente debe desarrollar una comprensión detallada.			X
9. Mis competidores tienen aproximadamente el mismo tamaño que mi organización			X
Resultado: Medio - Alto			

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

Como se evidencia en la tabla anterior la rivalidad entre competidores dentro de la industria es media-alta ya que hay cada vez hay más aplicaciones dentro del mercado que tratan de ofrecen servicios similares, brindando la misma información bajo otros criterios de búsqueda, de acuerdo a esto, dichas plataformas contribuyen a la satisfacción de necesidades para los consumidores.

De acuerdo a esta rivalidad debemos buscar nuevas estrategias para poder diferenciarnos tanto a nivel de eficacia operativa como buscando implementar en la aplicación una ventaja comparativa difícil de copiar por los adversarios.

7.6. Calificación integral de la industria

Tabla 12. *Calificación integral de la industria*

	Favorable	Moderado	Desfavorable
1. Amenaza de nuevos entrantes.		X	
2. Poder de negociación de compradores.		X	
3. Amenaza de productos sustitutos.			X
4. Poder de negociación de proveedores	X		
5. Determinantes de rivalidad en la industria.		X	

Nota: Elaboración propia con metodología propuesta por el profesor Andrés Daniel Rojas, conferencia en Universidad del Rosario, 2016.

7.7. Conclusión Diamante de Porter


Como decisión final y vista desde el punto de creadores de una nueva aplicación que entrará en el mercado, consideramos que si es viable incursionar en este mercado debido a varias razones:

- Pese a que las barreras de entrada a este mercado no son suficientemente altas, no existe una aplicación similar actualmente, que puede beneficiar de la misma manera a los consumidores bien sean empresas o personas naturales, teniendo en cuenta que en este caso estamos hablando de una aplicación que integra diversa información necesaria para las personas y empresas, adicional a esto facilita el contacto con personas capacitadas en diferentes ámbitos.
- Existe una competitividad alta en el tema de trámites en cuanto a aplicaciones nos referimos, sin embargo, dentro del segmento contamos con mercados masivos, que continúan creciendo rápidamente y que perciben nuestro servicio como una necesidad.
- Este mercado podría ser un mercado bastante atractivo ya que, aunque existen diferentes alternativas de búsqueda de la información, no hay ninguna que recopile la misma ni la organice con una estructura determinada teniendo en cuenta la utilidad y necesidad de la misma para el consumidor final.
- No se requiere de una inversión sumamente alta que impida el desarrollo y lanzamiento de la aplicación al mercado.
- Por último cabe resaltar que necesitaríamos de constante actualización e innovación tanto de la información como de la usabilidad de la aplicación, ya que esta sería la manera de ir siempre un paso delante de los posibles competidores sin necesidad de tener una ventaja competitiva clara.

8. ANÁLISIS PESTA

Tabla 13.

Análisis del entorno

<p style="text-align: center;">POLÍTICO</p> <hr/>  <p>Fuente: google imagen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● No afecta mucho los factores políticos ya que no está muy bien regulado por leyes específicas o por el gobierno. ● Los tratados comerciales no nos afectan porque no hay acuerdos con respecto a este tema. ● Ley No 1341, 30 JULIO 2009: Que promueve el libre uso y desarrollo de aplicaciones de tecnologías de la información y el uso libre, con competencia leal y disponible a toda la sociedad colombiana
<p style="text-align: center;">ECONÓMICO</p> <hr/>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ciclos económicos de Colombia: Para el año 2016 Colombia tiene una desaceleración ocasionado principalmente por el bajo precio del petróleo Brent y por la desaceleración de China, lo cual repercute en diferentes mercados y específicamente en Colombia ● Tasa de desempleo: 8,93% ● PIB: 2,45 % ● Inflación: 8,10 ● Tasa de intervención: 7,75 ● TRM (tasa representativa del mercado) al día 16-09-2016: \$2.938,50



Fuente: google imagen

- En Colombia no es fácil iniciar un proyecto de Startups ya que hay poco apoyo de inversionistas que respalden dichas ideas.
- Puede haber una Financiación pública y/o privada dependiendo de la idea de la aplicación y de cómo sea presentada la misma.
- Alta competitividad global, muchas empresas están compitiendo fuertemente en esta industria
- El 1 % de aplicaciones sobreviven en el primer año.
- Gran oportunidad de crecimiento en la industria móvil y por consiguiente en la creación de aplicaciones para la solución a problemas de los colombianos o mejora en algunos procesos específicos dentro del país.
- La industria de aplicaciones es bastante competitiva, y presenta complicaciones importantes a la hora de emprender. Al igual al referirse a un Start up con una necesidad de inversionistas, lo que se hace complejo al estar desarrollándose en un país que se encuentra en una etapa de recesión.
- La industria tiene puntos blancos en satisfacción de necesidades específicas, como lo es la que trata de atender Trámites Colombia.


SOCIO-CULTURALES




Fuente: google imagen

El ingreso de las familias tiende a subir, pero así mismo la inflación también, por lo que las personas pierden poder adquisitivo a la hora de adquirir productos o servicios, sin embargo, en la actualidad los servicios tecnológicos se han vuelto tan indispensables en la vida diaria que muchas de las familias prefieren tener planes de datos móviles por encima de otros servicios.

- ❖ Dispositivos móviles se han convertido en un estilo de vida, teniendo la posibilidad de conectarse más con datos que por voz
- ❖ Ha cambiado la forma en que compramos mediante internet.
- ❖ Las personas son más exigentes al instalar una aplicación en sus celulares: bonita, elegante, fácil uso y qué aporte valor al consumidor.
- ❖ Tendencia de Millenials: componentes adquisitivo alto
- ❖ El nivel de acceso y promoción de Smartphone hace que las personas tengan fácil acceso y disponibilidad a uno de ellos.
- ❖ Más de la mitad de los colombianos tiene en su poder un dispositivo móvil inteligente.
- ❖ Las personas enlazan cada vez más su vida cotidiana con servicios provenientes de aplicativos móviles.
- ❖ Buscan información rápida, fácil y confiable.

<p style="text-align: center;">TECNOLÓGICOS</p> <hr/>  <p>Fuente: google images</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Velocidad del cambio: Crecimiento tecnológico rápido, pero puede ser favorable o no dependiendo de si estamos al tanto de las nuevas tecnologías. ❑ Tendencias: baterías móviles se convertirán en flexibles ❑ Vida útil de las aplicaciones está entre 3 - 5 años ❑ Tendencias de wearables (aplicaciones que se incorporan con alguna parte de nuestro cuerpo). ❑ Los diferentes cambios en las actualizaciones y configuraciones de los principales softwares de Android, iOS, entre otros. ❑ Los Marketplace en el ámbito internacional están tomando gran fuerza e importancia en el mercado al facilitar y proveer de forma óptima en diferentes sectores. Esto beneficia a la aplicación, ya que trámites Colombia funciona como un Marketplace de manera exitosa y confiable.
<p style="text-align: center;">AMBIENTALES</p> <hr/>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No afecta mucho los factores ecológicos ➤ Tendencia de ser amigables con el medio ambiente, reduciendo el uso de tintas para imprimir, papel para lo

 <p>Fuente:google images</p>	<p>mismo, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener la posibilidad de buscar y tener a la mano la información necesaria sin necesidad de imprimir algún tipo de documento.
---	---

Nota: Elaboración propia.

9. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo se realizará una investigación cuantitativa la cual es un método que permite la validación con mayor precisión en el grado en que una relación, característica o atributo se encuentra en el fenómeno de estudio (Arriaga & Palmer, 2015); Para ello se debe determinar los descuentos de frecuencias, determinar los perfiles, atributos y búsqueda de asociación de variables.

Esta técnica permite la utilización de una estadística descriptiva e inferencial para hacer diseños experimentales así mismo contribuir a la identificación y medicación del tamaño del mercado de un nuevo producto o servicio, intensidad del atributo, validación de las relaciones estadísticas para así elaborar pronósticos y generar hipótesis.

Esta técnica es experimental y excluyente y a su vez posibilita la construcción de escalas para medir actitudes, preferencias y satisfacciones, estimar el tamaño del mercado, entre otros. Las técnicas más utilizadas son las encuestas, medición de actitudes y diseño experimental.

En cuanto a las encuestas pueden hacerse personal, telefónica fija o móvil, correo tradicional, en línea: correo electrónico, internet o por redes sociales. (Arriaga & Palmer, 2015)

En el caso en particular se utilizaron encuestas semi-estructural (pregunta cerradas y abiertas); realizada mediante una herramienta de Google y difundida principalmente por redes sociales y correos personales para identificar necesidades, preferencias o sugerencias dentro de las mismas.

Para el presente trabajo fue necesario hacer 3 tipos de cuestionarios o encuestas: una para personas naturales, otra para empresas y otra para tramitadores o agentes debido a que la aplicación abarca diferentes puntos y servicios dentro de la misma.

A continuación, se presentan las encuestas realizadas y los resultados obtenidos con las mismas.

10. MODELO DE LAS ENCUESTAS.

10.1 Trámites - Personas Naturales.

El propósito de esta encuesta es con fines netamente académicos, y su objetivo es identificar el potencial de aceptación de una nueva aplicación en el mercado colombiano. Agradecemos de antemano su tiempo y colaboración.

- 1 Edad.
 - 18 – 25 años
 - 26 – 33 años
 - 31 – 41 años
 - 42 – 49 años
 - 50 años o más
- 2 Género
 - Masculino
 - Femenino
- 3 ¿Cuál es su ocupación?
 - Empleado
 - Desempleado
 - Estudiante

- Independiente
- Pensionado

4 ¿Posee usted un Smartphone?

- Si
- No

Si su respuesta anterior fue “No”, ha terminado la encuesta. Gracias por su tiempo.

Ya puede enviar la encuesta.

5 Cuando necesita diligenciar algún tipo de trámite en Colombia, ¿Por qué medio busca información? (Puede Seleccionar más de una opción).

- Google
- Páginas Gubernamentales
- Expertos en el tema
- Familiares o conocidos
- Páginas institucionales
- Otro

6 ¿Qué tan útil considera éste medio de búsqueda de información de trámites?

Figura 4. Escala calificación de utilidad.



Fuente: Elaboración Propia

7 ¿Qué características considera que son las más importantes a la hora de buscar información acerca de trámites? (seleccione mínimo dos opciones y máximo 4).

- Facilidad de Uso
- Datos verídicos y actualizados
- Referencias de contactos especializados
- Recopilación de varios tipos de trámites
- Confiabilidad de la Información

- Ayuda a la hora de diligenciar los documentos
- Otro

8 ¿Le gustaría encontrar en un sólo sitio la información pertinente para todos y cada uno de los trámites en Colombia, que sea de fácil y rápido manejo?

- Si
- No

Si su respuesta anterior fue “No”, ha terminado la encuesta. Gracias por su tiempo.

Ya puede enviar la encuesta.

"Trámites Colombia", es una aplicación gratuita que ofrece a sus clientes una fácil y rápida forma de encontrar la información necesaria a la hora de realizar cualquier trámite en Colombia. Donde usted puede encontrar diferentes áreas tales como, identidad, educación, impuestos y contribuciones, salud, legal, territorio y vivienda, juzgados de familia y transporte; de manera confiable y con datos actualizados que proporcionan información desde documentos necesarios, pasando por permisos, lugares de información, contactos necesarios, hasta un paso a paso de cómo diligenciar cada uno de los documentos para su aprobación y éxito.

9. ¿Le parece claro el concepto del servicio?

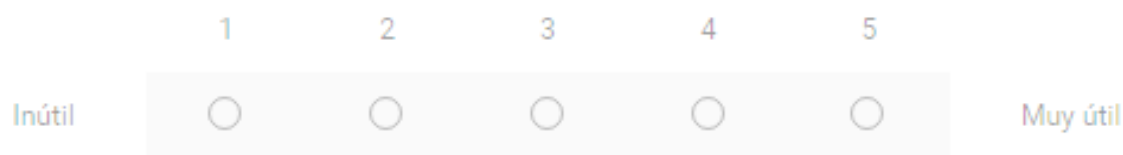
- Si
- No

10 ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen del servicio? (puede marcar más de una opción).

- Satisface una necesidad
- Facilidad de uso
- Tendencia Saludable
- Innovación
- Utilidad
- Otra

11 ¿Qué tan útil considera la aplicación trámites Colombia?

Figura 5. Escala calificación de utilidad.



*Fuente:*Elaboración Propia.

12 Al ofrecerle la aplicación "Trámites Colombia" de forma totalmente gratuita indefinidamente, ¿usted la adquiriría?

- Si
- No

13 ¿Qué percepción le genera la aplicación " Trámites Colombia"?

14 ¿Qué le mejoraría a la aplicación "Trámites Colombia"?

Muchas gracias por su colaboración y tiempo dedicado a la elaboración de esta encuesta.

Ya puede enviar el formulario

10.2 Trámites - Empresas.

El propósito de esta encuesta es con fines netamente académicos, y su objetivo es identificar el potencial de aceptación de una nueva aplicación en el mercado colombiano. Agradecemos de antemano su tiempo y colaboración.

1 Nombre de la empresa

2 Tamaño de la empresa

- Microempresa
- Pequeña empresa
- Mediana empresa
- Gran empresa

3 Sector de la empresa

- Agricultura, caza, selvicultura y pesca.
- Explotación de minas y canteras.
- Industrias manufactureras.
- Electricidad - gas y vapor.
- Construcción.
- Comercio al por mayor y al detal, restaurantes, hoteles.
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones.
- Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles, servicios a compañías.
- Servicios comunales, sociales y personales.

4. Cargo que desempeña usted dentro de la empresa.

5 Cuando necesita diligenciar algún tipo de trámite en Colombia para su empresa ¿Por qué medio busca información? (Puede seleccionar más de una opción)

- Google
- Páginas Gubernamentales
- Expertos en el tema
- Departamento encargado
- Páginas institucionales
- Otro

6 ¿Qué tan útil considera éste medio de búsqueda de información de trámites?

Figura 6. Escala calificación de utilidad.



Fuente.: Elaboración Propia.

7 ¿Qué características considera que son las más importantes a la hora de buscar información acerca de trámites? (seleccione mínimo dos opciones y máximo 4).

- Facilidad de Uso
- Datos verídicos y actualizados

- Referencias de contactos especializados
- Recopilación de varios tipos de trámites
- Confiabilidad de la Información
- Ayuda a la hora de diligenciar los documentos
- Otro

8 ¿Le gustaría encontrar en un sólo sitio la información pertinente para todos y cada uno de los trámites empresariales en Colombia, que sea de fácil y rápido manejo?

- Si
- No

Si su respuesta anterior fue “No”, ha terminado la encuesta. Gracias por su tiempo.

Ya puede enviar la encuesta.

TRÁMITES COLOMBIA

"Trámites Colombia", es una aplicación que ofrece a sus clientes una fácil y rápida forma de encontrar la información necesaria a la hora de realizar cualquier trámite empresarial en Colombia; donde usted puede encontrar diferentes áreas tales como legal, comercio exterior, impuestos y contribuciones; de manera confiable y con datos actualizados que proporcionan información desde documentos necesarios, pasando por permisos, lugares de información, contactos necesarios, hasta un paso a paso de cómo diligenciar cada uno de los documentos para su aprobación y éxito.

9 ¿Le parece claro el concepto del servicio?

- Si
- No

10 ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen del servicio? (puede marcar más de una opción).

- Satisface una necesidad
- Facilidad de uso
- Ahorro en tiempo y empleados
- Innovación

- Utilidad
- Otra

11 ¿Qué tan útil considera la aplicación trámites Colombia?

Figura 7. Escala calificación de utilidad.



*Fuente:*Elaboración Propia.

12 ¿Estaría usted dispuesto a adquirir esta aplicación?

- Si
- No

Si su respuesta anterior fue “No”, ha terminado la encuesta. Gracias por su tiempo.

Ya puede enviar la encuesta.

13 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este servicio, considerando que solamente se paga el valor de la descarga de la aplicación?

- De \$ 1.000 a \$ 2.999
- De \$ 3.000 a \$ 4.999
- De \$ 5.000 a \$ 6.999
- De \$ 7.000 a \$ 10.000

14 ¿Qué percepción le genera la aplicación " Trámites Colombia"?

15 ¿Qué le mejoraría a la aplicación "Trámites Colombia"?

Muchas gracias por su colaboración y tiempo dedicado a la elaboración de esta encuesta.

Ya puede enviar el formulario.

10.3. Agentes

El propósito de esta encuesta es con fines netamente académicos, y su objetivo es identificar el potencial de aceptación de una nueva aplicación en el mercado colombiano. Agradecemos de antemano su tiempo y colaboración.

- 1 Nombre persona natural o jurídica
- 2 Tipo de trámites a los que usted o su empresa brindan asesoría. (puede marcar más de una opción)
 - Identidad (Trámites de registraduría y notaría)
 - Educación (ICETEX, entidades públicas y privadas)
 - Impuestos y contribuciones (personas jurídicas)
 - Impuestos y contribuciones (personas naturales)
 - Juzgados de familia
 - Salud (Eps, Ips, Seguro social, privados)
 - Legal (personas naturales)
 - Legal (personas jurídicas)
 - Territorio y vivienda (compra-venta, arrendamientos)
 - Comercio exterior (importación y exportación)
 - Comunicación y transporte (RUNT, SIM, Telefonía)
 - Otro
- 3 Años de experiencia
 - Menos de 1
 - De 1 a 2 años
 - De 2 a 5 años
 - De 5 a 10 años
 - Más de 10 años
- 4 ¿Por qué medio contacta nuevos clientes para que tomen su servicio?
 - Páginas amarillas
 - Página web propia

- Material publicitario tradicional (Vallas, carteles, volantes)
- Google (anuncios)
- Alianzas con empresas o instituciones
- Medios masivos de comunicación
- Redes Sociales
- Otra

Figura 8. Escala calificación de utilidad.



Fuente: Elaboración propia

5 ¿Qué tan útil considera éste o estos medios de captación de clientes?

Figura 8. Elaboración Propia.

6 ¿Qué aspectos considera que son los más importantes a la hora de contratar publicidad para la captación de nuevos clientes?

- Llegar a un gran número de clientes
- Bajo precio
- Incluir material promocional
- A quién se dirige la publicidad sea un cliente potencial
- Otro

7 ¿Le gustaría pertenecer a una red de contactos en la cual tenga la posibilidad de pautar de una forma masiva, eficaz y económica?

- Si
- No

Si su respuesta anterior fue “No”, ha terminado la encuesta. Gracias por su tiempo.

Ya puede enviar la encuesta.

TRÁMITES COLOMBIA

"Trámites Colombia", es una aplicación que ofrece a sus clientes una fácil y rápida forma de encontrar la información necesaria a la hora de realizar cualquier trámite empresarial o personal en Colombia; donde tanto personas naturales como personas jurídicas puedan encontrar soluciones en áreas tales como legal, identidad, educación, impuestos y contribuciones, salud, territorio y vivienda, juzgados de familia, transporte y comercio exterior; de manera confiable y con datos actualizados que proporcionen información desde documentos necesarios, pasando por permisos, lugares de información, contactos necesarios, hasta un paso a paso de cómo diligenciar cada uno de los documentos para su aprobación y éxito.

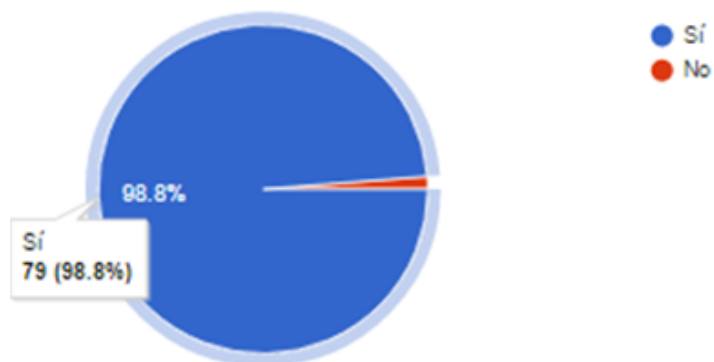
MUESTRA

"Tramites Colombia" ya cuenta con su primera fase de estudio de mercado, donde se analizó la futura aceptación de ambos mercados (personas naturales y jurídicas) frente a la aplicación. De una muestra 84 personas naturales, 79 personas están dispuestas a adquirir la aplicación lo cual representa el 98,8% de aceptación de la muestra poblacional. Por otro lado de una muestra de 39 empresas (microempresa, pequeña empresa, mediana empresa grande empresa), el 86,8% de las mismas están dispuestas a adquirir la aplicación, que corresponde a 33 de las 39 empresas encuestadas.

A continuación, se presentan los siguientes gráficos para evidenciar los datos anteriormente mencionados.

Porcentaje de aceptación de Trámites Colombia en personas naturales.

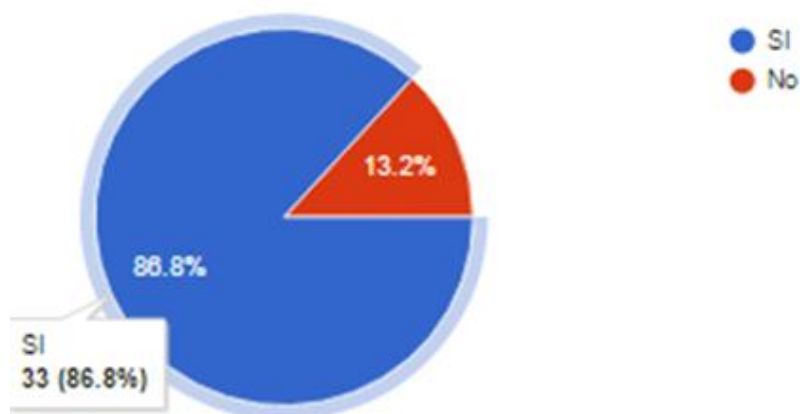
Figura 9. Aceptación de Trámites Colombia en personas naturales.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Porcentaje de aceptación de Trámites Colombia en empresas.

Figura 10. Aceptación de Trámites Colombia en empresas.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

FACTOR AGENTES

Como se evidencia en los datos anteriores "Trámites Colombia" contará con un número importante de usuarios, que poseen como característica general, la necesidad de realizar trámites, y buscan apoyo en estos.

8 ¿Le parece claro el concepto y funcionamiento de la aplicación?

- Si
- No

9 ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen del servicio? (puede marcar más de una opción).

- Satisface una necesidad
- Innovación
- Proporciona publicidad masiva y dirigida
- Utilidad.

10 ¿Qué tan útil considera la aplicación trámites Colombia?

Figura 11. Escala calificación de utilidad.

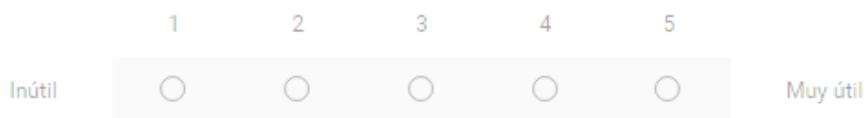


Figura.: Elaboración Propia.

11 ¿Estaría dispuesto a hacer parte de la aplicación, pautando con publicidad a bajos costos?

- Si
- No

12 ¿Cómo se sentiría más cómodo para pagar por el servicio prestado y la publicidad generada?

- Suscripción y comisión más baja
- Suscripción y precio más bajo por número de contactos recomendados
- Comisión
- Precio por número de contactos recomendados
- Otro

13 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en caso de una suscripción mensual (este servicio incluye estar en las bases de datos de "Trámites Colombia" y estar en los 5 primeros lugares en la lista de búsqueda)?

- De \$ 5.000 a \$ 9.999
- De \$ 10.000 a \$ 14.999
- De \$ 15.000 a \$ 19.999
- De \$ 20.000 a \$ 30.000

14 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en el caso de comisión por servicios prestados por medio de la aplicación?

- De 2% a 4%
- De 5% a 7%
- De 8% a 10%

15 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en el caso de ser contactado por clientes potenciales para su servicio?

- De \$ 1.000 a \$ 2.999
- De \$ 3.000 a \$ 4.999
- De \$ 5.000 a \$ 7.999
- De \$ 8.000 a \$ 10.000

16 ¿Qué percepción le genera la aplicación " Trámites Colombia"?

17 ¿Qué característica adicional buscaría en la aplicación?

Muchas gracias por su colaboración y tiempo dedicado a la elaboración de esta encuesta.

Ya puede enviar el formulario.

11. CONCEPTO

11.1. Concepto para Personas Naturales

"Trámites Colombia", es una aplicación gratuita que ofrece a sus clientes una fácil y rápida forma de encontrar la información necesaria a la hora de realizar cualquier trámite en Colombia. Donde usted puede encontrar diferentes áreas tales como, identidad, educación, impuestos y contribuciones, salud, legal, territorio y vivienda, juzgados de familia y transporte; de manera confiable y con datos actualizados que proporcionan información desde documentos necesarios, pasando por permisos, lugares de información, contactos necesarios, hasta un paso a paso de cómo diligenciar cada uno de los documentos para su aprobación y éxito.

11.2. Concepto para Personas Jurídicas

"Trámites Colombia", es una aplicación que ofrece a sus clientes una fácil y rápida forma de encontrar la información necesaria a la hora de realizar cualquier trámite empresarial en Colombia; donde usted puede encontrar diferentes áreas tales como legal, comercio exterior, impuestos y contribuciones; de manera confiable y con datos actualizados que proporcionan información desde documentos necesarios, pasando por permisos, lugares de información, contactos necesarios, hasta un paso a paso de cómo diligenciar cada uno de los documentos para su aprobación y éxito

11.3. Concepto para Agentes / Tramitadores

"Trámites Colombia", es una aplicación que ofrece a sus clientes una fácil y rápida forma de encontrar la información necesaria a la hora de realizar cualquier trámite empresarial o personal en Colombia; donde tanto personas naturales como personas jurídicas puedan encontrar soluciones en áreas tales como legal, identidad, educación, impuestos y contribuciones, salud, territorio y vivienda, juzgados de familia, transporte y comercio exterior; de manera confiable y con datos actualizados que proporcionen información desde documentos necesarios, pasando por permisos, lugares de información, contactos necesarios, hasta un paso a paso de cómo diligenciar cada uno de los documentos para su aprobación y éxito.

Muestra respecto a personas naturales y empresas: "Trámites Colombia" ya cuenta con su primera fase de estudio de mercado, donde se analizó la futura aceptación de ambos mercados (personas naturales y jurídicas) frente a la aplicación. De una muestra de 84 personas naturales, 79 personas están dispuestas a adquirir la aplicación lo cual representa el 98,8% de aceptación de la muestra poblacional. Por otro lado de una muestra de 39 empresas (microempresa, pequeña empresa, mediana empresa grande empresa), el 86,8% de las mismas están dispuestas a adquirir la aplicación, que corresponde a 33 de las 39 empresas encuestadas.

12. OBJETIVOS DE LA PRUEBA DE CONCEPTO

Los objetivos de realizar y aplicar las encuestas son los siguientes:

- Determinar si el concepto de la aplicación “Trámites Colombia” es claro tanto para personas naturales y jurídicas, como para los mismos tramitadores.
- Identificar el nivel de innovación percibido por las personas naturales, tramitadores y personas jurídicas.
- Determinar si tanto personas naturales como jurídicas descargarían la aplicación.
- Determinar si los agentes o tramitadores tienen intención de pautar en “Trámites Colombia” y pertenecer a la plataforma.
- Determinar si hay una intención de compra de la aplicación para los dos mercados.
- Establecer preferencias en el rango de precios para la adquisición de la aplicación “Trámites Colombia”
- Identificar qué segmentos de mercado son los más deseables para entrar al mercado de aplicaciones.
- Identificar los sustitutos de la aplicación “Trámites Colombia” que similarmente suplen la misma necesidad de manera satisfactoria que atendería “Trámites Colombia”.
- Determinar la utilidad que generaría en los potenciales mercados la adquisición de la aplicación.
- Identificar posibles ajustes requeridos para la aplicación “Trámites Colombia”.

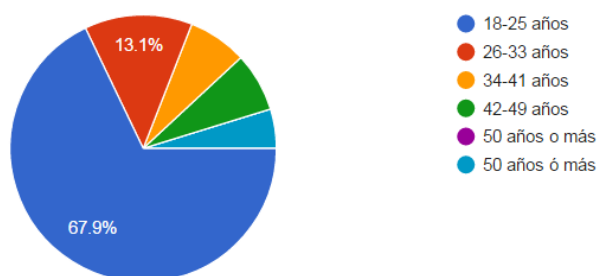
13. DIGITALIZACIÓN

Las encuestas realizadas y su digitalización sobre la prueba de concepto de “Trámites Colombia” podrán ser encontrados en el anexo.

14. TABULACIÓN Y RESULTADOS

14.1 personas naturales

Para la realización de esta encuesta se tuvieron en cuenta 84 personas como muestra poblacional de diferentes edades, ocupaciones y géneros. A continuación, se muestran la distribución de las diferentes características en la muestra poblacional en estudio.

Figura 12. Distribución de edad en personas naturales.**1. Edad** (84 respuestas)

Fuente.: Elaboración propia con *datos* obtenidos de Formularios de Google.

En el cuadro que mostramos anteriormente, podemos evidenciar el número de personas que realizó la encuesta, de acuerdo a los rangos de edad planteados inicialmente. En este caso el 67,86% de los encuestados son personas entre los 18 y 25 años de edad, el 13,10% de los encuestados pertenecen al rango de edad de 26 a 33 años, el 7,14% de la muestra, está entre los 34 y 41 años, el otro 7,14% de los encuestados pertenece al rango de 42 a 49 años; por último, encontramos que el 4,76% corresponde a quienes tienen 50 años o más.

Tabla 14.

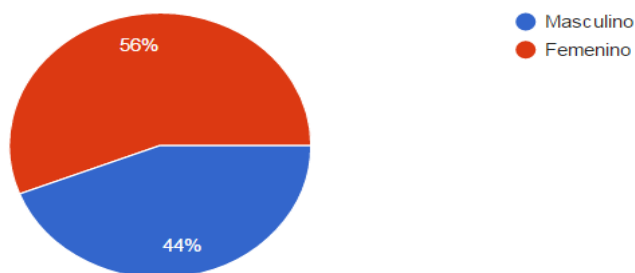
Personas encuestadas

Edad	Número de personas	Porcentaje
18 - 25 años	57	67,86
26 - 33 años	11	13,10
34 - 41 años	6	7,14
42 - 49 años	6	7,14
50 años o más	4	4,76
TOTAL	84	100,00

Nota: Elaboración propia.

En los gráficos mostrados a continuación, podemos observar que no discriminamos ni por género ni por ocupación, debido a que más adelante podremos evidenciar que el servicio prestado por “Trámites Colombia” es un servicio requerido por la mayoría de personas en el mercado, independientemente de su profesión o sexo.

En cuanto al género, tenemos la misma muestra poblacional de 84 personas naturales, en la que el 55,95% de la muestra corresponde al género femenino y el 44,05% de la muestra corresponde al género masculino como se evidencia en el siguiente gráfico.

Figura 13. Distribución de género en personas naturales.**2. Género** (84 respuestas)

Fuente: Elaboración propia con *datos* obtenidos de Formularios de Google.

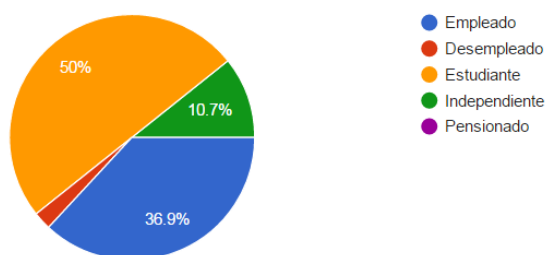
Tabla 15.

Respuestas según género.

Género	Respuestas	Porcentaje
Femenino	47	55,95
Masculino	37	44,05
TOTAL	84	100,00

Nota: Elaboración propia.

Por otra parte, y refiriéndonos a la ocupación, podemos evidenciar que el 50% de la muestra corresponde a estudiantes, el 36,90% de la muestra son personas empleadas, el 10,71% son independientes y el 2,38% corresponde a personas desempleadas, , y no contamos con ningún pensionado para esta muestra poblacional.

Figura 14. Distribución ocupación en personas naturales.**3. ¿Cuál es su ocupación?** (84 respuestas)

Fuente:.. Elaboración propia con *datos* obtenidos de Formularios de Google.

Tabla 16.

Respuestas según ocupación

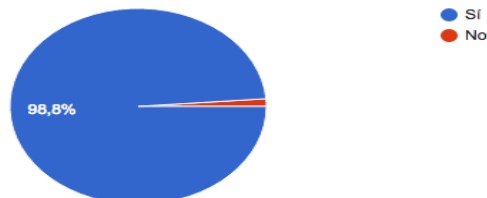
Ocupación	Respuestas	Porcentaje
Estudiante	42	50,00
Desempleado	2	2,38
Empleado	31	36,90
Independiente	9	10,71
Pensionado	0	-
TOTAL	84	100,00

Nota: Elaboración propia.

Intención de compra vs Rango de Edad

Para determinar la adquisición de la aplicación "Trámites Colombia" que podrían tener las personas naturales se planteó la siguiente pregunta ¿Al ofrecerle la aplicación "Trámites Colombia" de forma totalmente gratuita indefinidamente, ¿usted la adquiriría?, A partir de esta pregunta se obtuvieron los siguientes análisis.

Figura 15. Intención de compra personas naturales.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

El 98,8% de las personas encuestadas respondieron que sí adquirirían la aplicación, en cambio el 1,2% respondió que no la adquiriría. Teniendo en cuenta lo anterior se hizo necesario segmentar por rango de edades y su intención de compra a la hora de adquirir la aplicación "Trámites Colombia" como se muestra a continuación.

Tabla 17.

Análisis adquiere servicio según rango de edad.

ADQUIRIR EL SERVICIO VS RANGO DE EDAD						
RANGO DE EDAD	SI ADQUIERE		NO ADQUIERE			TOTAL
	Nominal	Porcentual	Nominal	Porcentual	En blanco	
18-25 años	53	67%	4	80%		57
26-33 años	14	18%				14
34-41 años	6	8%	1	20%		7
42-49 años	6	8%				6
TOTAL	79	100%	5			84

Nota: Elaboración propia.

Como se evidencia en la anterior tabla, entre los rangos de edad de 18-25 años el 63% de las personas lo adquirirán, entre 26-33 años el 18% la adquirirían, entre 34-41 años el 8% lo adquirirían y entre 42-49 años el 8% si estarían dispuestos a adquirir la aplicación. De lo anterior se puede observar que entre los dos primeros rangos de edad hay una mayor aceptación de la aplicación, esto debido posiblemente a que dentro de estas edades las personas pueden estar en un ciclo de emprendimiento o creación de empresa o también puede que empiecen una vida independiente fuera de sus casas; por lo que se hace necesario en su vida cotidiana una herramienta como Trámites Colombia que facilite la realización de trámites de manera satisfactoria.

Por otro lado del 100% de los que no adquirirían la aplicación, el 80% está entre el rango de 18-25 años, esto debido posiblemente a que las personas de menor edad no se han tenido que enfrentar a la realización de algún trámite en sus vidas cotidianas, cabe resaltar que dentro de este rango una persona no posee un Smartphone. De igual manera dentro del 100% de los que no adquirirían la aplicación, el 20% está entre los rangos de 34-41 años, también representado por una persona que no posee Smartphone.

ADQUIRIR EL SERVICIO VS GÉNERO

Tabla 18. *Análisis adquiere servicio según género*

ADQUIRIR EL SERVICIO VS GÉNERO							
GÉNERO	SI ADQUIERE		NO ADQUIERE				TOTAL
	Nominal	Porcentual	Nominal	Porcentual	En blanco	Porcentual	
FEMENINO	46	58%		100%	1	25%	47
MASCULINO	33	42%	1		3	75%	37
TOTAL	79	100%	1		4	100%	84

Nota: Elaboración propia.

Como se evidencia en la anterior tabla el 58% del género femenino y el 42% del género masculino estarían dispuestos a adquirir la aplicación.

Del 100% que no lo adquirirían, el género masculino representa el 100%, Adicionalmente del 100% de las encuestas en blanco, es decir que no están interesadas en adquirir la aplicación, el 25% está representado por el género femenino y el 75% por el género masculino.

ADQUIRIR EL SERVICIO VS OCUPACIÓN

Tabla 19. Análisis adquiere servicio según ocupación

ADQUIRIR EL SERVICIO VS OCUPACIÓN							TOTAL
OCUPACIÓN	SI ADQUIERE		NO ADQUIERE			TOTAL	
	Nominal	Porcentual	Nominal	Porcentual	En blanco		Porcentual
DESEMPLEADO	2	3%					2
EMPLEADO	30	38%	1	100%	2	50%	33
ESTUDIANTE	40	51%			2	50%	42
INDEPENDIENTE	7	9%					7
TOTAL	79	100%	1		4	100%	84

Nota: Elaboración propia.

Como se puede observar, del total de las personas encuestadas que si adquirirían la aplicación , el 51% son estudiantes, el 38 % son empleados, el 9% son independientes y el 3 % son desempleados, por consiguiente los dos grupos más representativos que sí adquirirían la aplicación son los estudiantes y empleados ya que estos se enfrentan a la realización de trámites y tienen un contacto directo con entidades públicas o cual requiere de un tiempo considerable que genera un inconveniente en sus vidas laborales o académicas.

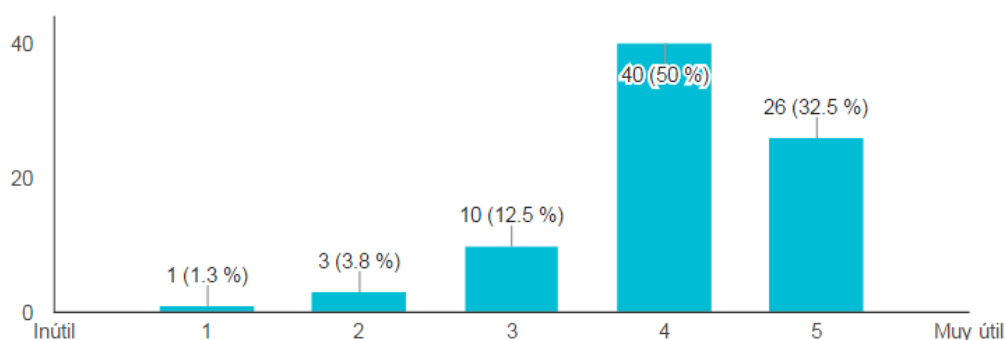
Por otro lado del 100% de los que no adquirirían está representado principalmente por una persona empleada, de igual manera del 100% de encuestas en blanco el 50% pertenecen a empleados y el otro 50% a estudiantes.

Utilidad de la aplicación “Trámites Colombia”

Con el fin de determinar la percepción que tienen los consumidores pertenecientes al grupo de personas naturales sobre la aplicación “Trámites Colombia”, decidimos plantear la siguiente pregunta, teniendo en cuenta que ya se había realizado una explicación previa sobre el concepto del servicio. La pregunta es ¿Qué tan Útil considera la aplicación "Trámites Colombia"? A partir de esta pregunta obtuvimos una serie de resultados que mostraremos a continuación.

Sobre el 100% de los encuestados que corresponde a una muestra poblacional en esta pregunta de 80 personas, el 32,5% vio a “Trámites Colombia” como una aplicación muy útil, el 50% de la población ve a “Trámites Colombia” como una aplicación útil, el 12,5% de la muestra tiene una percepción de que la aplicación es medianamente útil, el 3,8% la observa como una aplicación poco útil y por último el 1,3% percibe a “Trámites Colombia” como una aplicación inútil, generando un promedio de la muestra poblacional de 4,09. Estos datos se muestran en la siguiente gráfica.

Figura 16. Percepción de utilidad personas naturales



Fuente: Datos obtenidos con ayuda de Formularios de Google.

Utilidad VS. Rango de edad.

Para determinar si el rango de edad incide en la percepción de los consumidores sobre la utilidad de la aplicación realizamos la siguiente tabla, que nos deja ver con mayor claridad los resultados obtenidos.

Tabla 20.

Análisis Nominal utilidad del servicio según rango de edad

UTILIDAD DEL SERVICIO VS. RANGO DE EDAD							
RANGO DE EDAD	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	TOTAL
	5	4	3	2	1		
18-25 años	16	26	8	3	1	3	57
26-33 años	5	7	2				14
34-41 años	2	4				1	7
42-49 años	3	3					6
Total	26	40	10	3	1	4	84

Nota: Elaboración propia.

Tabla 21. *Análisis Porcentual utilidad del servicio según rango de edad*

UTILIDAD DEL SERVICIO VS. RANGO DE EDAD							
RANGO DE EDAD	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	TOTAL
	5	4	3	2	1		
18-25 años	28,07%	45,61%	14,04%	5,26%	1,75%	5,26%	100,0%
26-33 años	35,71%	50,00%	14,29%	0,00%	0,00%	0,00%	100,0%
34-41 años	28,57%	57,14%	0,00%	0,00%	0,00%	14,29%	100,0%
42-49 años	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,0%

Nota: Elaboración propia.

También evidenciamos que hay 4 personas que no respondieron a ésta pregunta, 3 están en el rango de edad de 18-25 años, y una persona está en el rango de edad de 34-41 años, en este punto cabe resaltar que tanto la persona que está en el rango de 34-41 años como uno de los que está en el rango de 18-25 años no dieron respuesta a la pregunta puesto que no poseen Smartphone. Lo que nos deja una conclusión que entre los rangos de edad de 26 a 49 años todos perciben a “Trámites Colombia” como una aplicación al menos medianamente útil. En la tabla que mostraremos a continuación, evidenciamos el porcentaje de participación que tiene cada rango de edad sobre el rubro de utilidad correspondiente.

Tabla 22.

Análisis Utilidad de servicio

UTILIDAD DEL SERVICIO VS. RANGO DE EDAD - SOBRE LA MISMA BASE						
RANGO DE EDAD	ÚTIL			INÚTIL		Blanco
	5	4	3	2	1	
18-25 años	61,54%	65,00%	80,00%	100,00%	75,00%	0,00%
26-33 años	19,23%	17,50%	20,00%	0,00%	0,00%	
34-41 años	7,69%	10,00%	0,00%	0,00%	25,00%	100,00%
42-49 años	11,54%	7,50%	0,00%	0,00%	0,00%	
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo a lo anterior, observamos que los jóvenes de 18-25 años son quienes por un lado le ven mayor utilidad a “Trámites Colombia”, puesto que del 100% de personas que perciben la aplicación como muy útil, el 61,54% se encuentra en este rango de edad. Y por otro lado, también son quienes la perciben como inútil, puesto que del 100% de los encuestados de 1 y 2 corresponden a éste mismo rango de edad.

También podemos evidenciar que en los otros tres rangos de edad, la muestra tiene una percepción más positiva sobre la aplicación.

Utilidad VS. Género.

Para determinar si el género incide en la percepción de los consumidores sobre la utilidad de la aplicación realizamos la siguiente tabla, que nos deja ver con mayor claridad los resultados obtenidos.

Tabla 23.

Análisis Nominal utilidad del servicios según género

UTILIDAD DEL SERVICIO VS. GÉNERO							
GÉNERO	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	TOTAL
	5	4	3	2	1		
Femenino	13	26	5	2		1	47
Masculino	13	14	5	1	1	3	37
Total	26	40	10	3	1	4	84

Nota: Elaboración propia.

Tabla 24.

Análisis Porcentual utilidad del servicio según género

UTILIDAD DEL SERVICIO VS. GÉNERO							
GÉNERO	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	TOTAL
	5	4	3	2	1		
Femenino	27,66%	55,32%	10,64%	4,26%	0,00%	2,13%	100,00%
Masculino	35,14%	37,84%	13,51%	2,70%	2,70%	8,11%	100,00%

Nota: Elaboración propia.

Se evidencia que el 93,62% del género femenino tiene una percepción bastante positiva sobre la aplicación, puesto que este porcentaje ve a “Trámites Colombia” en un rango de utilidad de 3 a 5, solo el 4,26% la percibe como poco útil y nadie en este género la ve como inútil. Para esta respuesta obtuvimos un 2,13% de respuestas en blanco, que corresponde a una persona que no posee Smartphone.

En el caso de los hombres, el 86,49% tiene la misma percepción positiva que el género opuesto entre los rangos 3 y 5, el 2,70% percibe la aplicación como poco útil y el otro 2,70% como inútil.

En la tabla que mostraremos a continuación, evidenciamos el porcentaje de participación de cada uno de los géneros sobre la utilidad correspondiente.

Tabla 25. Análisis utilidad del servicio según género

UTILIDAD DEL SERVICIO VS. GÉNERO -SOBRE LA MISMA BASE						
GÉNERO	ÚTIL			INÚTIL		Blanco
	5	4	3	2	1	
Femenino	50,00%	65,00%	50,00%	66,67%	0,00%	25,00%
Masculino	50,00%	35,00%	50,00%	33,33%	100,00%	75,00%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo a lo anterior, observamos que ambos géneros tienen la misma participación correspondiente al 50%, en la percepción de “Trámites Colombia” como muy útil, en cuanto ver la aplicación como útil, son las mujeres quienes toman la delantera con un 65% vs. 35% del género masculino, en la percepción de medianamente útil, vuelven los dos géneros a tener la misma participación con un 50%, son las mujeres quienes ven poco útil la aplicación, sin embargo ninguna la ve como inútil, a diferencia de los hombres, puesto que el 100% de la percepción inútil sobre “Trámites Colombia” está situada en éste género.

De acuerdo a lo anterior, evidenciamos una gran oportunidad tanto en el mercado femenino, como en el mercado masculino, teniendo en cuenta que aunque en ambos tuvimos una gran acogida, la aplicación “Trámites Colombia” es mejor percibida por las mujeres.

Utilidad VS. Ocupación.

Para determinar si la ocupación incide en la percepción de los consumidores sobre la utilidad de la aplicación realizamos la siguiente tabla, que nos deja ver con mayor claridad los resultados obtenidos.

Tabla 26. Análisis nominal utilidad del servicio según ocupación

UTILIDAD DEL SERVICIO VS. OCUPACIÓN							
OCUPACIÓN	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	TOTAL
	5	4	3	2	1		
Desempleado		2					2
Empleado	12	13	3	2	1	2	33
Estudiante	12	20	7	1		2	42
Independiente	2	5					7
Total	26	40	10	3	1	4	84

Nota: Elaboración propia.

Tabla 27. Análisis porcentual utilidad del servicio según ocupación

UTILIDAD DEL SERVICIO VS. OCUPACIÓN							
OCUPACIÓN	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	TOTAL
	5	4	3	2	1		
Desempleado	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Empleado	36,36%	39,39%	9,09%	6,06%	3,03%	6,06%	100,00%
Estudiante	28,57%	47,62%	16,67%	2,38%	0,00%	4,76%	100,00%
Independiente	28,57%	71,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%

Nota: Elaboración propia.

De la anterior tabla se observa que el 36,36% de empleados, el 28,57% de estudiantes y el 28,57% de independientes ven la aplicación como muy útil, seguido de quienes la ven como útil, que corresponde al 100% de los desempleados, el 39,39% de los empleados, el 47,62% de los estudiantes y el 71,43% de los trabajadores independientes. Es importante resaltar que en este punto el 100% de desempleados e independientes ven la aplicación como muy útil o útil.

Continuando con el análisis, el 9,09% de los empleados la ve medianamente útil al igual que el 16,67% de los estudiantes, en cuanto a poca utilidad, el 6,06% de los empleados tienen esta percepción, mientras que tan solo el 2,38% de los estudiantes lo ve de esta manera. Para concluir solo un empleado percibe a “Trámites Colombia” como inútil, mientras 4 personas no respondieron esta pregunta.

En la tabla que mostraremos a continuación, evidenciamos el porcentaje de participación de cada una de las ocupaciones sobre la utilidad correspondiente.

Como conclusión para este aspecto, la percepción general está dada en los 3 más altos rangos de utilidad independientemente de la ocupación, aunque con algunas variaciones porcentuales mínimas.

Utilidad VS. Adquirir la aplicación.

Para determinar cómo influye la percepción de utilidad de la aplicación en el hecho de adquirir o no la misma, realizamos la siguiente tabla, que nos deja ver con mayor claridad los resultados obtenidos.

Tabla 28. Análisis nominal utilidad del servicio según adquisición

UTILIDAD DEL SERVICIO VS. ADQUIRIR LA APLICACIÓN							
ADQUIRIR	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	TOTAL
	5	4	3	2	1		
Si	26	40	10	3		2	81
No					1	2	3
Total	26	40	10	3	1	4	84

Nota: Elaboración propia.

Tabla 29. Análisis porcentual utilidad del servicio según adquisición

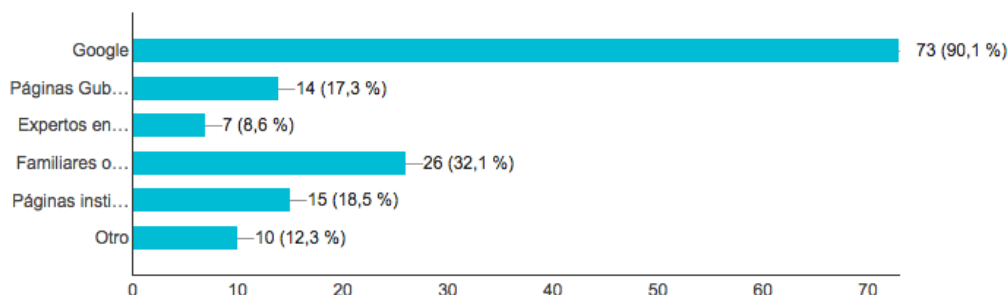
UTILIDAD DEL SERVICIO VS. ADQUIRIR LA APLICACIÓN							
ADQUIRIR	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	TOTAL
	5	4	3	2	1		
Si	32,10%	49,38%	12,35%	3,70%	0,00%	2,47%	100,00%
No	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	66,67%	100,00%

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo a lo anterior podemos evidenciar que el 100% de quienes adquirirían “Trámites Colombia” el 93,83% tiene una percepción positiva sobre la aplicación, teniendo en cuenta que la ven al menos como medianamente útil, el 2,47% que no marco la respuesta, y están dentro de quienes adquirirían la aplicación es debido a que estas personas no poseen un Smartphone. En cuanto al no, de 3 personas que respondieron que no adquirirían la aplicación, una la ve como inútil y las otras dos personas no están interesadas en encontrar en un solo sitio la información, por ende terminó la encuesta antes de tiempo.

Adicionalmente para darnos una idea más concreta de los sustitos que tendría trámites Colombia en el ámbito real, se hace pertinente analizar y mostrar los siguientes gráficos.

Figura 17. Sustitutos que usan actualmente personas naturales

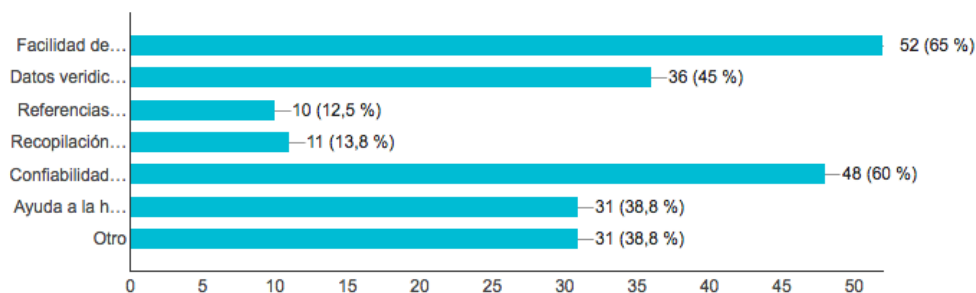


Fuente.: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

De acuerdo al anterior grafico se evidencia que de las 80 personas naturales, las herramientas que más usan para la búsqueda de información acerca de la realización de trámites son :Google con un 90,1%, seguido de un 32,1% de familiares y conocidos, lo cual significa que estas dos herramientas son los principales sustitutos de la aplicación Trámites Colombia ya que satisfacen la misma necesidad, es necesario tener en cuenta que el uso de la herramienta Google en ocasión re direcciona a las personas a páginas gubernamentales o institucionales, por lo cual se deben tener en cuenta como principales sustitutos.

A demás es pertinente analizar las características que la muestra poblacional busca en una herramienta que satisface la necesidad de información y realización de trámites. Para esto, se formuló la siguiente pregunta ¿Qué características considera que son las más importantes a la hora de buscar información acerca de trámites? que nos arrojó los siguientes resultados.

Figura 18.Necesidad que satisfacen sustitutos



Fuente:. Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Del anterior grafico se observa que los usuarios buscan en este tipo de herramientas facilidad de uso(65%) y confiabilidad(60%) de la información como aspectos esenciales a la hora de buscar información de trámites , pero también les parece importante que tengas datos verídicos(45%) y ayuda a la hora de diligenciar los documentos(38,8%). Por lo que es importante resaltar que las principales características de Trámites Colombia (Ayuda a la hora de diligenciar los documentos y datos actualizados) son importantes para el usuario y debido a esto su gran acogida. De igual manera se ve que unos de los puntos en los cuales la aplicación debería enfocarse serian en facilidad de uso y confiabilidad de la información.

A la pregunta ¿Qué percepción le genera la aplicación “Tramites Colombia”? se obtuvieron las siguientes percepciones que es buena, de fácil acceso, tiene facilidad de búsqueda de información, útil, innovadora, confiable, comprometedor y ágil entre otros. Adicionalmente cabe resaltar unas respuestas que fueron de mayor aporte como:

“Bastante interesante!! Ayudaría a descongestionar las líneas de servicio al usuario de distintas entidades” lo cual nos lleva a pensar al gran potencial a futuro que la aplicación llegaría a tener.

“Utópica, teniendo en cuenta que ni siquiera el gobierno nacional ha podido consolidar”; lo cual nos lleva a pensar en el reto que supone la preparación, consolidación y actualización de la base de datos de la aplicación.

“Páginas de tramites hay muchas, pero una que consolide la información es una idea muy interesante y además del apoyo de los contactos es muy útil e importante”

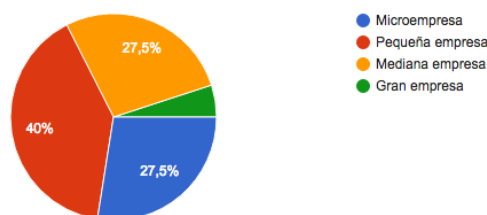
Finalmente, a la pregunta ¿Qué le mejoraría a la aplicación “Trámites Colombia? la mayoría de las respuestas se centraron a que no mejorarían nada de la aplicación o que deberían probarla antes de proponer mejoras. Pero algunas respuestas dieron la idea de tener la aplicación Offline, propuesta que necesita de un estudio mayor debido a la complicación de tener una base de datos tan amplia en un dispositivo móvil.

14.2. Empresas

Para la realización de esta encuesta se tuvieron en cuenta 40 empresas como muestra poblacional de diferentes tamaños y sectores. A continuación, se muestran la distribución de las diferentes características en la muestra poblacional en estudio.

Figura 19. Tamaño de empresas encuestadas

2. Tamaño de la empresa (40 respuestas)

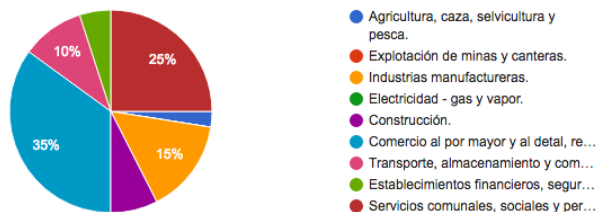


Fuente:Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

De las 40 empresas encuestadas, el 40% son pequeñas empresas, el 27,5% microempresas, el 27,5% medianas empresas y el 5% grandes empresas. Por lo cual se observa que la muestra poblacional está representada por PYMES.

Figura 20.Sector de empresas encuestadas

3. Sector de la empresa (40 respuestas)

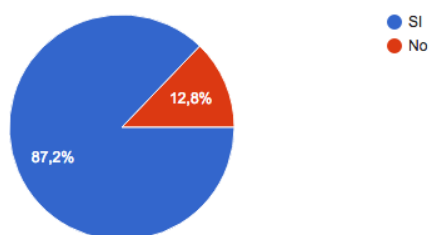


Fuente:Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

De las 40 empresas el 35% ejerce su actividad en el área de comercio al por mayor y al detal, restaurantes y hoteles; el 25% corresponde a servicios comunales, sociales y personales, el 15% corresponde a industrias manufactureras, el 10 % a transporte, almacenamiento y comunicaciones, el 7,5% a construcción, el 5 % a establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles, servicios a compañías. Y el 2,5% a agricultura, caza, selvicultura y pesca.

Figura 21. Aceptación de la aplicación

12. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir esta aplicación? (39 respuestas)



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

En el gráfico anterior, se puede observar que del total de la muestra el 87,2% estaría dispuesto a adquirir la aplicación, mientras que el 12,8% no está interesado en adquirirla.

Con respecto con la información presentada anteriormente se busca saber la distribución de la disposición de adquirir la aplicación mediante los atributos o características que dividen la muestra.

TAMAÑO DE LA EMPRESA VS INTENCIÓN DE COMPRA

Tabla 30. Análisis nominal adquisición según tamaño de la empresa

TAMAÑO DE LA EMPRESA VS. INTENCIÓN DE COMPRA			
TAMAÑO DE LA EMPRESA	SI	NO	TOTAL
Gran empresa	2		2
Mediana empresa	9	2	11
Microempresa	10	0	10
Pequeña empresa	15	2	17
Total	36	4	40

Nota: Elaboración propia.

Tabla 31. Análisis porcentual adquisición según tamaño de la empresa

TAMAÑO DE LA EMPRESA VS. INTENCIÓN DE COMPRA			
TAMAÑO DE LA EMPRESA	SI	NO	TOTAL
Gran empresa	100,00%		100,00%
Mediana empresa	81,82%	18,18%	100,00%
Microempresa	100,00%	0,00%	100,00%
Pequeña empresa	88,24%	11,76%	100,00%

Nota: Elaboración propia.

De las anteriores tablas se evidencia que las grandes empresas y microempresas tienen un 100% de aceptación a la aplicación por lo cual puede ser un muy buen mercado objetivo ,por otro lado 2 medianas y 2 pequeñas empresas no les interesa adquirir la aplicación que corresponde a un 18,18% y un 11,76% respectivamente, este 18,18% de medianas empresas que no están interesados en la compra de la aplicación se debe posiblemente a que ya tienen un departamento encargado para cada uno de estos trámites o tienen contactos ya establecidos para realizar los mismos.

SECTOR VS INTENCIÓN DE COMPRA

Tabla 32. *Análisis nominal adquisición según sector de la empresa*

SECTOR DE LA EMPRESA VS INTENCIÓN DE COMPRA			
SECTOR DE LA EMPRESA	SI	NO	TOTAL
Agricultura,Caza,Servicultura y Pesca	1	0	1
Comercio al por mayor y al detal , Restaurantes y Hoteles	15	0	15
Construcción	3	0	3
Establecimientos financiero. Seguros , Bienes Inmuebles y Servicios a compañías	1	1	2
Industrias Manufactureras	6	0	6
Servicios Comunales, sociales y personales	7	2	9
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	3	1	4
Total	36	4	40

Nota: Elaboración propia.

Tabla 33. *Análisis porcentual adquisición según sector de la empresa*

SECTOR DE LA EMPRESA VS. INTENCIÓN DE COMPRA			
SECTOR DE LA EMPRESA	SI	NO	TOTAL
Agricultura,Caza,Servicultura y Pesca	100,00%	0,00%	100,00%
Comercio al por mayor y al detal , Restaurantes y Hoteles	100,00%	0,00%	100,00%
Construcción	100,00%	0,00%	100,00%
Establecimientos financiero. Seguros , Bienes Inmuebles y Servicios a compañías	50,00%	50,00%	100,00%
Industrias Manufactureras	100,00%	0,00%	100,00%
Servicios Comunales, sociales y personales	77,78%	22,22%	100,00%
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	75,00%	25,00%	100,00%

Nota: Elaboración propia.

De las anteriores tablas se evidencia que las empresas que están en el sector de agricultura, caza, selvicultura y Pesca; Comercio al por mayor y al detal, restaurantes, hoteles; construcción e Industrias Manufactureras tienen un 100% de aceptación para la aplicación “Trámites Colombia”; lo cual implica que es en estos sectores en los cuales la aplicación puede desarrollarse más fácilmente y tener una mayor acogida en empresas de estos sectores.

Por otro lado en los sectores de establecimiento financieros, seguros, Bienes Inmuebles; Servicios a compañías; servicios comunales, sociales y personales y transporte,

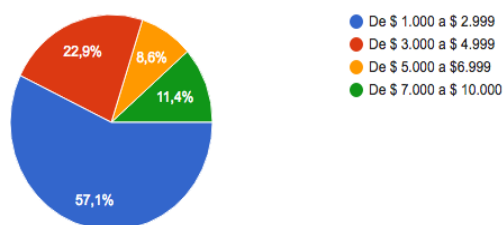
almacenamiento y comunicaciones esta el 100% de las empresas a las cuales no les interesa o no les llama la atención la aplicación “Trámites Colombia”. Adicional a esto las empresas dentro del sector de establecimiento financiero, seguro, Bienes inmuebles y servicios a compañías son las que presentan una menor intención de compra, representado por el 50%.

PRECIO

Para los siguientes análisis es preciso identificar y reconocer los diferentes rangos de precios que se tomaron como referencia y que la muestra poblacional está dispuesta a pagar por la aplicación. Para eso se formuló la siguiente pregunta ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este servicio, considerando que solamente se paga el valor de la descarga de la aplicación? y nos arrojó los siguientes resultados.

Figura 22. Rango de precios que están dispuestas a pagar empresas encuestadas

13. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este servicio, considerando que solamente se paga el valor de la descarga de la aplicación?
(35 respuestas)



Fuente:. Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

El 57,1% estaría dispuesto a pagar de \$1.000 - \$2.999; el 22,9% estaría dispuesto a pagar entre \$3.000 - \$4.999; el 11,4% estaría dispuesto a pagar entre \$7.000-\$10.000 y el 8,6% estaría dispuesto a pagar de \$5.000- \$6.999, lo que significa que el precio final al cual las empresas estarían dispuestas a pagar por la aplicación “trámites Colombia” estaría cercano a los \$3.000

TAMAÑO DE LA EMPRESA VS PRECIO

Tabla 34. Análisis nominal precio según tamaño de la empresa

TAMAÑO DE LA EMPRESA VS. PRECIO						
TAMAÑO DE LA EMPRESA	de \$ 1.000 a \$ 2.999	de \$ 3.000 a \$ 4.999	de \$ 5.000 a \$ 6.999	de \$ 7.000 a \$ 10.000	En blanco	TOTAL
Gran empresa	1			1		2
Mediana empresa	6	2		1	2	11
Microempresa	4	5		1		10
Pequeña empresa	9	2	3	1	2	17
Total	20	9	3	4	4	40

Nota: Elaboración propia.

Tabla 35. Análisis porcentual precio según tamaño de la empresa

TAMAÑO DE LA EMPRESA VS. PRECIO						
TAMAÑO DE LA EMPRESA	de \$ 1.000 a \$ 2.999	de \$ 3.000 a \$ 4.999	de \$ 5.000 a \$ 6.999	de \$ 7.000 a \$ 10.000	En blanco	TOTAL
Gran empresa	50,00%	0,00%	0,00%	50,00%	0,00%	100,00%
Mediana empresa	54,55%	18,18%	0,00%	9,09%	18,18%	100,00%
Microempresa	40,00%	50,00%	0,00%	10,00%	0,00%	100,00%
Pequeña empresa	52,94%	11,76%	17,65%	5,88%	11,76%	100,00%

Nota: Elaboración propia.

En las anteriores tablas se evidencia que no hay relación directa entre el tamaño de la empresa y el precio que está dispuesta a pagar ya que cada tamaño de empresa tuvo un porcentaje significativo en el rango más alto de precios (\$7.000-\$10.000), representado en cada uno por una empresa.

Entre \$1.000 - \$2.999 es el rango en el cual la mayoría de empresas está dispuesto a pagar por la aplicación indigestamente de su tamaño. También se observa que no es una distribución normal y las respuestas están polarizadas.

SECTOR DE LA EMPRESA VS PRECIO

Tabla 36. Análisis nominal precio según sector de la empresa

SECTOR DE LA EMPRESA VS PRECIO						
SECTOR DE LA EMPRESA	de \$ 1.000 a \$ 2.999	de \$ 3.000 a \$ 4.999	de \$ 5.000 a \$ 6.999	de \$ 7.000 a \$ 10.000	En blanco	TOTAL
Agricultura, Caza, Servicultura y Pesca			1			1
Comercio al por mayor y al detal , Restaurantes y Hoteles		7	6		2	15
Construcción		2	1			3
Establecimientos financiero. Seguros , Bienes Inmuebles y Servicios a compañías				1	1	2
Industrias Manufactureras		4	1	1		6
Servicios Comunales, sociales y personales		5	1		1	9
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones		2		1		4
Total		20	9	3	4	40

Nota: Elaboración propia.

Tabla 37. Análisis porcentual precio según sector de la empresa

SECTOR DE LA EMPRESA VS PRECIO						
SECTOR DE LA EMPRESA	de \$ 1.000	de \$ 3.000	de \$ 5.000	de \$ 7.000	En blanco	TOTAL
	a \$ 2.999	a \$ 4.999	a \$ 6.999	a \$ 10.000		
Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca	0%	0%	100%	0%	0%	100%
Comercio al por mayor y al detal, Restaurantes y Hoteles	47%	40%	0%	13%	0%	100%
Construcción	67%	33%	0%	0%	0%	100%
Establecimientos financiero. Seguros, Bienes Inmuebles y Servicios a compañías	0%	0%	0%	50%	50%	100%
Industrias Manufactureras	67%	17%	17%	0%	0%	100%
Servicios Comunes, sociales y personales	56%	11%	0%	11%	22%	100%
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	50%	0%	25%	0%	25%	100%

Nota: Elaboración propia.

En las anteriores tablas se evidencia que las empresas que están dispuestas a pagar entre \$1.000-\$2.999 se encuentran distribuidos en 5 de los 7 sectores, en el sector de construcción y el sector de industrias manufactureras con un 67%; el sector de servicios comunales, sociales y personales con un 56%; el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones con un 50%; y el comercio al por mayor y al detal, restaurantes y hoteles con un 47%

De igual manera las empresas que están en los sectores de comercio al por mayor y al detal, restaurantes y hoteles con un 40%, construcción con un 33%; industrias manufactureras con un 17%, los servicios comunales, sociales y personales con un 11% están dispuestos a pagar entre \$3.000-\$4.999

Es importante resaltar que los sectores de agricultura, caza, selvicultura y Pesca representa el 100% de los que adquirirían la aplicación; la industria de manufactura con el 17% y el transporte, almacenamiento y comunicaciones con un 25% de las empresas que adquirirán la aplicación entre el rango de \$5.000 y \$6.999.

Finalmente del sector de establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios a compañías representa el 50%; el comercio al por mayor y al detal, restaurantes y hoteles con un 13% y el sector de servicios comunales, sociales y personales con un 11% tienden a adquirir la aplicación entre un rango de \$7.000-\$10.000.

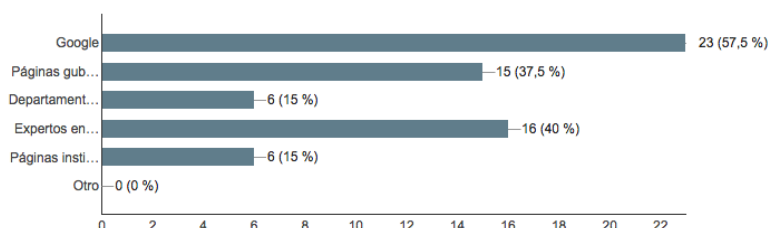
De lo anterior se puede inferir que la mayoría de los sectores están dispuestos a pagar por la aplicación entre el rango de \$1.000 –\$2.999, por lo cual la aplicación posiblemente tendría un precio de \$3.000 ya que se acomoda más a los diferentes sectores a los cuales se realizó la encuesta, sin embargo, otra alternativa que es viable para determinar el precio de la aplicación corresponde al promedio de las selecciones realizadas en esta variable por parte de las empresas.

Por otro lado, es pertinente analizar y entender por qué medio las empresas buscan información acerca de trámites que necesiten realizar, ya que éstas herramientas son los sustitutos directos para “Trámites Colombia” por lo cual se generó la siguiente pregunta: “Cuándo necesita diligenciar algún tipo de trámite para su empresa ¿Por qué medio busca información?”, arrojando los siguientes datos mostrados a continuación.

Figura 23. Medios de búsqueda de información

5. Cuando necesita diligenciar algún tipo de trámite en Colombia para su empresa ¿Por qué medio busca información? (Puede seleccionar más de una opción)

(40 respuestas)



*Fuente:*Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

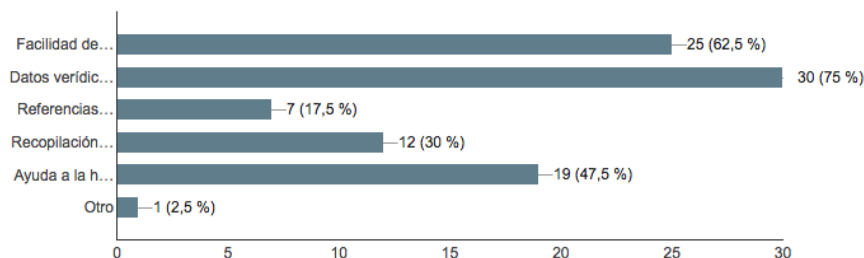
De lo anterior, se encontró que el medio por el cual más buscan información es Google (57,5%), expertos en el tema (40%) y páginas gubernamentales (37,5%) principalmente; en donde los mismos consideran que estos medios por los cuales buscan la información son muy útiles, lo cual muestra los sustitutos que tiene la aplicación ya que satisface la misma necesidad que las empresas requieren en su vida cotidiana y puede generar barreras de entrada en el mercado.

A demás es pertinente analizar las características que la muestra poblacional busca en una herramienta que satisface la necesidad de información y realización de trámites ya que son estas características las que “Trámites Colombia” debe tener para lograr una alta aceptación en el mercado. Para esto, se formuló la siguiente pregunta ¿Qué características considera que son las más importantes a la hora de buscar información acerca de trámites? que nos arrojó los siguientes resultados.

Figura 24. Características de servicios

7. ¿Qué características considera que son las más importantes a la hora de buscar información acerca de trámites? (seleccione mínimo dos opciones y máximo 4)

(40 respuestas)



*Fuente:*Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Como se puede observar las características relevantes para las empresas a la hora de buscar información con respecto a los trámites son datos verídicos con un 75% la facilidad de uso con un 62,5%; ayuda a la hora de diligenciar el trámite con un 47,5% y recopilación de información con un 30%, lo cual nos muestra para tener un buen potencial de empresas que adquieran la aplicación es necesario tener actualizados los datos y proporcionarlos de manera confiable, así mismo se necesita que la aplicación tenga una facilidad de uso y ayuda al diligenciamiento de los documentos los cuales son pilares de los objetivos de la aplicación y se considera que tendría un éxito en éstos aspectos relevantes para las empresas.

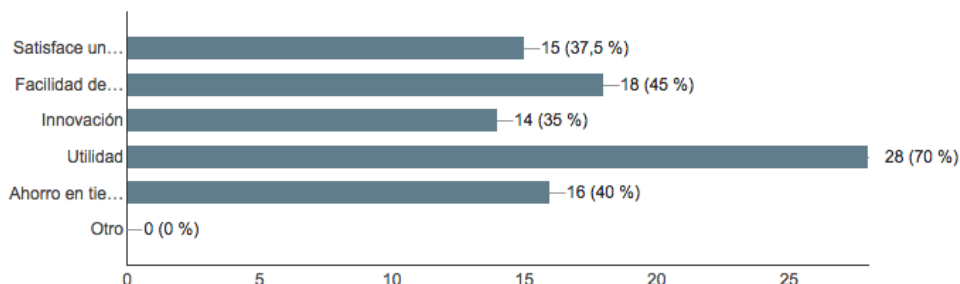
Para concluir esta idea, se evidencia que las empresas concuerdan en qué unas de las características más importantes y que no encuentran hasta el momento en una plataforma de búsqueda de información corresponde a la recopilación de la información; por ende se pretende enfocar este atributo para dar una ventaja competitiva a la aplicación “Trámites Colombia”

Adicionalmente para identificar qué aspectos le atraerían del servicio que la aplicación “Trámites Colombia” le ofrecería se planteó la siguiente pregunta ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen del servicio? la cual arrojó los siguientes resultados.

Figura 25. Necesidad de servicios

10. ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen del servicio?(puede marcar más de una opción)

(40 respuestas)



Fuente:. Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Se puede observar que los aspectos más representativos para las empresas son utilidad con un 70%, facilidad de uso con un 45% y ahorro de tiempo con un 40% de preferencia, lo cual da a conocer que la aplicación trámites Colombia sería pertinente para tener a la mano los requerimientos de los trámites que necesiten en la empresa y a su vez hacerlo en el menor tiempo posible generando una satisfacción de la necesidad de las mismas.

Por último se quiere rescatar algunas de las preguntas que las empresas generaron en cuanto a percepciones y mejoras que le harían a la aplicación como, para el primer lugar las percepciones más relevantes fueron: buena, efectiva, útil, ágil, ahorro de tiempo, interesante, versatilidad, entre otras. Cabe resaltar algunas percepciones que son de gran ayuda como:

“Me parece muy interesante la propuesta, puesto que los tramites gubernamentales o no en Colombia son siempre engorrosos y requiere mucha disposición de tiempo, por ende se deben aplazar demás cosas importantes”.

Con referencia a lo anterior, se observa que muchas empresas ven la realización de trámites como un proceso dispendioso y tedioso, haciendo aún más importante este factor en el que “Trámites Colombia” busca hacer énfasis para generar una alternativa altamente competitiva en el mercado.

“Aplicación útil para obtener información de primera mano, sin embargo debe ser altamente confiable, ya que en ocasiones puede ser el nombre de la empresa el que este en juego”.

Para la parte empresarial “Trámites Colombia” deberá dirigir parte de sus esfuerzos en tener un software de seguridad suficientemente robusto para darles la confianza necesaria a sus consumidores.

Finalmente, se resaltan algunas mejoras que las empresas le harían a la aplicación “Trámites Colombia” siendo la principal respuesta “nada” ya que ven la misma como una alternativa completa para satisfacer su necesidad; otros comentarios relevantes fueron: servicio offline, no la conocen aún; y unas citas que se quieren resaltar son:

“Tal vez recopilar TODOS los tipos de trámites puede llegar a colapsar el sistema, centraría atención en ello. Sin embargo, la aplicación reduciría tiempos de búsqueda y es algo muy positivo para las empresas y personas naturales”

“Hasta el momento me parece que está completa, quizás más adelante deba hacerse alguna actualización, puesto que siempre salen tramites nuevos, o cosas por el estilo.”

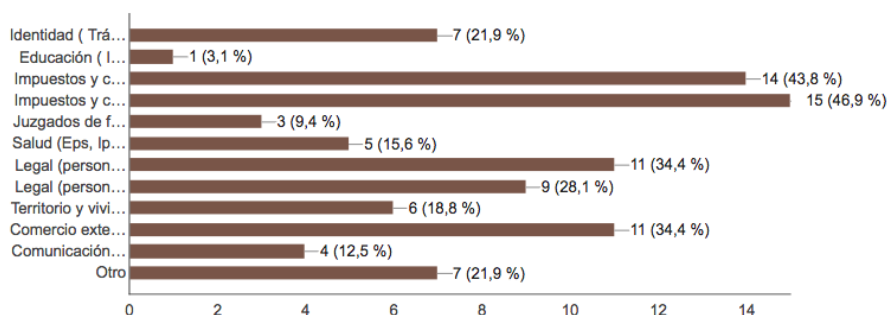
14.3. Agentes.

Para la realización de esta encuesta se tuvieron en cuenta 32 personas jurídicas y naturales expertos en contaduría, finanzas, abogados y operadores logísticos como muestra poblacional. A continuación se muestra la distribución de las diferentes características de la muestra en estudio.

Figura 26. Tipo de servicio que ofrece

2. Tipo de trámites a los que usted o su empresa brindan asesoría. (puede marcar más de una opción)

(32 respuestas)



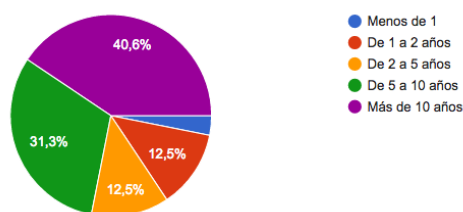
Fuente.: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

De lo anterior se evidencia que los mayores trámites que realizan las personas encuestadas están representados por 46,9% de impuestos y contribuciones para personas naturales y 43,8% para personas jurídicas; el 34,4% trámites de comercio exterior; 34,4% de trámites legales para personas naturales; 21,9% de trámites de identidad; el 21,9% en otro tipo de trámites; el 28,8% en trámites legales para personas jurídicas, el 18,8% de trámites de territorio y vivienda; el 15,6% de trámites de salud (EPS, IPS, seguridad social , privados), el 12,5% en trámites de comercio exterior y transporte; el 9,4% trámites de juzgados de familia; el 3,1% en trámites de educación (Icetex, entidades públicas y privadas). Por consiguiente, de la muestra de personas naturales y jurídicas se evidencia que de los encuestados la mayor parte realiza trámites de impuestos y contribuciones tanto para personas naturales como para personas jurídicas y también en trámites de comercio exterior y trámites legales para personas naturales, lo cual nos muestra que la aplicación “Trámites Colombia” debería estar enfocada en estos tipos de trámites para tener una mayor acogida dentro del mercado y tener mayores clientes potenciales en estas áreas del conocimiento.

Por otro lado el 21,9% corresponde a las personas que contestaron otro tipo de trámite que son similares a los propuestos pero con un enfoque más específico.

Figura 27. Años de experiencia agentes

3. Años de experiencia (32 respuestas)



*Fuente:*Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Del anterior gráfico se puede observar los años de experiencia de las diferentes personas naturales o personas jurídicas que llevan realizando los servicios de trámites dentro del mercado Colombiano, donde el 40,6% de los encuestados tiene experiencia en el tema en

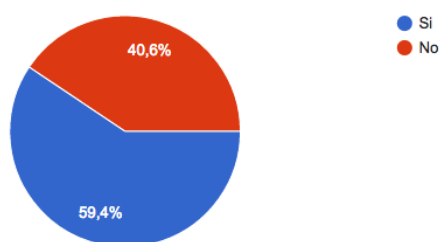
particular de más de 10 años, el 31,3% de 5 a 10 años, el 12,5% para ambos rangos de años: 1 a 2 años y de 2 a 5 años, y por último el 3,1% de los encuestados tiene en experiencia menos de 1 año.

De igual manera para determinar la aceptación y adquisición de la aplicación “Trámites Colombia” se planteó la siguiente pregunta ¿Le gustaría pertenecer a una red de contactos en la cual tenga la posibilidad de pautar de una forma masiva, eficaz y económica?, de la cual se obtuvo las siguientes respuestas.

Figura 28. Aceptación agentes

7. ¿Le gustaría pertenecer a una red de contactos en la cual tenga la posibilidad de pautar de una forma masiva, eficaz y económica?

(32 respuestas)



Fuente:. Elaboración propia con *datos* obtenidos de Formularios de Google.

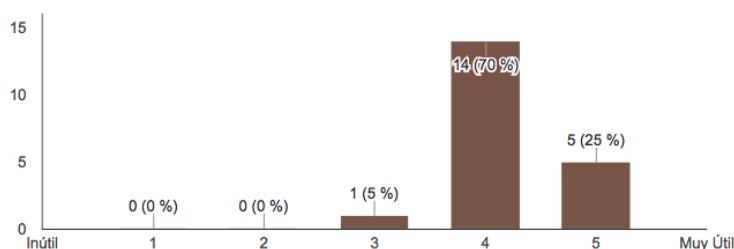
Como se muestra anteriormente, de las 32 personas naturales y jurídicas que realizan diferentes trámites en Colombia, el 59,4% estaría dispuesto a pautar publicidad en la aplicación “Trámites Colombia” y el 40,6% no estaría dispuesto a hacer parte de la misma, lo que infiere una masa considerable de clientes potenciales para “Trámites Colombia”.

UTILIDAD

Para identificar la percepción de utilidad que les genera la aplicación “Trámites Colombia” a personas naturales y jurídicas, se formuló la siguiente pregunta ¿Qué tan útil considera que es la aplicación “Trámites Colombia?” y arrojó los siguientes resultados

Figura 29. Percepción del servicio ofrecido

10. ¿Qué tan útil considera que es la aplicación "Trámites Colombia?"
(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

El 95% de los agentes tienen una percepción de la utilidad de muy útil o útil representado por 25% y un 70% respectivamente y dejando solo un 5% como medianamente útil, teniendo 0 respuestas para inútil o poco útil, la percepción de “Trámites Colombia” es muy alta con un promedio de un 4,2.

AÑOS DE EXPERIENCIA VS UTILIDAD

Tabla 38.

Análisis nominal años de experiencia vs utilidad

AÑOS DE EXPERIENCIA VS. UTILIDAD							TOTAL
AÑOS DE EXPERIENCIA	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	
	5	4	3	2	1		
Menos de uno			1				1
De 1 a 2 años	1	2				1	4
De 2 a 5 años	1	3					4
De 5 a 10 años	2	3				6	11
Más de 10 años	1	6				5	12
Total	5	14	1	0	0	12	32

Nota: Elaboración propia.

Tabla 39.

Análisis porcentual años de experiencia vs utilidad

AÑOS DE EXPERIENCIA VS. UTILIDAD							TOTAL
AÑOS DE EXPERIENCIA	ÚTIL			INÚTIL		Blanco	
	5	4	3	2	1		
Menos de uno	0,00%	0,00%	100,00%			0,00%	100,00%
De 1 a 2 años	25,00%	50,00%	0,00%			25,00%	100,00%
De 2 a 5 años	25,00%	75,00%	0,00%			0,00%	100,00%
De 5 a 10 años	18,18%	27,27%	0,00%			54,55%	100,00%
Más de 10 años	8,33%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	41,67%	100,00%

Nota: Elaboración propia.

Como se observa en las tablas anteriores, las personas naturales y jurídicas que tienen menos de 1 año de experiencia perciben a “Trámites Colombia” como una aplicación medianamente útil, De 1 a 2 años de experiencia el 25% tienen una percepción muy alta de la utilidad de la aplicación, el 50% de este mismo rango de experiencia consideran que es útil, de 2 a 5 años el 75% de las personas consideran la aplicación útil y el 25% la considera muy útil; de 5 a 10 años el 18,18% percibe a la aplicación como muy útil y el 27,27% la considera útil; por último las personas de más de 10 años de experiencia perciben a la aplicación muy útil con un 8,33% y el 50% como una aplicación útil.

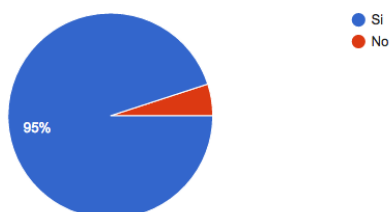
La utilidad de la aplicación “Trámites Colombia” es alta para los agentes con más de 10 años de experiencia, debido a que los mismos la perciben como una gran oportunidad para expandir su negocio. Sin embargo, en este mismo rango de años de experiencia se observa un desinterés hacia la idea de pertenecer a una nueva red de contactos ya que en los años que tienen de experiencia han podido establecer y usar su propia base de datos de clientes para prestarles sus servicios. De igual manera se observa que ésta tendencia se ve también en los otros rangos de experiencia según los encuestados y la aplicación es percibida como alta-media ya que se encuentran entre muy útil y útil (4 y 5).

INTENCIÓN DE COMPRA

Para determinar si la población en estudio estaría dispuesta a adquirir la aplicación “Trámites Colombia” se hizo necesario formular la siguiente pregunta ¿Estaría dispuesto a hacer parte de la aplicación, pautando con publicidad a bajos costos?, la cual nos arrojó los siguientes análisis.

Figura 30. Intención de compra agentes

11. ¿Estaría dispuesto a hacer parte de la aplicación, pautando con publicidad a bajos costos?
(20 respuestas)



Fuente:. Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Del total de agentes encuestados el 95% de ellos estarían dispuestos a adquirir la aplicación, mientras que el 5% restante no estaría interesado en adquirir la misma, lo que muestra la gran aceptación de los agentes al tener claridad en el concepto y funcionamiento de la aplicación.

AÑOS DE EXPERIENCIA VS INTENCIÓN DE COMPRA

Tabla 40. *Análisis nominal años de experiencia vs adquisición*

AÑOS DE EXPERIENCIA VS. INTENCIÓN DE COMPRA				
AÑOS DE EXPERIENCIA	SI	NO	EN BLANCO	TOTAL
Menos de uno	1			1
De 1 a 2 años	3		1	4
De 2 a 5 años	4			4
De 5 a 10 años	5		6	11
Más de 10 años	6	1	5	12
Total	19	1	12	32

Nota: Elaboración propia.

Tabla 41. *Análisis porcentual años de experiencia vs adquisición*

AÑOS DE EXPERIENCIA VS. INTENCIÓN DE COMPRA				
AÑOS DE EXPERIENCIA	SI	NO	EN BLANCO	TOTAL
Menos de uno	100,000%	0,000%	0,000%	100,000%
De 1 a 2 años	75,000%	0,000%	25,000%	100,000%
De 2 a 5 años	100,000%	0,000%	0,000%	100,000%
De 5 a 10 años	45,455%	0,000%	54,545%	100,000%
Más de 10 años	50,000%	8,333%	41,667%	100,000%

Nota: Elaboración propia.

Como se evidencia, la intención de compra de los agentes que tienen menos de 1 año de experiencia es del 100% , de 1 a 2 años del 75%, de 2 a 5 años el 100%, de 5 a 10 años el 45,55% tiene una intención de compra hacia la aplicación “Trámites Colombia”.

Además se observa en las anteriores tablas, un agente que tiene más de 10 años de experiencia en la realización de trámites, es el único que después de conocer el concepto y funcionamiento de la aplicación sigue sin tener interés en la compra de la misma, esto posiblemente debido a que ya posee departamentos específicos para la realización de tramites por lo que se le hace innecesaria una herramienta como lo es “Trámites Colombia”.

En el rango de 2 a 5 años se presenta el 100% de intención de compra, esto debido a que se encuentran en un ciclo en donde se requiere cada vez un mercado más grande y adicional a esto, se pueden estar empezando a enfrentar a tramites propios de empresas ya establecidas.

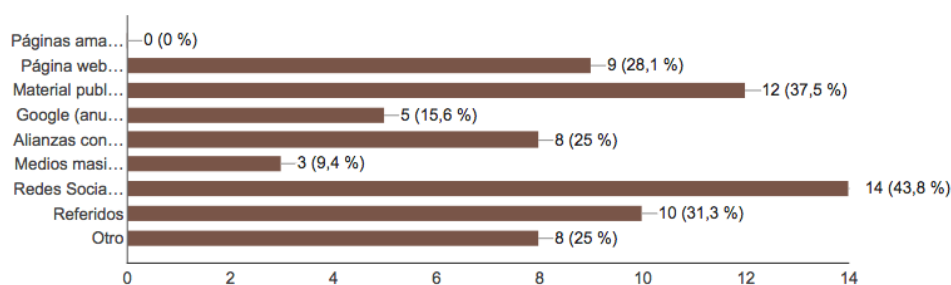
MEDIOS DE BÚSQUEDA:

Adicional a los análisis mencionados anteriormente es pertinente analizar los medios por los cuales los agentes captan clientes mediante su publicidad, se realizó la siguiente pregunta ¿Por qué medio contacta nuevos clientes para que tomen su servicio?, por lo que se obtuvo las siguientes respuestas.

Figura 31. Medios actuales de captación de clientes

4. ¿Por qué medio contacta nuevos clientes para que tomen su servicio ? (puede marcar más de una opción)

(32 respuestas)



Fuente:. Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

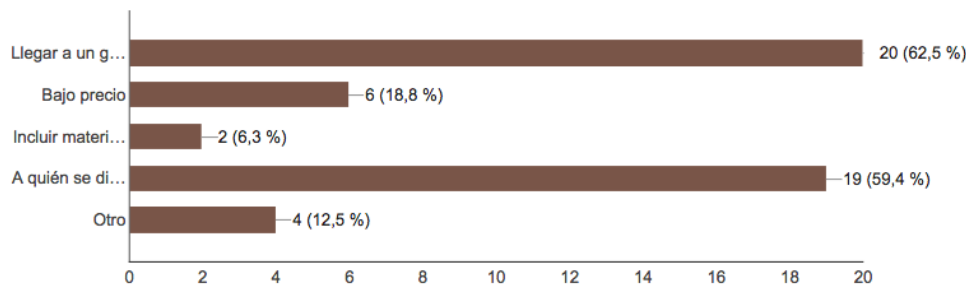
En el anterior grafico se puede observar que los agentes en su tarea publicitaria los medios que más usan son redes sociales y material publicitario tradicional como vallas y volantes, teniendo un porcentaje de 43,8% y 37,5% respectivamente: seguidos por referidos con un 31,3% y página web propia con un 28,1%, conociendo así los sustitutos directos que posee la aplicación “Trámites Colombia” en cuanto a agentes se refiere. Se debe tener en cuenta, que 2 de los 4 medios son totalmente gratuitos, por lo que se hace necesario una ventaja competitiva.

Dado lo anterior se hizo necesario realizar la siguiente pregunta para poder determinar cuáles son los principales aspectos que buscan los agentes para contratar publicidad: ¿Qué aspectos considera que son los más importantes a la hora de contratar publicidad para la captación de nuevos clientes?

Figura 32. Aspectos importantes para captar clientes

6. ¿ Qué aspectos considera que son los más importantes a la hora de contratar publicidad para la captación de nuevos clientes ? (puede marcar más de una opción)

(32 respuestas)



*Fuente:*Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

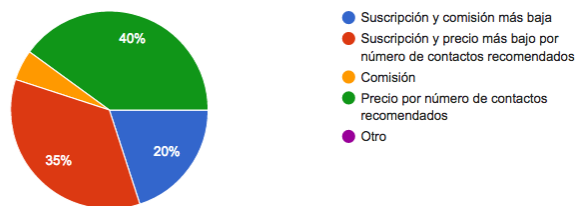
De lo anterior se puede deducir que el mayor aspecto que buscan los agentes para su publicidad es llegar a un gran número de clientes con un 62,5%, que a quién se dirige la publicidad sea un cliente potencial con un 59,4% y un bajo precio con un 1,8% de relevancia a la hora de contratar publicidad. Por lo que se observa que aunque el precio en algunas ocasiones es relevante para los agentes en la muestra en estudio los factores o aspectos más relevantes están dados en la búsqueda y contacto directo con los clientes potenciales de manera masiva y eficiente, donde tramites Colombia tendría una gran base en las cuales los agentes podrían encontrar y contactar diferentes clientes de una manera confiable, rápida y fácil.

Para establecer la forma de pago que usaría la aplicación “Trámites Colombia” para recaudar dinero por parte de los agentes se formuló la pregunta “¿Cómo se sentiría más cómodo para pagar por el servicio prestado y la publicidad generada?”, para la cual se dieron 4 opciones de pago, basadas en si se subscribían a la aplicación o no, estas 4 opciones son: Suscripción y comisión más baja, suscripción y precio por contacto más bajo o sin suscripción precio por contacto o comisión.

Figura 33. Opciones de pago

12. ¿Cómo se sentiría más cómodo para pagar por el servicio prestado y la publicidad generada?

(20 respuestas)



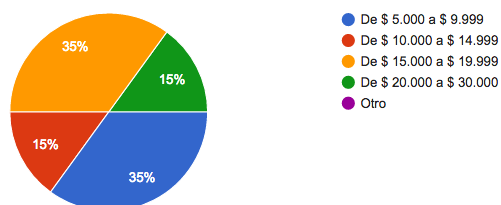
Fuente.: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Para identificar si los agentes estaban dispuestos a pagar una suscripción mensual por el servicio prestado, se hizo necesario plantear la siguiente pregunta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en caso de una suscripción mensual (este servicio incluye estar en la bases de datos de "Trámites Colombia" y estar en los 5 primeros lugares en la lista de búsqueda de acuerdo a experiencia y servicio prestado)?

Figura 34. Rango de precios agentes

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en caso de una suscripción mensual (este servicio incluye estar en la bases de datos de "Trámites Colombia" y estar en los 5 primeros lugares en la lista de búsqueda de acuerdo a experiencia y servicio prestado) ?

(20 respuestas)



Fuente.: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

De lo anterior se puede inferir que el precio que estarían dispuestos a pagar los agentes por la suscripción mensual de la aplicación está representada por el 35% entre \$5.000 a \$9.999 y también el 35% entre \$15.000 a \$19.999, el 15% está en el rango entre \$20.000 a \$30.000 y también el 15% entre \$10.000 a \$14.999, por lo tanto se observa que las respuestas a los pagos que estarían dispuestos los agentes están muy divididas, por lo cual se hace necesario

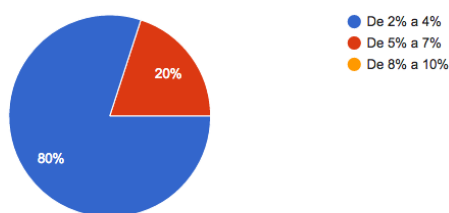
sacar un promedio de cuánto se debería cobrar por este servicio, el cual es \$16.999.

Para saber el futuro precio que “Trámites Colombia” cobraría a sus agentes en el ítem de comisión se formuló la siguiente pregunta “¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en el caso de comisión por servicios prestados por medio de la aplicación?” se establecieron 3 rangos que son: de 2% a 4%, de 5% a 7%, de 8% a 10%.

Figura 35. Rango de pago por comisión

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en el caso de comisión por servicios prestados por medio de la aplicación?

(20 respuestas)



*Fuente:*Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

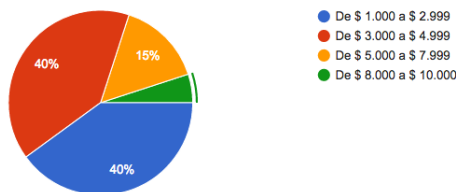
Como se puede observar en el cuadro anterior y con una gran diferencia el rango óptimo para este cobro es entre 2% a 4%, ya que el 80% de los agentes encuestados, están dispuestos a pagar este nivel de comisión.

Finalmente, para poder establecer el precio que los agentes están dispuestos a pagar en el caso de ser contactados por clientes potenciales se formuló la siguiente pregunta “¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en el caso de ser contactado por clientes concretos para su servicio?” y se dieron 4 opciones dadas en rangos de precio, los cuales fueron: De \$1000 a \$2999, de \$3000 a \$4999, de \$5000 a \$7999, de \$8000 a \$10000.

Figura 36. Rango de precios por contactos realizados

15. ¿ Cuánto estaría dispuesto a pagar en el caso de ser contactado por clientes concretos para su servicio?

(20 respuestas)



Fuente:. Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Como se observa en el gráfico anterior, las respuestas a esta pregunta, estuvieron bastante divididas y polarizadas, los rangos de \$1000 a \$2999 y de \$3000 a \$4999 tienen como peso porcentual 40% de las respuestas cada una, seguidas por el rango de \$5000 a \$ 7999 con un 15% y finalmente el rango de \$8000 a \$10000 con un 5% de peso porcentual.

Es por esto que el posible precio por contactos realizados, estará en un rango de \$1000 a \$4999, acercando a más de los \$3000 adicional que el promedio de los rangos y las respuestas es de \$49000.

Por último se quiere analizar las diferentes percepciones y mejoras que los agentes percibieron a la hora de comprender el concepto y funcionamiento de la aplicación de las cuales se resaltan las siguientes:

“Una plataforma innovadora, en cuanto al punto 15, el pago sería con clientes concretos no potenciales.”

“Forma rápida y de fácil acceso a procesos de interés general como lo es CRM y publicidad a bajo costo.”

“Puede ser una alternativa para posicionar una firma en crecimiento”

Como se observa las percepciones que genera la aplicación “Trámites Colombia” en el mercado de los agentes es muy positiva ya que la mayoría de ellos contestaron que les parecía innovadora y útil la aplicación para realizar trámites de manera rápida y confiable, por lo cual recalca el papel y el objetivo de concepto de la aplicación de la muestra en estudio.

Por otro lado las mejoras que los agentes le realizarían a la aplicación se destacan los siguientes:

“Bases de datos, búsquedas detalladas y normatividad.”

“Que se generen estadísticas de qué cantidad de personas visualizan las publicaciones y de negocios concretos.”

“Servicio offline”

Por lo anterior se ve que para los agentes es de vital importancia que la información sea detallada y confiable para la realización y los trámites y también desean obtener un conteo de los vistos en sus publicaciones por lo cual la aplicación debería implementar un software que ayude al conteo y reporte de estas vistas de cada una de las publicidades generadas en la aplicación “Trámites Colombia”.

15. CANVAS

Figura 37.Canvas

Business Model Canvas		Diseñado para:	Trámites Colombia	
		Diseñado por:	Karen Mesa Pérez- Andrés Felipe Bernal - Daniela Rodríguez Ortiz	
Relaciones Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relaciones con los clientes	Mercado Meta - Clientes
MOTIVACIÓN PARA REALIZAR	CATEGORÍAS:	CARACTERÍSTICAS:		
*Pogramadores	* Recopilación de información con software	* Accesibilidad	*Relación basada en los servicios automatizados para suministrar información	* Mercado Masivo
* Diseñadores de software	* Calidad	* Servicio rápido	* Relación con los usuarios con alta frecuencia, se atienden los tres segmentos	* Segmentos de mercados: Personal Naturales- Empresas- /
* Socios - Inversionistas	* Rápidez	* Información útil y Consolidada	* Relación con agentes de forma exclusiva (VIP) mediante una suscripción men	* Nicho de Mercado
	* Acceso a Plataforma/Redes de Contacto	* Ventaja en precio	*Comunicación	* Plataforma de uso diario
	* Fácil Uso	* Conveniencia/facilidad de uso		* Alianzas a futuro
	* Constante Actualización	* Confiabilidad de la información		
	* Capacitación en tecnología	* Búsqueda de información en un solo lugar		
	* Fuentes de ingreso : Empresas y Agentes	* Actualización de datos		
		* Diligenciamiento		
		* Captación de clientes potenciales		
	Recursos Clave	* Publicidad	Canales de Distribución	
	TIPOS DE RECURSOS:	* Disminución de riesgos	* Plataforma Tecnológica	
	* Físicos	* Comidad	* Goole Adwords	
	* Intelectuales (Marcas, Patentes,	* Utilidad	* Redes sociales: Facebook - Instagram	
	* Tecnológicos		* Referidos	
	* Capital de trabajo		* Modelo B2B : agentes y empresas	
	* Apalancamiento con inversionistas			
Estructura de Costos	TU NEGOCIO ESTA BASADO EN:		Flujos de Ingresos	
* Manejo de los costes			TIPOS:	
* Costos relacionados con :			* Pago por descarga : Empresas(\$3700)	
- Inversión			* Frecuencia de ingresos	
- Tiempo			* Pago mensual Agentes: por Suscripción (\$17.000) - Naturales: Alta	
- Contratación			- Empresas : Media	
- Desarrolladores			- Agentes: Alta	
CARACTERÍSTICAS:	PUNTO DE EQUILIBRIO		* Pago agentes por comisión : 2 %	
* Costos Fijos que disminuyen con el tiempo			PRECIO FIJO	
			* Ajustable al segmetno	
			* Ajustable al volumen	
			* Precio de acuerdo al mercado en tiempo real	
			* Rentabilidad por ingresos	
			* Ajustable según el servicio	

16. MODELO DE NEGOCIO.

16.1. Identificación del Problema

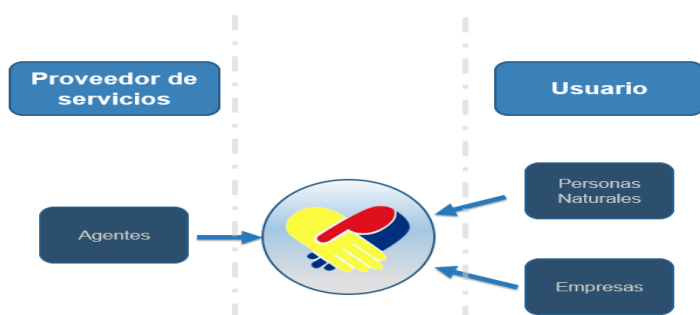
Basamos el desarrollo de nuestra aplicación en la realización de trámites en Colombia, en donde identificamos diversos problemas que se están presentando actualmente.

Dentro de estos problemas el primero corresponde a que en el ranking mundial de eficiencia, realizado por el Banco Mundial, Colombia ocupa el puesto número 177, entre 183 países; el segundo corresponde a que el tiempo promedio de realización de trámites en Colombia, es el doble del tiempo que utilizan los países de África, Latinoamérica y el Caribe; el tercer problema que identificamos es que alrededor del 4% de la población de Bogotá asiste a un centro de realización de trámites por día, y de este 4%, aproximadamente el 40% va solamente por información correspondiente al trámite que realizará y por último encontramos que la cultura Colombiana obstaculiza más este proceso al no poseer un hábito de lectura, las problemáticas anteriormente identificadas, generan que el proceso de diligenciamiento de trámites en Colombia es un proceso largo, tedioso y costoso en términos de tiempo y dinero.

16.2. ¿Qué somos?

Una aplicación para IOS y Android que funciona como Marketplace. “Trámites Colombia” recopila y consolida información confiable y actualizada sobre los diferentes trámites en Colombia, uniendo de esta manera los usuarios y proveedores de servicios de asesoría para diligenciar trámites de manera rápida y útil, y así facilitar y ahorrar tiempo a las personas en su vida cotidiana.

Figura 38. Marketplace trámites Colombia



Fuente:.. Elaboración propia.

Tabla 42. Definición de cada uno del servicio por segmentos

Personas Naturales	Empresas	Agentes
<p>Se encuentra información referente a trámites en áreas tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad • Educación • Impuestos y contribuciones • Salud • Legal • Territorio y vivienda 	<p>Se encontrará la información necesaria a la hora de realizar cualquier trámite empresarial en Colombia en áreas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legal • Comercio exterior • Impuestos y contribuciones 	<p>Ofrece la posibilidad de tener contacto con clientes potenciales dentro de una masa crítica ya establecida, quienes tienen la necesidad de contratar un servicio de asesorías especializadas en diferentes trámites</p>

Nota: Elaboración propia

16.3. ¿Qué nos diferencia?

Como ya se mencionó anteriormente, contamos con tres tipos de segmentos, dentro de estos tres segmentos, dos corresponden a usuarios y uno es quien nos provee el servicio. Con respecto a los usuarios encontramos que lo que nos diferencia va muy de la mano con lo que ellos buscan según los resultados del método cualitativo de recolección de información, estos aspectos corresponden a la recopilación de datos, información actualizada y vigente, direccionamiento a contactos especializados y por último el fácil uso de la aplicación. Con respecto a los agentes, encontramos que lo que nos diferencia del método tradicional de captación de clientes es que contamos con una masa crítica de usuarios potenciales, que la aplicación es de fácil uso, bajos precios y rotación constante de clientes.

16.4. Estimación de la demanda.

Personas Naturales: Teniendo en cuenta que la población total de Bogotá es de 7'980.001 personas, y que las personas menores de 18 años no están dentro de nuestro

segmento objetivo, contamos con un mercado de hasta 5'660.631 personas. Nuestro punto de equilibrio está en 2600 personas, lo que quiere decir que en primera instancia queremos llegarle al 0.045% de nuestro mercado objetivo.

Empresas: El total actual de Mipymes en Bogotá es de 384.018 empresas, nuestro punto de equilibrio para este segmento se encuentra en 869 empresas, lo que quiere decir que queremos abarcar el 0.22% de este mercado en la capital.

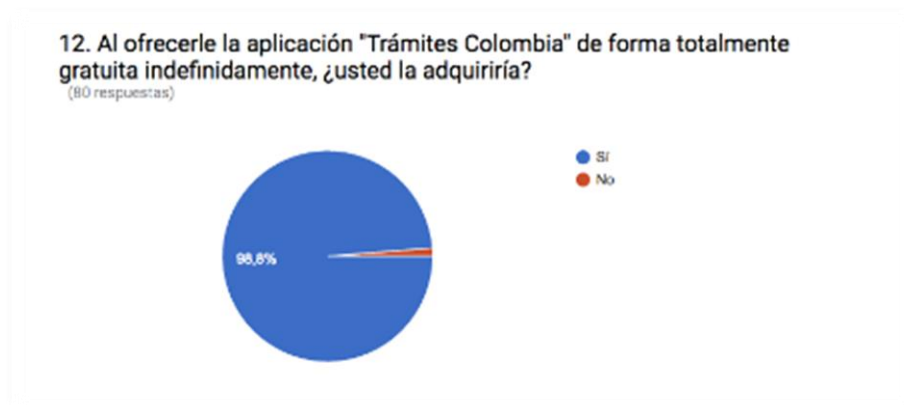
Agentes: Por cada agente hay 30 clientes disponibles entre personas naturales y personas jurídicas, de estos 30 clientes, aproximadamente el 50% hace uso de los contactos especializados, nuestro punto de equilibrio para este segmento se encuentra en 116 agentes.

16.5. Precios.

Para establecer los precios óptimos de la aplicación en el mercado, realizamos encuestas a cada uno de los segmentos que arrojaron los siguientes resultados.

Personas Naturales:

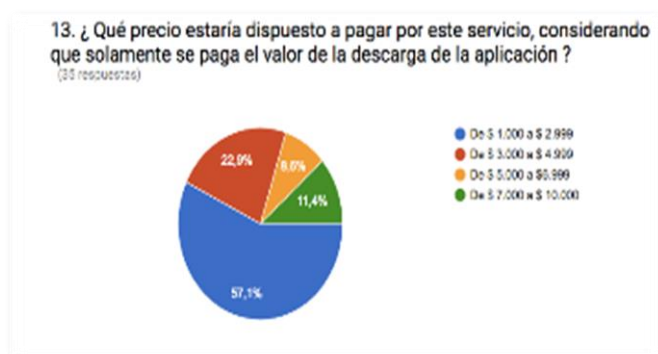
Figura 39. Precio óptimo personas naturales



Fuente.: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Empresas:

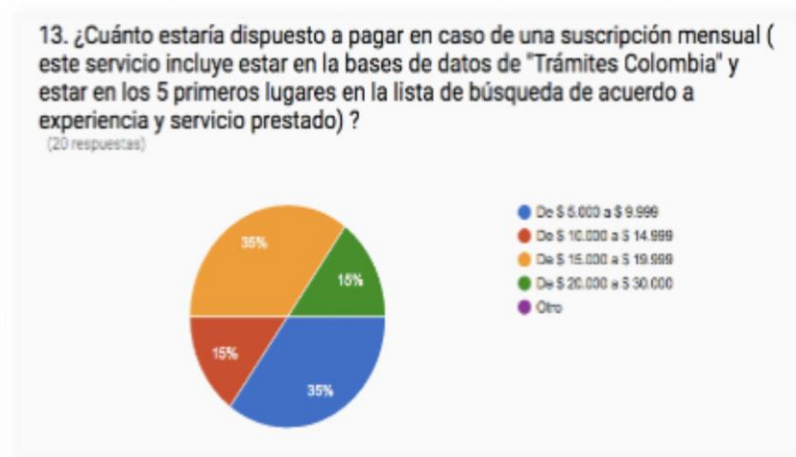
Figura 40. Precio óptimo empresas



Fuente.: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

Agentes:

Figura 41. Precio óptimo agentes



Fuente.: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

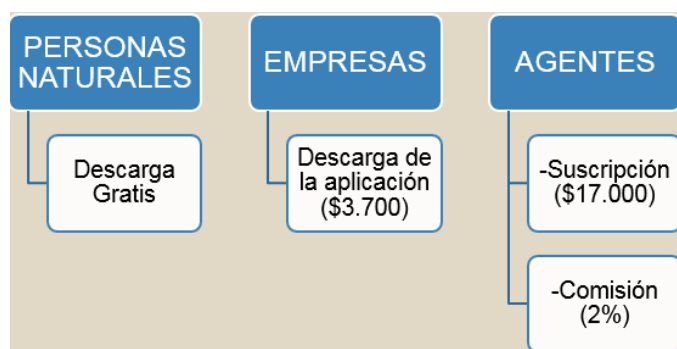
Figura 42 comisión óptima agentes



Fuente.: Elaboración propia con datos obtenidos de Formularios de Google.

De acuerdo a lo anterior, se establecieron los siguientes precios y porcentajes como los óptimos para "Trámites Colombia".

Figura 43. Precios consolidados



Fuente.: Elaboración propia.

16.6. Publicidad.

A continuación se presentan los gastos de publicidad para la campaña de lanzamiento, estos gastos están discriminados por cada uno de los segmentos.

Tabla 43. Gastos para la campaña de lanzamiento

Campaña de Lanzamiento				
	Precios de Referencia	Personas Naturales	Empresas	Agentes
Cuñas Radiales				
Candela		\$ 31,250,000		
La W	\$ 59,698,458		\$ 59,698,458	\$ 59,698,458
Caracol Radio	\$ 27,381,119		\$ 27,381,119	\$ 27,381,119
Total cuñas radiales	\$ 87,079,577	\$ 31,250,000	\$ 87,079,577	\$ 87,079,577
Feria empresarial			\$ 16,000,000	
Transmilenio	\$ 4,352,942	\$ 17,411,768		
Total Gastos		\$ 48,661,768	\$ 103,079,577	\$ 87,079,577
Total Campaña de Lanzamiento				\$ 238,820,921

Nota: Elaboración propia.

16.7. Especificaciones de Publicidad en la Campaña de Lanzamiento.

16.7.1. Cuñas Radiales.

Personas Naturales: Cuña radial en la emisora candela, durante tres semanas de lunes a viernes, en el programa radial el fororro, dos cuñas diarias, con un costo de \$ 31.250.000.

““Si está cansado de las molestas filas interminables, si quiere realizar sus trámites de manera exitosa, rápida y confiable..... Descargue gratuitamente la aplicación "trámites Colombia" que le ayudará y le proveerá toda la información relevante para su trámite encontrando la solución a todas sus inquietudes y problemas; así como la posibilidad de

Ahorrar tiempo y dinero con un sólo click, podrá encontrar desde información hasta contactos especializados.

Disponible para Android y IOs descárgala ya!!

Tramites Colombia, Busca menos, encuentra más

**Aplican condiciones y restricciones”*

Empresas y Agentes: Cuña radial para cada segmento en las emisoras caracol radio y la w, la primera con 1 Cuña diaria en horario de 6 a.m. a 10 a.m. durante tres semanas de lunes a viernes, con un costo de \$ 24.795.000, la segunda con 2 Cuñas diarias de 30 segundos durante 22 días, con un costo de \$ 54.060.000.

“Si usted está empezando su negocio o si ya tiene su empresa establecida, no pierda mas el tiempo contratando o yendo a centros de realización de trámites , aproveche esta gran oportunidad de tener toda la información disponible , sitios de información , horarios, costos y contactos especializados que pueden ayudarle a hacer esta tarea dispendiosa para su empresa! descargue ya “ tramites Colombia” por solo \$3.700 y podrá tener todo a su alcance y disposición para el éxito de sus trámites ahorrando tiempo y dinero en su empresa.

Disponible para Android y IOs descárgala ya!!

Tramites Colombia, Busca menos, encuentra más

**Aplica condiciones y restricciones”*

“Si usted es abogado, contador o financiero y desea tener clientes todos los días de forma rápida, confiable y ganar dinero, que está esperando? Esta es su oportunidad; únase ahora mismo a la red de contactos de la aplicación trámites Colombia, La cual le permitirá aumentar sus ingresos mensualmente gestionando los trámites necesarios para sus clientes de manera rápida y efectiva.

NO DEJE PASAR ESTA OPORTUNIDAD, Descárguela YA

TRAMITES COLOMBIA; ¡Busca menos, encuentra más ;

**Disponible para Android y IOs.*

**Aplican condiciones y restricciones”*

16.7.2. Feria.

Nos encontraremos en la feria nacional de Negocios Y exposiciones que se realiza cada año en Corferias, como salón de carácter especial para el fomento y desarrollo de pequeñas y medianas empresas. Con un costo de \$ 16.000.000, donde se incluye el valor del stand y del material POP que será entregado en esta feria.

Feria Empresarial:

Figura 44.Feria empresarial



Fuente: Elaboración propia

Figura 45.Material POP



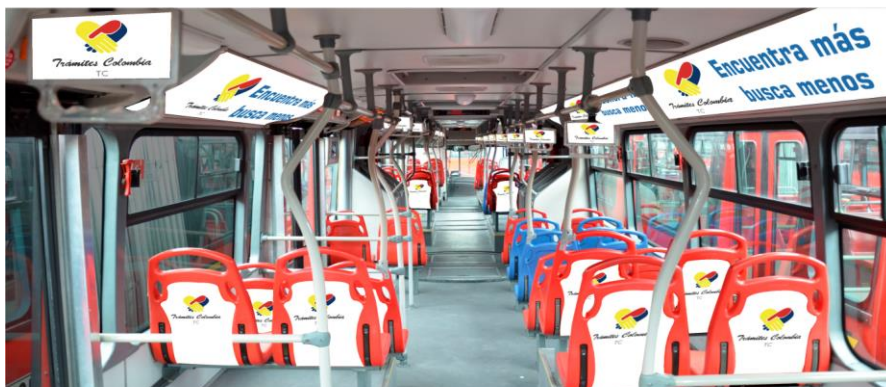


*Fuente:*Elaboración propia.

16.7.3. Transmilenio

Ofrece una publicidad con exclusividad de marca y branding interior, el costo por bus es de \$ 4.352.942, teniendo en cuenta que es para cuatro buses en diferentes rutas para tener mayor cobertura para personas naturales.

Figura 46. Publicidad transmilenio



Fuente.: Elaboración propia.

16.8. Publicidad Mensual:

A continuación, presentamos los gastos de publicidad mensual, estos gastos perdurarán durante los 5 años.

Tabla 44. Gastos de Publicidad

Gastos Publicidad Mensual					
Gastos de publicidad	Mensual	Anual	Personas Naturales	Empresas	Agentes
Facebook	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
Google Adwords			\$ 1.040.000	\$ 347.676	\$ 46.400
Revista especializada	\$ 1.625.000	\$ 19.500.000		\$ 19.500.000	\$ 19.500.000
Total Año			\$ 19.040.000	\$ 37.847.676	\$ 37.546.400
Total Publicidad					\$ 94.434.076

Nota: Elaboración propia.

16.8.1. Revista especializada.

Pautaremos en la revista Libre Comercio, para los segmentos de agentes y empresas, cada uno con un costo anual de \$ 19.500.000, en ediciones bimestrales.

Figura 47. Publicidad revista empresarial

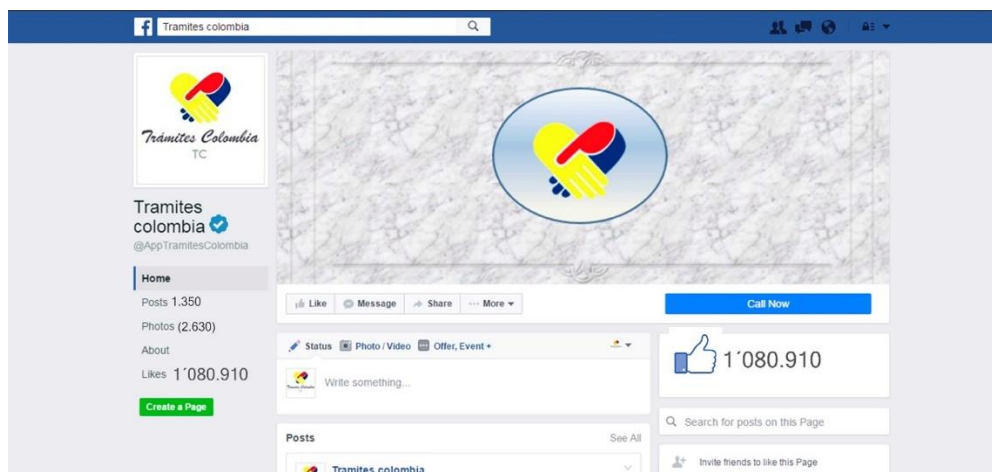


Fuente: Elaboración propia.

16.8.2. Redes Sociales (Facebook e Instagram)

En Facebook y en Instagram contamos con página propia, sin embargo en Facebook pautaremos para tener más visualizaciones y llegar más rápidamente a nuestro mercado objetivo.

Figura 48. Publicidad Facebook



Fuente: Elaboración propia.

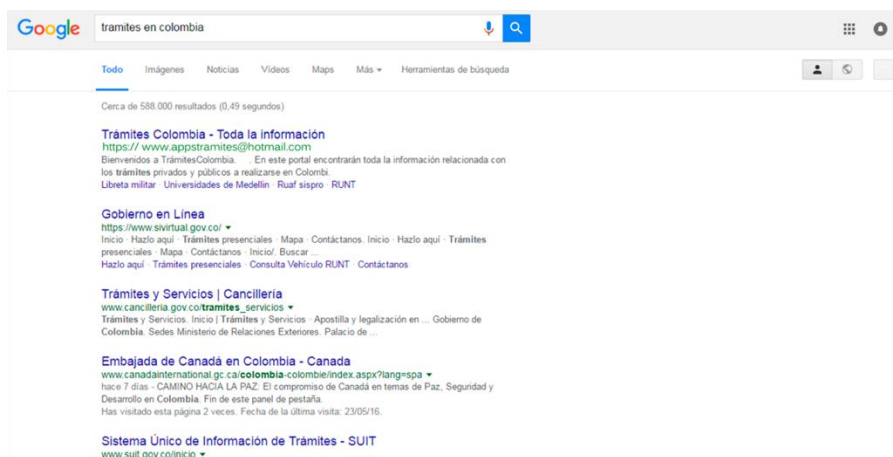
Figura 49. Publicidad instagram



Fuente:. Elaboración propia.

16.8.3. Google Adwords. Pautaremos en Google Adwords para que “Trámites Colombia” aparezca de primeras en las búsquedas de los usuarios en la plataforma Google.

Figura 50. Publicidad google adwords



Fuente:. Elaboración propia.

16.9. Plan de Fidelización.

El plan de fidelización tiene como objetivo reducir el número de deserción dentro de la aplicación y así mantener al alza los niveles de demanda, el presupuesto que tenemos destinado para este concepto, corresponde al 30% de la reinversión, que a la vez corresponde al 30% de la utilidad luego de haber dado el porcentaje correspondiente a los socios.

Para personas naturales serán las 5 personas que más realicen trámites con contactos mediante la aplicación al mes quienes reciban un bono redimible en la misma. En cuenta a empresas serán las 5 empresas que más realicen trámites con contactos mediante la aplicación

quienes reciban un bono redimible en la misma, y por último en cuanto a agentes, será para aquellos que por concepto de comisión superen \$500.000 quienes recibirán la suscripción del siguiente mes totalmente gratis.

16.10. Key Performance Indicators.

Indicadores de publicidad:

- Eficiencia Publicidad = $\frac{\text{Gasto Publicidad}}{\text{EBITDA}}$
- Participacion Anual Publicidad = $\frac{\text{Gasto Publicidad}}{\text{Ingresos Totales}}$
- Efectividad plan de fidelizacion = $1 - \frac{\# \text{ Clientes Perdidos}}{\# \text{ Clientes Total}} * 100$
- Captacion de clientes (Personas Naturales) = $\frac{\# \text{ Clientes Nuevos}}{\text{Gasto Publicidad}}$
- Captacion de clientes (Empresas) = $\frac{\# \text{ Clientes Nuevos}}{\text{Gasto Publicidad}}$
- Captacion de clientes (Agentes) = $\frac{\# \text{ Clientes Nuevos}}{\text{Gasto Publicidad}}$

Indicadores Demanda:

- Clientes entrantes (Personas) # Clientes nuevos - #Clientes Perdidos
- Clientes entrantes (Empresas) # Clientes nuevos - #Clientes Perdidos
- Clientes entrantes (Agentes) # Clientes nuevos - #Clientes Perdidos
- Publico impactado(Personas Naturales) = $\frac{\text{Personas Naturales en la App}}{\text{Demanda Posible}}$
- Publico impactado(Empresas) = $\frac{\# \text{ Empresas en la App}}{\text{Demanda Posible}}$
- Publico impactado(Agentes) = $\frac{\# \text{ Agentes en la App}}{\text{Demanda Posible}}$

Indicadores de usabilidad:

- Frecuencia de uso (Personas Naturales) = $\frac{\# \text{ Contacos solicitados al mes}}{\text{Dias del mes}}$
- Frecuencia de uso (Empresas) = $\frac{\# \text{ Contactos Solicitados al mes}}{\text{Dias del mes}}$
- Frecuencia de uso (Agentes) = $\frac{\# \text{ Servicios realizados al mes}}{\text{Dias del mes}}$

16.11. Modelo Financiero

16.11.1PyG. A continuación, se presenta el PyG de “Trámites Colombia” en donde se especifican los rubros de ingreso, discriminados por segmento, los costos y gastos. Teniendo en cuenta el aumento porcentual que representa la inflación año tras año. Teniendo en cuenta que el primer año contamos con unas pérdidas de -\$ 161.245.098 a causa de los gastos en campaña de lanzamiento del año 0.

Tabla 45. Estado de pérdidas y Ganancias

Rubros	Especificaciones	Valor mensual	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	Inflación				6,50%	4,50%	3,80%	4,10%	4,30%
Ingresos									
	Ingresos tramites Colombia								
	Personas naturales			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
	Empresas			\$ 5.500.451	\$ 4.574.560	\$ 1.300.386	\$ 1.469.542	\$ 1.659.099	
	Agentes Subscripcion			\$ 31.388.573	\$ 58.905.990	\$ 80.534.968	\$ 91.011.098	\$ 102.750.612	
	Agentes Comision			\$ 288.036.322	\$ 540.549.083	\$ 739.026.766	\$ 835.160.660	\$ 942.887.967	
Total de Ingresos			\$ -	\$ 324.925.346	\$ 604.029.633	\$ 820.862.119	\$ 927.641.300	\$ 1.047.297.677	
Costos									
	Costo Aplicación-Programador		\$ 40.000.000						
	Costo mantenimiento y atualizacion Plataformas Android - IOS	\$ 2.400.000		\$ 28.800.000	\$ 30.096.000	\$ 29.894.400	\$ 29.980.800	\$ 30.038.400	
Total Costos			\$ 40.000.000	\$ 30.600.000	\$ 31.977.000	\$ 31.846.878	\$ 32.013.330	\$ 32.158.328	
			\$ (40.000.000)	\$ 294.325.346	\$ 572.052.633	\$ 789.015.241	\$ 895.627.971	\$ 1.015.139.349	
Gastos									
	Arrendamiento Oficina	\$ 2.300.000		\$ 27.600.000	\$ 28.842.000	\$ 29.937.996	\$ 31.165.454	\$ 32.505.568	
	Servicio de Aseo	\$ 160.000		\$ 1.920.000	\$ 2.006.400	\$ 2.082.643	\$ 2.168.032	\$ 2.261.257	
	Administracion	\$ 350.000		\$ 4.200.000	\$ 4.389.000	\$ 4.555.782	\$ 4.742.569	\$ 4.946.500	
	Servicios publicos	\$ 230.000		\$ 2.760.000	\$ 2.884.200	\$ 2.993.800	\$ 3.116.545	\$ 3.250.557	
	Muebles y enseres		\$ 3.000.000						
	Pagina Web	\$ 4.200.000		\$ 4.200.000	\$ 3.065.127	\$ 3.181.602	\$ 3.312.048	\$ 3.454.466	
Gastos Prestacion de Servicios									
	Community Manager	\$ 1.500.000		\$ 18.000.000	\$ 18.810.000	\$ 19.524.780	\$ 20.325.296	\$ 21.199.284	
	Contador	\$ 689.454		\$ 8.273.448	\$ 8.645.753	\$ 8.974.292	\$ 9.342.238	\$ 9.743.954	
	Revisor fiscal	\$ 1.000.000		\$ 12.000.000	\$ 12.540.000	\$ 13.016.520	\$ 13.550.197	\$ 14.132.856	
Publicidad		\$ 238.820.921	\$ 238.820.921						
	Personas Naturales			\$ 19.040.000	\$ 19.896.800	\$ 20.652.878	\$ 21.499.646	\$ 22.424.131	
	Empresas			\$ 37.847.676	\$ 39.550.821	\$ 41.053.752	\$ 42.736.956	\$ 44.574.645	
	Agentes			\$ 37.546.400	\$ 39.235.988	\$ 40.726.956	\$ 42.396.761	\$ 44.219.821	
	Camara y comercio		\$ 362.000						
Total Gastos		\$ 249.250.375	\$ 242.182.921	\$ 173.387.524	\$ 179.866.089	\$ 186.701.001	\$ 194.355.742	\$ 202.713.039	
EBITDA			\$ (282.182.921)	\$ 120.937.823	\$ 392.186.543	\$ 602.314.241	\$ 701.272.229	\$ 812.426.310	

Nota: Elaboración propia.

16.11.2. Inversionistas. A los inversionistas les pedimos un capital de \$339.476.683 que contempla los costos de inicio de la operación y los primeros seis meses en costos y gastos de la aplicación. Este valor será retribuido en un periodo de 5 años, con un interés del 16% EA, que será amortizado en 60 meses, con cuotas constantes de \$ 9.489.723, un abono a capital que aumenta y unos intereses que decrecen con el tiempo, esperando que luego de los 60 meses de abonos contemos con un saldo 0, tal y como se muestra a continuación.

Tabla 46. Amortización de la deuda

PERIODO	CUOTA	ABONO A CAPITAL	INTERES	SALDO	30	\$ 9.489.723	\$ 6.467.509	\$ 3.022.214	\$ 236.375.416
0	\$ 9.489.723			\$ 399.476.683	31	\$ 9.489.723	\$ 6.547.998	\$ 2.941.725	\$ 229.827.418
1	\$ 9.489.723	\$ 4.518.181	\$ 4.971.542	\$ 394.958.502	32	\$ 9.489.723	\$ 6.629.489	\$ 2.860.234	\$ 223.197.929
2	\$ 9.489.723	\$ 4.574.410	\$ 4.915.313	\$ 390.384.092	33	\$ 9.489.723	\$ 6.711.994	\$ 2.777.729	\$ 216.485.935
3	\$ 9.489.723	\$ 4.631.339	\$ 4.858.384	\$ 385.752.753	34	\$ 9.489.723	\$ 6.795.526	\$ 2.694.197	\$ 209.690.409
4	\$ 9.489.723	\$ 4.688.977	\$ 4.800.746	\$ 381.063.776	35	\$ 9.489.723	\$ 6.880.097	\$ 2.609.626	\$ 202.810.312
5	\$ 9.489.723	\$ 4.747.332	\$ 4.742.391	\$ 376.316.444	36	\$ 9.489.723	\$ 6.965.721	\$ 2.524.002	\$ 195.844.591
6	\$ 9.489.723	\$ 4.806.413	\$ 4.683.310	\$ 371.510.031	37	\$ 9.489.723	\$ 7.052.410	\$ 2.437.313	\$ 188.792.181
7	\$ 9.489.723	\$ 4.866.230	\$ 4.623.494	\$ 366.643.802	38	\$ 9.489.723	\$ 7.140.178	\$ 2.349.545	\$ 181.652.002
8	\$ 9.489.723	\$ 4.926.790	\$ 4.562.933	\$ 361.717.011	39	\$ 9.489.723	\$ 7.229.039	\$ 2.260.684	\$ 174.422.964
9	\$ 9.489.723	\$ 4.988.105	\$ 4.501.618	\$ 356.728.906	40	\$ 9.489.723	\$ 7.319.005	\$ 2.170.718	\$ 167.103.958
10	\$ 9.489.723	\$ 5.050.183	\$ 4.439.540	\$ 351.678.724	41	\$ 9.489.723	\$ 7.410.091	\$ 2.079.632	\$ 159.693.867
11	\$ 9.489.723	\$ 5.113.033	\$ 4.376.690	\$ 346.565.691	42	\$ 9.489.723	\$ 7.502.311	\$ 1.987.412	\$ 152.191.556
12	\$ 9.489.723	\$ 5.176.665	\$ 4.313.058	\$ 341.389.025	43	\$ 9.489.723	\$ 7.595.678	\$ 1.894.045	\$ 144.595.878
13	\$ 9.489.723	\$ 5.241.090	\$ 4.248.634	\$ 336.147.936	44	\$ 9.489.723	\$ 7.690.207	\$ 1.799.516	\$ 136.905.671
14	\$ 9.489.723	\$ 5.306.316	\$ 4.183.407	\$ 330.841.620	45	\$ 9.489.723	\$ 7.785.913	\$ 1.703.810	\$ 129.119.757
15	\$ 9.489.723	\$ 5.372.353	\$ 4.117.370	\$ 325.469.267	46	\$ 9.489.723	\$ 7.882.810	\$ 1.606.913	\$ 121.236.948
16	\$ 9.489.723	\$ 5.439.213	\$ 4.050.510	\$ 320.030.053	47	\$ 9.489.723	\$ 7.980.913	\$ 1.508.811	\$ 113.256.035
17	\$ 9.489.723	\$ 5.506.905	\$ 3.982.818	\$ 314.523.149	48	\$ 9.489.723	\$ 8.080.236	\$ 1.409.487	\$ 105.175.799
18	\$ 9.489.723	\$ 5.575.439	\$ 3.914.284	\$ 308.947.709	49	\$ 9.489.723	\$ 8.180.796	\$ 1.308.927	\$ 96.995.003
19	\$ 9.489.723	\$ 5.644.826	\$ 3.844.897	\$ 303.302.883	50	\$ 9.489.723	\$ 8.282.607	\$ 1.207.116	\$ 88.712.396
20	\$ 9.489.723	\$ 5.715.077	\$ 3.774.646	\$ 297.587.806	51	\$ 9.489.723	\$ 8.385.685	\$ 1.104.038	\$ 80.326.711
21	\$ 9.489.723	\$ 5.786.202	\$ 3.703.521	\$ 291.801.605	52	\$ 9.489.723	\$ 8.490.046	\$ 999.677	\$ 71.836.665
22	\$ 9.489.723	\$ 5.858.212	\$ 3.631.511	\$ 285.943.393	53	\$ 9.489.723	\$ 8.595.706	\$ 894.017	\$ 63.240.959
23	\$ 9.489.723	\$ 5.931.118	\$ 3.558.605	\$ 280.012.275	54	\$ 9.489.723	\$ 8.702.681	\$ 787.042	\$ 54.538.279
24	\$ 9.489.723	\$ 6.004.932	\$ 3.484.791	\$ 274.007.343	55	\$ 9.489.723	\$ 8.810.987	\$ 678.736	\$ 45.727.292
25	\$ 9.489.723	\$ 6.079.664	\$ 3.410.059	\$ 267.927.679	56	\$ 9.489.723	\$ 8.920.641	\$ 569.082	\$ 36.806.651
26	\$ 9.489.723	\$ 6.155.326	\$ 3.334.397	\$ 261.772.353	57	\$ 9.489.723	\$ 9.031.659	\$ 458.064	\$ 27.774.992
27	\$ 9.489.723	\$ 6.231.930	\$ 3.257.793	\$ 255.540.423	58	\$ 9.489.723	\$ 9.144.059	\$ 345.664	\$ 18.630.932
28	\$ 9.489.723	\$ 6.309.487	\$ 3.180.236	\$ 249.230.935	59	\$ 9.489.723	\$ 9.257.859	\$ 231.865	\$ 9.373.074
29	\$ 9.489.723	\$ 6.388.010	\$ 3.101.713	\$ 242.842.926	60	\$ 9.489.723	\$ 9.373.074	\$ 116.649	\$ (0)

Nota: Elaboración propia.

A continuación, se muestra la recopilación de datos año tras año, con totales que se evidencian en la parte inferior de la tabla.

Tabla 47. *Abono a capital anual*

AÑO	ABONO A CAPITAL ANUAL	INTERESES ANUALES	CUOTA ANUAL	EBITDA	DIFERENCIA	REINVERSION 30%	UTILIDAD FUNDADORES
1	\$ 58.087.657	\$ 55.789.020	\$ 113.876.677	\$ 120.937.823	\$ 7.061.146	\$ 2.118.344	\$ 4.942.802
2	\$ 67.381.683	\$ 46.494.994	\$ 113.876.677	\$ 392.186.543	\$ 278.309.866	\$ 83.492.960	\$ 194.816.906
3	\$ 78.162.752	\$ 35.713.925	\$ 113.876.677	\$ 602.314.241	\$ 488.437.564	\$ 146.531.269	\$ 341.906.295
4	\$ 90.668.792	\$ 23.207.885	\$ 113.876.677	\$ 701.272.229	\$ 587.395.552	\$ 176.218.666	\$ 411.176.886
5	\$ 105.175.799	\$ 8.700.878	\$ 113.876.677	\$ 812.426.310	\$ 698.549.633	\$ 209.564.890	\$ 488.984.743
TOTAL	\$ 399.476.683	\$ 169.906.702	\$ 569.383.385	\$ 2.629.137.146	\$ 2.059.753.761	\$ 617.926.128	\$ 1.441.827.633

Nota: Elaboración propia.

Como se ve a continuación la inversión realizada por los inversionistas es de \$ 399.476.683, con una devolución total que se hará luego de los 5 años de \$ 569.383.385, lo que deja una utilidad de \$ 169.906.702 que corresponde al 42,5323% de la inversión realizada inicialmente.

Tabla 48. *Utilidad para el inversionista*

Devolucion Total	\$ 569.383.385
Inversion	\$ 399.476.683
Utilidad inversionista	\$ 169.906.702
Porcentaje de Utilidad	42,5323%

Nota: Elaboración propia.

17. CONCLUSIONES

- De acuerdo a los análisis anteriormente realizados y adicionales a las conclusiones dadas en cada uno de ellos, encontramos varios aspectos favorecedores y otros tantos que corresponden a oportunidades de mejora para "Trámites Colombia".

- Dentro de los aspectos que benefician a la aplicación esta la aceptación de las personas naturales en un 98.8%, teniendo en cuenta una utilidad promedio de 4.08 que se ve evidencia en el cumplimiento de características relevantes para los clientes, tales como la facilidad de uso y suplir una necesidad mediante la innovación. En este mismo ámbito encontramos que "Trámites Colombia " genera una ventaja competitiva frente a sus competidores y servicios sustitutos, ya que realiza una recopilación de información que reduce tiempos de búsqueda y facilita la vida del usuario.
- Como segundo aspecto importante "Trámites Colombia" tuvo una gran acogida en el mercado empresarial, con un porcentaje de aceptación del 87.2% en sectores diversos del mercado Colombiano, adicional a esto se presentó un incremento del 8.88% en la percepción de utilidad de la aplicación, quedando así con un promedio de 4.45, el análisis realizado dio por evidencia factores relevantes para las personas jurídicas a la hora de elegir una plataforma que facilite la información en aspectos tales como datos verídicos, referencias especializadas y facilidad de búsqueda; aspectos pertenecientes al servicio prestado por nuestra aplicación que denotan el buen planteamiento de la misma. Cabe resaltar que las empresas están dispuestas a pagar por "Trámites Colombia" un promedio de 3.700 pesos COP.
- Por último nos encontramos con los agentes, quienes en colaboración con la aplicación trabajarían para prestar un servicio de excelente calidad, el análisis de estas personas tanto naturales como jurídicas nos dio por resultado una participación dentro de la red de contactos del 59.4%, de los cuales el 95% estarían dispuestos a hacer parte de " Trámites Colombia" mediante la opción preferencial de suscripción con precio por contactos, con un porcentaje promedio de suscripción de 16.900 y un valor de 4.900 pesos por contactos concretos referidos, para terminar, encontramos una percepción de utilidad promedio de 4.2.
- Como oportunidad de mejora encontrada mediante la percepción de los diversos clientes sobre la aplicación, está la importancia de la seguridad de la información puesto que "Trámites Colombia" manejaría información confidencial tanto de empresas como de personas naturales y datos importantes de sus agentes.

18. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arriaga, A. M., & Palmer, M. C. (24 de 06 de 2015). La investigación cualitativa y la cuantitativa en la mercadotecnia . Xochimilco, Xochimilco, México.

Cámara de Comercio, b. (2014). *ccb.gov.co*. Obtenido de <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico>

DANE. (31 de Octubre de 2016). *dane.gov.co*. Obtenido de [dane.gov.co](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo):
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Secretaría de planeación, B. (2015). *sdp.gov.co*. Obtenido de [sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion):
<http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion>

Andrés Daniel Rojas. (2016). Presentación prueba de concepto. Matriz para valoración de oportunidades y Análisis de rivalidad de la industria.10 de octubre de 2016, de Universidad del Rosario Sitio web: Innovación en marketing y gerencia de producto

Banco de la República de Colombia. (2016). Boletín de Indicadores Económicos. 12 de Septiembre de 2016, de Banco de la República de Colombia Sitio web: <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/bie.pdf>

Edgar Medina. (2015). Nos alegra el fracaso ajeno y nos da envidia ver a otros triunfar. El Tiempo,<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnología/es-difícil-emprender-en-colombia/16420295>.

El Congreso de Colombia. (2010). Ley No 1341. 14 de septiembre de 2016, de El Congreso de Colombia Sitio web: http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707_documento.pdf

Pascual Parada. (2015). Aplicación práctica del PESTEL a una startup de desarrollo de Apps. 14 de Septiembre de 2016, de YouTube Sitio web: <https://www.youtube.com/watch?v=yJ9FVEo7sp4>