



UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

Más de medio siglo formando en valores

ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification



Nº 233044



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

**DISEÑAR ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DEI
DEPARTAMENTO DE MENSAJERÍA DE COODICARGA
S.A.S EN LA ZONA CENTRO DE BOGOTÁ**

**INTEGRANTES:
JHONY FERNÁN MÉNDEZ HERRERA
OSCAR MARTIN CASTAÑEDA**

**ARIANNE ILLERA
Doctora en Ciencias Empresariales**

BOGOTÁ DC Abril de 2016



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las empresas, personas y familias conformadas no quieren perder tiempo debido a la necesidad de la sociedad por tener una mejor calidad de vida

Tener una mejor calidad de vida, por tanto mujeres como hombres son personas que trabajan todo el día por igual, se preparan cada día más el tiempo en casa lo quieren aprovechar al máximo

Zona bancaria, turística, se encuentra varias entidades del estado, y muchas empresas del sector privado, debido a todo esto la zona padece de problemas de movilidad y de cultura ciudadana.

En el centro de la ciudad de Bogotá hay tres localidades la de santa fe, Germania y candelaria la cual hay un promedio de habitantes de 150000 pero en el día se alcanza triplicar gracias a su comercio



¿Qué estrategias se pueden implementar para el desarrollo de un servicio especial de Mensajería y diligencias personales, para facilitar la vida de los usuarios de la zona centro de Bogotá?



LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

- DESARROLLO ECONÓMICO Y CALIDAD DE VIDA
- NUCLEO PROBLEMICO: GESTION EMPRESARIAL



OBJETIVOS

ESPECIFICOS

GENERAL

Diseñar Estrategias para desarrollar el departamento de mensajería de COODICARGA S.A.S, en la Zona Centro de Bogotá.

1. Establecer un planes estrategias para implementar el servicio de Mensajería y diligencias personales.

Lograr establecer los diferentes servicios que prestan las empresas que lo ofrecen en la zona y así determinar la oferta y demanda del servicio.

Identificar las necesidades que se dan en torno al servicio de mensajería y diligencias personales para la zona centro



JUSTIFICACIÓN

- Bogotá presenta un crecimiento desmedido de la población anualmente y con ello el caos de la movilidad empeora con el tiempo.

¿POR
QUÉ?

- El departamento de mensajería de COODICARGA S.A.S garantiza la entrega de los envíos desde el sitio de recogida hasta su destino final..

¿CUÁL ES EL
APORTE QUE SE
HACE

- Este servicio es indispensable para la comunidad, puesto que hay entidades que pueden ofrecer el mismo beneficio, pero sin especializarse en el tema de tramites personales y pagos de servicio, además de no ofrecer la comodidad y efectividad que los usuarios demandan.

¿PARA
QUÉ?





JUSTIFICACION

- COODICARGA S.A.S, busca ofrecer soluciones a los problemas y necesidades que encuentran las personas y empresas al solicitar un servicio de mensajería y tramites personales que lleve con seguridad y confianza sus envíos a cualquier parte de dicha zona.



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

MARCO DE REFERENCIAL



FedEx



COODICARGA S.A.S

INICIO

¿QUIENES SOMOS?

GESTIÓN INTEGRAL

PORTAFOLIO

COTIZAR



AVANZANDO CON SERVICIO Y SOLIDEZ
MENSAJERÍA - BODEGAS - MUDANZAS

SOLUCIÓN LOGÍSTICA
TRANSPORTE DE CARGA
Y MUDANZAS

MÁS DE 20 AÑOS
AVANZANDO
CON SERVICIO Y SOLIDEZ



mudanzas



Trasladamos sus bienes en vehículos furgones dotados para mudanzas o en general el transporte de mercancías

BODEGAJE



Coodicarga Almacena con seguridad y respaldo su mercancía, muebles y enseres

carga



Servicio de Transporte de Carga de cajas y paquetes hasta de 200 kilos de peso a diferentes destinos

recolección
PLANTA



Con camionetas tipo furgón y Van con capacidad de 4.5 y 2 toneladas y personal altamente calificado

mensajería



Entrega CERTIFICADA de Correspondencia y Paquetes urgentes, puerta a puerta de manera ágil y



MARCO EMPRESARIAL COODICARGA S.A.S

Misión

Satisfacer las necesidades de transporte y logística, a través de la excelencia en el servicio, y la garantía de entrega a tiempo.

Visión

Ser la mejor alternativa en transporte de Mudanzas, Mercancías, y carga a Nivel Nacional e internacional, gracias al liderazgo en cumplimiento y seguridad, mediante un excelente servicio y con un sistema de gestión de calidad permanente, satisfaciendo siempre las necesidades y gustos de nuestros clientes; Bajo los principios éticos que nos caracterizan y dentro de la normatividad vigente.



MARCO TEORICO

La teoría de la excelencia según TOM PETERS Y ROBERT WATERMAN QUIENES AFIRMAN QUE LOS GRANDES NEGOCIOS SON EXITOSOS, EN LA MEDIDA QUE APLICAN LOS PRINCIPIOS DE CALIDAD Y EL SERVICIO.



ESTRATEGIA DE SERVICIO AL CLIENTE

En el análisis realizado con la matriz MEFI, se le dio un peso mayor al tema de Servicio al cliente, sin embargo el desarrollo y evolución del servicio se debe soportar también con estrategias que se enfoquen a mejorarlo y así, se pueda convertir en un factor determinante a la hora de elegir a COODICARGA S.A.S como a la mejor alternativa para la mensajería en la zona Centro de Bogotá.



ESTRATEGIAS DE COODICARGAS S.A.S



ESTRATEGIA DE SOPORTE AL MERCADO marketing mix

CENTRADO EN LA EMPRESA

PRECIO



COSTO

PRODUCTO



CLIENTE

PROMOCIÓN



COMUNICACIÓN

PLAZA



CONVENIENCIA

CENTRADO EN EL CLIENTE

Philip Kotler,

Robert Lauterborn



MATRIZ BCG

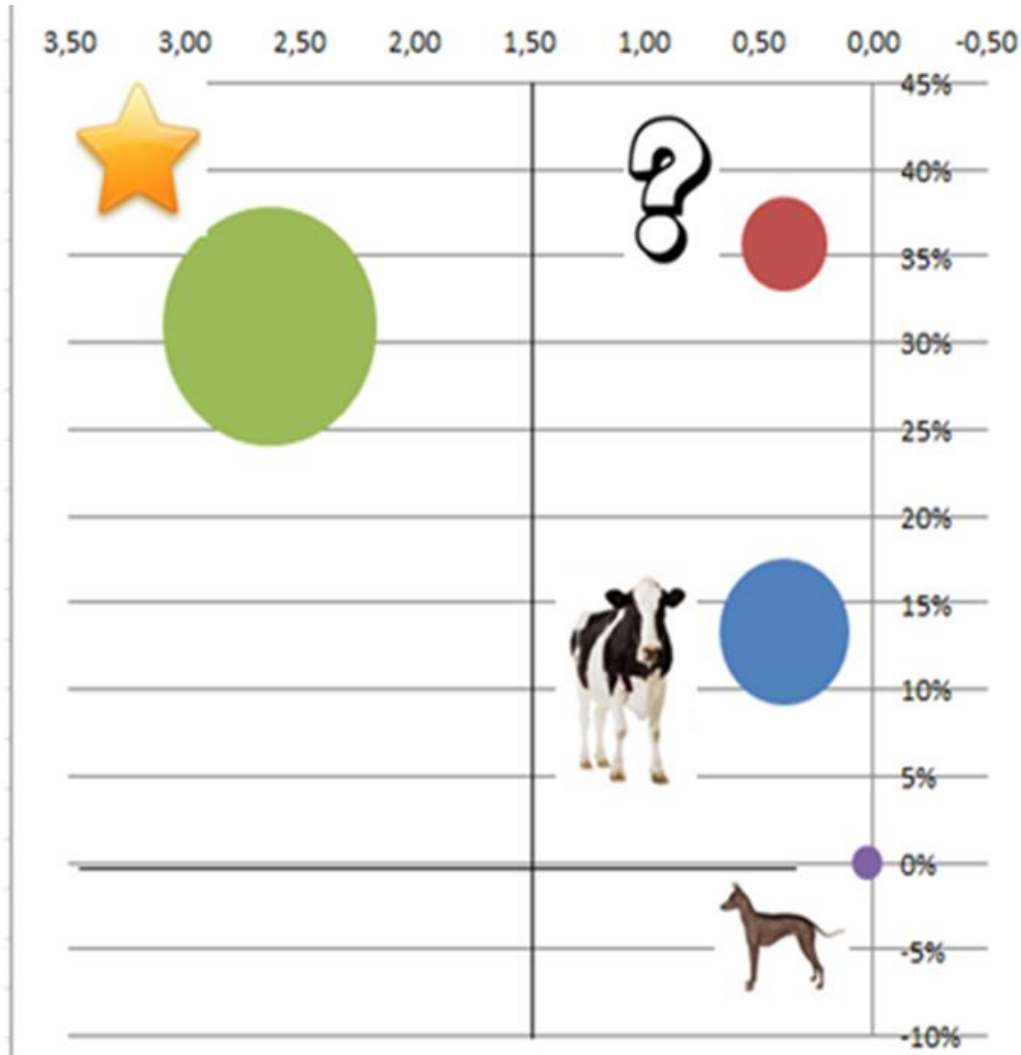


CALCULO DE LA PARTICIPACION RELATIVA Y CRECIMIENTO DEL MERCADO

	2014				2015				PART. REAL	T/C
	SERVICIOS	%	VENTAS	%	SERVICIOS	%	VENTAS	%		
UEN-MUDANZAS Y TRASTEOS	60	34,68%	\$ 22.200.000	27,09%	68	31,34%	\$ 25.160.000	24,36%	0,38	13%
UEN-BODEGAS	28	16,18%	\$ 7.840.000	9,57%	38	17,51%	\$ 10.640.000	10,30%	0,16	36%
UEN-TRANSPORTE DE CARGA	84	48,55%	\$ 50.400.000	61,51%	110	50,69%	\$ 66.000.000	63,89%	2,62	31%
UEN-RECOLECCION DE PLANTA	1	0,58%	\$ 1.500.000	1,83%	1	0,46%	\$ 1.500.000	1,45%	0,02	0%
TOTALES	173	100,00%	\$ 81.940.000	100,00%	217	100,00%	\$ 103.300.000	100,00%		26%

PARTICIPACION RELATIVA EN EL MERCADO

CRECIMIENTO DE LA DEMANDA



Matriz BCG

- MUDANZAS Y TRASTEOS
- BODEGAS
- TRANSPORTE DE CARGA
- RECOLECCION DE PLANTAS



ESTRATEGIAS COODICARGAS S.A.S

ESTRATEGIA PARA LA ATENCION Y DISTRIBUCION

La idea de la empresa es abrir una oficina particular cerca al sector del centro de Bogota D.C, para la recepción y distribución de los documentos, para que sea más eficaz el servicio.

Vía telefónica, por correos electrónicos y visitas a domicilios puerta a puerta para ofrecer los servicios a las personas que trabajan y no tiene tiempo de diligencias.

Poner a disposición inmediata al personal indicado para la realización de diligencias y suplir con rapidez las necesidades de las personas.



ANALISIS DOFA



O: OPORTUNIDADES

1. Lograr mas clientes cooperativos.
2. Mayor inversion , en parque vehicular.
3. Abrir Bodegas en zona Norte.
4. Poder diversificar el producto de manera rapida
5. Realizar acuerdos de proveedor para empresas del area industrial.
6. Ampliar la capacidad para ofrecer credito a 30 y 60 dias.
7. Mejorar la plataforma digital y consolidar la campaña publicitaria que se maneja actualmente.

A: AMENAZAS

1. Cambios en la reglamentacion del gobierno para el transporte de carga en el pais.
3. Habilitacion de tren y vias fluviales para el transporte de carga masiva desde puerto.
4. El orden publico en las carreteras del pais.
5. Precios bajos por parte de la competencia por el hecho de tener empresas mas fuertes financieramente.
6. Cambios en las necesidades y gustos de los usuarios del servicio.

F: FORTALEZAS

1. Excelente Servicio
2. Personal Capacitado.
3. Ser cuenta con unidad de transporte propia (Camion)
4. Se fomenta una cultura de orientada a la efectiva atencion al cliente.
5. El portafolio de Servicios es facilmente adaptable a las necesidades del cliente.
6. Amplia experiencia en el sector de transporte.
7. Servicio postventa.

ESTRATEGIAS FO

1. Se tiene vehiculo, pero se debe incrementar la inversion en el parque automotor.
2. Se debe diversificar los servicios , y de esta manera tener un portafolio de facil adaptabilidad a los cambios.
3. Con la experiencia reconocida en el mercado , se puede llegar a mas clientes , inclusive a clientes de tipo cooperativo es decir , empresas que soliciten el servicio a nivel nacional.
2. La campaña que se tiene de mercadeo en medios digitales se debe fortalecer , para poder ofrecer a los clientes un excelente servicio en el momento de la venta y en la postventa

ESTRATEGIAS FA

1. Si bien es cierto los precios son un punto favorable para el usuario del servicio; se debe competir directamente sacandole provecho al excelente servicio que se presta.
2. El mercado de este tipo de negocio , se mantiene en constante cambio y de aya que cobra gran importancia la resiliencia, o adaptacion al cambio.
3. El personal capacitado , garantiza prestar el mejor servicio y lograr fortalecer la cultura de atencion al cliente , por parte de todos los funcionarios involucrados en la operacion.

D: DEBILIDADES

1. Empresa pequeña comparada con la competencia.
2. Parque automotor (1 camion propio)
3. Bodegas no ubicadas en el norte.
4. Cupo de credito para clientes cooperativos pequeño.
5. Por el tamaño de la empresa , no se tienen precios tan bajos como ofrece competencia.
6. No llegar al 100% de los lugares en el pais , debido a la inseguridad de las carreteras.

ESTRATEGIAS DO

1. Lograr mas clientes , para fortalecer la empresa y que tenga un crecimiento sostenido.
2. Lograr ampliar el cupo de credito, para poder tener mas cobertura con clientes que mueven servicios de importante tamaño.
3. Comprar un furgon nuevo para aprovechar el mercado que se abre con el fin de reducir costos operativos.

ESTRATEGIAS DA

1. Abrir bodegas en la zona norte y así poder brindar a los usuarios , alternativas en la prestacion del servicio.
2. Es importante mantener la legalidad y la habilitacion por parte del ministerio de transporte con el fin de estar en igualdad de condiciones que la competencia.
3. Se debe reforzar el tema de servicio , que seria el plus que se ofrece , al competir con precios bajos de la competencia.



MEFE



SOLUCIÓN LOGÍSTICA
TRANSPORTE DE CARGA
Y MUDANZAS

MÁS DE 20 AÑOS
AVANZANDO
CON SERVICIO Y SOLIDEZ

SERVICIOS
COODICARGA

Mudanzas y trasteos

Empaques

Bodegaje

Carga

Recolección en planta

Mensajería

MATRIZ DE EVALUACION DE LOS FACTORES EXTERNOS

FACTOR EXTERNO CLAVE	PONDERACION	CLASIFICACION	RESULTADO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1.BODEGAS ZONA NORTE	0,12	OPORTUNIDAD IMPORTANTE (1)	0,12
2.ACUERDOS CON PROVEEDORES EMPRESAS SECTOR	0,02	OPORTUNIDAD MENOR (2)	0,04
3.CUPO DE CREDITO LIMITADO	0,12	OPORTUNIDAD IMPORTANTE (1)	0,12
4.PARQUE AUTOMOTOR	0,1	OPORTUNIDAD IMPORTANTE (1)	0,1
5.PLATAFORMA DIGITAL-CAMPAÑA PUBLICITARIA	0,1	OPORTUNIDAD MENOR (3)	0,3
6.CAPACIDAD RESILENCIA	0,1	OPORTUNIDAD MENOR (3)	0,3
AMENAZAS			
1.CAMBIOS EN LA REGLAMENTACION - GOBIERNO	0,1	AMENAZA IMPORTANTE (1)	0,1
2. HABILITACION TRANSPORTE FLUVIAL	0,1	AMENAZA IMPORTANTE (1)	0,1
3. ORDEN PUBLICO EN CARRETERAS	0,11	AMENAZA IMPORTANTE (1)	0,11
4.PRECIOS BAJOS DE LA COMPETENCIA	0,12	AMENAZA IMPORTANTE (1)	0,12
5. CAMBIOS EN LAS NECESIDADES DE USUARIOS	0,01	AMENAZA MENOR (2)	0,02
TOTAL	1		0,45



MEFI

MATRIZ DE EVALUACION DE LOS FACTORES INTERNOS



AVANZANDO CON SERVICIO Y SOLIDEZ
MENSAJERÍA - BODEGAS - MUDANZAS

SOLUCIÓN LOGÍSTICA
TRANSPORTE DE CARGA
Y MUDANZAS

MÁS DE 20 AÑOS
AVANZANDO
CON SERVICIO Y SOLIDEZ

SERVICIOS
COODICARGA

Mudanzas y trasteos

Empaques

Bodegaje

Carga

Recolección en planta

Mensajería

FACTOR INTERNO CLAVE	PONDERACION	CLASIFICACION	RESULTADO PONDERADO
FORTALEZAS			
1. EXCELENCIA EN EL SERVICIO	0,25	FORTALEZA IMPORTANTE(4)	1
2. CULTURA ORIENTADA A LA EFECTIVA ATENCION AL CLIENTE	0,22	FORTALEZA IMPORTANTE(4)	1
3.AMPLIA EXPERIENCIA EN EL SECTOR DEL TRANSPORTE	0,01	FORTALEZA IMPORTANTE(4)	0,04
4.PERSONAL CAPACITADO ADECUADAMENTE	0,01	FORTALEZA MENOR (2)	0,04
5. PORTAFOLICO DE SERVICIOS ADAPTABLE A CAMBIOS DEL MERCADO	0,01	FORTALEZA MENOR (2)	0,04
6. SERVICIO POSTVENTA	0,15	FORTALEZA MENOR (2)	0,6
DEBILIDADES			
1.EMPRESA PEQUEÑA COMPARADA CON LA COMPETENCIA	0,02	DEBILIDAD MENOR (2)	0,04
2.PARQUE AUTOMOTOR PEQUEÑO (UN SOLO VEHICULO PROPIO)	0,05	DEBILIDAD MENOR (2)	0,1
3 BODEGAS NO UBICADAS AL NORTE DE LA CIUDAD	0,05	DEBILIDAD IMPORTANTE (1)	0,05
4.CUPO PEQUEÑO PARA MANEJO DE CREDITO	0,05	DEBILIDAD IMPORTANTE (1)	0,05
5.PRECIOS MAS ALTOS QUE LA COMPETENCIA.	0,1	DEBILIDAD IMPORTANTE (1)	0,01
6.NO SE TIENE COBARTURA NACIONAL EN TRANSPORTE	0,08	DEBILIDAD MENOR (2)	0,16
TOTAL	1		3,13



MARCO LEGAL

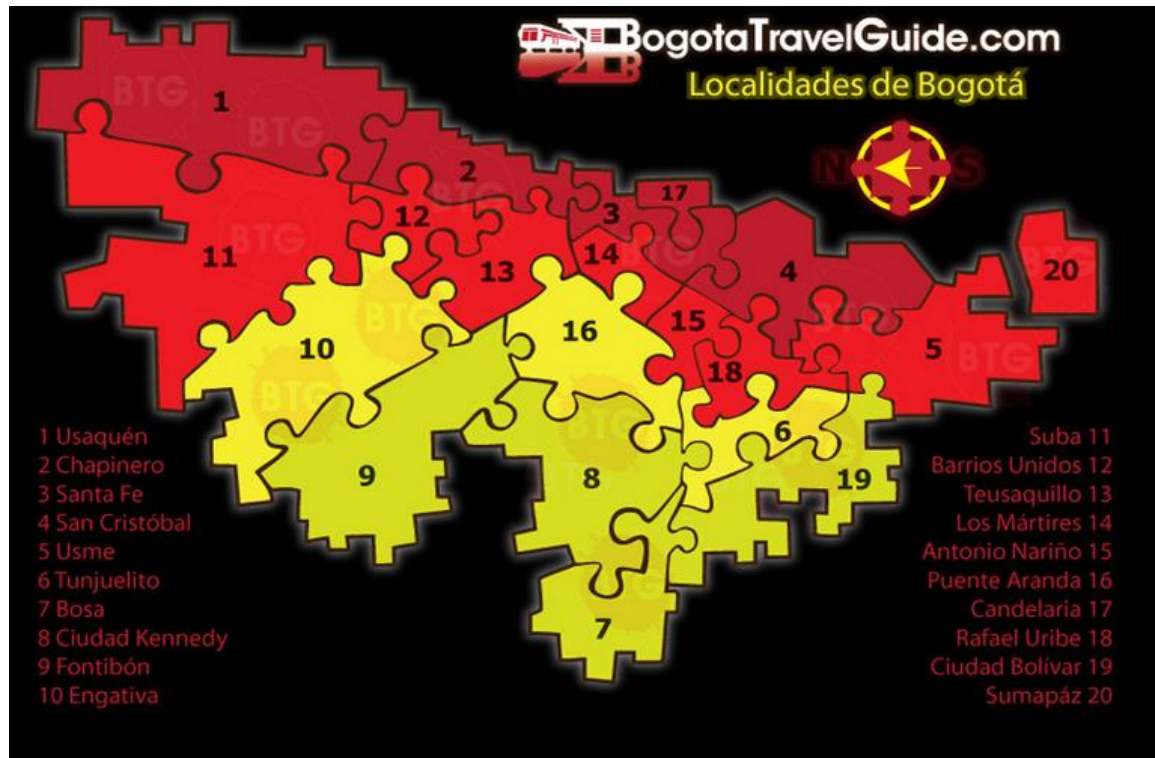
DECRETO 229 DE 1995, Por el cual se reglamenta el Servicio Postal.

- SERVICIOS POSTALES. Se entiende por servicios postales, el servicio público de recepción, clasificación y entrega de envíos de correspondencia y otros objetos postales. Los servicios postales comprenden la prestación del servicio de correos nacionales e internacionales y del servicio de mensajería especializada.



MARCO GEOGRÁFICO

- El proyecto está ubicado en la zona centro de la ciudad de Bogotá, en el cual contempla las localidades numero 3 llamada Santa fe y la numero 17 llamada Candelaria





MARCO METODOLOGICO

- Investigación descriptiva

En este proyecto se hará descriptiva ya que vamos evaluar y a realizar un estudio sobre la mensajería currier, de paquete de sobre y diligencias personales en el sector zona centro de la ciudad de Bogotá,

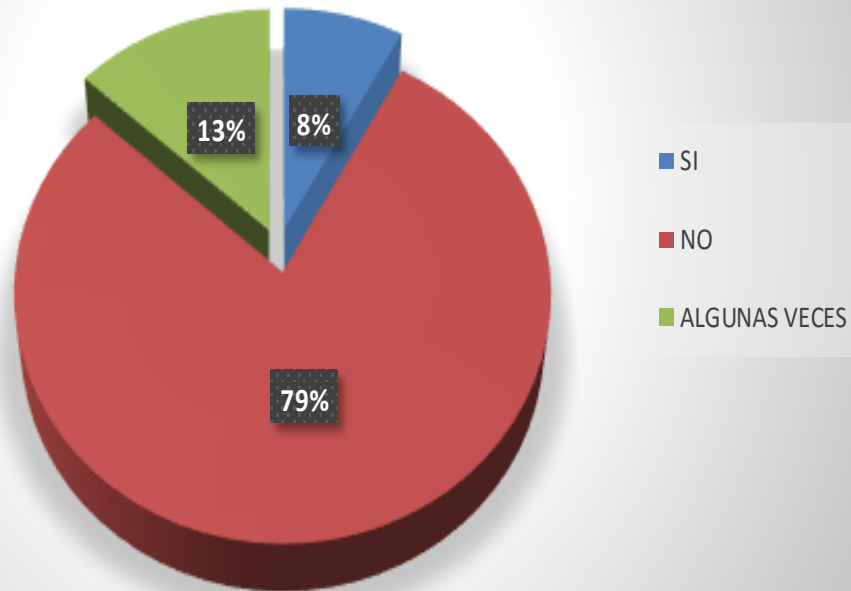


MARCO METODOLÓGICO

- **Enfoque investigativo**
- **Técnicas e instrumentos**
- **Fases de investigación**
 - Fase I: Recopilación de fuentes primarias.
 - Fase II: Estudio del Mercadeo
 - Fase III: Procesamiento de la información



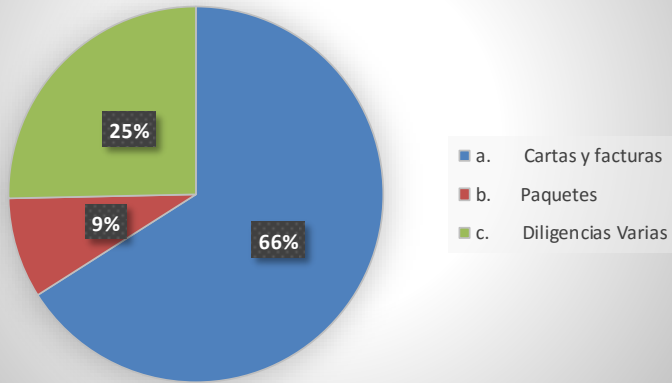
1. ¿Dispone usted del tiempo necesario para algunas diligencias como por ejemplo pago de servicios públicos?



SI	12
NO	118
ALGUNAS VECES	20

TOTAL	150
--------------	------------

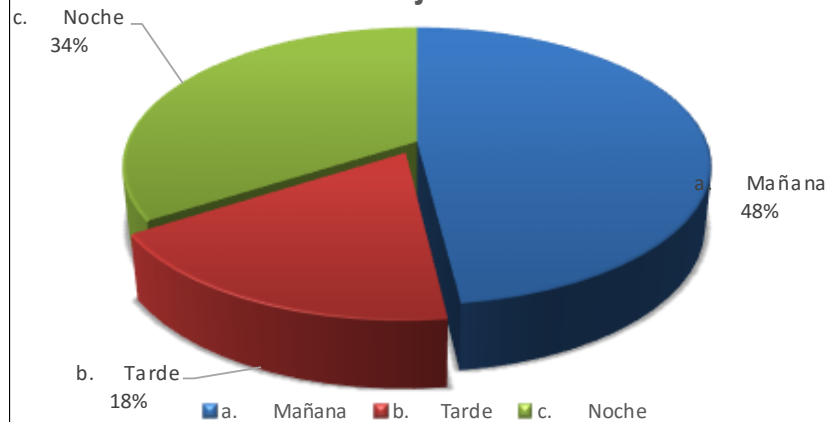
3. ¿Qué tipo de correspondencia manejaría con más frecuencia?



a. Cartas y facturas	99
b. Paquetes	13
c. Diligencias Varias	38

TOTAL	150
--------------	------------

5. ¿En qué jornada del día prefiere acceder a la prestación del servicio de mensajería?

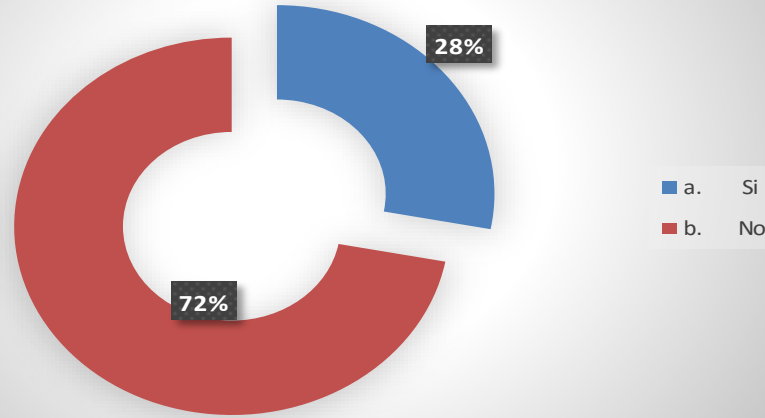


a. Mañana	72
b. Tarde	27
c. Noche	51

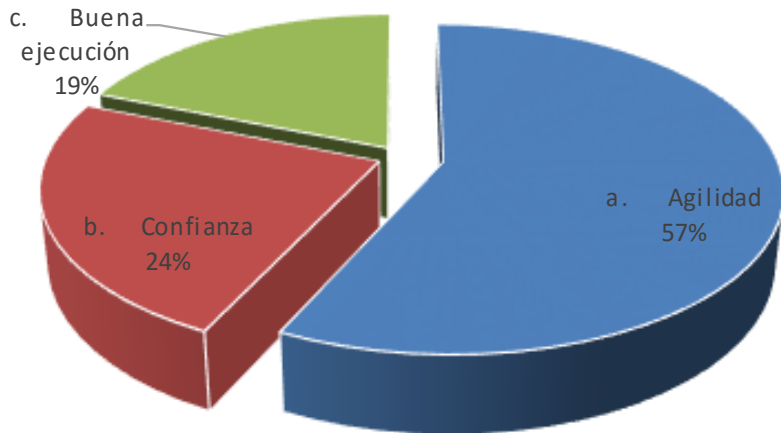
TOTAL	150
--------------	------------



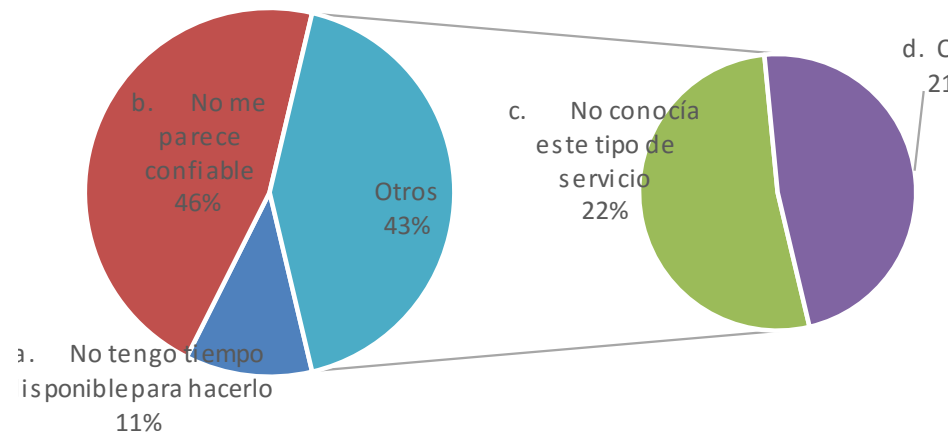
8. ¿Realiza sus diligencias por medio del servicio de mensajería puerta a puerta?



9. ¿Cuáles son los aspectos que más le atraen del servicio?



10. ¿Porque no contrata los servicios de mensajería especializados?





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



ENTREVISTAS
DESARROLLAR UN PLAN DE MERCADEO PARA LA ZONA CENTRO DE BOGOTÁ CON EL FIN DE CREAR EL DEPARTAMENTO DE MENSAJERÍA DE COODICARGA S.A.S.
ENCUESTA DE CALIDAD Y SASTISFIACION USUARIOS DEL LOS SERVICIOS POSTALES



Contribuyendo en la formacion en el campo de la gerencia, nos permitimos solicitar responder la siguiente encuesta que tiene un tiempo estimado de 3 minutos, la cual tiene como objetivo evaluar el servicio de mensajería en el centro de Bogotá D.C.

Fecha: dd mm aa

HORA: PICO VALLE

Consecutivo

DATOS:

Sexo: Masculino Femenino

Edad: ESTRATO

1) 1. ¿Dispone usted del tiempo necesario para algunas diligencias como por ejemplo pago de servicios públicos?

SI NO ALGUNAS VECES

5) ¿En qué jornada del día prefiere acceder a la prestación del servicio de mensajería?

a. Mañana b. Tarde c. Noche

2) ¿Con que frecuencia realizaría envíos?

Diariamente Semanalmente Mensualmente

6) ¿Cómo haría la solicitud del servicio?

a. Telefónicamente b. Redes sociales c. Correo Electrónico

3) ¿Qué tipo de correspondencia manejaría con más frecuencia?

a. Cartas y facturas b. Paquetes c. Diligencias Varias

7) Cual de las siguientes es su principal ocupacion:

Empleado Trabajador Independiente Ama de Casa Estudiante Retirado/jubilado Desempleado

4) ¿Cuál es el aspecto que más le atrae en la prestación del servicio?

a. Tiempo del servicio b. Calidad del servicio c. Precio del servicio

8) ¿Realiza sus diligencias por medio del servicio de mensajería puerta a puerta?

a. Si b. No

(Si su respuesta es positiva, pase a la pregunta 09)
(Si su respuesta es negativa, pase a la pregunta 10)

9) ¿Cuáles son los aspectos que más le atraen del servicio?

a. Agilidad b. Confianza c. Buena ejecución

Otra, cuál

10) ¿Porque no contrata los servicios de mensajería especializados?

a. Tengo tiempo disponible para hacerlo b. No me parece confiable c. No conocía este tipo de servicio

Otra, cuál

11) ¿Considera que la tarifa del envío en relación al servicio que se brinda es?

Bajo Razonable Alto Muy alto

12) ¿Le gustaría utilizar nuestros servicios de mensajería puerta a puerta?

a) SI b) NO



CONCLUSIONES

- La investigación es un proceso riguroso, cuidadoso y sistematizado en el que se busca resolver problemas, bien sea de vacío de conocimiento (investigación) o de gerencia, pero en ambos casos es organizado y garantiza la producción de conocimiento o de alternativas de solución viables. De ahí la importancia en el desarrollo de este proyecto y que permite tener un horizonte mucho más claro, minimizando el riesgo de fracaso y fortaleciendo el conocimiento Gerencial, para ser competitivo en un entorno en plena Globalización.
-
-



CONCLUSIONES

- El tiempo representa en las personas un factor de gran importancia en sus vidas, por eso el proyecto se enfocó a la optimización del tiempo en la vida diaria y en especial al que se destina en el transporte, en el trámite de diligencias, en los pagos etc. Lo anterior permite ver con claridad que todo lo que implique mejorar la calidad de vida de los seres humanos, va de la mano con una gran oportunidad que se capitaliza ofreciendo los servicios de diligencias mensajería y tramites personales.
-



CONCLUSIONES

- Es de suma importancia en el caso de tomar la decisión de desarrollar nuevos productos o servicios en la empresa, realizar estudios que permitan identificar el estado actual de la compañía y la viabilidad del desarrollo de proyectos , además de determinar si se deben realizar cambios estratégicos que permitan que este alineados los objetivos del nuevo proyecto con la situación de la empresa.



UNIVERSIDAD

La Gran Colombia

GRACIAS

