 *Services*

**Justificación**

Conforme avanza la tecnología y los medios digitales se posicionan globalmente, cada vez son más los servicios que van migrando a plataformas online y aplicaciones para móviles; apostándole estar inmerso en las nuevas tendencias del mercado y los perfiles de los usuarios.

Cada vez se hace más común ver como las compras, transacciones, transporte y demás servicios del día a día, migran a medios digitales de comunicación con el cliente, en un contexto confortable, fácil y seguro. La forma en que se solicitan servicios de hogar, consultorías, tutoriales y otras actividades, la plataforma le postulará profesionales capacitados que den fin a sus problemas y garanticen la calidad de lo ejecutado.

De allí nace **Socay Services** una plataforma digital que permite planificar servicios y labores que se necesitan comúnmente en el hogar, permitiendo al usuario los horarios y los profesionales de su preferencia, con un perfil de habilidades detalladas, reseñas y calificación de otros usuarios. Esta aplicación busca dar solución rápida y confiable a problemas que alguien con gusto solucionará por ti.

**Modelo de negocio.**

**Segmento de clientes.**

**Publicadores de servicios**

Personas con edades entre 20 y 60 años que vivan en Castilla con oficios como albañiles, plomeros u oficios domésticos.

**Tamaño del segmento:** 3.002

Personas con edades entre 20 y 60 años que vivan en El Poblado con estrato socioeconómico 5 o 6 y tengan conocimiento y experiencia en docencia, ingeniera o idiomas.

**Tamaño del segmento:** 5.349

**Consumidores de servicios**

Personas con edades entre 20 y 60 años que vivan en El Poblado con estrato socioeconómico 5 o 6 y cuenten con poder adquisitivo para contratar los servicios que publicamos.

**Tamaño del segmento:** 6.349

Fuente:[https://public.tableau.com/views/ECV2015-2016Mapav2/Story1?:embed=y&:display\_count=yes&:showVizHome=no#3](https://public.tableau.com/views/ECV2015-2016Mapav2/Story1?:embed=y&:display_count=yes&:showVizHome=no)

**Propuesta de Valor**

El objetivo de  *services* es atender la demanda de profesionales en servicios varios como albañiles, plomeros, empleadas domésticas, entre otros.

**Tipo de propuesta de valor**

Nuestra propuesta de valor es personalizada, innovadora y **accesible ya se parte del estatus y calificación del profesional**; de esta forma garantizaremos en si la calidad del servicio y la seguridad del cliente a la hora de solicitarlo, el cual será validado por un estatus y control administrativo interno. Además, nuestros clientes podrán ver la disponibilidad de horarios de los profesionales, esto será esquematizado en un horario al que los usuarios podrán acomodarse a la oferta disponible. de los distintos elegibles.

**Beneficios**

Uno de los criterios que tendrán los clientes a la hora de establecer un convenio de servicios con  *services*, estará fundamentado en la responsabilidad, eficiencia y amabilidad de la plataforma diseñada para suplir las distintas necesidades en cuanto a servicios generales que usualmente se demandan en el hogar.

Adicionalmente, nuestras tarifas son altamente competitivas y asequible para el segmento de mercado al que se ofrece, además de ofrecer una serie de beneficios en cuanto a las garantías de seguridad, visualización de horarios, acceso a reseñas y calificación de los servicios del profesional.

**Portafolio**

* Plataforma tecnológica que cuenta con tres módulos para ayudar a nuestros clientes (oferta/demanda de servicios por dinero, impulso de ideas, oferta/demanda de servicios por servicios).
* Informes estadísticos de datos capturados mediante las plataformas tecnológicas.

**Factor Diferenciador**

Nuestro factor diferenciador consiste en brindar a nuestros usuarios tranquilidad y seguridad, garantizando que la información de los oferentes de servicios con los cuales van a interactuar, ha sido verificada.

**Canales**

**De distribución**

Usaremos la distribución selectiva como nuestra estrategia de distribución directa por medio de canales online como website y apps stores.

**De comunicación**

Las políticas de comunicación comercial elegidas son publicidad y relaciones públicas.

Los canales para la publicidad son las redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y Linkedin.

Los canales para las relaciones públicas son la gerencia comercial y el equipo de impulso de marca.

**Relación con clientes**

 services es un proyecto empresarial que girará en torno al confort y satisfacción del cliente con la plataforma, contando con canales de comunicación directos e indirectos que le permitirá al usuario manifestar las irregularidades en cuanto al funcionamiento tanto de la página web como de la aplicación móvil.

Como estrategia de mejoramiento continuo de los servicios prestados por los profesionales,  garantizará un monitoreo de las calificaciones y reseñas que avalan la calidad de los servicios contratados, haciendo un seguimiento detallado de las inconformidades y bajas calificaciones, desarrollando a partir de ello un programa de mejoramiento continuo.

La atención de PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias) será a tendido por nuestra área encargada de servicio al cliente a través de Chat online, correo y una línea de atención telefónica, medios que serán socializados y fácilmente ubicados en la plataforma.

**Fuentes de Ingreso**

* Suscripción por acceso a la información que recolectamos de nuestros usuarios.
* Comisión por transacción.

**Actividades Clave**

* Programación y mantenimiento de las plataformas tecnológicas.
* La investigación y experimentación de nuevas tecnologías.
* Promoción y comercialización de nuestros servicios.
* Atención al cliente.
* Gestión administrativa que incluye actividades de mercadeo, operativas, administrativas, legales y financieras.
* Capacitación y actualización constante del personal.

**Recursos Clave**

**Locativos (Infraestructura)**

* Oficina con Acceso a internet.

**Intelectuales (Capital humano)**

* Un coordinador administrativo, encargado de gestionar contrataciones de la empresa y documentación.
* Un coordinador comercial encargado de la búsqueda de canales de venta y comercialización del portafolio de producto.
* Un vendedor encargado del proceso de venta y servicio al cliente.
* Un coordinador de tecnología encargado del control y el funcionamiento del desarrollo de la plataforma.
* Un coordinador financiero se encargar de registrar las operaciones contables y financiera.

**Financieros**

* Ayudas gubernamentales para la creación de nuevas empresas como concursos y créditos condonables.
* Préstamos bancarios.
* Recursos propios de los integrantes del equipo emprendedor.

**Socios Clave**

* Microsoft como proveedor de Infraestructura (Azure) y tecnología.
* Asociaciones gremiales (Cámara de Comercio) como fuente de asesorías legales, capacitaciones, reconocimientos, certificaciones, acceso gratuito a cierta información y descuentos con empresas aliadas.
* Casa de Desarrollo como proveedores de software.
* Bolsas de empleo como medio para la adquisición de datos.
* Universidades como fuente de conocimiento.

**Estructura de Costos**

**Conceptos de costo variable**

No hay conceptos relevantes. Por la naturaleza del negocio, se consideran despreciables y se asumen como máximo el 10% de los precios de referencia.

**Conceptos de egreso fijo**

* Arriendo de oficina (coworking).
* Transporte.
* Compensación de propietarios.
* Nómina.
* Gastos varios.
* Alquiler de servidor (Servicios en la nube).
* Comunicación comercial.
* Provisión de aspectos legales.
* Licencias.
* Provisión mensual del registro de marca.

**Otros aspectos importantes de la iniciativa**

**Roles y Funciones de los propietarios**

**Coordinador de tecnología**

Responsable de gestionar el desarrollo de la plataforma tecnológica con la empresa encargada de realizar el sistema. Se encargará de llevar los análisis propuestos por el equipo de trabajo a la Casa de Desarrollo, convirtiéndose en el puente de comunicación entre ambas instancias para lograr las metas en el tiempo de creación del sistema. Gestionará, además, las mejoras del sistema y errores de la aplicación, para lograr un mejoramiento continuo y la consistencia de la aplicación.

Funciones:

- Desarrollar el plan estratégico para el análisis y diseño del software.

- Realizar los requerimientos y definir su prioridad para enviar a la empresa encargada de desarrollarlos.

- Supervisar el desarrollo del sistema acorde a los requerimientos.

- Informar sobre los avances de creación del sistema y retrasos del mismo.

- Intercambiar el conocimiento con la empresa desarrolladora y el equipo de trabajo.

- Mantener documentados los procesos y decisiones tomadas.

- Coordinar la atención y resolución de problemas en el sistema cuando esté en funcionamiento.

- Supervisar y evaluar el rendimiento de la aplicación desarrollada con miras a encontrar posibles fayas de rendimiento.

- Velar por la seguridad de la aplicación, integridad de los datos y privacidad de los datos.

- Realizar las políticas de protección de datos para los usuarios de la aplicación.

- Proponer las medidas correctivas a las debilidades que plantean los sistemas informáticos y supervisar el monitoreo de las mismas.

- Corroborar la administración adecuada de la(s) Base(s) de Dato(s), el mantenimiento del sistema de redes y la seguridad de la información.

- Atender consultas técnicas de los usuarios.

**Coordinador Administrativo**

Controlar los procesos administrativos en manejo de nómina de los empleados, recursos humanos, información financiera, pago de proveedores, asesoría legal con el propósito de mantener las metas propuestas por el equipo de trabajo.

Funciones:

- Formular y controlar el cumplimiento de presupuestos económicos.

- Diseñar estrategias de gestión que garanticen las metas de la organización.

- Garantizar el cumplimiento de las metas.

- Controlar las actividades de carácter financiero y administrativo.

- Administrar el recurso humano.

- Velar por el buen uso y optimización de los recursos tecnológicos y logísticos.

- Agendar las diferentes reuniones del equipo.

- Administrar convenios, contratos y todo tipo de acuerdos con empresas y personas naturales, que aporten al desarrollo de los objetivos.

- Mantener la papelería al día en aspectos legales, de facturación y de órdenes de pago.

- Mantener informado al personal acerca de las políticas, normas, procedimientos y decisiones de carácter administrativo.

**Coordinador Comercial**

Sera el encargado de todo lo relacionado con la coordinación, ejecución y comercialización de ventas y servicio al cliente de  Services.

Funciones:

* Trazar los objetivos concretos tanto de ventas como de expansión a corto, mediano y largo plazo en coordinación con los demás socios.
* Dirigir, organizar y controlar la gestión del equipo comercial, realizando seguimientos a las diversas actividades necesarias para la venta y comercialización de servicios en conjunto con su equipo de trabajo.
* Programar acciones en búsqueda de la permanencia y satisfacción de los clientes afiliados a  Services.
* Participar en el proceso y formación a posibles asesores comerciales que pueda solicitar la empresa.
* Programar consultas y visitas a clientes sobre el nivel de satisfacción de los servicios de  Services.
* Tramitar las respuestas de las quejas, reclamos y sugerencias de atención al cliente de  Services.
* Elaborar periódicamente reuniones de actualización al grupo de trabajo a nivel comercial sobre resultados obtenidos en un periodo de tiempo.

**Estrategias de crecimiento para los próximos 5 años.**

 Services buscara como estrategia de crecimiento asumir y aprovechar de las ventajas de las TIC de las cuales podemos aprovechar factores como:

* Automatización de procesos.
* Reutilización de canales de distribución e interacción, con el contacto permanente y personalizado de la oferta y como factor clave: poder satisfacer necesidades de los clientes en tiempo real.
* Ampliación controlada y escalonada del negocio.
* Constante actualización de tecnologías utilizadas en desarrollados y procesos con el fin de optimizar los servicios.
* Certificación de nuestra marca a nivel nacional e internacional
* Reinversión de las utilidades operativas en la empresa con el fin de ampliar nuestro portafolio de servicios.

**Riesgos**

Con los riesgos actuales existentes en proyectos de software, se evidencia la necesidad de desarrollar métodos que nos permitan identificar la probabilidad de ocurrencia e impacto de un evento especial.

 Services estará atento a este tipo de eventualidades, facilitando su control en el caso de que se presenten en las diferentes etapas de desarrollo. Con la utilización de una matriz de riesgos, se pueden observar los impactos que estos ocasionan en el momento de materializarse, a nivel de las fases de desarrollo de software, permitiendo con los resultados arrojados tomar decisiones y ejecutar las medidas de mitigación necesarias para contrarrestarlos.

**Identificación de Riesgos**

**Financieros**

* Riesgo de crédito: Cuando puedan producirse impagos, incumpliendo el tiempo y la forma en que debería recibirse el dinero. Ante impagos de créditos, la empresa puede sufrir pérdidas de intereses, disminución del flujo de caja, gastos por el proceso de recobro, etc.
* Riesgo de liquidez:   Se da en el caso de que a una empresa le han prestado dinero, pero luego no dispone del líquido suficiente para saldar dicha deuda.  Pueden ser de liquidez de activos como liquidez de pasivos.

**Comerciales**

Cuando la probabilidad de que se produzca una pérdida de valor de una cartera, debido al cambio desfavorable en el valor de los factores **de riesgo** de mercado. Los factores de mercado comunes pueden ser de tipo de interés, de cambio de divisas, o de mercado.

**Esto parece una copia textual e un artículo.**

**Redacten los riesgos comerciales que pueden enfrentar realmente.**

**Operacionales**

Hacen referencia a las posibles pérdidas en que pueda incurrir la empresa debido a diferentes tipos de errores humanos, errores en los procesos internos o en los diferentes sistemas tecnológicos que permiten la actividad diaria de la empresa entre estos podemos identificar algunos como: falta de liderazgo en el equipo, poca o nula comunicación entre los colaboradores y la dirección y la falta de motivación del equipo.

**Estrategia Competitiva**

En aras de entrar en el mercado con fuerza y posicionarse en él, **** se desarrolla en el marco de una serie de ventajas de diferenciación respecto a la competencia.

* La plataforma y página web están diseñadas en un formato estético y funcional, el cual sea amable con el segmento de clientes y de edades a quienes se dirige el servicio.
* La información de los profesionales estará actualizada en tiempo real, de modo que los horarios disponibles para los servicios, las reseñas y la calificación de su trabajo estarán visibles de manera oportuna, garantizando al usuario la validez de las citas programadas.
* Los datos y experiencia de los profesionales pasarán una serie de filtros de verificación que le apuntan a cumplir con la principal propuesta de valor de ****, garantizando con ello la seguridad y calidad de los servicios ofertados.
* Los canales de comunicación que se tendrán con los usuarios atenderán de manera oportuna las dificultades que se presentan con la plataforma online y la app, jerarquizando las dificultades de acuerdo a la prioridad de las mismas.
* Buscando mejorar continuamente los distintos servicios que los profesionales prestan a nuestros clientes, **** realizará una serie de conferencias y charlas formativas en atención al cliente, mejoramiento de habilidades técnicas y estrategias de posicionamiento en el mercado, además de estar mejorando continuamente la plataforma online y la app de acuerdo a las recomendaciones, necesidades de los usuarios.

**Resumen Ejecutivo en Cifras**

**Del estudio de Mercados**

**Mercado de clientes**

* Clientes potenciales: **4.544 personas**
* Validación del mercado: **Encuestas: 87; entrevistas: 12**

**De producto y Precio**

* Cobro por Transacción: **$ 3.000**
* Cobro por Mensualidad **$ 300.000**
* Acceso a información **$ 150.000**

**De distribución**

* Tipo de distribución: **1** (Directa)
* Estrategias de distribución: **1** (Selectiva)
* Canales de distribución: **1** (ejecutivo de venta)

**De comunicación**

* Políticas de comunicación: 2 (Publicidad y Relaciones Públicas).
* **Canales: 3 Publicidad** (Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn).

**2 relaciones Públicas** (la gerencia comercial y el equipo de impulso de marca.

**Del estudio técnico u operativo**

* No hay cifras relevantes asociadas a este estudio debido a que se gestionará con terceros para su elaboración y nuestra oficina será arrendada por horas.

**Del estudio administrativo**

* Áreas funcionales: **4** (administrativa, comercial, tecnológica, financiera)
* Generación de empleo directo en los primeros tresaños: **2**

**Del estudio legal**

* Costo aproximado **(de qué)** es de: **$480,000**

**Estudio Financiero**

* Margen de Contribución total (de la empresa): **90,00%**
* Egresos fijos mensuales: **$ 9.724.633**
* Punto de equilibrio en pesos**: $ 10.805.148**
* Utilidad esperada en porcentaje en los productos: **40%**
* VPN: **$ 13.418.528.**
* TIR: **26%.**
* Tasa de interés de oportunidad: **10%.**

NOTA: El cálculo de la TIR y el VPN está basado en un flujo de caja proyectado a 5 años, con una tasa de interés de oportunidad equivalente a una tasa superior a la tasa de interés efectiva anual (CDT a 360 días). La idea es someter el análisis a un escenario adverso para evaluar la rentabilidad de la iniciativa en él y asegurar que en escenarios más positivos como la tasa DTF la empresa es mucho más rentable.