

Domipedal Servicio De Mensajería Y Domicilios En Bicicleta

Myleydy Yhulyana Avella Sacristan

Yenny Fernanda Valero Reyes

Noviembre 2020

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior (CUN).

Colombia.

Creación de empresas 2.



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE PRESTACION DE SERVICIO DE MENSAJERIA Y DOMICILIOS EN BICICLETA DOMIPEDAL

Domicilios Domipedal

3118688175

Tabla de contenido

Resumen	4
Introducción	4
Descripción De La Idea De Negocio	4
Modelo de Negocio	5
Estructure la Idea de Negocio	5
Modelo de Negocio por Internet	6
Innovación Sostenible	7
Análisis del Sector	8
Estrategia Océano Azul	8
Análisis de Porter	10
marketing MIX	11
estrategias de producto para clientes	11
portafolio	11
estrategia de precios	12
estrategia de distribución	13
estrategia de comunicación	13
Publicidad	13
Promoción del servicio	16
matriz de desarrollo de marca	16
Estrategia de marketing digital	20
métricas clave	21
Estudio Técnico	22
Tabla de Requerimientos de Operación del servicio	23
Plano Físico	24
Flujograma prestación de servicio	25
Requerimiento de operación del servicio	26
Ficha técnica	27
Plantilla de PMV (producto mínimo viable)	28
Referencias	29

Resumen

Domipedal es una idea de negocio pensada para satisfacer la necesidad de hacer entregas domiciliarias amigables, las entregas se hacen por medio de un transporte ecológico que disminuye los contaminantes en el ambiente y generando un servicio de calidad.

Introducción

Las entregas a domicilio en la actualidad han jugado un papel importante debido a las afectaciones que ha tenido el comercio en general por el COVID – 19, es por esto que en el presente documento se busca evaluar la viabilidad económica y financiera de la creación de Domipedal, empresa dedicada a realizar entregas domiciliarias con bicicletas.

El cambio nos ha tomado por sorpresa, las entregas a domicilio hacen la diferencia al momento reducir el contagio, las entregas nos permiten disfrutar de alimentos que ya no podemos consumir en la calle, nos permiten entregar un documento importante a tiempo, desde Domipedal se quiere satisfacer estas necesidades que aun en pandemia están presentes y conjuntamente se busca cuidar el medio ambiente.

Descripción De La Idea De Negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Servicio: mensajería y entregas a domiciliarias eco-amigable
¿Quién es el cliente potencial?	Buscamos identificar la preferencia de los usuarios, en este caso evidenciamos que las personas mayores de 14 años son las que más solicitan este servicio, y si es el caso de un menores de 14 años, se requiere de la autorización de un adulto, porque estas personas en esos rangos de edad son Personas que no desean salir de sus casas, tienen a sus hijos en casa y requieren de este servicio o debido a la emergencia sanitaria por no tener pico y cedula.
¿Cuál es la necesidad?	A pesar de la gran demanda de empresas de domicilio solo son dos las empresas que hay en Yopal –Casanare que implementan bicicletas para realizar estas entregas, las personas que hemos interrogado son cada vez más consciente del nivel tan elevado de contaminación que los vehículos automotores empleados por algunas empresas de domicilios no contribuyen al medio

	ambiente, algunos manifiestan que por el tiempo o por la prisa que requieren de su servicio, no se percatan de daño que estos vehículos provocan al medio ambiente con la generación de CO2 (dióxido de carbono). No es simplemente por Satisfacer una necesidad requerida.
¿Cómo?	Principalmente realizaremos una conexión directa para dar a conocer el servicio brindado por Domipedal con algunos establecimientos ya sean restaurantes, droguerías, supermercados, bares, cafeterías, distribuidoras de productos de belleza o almacenes de cualquier otra actividad comercial; por medio de líneas telefónicas, aplicaciones como WhatsApp, Instagram, Facebook, etc. Nos pueden contactar y de acuerdo a la zona geográfica determinada se realiza la solicitud una vez cumpliendo con el servicio vamos generando confiabilidad de ello y demostrando que realizamos cada una de las entregas con veracidad, eficiencia y con todas las normas de bioseguridad.
¿Por Qué lo preferirán?	Por la calidad y buen estado de las entregas realizadas y una tarifa asequible además de ello, el crecimiento de la población hace que en determinados lugares concienticemos a los consumidores o clientes de que cada vez el deterioró de nuestro planeta es por las acciones del ser humano que no ayuda a minimizar este impacto ambiental, pero uno de nuestros objetivos es que por medio de la bicicleta se animen a realizar más salidas y utilizar menos vehículos automotores.

Modelo de Negocio

Estructure la Idea de Negocio

¿Cómo puede ser sostenible?

Inicialmente la inversión de las maletas, bolsos, equipos electrónicos son de unos ahorros. Domipedal puede generar aportes no solo económicos, sino también ambientales sin afectar las necesidades de las futuras generaciones, ya que el medio de transporte no genera emisión de CO2 (dióxido de carbono).

¿Cuáles son los costos para entregar una propuesta de valor?

Propuesta de valor con precio accesible determinado por área geográfica, sin mayor costo y sobretodo el carisma de cada uno de nuestros bicicolaboradores.

¿Quiénes son los clientes?

Nuestros clientes son todas las personas que tengan poder adquisitivo sin importar raza, edad, color, género, religión, pero por lo indagado preferiblemente personas de 14 años en adelante.

¿Cómo se puede generar relaciones con los clientes?

La buena relación y Fidelidad con el cliente se genera con un servicio de calidad, que satisfaga su necesidad y cumpla con sus expectativas. Además, que a cierta cantidad de pedidos se genera un bono de agradecimiento.

¿Cómo se entrega la propuesta de valor?

La entrega se hace presencial con domicilios por medio de un transporte amigable con el medio ambiente: La bicicleta.

¿Cuál es la propuesta de valor?

Domipedal realiza domicilios de acuerdo a la capacidad de transporte por medio de bicicleta, como por ejemplo comida, documentos, alimentos de plaza, pago de servicios, productos de belleza y ropa.

¿Qué alianzas estratégicas se pueden generar?

Nuestras alianzas son con restaurantes principalmente, con comercios dedicados a la venta de ropa y maquillaje. Además de generar una alianza con cada cliente obteniendo así publicidad voz a voz.

¿Cómo generar ingresos y fuentes de financiación?

La financiación inicial será por parte de las accionistas generando cada una 1/3 parte del capital inicial.

¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios?

Los recursos necesarios, son celular, plan móvil, computador, monitor, oficina la cual consta de una bodega y parqueadero y sobre todo colaboradores con bicicletas.

Modelo de Negocio por Internet

- ¿cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?

Este modelo tiene una gran ventaja ya que el proveedor es quien se contacta directamente con el Cliente para prestarle un servicio o venta de algún producto y ellos tienen un vínculo ya constituido con la empresa que presta el servicio o que vende el producto.

- ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Como ellos ya tienen un vínculo con alguien que ya está ofreciendo un servicio o un producto, solo buscan quien lo necesite.

-¿Cómo cerrara la ventana por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

De acuerdo al método el pago a realizar más adecuados sería pagos en línea.

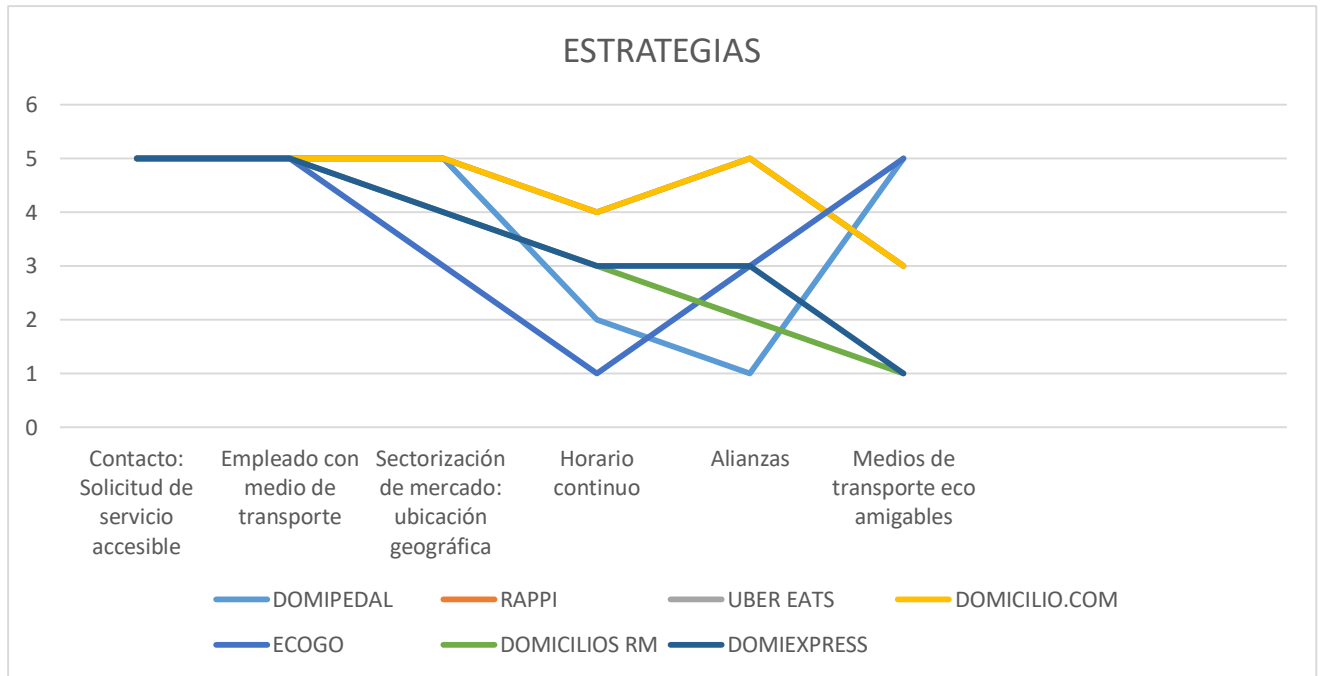
Innovación Sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>¿El servicio tiene un eco diseño? Si, Domipedal no necesita muchos recursos, además el medio de transporte no hace emisiones de gases como lo hacen los vehículos con motor.</p>	<p>Se utiliza agua residual para el lavado de equipo y materiales de uso diario como morrales, bicicletas.</p>	<p>Desconectar equipos como celulares y computadores que no estén en uso.</p>	<p>Compra de recursos necesarios para la oficina que sean reutilizables o en materiales ecológicos.</p>	<p>Uso de transporte que no generan emisiones de gases. - Incentivar el uso de la bicicleta o medios no contaminantes</p>	<p>Hacer uso de contenedores para reciclaje en la oficina. - Hacer uso de termos y portafolleos en los colaboradores.</p>
<p>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente? Se incentiva el uso de transportes como la bicicleta</p>	<p>Campañas por redes sociales sobre el uso del agua, para evitar desperdicio.</p>	<p>Compartir por redes sociales datos y consejos para hacer mejor uso de la energía.</p>	<p>Compartir por redes sociales los beneficios de reutilizar elementos o compartir elementos amigables al ambiente de uso cotidiano.</p>	<p>Compartir por redes sociales el uso de transporte como la bicicleta amigable al medio ambiente y bueno para la salud.</p>	<p>Incentivar el reciclaje y uso de elementos reutilizables para el consumo de comida y demás por medio de las redes sociales.</p>

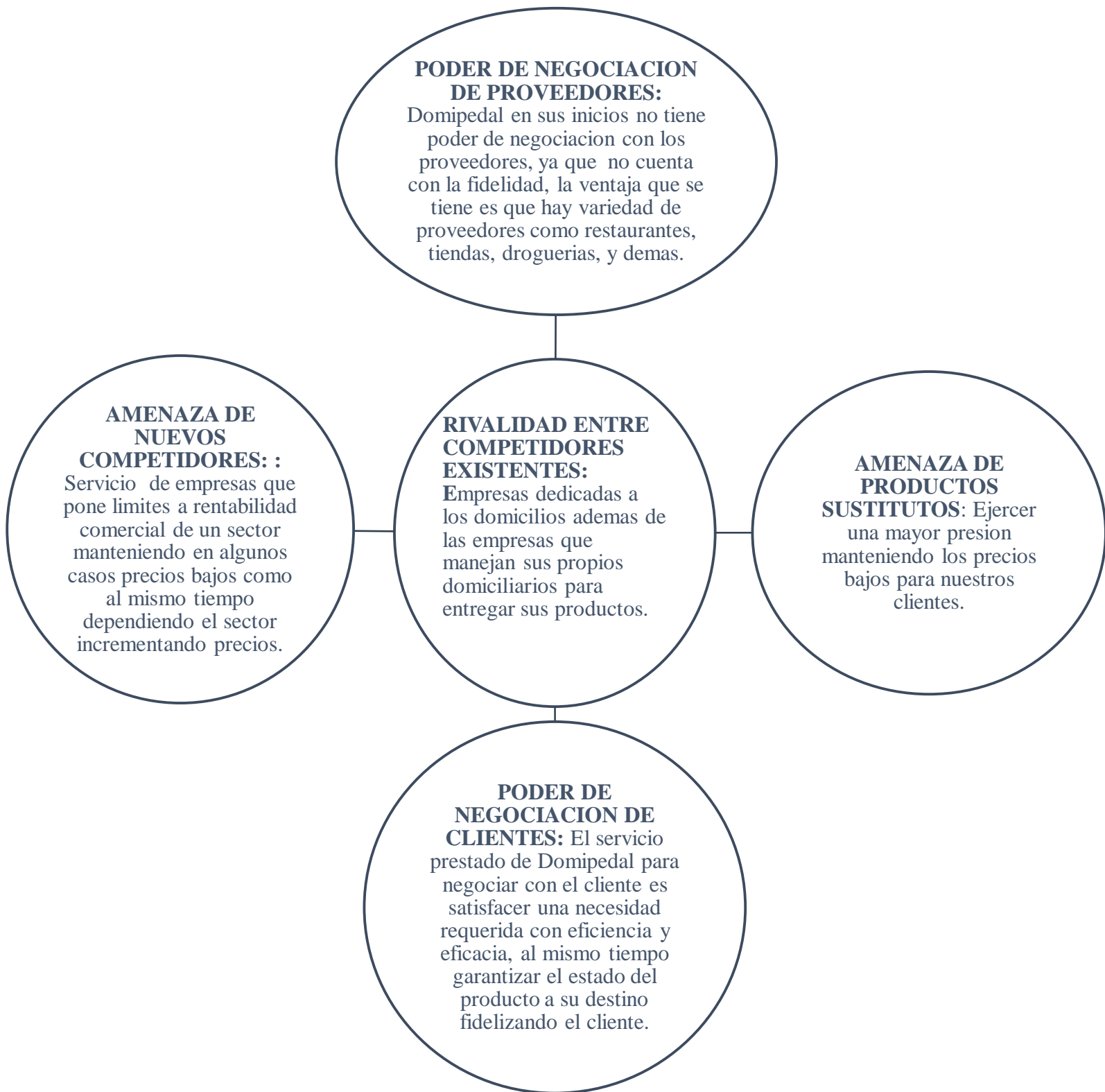
Análisis del Sector

Estrategia Océano Azul

	Precio: Accesible	Medios de Pago: variedad en formas de pago	Contacto: Solicitud de servicio accesible	Empleado con medio de transporte	Sectorización de mercado: ubicación geográfica	Horario continuo	Alianzas	Medios de transporte eco amigables
DOMIPEDAL	5	3	5	5	5	2	1	5
RAPPI	5	5	5	5	5	4	5	3
UBER EATS	5	5	5	5	5	4	5	3
DOMICILIO.COM	5	5	5	5	5	4	5	3
ECOGO	5	2	5	5	3	1	3	5
DOMICILIOS RM	5	2	5	5	4	3	2	1
DOMIEXPRESSES	5	2	5	5	4	3	3	1
ESTRATEGIA	MANTENER	INCREMENTAR	MANTENER	MANTENER	MANTENER	INCREMENTAR	CREAR	MANTENER



Análisis de Porter



marketing MIX

La importancia de implementar este servicio de mensajería y domicilios en bicicleta para Yopal, es porque evidenciamos la necesidad de ofrecerle aquellas personas que no desean salir de su residencia o lugar de trabajo, ya que por algunos protocolos de seguridad sanitaria como el toque de queda, pico y cedula, por la sencilla razón de evitar riesgos de contagio o simplemente no desean salir; por eso vemos la oportunidad de negocio a través de nuestro servicio **DOMIPEDAL**.

DOMIPEDAL no solo surge por la emergencia sanitaria sino también por la respuesta a la creciente necesidad de transporte de mensajería y domicilios que sean eficientes, no solo en cuanto a velocidad y precios si no a un requerimiento mayor que es la sustentabilidad. Por ese motivo. Queremos hacer parte del cambio no solo en ofrecer un servicio de calidad, responsable, puntual con muchas otras cualidades que nos identifican, además de satisfacer una necesidad también deseamos incentivar a grandes empresas a que cambien el vehículo automotor que emite grandes cantidades de CO₂ (dióxido de carbono) realizando estas actividades de mensajería y domicilios, por un medio de transporte de atracción humana que emite menos contaminación y además aporta beneficios en la salud, la sociedad y al medio ambiente.

estrategias de producto para clientes

Este servicio que ofrecemos es de mensajería y domicilios (**DOMIPEDAL**) y el medio transporte que empleamos es la bicicleta, debido a que los servicios son mensajería y domicilios los encargados de entregas documentos, recibos , realizar pagos o intercambiar información en físico, cuentan con un morral debidamente identificado e información del colaborador, que va en su espalda, los encargados de entregar regalos, comida, bebidas o paquetes que sean de gran tamaño pero con un peso prudente, se les adiciona una parrilla que va instalada en el soporte de la llanta trasera de la bicicleta y un morral que se adecue a esta estructura.

Además de contribuir con el medio ambiente con la no generación de CO₂ (dióxido de carbono), también contamos con la facilidad de movilizarnos por senderos más cortos y de mejor acceso siempre garantizando el buen estado y efectividad del producto o mensaje dependiendo del servicio requerido.

portafolio

La empresa **domipedal**, servicios de mensajería y domicilios ecoamigables. Tiene como objetivo satisfacer una necesidad y cumplir con el servicio requerido por el cliente con gran efectividad y eficacia en la entrega de las encomiendas, servicio de domicilio en bicicleta, pago de facturas, recibos, servicio de entrega puerta a puerta y compras.



Ilustración 1 portafolio domipedal

estrategia de precios

De acuerdo a lo investigado y consultado el precio es en lo primero que se fija el usuario para ello hemos fijado los precios basado en la competencia. estableciendo un valor de fácil acceso y garantizando la calidad y entrega efectiva del producto.

Una de las competencia seleccionada es EcoGo manejan unas tarifas desde \$3.500 hasta \$8.000 pesos, dependiendo la zona o dirección.

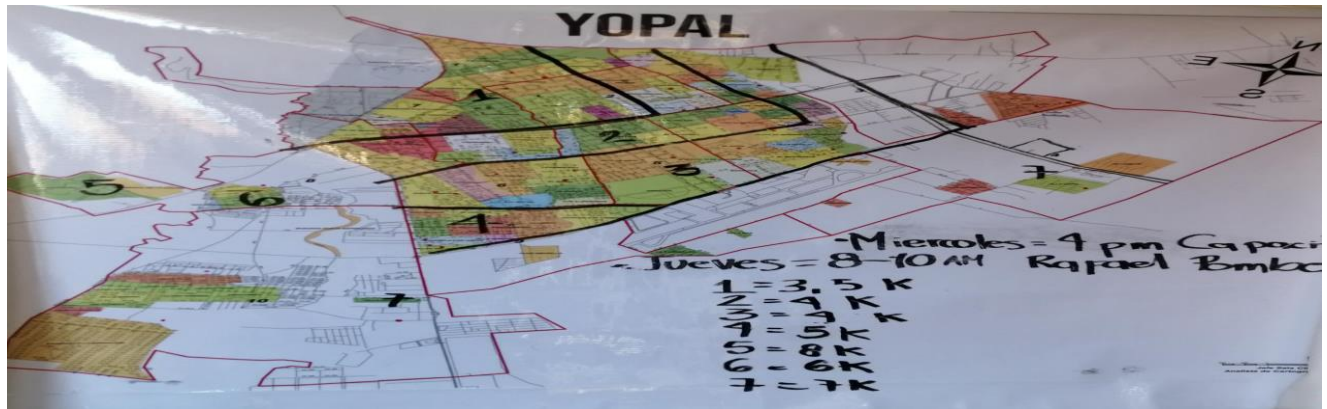


Ilustración 2 precios de EcoGo

estrategia de distribución

El canal de distribución que domipedal implementara, es el **canal de marketing indirecto**; debido a que el propietario del establecimiento o el usuario que requiere el servicio de mensajería o domicilios se comunica o informara por la aplicación del requerimiento de este servicio.

estrategia de comunicación

Actualmente las estrategias de comunicación se basan en las redes sociales, además nos encontramos en un mundo donde cada día evoluciona las herramientas virtuales, por eso es el maketing digital que emplearíamos como herramienta inicial para promocionar y dar a conocer nuestra empresa y los servicios que ofrecemos, además la inversión en esta comunicación y publicidad es mas económica.

Publicidad

Las redes sociales son las principales en ayudar a reconocer la empresa debido al gran uso que hoy en día se le están dando por algunos protocolos que hay en diferentes partes del mundo como lo es la cuarentena. Por ello es importante que el contenido a compartir sea idóneo y brinde toda la información del servicio con valores de cada uno de ellos, uno de las alternativas que ofrecen estos medios es poder interactuar con algunos usuarios y descubrir cuáles son los servicios más utilizados o para realizar mejoras de ellos, las redes sociales también ofrecen plataformas de anuncios que nos permiten alcanzar o llegar a nuevos usuarios al punto de fidelizarlos.

- Facebook por tener un público muy amplio y de fácil acceso.

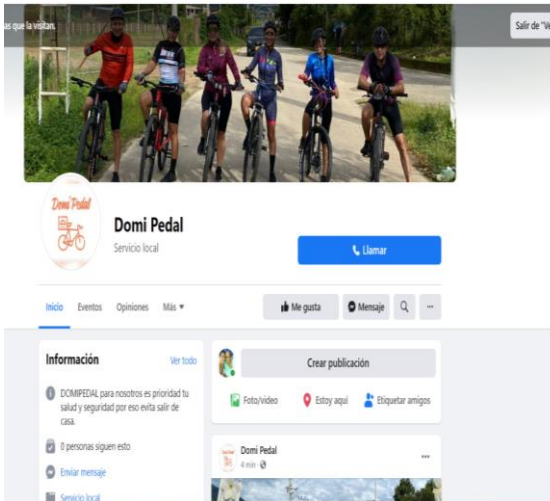


Ilustración 3 pantalla facebook

- Instagram genera una comunicación con los usuarios, además que es exclusiva para acceso móvil y compartir fotos y videos de los servicios ofrecidos.

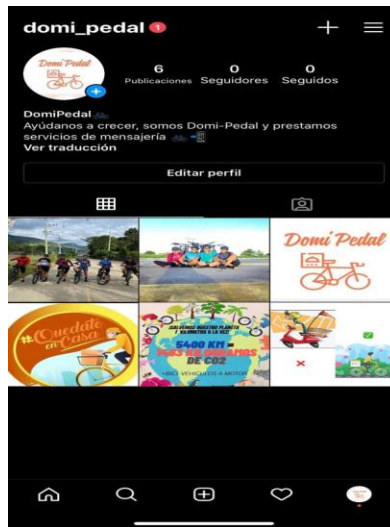


Ilustración 4 pantalla instagram

- Youtube se utilizará para subir videos mostrando la calidad del servicio que domipedal ofrece.

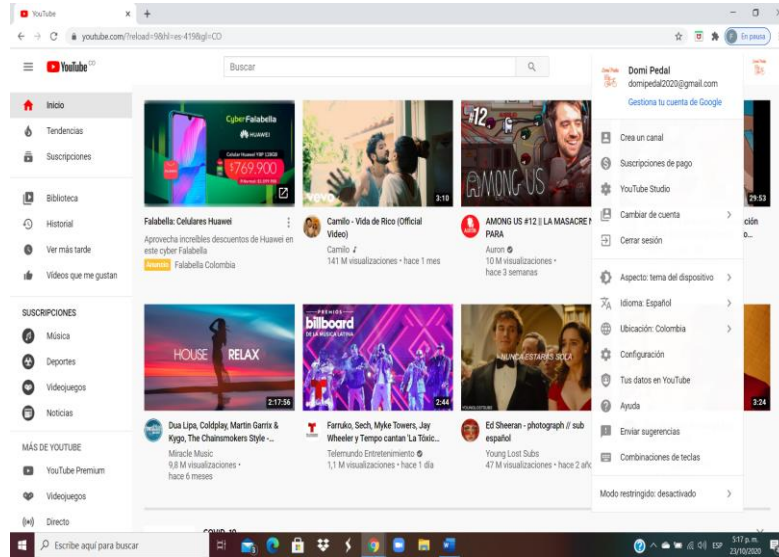


Ilustración 5 pantallazo de youtube

- WhatsApp como la era digital cada día evoluciona se puede decir que prácticamente toda la población tiene Smartphone donde se puede instalar la aplicación de WhatsApp, facilitando un a comunicación instantánea con nuestros usuarios.

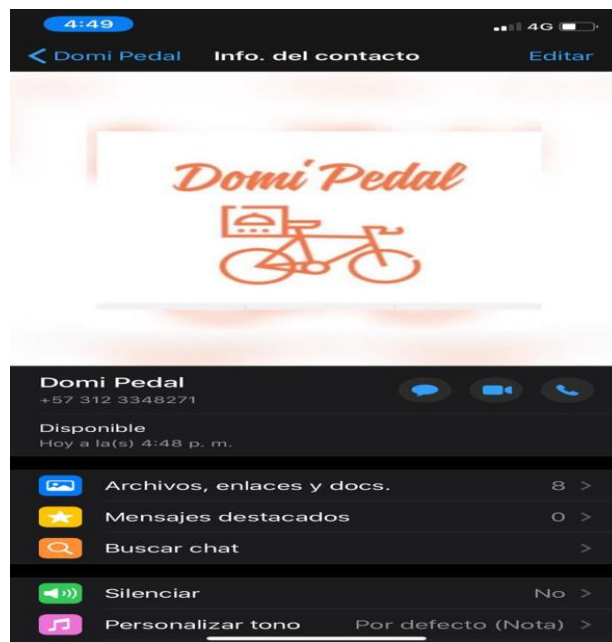


Ilustración 6 pantallazo de whatsapp

Promoción del servicio

Además de implementar la gran mayoría de herramientas de marketing digital, el portafolio de los servicios que ofrece **domipedal** es de fácil entendimiento e interpretación donde los precios son claros, estas misma herramientas nos facilitan la comunicación con los usuarios teniendo en cuenta que se buscaran alianzas con algunos dueños o administradores de establecimientos ofreciéndole un servicio para ocasiones especiales como cumpleaños, graduaciones o cualquier tipo de celebración dentro de la zona geográfica determinada donde se maneja precios especiales es decir descuentos.

los objetivos de la estrategia de comunicación

- Generar publicidad y reconocimiento de la empresa
- Identificar nuestro segmento de clientes
- Actualizar con novedad y paquetes promocionales
- Lograr fidelización de los clientes

matriz de desarrollo de marca


Tabla 1 matriz de desarrollo de marca

Nombre de la Idea:	mensajería y domicilios DOMIPEDAL
---------------------------	--

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Primer Paso: Diagnostico del Mercado	A. Identificar el sector	Teniendo en cuenta en Yopal son pocas las empresas que ofrecen empleos de medio tiempo, en especial para los estudiantes y en medios de transporte no contaminantes; este servicio promueve el uso de la bicicleta por lo tanto existen propietarios de bicicletas desempleados los cuales pueden hacer parte de esta familia domipedal , para hacerlo diferente a otras empresas se

		implementara un sistema para que las personas trabajen sin horarios ni jefes, poniéndose en línea cuando estén disponibles como en Uber.
	B. Identificar marcas en la competencia	Para identificar marcas en la competencia realizamos una investigación por redes sociales, páginas web, Facebook. y en estos momentos solo existen dos empresas que implementan domicilios en bicicleta y prestan servicio de mensajería y entregas: Enbiciyopal y EcoGo .
	C. Soluciones principales y alternativas	además de prestar un servicio con calidad, responsabilidad y puntualidad para fidelizar el usuario y generar credibilidad a la empresa.
	D. Tendencias del Mercado	Nuestro servicio tiene como tendencia ofrecer seguimiento satelital a los bicicolaboradores, para que el usuario este informado en tiempo real donde va su envío.
	E. Arquetipo de la Marca	Nuestra marca DOMIPEDAL no solo se identifica por los valores antes mencionados, sino también de facilitar el servicio a los usuarios ya fidelizados generándole algún descuento o en dados casos realizando envíos a sitios fuera de la zona geográfica determinada para nuestros bicicolaboradores.
Segundo Paso: Realidad	A. Percepción de las marcas de la competencia	Muchas veces la percepción de la marca es decir su imagen, determina al

<p>psicológica de la marca</p>		<p>cliente final a elegir.</p>  <p><i>Ilustración 7 ENBICI</i></p>  <p><i>Ilustración 8 EcoGo</i></p>  <p><i>Ilustración 9 domipedal</i></p>
	<p>B. Identificar variables de neuromarketing</p>	<p>La variable que nos identifica es el sentido común que debemos tener con la preservación del medio ambiente, una de las ventajas por así decirlo es que hoy en día la mayoría de usuarios que adquieren el servicio de mensajería y domicilio son conscientes que el aporte que se le hace al medio ambiente de utilizar bicicletas en vez de vehículos automotores es favorable para la salud como al medio ambiente.</p>
<p>Tercer Paso: Posicionamiento</p>	<p>A. Identificar top of mind</p>	<p>El top of mind que Domipedal empleo para que el Usuario o cliente. Lo recuerde al necesitar el servicio de mensajería o domicilios, es muy</p>

		práctico con una imagen de una bicicleta y el nombre de nuestra empresa visible y fácil de identificar.
	B. Identificar top of heart	Domipedal se caracteriza por prestar un buen servicio y orientar al usuario a llevar a cabo la acción y necesidad requerida su carisma, responsabilidad, puntualidad y varias cualidades más hacen que el bicicolaborador le brinde seguridad al usuario generando que este se encariñe con el servicio.
Cuarto Paso: Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en marca	 <i>Ilustración 10 domipedal</i> Una entrega efectiva.
Quinto Paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	Se implementará estrategias de comunicación, por medio de redes sociales, la radio, volantes digitales, tarjetas. se diseñará una página web, con un portafolio con los servicios que realiza domipedal y las formas de pago para mayor facilidad tanto del usuario como el bicicolaborador. Se utilizará un lugar para poder almacenar paquetes que por algún motivo no se entregaron y a la vez almacenar los morrales y el equipaje donde se transportan los productos, documentos para entregar. Para que el cliente tenga más información y a la vez tenga acercamiento y conozca nuestro servicio.

Estrategia de marketing digital

Consiste en ofrecer contenidos relevantes y valiosos para las personas a través de una “Landing page” con el objetivo de atraer, cautivar y retener usuarios para que utilicen nuestro servicio de mensajería y domicilios.

Esta “Landing page” nos ayuda a darnos a conocer, generar reconocimiento por los servicios que prestamos y publicidad por la confianza y credibilidad de nuestra empresa **domipedal**.

Nuestros usuarios podrán conocer o informarse de todos los servicios que esta empresa ofrece; de tal forma que los clientes potenciales reconozcan el servicio y la importancia con la que cada bicicolaborador asume su responsabilidad con la entrega a realizar.

Enlace (url) : <https://domipedal2020.wixsite.com/website>

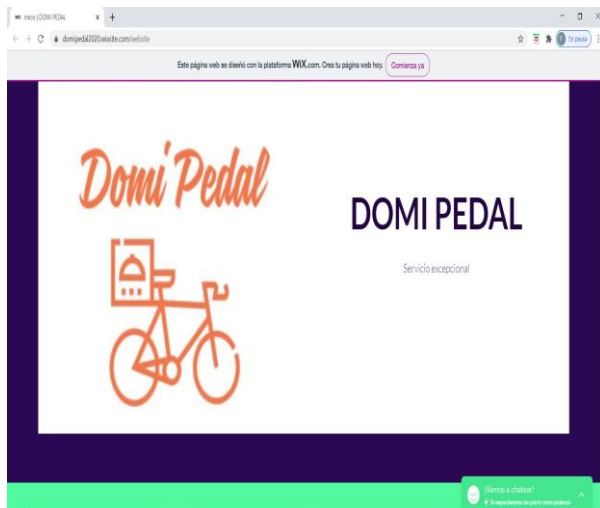


Ilustración 12 pantallazo página web 1

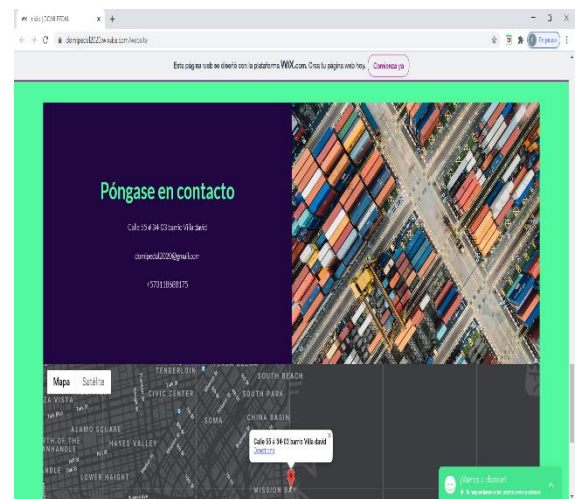


Ilustración 11 pantallazo página web 2

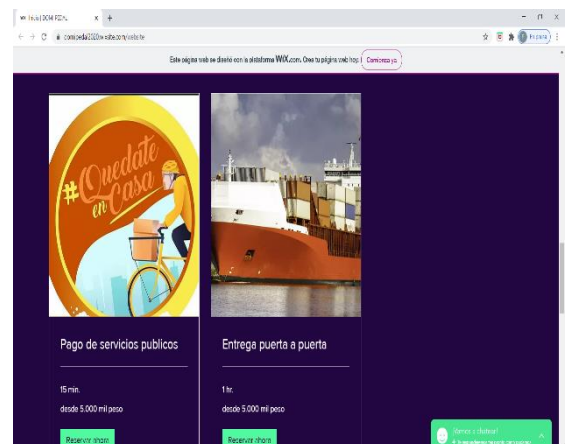


Ilustración 13 pantallazo página web 4

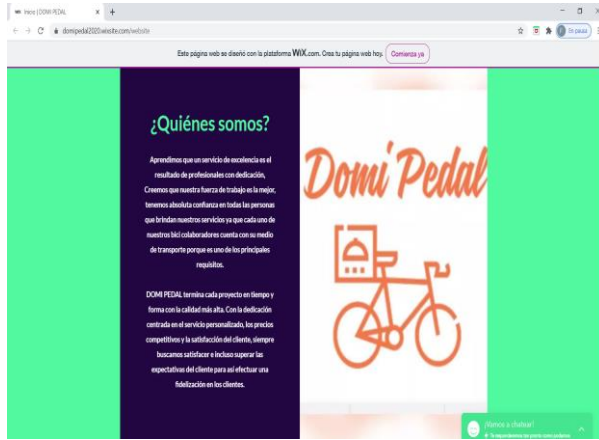


Ilustración 14 pantallazo página web 3

métricas clave

Opción 1: publicidad del servicio del producto en Facebook empresarial.

CAV (customer acquisition cost)

LTV (life time value)

The image shows two screenshots of the Facebook Business Manager interface for the 'Domi Pedal' page. The left screenshot displays the 'Estadísticas de la página' (Page Statistics) section, which includes a table of similar pages and a list of suggested pages for comparison. The right screenshot shows the 'Resumen de la página' (Page Summary) section, which provides a detailed overview of page performance metrics such as actions, visits, and reach over a selected period.

Página	Total de Me gusta	Esta semana	Publicaciones de Interacción de esta semana
Domi Pedal	26	+10%	5

Logo	Nombre	Me gusta	Acción
Topal Turística	Topal Turística Explora y conoce la belleza en yo.	51.9K	Obtener página
Cámara de Comercio de...	Cámara de Comercio de... Comercio Topal Empresarial	28.1K	Obtener página
TiroPera Inc.	TiroPera Inc. Somos una empresa innovadora	16.9K	Obtener página
Unicentro Topal CC	Unicentro Topal CC Unicentro Topal, es el mejor Cert.	22.9K	Obtener página
CNE Creative Studio	CNE Creative Studio Somos una empresa ESPECIALIZADA	14.2K	Obtener página

Estudio Técnico

- **Localización del Proyecto.**

la zona inicial donde se instalará es en Yopal – Casanare, el motivo principal es por el crecimiento de la población a nivel municipal que paso a paso a logrado un desarrollo como ciudad, con un numero de 156.466 habites, de acuerdo al crecimiento y a la emergencia sanitaria, se ha incrementado la solicitud de servicio domiciliario y esto hace que el nivel de contaminación por el uso de automotores sea muy elevado; es ahí donde vimos la iniciativa de implementar nuestro proyecto utilizar bicicletas para realizar entregas domiciliarias y así contribuir al cuidado de medio ambiente y no generar CO2 (dióxido de carbono).

- **Macrolocalización**

El departamento de Casanare será nuestra Macrolocalización para instalar un puntos de Domipedal.



Fuente :<https://www.pinterest.es/pin/189925309269261315/>

- **Microlocalización**

El municipio de Yopal Casanare será nuestro principal punto de servicio Domipedal ubicación de la oficina Villa David.



Fuente : <https://www.google.com/maps/place/Yopal>

- **Instalaciones**

Las instalaciones donde el bicilaborador recibe la información e implementación de trabajo como maletas, bolso donde lleva las encomiendas se localiza en Yopal – Casanare. Ya que hay se encuentra un computador y líneas telefónicas donde almacenan la información para después distribuirla a los bicilaboradores mientras están fuera de línea.

- **Infraestructura**

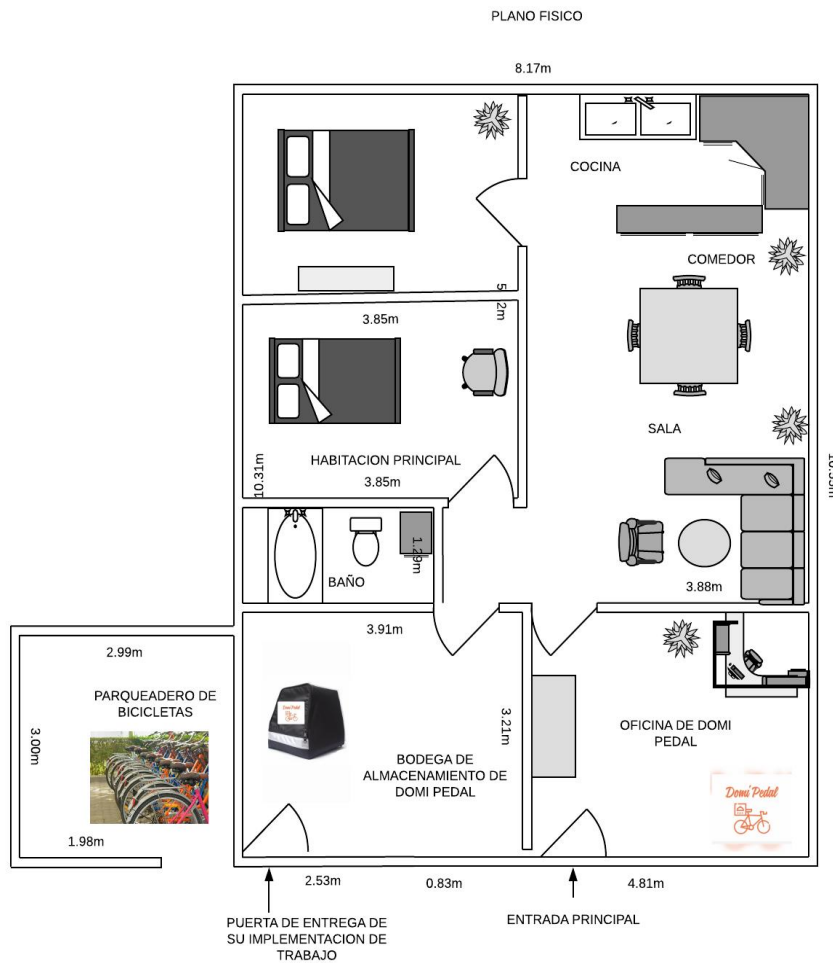
La infraestructura de Domipedal está conformada por oficina, parqueadero de bicicletas y bodega de almacenamiento para la mercancía o entregas no recibidas.

Tabla de Requerimientos de Operación del servicio

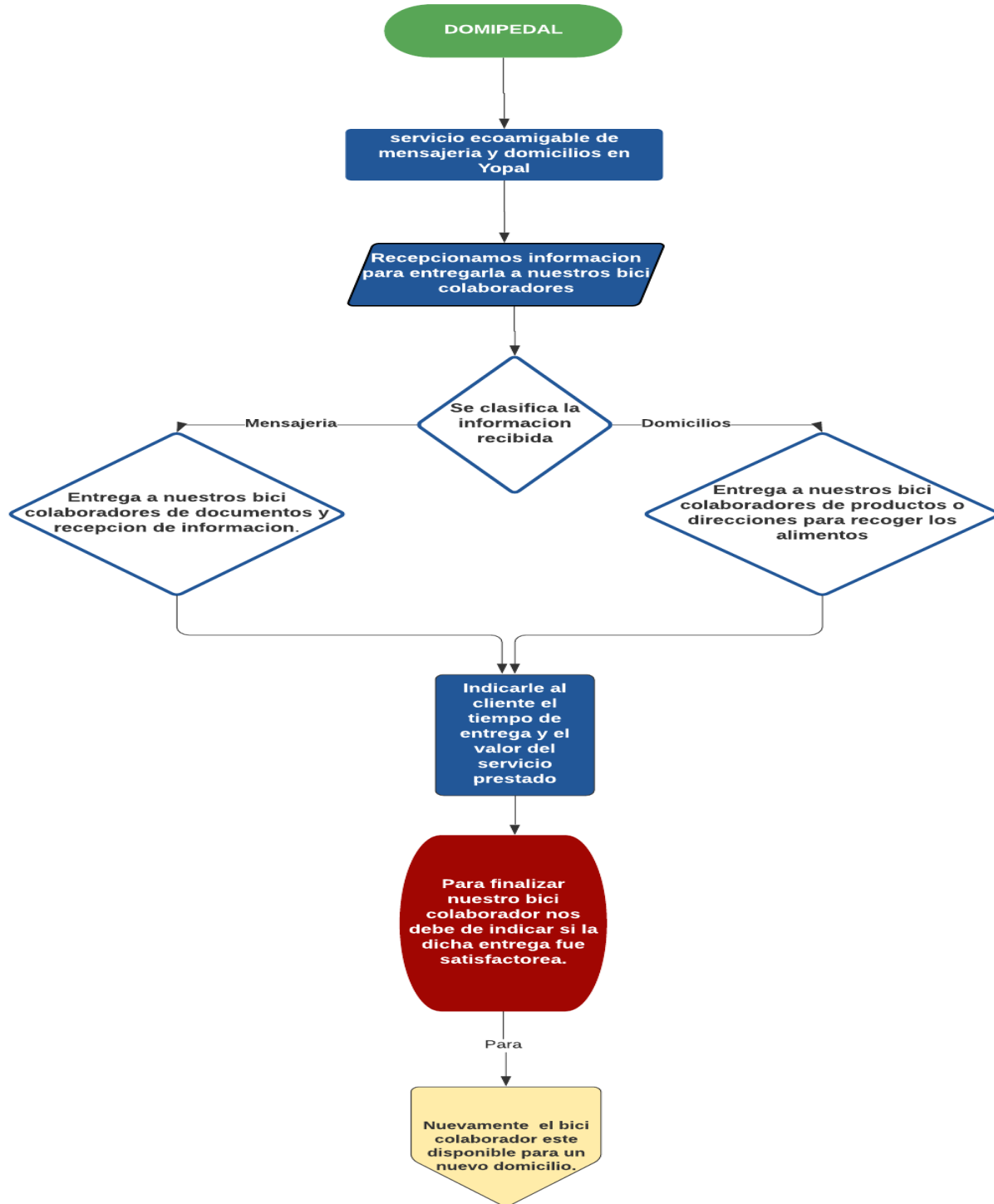
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario
Infraestructura Adecuaciones	La infraestructura como tan en este caso ya está adecuada en la cual contamos con una parte de la zona residencial de 29.8mt ² que consta de la Oficina Parqueadero Bodega Puntos de corriente.	Para dar inicio este proyecto de adecuo una zona de la residencia. Por el momento no se cancela arriendo.	El costo por armonizar esta área es de \$900.000

Equipo de Comunicación y Computación	Computador de mesa Celular corporativo Monitor (pantalla para seguimiento)	1 1 1	\$1.850.000
Muebles y Enseres y Otros	Escritorio Estantes Armarios Sillas	1 2 1 5	\$1.800.000
Gastos pre-operativos	Internet Energía eléctrica Plan móvil	1 línea 1 maricula 1 plan	\$100.000

Plano Físico



Flujograma prestación de servicio



¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la prestación del servicio?

Domipedal recibe las llamadas y una vez finalizamos, se recepciona la información para entregarla a nuestro bicicolaborador encargado según el área (mensajería o domicilio). Nuestros bicicolaboradores

reciben la información y una vez tengamos la duración del tiempo estimado en llegar la encomienda le indicamos al cliente el valor de su servicio y en cuanto le llega su pedido para finalizar, el bicicolaborador nos informa si la encomienda ha llegado a destino determinado.

Requerimiento de operación del servicio

Servicio: mensajería y entregas domiciliarias Domipedal				
Unidades a producir: 1 servicio de entrega domiciliaria				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producción por maquina(cantidad de producto/unidad de tiempo)
Requerimiento del servicio	10 a 20 minutos	Auxiliar Administrativo	1	Teléfono celular Computador Empaques Bicicleta.
Pasar solicitud al bicicolaborador	5 a 10 minutos	Auxiliar administrativo bicicolaborador	1 1	Teléfono celular Información exacta del servicio requerido Maleta Bicicleta Implementos que lo identifique que pertenece a domipedal.
Marcación de ruta para realizar la entrega	5 a 15 minutos	bicicolaborador	1	Información exacta para la entrega Teléfono celular Empaquetado Maleta Bicicleta Implementos que lo identifique que pertenece a domipedal.
Entrega de la encomienda o del	5 a 15	Bicicolaborador	1 1	Teléfono celular Computador

servicio requerido y a la vez confirma que la entrega fue satisfactoria o de lo contrario que no fue recibida.		Auxiliar administrativo		Empaques Maleta Bicicleta Implementos que lo identifique que pertenece a domipedal.
--	--	-------------------------	--	--

Ficha técnica

<p><i>Domí Pedal</i></p>	DOMIPEDAL		
	CÓDIGO 015	VERSIÓN 001	FECHA 13/11/2020
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (defina el nombre del servicio)			
<p>Domipedal es el nombre que nos representa en el mercado, el nombre es inspirado en la bicicleta, el cual es un medio de transporte que nos ayuda a conservar el medio ambiente además de no generar CO2 dióxido de carbono, que realmente es el mayor contaminante a nivel mundial, a medida de la evolución del mundo se han generado muchas consecuencias a raíz de la epidemia mundial del COVID-19 y es por eso que miramos una oportunidad de emprendimiento que de una forma ecoamigable y con el transcurso del tiempo innovando nuestro servicio con una aplicación en la cual podemos verificar por medio del satélite el recorrido de las encomiendas.</p>			
B. OBJETIVO			
<p>Domipedal tiene como objetivo satisfacer una necesidad cumpliendo con la entrega efectiva ya sea de mensajería o domicilios en su puerta y sin salir de casa, cuidando su bienestar como usuario y a la vez la de nuestros bicicolaboradores.</p>			
C. METODOLOGIA			
<p>Se realizará una minuciosa investigación de los bicicolaboradores contratados ya que, por el grado de confianza de ciertas encomiendas, una de las opciones viables que está en nuestra contratación para ser parte de nuestra familia domipedal es que cada bicicolaborador cuente con su medio de transporte es decir su propia bicicleta, esto hace que la responsabilidad sea aún mayor y que la entrega se realizase en el menor tiempo posible, de manera segura y efectiva.</p>			
D. DESCRIPCION GENERAL			
<p>El servicio de mensajería y domicilios realmente requiere de mucha responsabilidad, no quiere decir que cualquier otro trabajo no requiera de ello, por eso nuestros bicicolaboradores realizan su recorrido con el mayor cuidado y sobre todo respetando todas las normas de tránsito y de bioseguridad por la pandemia que estamos viviendo. La forma de pago es uno de nuestra principal innovación porque se les ofrece de la manera más fácil de cancelar al usuario, ya que algunos no cuentan con los medios tecnológicos y accesos bancarios.</p>			
E. DURACION			

la duración de nuestro servicio inicia desde cuando se requiere dicha entrega o domicilio, se debe tener en cuenta la distancia que nuestro bicicolaborador tracé para hacer su recorrido y llevar a cabo la entrega.

F. ENTREGABLES

La entrega se realiza en la puerta de su casa y a la persona interesada o en su efecto a quien autoricen que la reciba, se verifica su estado de llegada para una mayor confiabilidad del servicio, una entrega exitosa y de manera efectiva y siempre garantizando el buen estado de llevada de la mercancía, recuerda que siempre implementando el uso de la bicicleta para contribuir al cuidado del medio ambiente.

G. PERFIL DEL CLIENTE

Personas responsables que al momento de solicitar el servicio tenga cumplimiento de pagar el servicio prestado, y además de ello deben tener en cuenta que el medio de transporte que domipedal emplea son bicicletas y en algunas ocasiones se retrase algunos minutos.

H. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

El perfil de nuestro bicicolaborador, además de contar con responsabilidad, dedicación, y muchas otras cualidades siempre debe identificarlo el carisma con la cual entrega y recibe cada encomienda, ser amable y ayudar al usuario a solucionar algún inconveniente con respecto al servicio prestado.

Firma del responsable del servicio:		
Nombre del responsable del servicio		

Plantilla de PMV (producto mínimo viable)

Queremos generar conciencia ambiental	Personas con necesidades básicas con poco tiempo libre.	Prestaremos un servicio de domicilio en bicicleta	Incentivar a la gente a que nos apoye, a nuestros bici colaboradores.
Domipedal es una empresa ecoamigable que quiere ayudar al medio ambiente	Personas que por su trabajo no pueden hacer sus vueltas personales, o también personas que por la situación actual prefieren pedir un domicilio que salir de su casa.	Nuestros bici colaboradores cuentan con todo lo reglamentario para entregar los pedidos.	Domipetal quiere ser tu mejor aliado, ofrecemos 100% entregas seguras y confiables.

Referencias

<https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/1111/Plan%20de%20negocios%20para%20una%20empresa%20prestadora%20del%20servicio%20de%20plataforma%20web%20a%20usuarios%20no%20expertos%20y-no%20poseedores%20de%20sistemas%20inform%C3%A1ticos%20para%20procesamiento%20de%20pedidos%20a%20domicilio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://www.emprendedores.es/gestion/como-fijar-precios-de-servicios/>

<https://www.infoautonomos.com/blog/estrategia-de-precios/>

<https://es.semrush.com/blog/estrategia-de-precios/>

<https://www.sdelsol.com/glosario/canal-de-distribucion-indirecto/>

<https://www.crecemujer.cl/capacitacion/quiero-mejorar-mi-negocio/que-es-y-como-hacer-benchmarking>

<https://carlesaparicio.net/guia-para-diferenciar-tu-marca-de-la-competencia/>

<https://www.laopinion.com.co/economia/en-bicicleta-jovenes-van-tras-el-mercado-de-los-domicilios-en-cucuta-156350>

<https://blog.embluemail.com/8-metricas-clave-para-tu-negocio/>

<https://www.youtube.com/watch?v=DQ7B-GJL0EY>

<https://www.facebook.com/1EcoGo/>

https://www.google.com/search?q=habitantes+yopal&rlz=1C1CHBD_esCO917CO917&oq=habitantes+yopal&aqs=chrome..69i57j0j0i22i30i3.5808j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8