ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DENOMINADA SECRETARIA VIRTUAL

YAMILETH RINCON ORDOÑEZ
MAGNOLIA SINISTERRA RIASCOS

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2012

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DENOMINADA SECRETARIA VIRTUAL

YAMILETH RINCON ORDOÑEZ
MAGNOLIA SINISTERRA RIASCOS

Trabajo de grado para la creación de empresas presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Directora
Marlene Riascos C.
Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2012

Nota de aceptación:

Aprobado por el Consejo de la Facultad, en cumplimento de los requisitos por la Universidad del Valle para optar al título de administradores de empresas.

_____
MARLENE RIASCOS
Director del Trabajo de Grado

_____
JURADO 1

_____
JURADO 2

Santiago de Cali, 18 de Enero de 2012

Después de 4 años y medio de muchos sacrificios, esfuerzos y dedicación, hoy siento satisfacción por haber alcanzado un logro más, por llegar a la meta y cumplir mi sueño de ser profesional.

Por eso quiero agradecer:

A Dios, quien hizo posible cada situación y ha permanecido conmigo en cada etapa de mi vida, amándome incondicionalmente.

A toda mi familia en especial mi Padre Conrado Rincón, mi Madre Laura Ordoñez y hermanos quienes me han apoyado y comprendido incondicionalmente creyendo en mi y en lo que quiero.

A mi prima Mónica Londoño, por ser mi amiga, mi confidente, por confiar y soñar conmigo, en este trayecto de mi vida.

A Magnolia Sinisterra, por brindarme su amistad, por ser mi compañera de lucha y el apoyo para culminar esta meta.

A Alejandra Fernández, por ser la chispa y el impulso en muchos momentos de debilidad, por su alegría e incondicionalismo.

A mis demás compañeros y amigos que durante este tiempo fueron apoyo, luz y guía.

A los educadores que compartieron su conocimiento y estuvieron dispuestos a escuchar mis dudas, permitiéndome aprender.

A Don Carlos Calderón, quien fue uno de los promotores para que este sueño se concretará y hoy se haya convertido en una realidad.

Gracias infinitamente a todos ellos quienes hacen parte de mi vida, están siempre en mi pensamiento y en mi corazón.

YAMILETH RINCON ORDOÑEZ

Este es un peldaño más que alcanzo en mi vida profesional y no habría sido posible sin el apoyo de todas y cada una de las personas que hacen parte de mi vida y que estuvieron conmigo durante todo este proceso, esta es una prueba que con constancia y dedicación se pueden alcanzar los sueños.

Agradezco de manera muy especial a mis padres, María Antonia y Emiliano quienes depositaron su confianza en mí y quienes me enseñaron todo lo que se, gracias a ustedes no solo soy un mejor profesional sino una mejor persona.

A Yamileth y Alejandra por ser mis amigas incondicionales y las impulsadoras de cada proyecto y cada salida, por ser testigos de cada lágrima y cada sonrisa y por hacer siempre parte de mi vida, gracias a ustedes también estoy aquí hoy.

A mis profesores, por ser la guía y marcar el camino y por permitirme crecer, gracias al alimento que ustedes con su educación y esmero me dieron todos los días.

Finalmente a Carlos Andrés, quien con su amor y confianza me apoyo en cada paso de este proceso y me ayudó a alcanzar esta meta.

MAGNOLIA SINISTERRA RIASCOS

CONTENIDO

pág.

INTRODUCCION **1**

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN **2**

1.1 PLANTEAMIENTO 2

1.2 FORMULACION 2

1.3 SISTEMATIZACION 2

2. OBJETIVOS **5**

2.1 OBJETIVO GENERAL 5

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS 5

3. JUSTIFICACION **8**

4. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION **9**

4.1 TIPO DE INVESTIGACION 9

4.2 METODO DE INVESTIGACION 9

4.3 FUENTES Y TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION 10

5. MARCO DE REFERENCIA 11

5.1 MARCO TEORICO 11

5.2 MARCO CONCEPTUAL 17

6. ANALISIS DE ENTORNOS DEL SECTOR 20

6.1 ENTORNO POLITICO 20

6.2 ENTORNO ECONOMICO 22

6.3 ENTORNO JURIDICO 25

6.4 ENTORNO TECNOLOGICO 27

6.5 ENTORNO SOCIAL 29

6.6 ENTORNO CULTURAL 35

6.7 ENTORNO AMBIENTAL 37

7. ANALISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL 38

7.1 DESCRIPCIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA EN LA REGIÓN E INSERCIÓN DE LA EMPRESA 42

7.2 COMPETIDORES ACTUALES 44

7.3 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES 45

7.4 DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS 46

7.5 PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES 47

7.6 PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES 49

RESUMEN EJECUTIVO 51

8. ANALISIS DE MERCADO 53

8.1 DIAGNOSTICO DE LA ESTRUCTURA ACTUAL DEL SECTOR 53

8.1.1 Matriz del perfil competitivo 54

8.2 IDENTIFICACION DEL MERCADO OBJETIVO 58

8.2.1 Tamaño del mercado global 58

8.2.2 Tamaño del mercado objetivo 58

8.3 INVESTIGACION DE MERCADO 59

8.4 PLAN DE MERCADEO 71

8.4.1 Descripción del producto 71

8.4.2 Estrategia de precio 72

8.4.3 Estrategia de promoción 74

8.4.4 Estrategia de distribución 78

8.4.5 Presupuesto del plan de mercadeo 79

8.4.6 Estrategia de venta 80

8.4.6.1 Proyecciones de ventas (unidades y valores) 80

9. ANALISIS TECNICO 86

9.1 FICHA TECNICA DEL SERVICIO 86

9.1.1 Diagrama de flujo del proceso 89

9.2 PLANTA FISICA Y EQUIPOS 94

9.2.1 Distribución de planta 94

9.2.2 Inversión en activos fijos 97

9.2.3 Costos de adecuación 103

9.3 OPERACION 103

9.3.1 Plan de producción 103

9.3.2 Costo por unidad de producción 105

9.3.3 Otros costos de fabricación 106

10. ANALISIS ADMINISTRATIVO 108

10.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO 108

10.1.1 Misión, visión, valores 109

10.1.1.1 Misión 109

10.1.1.2 Visión 109

10.1.1.3 Valores 109

10.1.2 Modelo de negocio 110

10.1.3 Matriz DOFA 111

10.1.4 Estrategia de asociatividad 113

10.2 ESTRUCTURA 115

10.2.1 Organigrama 115

10.2.2 Manual de funciones 116

10.3 ASPECTOS LEGALES 127

10.3.1 Constitución legal de la empresa 127

10.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS 129

10.4.1 Gastos de personal 129

10.4.2 Gastos de constitución 132

10.4.3 Gastos anuales de administración 132

11. ANALISIS FINANCIERO **133**

11.1 COSTOS 133

11.1.1 Costos de producción 133

11.1.2 Costos de administración 133

11.1.3 Costos de ventas 134

11.2 INVERSION INICIAL 134

11.2.1 Inversión en activos fijos 134

11.2.2 Capital de trabajo 134

11.3 PRESUPUESTOS 135

11.3.1 Presupuesto de ingresos 135

11.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS 135

11.4.1 Flujo de caja 137

11.5 FUENTES DE FINANCIACION 138

12. EVALUACION DEL PROYECTO **139**

12.1 ANALISIS DE RIESGOS 139

12.2 EVALUACION ECONOMICA 139

12.2.1 Razones financieras 142

12.2.2 Valor presente neto 147

12.2.3 Tasa interna de retorno 147

13. PLAN DE IMPLEMENTACION **149**

13.1 EQUIPO DE TRABAJO 149

13.2 CRONOGRAMA Y ACTIVIDADES 150

14. IMPACTO DEL PROYECTO SECRETARIA VIRTUAL 151

14.1 IMPACTO SOCIAL 151

14.2 IMPACTO AMBIENTAL 151

14.3 IMPACTO ECONOMICO 152

CONCLUSIONES 153

BIBLIOGRAFIA 154

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Entorno politico	20
Cuadro 2. Entorno económico	22
Cuadro 3. Entorno jurídico	25
Cuadro 4. Entorno tecnológico	27
Cuadro 5. Entorno social	29
Cuadro 6. Entorno cultural	35
Cuadro 7. Entorno ambiental	37
Cuadro 8. Aspectos generales del departamento del Valle del Cauca	41
Cuadro 9. Proveedor acceso a Internet	47
Cuadro 10. Proveedor telefonía celular	48
Cuadro 11. Poder de negociación de los proveedores	49
Cuadro 12. Poder de negociación de los clientes	50
Cuadro 13. Matriz del perfil competitivo	55
Cuadro 14. Calculo de la muestra	59
Cuadro 15. Profesión	60
Cuadro 16. Oficina propia	61
Cuadro 17. Agenda	62
Cuadro 18. Capacitaciones o conferencias	63
Cuadro 19. Organización del trabajo	64
Cuadro 20. Delegar	65

Cuadro 21. Disposición para adquirir el servicio 66

Cuadro 22. Precio 67

Cuadro 23. Frecuencia de uso del servicio 68

Cuadro 24. Como le gustaría enterarse 69

Cuadro 25. Como le gustaría recibir información 70

Cuadro 26. Presupuesto plan de mercadeo 79

Cuadro 27. Escenario o trayectoria tendencial 82

Cuadro 28. Escenario o trayectoria optimista 83

Cuadro 29. Escenario o trayectoria pesimista 84

Cuadro 30. Ficha técnica archivo 86

Cuadro 31. Ficha técnica agenda 86

Cuadro 32. Ficha técnica cobro a clientes 87

Cuadro 33. Ficha técnica itinerario de viajes y reserva de hoteles 87

Cuadro 34. Ficha técnica alquiler de salas y equipos 88

Cuadro 35. Inversión en activos fijos 97

Cuadro 36. Costos de adecuación 103

Cuadro 37. Escenarios de producción - ventas 103

Cuadro 38. Costo unitario de producción mes 106

Cuadro 39. Otros costos de fabricación mes 107

Cuadro 40. Matriz DOFA 111

Cuadro 41. Accionista y aporte 128

Cuadro 42. Nomina para pago de sueldos 129

Cuadro 43. Causación aportes mensual y parafiscales 130

Cuadro 44. Provisión prestaciones sociales mensual 131

Cuadro 45. Gastos de constitución 132

Cuadro 46. Gastos anuales de administración 132

Cuadro 47. Costos de producción 133

Cuadro 48. Costos de administración 133

Cuadro 49. Costos de ventas 134

Cuadro 50. Activos fijos 134

Cuadro 51. Capital de trabajo 134

Cuadro 52. Presupuesto de ingresos 135

Cuadro 53. Balance general 135

Cuadro 54. Estado de resultados 136

Cuadro 55. Flujo de caja 137

Cuadro 56. Razones financieras 140

Cuadro 57. Flujo de caja 141

Cuadro 58. Indicadores de liquidez 142

Cuadro 59. Indicador de rentabilidad 143

Cuadro 60. Indicadores de eficiencia 144

Cuadro 61. Indicadores de productividad 144

Cuadro 62. Indicadores de endeudamiento 145

Cuadro 63. Indicadores de rotación 146

Cuadro 64. Cronograma de actividades – semestrales 150

LISTA DE FIGURAS

pág.

Figura 1. Las cinco fuerzas que moldean la competencia de un sector 12

Figura 2. El proceso de la administración 14

Figura 3. Cadena productiva Secretaria Virtual 43

Figura 4. Profesión 59

Figura 5. Oficina propia 60

Figura 6. Agenda 61

Figura 7. Capacitaciones o conferencias 62

Figura 8. Organización del trabajo 63

Figura 9. Delegar 64

Figura 10. Disposición para adquirir el servicio 65

Figura 11. Precio 66

Figura 12. Frecuencia de uso del servicio 67

Figura 13. Como le gustaría enterarse 68

Figura 14. Como le gustaría recibir información 69

Figura 15. Logo 73

Figura 16. Tarjetas de presentación 74

Figura 17. Portal web 76

Figura 18. Producto interno bruto 79

Figura 19. Diagrama de flujo del proceso archivo 87

Figura 20. Diagrama de flujo del proceso agenda 88

Figura 21. Diagrama de flujo del proceso cartera 89

Figura 22. Diagrama de flujo del proceso alquiler de equipos 91

Figura 23. Ubicación de la empresa en la comuna 2 92

Figura 24. Plano de distribución de planta 94

Figura 25. Organigrama 115

INTRODUCCION

Actualmente y debido a los cambios que en materia de contratación de personal se han generado, además de la globalización del mercado que exige competitividad en todos los aspectos organizacionales, existe una tendencia clara hacia el emprendimiento, que hace que los profesionales en diferentes áreas quieran independizarse y crear su propia empresa.

De esta manera y pensando en una oportunidad de negocio que permitiera suplir la necesidad de apoyo administrativo a los emprendedores con un bajo costo, nace la idea de establecer un servicio acorde a los servicios administrativos requeridos, con la apropiación de los recursos como las tecnologías de información y comunicación, que de manera diferente, eficiente, eficaz y productiva le brinda a sus usuarios un servicio de calidad ajustado a las necesidades principales.

Toda empresa, organización e institución requiere los servicios administrativos que están a cargo de las secretarias y que le permiten tener un orden de actividades evitando las inconformidades y falta de atención a sus clientes.

De esta manera la Secretaria Virtual, es una alternativa para prestar este tipo de servicios, pensada en los diferentes profesionales de la ciudad de Cali, que no poseen tiempo, espacio y recursos financieros suficientes para encargar a una persona de tiempo completo para el desarrollo de labores administrativas diarias.

En este sentido este proyecto analiza la factibilidad y viabilidad de comercializar el servicio y ofrecer unos paquetes especiales a los profesionales independientes, que puedan abarcar actividades que no son propiamente del negocio, pero que son necesarias e indispensables para su funcionamiento, permitiendo que los profesionales emprendedores dispongan de más tiempo y recursos para dedicarse la actividad principal de su negocio.

Finalmente se analiza para el presente trabajo la proyección financiera, de recursos físicos y de personal para llevar a cabo la idea y como todos estos elementos se integran para formalizar el tipo de organización que se quiere constituir, convirtiéndose en una propuesta que agrega valor a los profesionales independientes en la realización de su actividad que cada uno desempeña, y el cubrimiento que se da a un mercado especifico, con un servicios de calidad.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1 PLANTEAMIENTO

La cifra de desempleo de Colombia en julio de 2011 se ubicó en el 11.6%[1] y aunque es la más baja de los últimos cuatro años continua afectando de manera significativa el desarrollo del país; esta situación sumada al costo de vida ha generado que hoy en día los profesionales encuentren diversas alternativas para mantenerse y lograr subsistir.

Ahora todos los procesos deben ser más rápidos y eficientes y los profesionales cada vez cuentan con más herramientas que les permiten agilizar y mejorar los canales de comunicación con sus clientes, hacer un uso eficiente de su tiempo y reducir costos de alquiler de establecimiento, de mantenimiento de oficinas y de salarios. Hoy son más los profesionales que deciden independizarse y crear su propia empresa como asesores o consultores, estableciendo así un mercado potencial de clientes que necesitan una oficina virtual.

La secretaria virtual surge como respuesta a la creciente necesidad que tienen muchos profesionales independientes y microempresarios de contar con todos los servicios que ofrecen las mejores oficinas tradicionales, incluyendo el manejo de sus cuentas, asesoría contable, facturación y cobro de cartera pero sin incurrir en los altos costos que ello implica.

1.2 FORMULACION

¿Es factible la creación de una empresa dedicada a prestar el servicio de Secretaria Virtual en la ciudad de Cali?

1.3 SISTEMATIZACION

¿Cuáles son los aspectos más relevantes de las teorías administrativas que permitirán el progreso de este proyecto?

---

[1] DINERO.COM [en línea]. [citado 31 de agosto del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/se-reduce-desempleo-colombia/134354>

¿Cuáles son los aspectos de carácter político, económico, jurídico, tecnológico, social, cultural y ambiental del sector servicios que pueden intervenir en el desarrollo del proyecto?

¿Cómo afectaría a la organización el ingreso de nuevos competidores?

¿Cuál sería el poder de negociación con los proveedores y los clientes?

Aspectos de mercadeo.

- ¿Cuáles son las características del sector en el cual se desarrollará el proyecto?
- ¿Cuál es el tamaño del mercado global y donde se encuentran?
- ¿Cuál es el tamaño del mercado objetivo y donde se encuentran?
- ¿Quiénes son los principales competidores?
- ¿Cuáles son los servicios de mayor acogida?
- ¿Cuáles son las estrategias de promoción de los servicios?
- ¿Cuáles son las estrategias de ventas de los servicios?

Aspectos técnicos.

- ¿Cuáles son los aspectos técnicos del servicio?
- ¿Cuáles son los diagramas de los servicios?
- ¿Cuáles son los costos de mano de obra del servicio?
- ¿Cuáles son las necesidades de planta física y de equipos necesarias para el desarrollo de este proyecto?
- ¿Cuáles son los costos de operación del servicio?

Aspectos administrativos.

- ¿Cuál será el direccionamiento estratégico de la empresa?
- ¿Cuál será la estructura organizacional de la empresa?
- ¿Cuál es el resultado del análisis de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del proyecto?
- ¿Cuáles serán las funciones a desempeñar por cada cargo?
- ¿Cuáles son los aspectos legales para la constitución de la empresa?
- ¿Cuáles son los gastos administrativos y de personal estimados?

Aspectos financieros.

- ¿Cuáles son los costos de producción del servicio?
- ¿Cuáles son los costos de administración?
- ¿Cuáles son los costos de ventas?
- ¿Cuál es la inversión inicial y activos fijos del proyecto?
- ¿Cuál será el capital de trabajo?
- ¿Cuál es el punto de equilibrio del negocio?
- ¿Cuál es el presupuesto de ingresos de la empresa?
- ¿Cuál es el presupuesto de compras de la empresa?
- ¿Cuáles son los estados financieros proyectados?
- ¿Cuáles serán las fuentes de financiación?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer un modelo de negocio que permita la puesta en marcha de una empresa dedicada a prestar el servicio de Secretaria Virtual en la ciudad de Cali.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer los aspectos más relevantes de las teorías administrativas que permitirán el progreso de este proyecto.
- Describir los aspectos de carácter político, económico, jurídico, tecnológico, social, cultural y ambiental del sector servicios que pueden intervenir en el desarrollo del proyecto.
- Determinar cómo afectaría a la organización el ingreso de nuevos competidores.
- Estimar cuál sería el poder de negociación con los proveedores y los clientes.

Aspectos de mercadeo.

- Determinar cuáles son las características del sector en el cual se desarrollará el proyecto.
- Establecer cuál es el tamaño del mercado global y donde se encuentran.
- Definir cuál es el tamaño del mercado objetivo y donde se encuentran.
- Identificar los principales competidores.
- Identificar los servicios de mayor acogida.
- Definir las estrategias de promoción de los servicios.
- Establecer las estrategias de ventas de los servicios.

Aspectos técnicos.

- Establecer los aspectos técnicos del servicio.
- Elaborar los diagramas de los servicios.
- Estimar los costos de mano de obra del servicio.
- Identificar las necesidades de planta física y de equipos necesarias para el desarrollo del proyecto.
- Estimar los costos de operación del servicio.

Aspectos administrativos.

- Definir el direccionamiento estratégico de la empresa.
- Establecer la estructura organizacional de la empresa.
- Realizar un análisis de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del proyecto.
- Definir las funciones a desempeñar por cada cargo.
- Identificar los aspectos legales para la constitución de la empresa.
- Estimar los gastos administrativos y de personal estimados.

Aspectos financieros.

- Estimar los costos de producción del servicio.
- Estimar los costos de administración.
- Establecer los costos de ventas.
- Definir la inversión inicial y activos fijos del proyecto.
- Establecer el capital de trabajo.

- Estimar el punto de equilibrio del negocio.
- Establecer el presupuesto de ingresos de la empresa.
- Establecer el presupuesto de compras de la empresa.
- Realizar los estados financieros proyectados.
- Estimar las fuentes de financiación.

3. JUSTIFICACION

El mundo empresarial busca cada vez ser más eficiente y práctico en lo que respecta a los procesos administrativos que demandan las organizaciones, cualquiera que sea su tamaño, oficio y mercado.

Es la razón por la que se identifica una necesidad latente de los empresarios mipymes y los empresarios independientes quienes con grandes esfuerzos y limitados recursos de infraestructura, económicos y de talento humano desean crecer y ampliar su mercado dándose a conocer a más personas a través de un servicio de atención a sus clientes que le permita hacer llamativa su propuesta de negocio.

La secretaria virtual posee las capacidades habilidades y conocimientos necesarios para ayudar en el propósito empresarial de cada uno de estos gestores organizaciones a cumplir sus metas y lo más importante es que no tendrá que ser una carga laboral más sino un recurso disponible que le garantice cumplimiento de las tareas de su negocio, ordenar y gestionar la constitución legal de las mypymes y canalizar los esfuerzos del empresario en el fortalecimiento de otros áreas de su organización que requieran mayor atención durante la etapa de crecimiento de su negocio.

De esta manera la Secretaria Virtual, se convierte en la respuesta a las múltiples necesidades operativas que tienen los empresarios que muy pocas veces pueden manejar de forma directa y efectiva y que le generan retrasos importantes para su oportunidad de crecimiento.

4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se desarrolló durante los meses de agosto a diciembre de 2011 y está compuesto por dos aspectos que permiten argumentar la viabilidad del proyecto. El primer aspecto corresponde al aporte académico y el segundo aspecto corresponde al estudio de factibilidad para la propuesta de empresa.

Para generar los resultados fue necesario aplicar una metodología especificada en cada componente que permita documentar el proceso.

4.1 TIPO DE INVESTIGACION

Para el desarrollo de este componente se utilizó el método científico de investigación, tomado del libro Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, de Carlos Eduardo Méndez, pues este método define la manera para la realización del proyecto de investigación, proponiendo los siguientes pasos:

1. Planteamiento, formulación y sistematización del problema de investigación.

2. Revisión del marco conceptual y teórico.

Además del apoyo en textos guías Fundamento de Administración. Carlos Ramírez Cardona. ECO Ediciones 202, Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Rodrigo Varela. Prentice Hall. 2008, Administración de Pequeñas Empresas. Un enfoque Emprendedor. Justin Longenecker. Thomson y Mercadotecnia. Philip Kotler. Editorial Prentice Hall, Colombia, 2004.

4.2 MÉTODO DE INVESTIGACION

Los tipos de estudio a utilizar corresponden a la investigación cualitativa y serán la investigación exploratoria ya que permitirá identificar antecedentes generales y documentar los hallazgos encontrados. Y la investigación descriptiva para que una vez recolectados los datos elaborar un análisis minucioso para establecer la viabilidad del proyecto.

4.3 FUENTES Y TECNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recopilación de la información y los datos se tuvo en cuenta las siguientes técnicas:

Fuente primaria: la recopilación de la información se hizo directamente con profesionales interesados en el servicio.

Fuentes secundarias: Cámara de Comercio a través de la base de datos de los empresarios. DANE para obtener datos estadísticos acerca de la población y encuestas y entrevistas que permitan reconocer el entorno en el cual se desarrollará el proyecto.

Además de la Revista Dinero, Cambio, Diario la República, etc. Revistas técnicas y del gremio y bibliografía amplia sobre innovación, creación de empresas y fundamentos de la administración.

Técnicas de Investigación: La técnica de investigación que se utilizará es la encuesta, con ella se busca recolectar datos de varias personas que tiene relación con el caso de estudio para realizar un acercamiento y reconocer el entorno inmediato del problema de investigación.

Durante este tiempo de estudio y análisis a través de diversas herramientas de recolección de datos e información necesaria se pudieron obtener las conclusiones necesarias para argumentar la viabilidad de la propuesta planteada.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 MARCO TEÓRICO

A continuación se presentan las teorías más influyentes que son útiles para el desarrollo del proyecto.

Teoría del emprendimiento. Bajo la mirada del texto de Rodrigo Varela Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas, se puede identificar una serie de elementos importantes en el desarrollo personal del espíritu empresarial de quienes deciden crear empresa, uno de ellos es la cultura, que imparte una serie de experiencias y condiciones que a lo largo de la vida de las personas construye un estilo que permea la forma de vivir del colectivo y así mismo su condición individual.

En este sentido se habla que los emprendedores tienen una serie de características en común que les permite ser diferentes de las demás personas, no porque los otros no sean capaces de serlo, sino porque los emprendedores deciden ser lideres y con su persistencia, compromiso y dedicación consiguen lo que se proponen aprovechando al máximo los recursos con los que cuentan y convirtiendo sus deseos, sueños e ideales en hechos tangibles que finalmente se convierten en una empresa o idea de negocio.

La cultura del espíritu empresarial[2]*. Hofstede define cultura como la programación mental colectiva de una comunidad en un ambiente especifico… Al hablar de la cultura de un grupo, una región, una nación o una empresa, se hace referencia a ese conjunto de valores, creencias, convicciones e ideas que ese grupo ha adquirido a lo largo de sus experiencias y que forman parte de su vida. …cambia muy lentamente; no solo porque está impresa en las mentes de las personas, sino porque se cristaliza en instituciones que esas personas han construido: sus estructuras familiares, educacionales, religiosas; fines de asociación, tipos de trabajo y de gobierno; producciones artísticas, científicas, técnicas; esquemas de producción económica; etcétera. A este conjunto de valores culturales de comportamiento lo llamaremos aquí espíritu empresarial (Entrepreneurship en inglés). El espíritu empresarial desempeña un papel básico en todo proceso de desarrollo humano y social.*

---

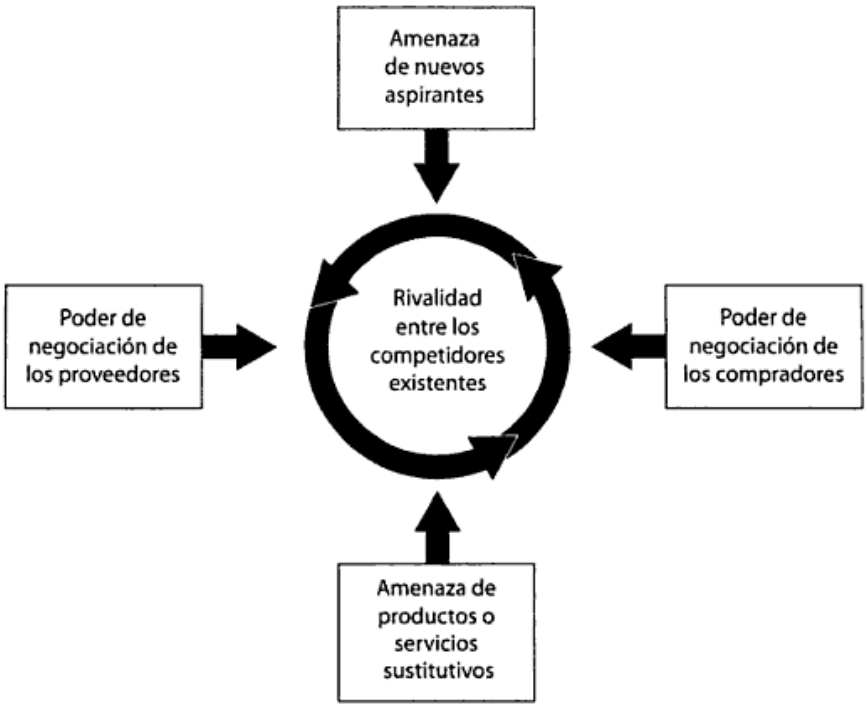
[2] VARELA V., Rodrigo. Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas, 2da ed. Bogotá: Ed. Prentice Hall. Pearson Educación de Colombia Ltda, 2001. [citado el 18 de septiembre de 2011].

Teoría del sector. Para hablar del sector es necesario considerar las cinco fuerzas competitivas que moldean la estrategia y que de acuerdo con su autor son parte fundamental del análisis que de este se hace, pues permiten determinar el posicionamiento estratégico frente a los diferentes competidores.

En este sentido estas cinco fuerzas constituyen un verdadero punto de partida para identificar la influencia y comportamiento del sector en el proyecto empresarial y como las condiciones dadas influyen directa o indirectamente en el éxito del proyecto.

Esta teoría se considera de vital importancia en el análisis a realizar de este proyecto, pues abarca una serie de elementos y aspectos que solo podrán ser descubiertos al analizar directamente el sector, sino que también permitirá determinar la influencia de los factores externos como parte fundamental de su evolución y desarrollo en forma positiva o negativa, contribuyendo para la toma de decisiones.

Figura 1. Las cincos fuerzas que moldean la competencia de un sector



Fuente: PORTER, Michael E. Ser Competitivo. España: Ed. Deusto, 2009. p. 32.

Teoría de administración. Dentro de las diferentes teorías sobre la administración, definiciones que hacen parte estructural de la teoría administrativa, se hace más sobresaliente para la elaboración de este proyecto, la teoría presentada por Fayol, quien dice que "La administración es un proceso que consiste en prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar"[3] .

La administración debe entenderse como el conjunto de principios y técnicas que se explican para ejecutar las funciones del proceso administrativo.

Es por eso que la administración, a través de esos diferentes procesos alcanza los objetivos y estrategias organizacionales propuestos en la estructura del negocio, utilizando personas y recursos variados.

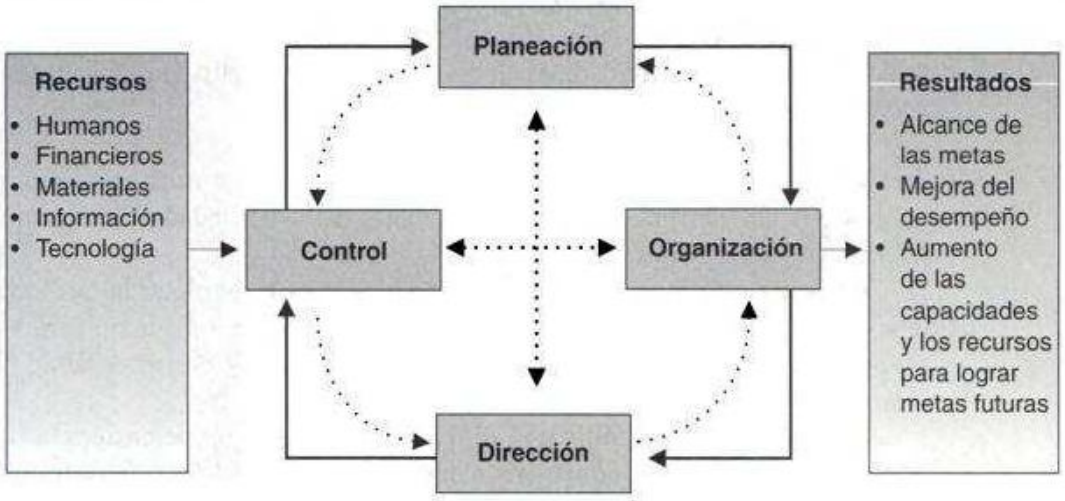
La acertada administración de estos procesos, se hace base fundamental para que la Secretaria Virtual, se proyecte a entregar un servicio con las características propias de una secretaria, coordinada con el soporte y el apoyo tecnológico acorde a las necesidades del mercado.

La administración considerada como práctica, nos permite implementar las aptitudes innatas de los individuos ubicados en los cargos administrativos, con las que se pueden descubrir las corrientes de liderazgo y de poder en ellos.

Acerca de los principios de la administración, cabe referirse a la ayuda que ofrecen en los planteamientos organizacionales, que a partir de la experiencia son fortalecidos y redirigidos

[3] Fayol Henry. Administración industrial y General, Buenos Aires, El Ateneo, 1980.

Figura 2. El proceso de la administración



Fuente: DA SILVA, Reinaldo O., Teorías de la Administración., México: Ed. Thomson International, 2002. p.11.

La figura 2, nos representa el ciclo organizacional, en el que se da inicio con los recursos, que entran para ser utilizados y direccionados para alcanzar unos resultados, todos bajo la supervisión desde la dirección y conservando la estrategia.

Teoría de mercadeo. En la concepción de mercado como un espacio físico determinado, nos aterriza a enfocarnos a la atención directa de este, ya que el tipo de actividad de prestación de servicios refleja un continuo cambio sostenible en el medio, aumentando la exigencia y tipificación de los productos ofrecidos.

Los medios de comunicación, la negociación mercantil pasó a dejar de realizarse de manera exclusiva en un lugar determinado y debe ser mediatizada por una serie de elementos de comunicación. Sin el deber de precisar un encuentro propiamente dicho entre compradores y vendedores.

Por otra parte, en la actualidad se da lugar a casos de comercialización más sofisticados, muchos mecanismos por los cuales directamente operan maquinas con software que realizan operaciones comerciales sin mediar la decisión previa de ninguna operador para cada operación particular.

Existe la tendencia a priorizar la demanda dentro de las fuerzas que operan en el mercado, esto se debe a la gran importancia del conocimiento de las características de los consumidores para definir los mercados meta a los cuales dirigir los esfuerzos; por ello es que, cuando se habla de conocer el mercado de un cierto producto se hace referencia al conjunto de compradores (reales o potenciales) de ese producto.

Los antecedentes para el enfoque al mercadeo/servicio, atraviesan desde el enfoque al producto hasta llegar al enfoque al consumidor, las causas principales para que se produjera este proceso, podemos determinar los siguientes factores:

- Cambio en las cadenas de distribución.
- Incremento en la escala comercial de las distribuidoras.
- Influencia de los medios masivos de comunicación.
- Cambios en los hábitos de consumo.
- Incremento de la competitividad a nivel de la oferta.
- Búsqueda de mercados cada vez más especializados.

Lo que se puede determinar, es un traspaso relativo del poder de mercado desde la oferta hacia la demanda, por ello es que hoy se puede hacer referencia a una <<soberanía del consumidor>>, o <<poder de mercado>> de los consumidores, por mas que sus hábitos de consumo estén ampliamente influenciados por los medios de comunicación masiva.

Teoría de servicios. Nos demuestra grandes saltos en la concepción de servicio, que ha transformado la composición de la estructura del empleo, por haber aumentado su participación como sector económico.

Teorías que explican el comportamiento del sector servicios[4] . Desde una perspectiva macroeconómica y global, se enumerarán las diversas visiones que han explicado el acontecimiento de la terciarización de la estructura productiva de los países. De antemano, hemos de notificar algunas dificultades:

- Ya hemos visto que el sector terciario es un sector saco en el que se han incluido ramas heterogéneas de la actividad económica. Por esta razón, el comportamiento a nivel agregado de todo el sector puede no ser representativo de la evolución de algunas ramas en concreto. Hay subsectores de servicios en declive (transporte marítimo, por ejemplo) compensado con la actuación expansiva de otros (servicios a empresas). Todo lo cual nos exige ser muy cuidadosos con las conclusiones que obtengamos a nivel general para todo el sector servicios.

- Por esta razón, las comparaciones que trascienden las dimensiones espaciotemporales corren un riesgo de alto sesgo. No todos los países contemplan estadísticas homogéneas para el sector servicios, y es muy fácil el deslizamiento de empresas de uno a otro sector según los criterios de clasificación practicados en cada país. Este tipo de decisiones de clasificación también ha cambiado con los tiempos, de forma que el estudio de series temporales, aun dentro de un mismo país, tiene problemas de homogeneización y de tempetitividad. Por ello, recomendamos trabajar con estadísticas homogéneas, del tipo de las que utiliza la OCDE, cuando pretendamos establecer comparaciones internacionales.

- En nuestra opinión, no existe una teoría general que satisfaga las exigencias científicas de describilidad y predictibilidad del sector servicios. Abandonamos,

[4] MAQUEDA LAFUENTE, Javier y LLAGUNO MUSONS, José Ignacio. Marketing estratégico para empresas de servicios. Madrid, España: Ed. Ediciones Díaz de Santos, S.A., 1995. p. 49 - 52.

desde ahora, pretensiones totalitarias de explicación del fenómeno de la terciarización social, aunque reconozcamos la ambición científica de algunas doctrinas (materialismo histórico y estructuralismo, entre otras) cuya mera presentación desbordara el objeto de nuestro trabajo. En nuestro caso, lo que expondremos como teorías se reduce a menos enfoques o factores explicativos de elementos parciales y de ciertos comportamientos del sector terciario.

<<El sector servicios es, desde hace ya algunos años, el mas importante de nuestra economía. Sin embargo, ha sido el menos estudiado y, casi con toda seguridad, es el sector menos conocido>>[5] .

- Dadas las dificultades para establecer las fronteras del sector terciario con respecto a los otros dos grandes sectores de la economía, y a la presencia de subsectores de servicios de comportamiento muy dispar entre si, tampoco abordaremos el análisis global del sector con las herramientas que nos presta la denominada economía industrial. Las conclusiones que obtendríamos de los modelos de análisis de la economía industrial para analizar el sector terciario, empleando esquemas del tipo propuesto por Poster M. (1985) para el análisis estratégico del sector, el poder de negociación de sus clientes y proveedores, la existencia de productos sustitutivos, los efectos de las nuevas tecnologías, etc., con ser validos para el análisis estratégico, en esta ocasión, no nos son de utilidad para distinguir el sector servicios del sector industrial.

5.2 MARCO CONCEPTUAL

En el proyecto se trabajó el siguiente marco conceptual:

Administración: es un conjunto de actividades dirigido a aprovechar los recursos de manera eficiente y eficaz con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos o metas de la organización.

Outsourcing: o tercerización (también llamada subcontratación) es una técnica innovadora de administración, que consiste en la transferencia a terceros de ciertos procesos complementarios que no forman parte del giro principal del negocio, permitiendo la concentración de los esfuerzos en las actividades esenciales a fin de obtener competitividad y resultados tangibles. Esta técnica se

[5] CUADRADO ROURA J. R.: op. cit., pág. 231.

fundamenta en un proceso de gestión que implica cambios estructurales de la empresa en aspectos fundamentales tales como la cultura, procedimientos, sistemas, controles y tecnología cuyo objetivo es obtener mejores resultados concentrando todos los esfuerzos y energía de la empresa en la actividad principal. También podemos definirlo como la subcontratación de servicios que busca agilizar y economizar los procesos productivos para el cumplimiento eficiente de los objetos sociales de las instituciones, de modo que las empresas se centren en lo que les es propio.

Secretaria virtual: es un servicio que se desarrolla en modalidad de outsourcing, es un concepto que ofrece, a través de empresas con una infraestructura especialmente dedicada, el control y desarrollo de todas las tareas de secretaría operativa (recepción de llamadas, gestión de agenda, etc...) pero de forma no presencial. Por el contrario la forma de ofrecer el servicio es a través del concepto de cloud sustentado en las nuevas tecnologías de la información que permite que un equipo de asistentes virtuales altamente preparado pueda dar servicio en contemporáneo a un cluster de empresas o profesionales.

Los profesionales dedicados a ofrecer los servicios de secretaria virtual poseen las competencias necesarias para realizar los trabajos que nuestra empresas necesita con la ventaja de que su virtualidad asegura una constante reconfiguración y flexibilidad a nuestras necesidades (sin que nosotros tengamos en ningún momento que llevar a cabo trámites en la gestión del personal).

De forma general podemos decir que las ventajas que reporta un servicio de secretaria a través de recepcionistas virtuales no presenciales son las siguientes:

- Se optimiza al máximo el costo del servicio ya las empresas de secretariado virtual ofrecen modalidades de tarificación que se ajustan a la tipología específica de las empresas (uno paga por lo que utiliza el servicio).

- Elimina todos los problemas asociados a la gestión del capital humano y de la infraestructura necesaria para el desarrollo de los trabajos de secretaría operativa. Esto conlleva el ahorro de nóminas, RR.HH., equipos informáticos etc…

- Se mantiene la imagen de la empresa pero sin emplear tiempo efectivo de los trabajadores a sueldo en la empresa, tiempo que puede ser reconducido a otras tareas más productivas como la labor comercial, el postventa etc.

Servicio: es un proceso, es una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor. Puede entenderse al servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal.

6. ANALISIS DE ENTORNOS DEL SECTOR

6.1 ENTORNO POLÍTICO

Cuadro 1. Entorno político

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Negociaciones TLC E.U.	Oportunidad	Alta	El pasado mes de octubre el Presidente de los Estados Unidos Barack Obama, firmó el TLC de ese país con Colombia, el cual fue finalmente aprobado por el Congreso Republicano. Con la firma de esto tratado y de los demás acuerdos comerciales con Corea y Panamá, Estados Unidos espera aumentar sus exportaciones y generar más oportunidades de empleo. Esta situación permite crearse un panorama económico positivo pensando en el crecimiento económico para el país y la generación de empleo que va acorde a las propuestas del plan nacional de desarrollo planteado por el Presidente de la República donde se busca más seguridad, empleo y menos pobreza. Igualmente de acuerdo a declaraciones del Presidente de la Andi, serviría de apoyo en una posible crisis económica. El TLC evidentemente genera más oportunidades de desarrollo económico y en el sector que compete a los servicios de telecomunicaciones habrá más oportunidades de crecimiento con la adquisición de mas tecnología, de esta manera se convierte la firma de este tratado en un importante punto de partida para la creación de una nueva empresa con base en las TIC.

Cuadro 1. (Continuación) Entorno político

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Cambio de gobernantes locales	**Amenaza**	**Media**	Después de mucha expectativa en el país frente a las elecciones de gobernantes en Colombia, se eligieron en condiciones en general normales, los 32 Gobernadores, 1.102 Alcaldes, 418 Diputados, 12.063 Concejales y 4.627 Ediles de los departamentos y municipios del País. A pesar de los múltiples escándalos de corrupción, parapolítica, fraudes electorales según estadísticas de elecciones pasadas, las autoridades del país en general mostraron un resultado positivo de la jornada electoral, con algunos casos se tomara el debido control. Elegir bien es muy importante y sobre todo en un país como Colombia, donde además de otras situaciones de violencia, estos actos de corrupción y deshonestidad llevan al país a una situación más crítica y no fomentan el crecimiento económico ni el desarrollo social. El compromiso del nuevo gobierno para la región es importante, por lo tanto, se espera que el plan propuesto se desarrolle buscando el crecimiento y fortalecimiento de la región asignado de manera responsable los recursos manteniendo el compromiso social. Es importante para el proyecto de empresa Secretaria Virtual, conocer los planes de gobierno locales y departamentales con el fin de convertirlos en parte de su estrategia de crecimiento y aporte a la región en empleo y desarrollo, por esta razón no puede ser ajena a los temas de gobernabilidad que generan impacto en todo el país.

Fuente: Diseño propio

6.2 ENTORNO ECONÓMICO

Cuadro 2. Entorno económico

<table>
<tr><th>Variable</th><th>O/A</th><th>Tendencia</th><th>Como nos afecta?</th></tr>
<tr><td>PIB</td><td>Oportunidad</td><td>Alta</td><td>
En el segundo trimestre del año 2011 la economía colombiana creció en 5.2% con relación al mismo trimestre de 2010. Frente al trimestre inmediatamente anterior, el PIB aumentó en 2.1%. La variación del primer semestre de 2011 respecto al mismo periodo de 2010 fue de 5.0%.
Por otra parte al analizar el comportamiento trimestral del PIB por sectores para el segundo trimestre de 2011 encontramos por sectores de la economía las siguientes variaciones donde destacamos las más importantes:

Exportación, minas y canteras 10.3%, comercio, reparación, restaurantes y hoteles 7.2%, transporte, almacenamiento y comunicaciones 7.1% y 6.1% establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas.

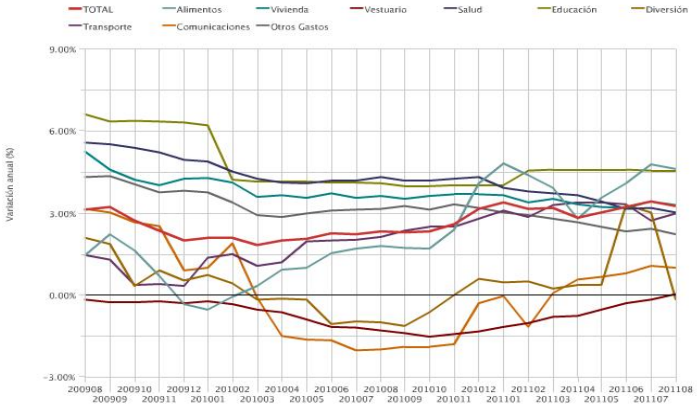
Cuadro 1
Producto Interno Bruto
2009 / I - 2011 / II
Series desestacionalizadas
<table>
<tr><th>Periodo</th><th>Variación anual (%)</th><th>Variación trimestral (%)</th></tr>
<tr><td>2009 - I</td><td>1,1</td><td>0,6</td></tr>
<tr><td>II</td><td>0,7</td><td>0,6</td></tr>
<tr><td>III</td><td>1,1</td><td>0,7</td></tr>
<tr><td>IV</td><td>2,9</td><td>0,9</td></tr>
<tr><td>2010 - I</td><td>3,7</td><td>1,4</td></tr>
<tr><td>II</td><td>4,7</td><td>1,5</td></tr>
<tr><td>III</td><td>3,4</td><td>-0,5</td></tr>
<tr><td>IV</td><td>5,4</td><td>2,9</td></tr>
<tr><td>2011 - I</td><td>4,7</td><td>0,7</td></tr>
<tr><td>II</td><td>5,2</td><td>2,1</td></tr>
</table>
Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

De acuerdo al cuadro comparativo del PIB entre los años 2009, 2010 y 2011, se puede notar un crecimiento en el segundo trimestre que permite ver una situación económica más estable en comparación con el año 2009 donde presentó un bajo crecimiento. Conocer la composición del PIB, su comportamiento y tendencia, es vital para la creación de una empresa, pues es uno de los indicadores económicos más importantes del crecimiento de una economía. Por esta razón, si su tendencia indica una variación positiva, es positivo para el país, siendo este un buen diagnostico, ya que muestra un escenario apropiado para iniciar con una nueva empresa.

Vale la pena recordar que la economía Colombia, se ha visto afectada por la situación económica del mundo, sin embargo, se ha logrado mantener estable y recuperarse.
</td></tr>
</table>

Cuadro 2. (Continuación) Entorno económico

<table>
<tr><th>Variable</th><th>O/A</th><th>Tendencia</th><th>Como nos afecta?</th></tr>
<tr><td>Inflación</td><td>Amenaza</td><td>Baja</td><td>
Índices de precios al consumidor (IPC) - últimos dos años por grupo de gasto - Variación porcentual mensual, año corrido y doce meses.



Fuente: cifras provenientes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (www.dane.gov.co).

Fuente: BANREP. *Banco Nacional de la Republica Colombia.* [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: < http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_precios_ipc.htm#Otros_ipc>

De acuerdo con la estadística del DANE para el año 2011 se muestra una inflación que se mantiene por debajo del 4% y aunque la meta es alcanzar un 2%, se está muy lejos de esta situación. Para el mes de abril aunque mostró una baja, en los meses siguientes su aumento se dio un tanto constante, posiblemente por el encarecimiento de los productos de diversión más en relación con los temas del mundial.

<table>
<tr><th>Período</th><th>IPC</th><th>Variación anual</th></tr>
<tr><td>Enero</td><td>106.19</td><td>3.40%</td></tr>
<tr><td>Febrero</td><td>106.83</td><td>3.17%</td></tr>
<tr><td>Marzo</td><td>107.12</td><td>3.19%</td></tr>
<tr><td>Abril</td><td>107.25</td><td>2.84%</td></tr>
<tr><td>Mayo</td><td>107.55</td><td>3.02%</td></tr>
<tr><td>Junio</td><td>107.89</td><td>3.23%</td></tr>
<tr><td>Julio</td><td>108.05</td><td>3.42%</td></tr>
<tr><td>Agosto</td><td>108.02</td><td>3.27%</td></tr>
</table>

Fuente: DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. [en línea]. [citado 19 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co>

La inflación es un indicador económico que debe ser evaluado constantemente por el gobierno para garantizar la marcha estable de la economía en términos de oferta y demanda, equiparando precios, con el fin de mantener una economía sana en el país.

Este indicador requiere de unas medidas de control y políticas del gobierno que procuren mantener en un nivel adecuado su crecimiento para estabilizar la economía. En este sentido se considera importante tener en cuenta su comportamiento frente a la economía del país, porque influye totalmente en la economía, sin embargo, actualmente con las medidas y políticas fiscales es un tema, que no afectaría mayormente la constitución de la nueva empresa, si la tendencia continua manteniéndose y la situación se controla con medidas oportunas.
</td></tr>
</table>

Cuadro 2. (Continuación) Entorno económico

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
TRM	Amenaza	Baja	La tasa representativa - promedio - del mercado fue de $1.799,0 para el segundo trimestre de 2011, lo que significó una revaluación nominal anual del peso de colombiano en 7,8%, respecto al mismo periodo de 2010. Por su parte, el comportamiento trimestral en 2010 fue el siguiente: $1.947 en el primer trimestre; $1.950 en el segundo, $1.833 en el tercero y $1.866 en el cuarto. Así mismo, en junio de 2011 el índice de tasa de cambio real presentó una disminución en 1,8% respecto al mismo periodo del año anterior, al pasar de 99,4 en 2010 a 97,6 en el segundo trimestre de 2011.[6] Esta situación de revaluación del peso puede generar inestabilidad en la inversión de nuestro país y con respecto al pago de la deuda puede generar incertidumbre. Es importante que el país genere políticas que le permitan movilizar la economía desde otros entornos y considerar políticas que le permitan atacar la revaluación con el fin de mantener una estabilidad en la oferta y demanda de bienes. En lo corrido del año la TRM ha tenido poca estabilidad y su fluctuación ha sido constante, lo que preocupa con respecto a la inversión extranjera y que tanto pueda verse afectada la economía por este aspecto. Sin embargo para el proyecto de empresa Secretaria Virtual, encontramos que existe poca incidencia frente a este indicador, que aunque es relevante para le economía del país por sus múltiples relaciones internacionales y acuerdos, no interfiere en la creación de la microempresa, pues esta entra a suplir una necesidad básica de la población que de una u otra forma no está siendo atendida y requiere ser satisfecha.
Tasa de Interés	Amenaza	Alta	En el segundo trimestre de 2011, la tasa de interés activa se incrementó respecto a la observada en el mismo periodo de 2010, al pasar de 9,5% a 11,0%; al igual que la tasa pasiva que pasó de 3,7% a 3,9% en dicho lapso. Como consecuencia de estos movimientos, el margen de intermediación aumentó en 1,3 puntos porcentuales, al pasar de 5,8% en el segundo trimestre de 2010 a 7,1% en el mismo periodo de 2011. [7] Esta variable económica indudablemente afecta la inversión en nuevas oportunidades de empresa, por lo tanto el proyecto Secretaria Virtual, no es ajeno a estos cambios económicos que muestran la situación del país, por se debe estar vigilante a su comportamiento con el fin de tomar las mejores decisiones en el momento preciso.

Fuente: Diseño propio

[6] DANE. *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. [en línea]. [citado 19 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co/#twoj_fragment1-4>
[7] Ibíd.

6.3 ENTORNO JURÍDICO

Cuadro 3. Entorno jurídico

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Ley 1341 de 2009	**Oportunidad**	**Alta**	Esta ley de gran importancia para este proyecto pues en ella el Gobierno Nacional hace un aporte al fortalecimiento de las TIC, donde involucran el desarrollo de todos los sectores como el educativo, social, cultural, económico, político del país contribuyendo a su vez a incrementar la productividad y la competitividad, promoviendo el desarrollo de las plataformas e infraestructuras, que permitan ampliar los servicios que se lleven al usuario final. Esta visión global del Gobierno Nacional que facilita el acceso a las TIC y se preocupa por brindar un servicio que garantice los derechos de los usuarios, en materia de comunicaciones brinda posibilidades de crecer en un sector que se está fortaleciendo en busca de generar competitividad, eficiencia y desarrollo en todos los aspectos generando inclusión social. Esta ley es una excelente oportunidad de apoyo gubernamental que facilita la consecución de uno objetivos hacia el mejor uso de las TIC competitivamente, generando a partir de su implementación oportunidades de empresa como la que se está gestando en este proyecto.
Ley 590 de 2000	**Oportunidad**	**Alta**	El Gobierno Nacional a través de la presente ley busca promover y fomentar el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas considerando la importancia en la generación de empleo, desarrollo productivo y capacidad de creación e innovación. Es importante para este proyecto ya que se evidencia claramente el apoyo gubernamental en cuanto a su disposición para promover y fomentar el desarrollo de nuevas oportunidades de empresas. De esta manera se puede aprovechar la coyuntura actual apropiándose de las políticas que faciliten y propician a través de esquemas de asociatividad el desarrollo de nuevas organizaciones empresariales como las mi pymes y acceder legalmente al crecimiento económico al país, desde propuestas que enriquezcan la generación de empleo, fomenten la innovación y el uso de las tecnologías de información.

Cuadro 3. (Continuación) Entorno jurídico

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Ley 1014 de 2006	**Oportunidad**	**Alta**	Esta ley emitida por el Congreso de la República busca a través de la creación de la Red de Emprendimiento y con el asocio de varias entidades estatales programas y procesos de orientación, formación y consultoría, así como la orientación y participación en los diferentes programas del estado con apoyo institucional público o privado a los emprendedores promoviendo la creación de nuevas empresas y disponiendo un conjunto de principios normativos para tal fin. De esta manera y teniendo en cuenta el carácter de esta empresa se considera realmente importante el apoyo y los beneficios que ofrece el estado a los emprendedores en el proceso de creación de empresa y el apoyo recibido a través de las redes para el emprendimiento como el acompañamiento y la búsqueda de sostenibilidad de las mismas, pues permiten generar un ambiente seguro, regulado e innovador.
Ley del primer empleo o Ley 1429	**Oportunidad**	**Alta**	La Ley 1429 o 'Ley del primer empleo' como se le conoce, contempla cuatro puntos fundamentales: 1. Formalizar las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes). 2. Simplificar los trámites para la formalización de las empresas. 3. Controlar el surgimiento de firmas fachadas que accedan a estos beneficios. 4. Crear nuevos puestos de trabajo y reducir la informalidad. En esta ley también se considera un incentivo para los empleadores, a quienes se exoneraran de pagar parafiscales: Sena, Icbf o las Cajas de Compensación Familiar, al contratar la población beneficiada con la Ley. Esta ley es un verdadero aporte y apoyo a la creación de empresa por parte del gobierno con la cual se podrá no solo generar empleo sino reducir costos de operación acogiéndose a lo dispuesto en ella. Al conocer de cerca los parámetros y condiciones de la ley se garantiza la oportunidad de que emprendedores ganen y a su vez beneficien el desarrollo social y económico de la región.

Fuente: Diseño propio

6.4 ENTORNO TECNOLÓGICO

Cuadro 4. Entorno tecnológico

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
TIC	Oportunidad	Alta	Para el proyecto de empresa "Secretaria Virtual", es fundamental este entorno, pues el contacto directo con el cliente o usuario del servicio está enfocado a los diferentes procesos y actividades que pueden llevarse a cabo a través del aporte de las tecnologías de información y comunicaciones, garantizando una relación permanente efectiva, eficaz y oportuna entre el cliente y la empresa utilizando los medios tecnológicos que apoyen dichos procesos, buscando ser efectivos en suplir las necesidades de empresa-cliente y ofreciendo al mercado un servicio que reduzca costos y le posibilite generar utilidades en un corto plazo. En Colombia, de acuerdo **al resumen del Análisis del Sector Tic en Colombia: Evolución y Desafío. Por Adecintel [8] 13 de Enero de 2011**, se hace una revisión de la evolución del sector de TIC en el país, así como de las posibilidades de crecimiento del mismo, teniendo en cuenta el Plan Vive Digital y las tareas de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, además de las políticas nacionales en materia de TIC a través de las cuales se ha venido adelantando programas e iniciativas como el Plan de TIC 2008-2019 "Colombia en línea con el futuro" (PNTIC), el Pacto Social Digital, que buscan la masificación del uso del internet con el fin de ser más competitivos, productivos, generar empleo y reducir la pobreza. Entendiéndose que los servicios de mayor uso en Colombia son los de telecomunicaciones tradicionales (voz fija y móvil), se vislumbra un potencial de crecimiento en los servicios de datos y acceso a Internet que dependerán de la expansión y uso de las TIC, generando más posibilidades de desarrollo y crecimiento económico que le permita estar acorde a las necesidades internacionales del mundo globalizado. Para el plan de empresa propuesto es de vital conocer los avances en el sector de las TIC, planes, programas y proyectos, pues esto le permite hacerse una visión más real de su contexto y cuáles son las posibilidades de entrar a competir en el. Por lo tanto se considera que el servicio que provee este plan de empresa está muy acorde a las políticas del sector TIC en Colombia, con miras a la competitividad nacional y global considerando una gran oportunidad de crecimiento y aporte a la economía del país generando nuevas oportunidades de empresa como esta que le dan acceso a un grupo de personas cuyo interés común es el jalonamiento de la economía a partir de la creación de empresa.

[8] ADECINTEL. *Análisis del sector TIC en Colombia: Evolución y desafío.* [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://adecintel.blogia.com/2011/011301-analisis-del-sector-tic-en-colombia-evolucion-y-desafio..php>

Cuadro 4. (Continuación) Entorno tecnológico

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Internet	Oportunidad	Alta	"El Gobierno Nacional, a través de la Ministra de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, María del Rosario Guerra, hicieron el lanzamiento del Pacto Social Digital 2010-2019, que es una alianza público-privada para acelerar y masificar el acceso, uso y la apropiación de las TIC en toda la población, en todos los lugares del país. En Colombia, en el 2008 el sector de las comunicaciones generó cerca de 21 billones de pesos de ingresos, una cifra cercana a la inversión pública del mismo año. Esta cifra significa que el sector TIC está participando en el PIB con un 3%. Si se incluye el componente de informática, que es cercano a seis mil millones, la magnitud es mucho mayor. Y con un potencial de crecimiento enorme, motivo por el cual se hace la invitación a que empresarios y gremios se sumen al Pacto Social Digital. El Pacto Social Digital está referido a unos indicadores estratégicos en infraestructura, servicios y cultura digital, cuyo logro genera para los habitantes unas condiciones de equidad frente a la tecnología y unas capacidades al país que se reflejan en más productividad, empleos y crecimiento de la industria TIC." [9] Frente a esta oportunidad de masificación del acceso y uso de las TIC, en especial garantizar el acceso a internet en todos los lugares del país, se visualizan igualmente la generación de unas condiciones propicias con respecto a infraestructura, cultura, capacitación y prestación de servicios que puede ser apoyada desde el proyecto de la Secretaria Virtual, abarcando un nicho muy importante para el cumplimiento de esta meta y que son las mi pymes y los emprendedores garantizándoles acceso a las TIC a un bajo costo y de acuerdo a las necesidades de su negocio.

Fuente: Diseño propio

[9] INTERACTIC. *Interacción con la información.* [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.interactic.org.co/noticintel/primer-plano/1133>

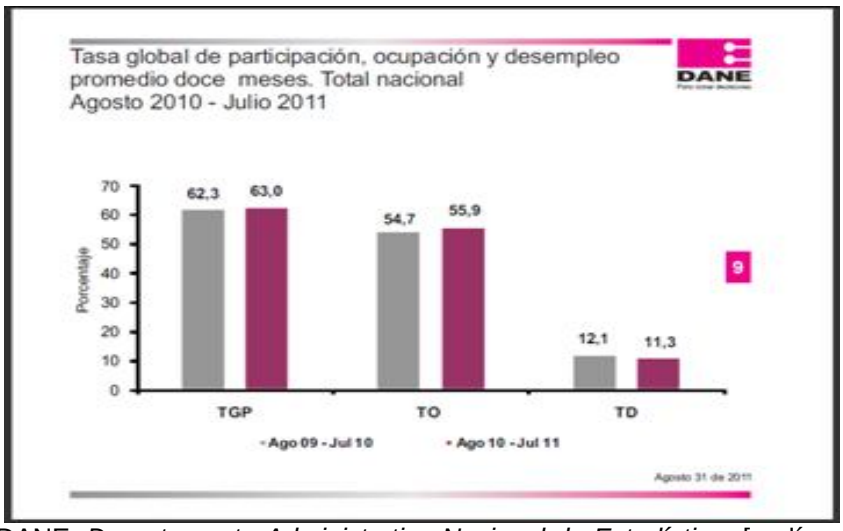
6.5 ENTORNO SOCIAL

Cuadro 5. Entorno social

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Empleo	Oportunidad	Baja	Actualmente en Colombia, existe la preocupación de como formular una política de empleo integral que permita generar oportunidades a muchas más personas de conseguir un empleo digno y con unas condiciones mínimas de bienestar y estabilidad proporcionando a las personas mejorar su calidad de vida. De esta manera se han propuesto una medidas dirigidas a incentivar la inserción de jóvenes en el esquema laboral formal y a promover la necesidad de incentivar la creación de empresas, ampliando el sector económico formal para brindar mayores plazas laborales a la población. Estos dos aspectos importantes para el crecimiento económico del país, el mejoramiento de las condiciones de vida de la población y el aumento en los niveles de competitividad respecto a otros países, hacen parte de la propuesta presidencial que pudo materializarse en un proyecto de ley que finalmente fue sancionado el 29 de diciembre de 2010 bajo la Ley 1429, que incorporó además medidas para la formalización y generación de empleo en Colombia, a través de la reforma de normas laborales y comerciales, y la aplicación de incentivos y descuentos tributarios principalmente. De manera general los beneficios tributarios que establece la ley recaen sobre el impuesto de renta y complementario, los costos derivados del registro mercantil y las contribuciones parafiscales a las que están obligadas las empresas, y consisten en un pago progresivo de los mismos. El gasto público sirve como un mecanismo para que el recaudo del impuesto se convierta en una función redistribuidora del ingreso dentro de la comunidad. Así las cosas, si a largo plazo las medidas de primer empleo devienen en un mayor ingreso público porque se formalizan muchas empresas, será cierto que la medida es progresiva. [10] En este sentido y partiendo de la coyuntura en materia de generación de empleo por parte del Gobierno Nacional existe una apoyo evidente con miras a fomentar el empleo en Colombia y que permite que puedan desarrollarse ideas de empresa como la Secretaria Virtual dentro de un marco de ley que aporte beneficios al crecimiento y desarrollo económico del país y continuar en la búsqueda de nuevas oportunidades de empleo y garantías para constituir un mercado laboral seguro para quienes participan de él. Encontramos relevante que desde el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, se incluyan dichos planteamientos e incentivos que permitan seguir en la generación de nuevas empresas legalmente constituidas necesarias para el crecimiento y desarrollo económico del país y fundamentales en la creación de más oportunidades laborales dentro de mejores condiciones que garanticen calidad de vida.

[10] CONGRESOVISIBLE. Ley de formalización y generación de empleo. [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.congresovisible.org/agora/post/ley-de-formalizacion-y-generacion-de-empleo/1113/>

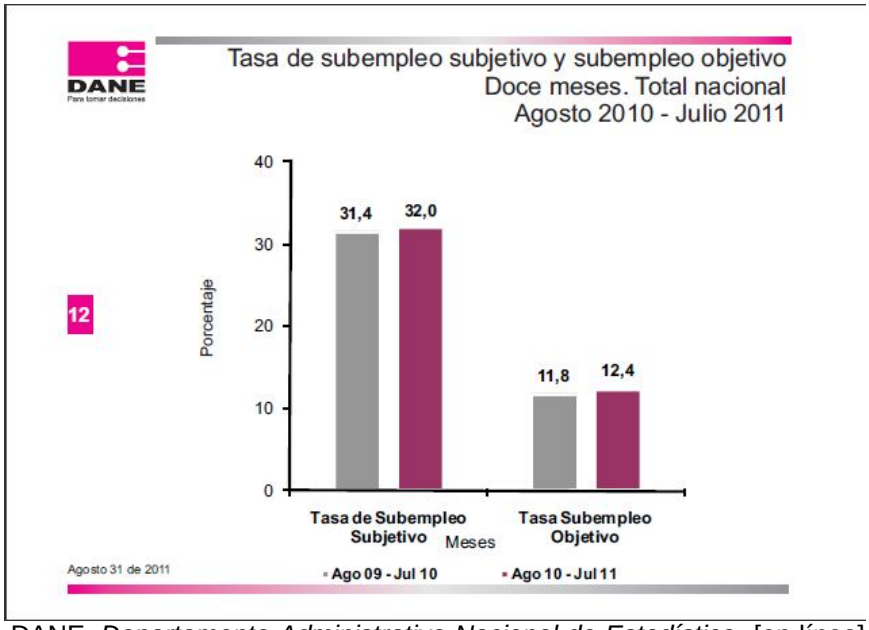
Cuadro 5. (Continuación) Entorno social

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Empleo	Oportunidad	Baja	El panorama general frente al empleo plasmado en cifras según el DANE y la GEIH la tasa de ocupación muestra una variación anual positiva comparando el periodo agosto 2009 – julio 2010 del año anterior y agosto 2010-julio 2011, indicando un crecimiento del empleo, ver figura *DANE Tasa global de participación, ocupación y desempleo promedio doce meses. Total nacional agosto 2010-julio 2011*. De igual forma y analizando la variación absoluta y porcentual de la población ocupada mensual a julio de 2011 muestra una variación positiva del 4% pasando de 18.945 a 19.748 personas ocupadas.  Fuente: DANE. *Departamento Administrativo Nacional de Estadística.* [en línea]. [citado 19 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co/#twoj_fragment1-4>

Cuadro 5. (Continuación) Entorno social

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Desempleo	Oportunidad	Alta	Según las cifras de DANE, en el trimestre móvil mayo - julio de 2011 y para el total nacional, la tasa de desempleo se ubicó en 11,2%; para ese periodo de referencia, la rama de actividad que concentró el mayor número de ocupados fue comercio, restaurantes y hoteles (26,8%).En julio de 2011, entretanto, la tasa de desempleo fue 11,6% (12,6%: julio de 2010). Fuente: DANE. *Departamento Administrativo Nacional de Estadística.* [en línea]. [citado 19 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co/#twoj_fragment1-4> Según Jorge Bustamante, director del DANE la desocupación registrada en junio de este año de 10,9% es la más baja de los últimos cinco años el mes de junio, pero a la vez hay una tasa global de participación de 62,9% y de ocupación de 56% como las más altas de los meses de junio de los últimos 10 años, lo que muestra que hay mayor presión laboral, pero que el mercado ha sido capaz de absorber ese mayor número de personas que solicitan una vacante. Estas cifras permiten tener un panorama de oportunidad para la participación activa en la económica generando empresa que en un mediano plazo pueda contribuir a reducir la desocupación laboral. Es claro que por ser este proyecto de empresa una mi pyme, su capacidad de contratación laboral no será muy alta, pero si es un aporte más para dinamizar la economía del país y propiciar el desarrollo de nuevos emprendedores con empresas innovadores que permita movilizar la economía y generar oportunidades laborales en otros sectores de la economía que requieren movilidad.

Cuadro 5. (Continuación) Entorno social

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Subempleo	**Amenaza**	**Baja**	 Fuente: DANE. *Departamento Administrativo Nacional de Estadística.* [en línea]. [citado 19 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co/#twoj_fragment1-4> De acuerdo a la grafica anterior es importante anotar que la situación de subempleo en el país es un tema que requiere atención, pues muestra un crecimiento y genera incertidumbre frente a las causas reales de su crecimiento, que puede ocurrir por falta de oportunidades laborales, o cambio de intereses y motivaciones personales frente a la ocupación laboral y las oportunidades actuales.
Salario	**Oportunidad**	**Mediana**	Por decreto del Gobierno Nacional en enero de 2011 como todos los años el salario minino tuvo un aumento del 4%, lo que equivale a $20.600, respecto al salario que rigió en 2010 y que fue de $515.000. Partiendo de esta situación que enmarca el aspecto laboral de en Colombia, para el proyecto de empresa Secretaria Virtual, el salario establecido por el Gobierno, da una pauta para que posibilita entrar en un mercado laboral competitivo y determinar la interacción de la demanda y la oferta. De esta manera se puede analizar los efectos del salario mínimo sobre la formación de capital humano diferenciando efectos sobre escolaridad y entrenamiento en el puesto de trabajo, con el fin de ser equitativos y promover la competencia de habilidades y capacidades que propicien el desarrollo personal.

Cuadro 5. (Continuación) Entorno social

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Pobreza	Oportunidad	Baja	Colombia hace parte de los 177 países comprometidos con los objetivos del milenio entre ellos la reducción de la pobreza, que no se da con el crecimiento económico de un país; pero si a partir de las situaciones de igualdad y mejora de condiciones de vida que desde este contexto se generan para las personas que conforman la sociedad. En este sentido, el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 "Prosperidad para todos" contempla una visión de sociedad con igualdad de oportunidades y movilidad social que plantea el reto de articular el desarrollo económico y social a través del crecimiento económico y el desarrollo social integral. La concepción de este proyecto de empresa Secretaria Virtual, está conforme a los planteamientos del PND 2010-2014, que busca fortalecerse como una empresa que fomente oportunidades de empleo y desarrollo social, además de igualdad e integración social. Para esto la Secretaria Virtual, basa gran parte de su funcionamiento en el uso y apropiación de las TIC buscando propiciar un impacto social importante, pues el acceso a los beneficios de las TIC se considera un mecanismo de inclusión social y de lucha contra la pobreza, reconocido por la ONU como uno de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. De esta manera uno de los compromisos de Colombia junto con otros 177 países, es velar por que se aprovechen los beneficios de las TIC en colaboración con el sector privado, garantizando un mayor número de usuarios de los servicios de telefonía móvil y acceso a conexiones de red, donde se encuentra pertinente la puesta en marcha del presente proyecto de empresa. Por otra parte recientemente el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM), desarrollado por el Oxford Poverty & Human Development Initiative (OPHI), que es un indicador que refleja el grado de privación de las personas en un conjunto de dimensiones, implementó la propuesta desarrollada por el Departamento Nacional de Planeación para Colombia conformada por 5 dimensiones (Condiciones Educativas del Hogar, Condiciones de la Niñez y Juventud, Trabajo, Salud, Servicios Públicos Domiciliarios y Condiciones de la Vivienda) y 15 variables, a partir de la cual surge un nuevo índice de niveles de pobreza para Colombia. Según lo anterior Colombia presentó un índice de nivel de pobreza de sólo 9,2 por ciento, donde el DNP indica que la pobreza se redujo 12,2 puntos porcentuales (pasando de 49,4 por ciento en el 2002 a 37,2 por ciento en el 2010), y la pobreza extrema 5,2 (pasando de 17,6 por ciento en el 2002 a 12,3 por ciento en el 2010) en el periodo 2002-2010.[11] En este sentido vale la pena considerar que esta medición se está haciendo desde otras dimensiones y además comparando los niveles de igualdad social como parte de la medición de ese índice, pues se están reconociendo otras condiciones sociales.

[11] RAMIREZ, Martha Lucia. Artículo de opinión pública sobre "Pobreza y desigualdad: porque una nueva medición?". [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: < http://www.portafolio.co/opinion/pobreza-y-desigualdad-que-una-nueva-medicion>

Cuadro 5. (Continuación) Entorno social

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Familia	**Oportunidad**	**Baja**	En Colombia, al igual que en todos los países de la región, predomina la familia llamada nuclear, organizada en relaciones de pareja y/o de reproducción. En segundo lugar, están las familias extendidas, con una estructura más compleja que incorpora relaciones filiales, parentales, fraternales; la familia compuesta y los no-parientes, por tanto, esta modalidad puede asimilarse a la extendida. La familia debe, moralmente, proporcionar a sus miembros aspectos como seguridad, protección, socialización y compañía. Cabe anotar que en Colombia hay 10.636.948 hogares y 41.468.384 habitantes, según el Censo General 2005. Libro Censo General 2005 Nivel Nacional. Cuadro 4.3 "VIVIENDAS". Páginas 245-275, DANE. El proyecto de empresa de Secretaria Virtual, busca establecerse en un entorno social donde la familia como la base indispensable para la composición social se visualice en la estabilidad emocional de sus empleados, procurándoles bienestar y mejores condiciones en la calidad de vida que se pueda brindar desde la organización una vez establecida, pues se considera que la unidad familiar es altamente incluyente.
Desarrollo social	**Oportunidad**	**Alta**	A través de los diferentes ministerios Colombia, está promoviendo el desarrollo sostenible, para lo cual se requiere la formulación de una serie de políticas, planes, programas, proyectos y regulaciones, en aspectos ambientales, sociales y económicos bajo los principios de participación e integridad de la gestión pública. De esta manera en la marcha del PND 2010-2014 "Prosperidad para Todos" busca generar condiciones de inclusión e igualdad social que permitan la participación de todos. Esta variable es indispensable en la realización del proyecto Secretaria Virtual, pues genera condiciones propicias para la realización de un proyecto con un entorno abierto a los cambios e innovación frente a las nuevas propuesta que generen valor y aporte a la sociedad, promoviendo el uso de las nuevas tecnologías de información y procesos acordes a las necesidades de una sociedad cada vez mas demandante de servicios de calidad y que generen bienestar a todos los actores que estén involucrados en su entorno.

Fuente: Diseño propio

6.6 ENTORNO CULTURAL

Cuadro 6. Entorno cultural

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Educación	Oportunidad	Alta	En el país hay 282 instituciones de educación superior prestando servicios académicos al público estudiantil, 94 de las cuales son universidades, es decir, que acreditan su desempeño en actividades de investigación científica y tecnológica, formación académica y desarrollo, y transmisión de conocimiento. Sólo el 49,6% (140), ofrece programas académicos de formación cultural. De esta oferta, 74,3% corresponde a instituciones privadas, lo cual indica que el sector oficial cubre apenas 25,7% de ella. Para la propuesta de empresa "Secretaria Virtual", es fundamental la educación y todo lo que su entorno le trasfiere a la sociedad. La educación como parte importante del progreso permite modificar las habilidades y capacidades de las personas potencializándolas y generando una mejor condición de vida a través de los conocimientos que estas adquieren. En este sentido el desarrollo del capital humano es primordial y posibilita el alcance de esta propuesta de empresa en la que se pueden apoyar profesionales y futuros profesionales en la búsqueda de mejores condiciones de vida y un desarrollo integral en la sociedad, apoyados en procesos de innovación tecnológicas e implementación de las tecnologías de información con el fin de ser más competitivos en el mercado global.
Geografías	Amenaza	Mediana	La geografía de Colombia, propició la creación de diferentes regiones donde cada una se diferencia culturalmente por sus costumbres, valores, actividades y composición social. De esta manera en el país existen diferentes tipos de culturas que se enmarcan en las 5 regiones en las que se divide el país, diferenciándose cada una por sus modos de convivencia, comportamientos y preferencias. Para el proyecto de empresa en marcha, es necesario e importante conocer el tipo de región en la que va instalar con el fin de identificar los nichos de mercado a los cuales dirigirá su servicio y si es valioso para ellos o por el contrario lo encuentran poco relevante para el crecimiento de la región. El aporte a la región que se pueda dar desde el proyecto de empresa que se propone es vital para recibir el apoyo o no de las personas que la conforman de esta manera el proyecto debe ser incluyente y conforme a las costumbres y cultura de quienes harán parte activa del mismo al recibir el servicio. Por lo tanto conocer las características geográficas de Colombia y de sus regiones es muy importante porque son una base para el comercio y el establecimiento de las relaciones comerciales con otros países, que aportan a la economía y permiten identificar las necesidades de inversión que se tienen frente al tipo de actividad que se va a desarrollar.

Cuadro 6. (Continuación) Entorno cultural

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
Etnias	Amenaza	Baja	Colombia es reconocido como pluricultural y multilingüe, en la actualidad existen 87 etnias indígenas, 3 grupos diferenciados de población afrocolombiana y desde luego el pueblo ROM o gitano. A su vez, cuenta con 64 lenguas amerindias, el bandé, lengua de los raizales del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, el palenquero, lengua criolla de las comunidades de San Basilio de Palenque, (primer pueblo libre de América, declarado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como obra maestra del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad) y el Romaní o Romanés lengua del pueblo Rom.[12] Dar cuenta de la pluriculturidad del país permite identificar claramente el ambiente en que el proyecto de empresa surtirá efecto, pues a pesar de la variedad de culturas, dialectos, lenguas, el país se encuentra en un proceso de desarrollo social integral que permite mezclar las diferentes culturas y entenderse en aspectos generales del desarrollo económico. La idea del proyecto de empresa Secretaria Virtual, cabe dentro de cualquiera de estos modos de vivir pues es un proceso que permite agilizar y manejar de forma organizada el tiempo y lo recursos que se tienen a fin de crecer en el desarrollo de la actividad que se tenga. De esta manera es un proyecto que puede abrirse campo en pluriculturalidad del país, aunque es una tarea que requiere tiempo, dedicación e investigación con el fin de no destruir las culturas sino que incluirse en ellas generando desarrollo integral. Por lo tanto será necesario hacer un acercamiento a la cultura, formación y costumbres de la región del Valle del Cauca, con el fin de reconocer e identificar sus preferencias y necesidades frente al servicio.

Fuente: Diseño propio

[12] TODACOLOMBIA.COM. *Etnias de Colombia*. [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.todacolombia.com/etnias/etniasdecolombia.html>

6.7 ENTORNO AMBIENTAL

Cuadro 7. Entorno ambiental

Variable	O/A	Tendencia	Como nos afecta?
ISO 14001	Oportunidad	Alta	La norma ISO 14000 es una norma internacionalmente aceptada para establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo. La norma está diseñada para conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción de los impactos en el ambiente y, con el apoyo de las organizaciones, es posible alcanzar ambos objetivos.se puede aplicar en cualquier organización, en empresas de cualquier de tamaño o sector, que esté buscando reducir los impactos en el ambiente y cumplir con la legislación en materia ambiental. La conservación del medio ambiente es una tarea de todos, por lo tanto el desarrollo de la actividad que requerirá la Secretaria Virtual, estará enmarcada en procesos amigables con el medio ambiente y de esta manera poder reducir los posibles impactos que la actividad genere, en relación a contaminación, por ruidos, desechos y material reciclable.
Responsabilidad social empresarial	Oportunidad	Alta	La responsabilidad social empresarial es una actitud que debe asumir toda organización permitiendo que los procesos y actividades garanticen las mejores condiciones económicas, sociales y ambientales tanto para la organización como para los diferentes grupos de interés que la rodean. Por esta razón la Secretaría Virtual, será una empresa constituida poniendo en práctica la RSE, con el fin de cumplir no solo los objetivos organizacionales, sino contribuir al bienestar de la sociedad y la preservación del medio ambiente conforme lo plantean los diferentes sistemas de gestión ambiental. Es muy importante la práctica de la RSE en cualquier organización y vital crear empresa con estos condicionamiento a fin de poder actuar en situaciones que garanticen el bienestar y desarrollo de todos.

Fuente: Diseño propio

7. ANÁLISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL

Para hablar de un sector tan importante en la economía de un país como es el sector de los servicios o sector terciario, es necesario mencionar que este sector está compuesto por todas las actividades económicas que no producen bienes materiales, sino servicios que satisfacen necesidades de las personas.

Dentro de este sector está incluido el subsector del comercio, transporte, comunicaciones, finanzas, turismo, hotelería, cultura, espectáculos, ocio, la administración pública y los denominados servicios públicos, los que preste el Estado o de iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), etcétera.

Por lo tanto es el que facilita que los sectores como el primario y el secundario puedan realizar sus actividades productivas de forma más organizada.

El predominio del sector terciario frente a los otros dos en las economías más desarrolladas permite hablar del proceso de tercerización.

En Colombia el sector de los servicios representa el 50% del PIB por debajo de la participación promedio del sector en América Latina que corresponden a niveles cercanos del 60% y la de Estados Unidos que representa el 80% del PIB.

El Sector de los Servicios en Colombia tiene un potencial de crecimiento cada vez mayor y gana de la misma manera importancia debido a su alto porcentaje 60% en la generación de empleo a nivel nacional, convirtiéndose en unos de los sectores más fuertes y representativos para la economía del país.

Por esta razón el gobierno nacional considera que el sector de los servicios es una de las mayores apuestas comerciales para el país en generación del empleo y en este sentido está llevando a cabo iniciativas para explorar nuevos mercados reforzar, la política para el sector y ampliar la oferta exportable.[13]

---

[13] CEI: SKANDI, Centro Estratégico de Investigación, informe económico para Colombia. [citado 25 de marzo al 01 de abril de 2011].

Por otra parte y con el fin de ratificar la importancia y la necesidad que Colombia incentive el crecimiento del sector terciario a otros mercados, es válido mencionar la relación que tienen las exportaciones de bienes y servicios en Colombia frente al PIB, que representan el valor de todos los bienes y demás servicios de mercado prestados al resto del mundo (mercaderías, fletes, seguros, transporte, viajes, regalías, tarifas de licencia y otros servicios), la cual se muestra en el siguiente comparativo del año 2006 al 2010, así:

Año 2006 = 18%

Año 2007 = 17%

Año 2008= 18%

Año 2009= 16%

Año 2010 =16%[14]

Este indicador relaciona la participación del sector en las exportaciones, sin embargo lo muestra debilitándose ya que en los dos últimos años según el porcentaje de crecimiento no hubo tal y más bien representa un estancamiento. Por esta razón la apuesta del país debe estar dirigida a fortalecer este aspecto procurando que los servicios hagan parte de su oferta exportable y se conviertan en un aporte más a la economía del país.

Una vez revisado el sector terciario en el país, es necesario considerar los aspectos más relevantes del sector a nivel regional, su composición y aporte al desarrollo de la región, en el cual vale la pena resaltar aspectos que son valiosos para la composición de la cadena productiva de los servicios.

Para analizar el sector a nivel regional se considero revisar la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Valle del Cauca, Departamento Nacional de Planeación 2007, que es un acuerdo de voluntades y decisiones entre el Gobierno Nacional, las entidades territoriales, el sector privado, los representantes políticos y la sociedad civil sobre las acciones estratégicas que debe realizar para mejorar su productividad y competitividad del país, a partir de apuestas

[14] Fuente: Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE.
Fuentes Indicadores del desarrollo mundial.

productivas regionales y estrategias competitivas sectoriales, reconociendo prioridades y necesidades reales de la región. De esta manera se promueve el desarrollo sostenido del país, se contribuye a mejorar los ingresos y la calidad de vida de los colombianos, desde los aportes regionales que permitan insertar la economía del país dentro de parámetros de competitividad mundial.

Es necesario hacer claridad sobre los términos productividad y competitividad como están definidos en la agenda, a fin de conocer su relación con los propósitos generales de las estrategias implementadas para cada actividad. En este sentido la agenda interna define Productividad: como la relación entre lo que se produce y los recursos humanos, naturales y de capital empleados para producirlo, determinante para aumentar el ingreso nacional per cápita.

Y la Competitividad: como la capacidad de producir bienes y servicios que compitan exitosamente en mercados globalizados, generen crecimiento sostenido en el largo plazo y contribuyan de esa manera a mejorar los ingresos y la calidad de vida de sus habitantes.

Entonces la Agenda Interna del Valle del Cauca, está relacionada con múltiples factores que condicionan el desempeño de las actividades productivas, como la infraestructura, los recursos humanos, la ciencia y la tecnología, las instituciones, el medio ambiente y el entorno macroeconómico, que se interrelacionan para generar resultados que muestren crecimiento, desarrollo y sostenibilidad de la región a través de actividades orientadas bajo estrategias de competitividad mundial.

Partiendo de lo anterior es necesario mencionar que a partir del análisis sectorial se identifica cuales son las principales variables e indicadores económicos del departamento, posicionando la región como una de las más importantes del país, por su aporte económico para el crecimiento y desarrollo, que se puede notar en el siguiente cuadro comparativo de aspectos generales y relevantes del departamento y el país.

Cuadro 8. Aspectos generales del departamento del Valle del Cauca

Aspectos generales del departamento del Valle del Cauca

Variables e indicadores	Valle	Nación
Extensión territorial (km^2)	22.140	1.141.748
Participación territorial en el total nacional	1,94%	100,00%
Número de municipios, 2005	42	1.100
Población (Censo 2005)	4.161.425	42.888.592
Tasa de crecimiento población (estimada 1999-2015)	1,56%	1,79%
Participación población en total nacional, 2005	9,70%	100,00%
Porcentaje población urbana (Censo 2005)	86,35%	74,35%
Porcentaje población rural (Censo 2005)	13,65%	25,65%
Participación del PIB departamental en el total nacional, 2005_p	11,20%	100,00%
Crecimiento promedio PIB (1990 – $2005)_p$	2,24%	2,93%
PIB per cápita ($ corrientes), 2005_p	6.780.060	5.395.714
Población bajo la línea de pobreza (proyección), 2005	37,56%	49,74%
Población bajo la línea de indigencia (proyección), 2005	9,56%	15,65%
Distribución de ingreso (índice Gini[1]), 2000	0,51	0,55
Población con Necesidades Básicas Insatisfechas, 2005	15,57%	27,63%
Tasa de desempleo, 2004	15,60%	12,60%
Tasa de analfabetismo, 2001	4,65%	7,52%
Déficit porcentual de cobertura en salud (régimen contributivo y Sisbén), 2005	37,81%	29,24%

Fuentes: DANE, Instituto Geográfico Agustín Codazzi, DNP-Dirección de Desarrollo Social, Misión de la Pobreza (Merpd).
p: Preliminar

Fuente: DANE, Instituto Geográfico Agustín Codazzi, DNP-Dirección de Desarrollo Social, Misión de la Pobreza (Merpd). [en línea]. [citado el 20 de septiembre del 2011]. p: Preliminar

De lo anterior se puede destacar la siguiente estructura productiva del Valle del Cauca:

"La economía del Valle del Cauca está entre las tres más grandes del país. En el año 2005 su contribución al PIB nacional fue del 11,2%, superado únicamente por Bogotá con el 22,6%, y Antioquia con el 15,2%.

En cuanto a la composición de la producción departamental, los servicios estarían clasificados dentro de la participación de la intermediación financiera y actividades

inmobiliarias, empresariales y de alquiler 25,01% que es mucho mayor en el Valle del Cauca que en el agregado nacional (25,01% frente a 18,15%), así como también la participación de la industria que corresponde a 19,02% frente a un 15,41%. En contraste, las actividades de extracción primaria, como la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la minería, representan apenas el 9% del PIB departamental, mientras que en la producción nacional tienen una participación de 18,2%.

Por las razones anteriores se puede hablar entonces de una especialización del Valle del Cauca en el sector servicios, seguido por la industria, según lo muestra el porcentaje de participación."[15]

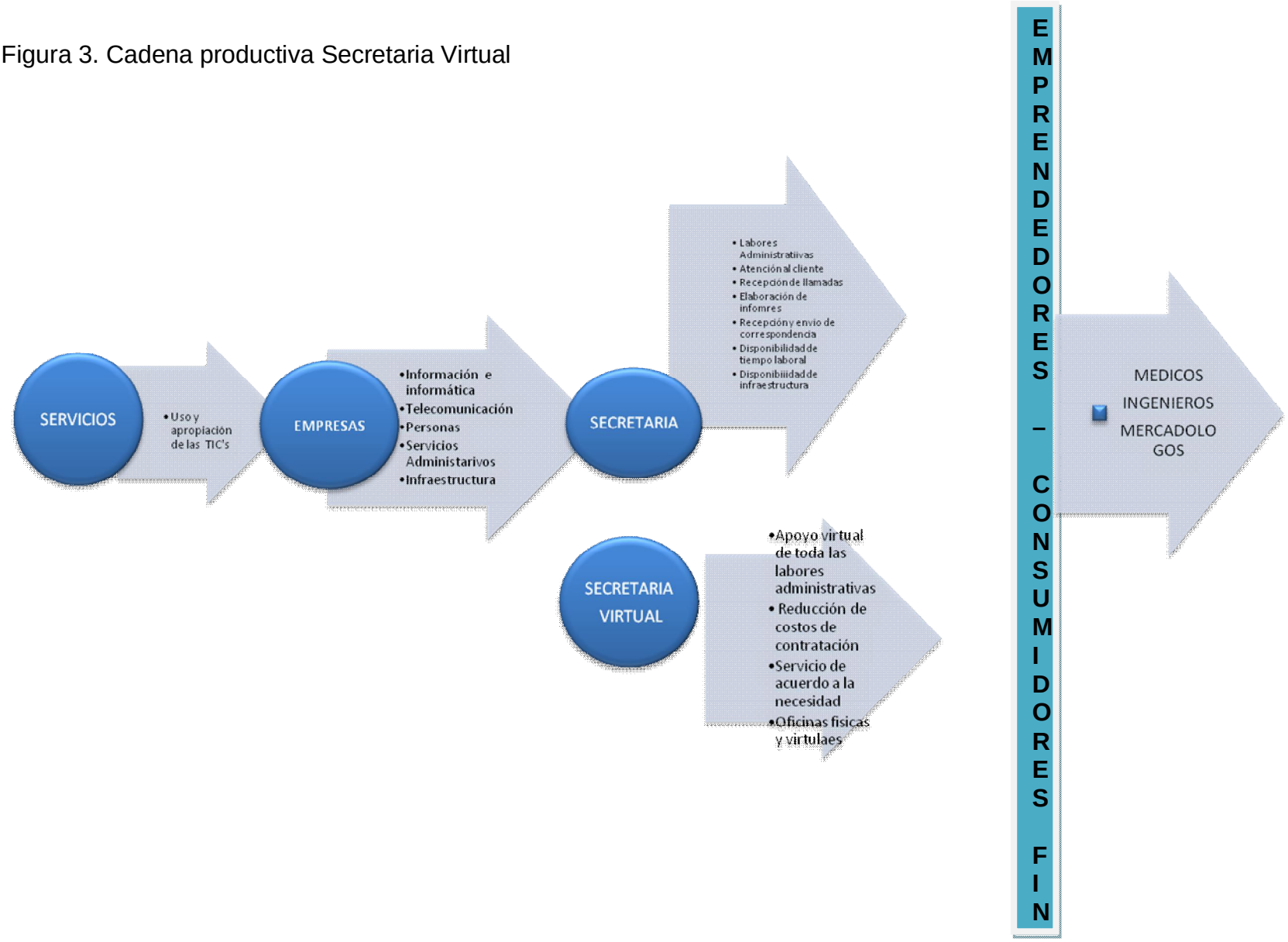
7.1 DESCRIPCIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA EN LA REGIÓN E INSERCIÓN DE LA EMPRESA

Una vez revisado el panorama general del Valle del Cauca conforme a lo dispuesto por la agenda interna es necesario identificar la cadena productiva correspondiente al proyecto de empresa Secretaria Virtual, con el fin ubicarla dentro del sector y conocer sus potencialidades frente a las necesidades que suple, quienes la integran y de qué modo dinámico entra a generar competitividad y productividad en el sector que pueda transferirse a la región y al país.

La cadena productiva permite orientar la toma de decisiones para este proyecto de empresa, considerando situaciones relacionadas con cambios sociales, tendencias del mercado y sus necesidades a satisfacer a fin de ser competitivos frente a los demás servicios que ofrece el sector.

[15] MINCOMERCIO.GOV.CO, Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Valle del Cauca, Departamento Nacional de Planeación. Bogotá, junio 2007

Figura 3. Cadena productiva Secretaria Virtual



7.2 COMPETIDORES ACTUALES

De acuerdo al análisis del sector servicios se puede identificar que es un sector en constante crecimiento de ahí que se generen nuevas ideas, relacionadas con la prestación de servicios que permitan a las empresas ser competitivas e ir acordes a las necesidades del mundo globalizado donde la implementación de las Tecnologías de Información y Comunicación TIC's, entran a jugar un papel muy importante como parte de la estructura y estrategia de las empresas.

Para referirse a la Secretaria Virtual, como una nueva empresa hay que considerar los competidores actuales que se encuentran en el sector tanto a nivel nacional como regional.

Para empezar se identifica como el mayor competidor a la empresa XEO Centro de Negocios, quienes prestan servicios de oficina a empresarios, permitiendo reducir costos y dar soluciones relacionadas con el alquiler de oficinas y espacios requeridos para el desempeño empresarial de quieren requieren mejorar sus servicios administrativos. Esta empresa se tiene su sede principal en Cali y amplio sus servicios a la ciudad de Bogotá y Medellín.

Esto lo convierte en el competidor más fuerte para el proyecto de empresa Secretaria Virtual, puesto que su experiencia en el mercado le ha permitido ganar posicionamiento regional, extendiéndolo a otras zonas del país.

Por otra parte es necesario mencionar que los demás competidores actuales se encuentran en ciudades como Bogotá y Medellín, entre los cuales se identifican algunas empresas dedicadas al alquiler de oficinas, sin embargo su gama de servicios administrativos no es muy fuerte por lo tanto se consideran competidores menores, cabe destacar entre ellos a Oficinas Virtuales de Colombia-OVC ubicados en la ciudad de Medellín, quienes prestan servicios integrales de oficina y GS SOLUTION PLUS LTDA., los cuales tienen su única sede en Bogotá y principalmente basan su servicio en la gestión humana y administrativa, cambiando totalmente el concepto que se tiene para el proyecto Secretaria Virtual.

De esta manera quedan identificados los competidores más relevantes en cuanto a servicios virtuales integrales se refiere, quedando claro que el competidor más fuerte es XEO Centro de Negocios, pues está ubicado en la ciudad de Cali y el posicionamiento que ha logrado ganar en el mercado de los servicios empresariales es relevante.

7.3 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Hecho el análisis del sector a nivel nacional, regional y los compromisos del gobierno nacional para potenciar el sector de los servicios, además de hacer la revisión de los competidores actuales que tienen relación con la nueva empresa Secretaria Virtual, es necesario considerar que existe una amenaza latente frente a la aparición de nuevos competidores.

Con el auge e implementación de las TIC's que ahora hacen parte de los planes y políticas de gobierno para incentivar la creación de empresas con modelos altamente competitivos y productivos de clase mundial, la creación de empresa con base en las apropiación de las tecnologías, es cada vez mayor y se hace más asequible a quienes la tienen en mente.

El sector de los servicios como lo demuestra el análisis anterior representa un aporte importante al desarrollo económico del país y desde esa mirada se convierte en un foco de atención para el surgimiento de nuevas oportunidades de empresa con capacidad de innovación, para el fomento del empleo y la globalización de mercados.

La amenaza de nuevos competidores es también notoria en la región, pues dentro los competidores actuales, solo se encontró el rastro de XEO Centro de Negocios, pero partiendo de su novedosa propuesta de franquicias y su exitosa acogida en la ciudad, esto hace pensar que muy pronto entraran en la región competidores de este servicio no solo para Secretaria Virtual, sino también para XEO.

Es posible que su tamaño no alcance el de XEO, ni superé el de Secretaria Virtual, pero estarán necesariamente comprometidos con la innovación, por lo tanto no se puede bajar la guardia en el tema de la prestación del servicio y de estrategia competitiva, para de esta manera permanecer en el mercado de los servicios administrativos integrales de una forma dinámica, creíble y sostenible.

La Secretaria Virtual, tendrá una amenaza de competidores de forma permanente pues los servicios integrales administrativos, son una forma innovadora de reducir costos y apoyar a los emprendedores a crear empresa. No se debe olvidar que igualmente que el acceso a más tecnologías de información y comunicación hacen que los profesionales independientes y nuevos emprendedores encuentren la forma de solucionar sus necesidades administrativas temporalmente lo que

causaría una amenaza al servicio que prestaría la Secretaría Virtual y por lo tanto desestabilizaría su permanencia en el mercado.

Situaciones estas a contemplar y a contraatacar con estrategias que permitan capturar ese mercado disperso de profesionales independientes y emprendedores de capital reducido y ofrecer servicios de calidad enmarcados con la innovación y sostenibilidad de sus empresas, de esta manera, aunque la competencia sea fuerte y se incremente cada vez la Secretaria Virtual se podrá consolidar con su servicios y generando crecimiento y creciendo junto con sus clientes.

7.4 DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Por lo general, cada vez que surge un negocio, ya sea en el sector servicios o en el sector industrial, entra a competir con los servicios o productos de otras empresas que ya están establecidas en el mercado. Por ejemplo: en el servicio de transporte público el sistema de buses articulados compite con el servicio de taxis, otro ejemplo podría ser los empaques de plástico que compite con los empaques de papel, vidrio o aluminio. Los productos sustitutos son un limitante cuando se desea establecer el precio de nuestro productos, porque ha cierto nivel de precios el cliente puede optar por utilizar el producto o servicio sustituto.
Las presiones competitivas que surgen de los productos sustitutos aumentan conforme el precio relativo de los productos sustitutos disminuye y los costos de los consumidores por cambiar a otro producto bajan. La fuerza competitiva de los productos sustitutos se puede medir con base en los avances que logran esos productos en su participación en el mercado, así como en los planes de esas empresas para aumentar su capacidad y su penetración en el mercado.

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

La secretaria virtual tiene como gran competidor o sustituto en la actualidad la secretaria convencional. Otro sustituto es el desarrollo de los servicios de secretaría ya sea por de nuevos centros empresariales con precios de venta o alquiler reducidos o por el cambio en las reglas de contratación de personal de la actualidad que conlleven a una disminución de los gastos en que incurrirían los empresarios que solicitan esta clase de servicios en contratación de personas, se traduciría en un reajuste en los servicios y costos que puede ofrecer la oficina virtual.

Otro desarrollo de productos sustitos se puede dar en el servicio de Call Center, pues este de alguna forma ya se ocupa de parte de la gestión de clientes de una empresa. Los call center pueden evolucionar y abarcar los servicios ofrecidos por las secretarias virtuales, aprovechando que ya tiene una vasta infraestructura de telecomunicaciones y los costos asociados a la gestión de las comunicaciones son reducidos.

7.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

El poder de negociación de los proveedores hace referencia a la capacidad que tienen estos de imponer sus puntos de viste en el momento de la negociación. La Secretaría Virtual depende totalmente de los servicios de telecomunicaciones, las empresas de este sector serían su principal proveedor. En Colombia el sector de las telecomunicaciones está muy regulado por la ley, siendo muy compleja la creación de nuevas empresas en el sector. En la actualidad son diez las empresas que abarcan más del 97% del servicio de internet y telefonía en Colombia y solo cuatro abarcan casi la totalidad del servicio de telefonía celular.

Cuadro 9. Proveedor acceso a Internet

PROVEEDOR ACCESO A INTERNET	%
EPM Telecomunicaciones	22,71
Telmex Colombia	20,93
ETB	20,07
Colombia de Telecomunicaciones	19,07
Emcali	3,71
Telebucaramanga	2,69
Edatel	2,65
Metrotel Redes	2,22
ETP	2,04
Super Cable Telecomunicaciones	0,60
Otros	3,31

Fuente: Diseño propio

Cuadro 10. Proveedor telefonía celular

PROVEEDOR TELEFONIA CELULAR	%
Comcel	63,54
Telefonica Movil	21,4
Colombia Movil	13,45

Fuente: Diseño propio

Los proveedores tiene poder de negociación poder cuando:

- No existen productos sustitutos.
- Existen pocos proveedores.
- El sector no es un grupo importante para el proveedor.
- Los proveedores venden productos importantes para el sector.
- Ofrecen productos diferenciados con alto costo de cambio.
- Los proveedores pueden integrarse.

Para el caso de la Secretaria virtual el siguiente cuadro resume el poder de los proveedores.

Cuadro 11. Poder de negociación de los proveedores

No existen productos sustitutos	• **El poder de negociacion es alto.** No existe en el pais otra forma de comunicación que pueda reemplazar las telecomunicaciones con igual eficiencia y costos, por esta razon los productos o servicios ofrecidos por estos porveedores no tienen sustitutos.
Existen pocos proveedores	• **El poder de negociacion es alto.** En la actualidad solo 19 proveedores de internet abarcan el total de la oferta en Colombia, esto les da una ventaja a la hora de negociar.
El sector no es un grupo importante para el proveedor	• **El poder de negociacion es alto.** El volumen de datos que manejan las empresa de secretaria virtual comparado con los volumenes que manejan los proveedores representado en el consumo de hogares y otro tipo de empresa es minimo.
Los proveedores venden productos importantes para el sector	• **El poder de negociacion es alto.** La Secretarai Virtual depende totalmente de estos servicios de telecomunicaciones
Los proveedores pueden integrarse	• **El poder de negociacion es alto.** Existe la posiblidad de que varias empresas del sector se unan para ser mas competitivas, como ya se ha visto entre empresas del sector público.

Fuente: Diseño propio

7.6 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

El poder de negociación de los clientes es un factor de gran influencia en la rentabilidad de las empresas y muy necesario cuando se determina la oferta de precios en el mercado del producto o servicio que se ofrece. El servicio de Secretaria Virtual es relativamente nuevo en el país, pero ya existen diversas empresas con gran experiencia y muy competitivas, como fue descrito en ítems anteriores.

Para el caso de la Secretaria virtual el siguiente cuadro resume el poder de negociación de los clientes.

Cuadro 12. Poder de negociación de los clientes

El volumen de compras es alto	• **El poder de negociacion es bajo**. Por ser una empresa que está arrancando en el mercado.
Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa.	• **El poder de negociacion es bajo**. Existen una sola empresas que prestan servicios similares en la ciudad y otros pocos en el país.
Existencia de productos sustitutos	• **El poder de negociacion es alto.** Es alto por que el servicio de la Secretarai Virtual, que es el servicio de secretaria tradicional, esta muy arraigado.
Disponibilidad de información para el comprador	• **El poder de negociacion es alto.** Es alto por que en la actualidad las empresas de secretaria virtual se ven en la necesidad de hacer grandes inversiones en publicidad debido a que esta clase de servicios es relativamente reciente.

Fuente: Diseño propio

Teniendo en cuenta lo anterior se puede estimar que sector en cual la Secretaria Virtual ingresará ofrece tanto oportunidades como amenazas y que la estrategia de ingreso al mercado debe ser lo bastante impactante para lograr penetrar en el.

RESUMEN EJECUTIVO PROYECTO DE GRADO ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DENOMINADA "SECRETARIA VIRTUAL"

Estudiantes: Magnolia Sinisterra Riascos y Yamileth Rincón Ordóñez

Fecha: diciembre de 2011

Este trabajo presenta los resultados de analizar el problema que presentan muchos empresarios y profesionales independientes por no contar con una secretaria de tiempo completo que se encargue de suplir las necesidades propias del funcionamiento de una oficina a un bajo costo.

Con este proyecto por lo tanto se busca, presentar una solución viable a ese problema apoyándose en las TIC's y los procesos administrativos que brinden a los empresarios la oportunidad de contratar un servicio que satisfaga su necesidad.

Con este propósito se realizo el estudio de factibilidad, el cual se divide en dos partes, la primera el análisis de las teorías administrativas que comprende los procesos administrativos y de innovación empresarial y por otro lado los estudios de factibilidad financiero, técnico, administrativo y de mercadeo, permitiendo determinar la viabilidad del proyecto.

Este estudio fue realizado con los profesionales independientes de la ciudad de Santiago de Cali que son 406 de los cuales se trabajara con un 30% correspondiente al nicho de mercado al cual estaría dirigido el servicio.

Se encontró relevante que en la ciudad existe un solo competidor posicionado, sin embargo sus servicios son prestados a todo tipo de clientes, siendo su principal producto el alquiler de oficinas, situación que será aprovechada por la Secretaria Virtual, pues esta se dedicará exclusivamente a los profesionales y emprendedores independientes a prestar un servicio con una amplia gama de productos como son además del alquiler de un espacio, el manejo de agenda, archivo, recibo y despacho de correspondencia, logística para eventos y conferencia, reservas aéreas, etc. que permitan a sus clientes y clientes potenciales optar por la Secretaria Virtual, para tener un servicio completo y acorde a las necesidades básicas esenciales del manejo y administración de una

empresa, lo que permitirá posicionar los servicios de la Secretaria Virtual en la ciudad y la región.

Para adelantar este proyecto es necesario una inversión de 38 Millones de pesos aproximadamente que será realizada en aportes efectivo y financiamiento, se espera que en su primer año la inversión inicial pueda recuperar y obtener una TIR de 375%, lo que muestra que es una empresa con un crecimiento positivo.

8. ANALISIS DE MERCADO

8.1 DIAGNÓSTICO DE LA ESTRUCTURA ACTUAL DEL SECTOR

De acuerdo al análisis del Sector de los Servicios correspondiente al proyecto de Secretaria Virtual, este un sector que ocupa un importante renglón en la economía regional, lo que caracteriza al Valle del Cauca como un región especializada en servicios y en industria. Dentro de los servicios se cuentan los financieros, inmobiliarios, de alquiler, empresariales y de comunicaciones, siendo esta última actividad la que enmarca este proyecto de empresa.

Vale la pena resaltar igualmente la posición de la economía Vallecaucana que se encuentra entre las tres más grandes del país según la información registrada en la Agenda Interna para el Valle del Cauca con una contribución al PIB nacional en 2005 de 11.2%.[16]

Al diagnosticar la situación actual del sector pensando en la creación de una empresa de servicios empresariales como es la Secretaria Virtual, se encuentra que existe un alto potencial de desarrollo en esta actividad partiendo de la situación actual en la que la competencia en la región está dada por un sola empresa, que aunque es un competidor fuerte y con una importante trayectoria no hay registro de otra empresa que preste iguales o similares servicios en la ciudad. Por lo tanto este mercado está abierto a establecer competencia con propuestas que permitan a potenciales clientes acceder a servicios secretariales y de asesoría contable acordes a sus posibilidades económicas. Con la ventaja de encontrar en la Secretaria Virtual servicios con los cuales actualmente no cuenta la competencia o que por su volumen de clientes y oferta de productos no les es posible atender como se debería.

Para entrar a competir en el sector de los Servicios, es necesario estar en sintonía con las necesidades de los clientes y con las tendencias respecto de las nuevas tecnologías que respaldan la información y las telecomunicaciones proporcionando de esta manera un servicio que genere a su vez desarrollo regional e inclusión social acordes a las propuestas regionales y nacionales frente a la productividad, competitividad y desarrollo del país y la región, que de igual forma pueda incursionar en los mercados globalizados aprovechando los diferentes vínculos que se han establecido con los países con los cuales se han

[16] MINCOMERCIO.GOV.CO, Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Valle del Cauca, Departamento Nacional de Planeación. Bogotá, junio 2007

firmado tratados de libre comercio, a fin de potenciar el sector hacia nuevos mercados agregando valor a la actividad.

8.1.1 Matriz del perfil competitivo. Para realizar el análisis de la matriz del perfil competitivo del proyecto de empresa Secretaria Virtual se tendrán en cuenta las empresas mencionados en el análisis del sector, una de las cuales tiene su sede principal en la ciudad de Santiago de Cali, siendo este el principal competidor de este proyecto seguido de otras dos empresa instalados en diferentes ciudades del país, las cuales son la base para hacer la matriz y encontrar un perfil definido.

Cuadro 13. Matriz del perfil competitivo

		PROYECTO SECRETARIA VIRTUAL		XEO Centro de Negocios Cali		OVC-Oficinas Virtuales de Colombia - Medellín		GS Solution Plus Ltda. Bogotá	
FACTORES CLAVE DE ÉXITO	PESO	CALIF.	PESO POND.	CALIF.	PESO POND.	CALIF.	PESO POND.	CALIF.	PESO POND.
1. Lealtad de los Clientes	0.10	1	0.10	3	0.30	2	0.20	3	0.30
2. Precio	0.10	2	0.20	3	0.30	1	0.10	3	0.30
3. Calidad del Producto/Servicio	0.10	4	0.40	4	0.30	3	0.30	4	0.40
4. Superioridad Tecnológica	0.15	3	0.45	4	0.60	2	0.30	2	0.30
5. Relaciones con Distribuidores	0.05	3	0.15	3	0.15	3	0.15	3	0.15
6. Fortaleza Financiera	0.20	3	0.60	4	0.80	3	0.60	3	0.60
7. Efectividad Publicitaria	0.10	3	0.30	2	0.20	1	0.10	2	0.20
8. Ubicación	0.05	3	0.15	3	0.15	1	0.05	3	0.15
9. Innovación en el Servicio	0.10	4	0.40	4	0.40	2	0.20	3	0.30
10. Generación de Empleo	0.05	3	0.15	2	0.10	1	0.05	2	0.10
TOTAL	**∑=1**		**2.90**		**3.30**		**2.05**		**2.80**

ESCALA DE CALIFICACIÓN

1 = Mayor debilidad
2 = Menor debilidad
3 = Menor fortaleza
4 = Mayor fortaleza

Nota: La media en esta escala es 2.5 y los resultados se interpretan alrededor de la media.

Fuente: VIDAL ARIZABALETA, Elizabeth. Diagnostico Organizacional: Evaluación Sistémica del desempeño empresarial en la era digital. 2da ed. Bogotá: Ed. Eco Ediciones, 2004. 320p. pág. 97, 98 y 99. ISBN 958-64-8371-1

La anterior matriz arroja información importante de la competencia, identificando nuevamente que el mayor competidor que tiene la Secretaria Virtual es XEO Centro de Negocios, quienes parten del concepto de integralidad en la prestación de servicios de oficina a empresarios, emprendedores y profesionales independientes, para que puedan suplir sus necesidades reduciendo costos y siendo competitivos; además, destacando aspectos como su ubicación, teniendo en cuenta que se encuentra en la misma ciudad, el reconocimiento que tiene en el mercado por el tiempo que lleva y el tipo de servicios que ofrece partiendo de una base tecnológica e innovación permanente para satisfacer a sus clientes.

Desde el punto de vista de tamaño XEO es una mediana empresa, cuenta con cuatro sedes ubicadas en una Cali, una Medellín y dos en Bogotá, en las cuales cuenta con 46 oficinas, 46 estaciones de trabajo, 5 salas de junta y 2 salas de conferencias, al servicio de sus clientes.

Otros servicios que ofrece XEO son los diferentes alianzas con la Universidad Javeriana a fin de servir de plataforma al semillero de empresarios, convenio con el Hotel Four Points By Sheraton en Cali y Bogotá para el alojamiento y alimentación de sus clientes cuando requieran el traslado a alguno de estos sitios, convenio con la Corporación CEDES prestando servicios de consultoría, asesoría y coaching, además de tener presencia en otras universidades de la ciudad con el fin de dar a conocer sus servicios.

Por otra parte XEO abrió un nuevo mercado que es el de las franquicias generando oportunidades a empresarios que deseen realizar una actividad de clase mundial, bajo riesgo y alta rentabilidad, de esta manera apoyan la generación de nuevos empleos y oportunidades diferentes a los emprendedores.

Por las razones anteriores, para el proyecto de empresa Secretaria Virtual, XEO Centro de Negocios es su competidor más fuerte pues es una empresa sólida en el mercado de los servicios empresariales, con una gran infraestructura y alto reconocimiento a nivel regional que está empezando a fortalecerse a nivel nacional.

Sin embargo la Secretaria Virtual, será una empresa que entra a competir en un mercado no abarcado por XEO de forma general y que para la Secretaria Virtual serán su foco de atención, como son los Administradores, contadores y mercadólogos, tres profesiones que por su importancia e independencia presentan un alto grado de informalidad y generan en muchos casos altos costos al querer asumir un servicio permanente para la organización de su actividad.

La Secretaria Virtual, podrá diferenciarse de XEO por su servicio integral de oficina, con un completo paquete de servicios administrativos que van desde atención 9 horas en horario de oficina, transmisión de mensajes con información completa de quien llama incluyendo texto, manejo de la agenda, organización de archivo, reservas aéreas, alistamiento de materiales y presentaciones para conferencias y el recibo y despacho de correspondencia. De esta manera se evidencia que el proyecto de Secretaria Virtual, genere una ventaja comparativa respecto a los servicios de XEO Centro de Negocios, al personalizar cada servicio logrando que el cliente realmente sienta que tiene una Secretaria que suple sus necesidades y ayuda a resolver situaciones propias del día a día en de una empresa.

En segundo lugar esta Oficinas Virtuales de Colombia en sus siglas OVC, ubicados en la ciudad de Medellín y prestan servicios integrales de oficina, cuentan con única sede en esa ciudad. Esta empresa aunque hace parte de la competencia actual de Secretaria Virtual, por su ubicación tiene un impacto bajo, además es una pequeña empresa, por lo tanto su influencia directa hacia la Secretaria Virtual es menor.

Por su parte y ocupando un tercer lugar esta GS SOLUTION PLUS LTDA., quienes ofrecen servicios en gestión humana y servicios administrativos. Se encuentran ubicados en Bogotá como su única sede.

A diferencia del otro competidor GS SOLUTION PLUS LTDA., son especialistas en consultoría y outsourcing a nivel nacional y de Latinoamérica.

Los servicios de Talento Humano que ofrecen están relacionados con el soporte profesional en diferentes áreas de la organización a través del personal calificado de igual forma con los servicios de tercerización, outsourcing y consultoría permitiendo consolidar un grupo altamente calificado para integrar la empresa y apoyar a los empresarios. Sin embargo no está directamente relacionado con servicios integrales administrativos. Por esta razón aunque es un competidor, lo es en menor escala, puesto que su especialidad es otro tipo de servicios que actualmente no están considerados en la Secretaria Virtual.

Otros competidores que ofrecen servicios virtuales de secretariado están ubicados en Bogotá y Medellín y en su orden son los siguientes:

En Bogotá encontramos el Club de Empresario ELEBA, ARGC Virtual Service Ltda., Busniess Suites y en Medellín Centro de Profesionales – CENTPROF, Job Center y Mi Oficina, como los más representativos de estas ciudades en la prestación de servicios de secretariado virtual, alquiler de oficinas, salas para conferencias, de Juntas y logística para eventos.

En este sentido se concluye que XEO Centro de Negocios, es la mayor fuerza competitiva que encuentra el proyecto Secretaria Virtual y frente a la cual debe identificar su potencial de servicios buscando que sean innovadores y segmentando los clientes a quienes se dirigirán los servicios, convirtiéndose en su aspecto diferenciador frente a la competencia.

8.2 IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Para el Proyecto Secretaria Virtual, se identificó un amplio mercado en el cual se puede incursionar para la prestación de los servicios administrativos virtuales como son los profesionales independientes y emprendedores de la ciudad de Santiago de Cali, sin embargo y con el ánimo de construir un nicho de mercado al cual se puedan orientar los servicios y de esta manera reducir el volumen de posibles clientes, se hizo necesario establecer un mercado delimitado al cual se le ofrecerían los servicios de Secretaria Virtual, el cual se detallará en el siguiente punto indicando cual es el tamaño del mercado global y su segmentación a fin de indicar el total de clientes potenciales que se atenderán con la Secretaria Virtual.

8.2.1 Tamaño del mercado global. Para establecer el mercado global fue necesario revisar las estadísticas del DANE para el Censo del año 2005 en relación con el número de habitantes de la ciudad Santiago de Cali que corresponden para los resultados del Censo a 2.075.380 personas de las cuales según las estadísticas muestran que el 9.5% son profesionales es decir un total de 197.161 personas de las cuales se considera que el 20.6% de los profesionales crea empresa que da un total de 40.615 personas.

8.2.2 Tamaño del mercado objetivo. Por lo tanto y en relación con lo anterior nuestro mercado objetivo estaría compuesto por 40.615 profesionales de los que tomaríamos el 1% que es cifras exactas son 406 personas, quedando identificado de esta manera un mercado objetivo delimitado al cual se dirigirá nuestro producto.

Las características de nuestro mercado objetivo son las siguientes:

- Se profesionales que encuentran ubicados en Santiago de Cali, Valle del Cauca.

- Son profesionales que preferiblemente se encuentren en áreas de conocimiento como Administración, Contaduría y Mercadología que han decidió ser emprendedores y quienes cuentan con recursos financieros limitados para contratar el personal administrativo necesario para cumplir con los procesos operativos y administrativo de las oficinas y el uso de un espacio adecuado para potencializar su negocio. Los cuales a través de la encuesta realizada para el proyecto Secretaria Virtual, manifestaron mayor interés en tomar el servicio.

8.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para el cálculo de la muestra se tuvieron en cuenta las siguientes variables:

- d: Error de la muestra
- NC: Nivel de confianza
- N: Es el tamaño de la población
- z: Desviación estándar
- p y q: Probabilidad de error
- m: Es el tamaño de la muestra

Cuadro 14. Calculo de la muestra

CALCULO DE LA MUESTRA

d	0,1
NC	95%
q	0,5
p	0,5
N	406
z	1,28
m	**37,21**

Fuente: Diseño propio

Teniendo en cuenta el resultado anterior, se tomo entonces una muestra de 37 profesionales, microempresarios para realizar la encuesta.

Para la investigación de mercados se realizó un estudio de campo mediante encuestas realizadas a empresas unipersonales y profesionales independientes dedicados a dictar capacitaciones y conferencias en la ciudad de Cali en Octubre de 2011.

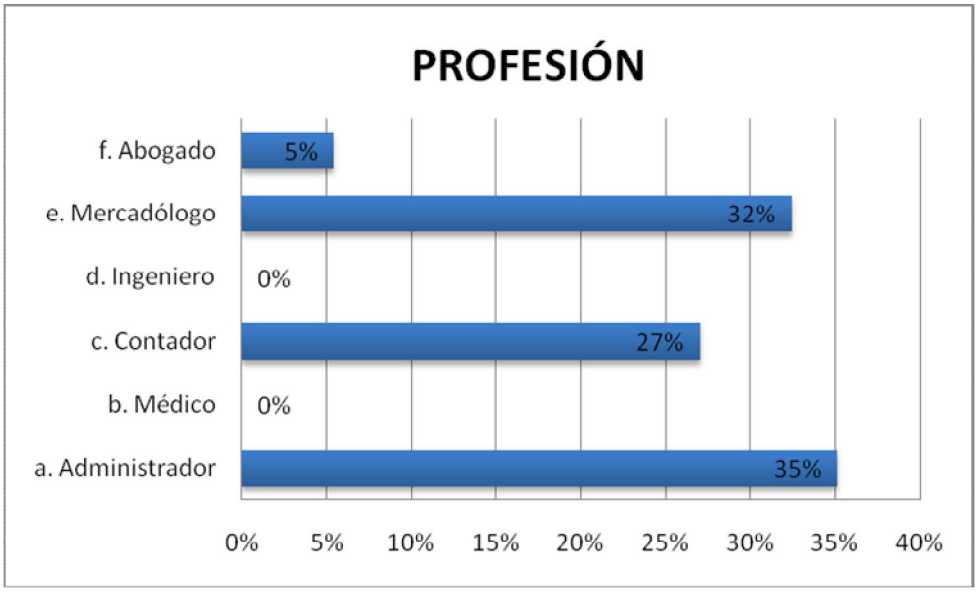
Las encuestas nos permitieron identificar aspectos relevantes para la elaboración de las estrategias del servicio. A continuación analizaremos cada una de las variables que componen la investigación.

Cuadro 15. Profesión

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Administrador	13	35%	35%
b. Médico	0	0%	35%
c. Contador	10	27%	62%
d. Ingeniero	0	0%	62%
e. Mercadólogo	12	32%	95%
f. Abogado	2	5%	100%
TOTAL	**37**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 4. Profesión



Fuente: Diseño propio

Para esta variable encontramos que el 35% de los profesionales encuestados son Administradores, seguido de un 32% que son profesionales en Mercadeo, y finalmente un 27% que son Contadores, se puede determinar entonces que el nicho de mercado que se puede focalizar para iniciar serían los profesionales en Administración, Mercadeo y Contabilidad.

Cuadro 16. Oficina propia

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Si	7	19%	19%
b. No	30	81%	100%
TOTAL	**37**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 5. Oficina propia

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

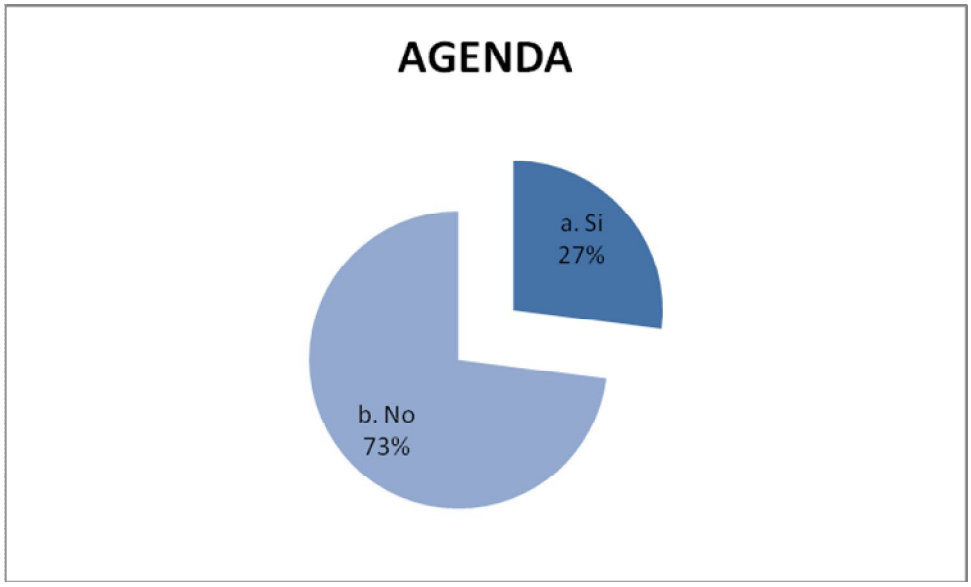
Esta variable arroja que el 81% de los profesionales encuestados no posee oficina propia y que el 19% si, lo que puede significar clientes potenciales para la Secretaria Virtual.

Cuadro 17. Agenda

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Si	10	27%	27%
b. No	27	73%	100%
TOTAL	**37**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 6. Agenda



Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Al revisar esta variable encontramos que el 27% de los profesionales si llevan una agenda y el 73% no, dejando ver que la mayoría de los clientes potenciales necesitan ayuda con sus labores cotidianas.

Cuadro 18. Capacitaciones o conferencias

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Si	30	81%	81%
b. No	7	19%	100%
TOTAL	**37**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 7. Capacitaciones o conferencias

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

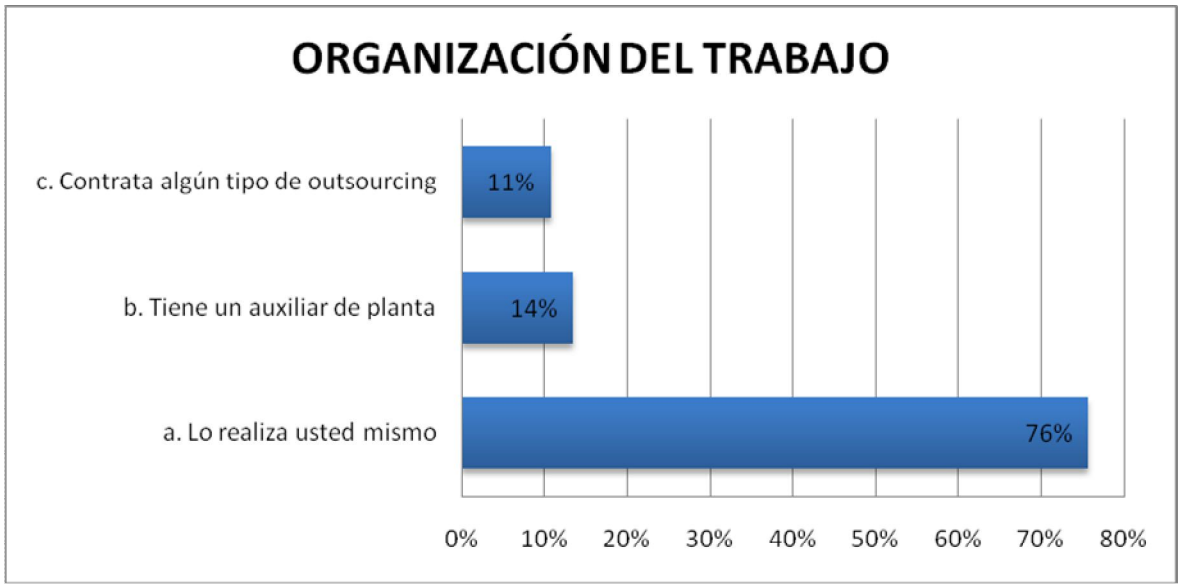
En esta variable podemos encontrar que el 81% de los profesionales encuestados son trabajadores independientes como conferencistas o capacitadores y el 19% no, señalando un mercado potencial para la secretaria virtual.

Cuadro 19. Organización del trabajo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Lo realiza usted mismo	28	76%	76%
b. Tiene un auxiliar de planta	5	14%	89%
c. Contrata algún tipo de outsourcing	4	11%	100%
TOTAL	**37**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 8. Organización del trabajo



Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

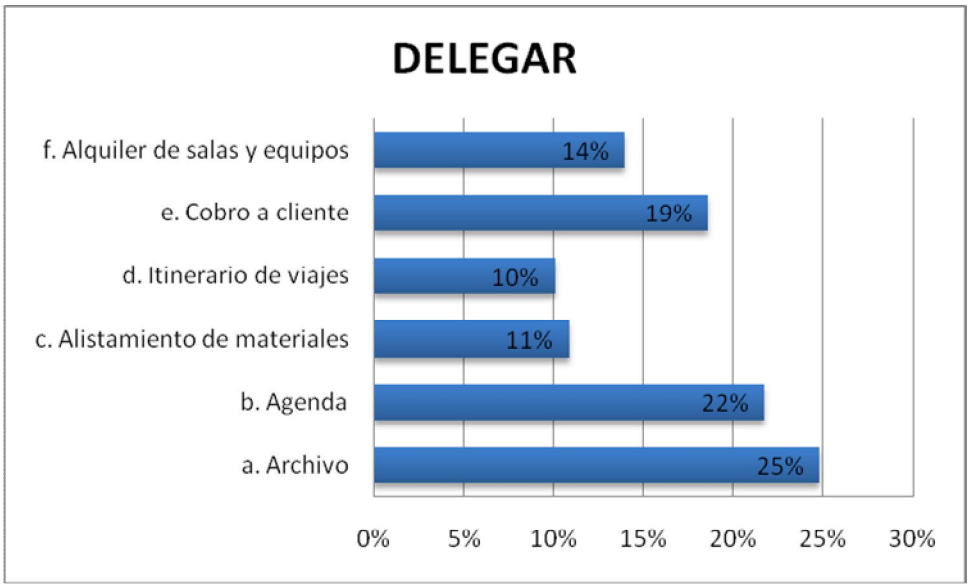
Al revisar esta variable podemos encontrar que el 76% de los profesionales encuestados realiza su trabajo personalmente, el 14% tiene una auxiliar de planta y finalmente un 11% contrata algún tipo de outsourcing, en este sentido la propuesta de la secretaria virtual podría ser atractiva para aquellos que dedican demasiado tiempo a las labores administrativas.

Cuadro 20. Delegar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Archivo	32	25%	25%
b. Agenda	28	22%	47%
c. Alistamiento de materiales	14	11%	57%
d. Itinerario de viajes	13	10%	67%
e. Cobro a cliente	24	19%	86%
f. Alquiler de salas y equipos	18	14%	100%
TOTAL	**129**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 9. Delegar



Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Esta variable nos indica que el 25% de los profesionales encuestados delegarían el archivo de sus documentos, el 22% delegarían su agenda, el 19% delegarían el cobro de la cartera de sus clientes y el 14% delegarían el alquiler de salas y equipos, esta información nos permite establecer que la mayoría de los profesionales está cómodo delegando sus actividades a un tercero.

Cuadro 21. Disposición para adquirir el servicio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Si	34	92%	92%
b. No	3	8%	100%
TOTAL	**37**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 10. Disposición para adquirir el servicio

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

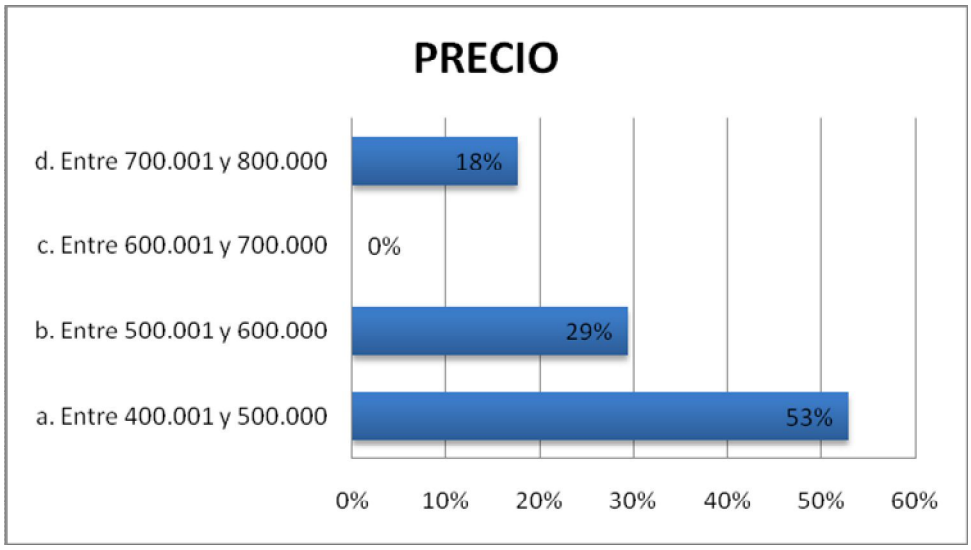
De prestar los servicios de Secretaria Virtual en la ciudad de Cali el 92% de los profesionales encuestados estaría dispuesto a adquirir los servicios y el 8% no, corroborando así que el nuevo producto cuenta con un mercado potencial.

Cuadro 22. Precio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Entre 400.001 y 500.000	18	53%	53%
b. Entre 500.001 y 600.000	10	29%	82%
c. Entre 600.001 y 700.000	0	0%	82%
d. Entre 700.001 y 800.000	6	18%	100%
TOTAL	**34**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 11. Precio



Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

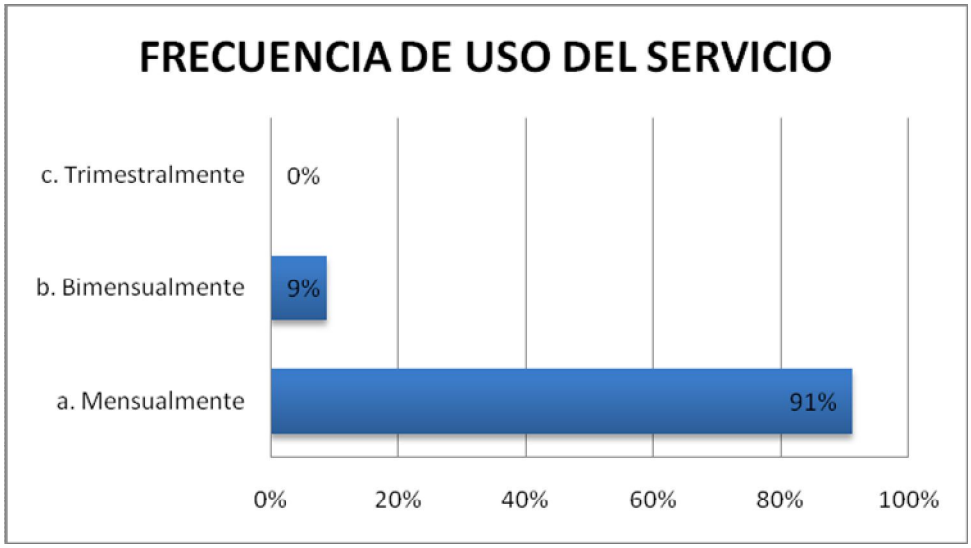
De los profesionales encuestados el 53% esta dispuesto a pagar en un entre 400.001 y 500.000, 29% estaría dispuesto a pagar entre 500.001 y 600.000 y el 18% estaría dispuesto a pagar entre 700.001 y 800.000

Cuadro 23. Frecuencia de uso del servicio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Mensualmente	31	91%	91%
b. Bimensualmente	3	9%	100%
c. Trimestralmente	0	0%	100%
TOTAL	**34**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 12. Frecuencia de uso del servicio



Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

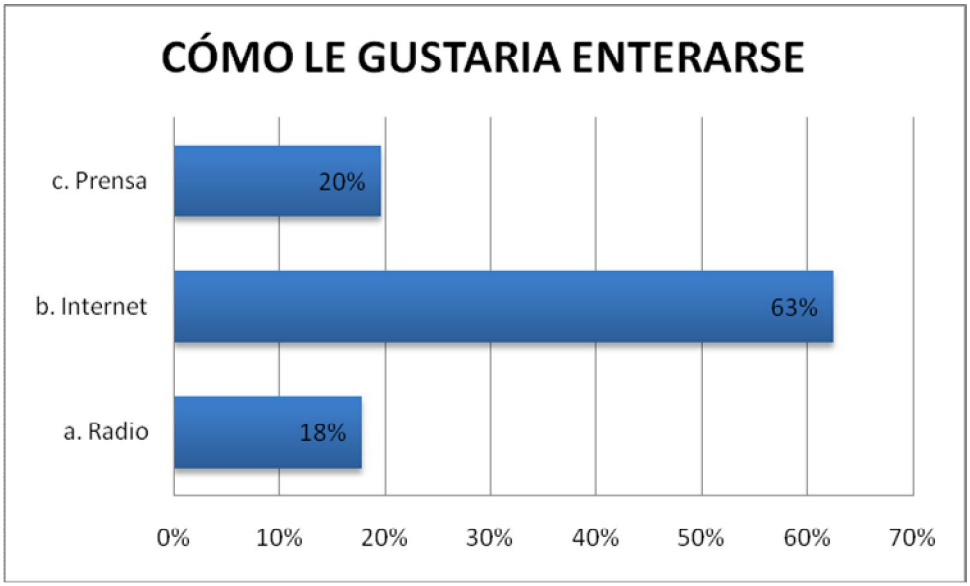
Esta variable nos permite determinar que la frecuencia de uso del servicio por parte de los profesionales sería en un 91% mensualmente y en un 9% cada dos meses.

Cuadro 24. Como le gustaría enterarse

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Radio	10	18%	18%
b. Internet	35	63%	80%
c. Prensa	11	20%	100%
TOTAL	**56**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 13. Como le gustaría enterarse



Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

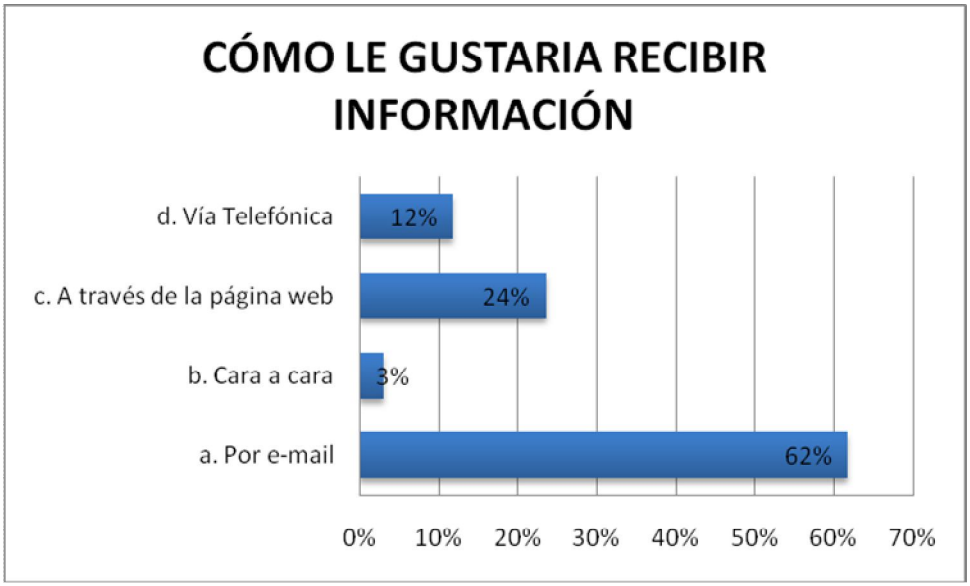
El medio de comunicación de preferencia de los profesionales es Internet con un 63%, seguido de la prensa conun 20% y finalmente un la radio con un 18%.

Cuadro 25. Como le gustaría recibir información

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%AC
a. Por e-mail	21	62%	62%
b. Cara a cara	1	3%	65%
c. A través de la página web	8	24%	88%
d. Vía Telefónica	4	12%	100%
TOTAL	**34**	**100,00%**	

Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Figura 14. Como le gustaría recibir información



Fuente: Encuesta realizada en Octubre de 2011

Existe preferencia de los profesionales de recibir información por e-mail en un 62%, através del acceso a una página web con un 24% y vía telefónica en un 12%, creando con esto la necesidad de tener una plataforma de servicios que funcione 24/7.

8.4 PLAN DE MERCADEO

8.4.1 Descripción del producto. La Secretaria Virtual, surge como respuesta a la creciente necesidad que tienen los profesionales independientes y microempresarios de contar con todos los servicios que ofrecen las oficinas tradicionales, tales como: recepción de llamadas, envió y recibo de correspondencia, manejo de archivo, manejo de agenda, cobro de cartera a clientes, alquiler de salas y equipos, alistamiento de materiales para conferencias, reservas aéreas y hoteleras, sin incurrir en los altísimos costos que ello implica con respecto a infraestructura y contratación de personal.

En este sentido la Secretaria Virtual, es la oportunidad para aquellos profesionales independientes y microempresarios informales quienes debido a la falta de recursos, no tienen la posibilidad de contar con una persona de tiempo completo

que atienda de manera inmediata y organizada los diferentes necesidades operativas en relación con labores secretariales que exige el normal funcionamiento de una empresa o negocio.

De esta manera la Secretaria Virtual brinda una solución ideal a los problemas de índole administrativo de las microempresas, dando la oportunidad a los emprendedores independientes que deseen organizar sus actividades y crecer de acuerdo a las exigencias del mercado.

8.4.2 Estrategia de precio. Los precios del el portafolio de servicios van de acuerdo a las necesidades de los clientes, para lo cual se toma como referencia el resultado de la encuesta realizada a los profesionales de la ciudad de Cali, a través de los cuales se pudo determinar que el precio más apropiado está entre $400.001 y 500.000 obteniendo un 53% de aceptación en las encuestas y en un segundo lugar el precio de $500.001 y $600.000 con un 29% de favorabilidad.
A partir de la información anterior se diseñaron dos paquetes que se identificarán como Plan Básico y Plan Premiun, cuyos precios serán acordes a las necesidades los clientes y cubrirán el servicio mensual. A continuación se detalla cada plan:

Plan básico, valor mensual: $400.000 + IVA

- Número de teléfono exclusivo pasa su servicio.
- Servicio de Recepcionista de 8 a.m. a 1 p.m. y de 2 p.m. a 6 p.m.
- Recepción y transmisión de mensajes telefónicos con la información de quien llama, compañía, teléfono de contacto y texto del mensaje.
- Dirección comercial para recepción de correspondencia: documentos exclusivamente.
- Recepción de faxes durante el día serán reenviados a su correo electrónico. Los faxes recibidos durante la noche o en el fin de semana, se reenviarán al siguiente día laboral.
- Transmisión de mensajes recibidos por correo electrónico y mensaje de texto a su teléfono móvil.
- Posibilidad de consultar vía Web los mensajes recibidos.
- Manejo de archivo.

- Manejo de agenda.
- Reservas aéreas y hoteleras.
- Recepción y envío de correspondencia.
- Servicio de cafetería.
- Servicio de agua y energía.
- Administración.
- Servicio de Vigilancia las 24 horas.
- Aseo de las instalaciones.

Plan Premium, valor mensual: $700.000 + IVA

Lo que incluye el plan básico más:

- Acceso a nuestro Centro de Negocios: utilización de nuestros espacios físicos Sala VIP, Salón de Eventos para 20 personas y Oficinas Individuales.
- Cuenta de correo electrónico utilizando el dominio de la empresa para contratos y renovaciones semestrales o anuales.
- Mobiliario para dos personas: Escritorio y silla (1), mesa de juntas (1) y sillas gerenciales (de 1 a 3).
- Acceso ilimitado a Internet.
- Área de espera.
- Alistamiento del lugar donde se llevarán a cabo las conferencias.
- Gestión de cobro de cartera a clientes.

Con el fin de soportar la estrategia de precio se darán los siguientes descuentos: por paquetes de 6 meses un 3%, por paquetes de 12 meses 8% y por recomendar nuevos afiliados se incluirá en la página web un link, con información de los servicios del afiliado.

8.4.3 Estrategia de Promoción. Para promocionar este servicio encontramos según la encuesta realizada que las personas prefieren el uso de internet para recibir información del servicio, por lo tanto se usará este medio principalmente realizando campañas de posicionamiento de marca con una dirección web que permita el acceso a la información de los servicios, esta deberá estar impresa en todo la papelería y documentos de presentación, además de volantes y demás papelería que contenga información de la empresa, de igual forma realizar anuncios publicitarios a través de banners que aunque se sabe tienen un elevado costo, se traducen en beneficio para la empresa si se publicitan a través de páginas que permitan dirigir esta información al mercado objetivo propuesto, lo que permitirá un mayor reconocimiento de la marca.

En un mediano plazo y teniendo en cuenta que la publicidad online es costosa se podrá utilizar otro tipo de estrategias como son el posicionamiento de la empresa en el servicio de buscadores, con lo que se pretende que al hacer una búsqueda en línea la empresa pueda ser identificada, generando un tráfico de visitas más fluido y logrando capturar las personas interesados en los servicios que se ofrecen. Esta estrategia será de gran importancia, pues su objetivo es el de posicionar la organización aprovechando la baja competencia con respecto a este tipo de servicios que presta la ciudad.

A partir de estas estrategias y los resultados obtenidos en materia de nuevos contactos, la empresa Secretaria Virtual, deberá crear una base de datos de sus clientes potenciales, que le permita estar en permanente comunicación con los clientes, identificando sus necesidades básicas y garantizando que el producto genere fidelización. Esta base de datos es de vital importancia para la divulgación de la empresa de forma masiva y directa a los potenciales clientes.

En un segundo lugar, según la encuesta realizada, esta la promoción a través de la prensa, por lo tanto será un medio que se utilizara alternativamente para promocionar un descuento especifico, hacer publicaciones de nuevos servicios y comunicar alguna noticia especial que requiera ampliar el número de personas a las cuales se dirige. Estas estrategias promocionales se realizaran en menor proporción teniendo en cuenta que las estrategias promocionales en internet requieren hacer una inversión mayor.

En un tercer lugar, está el acercamiento a instituciones educativas de educación superior, con el fin de establecer convenios interinstitucionales entre asociaciones de estudiantes egresados y/o profesionales vinculados en una u otra forma con estas instituciones, igualmente a unidades de emprendimiento que hacen parte de

las mismas universidades o de instituciones estatales y privadas que agremien los profesionales y que puedan servir de plataforma para presentar el servicio.

El contacto con estas entidades tendrá que hacerse de forma directa con el fin de conocer su interés en el servicio e identificar las necesidades más apremiantes de los profesionales emprendedores. Básicamente con estos contactos se utilizará información publicitaria a través de la web, envío de correo electrónico masivo con promociones sobre el producto, respecto a precios y oferta de servicios, además de la presentación de la organización a través de portafolio de servicios donde pueda apreciarse detalladamente los beneficios que se obtienen al contratar la Secretaria Virtual, para la labor administrativa que requieren los profesionales emprendedores.

Finalmente se elaboraran tarjetas de presentación y papelería con información de la empresa que permitirá diseñar un portafilio de servicios para entregar en las visitas a clientes potenciales, dando a conocer el producto y generando un proceso de recordación de la marca por la identificación del logo en los diferentes documentos que recibirán y un posicionamiento de la empresa a nivel regional como prestadora de servicios virtuales de oficina.

A continuación presentamos el logo y algunos de los documentos e información virtual de la empresa.

Figura 15. Logo

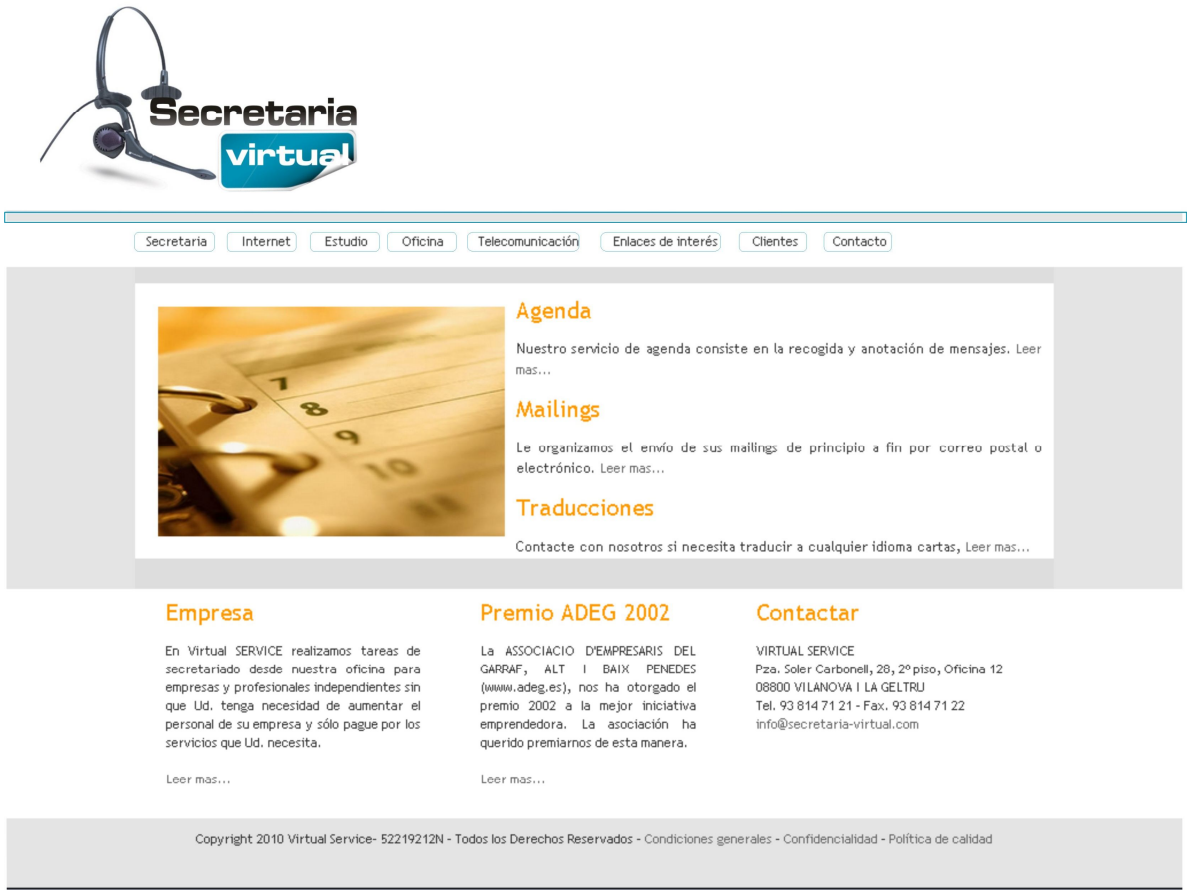
Fuente: Diseño propio

Figura 16. Tarjetas de presentación

Figura 16. (Continuación) Tarjetas de presentación

Fuente: Diseño propio

Figura 17. Portal web



Fuente: Diseño propio

8.4.4 Estrategia de distribución. Los canales de distribución del producto serán a través de un canal directo con el cliente, teniendo en cuenta que son servicios y con el fin de ofrecer un servicio de calidad la atención será personalizada a las necesidades de los clientes.

De esta manera se pretende tener un contacto directo con el cliente para lo cual la empresa optará por manejar información a través del correo directo al segmento de clientes identificado, realizar visitas a posibles clientes por parte de la gerencia y la promoción de los servicios a través de otras páginas web relacionadas teniendo en cuenta que corresponde a la estrategia con mayor aceptación por parte de los encuestados y que se relaciona directamente con el servicio virtual que se quiere ofrecer.

La estrategia de distribución para el servicio Secretaria Virtual, se puede identificar como una estrategia selectiva, pues se dirigirá al segmento de mercado meta que son los profesionales emprendedores de la ciudad de Santiago de Cali y tanto la estrategia de precio como la de promoción contienen elementos que direccionan el marketing a maximizar los clientes potenciales de este segmento, se espera por lo tanto incrementar el número de clientes en la medida en que las estrategias se complementen llegando al mercado meta como una opción atractiva para el mercado que cumpla con las expectativas de los clientes.

8.4.5 Presupuesto del plan de mercadeo. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos anteriormente y los requerimientos en materia de publicidad y promoción se realizó el siguiente presupuesto para mercadeo.

Cuadro 26. Presupuesto plan de mercadeo

PRESUPUESTO PLAN DE MERCADEO		
	VALOR	**CARACTERÍSTICAS**
BANNER	1.800.000	El banner de 120x60 HOME (Página Principal) se contrata por un mes completo y tiene una tarifa fija de $300.000 (trescientos mil pesos colombianos) + IVA por mes.
HOSTING PAGINA WEB	300.000	Valor Anual (más IVA) Ideal para empresas con un volumen alto de tráfico que requieren más de 40 correos 6Gb de espacio 100GB de tráfico mensual 80 correos corporativos PHP 5 40 Base de Datos MySQL Constructor de Sitios Panel Cloud OS
ELABORACION PAGINA WEB	950.000	1 Página principal o de bienvenida. 3 Páginas o secciones secundarias con contenido general. 1 formulario de contacto personalizado. Edición y optimización de 20 imágenes o fotografías. Blog Corporativo. Contenido Administrable. Tiempo de entrega en 3 semanas
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	120.000	1000 Unds Parcial UV Acabado Mate
PRENSA	1.656.000	Periódico El Tiempo - Debes Saber Primera sección (E) Policromía Una vez al mes durante seis meses (276.000)+IVA
TOTAL	**4.826.000**	

Fuente: Diseño propio

8.4.6 Estrategia de venta. Establecido el nicho de mercado y cuantificados los clientes potenciales, es necesario que el equipo de ventas tenga claras las bondades del servicio para así alcanzar las proyecciones propuestas, las estrategias serían:

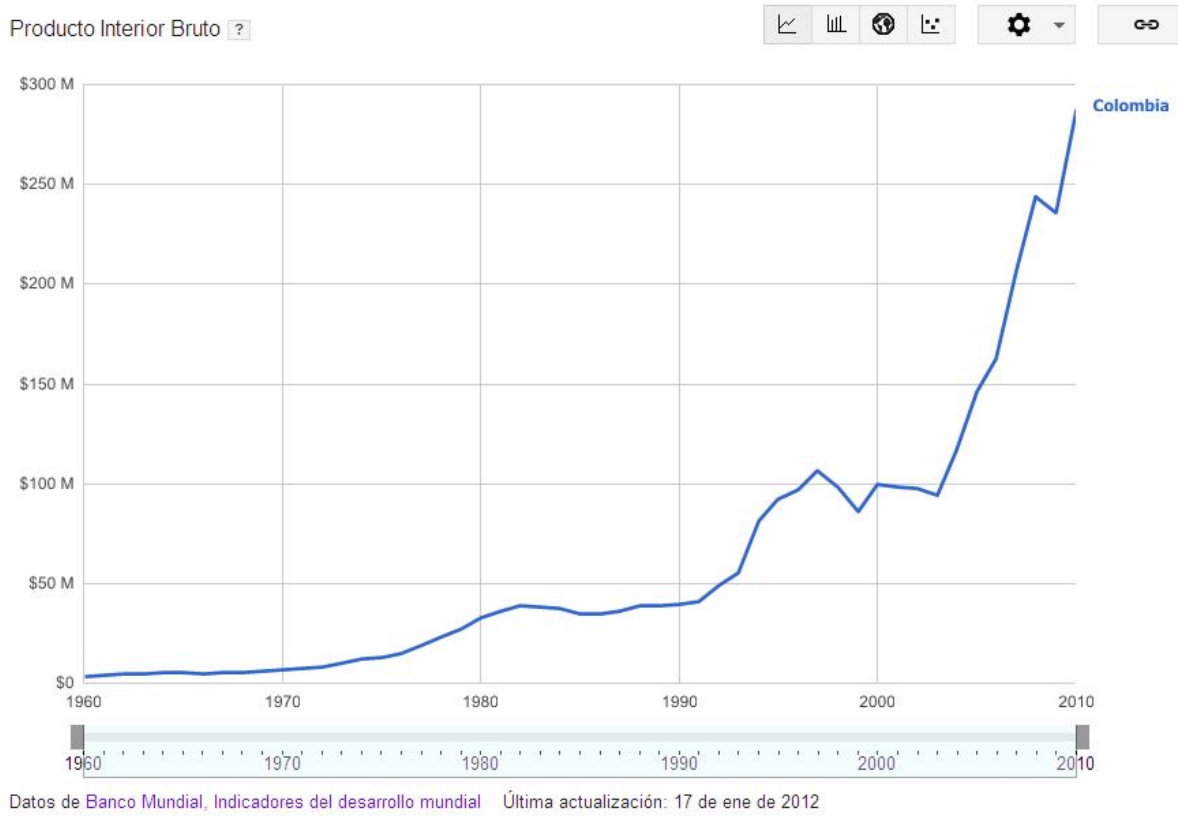
- Conformar un equipo de ventas idóneo para la difusión del servicio.
- Crear una base de datos propia que permita llegar al usuario final rápidamente.
- Crear un programa de metas entre los vendedores, estableciendo un número de clientes a conseguir mensualmente, de esta manera si se logra el objetivo los vendedores obtendrán una comisión como incentivo por cumplir la meta propuesta.
- Utilizar al máximo las herramientas que provee la página web, publicitando la empresa, promocionando servicios, presentado ofertas del mes, de la semana, del día, aprovechando las visitas para establecer una base de datos y así conocer las características de los clientes potenciales, etc.
- Colocar el Banner de internet en una página con buenas estadísticas de visita, a fin de promocionar la empresa y conseguir nuevos clientes ampliando los servicios.
- Programar citas con los clientes potenciales para darles a conocer los servicios, en este sentido el Gerente o un representante de ventas se encargará de hacer el contacto inicial presentando la oferta de servicios de la organización y portando documentos identificados con el logo de la organización para que esta sea reconocida y tenida en cuenta para futuras contrataciones de servicios virtuales si es el caso.

8.4.6.1 Proyecciones de ventas (unidades y valores). Para hacer la proyección de ventas se pensó en tener en cuenta el PIB, puesto que si este crece indica que el escenario es favorable para la creación de empresas, teniendo en cuenta que el PIB es uno de los indicadores más importantes en la economía ya que representa el aumento de la demanda de bienes y servicios y crecimiento en la economía de un país. Con este se evalúa entonces la evolución de la estructura económica, así como la capacidad que se tiene para dar un uso eficiente de los recursos disponibles para la producción.

De acuerdo a información de los indicadores de desarrollo mundial del Banco Mundial, Colombia muestra unos indicadores de crecimiento positivo por lo tanto

consideramos que los escenarios son apropiados para la creación del proyecto de empresa.

Figura 18. Producto interno bruto



Fuente: EL BANCO MUNDIAL. Indicadores del desarrollo mundial. [en línea]. [citado 29 de diciembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://datos.bancomundial.org/pais/colombia>

Con base en lo anterior para la proyección del crecimiento de las ventas se han tenido en cuenta tres posibles escenarios, como lo indica la metodología del ECSIM (Centro de Estudios en Economía Sistémica), los cuales se describen como sigue:

Escenario o trayectoria tendencial: es un escenario que trata de mostrar qué sucedería si las cosas continúan como lo hacen actualmente. Este escenario implícitamente requiere que se determine cuáles son los factores que harían las cosas continúen igual. En sí, describe un proceso de reforzamiento de las condiciones que se han presentado en el paso cercano y que son culpables del presente.

Teniendo en cuenta que el 91% de los encuestados mostró interés en adquirir el servicio se realiza el presupuesto de ventas. Dado que es un servicio de uso diario no se ve la necesidad de realizar ajustes mensuales debido a la baja variabilidad que este puede tener.

Cuadro 27. Escenario o trayectoria tendencial

1er Escenario: Tendencial		
AÑO	**Variación PIB**	**PIB Real**
2011	4,9	309.789.726
2012	6,7	330.545.637
2013	6,6	352.361.649

PRESUPUESTO DE VENTAS TENDENCIAL 100%			
AÑO 1	**SERVICIOS**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR**
ENERO	112	$ 400.000	$ 44.800.000
FEBRERO	112	$ 400.000	$ 44.800.000
MARZO	112	$ 400.000	$ 44.800.000
ABRIL	112	$ 400.000	$ 44.800.000
MAYO	112	$ 400.000	$ 44.800.000
JUNIO	112	$ 400.000	$ 44.800.000
JULIO	112	$ 400.000	$ 44.800.000
AGOSTO	112	$ 400.000	$ 44.800.000
SEPTIEMBRE	112	$ 400.000	$ 44.800.000
OCTUBRE	112	$ 400.000	$ 44.800.000
NOVIEMBRE	112	$ 400.000	$ 44.800.000
DICIEMBRE	112	$ 400.000	$ 44.800.000
TOTAL AÑO 1	**1344**		**$ 537.600.000**
AÑO 2	**1438**	$ 400.000	**$ 575.232.000**
AÑO 3	**1539**	$ 400.000	**$ 615.498.240**

Fuente: Diseño propio

Escenario o trayectoria optimista: es un escenario que puede situarse por encima del Tendencial, pero que no es considerado utópico o irreal. Es un escenario construido a partir de cambios positivos posibles y razonables, además de no caer en exageraciones o en idealismos.

Cuadro 28. Escenario o trayectoria optimista

2do Escenario : Optimista		
AÑO	**Variacion PIB**	**PIB Real**
2011	5,1	310.380.364
2012	7,4	333.348.511
2013	8,6	362.016.483

PRESUPUESTO DE VENTAS			
OPTIMISTA 150%			
AÑO 1	**SERVICIOS**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR**
ENERO	168	$ 400.000	$ 67.200.000
FEBRERO	168	$ 400.000	$ 67.200.000
MARZO	168	$ 400.000	$ 67.200.000
ABRIL	168	$ 400.000	$ 67.200.000
MAYO	168	$ 400.000	$ 67.200.000
JUNIO	168	$ 400.000	$ 67.200.000
JULIO	168	$ 400.000	$ 67.200.000
AGOSTO	168	$ 400.000	$ 67.200.000
SEPTIEMBRE	168	$ 400.000	$ 67.200.000
OCTUBRE	168	$ 400.000	$ 67.200.000
NOVIEMBRE	168	$ 400.000	$ 67.200.000
DICIEMBRE	168	$ 400.000	$ 67.200.000
TOTAL AÑO 1	**2016**		**$ 806.400.000**
AÑO 2	**2167**	$ 400.000	**$ 866.880.000**
AÑO 3	**2362**	$ 400.000	**$ 944.899.200**

Fuente: Diseño propio

Escenario o trayectoria pesimista: consiste en la trayectoria que puede situarse por debajo del Escenario Tendencial, pero sin caer en situaciones caóticas y catastróficas. Es un leve deterioro de las condiciones actuales, todo dentro de una serie de posibles cambios.

Cuadro 29. Escenario o trayectoria pesimista

3er Escenario : Pesimista		
AÑO	**Variacion PIB**	**PIB Real**
2011	4,9	309.789.726
2012	5,7	327.447.740
2013	6,6	349.059.291

PRESUPUESTO DE VENTAS			
PESIMISTA 75%			
AÑO 1	**SERVICIOS**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR**
ENERO	84	$ 400.000	$ 33.600.000
FEBRERO	84	$ 400.000	$ 33.600.000
MARZO	84	$ 400.000	$ 33.600.000
ABRIL	84	$ 400.000	$ 33.600.000
MAYO	84	$ 400.000	$ 33.600.000
JUNIO	84	$ 400.000	$ 33.600.000
JULIO	84	$ 400.000	$ 33.600.000
AGOSTO	84	$ 400.000	$ 33.600.000
SEPTIEMBRE	84	$ 400.000	$ 33.600.000
OCTUBRE	84	$ 400.000	$ 33.600.000
NOVIEMBRE	84	$ 400.000	$ 33.600.000
DICIEMBRE	84	$ 400.000	$ 33.600.000
TOTAL AÑO 1	**1008**		**$ 403.200.000**
AÑO 2	**1074**	$ 400.000	**$ 429.408.000**
AÑO 3	**1138**	$ 400.000	**$ 455.172.480**

Fuente: Diseño propio

Una vez realizada la proyección de ventas y analizados los tres escenarios proyectados, se considero prudente establecer como el escenario apropiado para el inicio del proyecto Secretaria Virtual, el tendencial, teniendo en cuenta que es el más cercano a la situación real analizada y que corresponde al escenario más conservador de los tres.

Con este escenario, se logra mantener un equilibrio entre la capacidad inicial de atención a clientes, el número de servicio que se espera ofrecer y estabilizar la sostenibilidad de la empresa durante los meses de arranque garantizando de manera paulatina crecimiento y cumplimiento de las metas y objetivos estratégicos para el posicionamiento del servicio frente al de la competencia.

9. ANÁLISIS TÉCNICO

9.1 FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO

Cuadro 30. Ficha técnica archivo

FICHA TÉCNICA
ARCHIVO
1. DESCRIPCIÓN. El servicio general de archivo comprende la recolección de todo el material de las capacitaciones del cliente, correspondencia enviada, correspondencia recibida.
2. OPERARIOS. Se necesita una persona con conocimientos básicos de manejo de correspondencia y archivo
3. EQUIPOS REQUERIDOS. Se necesitan legajadores, ganchos legajadores, guías para legajadores, carpetas colgantes, grapadora, perforadora.
4. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO. La capacidad de archivo por cada cliente es ilimitada.

Fuente: Diseño propio

Cuadro 31. Ficha técnica agenda

FICHA TÉCNICA
AGENDA
1. DESCRIPCIÓN. El servicio de agenda comprende la recepción y envío por correo electrónico de todos los mensajes recibidos.
2. OPERARIOS. Se necesita una persona con buena dicción y buen léxico.
3. EQUIPOS REQUERIDOS. Se necesitan un teléfono y un computador con acceso al outlook para agendar.
4. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO. Los clientes pueden revisar su agenda en línea.

Fuente: Diseño propio

Cuadro 32. Ficha técnica cobro a clientes

FICHA TÉCNICA
COBRO A CLIENTES
1. DESCRIPCIÓN. El cobro de la cartera se realiza por medio de llamadas utilizando la base datos que los clientes suministran, la información obtenida se registrará en el sistema.
2. OPERARIOS. Se necesita una persona con conocimientos básicos contables y negociación con clientes.
3. EQUIPOS REQUERIDOS. Se necesitan un teléfono y un computador con acceso al programa.
4. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO. Cada 15 días se le envía un informe al cliente con los avances obtenidos.

Fuente: Diseño propio

Cuadro 33. Ficha técnica itinerario de viajes y reserva de hoteles

FICHA TÉCNICA
ITINERARIO DE VIAJES Y RESERVA DE HOTELES
1. DESCRIPCIÓN. Los itinerarios o tiquetes se solicitan dependiendo de la necesidad del cliente con las características y horarios solicitados por ellos y se les carga el gasto a su tarjeta de crédito personal. Los hoteles también se reservan teniendo en cuenta las necesidades del cliente como: precio y ubicación.
2. OPERARIOS. Se necesita una persona para realizar esta labor con conocimientos básicos de trabajo de oficina.
3. EQUIPOS REQUERIDOS. Se necesitan un teléfono y un computador con acceso a internet, un directorio telefónico.
4. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO. La reserva es enviada al correo electrónico del cliente.

Fuente: Diseño propio

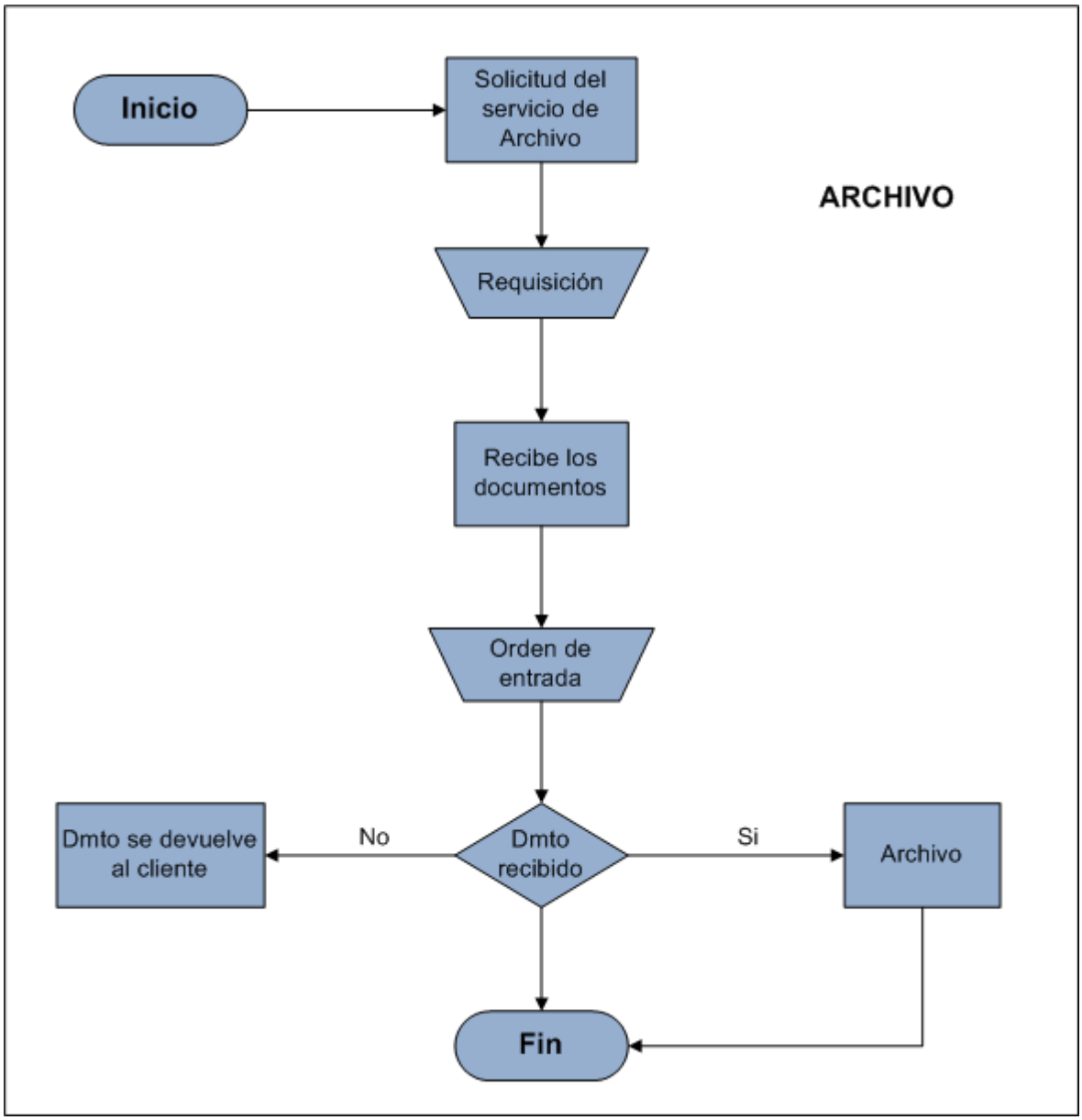
Cuadro 34. Ficha técnica alquiler de salas y equipos

FICHA TÉCNICA
ALQUILER DE SALAS Y EQUIPOS
1. DESCRIPCIÓN. El servicio de alquiler de salas y equipos se hace a solicitud del cliente teniendo en cuenta: capacidad de personas, ubicación y disponibilidad. El costo se carga a la tarjea de crédito del cliente.
2. OPERARIOS. Se necesita una persona para realizar esta labor con conocimientos básicos de trabajo de oficina.
3. EQUIPOS REQUERIDOS. Se necesitan un teléfono y un computador con acceso a internet, un directorio telefónico.
4. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO. La reserva es enviada al correo electrónico del cliente.

Fuente: Diseño propio

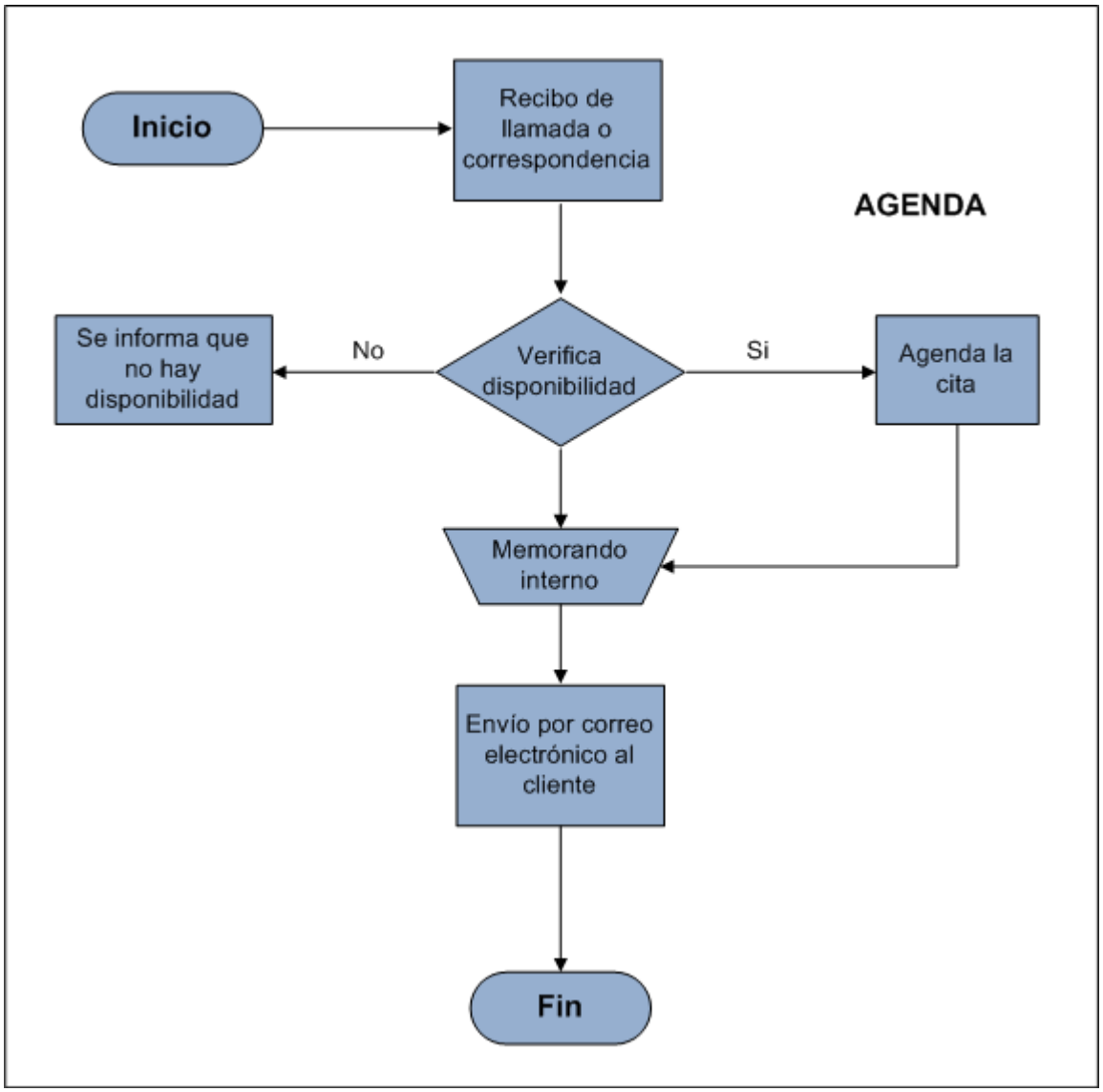
9.1.1 Diagrama de flujo del proceso

Figura 19. Diagrama de flujo del proceso archivo



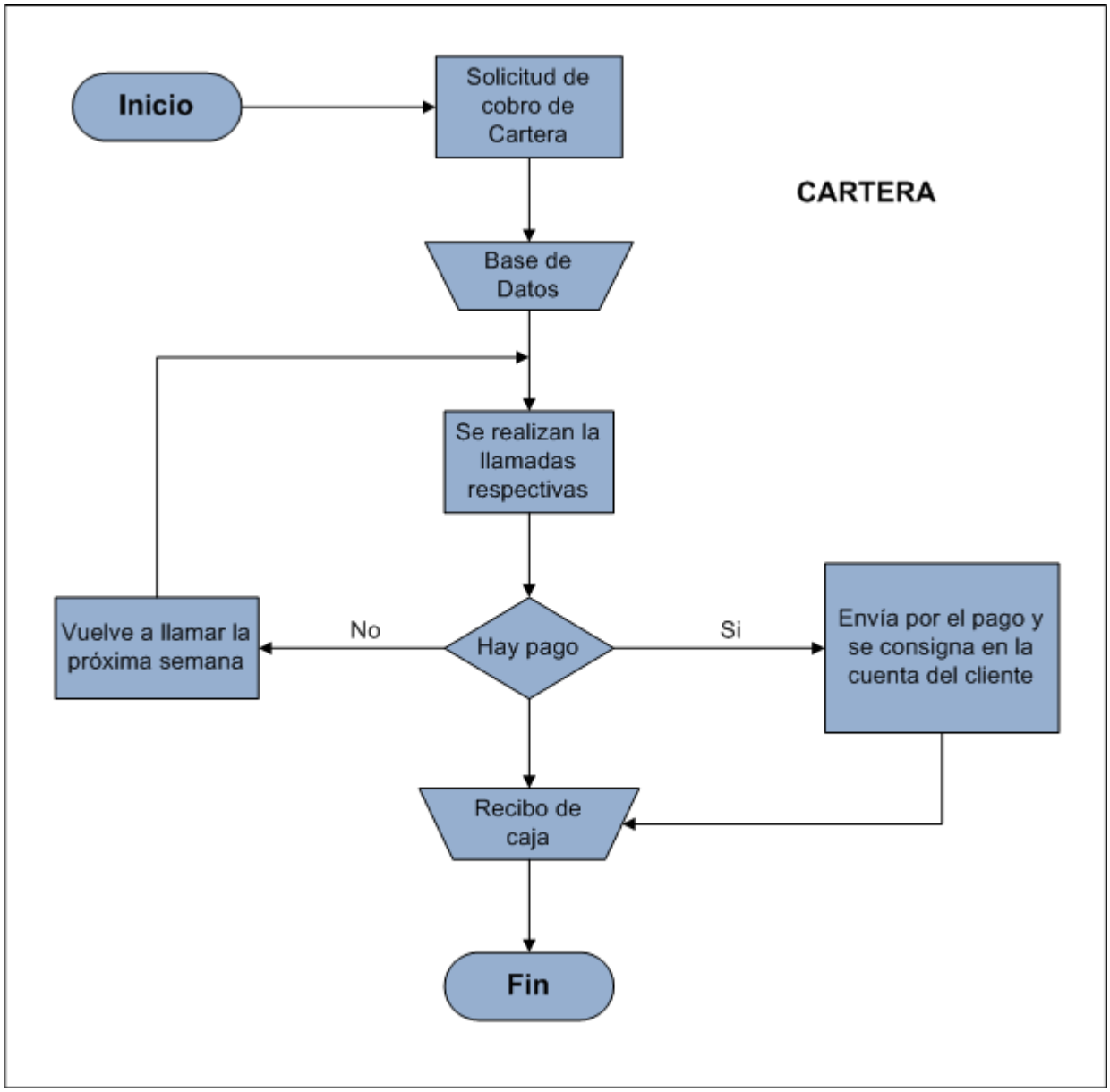
Fuente: Diseño propio

Figura 20. Diagrama de flujo del proceso agenda



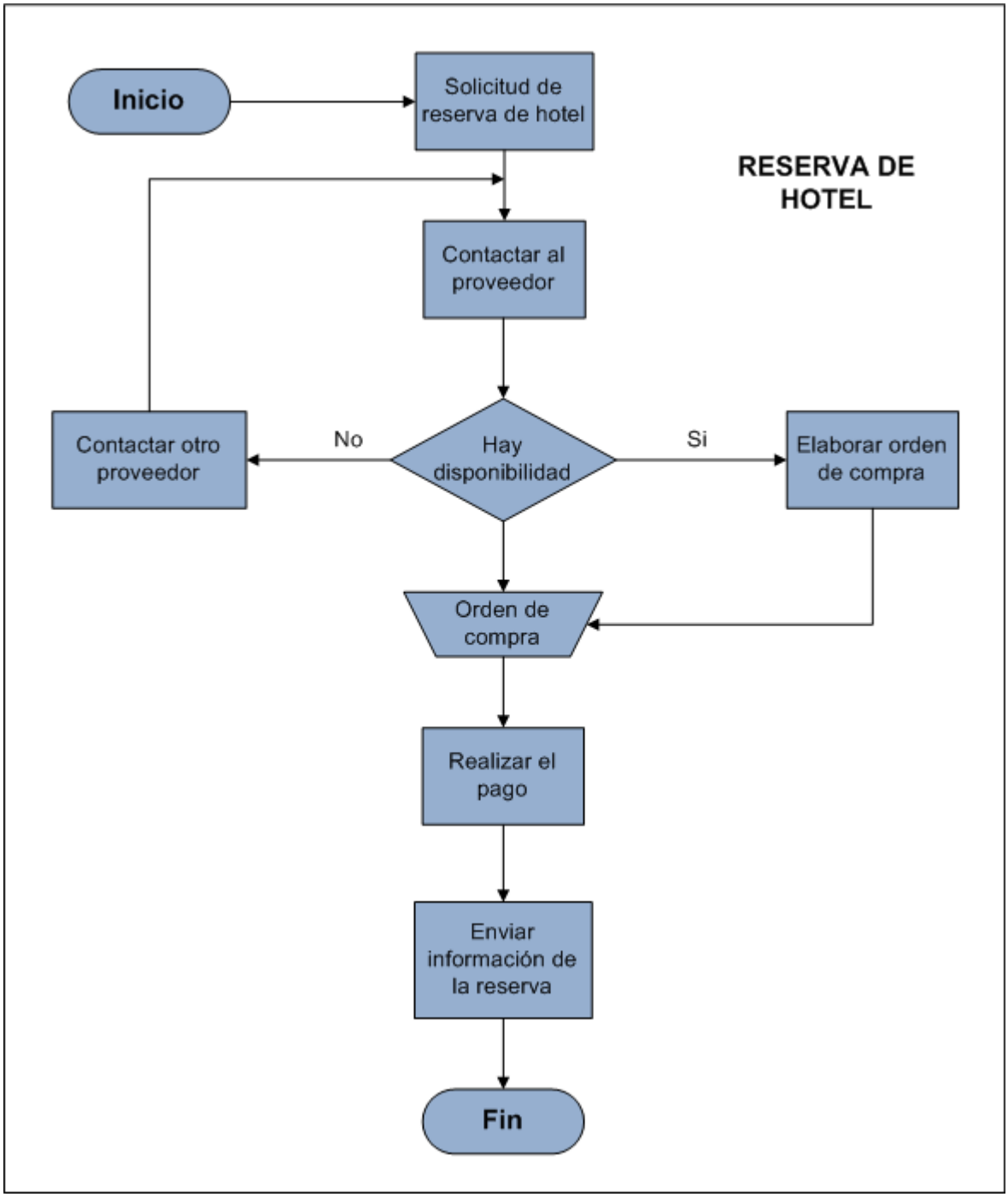
Fuente: Diseño propio

Figura 21. Diagrama de flujo del proceso cartera



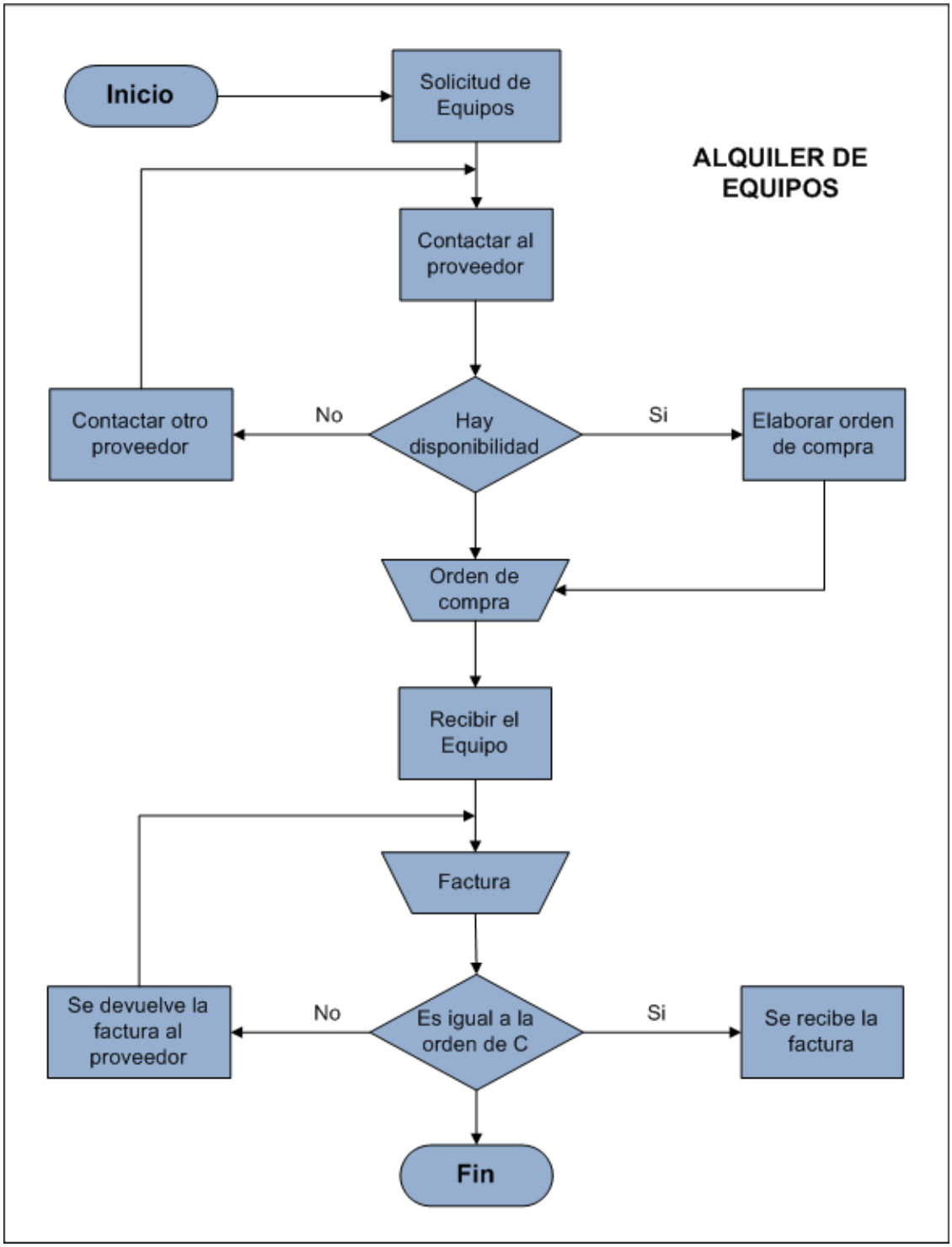
Fuente: Diseño propio

Figura 22. Diagrama de flujo del proceso reserva de hotel



Fuente: Diseño propio

Figura 23. Diagrama de flujo del proceso alquiler de equipos

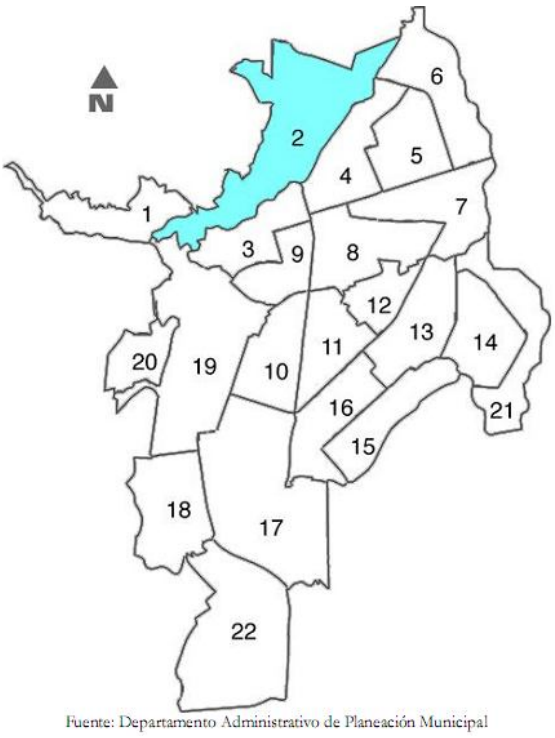


Fuente: Diseño propio

9.2 PLANTA FISICA Y EQUIPOS

9.2.1 Distribución de planta. El sector de la ciudad seleccionado como ubicación de la empresa es la comuna 2. La comuna 2 se encuentra localizada en el norte de la ciudad, limita al sur con el centro de la ciudad y al norte con el municipio de Yumbo. Por su parte, al oriente limita con la comuna 4, al sur-occidente con la comuna 19 y al occidente con la comuna 9 y el área rural del municipio de Cali, corregimiento de Golondrinas, La comuna 2 cubre el 9,4% del área total del Municipio de Santiago de Cali con 1.131 hectáreas.

Figura 23. Ubicación de la empresa en la comuna 2



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Municipal

El 89% de la comuna está conformado por los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6. Para estos estratos los servicios de telefonía, internet de banda ancha, gas y acueducto y energía la cobertura es del 100%. Cabe anotar que la comuna 2 se caracteriza por su vocación comercial, en ella se encuentran grandes centros comerciales como el Centro Comercial Chipichape y Centenario, entre otros; la mayor oferta hotelera de la ciudad, en esta comuna se encuentra aproximadamente el 45% de toda la oferta hotelera de la ciudad.

Además, la comuna 2 tiene una estructura vial moderna como son la recién reconstruida Avenida 3° norte y la Avenida 8° Norte, que permiten una ágil comunicación con puntos neurálgicos de la ciudad como la alcaldía, el aeropuerto, el mayor centro de eventos y convenciones del suroccidente colombiano como lo es el Centro de Eventos Valle del Pacifico, las áreas industriales y zonas francas ubicadas en el municipio de Yumbo.

Como se puede apreciar, la comuna 2 corresponde a una zona con potenciales clientes para la empresa.

Para ejercer las labores de la Secretaria Virtual se necesitará un área de 190 mts2, la cual dividirá así: 6 oficinas para el desempeño de las labores del personal administrativo, 6 oficinas para disposición de nuestros clientes, un área de recepción y de espera para los visitantes, una sala de juntas, una sala de estar y una cocina y finalmente un área de parqueadero para clientes y visitantes.

Figura 24. Plano de distribución de planta

Fuente: Diseño propio

9.2.2 Inversión en activos fijos.

Cuadro 35. Inversión en activos fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			
ARTÍCULO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Equipos de Computo PC QBEX INTEL CORE i3 SB 3.1GHZ/4GB/1TB/18.5" LED COD.18747 PROCESADOR INTEL SEGUNDA GENERACION CORE I3 2100 3.16GHZ BOARD INTEL DH67BL LGA 1155 MEMORIA DDR3 4GB (4 zócalos de Memoria, ampliable hasta 16GB) DISCO DURO 1TB CONECTORES DVI - HDMI SONIDO DE ALTA DEFINICION 5.1 2 PUERTOS E-SATA INTERNO E EXTERNO 2 PUERTOS USB 3.0 QUEMADOR DVD-RW MONITOR LED 18.5" LECTOR DE MEMORIAS, TECLADO Y MOUSE	9	$ 1.099.000	$ 9.891.000
Archivadores	5	$ 400.000	$ 2.000.000
Mesa para salón de reuniones	1	$ 1.500.000	$ 1.500.000
Escritorios	10	$ 650.000	$ 6.500.000
Sillas	20	$ 150.000	$ 3.000.000

Cuadro 35. (Continuación) Inversión en activos fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			
ARTÍCULO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Impresora Multifuncional TECNOLOGÍA DE IMPRESIÓN LÁSER CICLO DE TRABAJO HASTA 8000 PAG CALIDAD DE IMPRESIÓN HASTA 600X600 DPI IMPRESIÓN 8.5 SEGUNDOS VELOCIDAD DE IMPRESIÓN EN NEGRO 18 PPM	2	$ 330.000	$ 660.000
Impr. de Puntos para Contabilidad IMPRESORA EPSON LX 300	1	$ 505.000	$ 505.000
Teléfonos Fijos Telefono Analogico Panasonic Modelo KX-TS 500 LX Color Negro Control de Volumen Redial Flash Control de Tono-Pulsos.	9	$ 39.900	$ 359.100

Cuadro 35. (Continuación) Inversión en activos fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			
ARTÍCULO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Telefax TELEFONO FAX PANASONIC KX-FT501LA TERMICO COD.18155PAPEL TERMICO DE 30 MTSFAX CON IDENTIFICADOR DE LLAMADAVELOCIDAD DE TRANSMISION DE 12 PAGUINA/SEGUNDO CAPACIDAD DE 28PAGUINAS MEMORIA64 NIVELES DE GRISES IDENTIFICADOR DE LLAMADASCAPACIDA DE 10 PAGUINAS EN ALIMENTADOR DE DOCUMENTOSALTAVOZ DE UNA SOLA VIA	1	$ 307.000	$ 307.000
Teléfonos Inalámbricos Identificador de llamadas Hasta 12 minutos de grabación con el sistema contestador totalmente digital en el auricular Llamada en espera Localizador de auricular Luz indicadora de llamada Indicador de batería baja Seguridad digital contra rastreo 50 memorias para almacenar números telefonicos Control de volumen en auricular,expandible hasta 4 auriculares.	2	$ 150.000	$ 300.000

Cuadro 35. (Continuación) Inversión en activos fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			
ARTÍCULO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Planta telefónica 6 líneas de entrada. 16 internos con conexión de teléfonos híbridos y/o comunes. No es ampliable, queda en 6 líneas / 16 internos. Soporta consolas Kxt-7030/7330/7730. Conexión para módulo de portero de 2 frentes (opcional). Conexión para módulo abrepuertas para 2 cerraduras (opcional). Jack de entrada para música o anunciador en espera externos. Salida para conexión de buscapersonas (Alto Parlante) Programación flexible de acuerdo a la necesidad del cliente. 2 Prograciones Día/ Noche. Manual o automática. 100 números en memoria compartidos por los 8/16/24 internos. Bloqueo de llamadas (Celular-Larga distancia-Internacionales) Alimentación a 220 vca.	1	$ 1.300.000	$ 1.300.000

Cuadro 35. (Continuación) Inversión en activos fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			
ARTÍCULO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Video Beam MARCA Epson MODELO PowerLite S12+ BRILLO(LUMENES) 2800 lumenes RESOLUCION 800 x 600 SVGA CONTRASTE 3000:1 METODO DE PROYECCION Delantero/ posterior, instalado en el techo SISTEMA DE PROYECCION tecnologia Epson 3LCD de 3 Chips LENTE F-number: 1.44 Distancia Focal: 16.7mm LAMPARA 200W UHE(E-TORL) 4000H (Normal)/ 5000H (Eco) TERMINALES DE ENTRADA Puerto VGA: 1 Entrada S-Video: 1	2	$ 948.000	$ 1.896.000

Cuadro 35. (Continuación) Inversión en activos fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			
ARTÍCULO	**ARTÍCULO**	**ARTÍCULO**	**ARTÍCULO**
Portátil PORTATIL COMPAQ MODELO CQ43-266LA PROCESADOR INTEL CORE i5-2410M DE 2.3GHZ MEMORIA DDR3 4GB DISCO DURO SATA 500GB (5400 rpm) QUEMADOR DVD-RW-/+ 1 PUERTO VGA 3 PUESTOS USB 2.0 LECTOR DE MEMORIAS CONECTIVIDAD LAN - WIRELESS CAMARA WEB CON MICROFONO BATERIA DE 6 CELDAS PANTALLA LED 14"	2	$ 1.125.000	$ 2.250.000
Servidor - DELL PowerEdge T110 II Hasta 50 usuarios Servidor Pre-Configurado para mayor facilidad	1	$ 1.782.899	$ 1.782.899
UPS UPS APC BR1300LCD (APC BACK-UPS RS 1300VA LCD 120V) COD.16557	1	$ 566.000	$ 566.000
COSTO DE EQUIPOS TOTAL			**$ 32.816.999**

Fuente: Diseño propio

9.2.3 Costos de adecuación.

Cuadro 36. Costos de adecuación

COSTOS DE ADECUACIÓN	
Cubículos (8 Unds)	$ 3.500.000
Sala de Juntas y Áreas comunes	$ 2.500.000
Pintura para local	$ 1.500.000
Aire Acondicionado 18.000 Btu Tipo Mini Split Sistema anticorrosión Gold Fin, sobre la superficie del Aluminio permitiendo el óptimo desempeño del Aire Acondicionado Función de Enfriamiento Jet Cool, Rápido y poderoso enfriamiento con un solo toque Filtro plasma para obtener un ambiente limpio y saludable Control Remoto Inalámbrico.	$ 1.769.900
COSTO DE ADECUACIÓN TOTAL	**$ 9.269.900**

Fuente: Diseño propio

9.3 OPERACION

9.3.1 Plan de producción. La Secretaria Virtual, enfoca su plan de producción en la prestación de un servicio innovador y de calidad que satisfaga los requerimientos de los clientes.

Es importante recordar que el mercado objetivo al cual estarán dirigidos los servicios de la Secretaria Virtual corresponde a 406 profesionales de la ciudad de Santiago de Cali, de los cuales el 92% es decir 374 profesionales, según las encuestas realizadas en el estudio de mercado, estaría dispuesto a tomar el servicio.

En este sentido la Secretaría Virtual, seleccionará un 30% de estos profesionales lo que daría como resultado un total de 112 clientes a atender.

De esta manera la proyección del presupuesto de ventas está planteada en tres escenarios, que se trasladaron a la capacidad real de producción, que en este caso correspondería a la siguiente: en un primer escenario que sería el normal se atenderán 112 profesionales, en el segundo escenario el optimista se proyecta atender un total de 168, es decir que aumentaría en un 50% más de su capacidad y en el escenario pesimista atendería 84 clientes que sería un 75% de su capacidad es decir un 15% menos.

Cuadro 37. Escenarios de producción - ventas

TENDENCIAL 100%				OPTIMISTA 150%				PESIMISTA 75%			
AÑO 1	**SERVICIOS**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR**	**AÑO 1**	**SERVICIOS**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR**	**AÑO 1**	**SERVICIOS**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR**
ENERO	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**ENERO**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**ENERO**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
FEBRERO	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**FEBRERO**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**FEBRERO**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
MARZO	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**MARZO**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**MARZO**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
ABRIL	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**ABRIL**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**ABRIL**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
MAYO	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**MAYO**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**MAYO**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
JUNIO	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**JUNIO**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**JUNIO**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
JULIO	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**JULIO**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**JULIO**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
AGOSTO	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**AGOSTO**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**AGOSTO**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
SEPTIEMBRE	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**SEPTIEMBRE**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**SEPTIEMBRE**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
OCTUBRE	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**OCTUBRE**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**OCTUBRE**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
NOVIEMBRE	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**NOVIEMBRE**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**NOVIEMBRE**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
DICIEMBRE	112	$ 500.000	$ 56.000.000	**DICIEMBRE**	168	$ 500.000	$ 84.000.000	**DICIEMBRE**	84	$ 500.000	$ 42.000.000
TOTAL AÑO 1	**1344**		**$ 672.000.000**	**TOTAL AÑO 1**	**2016**		**$ 1.008.000.000**	**TOTAL AÑO 1**	**1008**		**$ 504.000.000**
AÑO 2	**1438**	**$ 500.000**	**$ 719.040.000**	**AÑO 2**	**2167**	**$ 500.000**	$ 1.083.600.000	**AÑO 2**	**1074**	**$ 500.000**	$ 536.760.000
AÑO 3	**1539**	**$ 500.000**	**$ 769.372.800**	**AÑO 3**	**2362**	**$ 500.000**	$ 1.181.124.000	**AÑO 3**	**1138**	**$ 500.000**	$ 568.965.600

Fuente: Diseño propio

Esta información es el punto de partida con el cual el proyecto Secretaria Virtual, debe establecer las condiciones necesarias para prestar el servicio, por lo tanto el escenario que se consideró el apropiado para establecer el proyecto es el escenario tendencial que presenta una proyección con 112 servicios, que son los calculados con base en el análisis de mercado donde la muestra establece que el 92% del total de los profesionales estaría dispuesto a tomar el servicio, así mismo se hizo el cálculo con el total de los profesionales de la ciudad de Santiago de Cali y por lo tanto el resultado obtenido corresponde al escenario tendencial.

Como elementos básicos la organización requiere del espacio acondicionado con equipos de computo, mobiliario y oficinas disponibles para asignarlas a los usuarios del servicio, atender todo tipo de comunicaciones entre la empresa y el cliente y los demás requerimientos como archivo, manejo de agenda, itinerarios, alquiler de salas entre otros.

En orden de importancia la empresa deberá contratar el personal necesario para que los diferentes servicios que brinda sean asignados de manera específica a quienes conforman el grupo de trabajo. Es importante destacar las habilidades y conocimiento que cada una tenga en la actividad, con el fin de que el cumplimiento de la tarea se haga de manera satisfactoria para el cliente.

Partiendo de lo anterior la empresa contará con el siguiente personal:

Un Gerente quien tendrá a su cargo todo el personal y será quien designe y apruebe tareas y conduzca estratégicamente la organización.

Dos Ejecutivos de cuenta que tendrán la responsabilidad de hacer el contacto inicial con el cliente para ofrecer los servicios y contratarlos y conseguir clientes potenciales comercializando el servicio.

Una persona en recepción que encargada de atender las llamadas de los clientes y transferirlos a quien corresponda resolver su necesidad especifica, además tendrá que estar pendiente del recibo y envío de correspondencia, así como de realizar pedidos y de coordinar con el mensajero las necesidades del día de toda la organización.

Dos auxiliares administrativas, que tendrán en sus manos la responsabilidad de agendar citas de los clientes, reservar vuelos, archivar, elaborar correspondencia y

atender las demás comunicaciones de los usuarios relacionadas con el servicio que se presta.

Un auxiliar logístico, que deberá alistar el material para conferencias, teniendo la responsabilidad de coordinar todo lo concerniente a lo requerido por los clientes para sus conferencias tanto dentro como fuera de la organización.

Por su parte la persona en oficios varios se encargará de mantener en condiciones de higiene el sitio, procurando limpieza y bienestar en todas las áreas de la organización.

Habrá también un contador y un técnico en sistemas con el fin de garantizar el buen funcionamiento administrativo, financiero y tecnológico de la organización.

De esta manera todo la organización estará conectada con la recepción como contacto inicial de los clientes y clientes potenciales, brindando información oportuna, de confianza que satisfaga las necesidades de quienes acuden a recibir el servicio.

Esto información se amplía en el Análisis Administrativo donde se explica en detalle el perfil y las funciones de cada persona que contratara la organización.

9.3.2 Costo por unidad de producción. La Secretaria Virtual iniciará la prestación del servicio con un 30% del mercado objetivo, lo que corresponde a 112 clientes, que estarán adscritos a la empresa y obtendrán los servicios conforme a su necesidad.

Con el fin de detallar de una manera más específica la prestación del servicio para efectos de factibilidad de la empresa, a continuación se relacionará el costo por unidad de servicio en el que se incurría al entregar el producto - servicio al cliente. A continuación se detallan los siguientes conceptos: gastos de personal, alquiler de local, papelería y los servicios públicos, calculados para un periodo de un mes.

Cuadro 38. Costo unitario de producción mes

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN MES		
	VALOR	VALOR TOTAL
GASTOS DE PERSONAL	$ 80,383	$ 9,002,854
ALQUILER	$ 26,786	$ 3,000,000
SERVICIOS	$ 9,821	$ 1,100,000
PAPELERIA	$ 4,464	$ 500,000
TOTAL	**$ 121,454**	**$ 13,602,854**

Fuente: Diseño propio

Con base en la anterior presentación la Secretaria Virtual, estará en capacidad de prestar 112 servicios, que estarán dispuestos a los clientes en dos presentaciones o paquetes el Plan Básico y el Plan Premium, que dependiendo de la necesidad del cliente quien será el que finalmente decida qué tipo de servicio desea recibir.

9.3.3 Otros costos de fabricación. Con respecto a otros costos de fabricación en los que se incurren al prestar el servicio en la Secretaria Virtual, se encuentran los siguientes que en una proporción del 40% tienen que ver con la administración de la organización en general, es decir, las actividades que no competen directamente a los servicios administrativos virtuales que se presta. Y por otro lado un 60% se direccionarían como otros costos de fabricación, del servicio prestado a los clientes de secretaria virtual, por servir de alguna manera a que el servicio sea confiable a los usuarios.

Estos porcentajes se establecieron bajo el criterio personal teniendo en cuenta los servicios que se prestan y las demás actividades que realizaría la empresa al constituirse legalmente.

Cuadro 39. Otros costos de fabricación mes

OTROS COSTOS DE FABRICACIÓN MES	
	VALOR TOTAL
ADMINISTRACION	$ 2,512,798
SERVICIOS DE MONITOREO	$ 540,000
POLIZA DE SEGURO	$ 125,000
TOTAL	**$ 3,177,798**

Fuente: Diseño propio

10. ANALISIS ADMINISTRATIVO

10.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

La Secretaria Virtual, es una organización que entra a incursionar en un sector valorado con un alto grado de importancia para la economía como es el sector de los servicios, que entrega oportunidades de desarrollo y mejora en la calidad de vida de las personas asegurando bienestar y crecimiento de la región y el país.

Este sector comprende servicios como la salud, comercio, transportes, finanzas, turismo, ocio, cultura, comunicaciones dentro de los cuales igualmente se encuentra clasificado el servicio que se presta con las Tecnologías de Información y Comunicaciones.

Las tecnologías de información y comunicación están relacionadas con servicios y soluciones que permiten gestionar información para enviarla de un lugar a otro, almacenar y recuperar información, procesarla calculando resultados y elaborando informes, además de servicios como internet, comunicación celular de última generación, televisión digital, reproductor de videos, etc., lo que permite tener una comunicación permanente y acceso inmediato a información mundial.

En este sentido la Secretaria Virtual, se apropia de este servicio con el fin de transformar los problemas de las empresas mipymes y los emprendedores en soluciones, a través de los beneficios que ofrecen las TIC's estableciendo una comunicación oportuna, atendiendo las necesidades administrativas y operativas propias de la labor secretarial, brindándoles además a los emprendedores la oportunidad de crecer y desarrollarse conforme a las exigencias de un mercado cada vez más globalizado y con necesidades especificas de trasmitir información eficiente y oportunamente para tener más cobertura y hacerse más competitivo frente a las necesidades cambiantes de su entorno.

Esta organización, busca proporcionar servicios de calidad, que no solo garantice a sus demandantes un eficiente manejo de la información valiosa para su negocio, sino también procesos administrativos organizados, reducción de costos administrativos, locativos y de personal, aportando al crecimiento y desarrollo de nuevas empresas.

10.1.1 Misión, visión, valores

10.1.1.1 Misión. La Secretaria Virtual, tiene como misión prestar servicios administrativos a empresarios independientes, a través de procesos organizacionales y tecnológicos que le permitan obtener un servicio de eficacia, con soluciones integrales, prácticas y efectivas que garanticen reducción de costos, eficiencia en tiempos y espacios y competitividad frente al mercado, contribuyendo a la creación de empresas que generaran desarrollo económico en la región.

10.1.1.2 Visión. La Secretaria Virtual, como una importante organización para la prestación de servicios administrativos virtuales en la región, apoyándose en las tecnologías de información y comunicación, aspira posicionarse en el año 2015 como la organización líder en la región en la prestación de servicios administrativos virtuales innovadores, eficientes y competitivos, que le permitan proyectarse a nivel nacional en la prestación del servicio a otros emprendedores.

10.1.1.3 Valores. La Secretaria Virtual es una organización que proyecta a quienes la integran desarrollo y fortalecimiento de sus relaciones sociales e institucionales.

En este sentido la Secretaria Virtual, ha seleccionado una serie de valores que fortalecerán su organización transmitiendo calidad humana y pertenencia a sus diferentes grupos de interés. Estos valores son:

- Responsabilidad: En el desarrollo efectivo de las tareas asignadas y asumiendo y aceptando las consecuencias de los actos.

- Equidad: Para que los servicios estén enmarcados en la normatividad vigente reconociendo los derechos, deberes y necesidades individuales de cada uno de los grupos de interés.

- Eficiencia y proactividad: Para obtener excelencia en el logro de objetivos, se requiere calidad, esfuerzo, empeño a partir de un trabajo diario basado en la excelencia y la responsabilidad.

10.1.2 Modelo de negocio. La Secretaria Virtual, cubrirá las necesidades especificas de los emprendedores (profesionales independientes) que han establecido empresa y requieren soporte en labores administrativas a bajos costos.

Este servicio virtual permitirá a los profesionales independientes tener un recurso adicional que facilite el desarrollo de su negocio con un paquete de servicios que atienda las necesidades administrativas, locativas y de informática necesarias para el exitoso funcionamiento de su organización, ahorrando costos y reduciendo tiempos. Diferenciándose de la competencia por tener un producto que abarca no solo el alquiler de espacios y atenciones básicas, sino un completo paquete de labores secretariales que le den al cliente la seguridad de tener cubiertas las necesidades diarias de su negocios.

La Secretaria Virtual, personalizará cada necesidad de sus clientes, consiguiendo fidelidad y posicionamiento de los servicios que presta en la ciudad teniendo en cuenta que dedicará su atención al mercado conformado por los profesionales emprendedores, convirtiéndose en una solución permanente y a bajo costo que facilite el buen funcionamiento de sus empresas.

La Secretaria Virtual, podemos decir que es una empresa creada para suplir una necesidad de servicio contará con el personal capacitado y entrenado para labores de oficina, con destacados conocimientos en manejo de información virtual, se constituirá con recursos propios, pero también buscará una apalancamiento financiero con el fin de poder implementar una amplia gama de atención en relación con las TIC, lo que atraerá la atención de sus clientes y a su vez beneficios económicos para la organización.

10.1.3 Matriz DOFA

Cuadro 40. Matriz DOFA

DOFA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	O1. Sector de los servicios en un importante reglón de la economía	A1. La competencia puede copiar rápidamente nuestros servicios
	O2. Servicio poco utilizado en el país	A2. Rápido cambio de las tecnologías
	O3. Implementación de nuevas tecnologías en los diferentes procesos	A3. Desconocimiento del valor agregado del servicio
	O4.Tratados de libre comercio con otros países	A4. Variación de las tasas de interés con relación al año 2010 tendientes al alza.
	O5 Apoyo jurídico con leyes para el fomento de las mipymes y creación de empresas	A5. Diferencias culturales relacionadas con la etnia y geografía del país.
	O6. Situación laboral en Colombia relacionada con el empleo y el desempleo.	
	O7.Creciente población con uso frecuente de tecnología	
DEBILIDADES	**ESTRATEGIAS DO**	**ESTRATEGIAS DA**
D1. Falta de una sede propia D2. No existe una base de datos con la información de los profesionales	D2.D3.O1. Crear una base de datos que con la información requerida de cada usuario aprovechando que el servicio es nuevo en el sector	D3. A2. Crear una cronograma de capacitaciones constantes para el personal sobre las bondades del software
D3. Poca experiencia en el software utilizado	D3.O3.O5 Aprovechar el creciente uso de las tecnologías y el manejo de los computadores para que cada vez sean más las personas que se familiaricen con el software	D2.A3. Realizar una campaña publicitaria de alto impacto que nos permite en el corto plazo obtener una base de datos completa sobre los profesionales de la ciudad de Cali y así dar a conocer a estos nuestros servicios.

Cuadro 40. (Continuación) Matriz DOFA

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
D4.Limitados recursos financieros	D4.O1 Aprovechar las ventajas del sector con el fin de establecer una posición estratégica en el mercado que le permita a la empresa mejorar sus ingresos	D4.A.4 Establecer con entidades financieras prestamos y pactar convenios de pago con tasas favorables
FORTALEZAS	**ESTRATEGIAS FO**	**ESTRATEGIAS FA**
F1. Poseemos mano de obra calificada para el desarrollo de las actividades	F2.O2.O6 Aprovechar el mercado creciente y aún no explotado generando mas oportunidades de empleo	F3.A2. Estar a la vanguardia en materia de actualización tecnológica
F2. Combinación de un servicio ya existente como la secretaria virtual con la asesoría contable	F3.O3.O7 Establecer un nicho de mercado joven que son los que más utilizan las herramientas tecnológicas	F3.A3.A5 Difundir los servicios utilizando los medios electrónico y páginas sociales más usados en el momento
F3.Facil acceso a equipos y tecnologías de avanzada		

Fuente: Diseño propio

Al revisar matriz de análisis DOFA (FODA), se puede evidenciar que las oportunidades y fortalezas muestran que es una idea de negocio realizable, pues está en un sector del país que ocupa un importante reglón de la economía en desarrollo, lo que facilita la oportunidad de crecer como idea de negocio con el apoyo que da el gobierno a través de sus políticas y leyes que favorecen la creación de empresas mipyme, brindando además la oportunidad de satisfacer las necesidades no cubiertas de la población que demandan cada vez mas servicios de calidad, apoyados en las tecnologías de información y comunicación. Por otra parte permite que otros emprendedores mipyme estén dispuestos a generar valor a sus empresas a partir de esta propuesta innovadora en prestación de servicios administrativos virtuales generando que más personas tengan acceso a las tecnologías de comunicación e información aportando desarrollo y calidad de vida.

En cuanto a las debilidades y amenazas encontramos aspectos relevantes como la competencia, sin embargo, el que sea una única empresa la que esté a cargo de todo el mercado de la ciudad, da la posibilidad de convertir esta amenaza en una oportunidad, pues el mercado potencial esta sin atender, por lo tanto, es importante ofrecer una alternativa de servicio que cubra la otra parte del mercado.

En cuanto a las debilidades que pueden amenazar el fortalecimiento de la idea, se evidencia que los recursos económicos es uno de los aspectos más importantes, sin embargo, existen diversas maneras de poder acceder a una oportunidad financiera para apalancar la creación de la empresa por lo tanto, se considera una situación que puede ser y debe serlo en el menor plazo, con el fin de garantizar la constitución de la empresa de manera solida y confiable a sus clientes. Sin embargo, un aspecto sobre el cual se debe estar muy atento es el de las tasas de interés, pues están de acuerdo al análisis de entornos tienen tendencia de incrementar con respecto al año anterior, por lo tanto, si es una situación constante afectaría el flujo de caja de la empresa. La recomendación es establecer acuerdos de pago con las entidades financieras a largo plazo con el fin de que se establezcan cuotas fijas con intereses igualmente manejables.

Finalmente los demás aspectos de debilidad y amenaza se consideran factibles de reducir a corto plazo, indicando que se pueden convertir en una oportunidad para fortalecer la idea de negocio e implementar un servicio competitivo en el mercado, apoyándose en el desarrollo tecnológico y en un proceso de mercadeo exhaustivo a partir de las estrategias de promoción y publicidad que permitan impactar, en un corto plazo, altamente el mercado meta y alcanzar el posicionamiento esperado.

Por esta razón es de suma importancia que la organización se encuentre alerta a los diferentes cambios tecnológicos y así mismo su personal sea capacitado oportunamente con el fin de responder a la demanda con un servicio acorde a las necesidades actuales y de calidad.

10.1.4 Estrategia de asociatividad. Para la Secretaria Virtual, es muy importante poder establecer redes que le permitan expandir su propuesta de negocio a otros clientes, cuyo propósito final será el de lograr reconocimiento y posicionamiento a nivel regional de los servicios, logrando capturar un mercado desatendido por la falta de competidores.

En este sentido, es posible establecer una estrategia de asociatividad, que le permita ampliar su mercado y a la vez crear redes que conduzcan a ofrecer un servicio de calidad y oportuno a sus clientes actuales y potenciales.

En primer lugar la estrategia estaría enfocada a realizar convenios con Universidades que permitan ofrecer a profesionales – emprendedores los servicios virtuales de la empresa, con el fin de capturar los clientes desde el momento inicial en que el conciben su idea de negocio y de esta manera aportar valor a su modelo innovador de emprendimiento. A partir de este contacto,

fortalecer la red de emprendedores egresados, con miras a encontrar clientes potenciales.

Igualmente hacer contacto con asociaciones de egresados, áreas de emprendimiento en instituciones universitarias y tecnológicas, semilleros empresariales, redes locales y nacionales de empresarios y demás asociaciones y agremiaciones de profesionales emprendedores con el fin capturar clientes potenciales interesados en el servicio de Secretaria Virtual.

Por otra parte es sumamente importante hacer contacto con hoteles, agencias de viaje y operadores logísticos, tanto fuera como dentro de la ciudad, esto principalmente para tener una amplia oferta de servicios para los clientes, además de convertirse en una plataforma para presentar la empresa a futuros clientes.

Será necesario también agremiarse con las redes de profesionales que manejen los servicios tecnológicos con el fin de poder tener acceso a información actualizada sobre equipos de alta tecnología, software y solución de problemas que puedan afectar el normal funcionamiento de la empresa. Esta estrategia estaría direccionada principalmente a buscar el soporte de Parquesoft, que ofrece soluciones integrales.

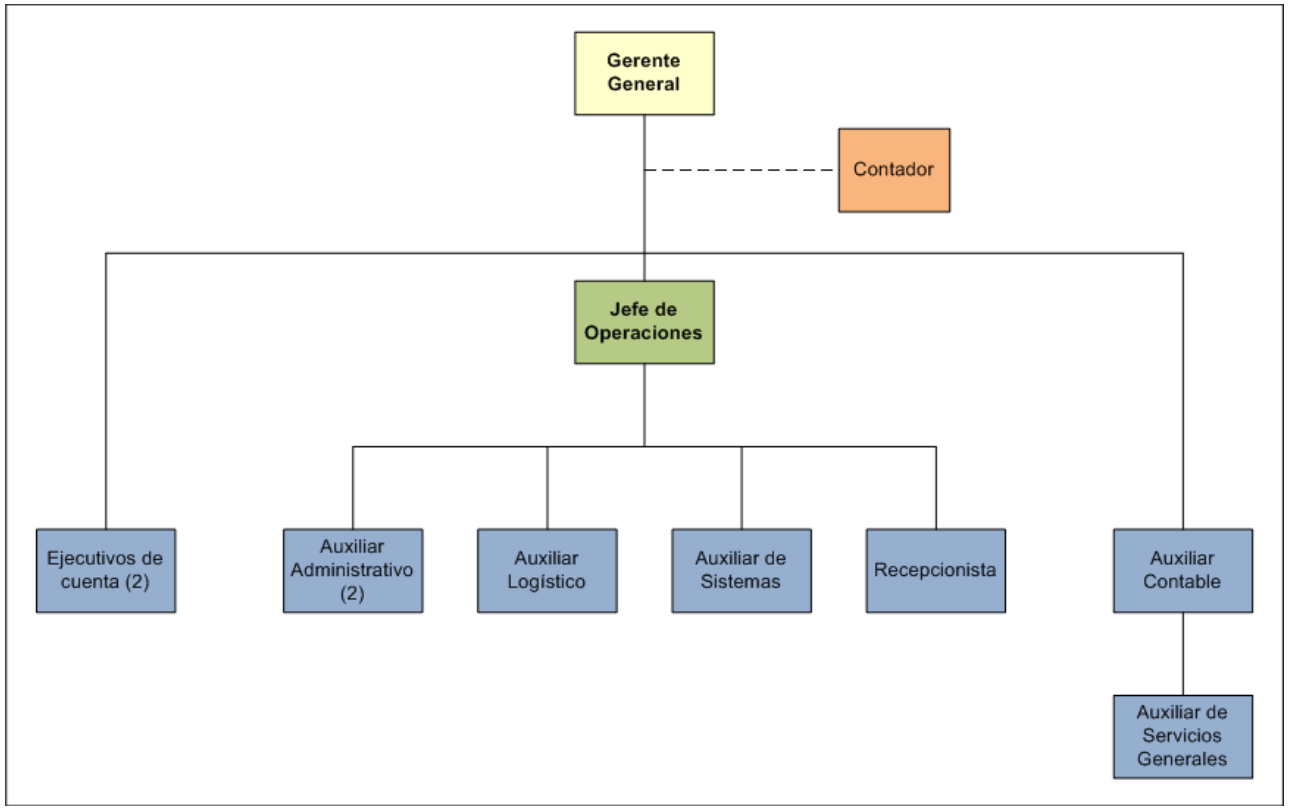
Finalmente puede considerarse establecer contacto con las empresas similares de servicios virtuales del país con el fin de establecer una red que pueda atender necesidades complementarias, que en cualquiera de los casos estén desatendidas, de esta manera se puede fortalecer la propuesta de valor de cada empresa y el beneficio será mutuo.

Con estas estrategias a corto y mediano plazo se busca que la Secretaria Virtual, pueda posicionarse en la ciudad y ofrecer servicios en la región buscando abarcar el mercado meta.

10.2 ESTRUCTURA

10.2.1 Organigrama.

Figura 25. Organigrama



Fuente: Diseño propio

10.2.2 Manual de Funciones.

Gerente General

Perfil del cargo

Educación
Exigible ser profesional en Administración de Empresas o Ingeniería Industrial con especialización en Marketing Estratégico.

Experiencia
Exigible tres años de experiencia en manejo de personal, conocimientos en el área contable y mercadeo.

Habilidad mental r iniciativa
El cargo exige alta capacidad de concentración mental, alta memoria inmediata y remota y brindar soluciones efectivas a los problemas.

Responsabilidad por supervisión
Responde por la supervisión directa del trabajo del Jefe de Operaciones e indirecta de todo el staff.

Responsabilidad por elementos
Terminal del computador y elementos de oficina.

Condiciones ambientales y riesgos del cargo
El trabajo se desarrolla bajo condiciones normales de oficina.

Funciones.

- Velar porque los procesos funcionen correctamente es decir que se realicen todas las labores a cabalidad para que los clientes se sienta satisfecho con el servicio.

- Determinar el Recurso Humano para suplir los diferentes cargos de la empresa.

- Revisar y aprobar los estados financieros que presenta el contador.

- Establecer los recursos financieros necesarios para que la empresa lleve a cabo sus operaciones, con el fin de asegurar equilibrio en la productividad de sus negocios.

- Mantener contacto permanente con las entidades financieras para el buen manejo de los recursos.

- Dirigir y diseñar propuestas que permitan tener mayor acogida en el mercado.

- Implementar programas y acciones estratégicas tendientes a aumentar la productividad.

- Autorización de desembolsos por compras y gastos.

Jefe de operaciones

Educación
Exigible ser profesional en Administración de Empresas, o Ingeniería Industrial.

Experiencia
Exigible dos años de experiencia en manejo de personal, logística y servicio al cliente.

Habilidad mental e iniciativa
El cargo exige alta capacidad de concentración mental y la solución de problemas del área administrativa y logística, manejo de personal y liderazgo.

Responsabilidad por supervisión
Responde por la Supervisión directa del trabajo de las Auxiliares Administrativas, el Auxiliar logístico, el Auxiliar de Sistemas y la Recepcionista.

Responsabilidad por elementos, materiales y valores.
Tiene a su cargo terminal de computador y elementos de oficina.

Condiciones ambientales y riesgos del cargo
El trabajo se desarrolla bajo condiciones normales de oficina.

Funciones.

- Supervisar las actividades del auxiliar de logística, las auxiliares administrativas, el auxiliar de sistemas y la recepcionista.
- Promover la utilización racional de los recursos disponibles.
- Realizar seguimiento continuo y permanente a los principales rubros de ingresos y Gastos más representativos y de gran incidencia del área.
- Revisar los informes mensuales presentado por las auxiliares administrativas sobre el funcionamiento de las cuentas de cada cliente.
- Revisar los informes mensuales presentado por los ejecutivos de cuenta sobre los nuevos clientes.
- Supervisar las ventas de los ejecutivos de cuenta.

Auxiliar contable

Perfil del cargo.

Educación
Exigible ser Tecnólogo en Contaduría Pública.

Experiencia
Experiencia en el área contable y liquidación de impuestos nacionales y distritales y liquidación de nómina.

Habilidad mental e iniciativa
El cargo exige alta capacidad de concentración mental, alta memoria y resolución de problemas operativos del área.

Responsabilidad por supervisión
Supervisar el trabajo de la Auxiliar de servicios generales.

Responsabilidad por elementos
Terminal del computado, elementos de oficina, caja fuerte y chequera.

Condiciones ambientales
El trabajo se desarrolla bajo condiciones normales de oficina.

Funciones.

- Ingresar toda la información contable al sistema (Recibos de Caja, Comprobantes de Egreso, Notas de Contabilidad, Facturas de Venta, etc.).
- Realizar los ajustes y reclasificaciones necesarias al cierre de cada mes y al cierre contable anual.
- Programar y realizar el pago a proveedores.
- Realizar y pagar la nómina quincenalmente.
- Realizar provisión de prestaciones.
- Realizar todos los pagos de impuestos (ICA. Retefuente e IVA).
- Realizar el Pago de parafiscales.
- Realizar y presentar anualmente la Declaración de Renta.
- Entregar la información en medios magnéticos a la DIAN.
- Mantener actualizados los libros oficiales.
- Atender las solicitudes de los organismos de Vigilancia.
- Aprobar y realizar los reembolsos de Caja Menor

Ejecutivo de cuenta

Perfil del cargo.

Educación
Exigible ser Tecnólogo en Mercadeo y que tenga experiencia en servicio al cliente.

Experiencia
Exigible 2 años en puestos relacionados con la venta de servicios, recepción de llamadas y atención al cliente.

Habilidad mental e iniciativa
El cargo exige alta disponibilidad y agilidad en la atención a los clientes.

Responsabilidad por elementos y materiales.
Tiene a su cargo terminal de computador, material POP, brouchures, volantes, pendones y elementos de oficina.

Condiciones ambientales
El trabajo se desarrolla bajo condiciones normales de oficina.

Funciones.

- Contactar nuevos clientes.
- Brindar a los posibles o nuevos clientes toda la información de los servicios que presta la secretaria virtual.
- Reunir toda la información necesaria del cliente.
- Realizar un informe mensual presentado al Jefe de Operaciones acerca de los nuevos clientes conquistados.
- Brindar una excelente atención y servicio a los actuales clientes y consolidar la relación comercial.

Auxiliar sistemas

Perfil del cargo

Educación
Exigible ser Tecnólogo en Sistemas.

Experiencia
Experiencia en el área informática, mantenimiento correctivo y preventivo de computadores.

Habilidad mental e iniciativa
El cargo exige media capacidad de concentración mental y resolución de problemas operativos del área.

Responsabilidad por elementos
Terminal del computador, herramienta para mantenimiento, cd de instalación de los equipos y software y elementos de oficina.

Condiciones ambientales
El trabajo se desarrolla bajo condiciones normales de oficina.

Funciones.

- Instalación y configuración de todos los equipos de la empresa.
- Servicio al cliente interno: soporte técnico.
- Realizar copias de seguridad del sistema.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos de computo de la empresa.
- Realizar capacitación a los usuarios nuevos acerca del sistema.
- Realizar las actualizaciones del Software pertinentes.

Auxiliar administrativa 1

Perfil del cargo

Educación
Exigible ser Tecnóloga en Administración preferiblemente que tenga estudios de servicio al cliente.

Experiencia
Exigible 2 años en puestos relacionados con secretariado, recepción de llamadas, archivo, manejo de agenda y atención al cliente.

Habilidad mental e iniciativa
El cargo exige alta disponibilidad y agilidad en atención al público, reserva y confidencialidad de la información, además de la solución operativa de problemas que se presenten en el área.

Responsabilidad por elementos, materiales y valores.
Tiene a su cargo terminal de computador y elementos de oficina, responde por el manejo de archivos de los clientes.

Condiciones ambientales y riesgo del cargo
El trabajo se desarrolla bajo condiciones normales de oficina e implica los riesgos propios de manejar y custodiar valores.

Funciones.

- Programar las citas en la agenda de los clientes.
- Realizar el cronograma de las actividades de los clientes.
- Confirmar citas de los clientes.
- Actualizar constantemente la base de datos de los clientes la cual incluye información básica de ellos y sus contactos.
- Llevar y archivar la documentación de los clientes en una base de datos.

Auxiliar administrativa 2

Perfil del cargo

Educación
Exigible ser Tecnóloga en Administración preferiblemente que tenga estudios de servicio al cliente.

Experiencia
Exigible 2 años en puestos relacionados con secretariado, recepción de llamadas, archivo, manejo de agenda y atención al cliente.

Habilidad mental e iniciativa
El cargo exige alta disponibilidad y agilidad en atención al público, reserva y confidencialidad de la información, además de la solución operativa de problemas que se presenten en el área.

Responsabilidad por elementos, materiales y valores.
Tiene a su cargo terminal de computador y elementos de oficina.

Condiciones ambientales y riesgo del cargo
El trabajo se desarrolla bajo condiciones normales de oficina e implica los riesgos propios de manejar y custodiar valores.

Funciones.

- Realizar la reserva de tiquetes y hoteles de los clientes.
- Realizar la reserva de salones, clubes, etc. para la realización de las charlas y/o conferencias.
- Realizar la reserva de video beam, sonido de conferencia, etc.
- Realizar el pedido de papeleria y suministros de la empresa.

Auxiliar logístico

Perfil del cargo

Educación
Exigible ser Tecnólogo en Administración de Empresas o Ingeniería Industrial.

Experiencia
Exigible dos años de experiencia coordinación de eventos, logística y servicio al cliente.

Habilidad mental e iniciativa
Es muy importante el buen trato al público, la discreción y confidencialidad de la información tanto interna como externa de la empresa.

Responsabilidad por elementos, materiales y valores
Tiene a su cargo celular y moto.

Condiciones ambientales y riesgos del cargo
El trabajo se desarrolla bajo condiciones normales de oficina e implica los riesgos propios de manejar y custodiar información confidencial de cada uno de nuestros clientes.

Funciones.

- Conseguir el material necesario para las conferencias y reuniones de los clientes.
- Organizar de manera física los eventos, conferencias o reuniones de los clientes suministrando el material necesario que estos requieran para llevar a cabo su labor.
- Revisar que los equipos audiovisuales estén disponibles para la fecha de las reuniones o conferencias.
- Instalar los equipos audiovisuales necesarios para las reuniones.

- Entregar el material didáctico para las conferencias a los asistentes.
- Realizar todas las actividades diarias programadas: Consignaciones, cobro de cheques, sacar fotocopias, solicitar autorizaciones.
- Llevar la documentación a los proveedores y/o clientes a los lugares indicados.
- Responder por el dinero, cheques, libros y equipos que le sean entregados para el ejercicio de sus labores.

Recepcionista

Perfil del cargo

Educación
Exigible ser Técnico en Administración de Empresas o Secretariado Ejecutivo.

Experiencia
Exigible dos años de experiencia secretaria ejecutiva, recepción y servicio al cliente.

Habilidad mental e iniciativa
Es muy importante el buen trato al público, la discreción y confidencialidad de la información tanto interna como externa de la empresa.

Responsabilidad por elementos, materiales y valores
Terminal del computado, elementos de oficina y caja menor.

Condiciones ambientales y riesgos del cargo
El trabajo se desarrolla bajo condiciones normales de oficina e implica los riesgos propios de manejar y custodiar información confidencial de cada uno de nuestros clientes.

Funciones.

- Recibir toda la documentación de proveedores y clientes.
- Recibir las llamadas y direccionarlas a las diferentes áreas de la empresa.
- Realizar los ingresos y retiros de EPS, ARP y FSP de todos los empleados.
- Manejo de la Caja Menor.
- Realizar el cobro de la cartera vencida.
- Realizar un informe mensual de la cartera vencida para presentar al Contador.
- Programar la ruta o diligencias del mensajero.
- Realizar el archivo de la información de los clientes.

Auxiliar de servicios varios

Perfil del cargo

Educación
Exigible ser bachiller.

Experiencia
Exigible dos años en cargos afines.

Habilidad mental e iniciativa
Es muy importante el carisma y excelente trato al público, la calidad humana, la empatía, discreción y confidencialidad de la información interna manejada.

Responsabilidad por supervisión
Responder por la supervisión directa del mismo cargo.

Responsabilidad por elementos, materiales y valores

Tiene a su cargo todos los implementos de cafetería y aseo de la oficina

Funciones.

- Realizar el aseo diario de la oficina.
- Responsable del cuidado de las plantas y enseres de la oficina.
- Atención a clientes y/o visitantes (café agua, etc).

10.3 ASPECTOS LEGALES

10.3.1 Constitución legal de la empresa. Para la entrada en funcionamiento de la Secretaria Virtual se constituirá una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S)[17] que según legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.
Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

[17] CCC, Cámara de Comercio de Cali. [en línea]. [citado 29 de diciembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/seleccione-el-tipo-de-sociedad-a-constituir/sociedad-por-acciones-simplificada/>

Requisitos para constituir una S.A.S.:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

La Secretaria Virtual SAS estará conformada por dos socias Yamileth Rincón con un porcentaje de 50% de las acciones y Magnolia Sinisterra 50% de las acciones, el aporte de capital por pate de las socias será:

Cuadro 41. Accionista y aporte

ACCIONISTA Y APORTE			
IDENTIFICACION	**ACCIONISTA**	**%**	**APORTE**
29.123.092	YAMILETH RINCON ORDOÑEZ	50%	7.500.000
38.473.504	MAGNOLIA SINISTERRA RIASCOS	50%	7.500.000
	TOTAL	**100%**	**15.000.000**

Fuente: Diseño propio

10.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

10.4.1 Gastos de personal

Cuadro 42. Nomina para pago de sueldos

SECRETARIA VIRTUAL.COM
NIT. 222.222.222 - 2

NOMINA PARA PAGO DE SUELDOS

PERIODO: DEL 1 AL 30 DE ENERO DE 2012

APELLIDOS Y NOMBRE DEL EMPLEADO	CÉDULA DE CIUDADANÍA	SUELDO BASICO	DÍAS LABORADOS	DEVENGADO			DEDUCCIONES				NETO PAGADO	FIRMA DEL EMPLEADO
				BASICO	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	PENSION	SALUD	OTRAS	TOTAL DEDUCCIONES		
GERENTE GENERAL	94.493.729	$ 1.500.000	30	$ 1.500.000	$ -	$ 1.500.000	$ 60.000	$ 60.000		$ 120.000	$ 1.380.000	
JEFE DE OPERACIONES	16.931.889	$ 1.000.000	30	$ 1.000.000	$ 67.800	$ 1.067.800	$ 40.000	$ 40.000		$ 80.000	$ 987.800	
AUXILIAR DE SISTEMAS	31.734.079	$ 800.000	30	$ 800.000	$ 67.800	$ 867.800	$ 32.000	$ 32.000		$ 64.000	$ 803.800	
AUXILIAR ADMINISTRATIVA 1	38.473.505	$ 600.000	30	$ 600.000	$ 67.800	$ 667.800	$ 24.000	$ 24.000		$ 48.000	$ 619.800	
AUXILIAR ADMINISTRATIVA 2	1.112.461.740	$ 600.000	30	$ 600.000	$ 67.800	$ 667.800	$ 24.000	$ 24.000		$ 48.000	$ 619.800	
AUXILIAR LOGISTICO	94.043.798	$ 600.000	30	$ 600.000	$ 67.800	$ 667.800	$ 24.000	$ 24.000		$ 48.000	$ 619.800	
RECEPCIONISTA	58.906.234	$ 566.700	30	$ 566.700	$ 67.800	$ 634.500	$ 22.668	$ 22.668		$ 45.336	$ 589.164	
EJECUTIVO DE CTA 1	4.752.752	$ 700.000	30	$ 700.000	$ 67.800	$ 767.800	$ 28.000	$ 28.000		$ 56.000	$ 711.800	
EJECUTIVO DE CTA 2	66.915.952	$ 700.000	30	$ 700.000	$ 67.800	$ 767.800	$ 28.000	$ 28.000		$ 56.000	$ 711.800	
AUXILIAR CONTABLE	94.449.584	$ 600.000	30	$ 600.000	$ 67.800	$ 667.800	$ 24.000	$ 24.000		$ 48.000	$ 619.800	
AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS	16.602.790	$ 566.700	30	$ 566.700	$ 67.800	$ 634.500	$ 22.668	$ 22.668		$ 45.336	$ 589.164	
TOTAL		$ 8.233.400		$ 8.233.400	$ 678.000	$ 8.911.400	$ 329.336	$ 329.336	$ -	$ 658.672	**$ 8.252.728**	

Fuente: Diseño propio

Cuadro 43. Causación aportes mensual y parafiscales

SECRETARIA VIRTUAL.COM									
NIT. 222.222.222 - 2									
CAUSACION APORTES MENSUAL Y PARAFISCALES									
APELLIDOS Y NOMBRE DEL EMPLEADO	CÉDULA DE CIUDADANÍA	DEVENGADO	EPS	FSP	ARP		SENA	ICBF	CAJA DE COMPENSACI
		(-) AUX TRANS	NIT	NIT	NIVEL	VALOR			
GERENTE GENERAL	94.493.729	$ 1.500.000	187.500	240.000	I	7.830	30.000	45.000	60.000
JEFE DE OPERACIONES	16.931.889	$ 1.000.000	125.000	160.000	I	5.220	20.000	30.000	40.000
AUXILIAR DE SISTEMAS	31.734.079	$ 800.000	100.000	128.000	I	4.176	16.000	24.000	32.000
AUXILIAR ADMINISTRATIVA 1	38.473.505	$ 600.000	75.000	96.000	I	3.132	12.000	18.000	24.000
AUXILIAR ADMINISTRATIVA 2	1.112.461.740	$ 600.000	75.000	96.000	I	3.132	12.000	18.000	24.000
AUXILIAR LOGISTICO	94.043.798	$ 600.000	75.000	96.000	I	3.132	12.000	18.000	24.000
RECEPCIONISTA	58.906.234	$ 566.700	70.838	90.672	I	2.958	11.334	17.001	22.668
EJECUTIVO DE CTA 1	4.752.752	$ 700.000	87.500	112.000	II	7.308	14.000	21.000	28.000
EJECUTIVO DE CTA 2	66.915.952	$ 700.000	87.500	112.000	II	7.308	14.000	21.000	28.000
AUXILIAR CONTABLE	94.449.584	$ 600.000	75.000	96.000	I	3.132	12.000	18.000	24.000
AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS	16.602.790	$ 566.700	70.838	90.672	II	5.916	11.334	17.001	22.668
TOTAL		**8.233.400**	**1.029.175**	**1.317.344**		**53.245**	**164.668**	**247.002**	**329.336**

Fuente: Diseño propio

Cuadro 44. Provisión prestaciones sociales mensual

SECRETARIA VIRTUAL.COM						
NIT. 222.222.222 - 2						
PROVISION PRESTACIONES SOCIALES MENSUAL						
APELLIDOS Y NOMBRE DEL EMPLEADO	CÉDULA DE CIUDADANÍA	TOTAL DEVENGADO	CESANTIAS	INTERESES CESANTIAS	PRIMA	VACACIONES
GERENTE GENERAL	94.493.729	$ 1.500.000	124.950	15.000	124.950	62.550
CONTADOR	16.931.889	$ 1.000.000	83.300	10.000	83.300	41.700
AUXILIAR DE SISTEMAS	31.734.079	$ 800.000	66.640	8.000	66.640	33.360
AUXILIAR ADMINISTRATIVA 1	38.473.505	$ 600.000	49.980	6.000	49.980	25.020
AUXILIAR ADMINISTRATIVA 2	1.112.461.740	$ 600.000	49.980	6.000	49.980	25.020
AUXILIAR LOGISTICO	94.043.798	$ 600.000	49.980	6.000	49.980	25.020
RECEPCIONISTA	58.906.234	$ 566.700	47.206	5.667	47.206	23.631
EJECUTIVO DE CTA 1	4.752.752	$ 700.000	58.310	7.000	58.310	29.190
EJECUTIVO DE CTA 2	66.915.952	$ 700.000	58.310	7.000	58.310	29.190
MENSAJERO	94.449.584	$ 600.000	49.980	6.000	49.980	25.020
AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS	16.602.790	$ 566.700	47.206	5.667	47.206	23.631
TOTAL		**8.233.400**	**685.842**	**82.334**	**685.842**	**343.333**

Fuente: Diseño propio

10.4.2 Gastos de constitución

Cuadro 45. Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	VALOR
DERECHOS DE MATRICULA ANTE LA CCC	225.000
FORMULARIOS	3.700
DMTO PRIVADO DE CONSTITUCIÓN (ESTATUTOS)	400.000
GASTOS ANUALES DE ADMON	**628.700**

Fuente: Diseño propio

10.4.3 Gastos anuales de administración

Cuadro 46. Gastos anuales de administración

GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACION

CONCEPTO	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SALARIOS	8.252.728	99.032.736	99.032.736	99.032.736
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	2.346.519	28.158.228	28.158.228	28.158.228
PRESTACIONES SOCIALES	1.797.351	21.568.215	21.568.215	21.568.215
PARAFISCALES	794.251	9.531.006	9.531.006	9.531.006
TOTAL AÑO		**158.290.185**	**158.290.185**	**158.290.185**

Fuente: Diseño propio

11. ANÁLISIS FINANCIERO

11.1 COSTOS

11.1.1 Costos de producción

Cuadro 47. Costos de producción

	Año 1	Año 2	Año 3
ITEMS / MES	2012	2013	2014
PRODUCCION	**$ 210.216.149**	**$ 220.128.869**	**$ 230.514.354**
Recurso Humano	$ 99.032.736	$ 103.984.373	$ 109.183.591
Prestaciones Sociales	$ 44.564.731	$ 46.792.968	$ 49.132.616
Aportes Patronales	$ 8.912.946	$ 9.358.594	$ 9.826.523
Serv. Públicos agua + luz + Telef	$ 13.200.000	$ 13.728.000	$ 14.277.120
Arriendo	$ 36.000.000	$ 37.440.000	$ 38.937.600
Deprec. Maquinaria y Equipo	$ 525.735	$ 525.735	$ 525.735
Mantemimiento + Seguro + Alarma	$ 7.980.000	$ 8.299.200	$ 8.631.168

Fuente: Diseño propio

11.1.2 Costos de administración

Cuadro 48. Costos de administración

	Año 1	Año 2	Año 3
ITEMS / MES	2012	2013	2014
ADMINISTRACION	**$ 157.476.753**	**$ 163.368.003**	**$ 159.321.381**
Gerente	$ 18.000.000	$ 18.720.000	$ 19.468.800
Secretaria (s) / Asistente	$ 6.800.400	$ 7.072.416	$ 7.355.313
Otros sueldos	$ 57.200.400	$ 59.488.416	$ 61.867.953
Prestaciones Sociales	$ 36.900.360	$ 38.376.374	$ 39.911.429
Aportes Patronales	$ 7.380.072	$ 7.675.275	$ 7.982.286
Gastos de Oficinas (papel,util.)	$ 6.000.000	$ 6.240.000	$ 6.489.600
Deprec. Mubles y Enseres	$ 3.016.000	$ 3.016.000	$ 3.016.000
Deprec. Computadores	$ 10.179.521	$ 10.179.521	$ 0
Asesoría Contable	$ 12.000.000	$ 12.600.000	$ 13.230.000

Fuente: Diseño propio

11.1.3 Costos de ventas

Cuadro 49. Costos de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
ITEMS / MES	**2012**	**2013**	**2014**
VENTAS	**$ 25.738.440**	**$ 27.016.962**	**$ 28.359.074**
Sueldo Vendedores	$ 16.800.000	$ 17.640.000	$ 18.522.000
Prestaciones Sociales	$ 3.667.440	$ 3.850.812	$ 4.043.353
Aportes Patronales	$ 4.431.000	$ 4.652.550	$ 4.885.178
Otros Gastos de ventas	$ 840.000	$ 873.600	$ 908.544

Fuente: Diseño propio

11.2 INVERSIÓN INICIAL

11.2.1 Inversión en activos fijos

Cuadro 50. Activos fijos

TIPO DE INVERSIÓN	TOTAL
Maquinaria y Equipo	$ 2.628.676
Muebles y Enseres	$ 15.080.000
Computadores	$ 20.359.043
SUBTOTAL	**$ 38.067.719**

Fuente: Diseño propio

11.2.2 Capital de trabajo

Cuadro 51. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Recursos propios	$ 15.000.000
Crédito	$ 45.000.000
TOTAL	**$ 60.000.000**

Fuente: Diseño propio

11.3 PRESUPUESTOS

11.3.1 Presupuesto de Ingresos

Cuadro 52. Presupuesto de ingresos

			2012	2013	2014
PRODUCTO Y/O SERVICIO	**Precio Unitario**	**Unidades / Valor**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**
PLAN BÁSICO		Unidades	960	1.008	1.079
	$ 400.000	Valor	$ 384.000.000	$ 427.392.000	$ 487.034.554
PLAN PREMIUM		Unidades	384	403	431
	$ 700.000	Valor	$ 268.800.000	$ 299.174.400	$ 340.924.188

Fuente: Diseño propio

11.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Cuadro 53. Balance general

BALANCE GENERAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			0
Caja - Bancos	60.000.000	241.014.443	453.855.766
Cartera	0	21.760.000	24.218.880
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	60.000.000	262.774.443	478.074.646
ACTIVO NO CORRIENTE			
Maquinaria y Equipo	2.628.676	2.628.676	2.628.676
Depreciación Maquinaria y Equipo	0	525.735	1.051.470
Muebles y Enseres	15.080.000	15.080.000	15.080.000
Depreciacion Mueble y Enseres	0	3.016.000	6.032.000
Computadores	20.359.043	20.359.043	20.359.043
Depreciación computadores	0	10.179.521	20.359.043
TOTAL ACTIVOS FIJOS	38.067.719	24.346.462	10.625.206
TOTAL ACTIVOS	98.067.719	287.120.905	488.699.852
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
Proveedores		0	0
Obligaciones Laborales		0	0
Obligaciones Financieras	0	6.500.126	8.423.305

Impuestos por Pagar		81.247.931	101.264.451
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	87.748.056	109.687.756
PASIVO NO CORRIENTE			
Oblig. Financieras	45.000.000	33.483.835	25.060.530
TOTAL PASIVO A L.P.	45.000.000	33.483.835	25.060.530
TOTAL PASIVOS	45.000.000	121.231.891	134.748.286
PATRIMONIO			
Capital	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Utilidad Retenidas		0	150.889.014
Utilidad en Ejercicios		150.889.014	188.062.552
TOTAL PATRIMONIO	15.000.000	165.889.014	353.951.566
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	60.000.000	287.120.905	488.699.852

Fuente: Diseño propio

Cuadro 54. Estado de resultados

CONCEPTO	A Ñ O 1	A Ñ O 2	A Ñ O 3
Ingreso Mercado Nacional	**$ 652.800.000**	**$ 726.566.400**	**$ 827.958.741**
Ingreso Mercado Externo	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**
(-) M. Obra Variable	$ 0	$ 0	$ 0
(-) Mat Prima y Otros Var	$ 0	$ 0	$ 0
(=) M. de Contribucción.	**$ 652.800.000**	**$ 726.566.400**	**$ 827.958.741**
(-) Costo Fijo de Producción	$ 210.216.149	$ 220.128.869	$ 230.514.354
(-) Costo Fijo de Admón	$ 157.476.753	$ 163.368.003	$ 159.321.381
(-) Costo Fijo de Ventas	$ 41.754.340	$ 44.010.798	$ 46.400.321
(-) Costos Fijos Asesorias	$ 0	$ 0	$ 0
(=) UOACF	**$ 243.352.758**	**$ 299.058.730**	**$ 391.722.686**
(-) Intereses	$ 11.215.813	$ 9.731.727	$ 7.808.548
(-) Int otras fuentes	$ 0		
(=) UAI	**$ 232.136.945**	**$ 289.327.003**	**$ 383.914.138**
Impuestos	$ 81.247.931	$ 101.264.451	$ 134.369.948
(=) UODI	**$ 150.889.014**	**$ 188.062.552**	**$ 249.544.190**

Fuente: Diseño propio

11.4.1 Flujo de Caja

Cuadro 55. Flujo de caja

	2011	2012	2013
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SALDO INICIAL DE CAJA		**241.014.443**	**453.855.766**
INGRESOS			
Ventas Mercado **Nacional** Contado	391.680.000	435.939.840	496.775.245
Recuperación de Cartera Nacional	239.360.000	288.167.680	327.803.752
TOTAL INGRESOS	631.040.000	724.107.520	824.578.996
EFECTIVO DISPONIBLE	**631.040.000**	**965.121.963**	**1.278.434.763**
EGRESOS			
COSTOS FIJOS			
Salarios	197.833.536	206.905.205	216.397.657
Aportes	20.724.018	21.686.418	22.693.987
Prestaciones	85.132.531	89.020.154	93.087.398
Restos Fijos	92.035.900	96.174.636	100.515.278
TOTAL EGRESOS	**433.793.704**	**413.786.413**	**432.694.320**
SALDO DE OPERACIÓN	197.246.296	310.321.107	391.884.677
SALDO ACUMULADO SIN FINANCIACION	197.246.296	551.335.550	845.740.443
FINANCIACION REQUERIDA	60.000.000	0	0
Prestamo	45.000.000	0	0
Aporte Socios	15.000.000	0	0
Otras Fuentes	0	0	0
SUBT. SALDO DE CAJA	257.246.296	551.335.550	845.740.443
Interes Financiados	11.215.813	9.731.727	7.808.548
Amortización Prestamos	5.016.040	6.500.126	8.423.305
Intereses Otras Fuentes	0	0	0
Amort Otras Fuentes	0	0	0
IMPUESTOS A PAGAR		81.247.931	101.264.451
TOTAL FLUJO DE CAJA	**241.014.443**	**453.855.766**	**728.244.139**

Fuente: Diseño propio

11.5 FUENTES DE FINANCIACIÓN

Las fuentes de financiación de la Secretaria Virtual serán en primera instancia recurrir a la presentación del proyecto en Fondo Emprender, también se puede conseguir un inversionista ángel o finalmente recurrir a un crédito con una entidad financiera.

12. EVALUACION DEL PROYECTO

12.1 ANÁLISIS DE RIESGOS

Sin importar que tipo de proyecto se esté realizando, si es grande o pequeño, el monto de la inversión, el lugar, lleva consigo algún tipo de riesgo. Cuando hablamos de proyectos empresariales, donde uno de los factores más importantes es la inversión de capital que se realiza, se suele prestar gran importancia a la evaluación de los riegos financieros. Esta evaluación económica del proyecto es abordada más adelante, con la utilización de los indicadores financieros , La Tasa Interna de Retorno y el Valor Presente Neto, que son los parámetros más utilizados hoy en día para medir el riesgo que soporta una inversión o para diagnosticar como va transcurriendo esta.

No todo el riesgo que corre un proyecto es financiero. Existen situaciones externas al proyecto que pueden afectar el desarrollo de esta hasta tal punto de llevar a su cancelación. Con anterioridad se analizaron diversas variables del entorno del proyecto, entre las cuales se encontraba la económica, política, jurídica, etc. para identificar las amenazas.

12.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

El objetivo de la evaluación económica es conocer la conveniencia de seguir adelante con el proyecto. Para ello, se vale de una serie de herramientas como las razones e indicadores financieros para evaluar si los recursos a invertir generan utilidades. La evaluación económica también se apoya en dos parámetros sumamente importantes para conocer la viabilidad de un proyecto: la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN). Estos dos parámetros, más que indicar si el proyecto generara utilidades o no, nos brindan información para conocer si vale la pena invertir tiempo y dinero en un proyecto que generará retornos muy bajo o si es mejor invertir los recursos destinados al proyecto en campos menos riesgosos.
Como se mencionó con anterioridad, existen razones financieras que nos ayudan a conocer la situación actual y prevista del proyecto, basándonos en el balance general y el estado de resultados que se ha proyectado. Las razones e indicadores financieros importantes son:

Razones financieras: "*se define como la relación numérica entre dos cuentas o grupos de cuentas del balance general o del estado de resultados, o la*

combinación de ambos estados financieros, para dar como resultado el cociente o producto absoluto"

Cuadro 56. Razones financieras

LIQUIDEZ		
Capital de trabajo	*Activo corriente*	*Pesos*
Capital neto de trabajo	*Activo corriente – Pasivo corriente*	*Pesos*
Razón Corriente	*Activo corriente / Pasivo corriente*	*Pesos*
Prueba ácida	*(Activo corriente – Inventarios) /Pasivo corriente*	*Pesos*
	(Activo corriente – cartera) / Pasivo corriente	*Pesos*
Solidez	*Activo Total / Pasivo total*	*Pesos*
Estabilidad	*Activo fijo / Pasivo a largo plazo*	*Pesos*
EFICIENCIA		
Rotación de activos	*Ventas / Activo total*	*Veces*
Rotación de cartera	*Ventas a crédito / Promedio cartera*	*Veces*
Período de cobro	*365 / Rotación cartera*	*Días*
Rotación inventarios	*Costo de ventas / Promedio inventario*	*Veces*
Período de existencias	*365 / Rotación inventarios*	*Días*
Rotación proveedores	*Compras / Promedio proveedores*	*Veces*
Período de pagos	*365 / Rotación proveedores*	*Días*
PRODUCTIVIDAD		
Carga financiera	*Gasto financiero / U. operacional*	*Veces*
Carga laboral	*Gasto laboral / U. operacional*	*Veces*
Capitalización empresa	*(Capital + superávit) / Patrimonio*	*Pesos*
EVA	*UODI – Costo de capital*	*Pesos*
EBITDA	*Utilidad anes de intereses, impuestos, depreciaciones, amortizaciones.*	
		Pesos
ENDEUDAMIENTO		
Concentración a corto p.	*Pasivo corriente / Pasivo total*	*Veces*
Cobertura de intereses	*UAII / Intereses*	*Veces*
Autonomía	*Pasivo total / Patrimonio*	*Veces*

Fuente: Diseño propio

Indicadores Financieros: "*es la proporcionalidad que existe entre una cuenta o grupos de cuentas del balance general, del estado de resultados, o en ambos estados financieros, cuyo resultado se muestra en términos porcentuales y se interpreta como la participación dentro del total*".

Cuadro 57. Flujo de caja

INDICADORES FINANCIEROS		
DESEMPEÑO		
Participación en ventas	*Ventas de la empresa / Ventas sector * 100*	*%*
Crecimiento en ventas	*Ventas/ ventas del período anterior – 1*	*%*
Crecimiento en utilidad	*Utilidad / Utilidad período anterior – 1*	*%*
Desa. nuevos productos	*Productos/ Productos período anterior –1*	*%*
Satisfacción de clientes	*Clientes satisfechos / Total clientes * 100*	*%*
Deserción de clientes	*Clientes/ Clientes período anterior – 1*	*%*
EFICACIA		
Margen utilidad	*Utilidad bruta / Ventas netas *100*	*%*
Margen operacional	*Utilidad operacional / Ventas netas *100*	*%*
Rentabilidad en ventas	*Utilidad neta / Ventas netas *100*	*%*
Renta / patrimonio	*Utilidad neta / Patrimonio *100*	*%*
Índice Dupont	*Rentabilidad ventas * rotación activos*	*%*
Rentabilidad en activos	*Utilidad neta / Activo total *100*	*%*
Retorno de la inversión	*Beneficios / Inversión *100*	*%*
PRODUCTIVIDAD		
Eficiencia administrativa	*Gastos administración y ventas /*	
	*Total activos *100*	*%*
EBITDA	*EBITDA /Ventas *100*	*%*
	*EBITDA /Inversión *100*	*%*
	*EBITDA /Patrimonio *100*	*%*
ENDEUDAMIENTO		
Endeudamiento total	***Total pasivos / Total activos *100***	***%***

Fuente: Diseño propio

Cuadro 58. Indicadores de liquidez

INDICADORES DE LIQUIDEZ	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Activo corriente	60.000.000	304.666.057	565.994.670
Disponible + Inversiones temporales	60.000.000	282.906.057	541.081.646
Pasivo corriente	0	103.186.538	132.221.926
Capital de trabajo neto	60.000.000	201.479.519	433.772.744
Capital de trabajo operativo	0	21.760.000	24.913.024
Indice de liquidez	0,00	2,95	4,28
Solvencia inmediata	0,00	2,74	4,09
Ventas totales	0	652.800.000	747.390.720
Costo de ventas	3.507.870	32.484.440	34.370.102
Valor promedio del inventario	0	0	0
Ventas a crédito en el año	0	239.360.000	295.803.264
Valor promedio de las cuentas por cobrar	0	119.680.000	119.680.000
Compras a crédito en el año	0	0	0
Valor promedio de las cuentas por pagar	0	0	0
Plazo de los inventarios (dias)	0,0	0,0	0,0
Plazo de las cuentas por cobrar (dias)	0,0	182,5	147,7
Plazo de las cuentas por pagar (dias)	0,0	0,0	0,0
CICLO DE CAJA	0	182,50	147,68
ROTACION DE EFECTIVO	0	2,00	2,47

Fuente: Diseño propio

12.2.1 Razones financieras

Observando en índice de liquidez de la empresa se puede constatar que por cada peso de obligación vigente se cuentan con 2,95 pesos para respaldarlo. Las proyecciones indican que índice mejora ostensiblemente. Como se puede observar, para el quinto año se espera que por cada peso en obligaciones se cuente con 6,88 pesos para respaldarla.

Cuadro 59. Indicador de rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
RENTABILIDAD EN VENTAS			
Ventas anuales	0	652.800.000	747.390.720
Utilidad bruta en ventas anual	0	620.315.560	713.020.618
Utilidad operacional anual	0	280.741.245	346.966.744
Utilidad neta anual	0	273.649.551	352.764.351
Utilidad bruta / ventas	0,0%	95,0%	95,4%
Utilidad operacional / ventas	0,0%	45,3%	48,7%
Utilidad neta / ventas	0,0%	41,9%	47,2%
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO			
Capital (promedio anual)	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Utilidades acumuladas (promedio anual)	488.685.067	177.872.208	229.296.828
Patrimonio (promedio anual)	700.005.412	700.005.412	700.005.412
Utilidad neta anual	0	273.649.551	352.764.351
Utilidad neta / capital	0,0%	1824,3%	2351,8%
Utilidad neta / patrimonio	0,0%	39,1%	50,4%
RENTABILIDAD DEL ACTIVO			
Activo total (promedio anual)	880.289.484	880.289.484	880.289.484
Ventas anuales	0	652.800.000	747.390.720
Utilidad operacional anual	0	280.741.245	346.966.744
EBITDA	0	195.893.702	248.456.824
Utilidad neta anual	0	273.649.551	352.764.351
Utilidad operativa / activos	0,0%	22,3%	28,2%
EBITDA / activos	0,0%	449,4%	354,3%
Utilidad neta / activos	0,0%	31,1%	40,1%
Ventas / activos	0,0%	74,2%	84,9%
Utilidad neta / ventas	0,0%	31,1%	40,1%
COSTOS			
Patrimonio a fin de año anterior	0	15.000.000	15.000.000
Activos a fin de año anterior	0	94.463.600	327.378.857
Utilidad antes de impuestos	0	273.649.551	352.764.351
Utilidad antes de intereses y de impuestos	0	280.741.245	358.717.544
Costo de oportunidad	0	18,24	23,52
Costo de capital	0,0%	297,2%	109,6%
Costo de la deuda	0,0%	16,0%	16,0%

VALOR ECONOMICO AGREGADO (EVA)			
UODI (NOPAT)	0	177.872.208	229.296.828
Activos Operacionales a comienzo de año	60.000.000	304.666.057	565.994.670
Costo de capital (%)	0,0%	297,2%	109,6%
Costo del capital utilizado	0	44.579.274	16.435.891
VALOR ECONOMICO AGREGADO (EVA)		133.292.934	212.860.937

Fuente: Diseño propio

En los indicadores de rentabilidad se puede observar cómo se vislumbra un aumento en la rentabilidad de la inversión de los socios de la empresa. Se observa que la rentabilidad pasa del 39,1% al 116,7% en el quinto año. Este aumento se puede deber posiblemente a la valorización de la empres**a.**

Cuadro 60. Indicadores de eficiencia

INDICADORES DE EFICIENCIA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
COSTOS Y GASTOS GLOBALES			
Costo de ventas	32.484.440	34.370.102	36.373.997
Gastos de administración	134.725.264	139.783.731	136.953.736
Gastos de ventas	32.484.440	34.370.102	36.373.997
Otros ingresos y egresos	0	0	0
TOTAL COSTOS Y GASTOS	199.694.144	208.523.935	209.701.729
Costo de ventas	16,3%	16,5%	17,3%
Gastos de administración	67,5%	67,0%	65,3%
Gastos de ventas	16,3%	16,5%	17,3%
Otros ingresos y egresos	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Diseño propio

Cuadro 61. Indicadores de productividad

INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Activo total (Promedio anual)	880.289.484	880.289.484	880.289.484
Ventas	0	652.800.000	747.390.720
Número de empleados	0	0	0

UTILIDAD OPERATIVA	0	280.741.245	358.717.544
(-) Gasto financiero (moneda nacional)	0	0	0
(-) Gasto financiero (moneda extranjera)	0	0	0
(-) Impuestos	0	95.777.343	123.467.523
(+) Depreciación activo fijo producción		487.200	487.200
(+) Depreciación activo fijo administración		11.263.600	11.263.600
(+) Depreciación activo fijo ventas		840.000	873.600
(+) Amortización diferidos de producción		7.980.000	8.299.200
(+) Amortización diferidos de administración		0	0
(+) Amortización diferidos de ventas		840.000	873.600
(+) Mano de obra directa		182.412.672	190.848.490
(+) Mano de obra indirecta		0	0
(+) Gastos de personal administrativo		6.000.000	6.240.000
(+) Gastos de personal de ventas		840.000	873.600
VALOR AGREGADO	0	587.182.060	701.944.357
PRODUCTIVIDAD DEL CAPITAL (Indice)	0,00	0,67	0,80
INTENSIDAD DEL CAPITAL ($ por empleado)	0	0	0
COMPETITIVIDAD (Indice)	0,00	0,90	0,94
ROTACION DE ACTIVOS (Indice)	0,00	0,74	0,85

Fuente: Diseño propio

Cuadro 62. Indicadores de endeudamiento

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Activo contable total	94.463.600	327.378.857	576.956.670
Activo ajustado total	94.463.600	327.378.857	576.956.670
Pasivo total	45.000.000	134.506.649	154.787.634
Endeudamiento contable	47,6%	41,1%	26,8%
Endeudamiento ajustado		41,1%	26,8%
Pasivo corriente	0	103.186.538	132.221.926
Endeudamiento a corto plazo	0,0%	76,7%	85,4%
Pasivo a largo plazo	45.000.000	31.320.111	22.565.708
Patrimonio	49.463.600	192.872.208	422.169.036
Patrimonio ajustado	49.463.600	192.872.208	422.169.036
Capitalización contable	47,6%	14,0%	5,1%
Capitalización ajustada	47,6%	14,0%	5,1%
Utilidad antes de intereses y de impuestos	0	280.741.245	358.717.544
Gasto financiero	0	7.091.694	5.953.193
Cobertura de intereses	0,0	39,6	60,3

Flujo de caja libre del periodo		61.505.878	22.116.791
Gasto de intereses del periodo		7.091.694	5.953.193
Abono a capital del periodo		6.270.694	7.409.196
Cobertura del servicio de la deuda		4,6	1,7
Flujo de caja libre del periodo siguiente	0	22.116.791	23.706.233
Pasivo actual	45.000.000	134.506.649	154.787.634
Cobertura futura del pasivo	0,00	0,16	0,15
Deuda financiera a corto plazo	0	7.409.196	8.754.403
Deuda financiera a largo plazo	45.000.000	31.320.111	22.565.708
Total deuda financiera	45.000.000	38.729.306	31.320.111
Endeudamiento financiero a corto plazo	0,0%	19,1%	28,0%
Cobertura futura de la deuda financiera	0,00	0,57	0,76

Fuente: Diseño propio

El valor agregado muestra como la empresa genera riqueza a través de sus medios de producción. Como se puede observar en la tabla del índice de productividad, la productividad del capital (relación entre los activos y el valor agregado es cada vez mayor). Aunque se observa que la relación es menor que 1 en los primeros años, esto puede ser normal en una empresa que está en sus inicios.

De todos los indicadores de endeudamiento mostrados en la tabla, hay uno que llama la atención: el endeudamiento corto plazo. Se observa como el pasivo corriente de la empresa es un porcentaje muy alto de su pasivo total. Esta situación no es la mejor y es necesario aplicar correctivos. Aunque, basados en los indicadores anteriores, se podrá decir que la situación no es altamente preocupante.

Cuadro 63. Indicadores de rotación

INDICADORES DE ROTACION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2
Ventas netas	**0**	**652.800.000**	**747.390.720**
Activo total	**94.463.600**	**327.378.857**	**576.956.670**
Rotación de activos	**0,00**	**1,99**	**1,30**
Activo corriente	**60.000.000**	**304.666.057**	**565.994.670**

Rotación del activo corriente	0,00	2,14	1,32
Capital de trabajo operativo	**60.000.000**	**201.479.519**	**433.772.744**
Rotación del capital de trabajo operativo	0,00	3,24	1,72
	0,00	2,46	1,45

Fuente: Diseño propio

12.2.2 Valor presente neto. "El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las empresas. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor".

$$VPN = -I + \sum_{n=1}^{N} \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Dónde:

I: es la inversión.
N: es el número de años de la inversión, en este caso 5.
Q_n: es el flujo de caja del año n.
r : la tasa de interés con que la estamos comparando(Tasa de descuento), en este caso 5%

VPN: 1.550.608.523

Al ser un valor positivo quiere decir que la empresa atendrá un incremento equivalente al VPN, es decir: 1.550.608.523.

12.2.3 Tasa Interna de retorno. "La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico

Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido".

$$TIR = \sum_{n=1}^{N} \frac{Q_n}{(1+r)^n} = 0$$

TIR: 375,85%

Se observa que la Tasa Interna de Retorno es muy superior a la tasa de descuento utilizada (5%). Esto indica que el rendimiento es mucho mayor al mínimo requerido.

13. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

13.1 EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo para el proyecto Secretaria Virtual, estará conformado por tres personas quienes serán a su vez los socios gestores del proyecto.

En primer lugar tenemos a Magnolia Sinisterra, quien actualmente cursa 10 semestre de Administración de Empresas y tiene una amplia experiencia en la administración de recursos técnicos, financieros y humanos, ha trabajado como asistente administrativa de diferentes empresas de reconocida importancia en la ciudad y en el momento se desempeña como administradora de una empresa de servicios logísticos, esto le permite tener un amplio bagaje y conocimiento de los temas relacionados con los diferentes procesos administrativos que requiere estructura el proyecto para iniciar su funcionamiento. Magnolia, se encargará de gerenciar la organización y cumplir metas objetivos estratégicos para su posicionamiento. Para lo cual dedicará tiempo completo al proyecto.

Por otra parte esta Yamileth Rincón, quien cursa 10 semestre de Administración de Empresas, su experiencia laboral está enfocada en la gestión humana y demás procesos administrativos. Actualmente se encuentra laborando pero su deseo es el de independizarse, por lo tanto al crear esta empresa será una de sus gestoras-administradoras. Al inicio de la empresa prestara asesoría y apoyo a la Gerencia, en los diferentes procesos administrativos y tendientes a poner en marcha la organización, emprenderá acciones tendientes a consolidar la Jefatura de Operaciones, separada de la Gerencia General, teniendo en cuenta que es un aspecto que requiere de atención para que la empresa alcance sus proyecciones y pueda consolidarse en el mercado.

Un tercer integrante del equipo de trabajo es el Ingeniero Carlos Andrés Rico, quien tiene estudios de Ingeniería de Sistemas y su experiencia laboral en el campo le permite asesorar el proyecto de manera competente en el aérea tecnológica, contar con la experiencia de un profesional en el área garantizará la eficiencia y productividad de las tareas y la pronta solución de los problemas técnicos. Actualmente se encuentra laborando para una multinacional, sin embargo el tiempo disponible es suficiente para obtener la asesoría técnica requerida por el proyecto.

Las tres personas mencionadas anteriormente serán las que conformen el equipo líder para poner en marcha el proyecto, con la experiencia administrativa y tecnológica se logrará formar un excelente equipo de trabajo y cumplir las metas propuestas a corto, mediano y largo plazo.

13.2 CRONOGRAMA Y ACTIVIDADES

Cuadro 64. Cronograma de actividades - semestrales

DESCRIPCION	TIEMPO EN MESES					
REGISTRO MERCANTIL Y CONSTITUCION	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Realizar consultas respectivas antes de realizar la inscripción en diferentes entidades para la constitución , verificando el nombre de la empresa, nombre de la marca, actividad económica y permiso de uso del suelo						
Diligenciar formulario Registro Unico de Empresarios						
Diligenciar formulario de RUT						
Diligenciar los formularios adicionales de registro con otras entidades para los establecimientos de comercio.						
Presentar los documentos requeridos ante la Cámara de Comercio y cancelar los derechos de inscripción correspondientes						
Diligenciar el formato de solicitud de registro de libros contables, indicando el nombre del empresario, el destino de cada libro y el número de hojas útiles						
Gestionar el registro de la marca.						
Realizar los trámites para la apertura de cuenta bancaria						
Identificar los compromisos con el estado en relación a los diferentes tipos impuestos						
Realizar ante la DIAN, la solicitud y autorización para la emisión de facturas de venta.						
ACTIVIDADES GENERALES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Firmar el contrato de arrendamiento del lugar.						
Cotización de maquinaria y equipos						
Revisar las instalaciones en alquiler con el fin de identificar si requieren adecuaciones técnicas						
Organizar la implementación del plan de mercadeo						
Identificar y posteriormente contactar las instituciones y asociaciones relacionadas con las estrategias de asociatividad para la consecución de clientes e identificación de clientes potenciales.						
Seleccionar y contratar el equipo de trabajo, incluyendo la realización de los trámites legales necesarios.						
Comprar e instalar las máquinas y equipos necesarios para el inicio de las actividades.						
Programar las actividades de apertura del establecimiento comercial e inicio de actividades						

Fuente: Diseño propio

14. IMPACTO DEL PROYECTO SECRETARIA VIRTUAL

Toda empresa, organización e institución que se crea genera una serie de impactos que transforman su entorno positiva o negativamente por lo tanto es necesario identificarlos para considerar la viabilidad del proyecto y revaluar las acciones si es necesario.

14.1 IMPACTO SOCIAL

Este proyecto generara un impacto social positivo, pues entra a competir en un mercado poco explotado como es el de los servicios tecnológicos virtuales, que actualmente están en auge, pero en el que faltan empresas y personas que ofrezcan sus beneficios, dando acceso a mas usuarios de este servicio facilitando las comunicaciones y el establecimiento de vínculos entre los interesados.

Otro aporte a lo social son los 9 empleos directos que se generarán a partir de la creación de esta nueva empresa y que ayudan a la inclusión social, en el caso especifico de este proyecto se están aprovechando los beneficios que en materia de excepciones otorga la ley del primer empleo contratando jóvenes que inician su etapa laboral y además se están creando nuevas oportunidades de empleo, en diferentes campos.

De igual forma los empleados tendrán remuneraciones justas, con prestaciones sociales y demás beneficios laborales que permitirá que tengan una mejor calidad de vida al satisfacer sus necesidades primarias.

Vale la pena considerar que el servicio de Secretaria Virtual, podrá ser asequible a empresarios mipyme que están en la informalidad y a los profesionales independientes, abriendo posibilidades de crecimiento y desarrollo importantes para la región con más oportunidades de empleo y consolidación de empresas.

14.2 IMPACTO AMBIENTAL

Por su parte el impacto ambiental que generara el proyecto Secretaria Virtual será positivo, puesto que básicamente la eficiencia de su servicio está dada por el uso

de las tecnologías, ahorrando el uso de papel, disminuyendo impresiones, e implementando actividades que ayudan con el reciclaje de elementos papel usado, cartuchos, baterías, cartón, etc.

La Secretaria Virtual, se procurara por hacer uso responsable de los servicios públicos ahorrando agua y energía, de igual forma se tendrá un uso y especial cuidado comprando elementos que sean reciclables y que no produzcan daño al ambiente.

Tendrá espacios confortables y tranquilos con el fin de reducir la contaminación no solo del ambiente natural, sino en los entornos más cercanos, procurando estar en armonía con todos los que de él hacen parte.

14.3 IMPACTO ECONÓMICO

Los profesionales independientes de Cali, identificados como el mercado meta serán los directamente beneficiados con los servicios prestados, pues les genera oportunidades de crecimiento de sus negocios, servicios de calidad y competitivos con mercados globales, aportando crecimiento y desarrollo a la economía de la región, de esta manera el impacto será positivo para la región a partir de nuevas propuestas de negocios, que apoyen la labor de los emprendedores y microempresas y en lo relacionado con la reducción de costos de operación que tengan las empresas.

CONCLUSIONES

Finalizado el análisis de todos los aspectos concernientes al proyecto de creación de empresa Secretaria Virtual, relacionado con aspectos técnicos, de mercado, personal y financieros, se puede determinar que es un proyecto viable, puesto que están dadas las condiciones necesarias para entrar a competir en el mercado con una empresa que preste servicios a los profesionales independientes.

Teniendo en cuenta el análisis de la problemática y relacionándolo con el análisis de mercado encontramos que existe la disposición y el interés de contratar un servicio que no solo les facilite cumplir con los diferentes procesos administrativos, sino también que este acorde a las necesidades actuales referentes a la tecnológica, procesos administrativos y costos, de esta manera se encontró una importante acogida entre los profesionales que le da vía libre al proyecto, para continuar con un estudio más detallado acerca de las necesidades y expectativas de los futuros clientes.

Al tener un mercado definido que estuviera dispuesto a contratar los servicios que ofrecería la empresa, se consideraron a fondo los aspectos relacionados con la capacidad de producción, instalaciones, recursos físicos, financieros y de personal y la forma en que la organización se concibe con el fin de hacerse una proyección de su funcionamiento encontrando que es factible seguir con la marcha del proyecto para constituirse legalmente como una empresa.

Finalmente y analizando unos de los aspectos más importantes como es la liquidez y sostenimiento de la nueva empresa, los resultados son favorables, pues aunque la organización debe adquirir prestamos para apalancar su funcionamiento, esta se puede sostenerse en corto tiempo y lograr estabilidad financiera mostrando crecimiento.

Por esta razón se concluye que el proyecto de Secretaria Virtual, es viable y tiene todos los elementos necesarios para estar en funcionamiento.

BIBLIOGRAFIA

ADECINTEL. Análisis del sector TIC en Colombia: Evolución y desafío. [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://adecintel.blogia.com/2011/011301-analisis-del-sector-tic-en-colombia-evolucion-y-desafio..php>

BANREP. Banco Nacional de la Republica Colombia. [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: < http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_precios_ipc.htm#Otros_ipc>

CCC, Cámara de Comercio de Cali. [en línea]. [citado 29 de diciembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/seleccione-el-tipo-de-sociedad-a-constituir/sociedad-por-acciones-simplificada/>

CNTV, Comisión Nacional de Televisión. Ley 1014 de 2006. [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: < http://www.cntv.org.co/cntv_bop/basedoc/ley/2006/ley_1014_2006.html>

CONGRESOVISIBLE. Ley de formalización y generación de empleo. [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: < http://www.congresovisible.org/agora/post/ley-de-formalizacion-y-generacion-de-empleo/1113/>

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. [en línea]. [citado 19 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co/#twoj_fragment1-4>

DA SILVA, Reinaldo O. Teorías de la Administración. México: Ed. Thomson International, 2002. 534p. ISBN 970-686-224-2

EL BANCO MUNDIAL. Indicadores del desarrollo mundial. [en línea]. [citado 29 de diciembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://datos.bancomundial.org/pais/colombia>

INTERACTIC. Interacción con la información. [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: <http://www.interactic.org.co/noticintel/primer-plano/1133>

MAQUEDA LAFUENTE, Javier y LLAGUNO MUSONS, José Ignacio. Marketing estratégico para empresas de servicios. Madrid, España: Ed. Ediciones Díaz de Santos, S.A., 1995. 531p. ISBN 84-7978-190-4

MINCOMERCIO.GOV.CO, Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Valle del Cauca, Departamento Nacional de Planeación. Bogotá, junio 2007. [en línea]. [citado 1 de octubre del 2011]. Disponible en Internet: < https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:b7BuaOEWXU8J:https://www.mincomercio.gov.co/ptp/descargar.php%3Fid%3D40561+Agenda+Interna+para+la+Productividad+y+Competitividad+del+Valle+del+Cauca,+Departamento+Nacional+de+Planeaci%C3%B3n.+Bogot%C3%A1,+junio+2007&>

PORTER, Michael E. Ser Competitivo. España: Ed. Deusto, 2009. 627p. ISBN 978-84-234-2695-9

RAMIREZ, Martha Lucia. Artículo de opinión pública sobre “Pobreza y desigualdad: porque una nueva medición?”. [en línea]. [citado 19 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: < http://www.portafolio.co/opinion/pobreza-y-desigualdad-que-una-nueva-medicion>

RAMIREZ CARDONA, Carlos. Fundamentos de Administración. Bogotá: Ed. Ecoe Ediciones Ltda, 2007. 249p. ISBN 958-648-313-4

RODRIGUEZ, Marcelo y FERNANDEZ, Rosa. El mercadeo en los emprendimientos asociativos de pequeños productores rurales. Sistematización de los talleres de capacitación para la conformación de un sistema de apoyo al mercadeo. Buenos Aires, Argentina: Ed. SAPyA - PSA - IICA, 1996. 153p. ISBN 987-9184-00-9

TODACOLOMBIA.COM. Etnias de Colombia. [en línea]. [citado 14 de septiembre del 2011]. Disponible en Internet: < http://www.todacolombia.com/etnias/etniasdecolombia.html>

VARELA V., Rodrigo. Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas, 2da ed. Bogotá: Ed. Prentice Hall. Pearson Educación de Colombia Ltda, 2001. 367p. ISBN 958-699-023-0

VIDAL ARIZABALETA, Elizabeth. Diagnostico Organizacional: Evaluación Sistémica del desempeño empresarial en la era digital. 2da ed. Bogotá: Ed. Eco Ediciones, 2004. 320p. Pág. 97, 98 y 99. ISBN 958-64-8371-1