

Universidad de La Salle

Ciencia Unisalle

Especialización en Gerencia de Proyectos en
Ingeniería

Facultad de Ingeniería

1-1-2007

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de oficinas virtuales en la ciudad de Bogotá

Héctor Javier Arciniegas Palomino
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/esp_gerencia_proyectos

Citación recomendada

Arciniegas Palomino, H. J. (2007). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de oficinas virtuales en la ciudad de Bogotá. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/esp_gerencia_proyectos/51

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ingeniería at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Especialización en Gerencia de Proyectos en Ingeniería by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS
DE OFICINAS VIRTUALES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

HECTOR JAVIER ARCINIEGAS PALOMINO.

COD. 91062200

**Trabajo escrito presentado
para optar al título de
Especialista en Gerencia de
Proyectos en Ingeniería**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE POSGRADOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE PROYECTOS EN INGENIERÍA
FACULTAD DE FORMACIÓN AVANZADA
BOGOTÁ D.C. 2007**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS
DE OFICINAS VIRTUALES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

**HECTOR JAVIER ARCINIEGAS PALOMINO
COD. 91062200**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE POSGRADOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE PROYECTOS EN INGENIERÍA
FACULTAD DE FORMACIÓN AVANZADA
BOGOTÁ D.C. 2007**

AGRADECIMIENTOS:

Agradezco a Dios quien me abrió las puertas, para continuar con mi desarrollo profesional, en un país en el cual, estudiar es un privilegio. A mi familia, quien me brindó su apoyo de manera incondicional y tuvieron inmensa paciencia en este proceso para el cual sacrifique tiempo que les correspondía.

LISTA DE FIGURAS

		Pág.
Figura 1	Paquete Genios	29
Figura 2	Paquete Best	30
Figura 3	Paquete High Class	31
Figura 4	Organigrama.....	39

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla No. 1 Resultado Análisis Financiero.....	42
Tabla No. 2 Indicadores Financieros 1.....	42
Tabla No. 2 Indicadores Financieros 2.....	43

LISTA DE ANEXOS

Anexo No. 1 Encuesta Oficina Virtual

Anexo No. 2 Benchmarking

Anexo No. 3 Tabulación Encuesta

Anexo No. 4 Gráficas de Resultados de la Encuesta

Anexo No. 5 Estudio Financiero

LISTA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
NATURALEZA DEL PROYECTO	10
CAPITULO NO. 1 ASPECTOS GLOBALES Y GENERALES DEL ESTUDIO	10
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	10
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	12
1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA DEL ESTUDIO.	13
1.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO	13
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	13
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	13
1.4.2.1 <i>Objetivos de Mercado</i>	13
1.4.2.2 <i>Objetivos del Estudio Técnico</i>	13
1.4.2.3 <i>Objetivos Legales y Administrativos</i>	14
1.4.2.4 <i>Objetivos Financieros</i>	14
1.4.2.5 <i>Objetivos Ambientales</i>	14
1.5 JUSTIFICACION	14
1.6 DELIMITACION DEL ESTUDIO	16
CAPITULO NO. 2 MARCO TEORICO	17
2.1 ¿QUÉ ES UNA OFICINA VIRTUAL?	17
2.2 SERVICIOS BÁSICOS QUE PRESTA UNA OFICINA VIRTUAL	18
2.3 CÓMO FUNCIONA	19
2.4 ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO	20
CAPÍTULO NO. 3 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	21
3.1.1 ESTUDIO TÉCNICO Y TECNOLÓGICA	21
3.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	21
3.1.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	21
3.1.4 INSTALACIÓN Y MONTAJE	23
3.1.5 ACONDICIONAMIENTO PARA LA SEGURIDAD.	24
3.1.6 INSUMOS PARA LA OPERACIÓN	24
3.2 ESTUDIO DE MERCADEO	26
3.2.1 PROBLEMA	26
3.2.2 OBJETIVOS	26
3.2.2.1 <i>Objetivo General:</i>	26
3.2.3 TÉCNICA DE LAS INVESTIGACIONES QUE SE VAN A IMPLEMENTAR:	26
3.2.4 MUESTREO (TARGET):	28

3.2.5	DISEÑO METODOLÓGICO	28
3.2.6	ENCUESTA OFICINA VIRTUAL	29
3.2.7	RESULTADOS OBTENIDOS	30
3.2.8	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.	31
3.2.8.1	<i>Análisis del Benchmarking.</i>	32
3.2.9	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN:	33
3.2.10	ESTRATEGIA DE PRECIOS:	34
3.2.10.1	<i>Paquete Genius \$ 230.000</i>	34
3.2.10.2	<i>Paquete Best: \$ 280.000</i>	35
3.2.10.3	<i>Paquete High Class \$ 340.000</i>	36
3.2.11	ESTRATEGIAS DE SERVICIO:	37
3.2.12	PLAN DE VENTAS:	38
3.2.13	PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	39
3.2.13.1	<i>Concepto del Producto o Servicio</i>	39
3.3	ESTUDIO LEGAL	39
3.3.1	CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA	39
3.3.1.1	<i>Características de Sociedad con Responsabilidad Limitada:</i>	40
3.3.1.2	<i>Razón Social.</i>	43
3.3.1.3	<i>Objeto Social.</i>	43
3.4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL	43
3.4.1	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	43
3.4.2	MISIÓN	43
3.4.3	VISIÓN	43
3.4.4	VENTAJA COMPETITIVA	43
3.4.5	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	44
3.5	ESTUDIO AMBIENTAL	46
3.6	ESTUDIO FINANCIERO	47
3.7	RIESGOS	48
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
5.	BIBLIOGRAFÍA, CIBERGRAFIA Y/O REFERENCIAS	51

INTRODUCCIÓN

Las actuales tendencias están llevando a cambios en la forma de trabajar, el espacio en cual se desarrollan las actividades e incluso aquello de cumplir un horario cuando de trabajadores independientes se refiere.

Dentro de esta tendencia se encuentra la de minimizar gastos, optimización del tiempo y enfoque de los esfuerzos en el desarrollo de las actividades propias de los negocios.

Aprovechando esta coyuntura aparece el concepto de oficinas virtuales las cuales están cambiando la forma en que trabajan las personas hoy por hoy debido a las facilidades que presenta y a los excelentes servicios que se encuentran con ella, además, permite reducir gastos en montajes e instalaciones físicas que en cierto sentido no generan valor real.

El interés principal de estudio de factibilidad para la creación de una oficina virtual comprende un análisis financiero, ambiental, legal, técnico y de mercado, que permitirá identificar la viabilidad de constituir una unidad de este negocio en la ciudad de Bogotá.

NATURALEZA DEL PROYECTO

CAPITULO No. 1 ASPECTOS GLOBALES Y GENERALES DEL ESTUDIO

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Las oficinas tradicionales están cambiando y la principal plataforma para este desarrollo de nuevos conceptos son los avances tecnológicos. Durante cientos de años la principal actividad del hombre ha sido la manufactura y la industria. En los últimos 20 años este escenario ha sido modificado con la revolución tecnológica y de la información; espacio que el hombre ha utilizado para hacer de este uno de las principales fuentes de ingreso.

En la actualidad, los negocios se apoyan fuertemente en diferentes herramientas, a fin de facilitar la manera en que se realiza el trabajo y constantemente se está buscando optimizar los recursos como el tiempo y el dinero para incrementar los niveles de desempeño, productividad y rentabilidad. En este orden de ideas, los empresarios independientes y profesionales requieren contar con un espacio físico que les permita desarrollar sus actividades comerciales con prestigio y elegancia, con una infraestructura física, logística y tecnológica que los apoye en cada una de sus actividades laborales y profesionales.

Los negocios en nuestros días son cada vez más dinámicos y no se limitan a un solo lugar. Cada vez son más las relaciones y los movimientos que las personas deben tener y hacer para lograr el éxito de los negocios. La tecnología, entonces, cumple un papel primordial en permitir esta situación. Ahora

cuando el personal no esta dentro de su oficina puede alcanzar la información que se encuentra dentro de ella. De esta manera la necesidad de pasar tiempo en una oficina se reduce, y el sitio físico para desarrollar actividades sólo se hace necesario para algunas reuniones, tener una dirección de correspondencia, equipo de fax, etc. En definitiva, en muchos casos los requerimientos que tiene un empresario no son consistentes con la cantidad de gastos que representan tener una oficina propia. Por ejemplo, abrir una nueva sucursal en una ciudad no ha de suponer necesariamente la asunción de los costos fijos que implican el mantenimiento de una oficina. Así, los centros de negocios ó las bien llamadas oficinas virtuales, pueden ser una opción viable para este tipo de casos.

Las oficinas virtuales, son una iniciativa relativamente reciente en Colombia que, poco a poco, va ganando adeptos. Algunas de las ventajas que presenta este tipo de solución empresarial son:

- Los centros disponen de equipos audiovisuales, ofimáticos y de comunicación con los últimos adelantos tecnológicos
- El cliente puede disponer de despachos de diferentes tamaños y totalmente equipados
- Puede elegir los plazos de alquiler o contratación en función de sus necesidades

El personal que trabaja en los centros atiende todas las llamadas, visitas y recepción de correspondencia y fax en ausencia del cliente

- Se encuentran ubicadas en las zonas de alto movimiento empresarial con facilidades de acceso
- Normalmente, proporcionan todos los servicios que necesite el cliente en un momento determinado: conductores, traductores, mensajeros, gestoría, entre otros
- Suelen disponer de salas de juntas o conferencias totalmente equipadas con TV, video beam, DVD, equipos de videoconferencias.

En este momento, en el que los costos de sostenimiento de oficinas de buena calidad, es un factor limitante para pequeñas empresas y nuevos emprendedores profesionales e independientes, los centros de negocios virtuales suponen una solución a tener en cuenta.

En definitiva, las oficinas virtuales ofrecen las ventajas buscadas por los profesionales de hoy en día: mayor productividad, autonomía, una reducción de los costos generales (luz, teléfono, etc.), seguridad y optimización del tiempo, dedicándose realmente a lo que saben hacer, su negocio.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En Colombia y específicamente en Bogotá, ciudad de mayor concentración demográfica, financiera y económica del país, se centraliza el mayor índice de crecimiento de nuevas empresas y negocios. Muchos de estos nuevos negocios son creados por profesionales que desean alternativamente a sus empleos habituales, realizar actividades económicas de forma independiente, para lo cual requieren tener un establecimiento u oficina que les permita desarrollar las tareas del negocio. Un porcentaje de estos

emprendedores no poseen la capacidad económica para articular y mantener una oficina. Por otra parte, los altos índices de desempleo y los bajos niveles de remuneración salarial inducen en un alto porcentaje a los nuevos y antiguos profesionales a considerar la posibilidad de establecer empresa.

1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA DEL ESTUDIO.

¿Es factible la constitución de una empresa para proveer servicios de oficinas virtuales en la ciudad de Bogotá?

1.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad, con el fin de determinar la viabilidad de crear y establecer en la ciudad de Bogotá una empresa para proveer servicios de Oficinas Virtuales.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1.4.2.1 Objetivos de Mercado

- Determinar la localización geográfica del negocio.
- Identificar cuál sería la demanda potencial de este negocio y cuál sería el posible porcentaje de participación del mercado de una unidad de este negocio.

1.4.2.2 Objetivos del Estudio Técnico

- Determinar y describir el proceso productivo de la compañía.
- Determinar los requerimientos de infraestructura y logística necesarios para el funcionamiento de la empresa.

1.4.2.2 Objetivos Legales y Administrativos

- Analizar el tipo de sociedad que se constituiría para el negocio de oficinas virtuales
- Establecer los lineamientos de la empresa que se constituiría en cuanto a normas y procedimientos
- Definir el enfoque de la estructura organizacional y operativo de la empresa
- Establecer el tipo de relaciones entre los cargos, de acuerdo al organigrama que se establecerá
- Establecer si legalmente el tipo de empresa objeto del estudio está medido por algún tipo de regulación específica

1.4.2.3 Objetivos Financieros

- Determinar las variables e indicadores que afectarán el proyecto durante los primeros cinco años de ejecución
- Cuantificar la inversión inicial del proyecto
- Cuantificar cuál sería la inversión fija y amortizable requerida para la puesta en marcha del negocio
- Determinar cuáles serían los montos y medios de financiación para este proyecto de oficinas virtuales

1.4.2.4 Objetivos Ambientales

- Determinar cuáles son las implicaciones ambientales del proyecto.

1.5 JUSTIFICACION

Los profesionales del siglo XXI, no sólo piensan en ser empleados de alguna entidad o empresa; los cambios acelerados de la economía y de los diferentes modelos existentes en el mundo, han llevado a replantear la

concepción del trabajo y lo que se entiende por puesto o lugar de trabajo. De esta manera, los profesionales realizan una verdadera carrera contra el tiempo, optimizando sus recursos y buscando alternativas que le permitan mayor productividad laboral a menores costos.

En este orden de ideas, los pensum de las actuales carreras universitarias están enfocados hacia la formación y creación de empresa. El paradigma en Colombia en el cual los profesionales deben salir a trabajar como empleados ha cambiado y cada vez son más las personas que buscan la manera de iniciar su vida postgradual con la creación de un negocio.

Un gran número de profesionales que actualmente ejercen su carrera y otro tanto de independientes emprendedores constantemente están en búsqueda de oportunidades para iniciarse en la vida de los negocios. Aunque el objetivo general de empresarios y profesionales sea instalar una oficina completa, muchas veces los altos costos implicados en la operación o la necesidad de mayor flexibilidad en horarios y contratos hacen que los negocios busquen alternativas más adaptadas a las verdaderas necesidades de un mercado dinámico. Muchos en este proceso se encuentran con la dificultad de no contar con los suficientes recursos para la inversión inicial.

Para todas estas personas la posibilidad de contar con una oficina virtual que les de la imagen y el servicio requerido para el éxito de sus negocios sin

tener que incurrir en los costos y gastos de montaje de una puede ser una muy buena opción y alternativa.

En vista de las necesidades detectadas en el mercado, se estudiará la viabilidad de desarrollar un negocio en el área de los servicios que consistirá específicamente en la puesta en marcha de una Oficina Virtual, en la cual los clientes tendrán acceso permanente a múltiples soluciones: un lugar confortable para sus actividades, personal proactivo enfocado a generar relaciones más cercanas y personales tendientes a satisfacer las necesidades únicas del cliente; líneas privadas de teléfono, mensajería, fax, correspondencia, entre otros. La ventaja y valor agregado de hacer parte de los servicios de esta oficina, será que por un costo accesible el emprendedor contará con todos los privilegios como si tuviera en realidad una oficina propia.

1.6 DELIMITACION DEL ESTUDIO

Este estudio estará enfocado al análisis de viabilidad y oportunidad para la creación de una nueva unidad de este tipo de oficinas en la ciudad de Bogotá D.C.

Se pretende con este estudio, definir el sector y ubicación del establecimiento comercial, y determinar el esquema organizacional y de funcionamiento que lo caracterizará.

CAPITULO No. 2 MARCO TEORICO

2.1 ¿QUÉ ES UNA OFICINA VIRTUAL?

Es un lugar apto para los profesionales independientes y sus empresas que sólo buscan orientar sus esfuerzos para el éxito de sus negocios, sin tener que incurrir en los costos fijos y variables generados por arriendo de oficina, servicios públicos, salarios y prestaciones sociales de auxiliares, secretarias, mensajeros, etc.

Una Oficina Virtual, presta los servicios de secretaria, manejo de agenda, recepción y transferencia de llamadas, toma de mensajes, alquiler de oficinas por horas (particular o sala de juntas), mensajería, entre otros. La ventaja de contar con todos estos servicios, radica en que éstos se encuentran incluidos dentro de los paquetes que ofrecen actualmente las oficinas, de esta manera, el cliente, sólo utiliza el espacio físico, en los momentos que lo requiera, eliminando aquella oficina tradicional, en la cual se pagaba por todas sus instalaciones, servicios públicos, secretaria y mensajería, cuando en realidad, sólo se necesita estar presente unas cuantas horas a la semana.

Los clientes en las oficinas virtuales cuentan con todos los servicios y privilegios que se obtienen al poseer una oficina propia, pero sin incurrir en los costos y gastos que esta le genera.

2.2 SERVICIOS BÁSICOS QUE PRESTA UNA OFICINA VIRTUAL

- Confidencialidad
- Manejo de agenda
- Número telefónico exclusivo para el servicio de los afiliados atendándose las llamadas con la identidad corporativa de cada uno.
- Recepción y transmisión mensajes.
- Dirección comercial para recepción de correspondencia.
- Recepción de fax.
- Toma de mensajes suministrándole la siguiente información: nombre de quien llama, compañía, teléfono de contacto y texto del mensaje.
- Los mensajes recibidos le son transmitidos por correo electrónico y mensaje de texto al teléfono móvil del cliente.
- Horas semanales en el módulo de trabajo.
- Acceso a internet.
- Estación de café.
- Salon VIP (Video beam, TV, DVD)

Actualmente algunas de las empresas de este tipo en la ciudad de Bogotá prestan servicios adicionales y/o especializados como son:

- Impresión y envío de facturas.
- Contabilidad.
- Telemarketing / Call Center
- Investigación de mercados.

2.3 CÓMO FUNCIONA

Las oficinas virtuales existentes ofrecen un lugar confortable, elegante, exclusivo, dotado adecuadamente, limpio y seguro para que los ejecutivos y/o empresarios puedan desarrollar sus actividades de negocios.

Un cliente de la oficina virtual, podrá acceder a los servicios de ésta, pagando el valor de uno de los paquetes que se ofrecen. Por ejemplo, cancelando una cuota mensual recibe la prestación de servicios básicos tales como: Dirección de correspondencia, número telefónico privado, recepción de mensajes, transferencia de llamadas hacia su celular, manejo de agenda, y servicio de mensajería. Es decir, por una cantidad estimada de acuerdo a los servicios el cliente se despreocupara de servicios básicos, pago de nómina, infraestructura, soporte tecnológico, etc. Y tendrá la certeza de contar con su oficina de manera permanente durante la vigencia del contrato el cual se establece por un tiempo mínimo de tres meses.

→Logística

La logística de las operaciones dentro de la oficina están reunidas desde el centro de operaciones, la prestación del servicio se obtiene a través del manejo personal de un mensajero, quien realiza las actividades cotidianas de correo, pago de cuentas, despacho de paquetes, y de una secretaria, quien patrocina todas las labores y diligencias que se requieren para el buen desempeño de las tareas que cada cliente necesita. La secretaria manejará la agenda personal de cada uno de ellos y asignará las horas para el uso de los módulos y las salas de juntas de acuerdo con la disponibilidad que se

tenga. Por tal razón, la asistente, se convierte es una pieza clave y decisiva en este negocio.

Adicionalmente estas oficinas cuentan por lo menos con una Gerencia Financiera y una Gerencia Comercial, áreas encargadas del direccionamiento de toda la oficina y las cuales tienen bajo su responsabilidad la consecución y permanencia de clientes.

2.4 ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO

El negocio consiste en conseguir por medio de la gestión de la Gerencia Comercial, profesionales independientes y/o ejecutivos que requieran de los servicios ofrecidos por la oficina virtual. A aquellas personas interesadas en acceder a alguno de los paquetes, se les tramita la solicitud a través de un formulario, en el cual se le solicitan datos básicos y documentación que constate la legalidad de su ejercicio profesional, incluso, se solicita autorización para evaluar su sistema crediticio y verificar su cultura de pago, fotocopia de la cédula de ciudadanía y fotocopia de la constitución de la empresa ante la cámara de comercio o RUT, de acuerdo con cada caso.

Una vez estudiados los anteriores documentos, se procede a firmar un contrato en el cual conste que dichos servicios serán prestados por la Oficina Virtual por un tiempo mínimo de tres meses, solicitando el pago anticipado de cada mensualidad.

El negocio funciona con la prestación de los servicios básicos y el ofrecimiento de otros servicios adicionales tales como la sala de juntas, diligencias personales, recordatorios, pago de impuestos, etc.

CAPÍTULO No. 3 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

NOMBRE DE LA EMPRESA: V.O.C (VITUAL OFFICE OF COLOMBIA).

TIPO DE EMPRESA: Servicios Empresariales.

3.1.1 Estudio Técnico y Tecnológica

3.1.2 Descripción del Proceso Productivo

A nivel de producción, la compañía funcionará a partir de un estructurado sistema operativo. Esto es, a pesar de no incurrir en transformación alguna de materia prima vs. proceso de producción; mediante el uso de la tecnología, se desarrollarán una serie de servicios intangibles que le agregan valor a recursos de dinero, tiempo, espacio, entre otros.

Este complejo operativo funcionará con la ayuda de dos personas altamente competentes: la asistente y el mensajero. Así como personas, a la compañía llegan permanentemente información, datos, mensajes y correspondencia que debe ser suministrada, controlada y diligenciada con profesionalismo.

A la O.V. ingresarán llamadas, faxes o correspondencia que se traducirán en más información, citas, actividades o tareas, a las cuales se les realizará su correspondiente trámite.

3.1.3 Necesidades y Requerimientos

a) Equipos

- Computadores (dotados con la más alta tecnología) con suficiente velocidad y capacidad de almacenamiento, internet, especificaciones de

entrada de memoria USB, quemador de CD, DVD, MP3, Unidad de Diskette, tarjeta de video, cámara Web.

- Impresoras a color – Scanner
- Reguladores voltaje
- Teléfonos convencionales
- Teléfono conmutador
- Teléfonos celulares
- Fotocopiadora

Estos equipos de computadores deben estar conectados en red para facilitar tareas, comunicación efectiva, resolver inconvenientes, asesoría remota, entre otros. Por otra parte, incluso, esto facilita el mantenimiento en red.

b) Enseres

- Cafetera
- Platos
- Cubiertos
- Vasos
- Jarras de vidrio
- Papeleras
- Caneca de basura

Dentro de las instalaciones que se hacen necesarias para la operación de la oficina, se contemplan:

3.1.4 Instalación y Montaje

La oficina se presenta con divisiones independientes para los tres módulos de despachos, la sala de juntas y la oficina de la gerencia.

Los muebles se proponen clásicos de madera, sin embargo han de someterse a la asepsia rigurosamente cada semana, lo que implica una excelente calidad para que su apariencia no se deteriore. Entre los accesorios para las actividades cotidianas se encuentran: la estación móvil de café.

Entre otros, se mencionan a continuación los siguientes elementos para la instalación y montaje:

- Módulos (separación entre oficinas), con sus respectivas puertas, dotadas de chapas y llaves independientes
- Montaje de módulos
- Montaje de la red eléctrica
- Cableado, suitchs, accesorios, etc.
- Persianas y montaje
- Iluminación, luz de neón
- Baños o sanitarios (damas y caballeros)
- Cuadros para las paredes
- Plantas ornamentales
- Sillas con rodachinas especiales
- Silla con rodachinas recepción
- Sillas estáticas para salita de espera
- Mesa para Sala de Juntas
- Escritorios para cada módulo

- Archivador
- Estantes
- Recepción

3.1.5 Acondicionamiento para la Seguridad.

Por tratarse de equipos y complementos de gran valor, se requiere un sistema de seguridad y control.

- Alarma nocturna
- Cámara de seguridad (24 horas)
- Aseguramiento de equipos, muebles y enseres
- Extintores
- Equipo de primeros auxilios
- Señalética

3.1.6 Insumos para la Operación

a) Implementos Papelería.

- | | | |
|---------------------|------------------------|--------------------|
| * Resma Papel | * Papel químico (Fax) | * Diskettes |
| * CDS | * Tinta para impresora | * Carpetas archivo |
| * Borradores | * Sacapuntas | * Lápices |
| * Portaminas | * Minas | * Reglas |
| * Corrector líquido | * Lapiceros | * Carpetas |
| * Sobres | * Sobres de Manila | * Uña |
| * Grapadora | * Memo para llamadas | * Colbón |
| * Ganchos | * Legajadores | * Clicks |
| * Perforadora | * Folders | * Libro Contable |

- * Stickers
- * Bisturí
- * Agendas
- * Diccionario Inglés
- * Cuaderno Bitácora
- * Acordeón A-Z
- * Ganchos de Nodriza
- * Tijeras
- * La Santa Biblia
- * Pos-it
- * Estuche para CD, disk
- * Calculadora
- * Cinta Pegante
- * Diccionario Español
- * Tarjetero
- * Resaltadotes

b) Implementos Cafetería.

- * Café
- * Mezcladores
- * Cucharas
- * Cafetera
- * Azúcar
- * Cubiertos desechables
- * Salero
- * Azúcar Light
- * Servilletas
- * Vajilla

c) Implementos Aseo

- * Alcohol
- * Recogedor
- * Lavaplatos
- * Limpiavidrios
- * Limpido
- * Trapo
- * Trapeador
- * Frotas
- * Jabón líquido
- * Escobillón
- * Escoba
- * Esponja
- * Cepillo especial (Tecla)
- * Papel Higiénico
- * Aromatizante

3.2 ESTUDIO DE MERCADEO

3.2.1 Problema

¿Existe un mercado potencial para la apertura de una oficina virtual (O.V)?

3.2.2 Objetivos

3.2.2.1 Objetivo General:

Determinar la aceptación, expectativas y oportunidades que se generan a partir del ofrecimiento de los servicios de una nueva oficina virtual.

3.2.2.2 Objetivos específicos:

- Averiguar el nivel de gastos en los que incurren los empresarios cuando cuentan con su propia oficina.
- Conocer lugar de preferencia para la ubicación de la oficina e identificar los diferentes servicios por los que las personas están dispuestos a pagar.
- Saber las percepciones que se tienen de una O.V.

3.2.3 Técnica de las investigaciones que se van a implementar:

- **Cuantitativas:** valoraciones y anotaciones estadísticas planteadas sobre el análisis de los datos numéricos y disponibles en distintos organismos.
- **Cualitativas:** planteadas sobre una valoración de carácter psicológico, histórico, motivacional, perceptual, etc. del comportamiento del consumidor.

- **Benchmarking:** Estudio comparativo entre la oferta de acuerdo a especificaciones y características en común, para examinar a la competencia. Esta herramienta permitirá tomar decisiones para la cadena de valor de la empresa. Ver **ANEXO No. 2**.

Para la aplicación de las siguientes herramientas, se tendrán en cuenta:

- **Escalas de Medición:** Datos suministrados por entidades gubernamentales o privadas Dane, Cámara de Comercio, vademécum de empresas, etc.
- **Escala Nominal:** sexo, ubicación geográfica, ocupación.

3.2.3.1 Métodos de Interrogatorio: Se utilizarán las siguientes técnicas:

- Encuestas telefónicas
- Encuestas personales

3.2.3.2 Investigación cuantitativa:

- Planeación de las mediciones
- Formulación de preguntas para obtener la información deseada
- Esquema de cuestionario
- Verificación del instrumento

3.2.3.3 Cuestionario:

- Preguntas cerradas
- Preguntas de selección múltiple

3.2.4 Muestreo (Target):

Perfil del encuestado: Hombres y mujeres adultos, profesionales o empresarios independientes, habitantes de la ciudad de Bogotá o viajeros frecuentes, con tiempo limitado, nivel educativo medio alto y alto, estrato 4, 5 y 6. Extranjeros, (que vienen por negocios a la capital). Sus actividades se caracterizan por desplazamientos constantes, relaciones públicas, uso de la tecnología, lo que les exige una optimización del tiempo y de recursos.

3.2.5 Diseño Metodológico

Considerando la necesidad de información, se acudirá a la aplicación de las siguientes técnicas:

- Fuentes de información secundaria (encuestas) para determinar la información necesaria y así cumplir con los objetivos.
- Entrevistas personales y telefónicas, para cuyo efecto se diseñarán los cuestionarios pertinentes, los cuales, previamente a su aplicación definitiva, serán sometidos y probados en prueba "piloto", para verificar su funcionalidad, comprensión y cumplimiento de los objetivos.

Las personas participantes en el estudio, serán contactadas en:

- Personas laborando y empresarios, la herramienta se aplicará fuera de su lugar habitual de trabajo. (Entrevista personal).
- Fuerza de ventas directa: constituido por las personas que se encargan de la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, generalmente en sus hogares o en su domicilio, fuera de los locales comerciales establecidos. Un caso de

esta fuerza de ventas, esta constituido por las personas que venden productos Herbalife, Omnilife, Ebel, 4life, entre otros. Personas independientes que tienen su negocio pero no cuentan con una oficina en donde atender a sus clientes. ¹

3.2.6 Encuesta Oficina Virtual

3.2.6.1 Objetivos:

- Conocer el porcentaje de empresarios y personas independientes que estarían dispuestas a utilizar los servicios de una O. V.
- Conocer qué tipo de servicios alternos podrían pertenecer a la O. V.
- Conocer la ubicación geográfica más viable para la instalación del negocio.

3.2.6.2 Ficha técnica de la muestra:

Cantidad personas encuestadas: 50

Cantidad encuestadores: 2

Lugar: Bogotá D.C.

Método: Persona a persona.

Transcurso de Tiempo de aplicación: 3 min.

Fecha: Marzo de 2007

3.2.6.3 Encuesta VOC.

Ver **ANEXO No.1**

¹ Disponible en www.acodevi.com.co

Para el año 2005 se calculó que la fuerza de ventas en Colombia, estaba alrededor de 650.000 personas en todo el país, el número de empleados contratados era de 4.200, y en Acovedi (Asociación de Venta Directa en Colombia), se encontraban afiliadas 23 Compañías del sector.

3.2.7 Resultados Obtenidos

Los datos que se suministran revelan sólo la información obtenida de trabajadores independientes o personas que siendo empleadas, tienen actividades laborales alternas.

La muestra tomada se encuentra repartida de la siguiente manera:

- Independientes (70%)
- Empleados con actividades alternas (30%); cuyas edades oscilan entre los 28 y 60 años.

Al indagar a cerca del uso de una oficina para el desempeño de sus actividades, los resultados fueron los siguientes:

- El 75% manifestó la necesidad de contar con una O.V.
- Aquellas personas que ya poseen su oficina, expresaron en su mayoría (60%) su inconformismo en cuanto a los costos que les representa el pago de costos fijos.
- Por otro lado, el 15% restante, menciona que, la plataforma tecnológica es otro factor que les gustaría mejorar.
- El tiempo promedio que pasan estas personas en su oficina, es de 2 a 4 horas diarias, lo que significa, que dedican entre 4 horas ó más
- a buscar contactos, atender clientes externos (fuerza de ventas) en reuniones, hacer pagos, diligencias en juzgados (abogados), entre otros. Es decir, no se requiere mantener gastos fijos de una oficina privada, cuando la mayor parte de las actividades son realizadas externamente.
- Los encuestados recurren de manera frecuente al uso de servicios externos tales como sala de juntas, fotocopias, fax, impresiones,

video beam y en menor porcentaje al empastado y al servicio de mensajería.

- En un 80% los encuestados respondieron de manera afirmativa al conocimiento que se tiene sobre qué es una oficina virtual, los servicios que manifestaron conocer prestan las oficinas virtuales se remiten básicamente al pago de servicios bancarios y/o servicios prestados por otras empresas. Sólo un 10% habló sobre los servicios que presta una oficina virtual empresarial.
- En un porcentaje bastante alto (95%) se manifestó el interés que suscita el hacer parte de una oficina virtual conociendo el concepto y los servicios que se prestan, de acuerdo con sus necesidades empresariales. En cuanto a la ubicación, cabe anotar que se sugiere una ubicación comprendida entre las calles 72 y 93.

3.2.8 Conclusiones del Estudio.

De acuerdo con las encuestas realizadas y al análisis planteado, se puede concluir lo siguiente:

- La necesidad de tener una oficina de manera temporal es latente dentro del grupo objetivo
- Se concibe a la O.V. como un medio para diligenciar pagos a las entidades, pero no hay pleno conocimiento de lo que es en realidad.
- Los costos fijos previstos para tener una oficina privada, siempre serán variables y cada vez más altos, mientras que una Oficina virtual a la medida ofrece una opción de precio preestablecida.
- La idea (una vez explicada), de contar con una oficina virtual es una opción viable y favorable, en cuanto a costo/beneficio para los profesionales independientes.

- Entre las calles 72 a la 93, es un espacio geográfico que tiene acogida para la ubicación de la oficina virtual, según la escogencia de los encuestados.
- Los encuestados conocen más personas que pueden estar interesados en los servicios de una O. V. por lo que es posible concretar una base de datos más amplia. Esta evidencia permite definir que una parte importante de la estrategia de mercadeo serán el manejo de recomendados.

3.2.8.1 Análisis del Benchmarking.

De acuerdo al Benchmarking realizado, se encuentra que la competencia esta muy bien posicionada en cuanto a los servicios que ofrece; los cuales van desde los más básicos, hasta la tecnología de punta para negociaciones que así lo requieren, adicionalmente, prestan servicios de investigaciones de mercado, call center, servicios contables, entre muchos otros, que se encuentran diseñados con el fin de satisfacer cada uno de los requerimientos del empresario y servir como ente facilitador de las actividades de cada uno de estos.

La competencia se encuentra ubicada en sectores exclusivos de la ciudad de Bogotá, tal como el parque de la 93, la 90 con 10, el World Trade Center, cercana a vías alternas, grandes centros de negocios, financieros, académicos, comerciales y turísticos entre otros. Lo que seduce a los clientes que buscan mantener una imagen de prestigio como antesala para lograr un negocio.

Cabe destacar que las empresas de la competencia, que se visitaron y/o conocieron por páginas de Internet o referencias; en su mayoría, no demuestran un interés por establecer un trato cálido y más personalizado

con sus clientes. La oficina sólo se entiende con ellos para ajustar servicios y al momento de pasar la cuenta de cobro; sin percatarse que con un trato mucho más amable y demostrando preocupación por otros asuntos que podrían generar una ventaja o un valor agregado.

3.2.9 Estrategias de Promoción y Comunicación:

Promesa de Venta:

- **“Disfrute sus negocios, V.O.C se ocupa de lo demás”**

La marca:

- Se planteará un diseño gráfico estilizado, moderno e impecable que maneje el concepto de negocios de éxito.

Lanzamiento:

- El lanzamiento de la compañía, debe tener un gasto medido, pero debe conservar un lenguaje bastante serio y convincente.

Divulgación:

- Acertadamente, se busca la alianza con los hoteles, de esta manera, se logra un canal indirecto con los clientes. La publicidad es
- fundamental, pero con una oficina lista y en funcionamiento. Es decisiva, siempre y cuando el andamiaje para la prestación del servicio esté al día.

Medios:

- Se habla de 2 aspectos: los medios permanentes como es la suscripción a las páginas amarillas y la participación en la Internet a través de la página oficial de la compañía.

- Se realizarán campañas de divulgación que buscarán específicamente, a través de publicidad impresa (panfletos, espacios en revistas, etc.), dar a conocer los servicios que VOC presta. Esta se ajustará al periodo de tiempo para el que se piense desarrollar.

3.2.10 Estrategia de Precios:

Las O.V que se encuentran actualmente en Bogotá, funcionan con paquetes básicos que ofrecen al afiliado derecho a un grupo de servicios. Se pretende utilizar este mismo esquema de funcionamiento con tres planes básicos. Los precios de estos paquetes para ser competitivos ante la competencia deben oscilar alrededor de \$200.000 mensualmente. De acuerdo con esto los planes y precios se definen como se relaciona a continuación.

3.2.10.1 Paquete Genius \$ 230.000

- Confidencialidad
- Manejo de agenda
- Número telefónico **exclusivo** para el servicio, el cual se responde con el saludo que el cliente indique (nombre de la empresa u organización)
- Recepción y transmisión mensajes.
- Dirección comercial para recepción de correspondencia
- Recepción de Fax.
- Toma de mensajes suministrándole al cliente la siguiente información: nombre de quien llama, compañía, teléfono de contacto y texto del mensaje
- Los mensajes recibidos le serán transmitidos al cliente por correo electrónico y mensaje de texto al teléfono móvil.

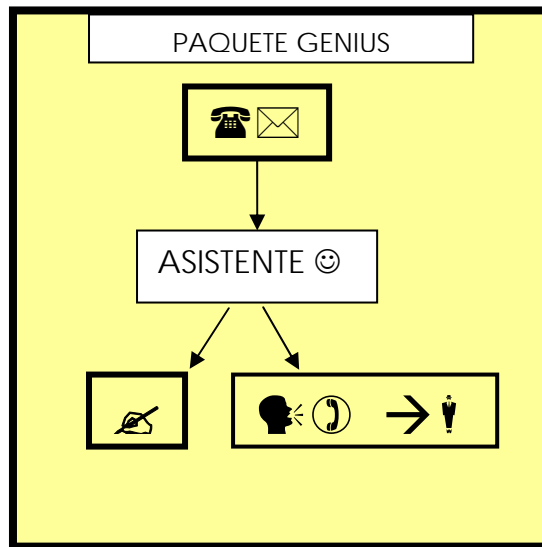


Figura No. 1 Paquete Genius

3.2.10.2 Paquete Best: \$ 280.000

- Confidencialidad
- Manejo de agenda
- Número telefónico **exclusivo** para el servicio, el cual se responde con el saludo que el cliente indique (nombre de la empresa u organización)
- Recepción y transmisión mensajes.
- Dirección comercial para recepción de correspondencia
- Recepción de Fax.
- Toma de mensajes suministrándole al cliente la siguiente información: nombre de quien llama, compañía, teléfono de contacto y texto del mensaje
- Los mensajes recibidos le son transmitidos al cliente por correo electrónico y mensaje de texto al teléfono móvil.
- horas semanales en el módulo de trabajo no acumulables.
- Acceso a Internet

- Servicio de cafetería.

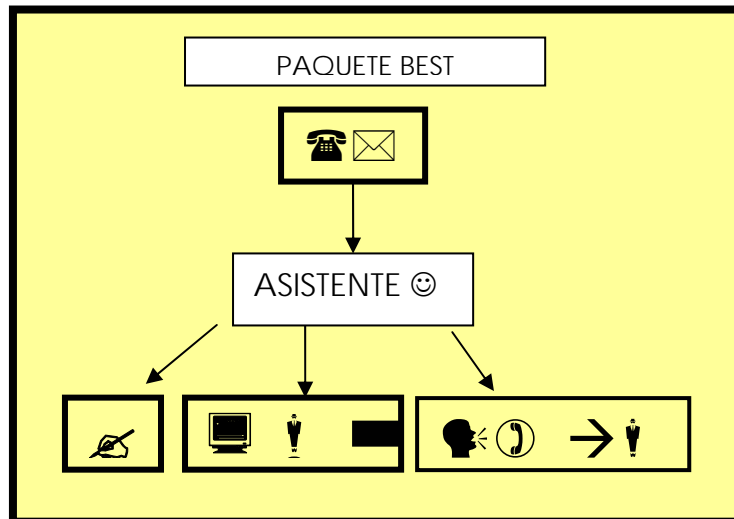


Figura No. 2 Paquete Best

3.2.10.3 Paquete High Class \$ 340.000

- Confidencialidad
- Manejo de agenda
- Número telefónico **exclusivo** para el servicio, el cual se responde con el saludo que el cliente indique (nombre de la empresa u organización)
- Dirección comercial para recepción de correspondencia
- Recepción de Fax.
- Toma de mensajes suministrándole al cliente la siguiente información: nombre de quien llama, compañía, teléfono de contacto y texto del mensaje
- Los mensajes recibidos serán transmitidos al cliente por correo electrónico y mensaje de texto al teléfono móvil.
- 8 horas semanales en el módulo de trabajo no acumulables.
- Acceso a Internet
- Estación de café

- horas semanales de Salón VIP (Video beam, TV, DVD) no acumulables.

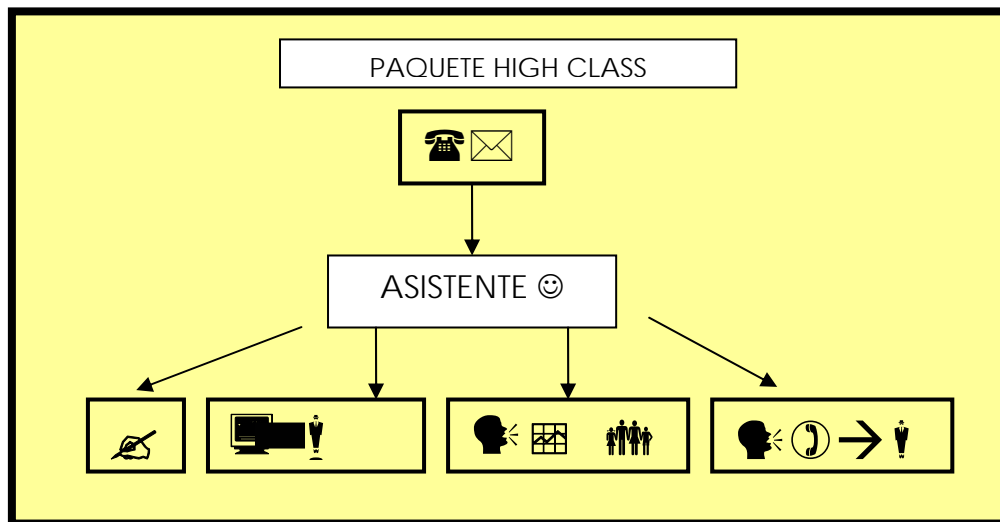


Figura No. 3 Paquete High Class

NOTA: Los servicios adicionales a los paquetes serán facturados independientemente al plan.

3.2.11 Estrategias de Servicio:

- Incorporación de clientes de manera personalizada, brindándole soluciones no sólo de tipo corporativo, el conocimiento que se tenga de las actividades de los clientes será una de las estrategias.
- Se buscará posicionar la empresa a través de sistemas de fidelización, tales como descuentos para redimir los servicios contratados con la oficina para contratos superiores a tres meses, seis meses y un año.
- Por tratarse de un servicio tan especializado, donde la cercanía con el cliente requiere la mayor capacidad de respuesta y confidencialidad por parte del personal, se reducirá la inclusión de nuevos clientes de acuerdo con su capacidad de pago.
- Se consolidará una base de datos personalizada, con el fin de conocer las fechas especiales, tratamientos médicos, miedos, gustos,

tipo de negocio que maneja, documentos y registros para cada uno de los clientes; lo que se pretende es utilizar la información para recordar fechas, documentos que deban entregar, diligencias que deban realizar y servir como tramitador de estos y muchos otros servicios permanentes o eventuales que se presenten.

- La calidad humana del equipo de trabajo, sorprenderá por la calidez y acogida que reciban todos los clientes; este trato especial, será una política que hace parte de la estrategia del servicio al cliente en la organización.

3.2.12 Plan de Ventas:

- Se dará inicio con una visita comercial, en la cual se presentará el brochure de la empresa, se ofrecerán los servicios anotando los beneficios que se adquieren al ingresar a la oficina virtual.
- Respondiendo al interés demostrado por parte del cliente, se tramitará la solicitud a través de un formulario, en el cual se le solicitan datos básicos y documentación que constate la legalidad de su ejercicio profesional, incluso, será necesario solicitar autorización para evaluar su sistema crediticio y verificar su cultura de pago.
- La oficina soportará y verificará toda la información requerida de los clientes para llevar unas estadísticas del tipo de servicios que tiene mayor demanda y aquellos que no.
- Bajo la denominación de alianza estratégica, se contactarán y se establecerán negocios en doble vía con hoteles y agencias de viajes; se pretende con esta asociación estratégica conocer información o referencias de personas, empresarios, negociantes que lleguen a la ciudad y que necesiten contar con los servicios de una oficina virtual

para concretar negocios, realizar entrevistas, fortalecer relaciones, entre otros.

- Por medio de la referenciación: El ingreso de un cliente, por medio de las referencias brindadas por uno activo, le permitirá al ya inscrito obtener un descuento en el pago del próximo mes.
- Se visitarán las universidades con el objeto de presentar la estructura de la oficina virtual y exponer los beneficios de apoyar a los estudiantes en la creación de empresa para lo cual la oficina virtual puede ser un gran aliado al permitirles bajar los costos iniciales.

3.2.13 Productos y/o Servicios

3.2.13.1 Concepto del Producto o Servicio

Principalmente, se ofrece un lugar confortable, elegante, exclusivo, dotado adecuadamente, limpio y seguro para que los ejecutivos y/o empresarios puedan desarrollar sus actividades de negocios. Los diferentes paquetes se encuentran explicados en el numeral 3.2.10.

3.3 ESTUDIO LEGAL

3.3.1 Constitución Legal de la Empresa

Para determinar esta se requirió realizar un proceso de análisis que permitió conocer las ventajas e inconvenientes de cada modelo, los requisitos y formalidades de cada figura, escogiendo finalmente la que más se acomodará a los factores iniciales de la iniciativa, como el dinero a invertir, responsabilidad frente a terceros, número de socios/promotores, fiscalidad, subvenciones entre otras, de tal forma que permita ejecutar las actividades propias del negocio como es la de realizar contratos, captar recursos

financieros, si no dispone de ellos, y ejercer derechos sobre los bienes o servicios que produce.

Se determinó la **Sociedad de Responsabilidad Limitada** como la forma jurídica más adecuada para el negocio.

Es importante conocer cuáles son los aspectos que hacen referencia a los gastos de constitución, procesos de tramitación, aspectos fiscales, protección de marcas o patentes, etc.

3.3.1.1 Características de Sociedad con Responsabilidad Limitada:

- i. Se constituyen por escritura pública.
- ii. Deberán constituirse mínimo con 2 socios, y no podrá tener más de 25.
 - Se determina que el número de socios para este emprendimiento es dos.
- iii. Responsabilidad limitada al monto del aporte.
- iv. Se puede identificar por razón, denominación social o en forma mixta. El nombre de la sociedad será "razón social" si él se conforma con el nombre y/o apellido de uno o varios de sus socios y será "denominación social", si él hace referencia a la actividad que realiza.
- v. Los derechos de los socios se representan en cuotas sociales, las cuales tienen negociación restringida. Además, se debe respetar el derecho referencial que tienen los demás asociados para adquirirlas.
- vi. Negociación restringida de las cuotas sociales. Quien desee ceder en todo o en parte sus cuotas, las debe ofrecer primero a los demás asociados. Si éstos no desean adquirirlas, se ofrecen a un tercero al

cual los demás asociados deben aceptar. Si la sociedad no lo acepta, ésta debe proponer otra persona que las adquiera, de lo contrario debe proceder a disolverse y liquidarse o a excluir al asociado.

- vii. El capital social está constituido por los aportes iniciales de los socios declarado en el acto de constitución, el cual se podrá posteriormente aumentar, mediante nuevos aportes y reforma estatutaria.
- viii. Este capital se deberá dividir en cuotas sociales de igual valor nominal.
- ix. El capital social se integra con los aportes de los asociados, que deberá estar totalmente pagado en el momento de constituirse la sociedad. No se admiten pagos a plazo.

Estos aportes pueden consistir en:

Dinero efectivo

Bienes en especie, que deberán ser expresamente valorados con la aceptación de todos los socios.

Bienes muebles o inmuebles dados en usufructo, valorado éste y aceptado por todos los asociados.

Se puede, también, realizar aportes en industria, tales como el trabajo personal, el know how, secretos industriales etc., pero este aporte no formará parte del capital social.

- x. La responsabilidad de los socios se limita al monto del aporte.
- xi. Distribuye utilidades de cada ejercicio, en proporción al aporte y al liquidarse la sociedad, los activos remanentes, es decir los que resulten una vez pagadas las deudas, se adjudican a los asociados en proporción a las cuotas de capital.

- xii. El órgano máximo de administración es la junta de socios cuyas funciones básicas son las siguientes: Dirección general de la sociedad; constitución de reservas; consideración y aprobación de las cuentas, balances y estados financieros; determinación sobre la distribución de las utilidades y la forma de su pago; retiro y admisión de nuevos socios y otras que la ley y los estatutos determinen.
- xiii. El Representante legal es la persona que en los estatutos se determine y quien sea designado por la Junta de Socios. A él es a quien compete la celebración de contratos y la representación general de la sociedad, además de las funciones que la ley o los estatutos le señale.
Deberá nombrarse uno o varios suplentes que lo reemplacen en sus faltas transitorias o permanentes.
- xiv. En los estatutos se podrán establecer otros órganos de administración y de control, como por ejemplo una junta directiva y un revisor fiscal en cuya caso se deberá, también, establecer el modo de elección de sus miembros, su número, causales de remoción y las competencias.
- xv. La sociedad se disuelve cuando ocurren las causales establecidas en la ley o en los estatutos. Entre ellas, vencimiento del término de duración; decisión de los socios, tomada con el quórum mínimo favorable; decisión de autoridad competente (Superintendencia de sociedades o la Bancaria, según el caso, o por sentencias dictadas por los jueces); ocurrir pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del 50% del capital.
- xvi. A su régimen contable aplican las reglas del Código de Comercio y las del Reglamento General de la Contabilidad, decreto reglamentario 2649 de 1993.

3.3.1.2 Razón Social.

La razón social de la empresa será **V.O.C Virtual Office of Colombia Ltda.** como razón social de la empresa. Este nombre en inglés significa Oficinas Virtuales de Colombia y fue escogido teniendo en cuenta el tipo de negocio y el nicho del mercado al que apunta.

3.3.1.3 Objeto Social.

La empresa VOC tendrá como objeto social aprovisionamiento de espacios, tecnología, recurso humano, para facilitar la labor de los empresarios.

3.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL

3.4.1 Definición del Negocio

La empresa se encontrará en el negocio de los servicios. Suministrando al cliente confidencialidad, confort y prestigio en sus negocios.

3.4.2 Misión

Ser facilitadores de las labores de los empresarios, manteniendo una imagen exclusiva, de prestigio y éxito a cada uno de nuestros clientes.

3.4.3 Visión

En el 2012 seremos líderes en la prestación del servicio de oficinas virtuales en Colombia, con un servicio integral y con sentido humano.

3.4.4 Ventaja Competitiva

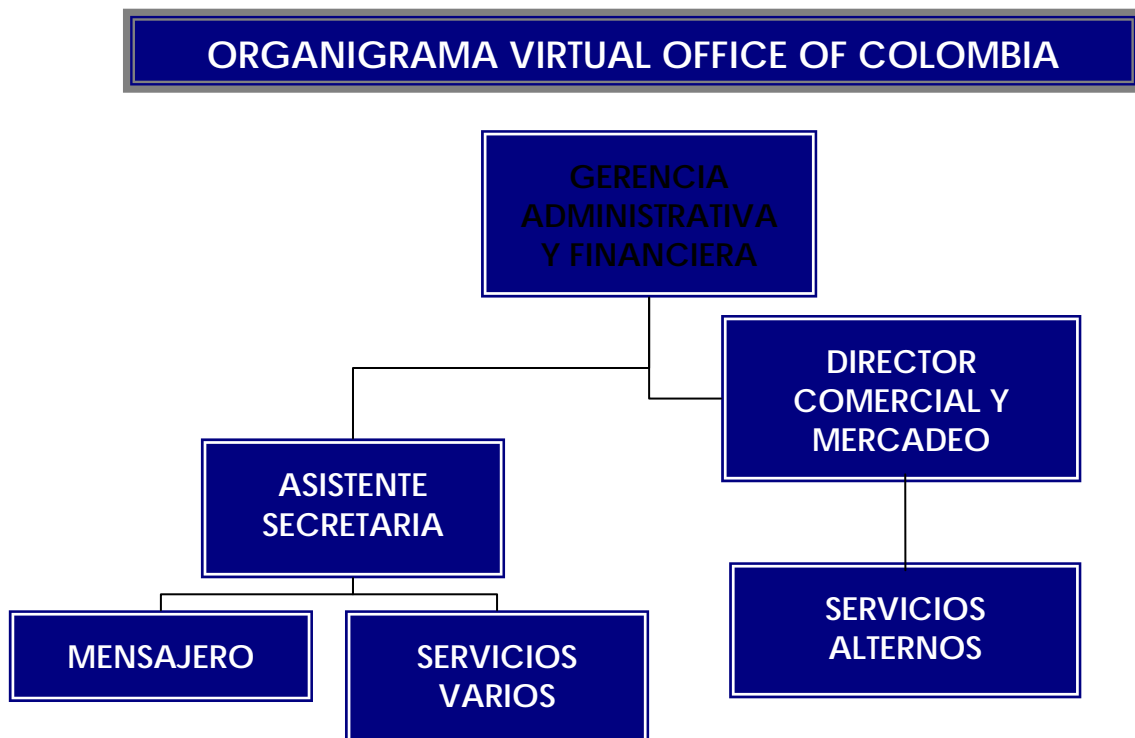
La ventaja frente a las otras oficinas virtuales existentes en el país, será la cercanía con los clientes, el conocimiento integral de sus necesidades, el negocio en el cual se desenvuelven y los aspectos relevantes que influyen de

una u otra forma en el éxito de sus negocios. Nuestros clientes se sentirán atendidos de una manera privilegiada.

3.4.5 Estructura Organizacional

La estructura organizacional de VOC Ltda. Se definirá bajo un esquema funcional y estará conformada por una Junta Directiva, Gerencia General, Director Comercial y Mercadeo, Asistente Secretaria, Mensajero y personal Servicios varios. La organización para su funcionamiento contará con la fuerza de trabajo de de los socios quienes serán los responsables del direccionamiento de la empresa. Se estima tercerizar varios de los procesos de apoyo (SERVICIOS EXTERNOS) como son auditoria, Contador, técnico en sistemas, traductora simultánea, abogado, servicios de alojamiento, de transporte.

El detalle de estas relaciones funcionales se ilustra en la siguiente figura "ORGANIGRAMA DE VOC Ltda".



A continuación se describen los cargos y funciones

- **Gerente Financiero y Administrativo:** Realizará funciones administrativas y se encargará de gestionar créditos con los bancos, financiación, sistemas de pago de los clientes, contabilidad, evaluación y planeación financiera, administración de recurso humano.
Asegurar el cumplimiento de los servicios pactados con los clientes.
Desarrollo de los informes periódicos de servicio.

- **Gerente Comercial y Mercadeo:** Responsable de las ventas y de las estrategias de mercadeo para posicionamiento de la empresa, fidelización, publicidad, negociaciones y/o alianzas estratégicas, es la cara que representa la O.V.

Adicionalmente, se contará con los servicios de:

- **Asistente:** Debe tener un perfil altamente competente, debe manejar a la perfección los programas pertinentes a la operación de la O.V. Sus funciones consistirán en operar la agenda de los clientes, comunicación directa con los clientes para transmisión de los mensajes, estará encargada de la administración y organización del archivo y de manejar eficazmente la correspondencia. Debe integrar y coordinar todo el sistema de información de los clientes, excelente manejo de las relaciones interpersonales, discreta, con alto sentido de la responsabilidad, honesta, dinámica, bien presentada y atenta. Bilingüe.

- **Mensajero:** Por tratarse de una persona clave en los servicios que ofrece la empresa, el mensajero debe tener alto sentido de

responsabilidad y puntualidad, recursivo, tener excelentes relaciones interpersonales, bien presentado, organizado, honesto, servicial, conocedor de las zonas y direcciones, horarios, entre otros dentro de la ciudad. Entre sus funciones están: pagos en entidades bancarias-financieras, envío y recogida de correspondencia y/o paquetes,

- auxiliar técnico en las reparaciones locativas que eventualmente surgen, entre otros.

- **Servicios Varios:** Los servicios de la persona se tomarán durante cinco días a la semana, ésta persona se contratará bajo la modalidad de prestación de servicios. Estará encargada del mantenimiento de la oficina atendiendo los requerimientos de limpieza, dotación de baños y cafetería, atención a clientes (tintos, agua, etc.).

- **Servicios Alternos:** Hay que tener en cuenta que no sólo se necesitará de una secretaria y un mensajero, sino que detrás de la prestación de los servicios se contemplará todo un esquema organizacional que estará a disposición permanentemente de la O.V.: Contador, Auditor, técnico en sistemas, traductora simultánea, abogado, servicios de alojamiento, de transporte. Se contratarán por prestación de servicios.

3.5 ESTUDIO AMBIENTAL

Teniendo en cuenta la naturaleza del negocio y los posibles implicaciones sobre el medio ambiente se determina que la afectación no es significativa.

Los desechos orgánicos, vidrio, plásticos y de papel serán organizados, almacenados y entregados al servicio de aseo del distrito cumpliendo con

las especificaciones y recomendaciones que en este sentido se han estipulado en pro de la conservación del medio ambiente.

3.6 ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero se efectuó a cinco años.

El nivel de inversión para una proyección a cinco años es de \$56.895.625. Este dato es el resultado de la investigación y análisis financiero realizado, el cual se muestra en la siguiente tabla.

W A C C	Montos	% Participacion	Costo	WACC
Rec. Propios	11.361.838	20%	22,00%	4,39%
Endeudamiento 1	45.533.788	80%	18,00%	14,41%
Total Recursos	56.895.625	100%		18,80%

Con un costo de capital promedio ponderado de 23,53% (WACC), se calcula el valor presente neto y la tasa interna de retorno del proyecto:

VPN: - \$ 30.756.299

TIR: Para el caso de estudio el flujo de caja no es convencional, razón por la cual no se puede tener en cuenta al evaluar este proyecto dejando como base del estudio únicamente el valor presente neto.

	TASA DE DESCUENTO	
VPN	18,80%	- 30.756.299
TIR	4,29%	

Se determina que con los gastos operacionales mensuales descritos en el ANEXO.3 no es viable el negocio de la oficina virtual al tiempo establecido de cinco años.

Se realiza ejercicio teniendo en cuenta el aporte del inmueble por parte de uno de los socios; esto debido a que este rubro es de los de mayor implicación en los costos fijos. Se determino que con este aporte los gastos operacionales hacen viable la propuesta a cinco años tiempo en el cual el **VPN = \$ 22.824.023.**

	TASA DE DESCUENTO	
VPN	18,80%	22.824.023
TIR	30,15%	

Para más detalles referirse al estudio financiero **ANEXO No. 3.**

3.7 RIESGOS

Los riesgos más importantes que pueden afectar el proyecto son:

- Cambio en la tasa de interés, debido a los préstamos que se adquieren para la financiación del proyecto.
- Variaciones en la tasa de cambio (revaluación), ya que entre los clientes potenciales se encuentran empresarios, comerciantes y personas naturales extranjeras.
- El alza en los servicios públicos.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Luego de haber realizado el estudio, se concluye que existe un mercado potencial suficiente como para capturar un porcentaje que permita la rentabilidad del negocio soportado eso si con unas condiciones financieras particulares.
- Se logro mediante este trabajo identificar la necesidad latente de este tipo de negocios y el interés que suscita dentro del grupo objetivo la posibilidad de hacer extensivas este tipo de oficinas.
- Se identificó que a pesar que en Bogotá existen oficinas de este tipo en servicio el conocimiento de la demanda potencial es deficiente y en algún porcentaje equivoco. La oficina virtual actualmente es relacionada con páginas que permiten realizar transacciones comerciales o bancarias. Se establece la necesidad de ejercer mayor fuerza en cuanto a publicidad y promoción de este tipo de producto resaltando ante todo sus beneficios.
- Financieramente el estudio concluyó que con las condiciones establecidas de aportes de capital y financiamiento no es viable al tiempo del estudio (cinco años), esto debido a que se tendrían un alto valor en el PyG de gastos de operación que afectarían de manera considerable la utilidad operacional.
- Se recomienda para la implementación de este negocio aumentar el aporte de los socios que constituyen la sociedad para la compra del inmueble donde se establecería el centro de negocios u oficina virtual. Esto permitiría disminuir los costos fijos en un alto porcentaje. En el

estudio se realizó el ejercicio contando con el inmueble como aporte inicial de los socios concluyendo que con la disminución sobre los gastos operacionales que esta implica el proyecto sería viable al tiempo del ejercicio.

5. BIBLIOGRAFÍA, CIBERGRAFIA Y/O REFERENCIAS

1. <http://www.sbscolombia.com>
2. <http://www.regus.com>
3. <http://www.hq.com>
4. <http://www.fronteravirtual.com.co>
5. <http://www.dane.gov.co>
6. <http://www.acodevi.com.co> //Acodevi (Asociación de venta directa en Colombia)
7. Manual Cómo Crear una Empresa de la Cámara de Comercio de Bogotá. 2007
8. Entrevista a la Dra. Evelyn Villaveces, empresaria de Oficina Virtual, realizada en el mes de abril de 2007.

ANEXO No. 1
FORMATO ENCUESTA

(Transcurso: 3 min.)

UNIVERSIDAD DE LA SALLE – BOGOTÁ

Nombre: _____ Ocupación: _____
Teléfono: _____ E-mail: _____

Saludo Cordial.

1. Usted es una persona: Empleada: ___ (suspender) Independiente ___ Ambas ___

2. ¿Usted necesita dentro de su desempeño profesional, los servicios de una oficina?
Sí ___ No ___ Porqué: _____ si la respuesta es No, pase a la 4.

3. ¿Si ya tiene una oficina, qué le gustaría mejorar? Ajustar costo: ___ Secretaria: ___ Ubicación: ___
Equipos: ___ Tecnología: ___ Otro, Cuál? _____

4. ¿Cuánto tiempo promedio necesitaría realmente estar en su oficina por día?
De 1 - 2 horas: ___ 3 - 5 horas: ___ 8 horas ó Mas: ___

5. ¿Cuál es el costo promedio mensual, que usted cree, representa tener una oficina?
\$ 600.000 - \$ 1'000.000: ___ \$ 1'100.000 - \$ 1'500.000: ___
\$ 1'600.000 - \$ 2'000.000: ___ Más de \$ 2'000.000: ___

6. ¿A qué otros servicios externos recurre usted con frecuencia?
Fotocopias: ___ Fax: ___ Impresión B&N: ___ Impres. Color: ___ Empastado: ___ DVD: ___ Sala de
Juntas: ___ Video Beam: ___ Mensajería: ___ Correo: ___ Info. Viajes: ___ Info. Transp.: ___ Internet:
___ Otro, Cuál: _____

7. ¿Usted sabe que es una oficina virtual? Sí ___ No ___

8. ¿Si la respuesta es Sí, qué tipo de servicios cree que ofrece la O. V. ? } _____

Oficina Virtual O.V. es ideal para quien no necesita un espacio físico permanente para desempeñar su trabajo o esta fuera de la ciudad o del país, pues le provee servicios tales como secretaria, número telefónico privado, Internet, fax, etc. A un menor costo de lo que le representaría tener su propia oficina.

9. ¿Usted estaría interesado en los servicios de una oficina virtual?
Sí ___ No ___ Porqué? _____

10. ¿En qué zona de Bogotá le gustaría que estuviera ubicada la oficina?
Centro Internacional ___ Chapinero ___ Entre Calles 72 y 93 ___ De 93 – 127 ___
Otra, Cuál? _____

Fin de la encuesta.

Datos Internos:

* ¿Conoce alguna persona profesional independiente o empresario, que necesite una oficina pero que no cuente con los recursos para sostenerla?

Sí ___ No ___ Si la respuesta es Sí, Favor proveer la siguiente información:

Nombre Completo: _____ Teléfonos: _____
Correo electrónico: _____ Ocupación: _____

A N E X O No. 2
B E N C H M A R K I N G

<u>OFICINAS VIRTUALES</u>	<u>Dirección Bog.</u>	<u>Teléfono</u>	<u>Web Site.</u>	<u>Servicios</u>	<u>Precios</u>	<u>Valor Agregado</u>	<u>Ventajas</u>
Frontera Virtual	Cra. 12 No. 90 - 19	251 28 00, 618 18 80 Bogotá	www.fronteravirtual.com.co	Oficinas amobladas x horas Sala de Juntas Apoyo secretarial Mensajería Sala de Audio y Videoconferencia Oficinas Virtuales	Oscila desde \$25,000 / hora de oficina, hasta \$600,000 / 40 horas	Posee tecnología de punta para manejar grandes volúmenes de llamadas	
REGUS HQ	Cl. 100 No. 8A - 57 Torre C, piso 10 World Trade Center Cra. 18 No. 86 A 14 Antiguo Country Cl. 114 No. 9 - 01 Torre A piso 11 Teleport	638 61 61, Bogotá	www.regus.com www.hq.com	Oficinas permanentes, temporales y virtuales. Salas de Reunión, Secretaria, Tecnología de Punta, Audio y Videoconferencia	No se especifican	Posibilidad de afiliación en línea. Difusión en inglés	750 Centros en 60 países Descuento del 5 % por adquirir la oficina en línea. Ofrecen videoconferencia
Smart Business Solutions	Calle 94 A No. 11A-66	6236662	www.sbscolombia.com	Impresión y mensajería de correspondencia, • Impresión y envío de Facturas, • Contabilidad, • Telemercadeo / Call Center,	No se especifican		Cuentan con profesionales e Investigación de Mercados. Sala de Eventos.

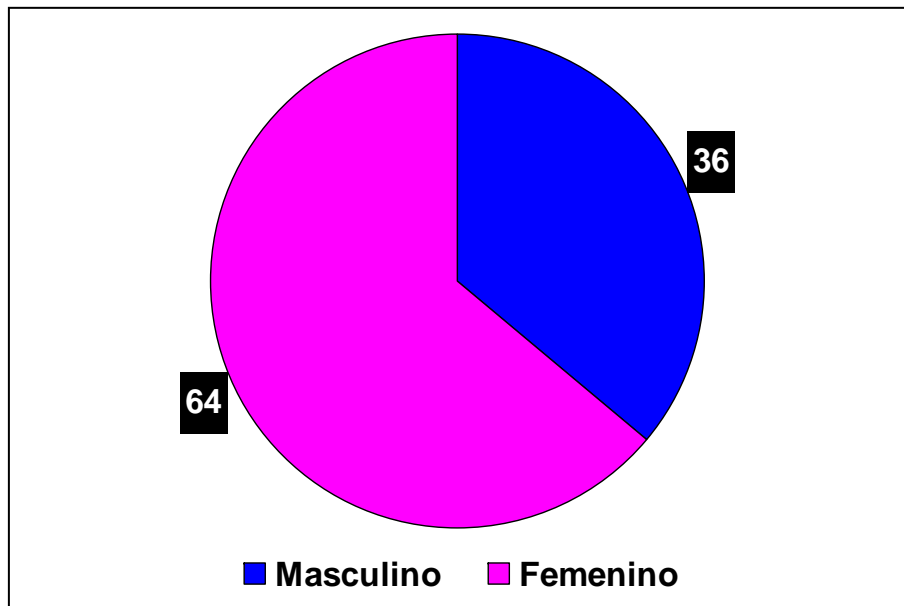
ANEXO No. 3
TABULACION ENCUESTA

ANEXO No. 4
GRAFICAS RESULTADOS ENCUESTAS

ENCUESTA OFICINA VIRTUAL

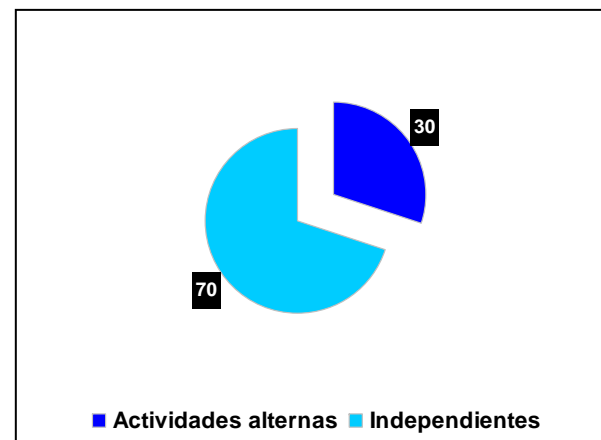
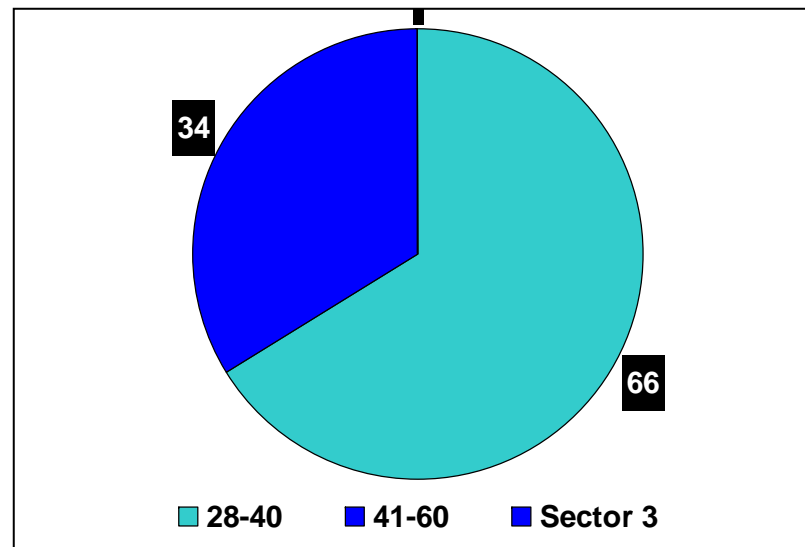
Datos Generales

Género



Datos dados en porcentaje

Edades



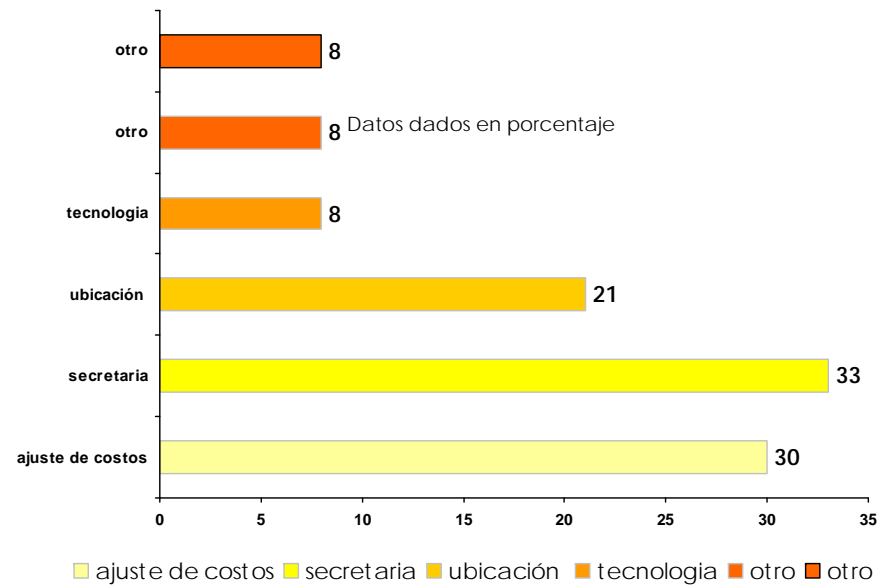
ENCUESTA OFICINA VIRTUAL

2. Usted necesita dentro de su desempeño profesional, los servicios de una oficina?



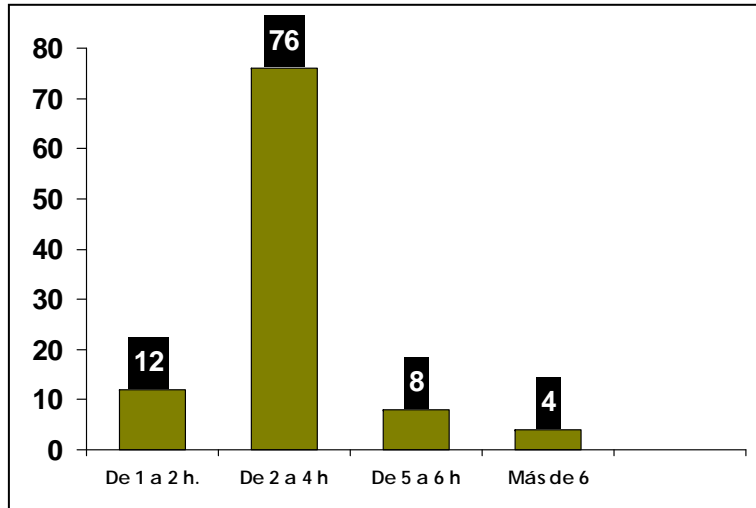
3. Si ya tiene una oficina qué le gustaría mejorar?

Número de Menciones
Total: 100

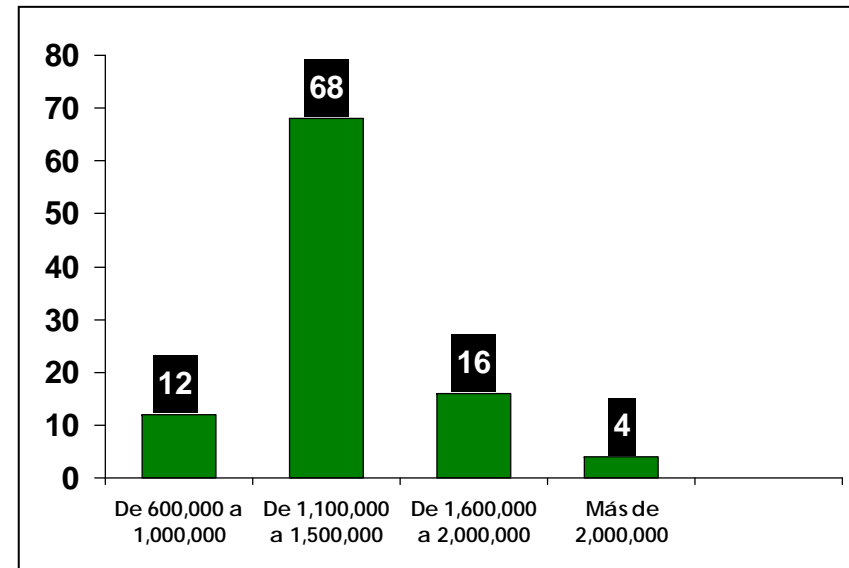


ENCUESTA OFICINA VIRTUAL

4. Cuanto tiempo promedio al día, necesitaría estar realmente en su oficina?



5.Cuál es el costo promedio que usted cree representa tener una oficina?

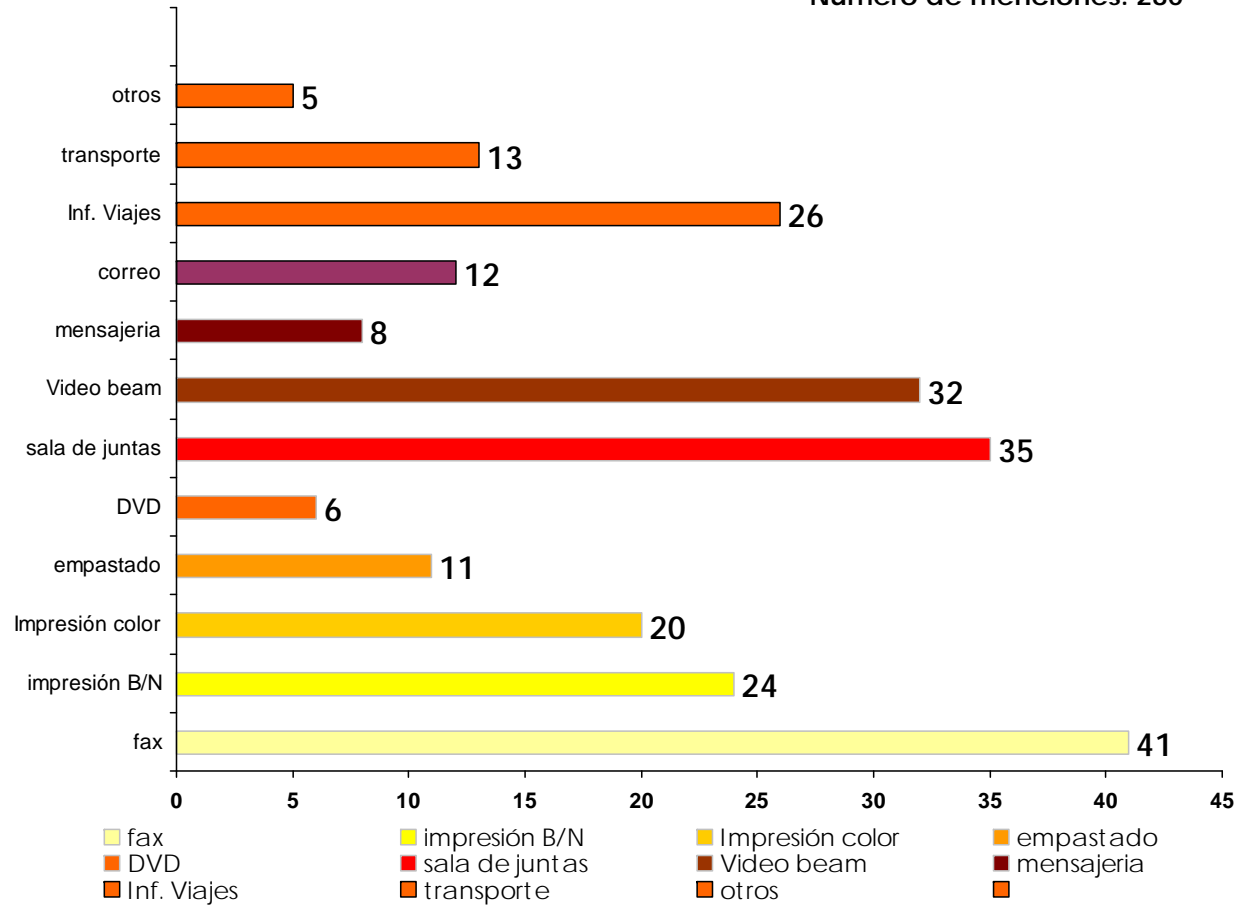


Datos dados en porcentaje

ENCUESTA OFICINA VIRTUAL

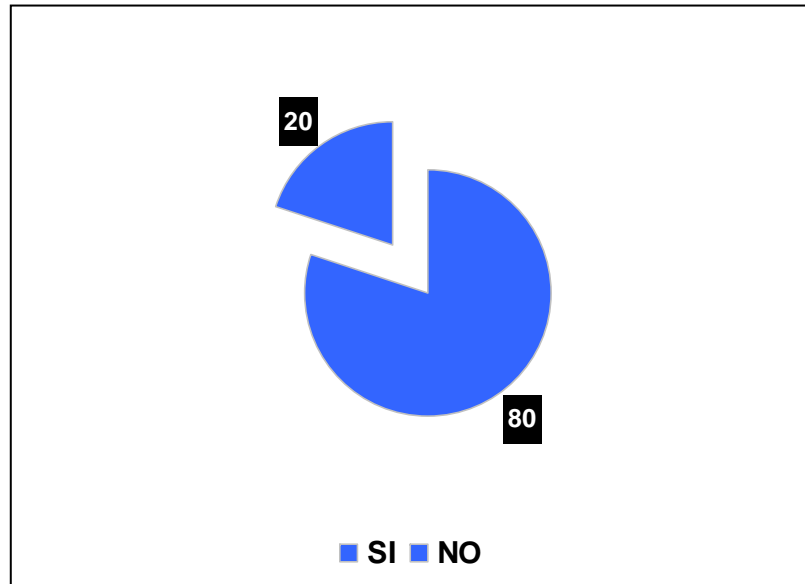
6. A qué servicios externos, recurre usted con frecuencia?

Numero de menciones: 280

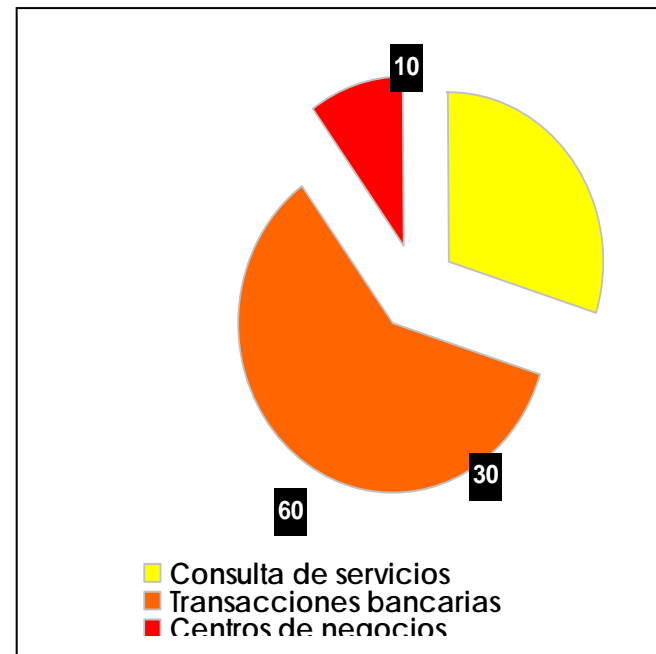


ENCUESTA OFICINA VIRTUAL

7. Usted sabe qué es una oficina virtual?



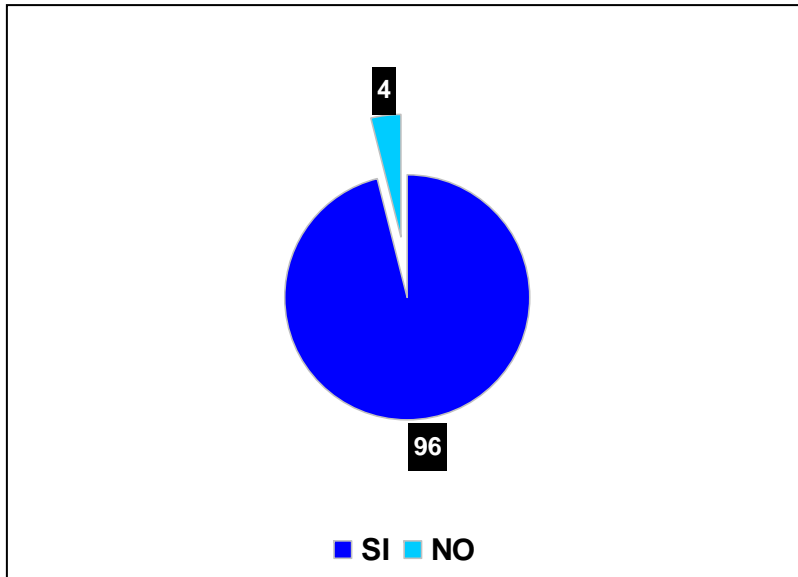
8. Asociación



Datos dados en porcentaje

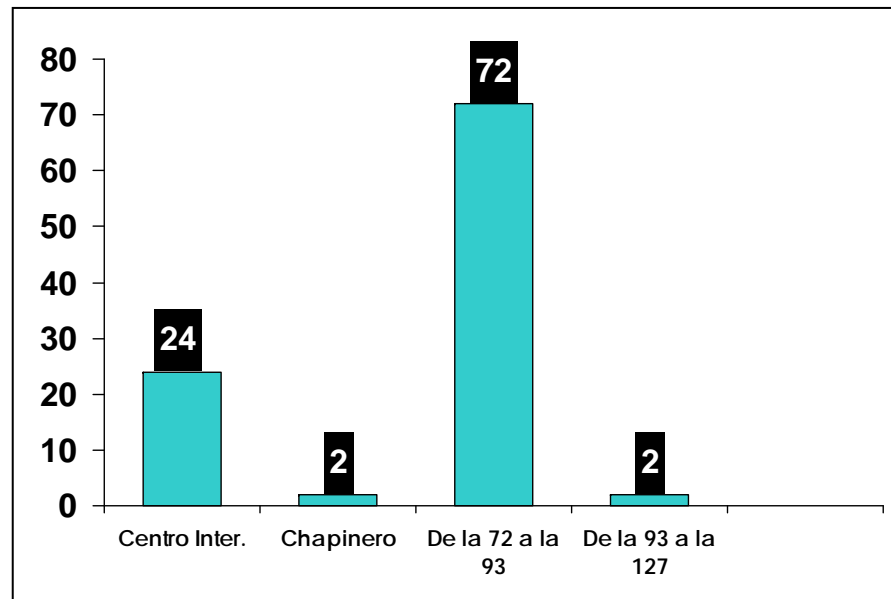
ENCUESTA OFICINA VIRTUAL

9. Usted estaría interesado en los servicios de una oficina virtual?



Datos dados en porcentaje

10. En qué zona de Bogotá le gustaría la ubicación de la oficina?



ANEXO No. 5
ESTUDIO FINANCIERO

PROYECTO OFICINAS VIRTUALES

NOMBRE DEL PROYECTO o EMPRESA	<i>VIRTUAL OFFICE OF COLOMBIA</i>
NOMBRE DEL PRODUCTO o SERVICIO	<i>PAQUETES OFICINAS VIRTUALES</i>
ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL NEGOCIO	<i>SERVICIOS EMPRESARIALES</i>
SITIO GEOGRÁFICO (UBICACIÓN)	<i>BOGOTA D.C</i>
ANIMO SOCIETARIO	<i>LTDA</i>

INDICADORES Y SUPUESTOS.

SUPUESTOS Y PROYECCIONES	INDICADORES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INFLACIÓN	Inflación	4,00%	5,00%	4,50%	4,50%	4,00%
PROYECCIÓN ANUAL DE VENTAS	Incremento de las Unidades a Vender	-	50,00%	30,00%	20,00%	10,00%
PLAZO DE VENTAS A CRÉDITO (DÍAS)	Días de plazo en Ventas a Crédito	15	15	15	15	15
PLAZO PROVEEDORES	Días de plazo para pago a Proveedores	15	15	15	15	15
TASA DE IMPUESTOS DE RENTA	Tasa Imporrenta	38.5%	38.5%	38.5%	38.5%	38.5%
INCREMENTO DEL SALARIO MINIMO	Incremento % smlmv	6,29%	6,00%	5,80%	5,50%	5,00%
SUBSIDIO DE TRANSPORTE MENSUAL	Valor del Subsidio de Transporte	50.800	53.848	56.971	60.105	63.110
SALARIO MINIMO MENSUAL	Valor del Salario Mínimo Mensual	433.700	459.722	486.386	513.137	538.794
IMPUESTO DE IND. Y COMERCIO	ICA	1%	1%	1%	1%	1%
RECURSOS PROPIOS	Aportes Socios	20%				
CREDITOS	Recursos Financiados	80%				

C O S T O S N O M I N A

NOMINA 1ER AÑO

SALARIOS					PRESTACIONES SOCIALES					SUBSIDIOS		SEGURIDAD SOCIAL					PARAFISCALES				
NOMBRE DEL CARGO	SALARIO BASICO MENSUAL	SUBTOTAL REMUNERACION	NUMERO DE EMPLEADOS	VALOR NOMINA BASE	CESANTIA	INT CESANTIA	PRIMA	VACACIONES	SUBTOTAL PRESTACIONES	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	TOTAL NOMINA	EPS	FPP	ARP	SUBTOTAL SEGURIDAD	CAJA	ICBF	SENA	SUBTOTAL PARAFISCALES	COSTOS MENSUALES	
GERENTES (Adm.Fin y Com.Mer)	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	2	\$ 3.000.000,00	\$ 249.900,00	\$ 2.499,00	\$ 249.900,00	\$ 124.800,00	\$ 627.099,00	\$ 0,00	\$ 3.627.099,00	\$ 255.000,00	\$ 348.900,00	\$ 15.660,00	\$ 619.560,00	\$ 120.000,00	\$ 90.000,00	\$ 60.000,00	\$ 348.000,00	\$ 270.000,00	\$ 4.516.659,00
SECRETARIA	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	1	\$ 700.000,00	\$ 58.310,00	\$ 583,10	\$ 58.310,00	\$ 29.120,00	\$ 146.323,10	\$ 50.800,00	\$ 897.123,10	\$ 59.500,00	\$ 81.410,00	\$ 3.654,00	\$ 144.564,00	\$ 28.000,00	\$ 21.000,00	\$ 14.000,00	\$ 63.000,00	\$ 1.104.687,10	
MENSAJERO	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00	1	\$ 480.000,00	\$ 39.984,00	\$ 399,84	\$ 39.984,00	\$ 19.968,00	\$ 100.335,84	\$ 50.800,00	\$ 631.135,84	\$ 40.800,00	\$ 55.824,00	\$ 2.505,60	\$ 99.129,60	\$ 19.200,00	\$ 14.400,00	\$ 9.600,00	\$ 43.200,00	\$ 773.465,44	
SERVICIOS VARIOS (Aseo, Cafeteria)	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00	1	\$ 480.000,00	\$ 39.984,00	\$ 399,84	\$ 39.984,00	\$ 19.968,00	\$ 100.335,84	\$ 50.800,00	\$ 631.135,84	\$ 40.800,00	\$ 55.824,00	\$ 2.505,60	\$ 99.129,60	\$ 19.200,00	\$ 14.400,00	\$ 9.600,00	\$ 43.200,00	\$ 773.465,44	
TOTALES SALARIOS BASE				\$ 4.660.000	\$388.178	\$3.882	\$388.178	\$193.856	\$974.094	\$152.400	\$ 5.786.493,78	\$ 396.100,00	\$ 541.958,00	\$ 24.325,20	\$ 962.383,20	186.400	139.800	93.200	419.400	7.168.277	

VALOR NOMINA MENSUAL AÑO 1. **\$ 7.168.277**

NOMINA AÑO 2

INFLACION PARA EL AÑO 2. **5,00%**

SALARIOS					PRESTACIONES SOCIALES					SUBSIDIOS		SEGURIDAD SOCIAL					PARAFISCALES				
NOMBRE DEL CARGO	SALARIO BASICO MENSUAL	SUBTOTAL REMUNERACION	NUMERO DE EMPLEADOS	VALOR NOMINA BASE	CESANTIA	INT CESANTIA	PRIMA	VACACIONES	SUBTOTAL PRESTACIONES	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	TOTAL NOMINA	EPS	FPP	ARP	SUBTOTAL SEGURIDAD	CAJA	ICBF	SENA	SUBTOTAL PARAFISCALES	COSTOS MENSUALES	
GERENTES (Adm.Fin y Com.Mer)	\$ 1.575.000	\$ 1.575.000	2	\$ 3.150.000	\$ 262.395	\$ 2.624	\$ 262.395	\$ 131.040	\$ 658.454	\$ 0	\$ 3.808.454	\$ 267.750	\$ 366.342	\$ 16.443	\$ 650.538	\$ 126.000	\$ 94.500	\$ 63.000	\$ 353.500	\$ 283.500	\$ 4.742.402
SECRETARIA	\$ 735.000	\$ 735.000	1	\$ 735.000	\$ 61.226	\$ 612	\$ 61.226	\$ 30.576	\$ 153.639	\$ 53.848	\$ 942.487	\$ 62.475	\$ 85.481	\$ 3.837	\$ 151.792	\$ 29.400	\$ 22.050	\$ 14.700	\$ 66.150	\$ 1.160.429	
MENSAJERO	\$ 504.000	\$ 504.000	1	\$ 504.000	\$ 41.983	\$ 420	\$ 41.983	\$ 20.966	\$ 105.353	\$ 53.848	\$ 663.201	\$ 42.840	\$ 58.619	\$ 2.631	\$ 104.088	\$ 20.160	\$ 15.120	\$ 10.080	\$ 45.360	\$ 812.647	
SERVICIOS VARIOS (Aseo, Cafeteria)	\$ 504.000	\$ 504.000	1	\$ 504.000	\$ 41.983	\$ 420	\$ 41.983	\$ 20.966	\$ 105.353	\$ 53.848	\$ 663.201	\$ 42.840	\$ 58.619	\$ 2.631	\$ 104.088	\$ 20.160	\$ 15.120	\$ 10.080	\$ 45.360	\$ 812.647	
TOTALES SALARIOS BASE				\$ 4.893.000	\$ 407.587	\$ 4.076	\$ 407.587	\$ 203.549	\$ 1.022.798	\$ 161.544	\$ 6.077.342	\$ 415.905	\$ 569.056	\$ 25.541	\$ 1.010.502	\$ 195.720	\$ 146.790	\$ 97.850	\$ 440.370	\$ 7.528.215	

VALOR NOMINA MENSUAL AÑO 2. **\$ 7.528.215**

NOMINA AÑO 3

INFLACION PARA EL AÑO 3. **4,50%**

SALARIOS					PRESTACIONES SOCIALES					SUBSIDIOS		SEGURIDAD SOCIAL					PARAFISCALES				
NOMBRE DEL CARGO	SALARIO BASICO MENSUAL	SUBTOTAL REMUNERACION	NUMERO DE EMPLEADOS	VALOR NOMINA BASE	CESANTIA	INT CESANTIA	PRIMA	VACACIONES	SUBTOTAL PRESTACIONES	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	TOTAL NOMINA	EPS	FPP	ARP	SUBTOTAL SEGURIDAD	CAJA	ICBF	SENA	SUBTOTAL PARAFISCALES	COSTOS MENSUALES	
GERENTES (Adm.Fin y Com.Mer)	\$ 1.645.875	\$ 1.645.875	2	\$ 3.291.750	\$ 274.203	\$ 2.742	\$ 274.203	\$ 136.937	\$ 688.084	\$ 0,00	\$ 3.979.834,38	\$ 279.798,75	\$ 382.830,53	\$ 17.182,94	\$ 679.812,21	\$ 131.670,00	\$ 98.752,50	\$ 65.835,00	\$ 296.257,50	\$ 4.955.904,09	
SECRETARIA	\$ 768.075	\$ 768.075	1	\$ 768.075	\$ 63.981	\$ 640	\$ 63.981	\$ 31.952	\$ 160.553	\$ 56.971	\$ 985.599,21	\$ 65.286,38	\$ 89.327,12	\$ 4.009,35	\$ 158.622,85	\$ 30.723,00	\$ 23.042,25	\$ 15.361,50	\$ 69.126,75	\$ 1.213.348,80	
MENSAJERO	\$ 526.680	\$ 526.680	1	\$ 526.680	\$ 43.872	\$ 439	\$ 43.872	\$ 21.910	\$ 110.094	\$ 56.971	\$ 693.744,68	\$ 44.767,80	\$ 61.252,89	\$ 2.749,27	\$ 108.789,95	\$ 21.067,20	\$ 15.800,40	\$ 10.533,60	\$ 47.401,20	\$ 949.915,84	
SERVICIOS VARIOS (Aseo, Cafeteria)	\$ 526.680	\$ 526.680	1	\$ 526.680	\$ 43.872	\$ 439	\$ 43.872	\$ 21.910	\$ 110.094	\$ 56.971	\$ 693.744,68	\$ 44.767,80	\$ 61.252,89	\$ 2.749,27	\$ 108.789,95	\$ 21.067,20	\$ 15.800,40	\$ 10.533,60	\$ 47.401,20	\$ 949.915,84	
TOTALES SALARIOS BASE				\$ 5.113.185	\$ 425.928	\$ 4.259	\$ 425.928	\$ 212.708	\$ 1.068.824	\$ 170.914	\$ 6.352.923	\$ 434.621	\$ 594.663	\$ 26.691	\$ 1.055.973	\$ 204.527	\$ 153.396	\$ 102.264	\$ 460.187	\$ 7.869.085	

VALOR NOMINA MENSUAL AÑO 3. **\$ 7.869.085**

NOMINA AÑO 4

INFLACION PARA EL AÑO 4. **4,50%**

SALARIOS					PRESTACIONES SOCIALES					SUBSIDIOS		SEGURIDAD SOCIAL					PARAFISCALES				
NOMBRE DEL CARGO	SALARIO BASICO MENSUAL	SUBTOTAL REMUNERACION	NUMERO DE EMPLEADOS	VALOR NOMINA BASE	CESANTIA	INT CESANTIA	PRIMA	VACACIONES	SUBTOTAL PRESTACIONES	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	TOTAL NOMINA	EPS	FPP	ARP	SUBTOTAL SEGURIDAD	CAJA	ICBF	SENA	SUBTOTAL PARAFISCALES	COSTOS MENSUALES	
GERENTES (Adm.Fin y Com.Mer)	\$ 1.719.939	\$ 1.719.939	2	\$ 3.439.879	\$ 286.542	\$ 2.866	\$ 286.542	\$ 143.099	\$ 719.048	\$ 0	\$ 4.158.927	\$ 292.390	\$ 400.059	\$ 17.956	\$ 710.404	\$ 137.599	\$ 103.196	\$ 68.798	\$ 309.589	\$ 5.178.920	
SECRETARIA	\$ 802.638	\$ 802.638	1	\$ 802.638	\$ 66.960	\$ 669	\$ 66.960	\$ 33.390	\$ 167.776	\$ 60.105	\$ 1.030.521	\$ 68.224	\$ 93.340	\$ 4.190	\$ 165.761	\$ 32.100	\$ 24.079	\$ 16.055	\$ 72.231	\$ 1.268.519	
MENSAJERO	\$ 550.381	\$ 550.381	1	\$ 550.381	\$ 45.847	\$ 458	\$ 45.847	\$ 22.896	\$ 115.048	\$ 60.105	\$ 725.533	\$ 46.780	\$ 64.009	\$ 2.873	\$ 113.689	\$ 22.010	\$ 16.511	\$ 11.008	\$ 49.534	\$ 888.732	
SERVICIOS VARIOS (Aseo, Cafeteria)	\$ 550.381	\$ 550.381	1	\$ 550.381	\$ 45.847	\$ 458	\$ 45.847	\$ 22.896	\$ 115.048	\$ 60.105	\$ 725.533	\$ 46.780	\$ 64.009	\$ 2.873	\$ 113.689	\$ 22.010	\$ 16.511	\$ 11.008	\$ 49.534	\$ 888.732	
TOTALES SALARIOS BASE				\$ 5.343.278,33	\$ 445.095,08	\$ 4.450,95	\$ 445.095,08	\$ 222.280,38	\$ 1.116.921,50	\$ 180.313,80	\$ 6.640.513,62	\$ 454.178,66	\$ 621.423,27	\$ 27.891,91	\$ 1.103.493,84	\$ 213.731,13	\$ 160.298,35	\$ 106.865,57	\$ 480.895,05	\$ 8.224.902,51	

VALOR NOMINA MENSUAL AÑO 4. **\$ 8.224.903**

NOMINA AÑO 5

INFLACION PARA EL AÑO 5. **4,00%**

SALARIOS					PRESTACIONES SOCIALES					SUBSIDIOS		SEGURIDAD SOCIAL					PARAFISCALES				
NOMBRE DEL CARGO	SALARIO BASICO MENSUAL	SUBTOTAL REMUNERACION	NUMERO DE EMPLEADOS	VALOR NOMINA BASE	CESANTIA	INT CESANTIA	PRIMA	VACACIONES	SUBTOTAL PRESTACIONES	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	TOTAL NOMINA	EPS	FPP	ARP	SUBTOTAL SEGURIDAD	CAJA	ICBF	SENA	SUBTOTAL PARAFISCALES	COSTOS MENSUALES	
GERENTES (Adm.Fin y Com.Mer)	\$ 1.797.337	\$ 1.797.337	2	\$ 3.594.673	\$ 299.436	\$ 2.994	\$ 299.436	\$ 149.538	\$ 751.406	\$ 0	\$ 4.346.079	\$ 305.547	\$ 418.061	\$ 18.764	\$ 742.372	\$ 143.797	\$ 107.840	\$ 71.893	\$ 323.521	\$ 5.411.971	
SECRETARIA	\$ 838.757	\$ 838.757	1	\$ 838.757	\$ 69.866	\$ 699	\$ 69.866	\$ 34.892	\$ 175.328	\$ 63.110	\$ 1.077.195	\$ 71.204	\$ 97.547	\$ 4.378	\$ 173.220	\$ 33.550	\$ 25.163	\$ 16.775	\$ 75.488	\$ 1.325.003	
MENSAJERO	\$ 575.148	\$ 575.148	1	\$ 575.148	\$ 47.910	\$ 479	\$ 47.910	\$ 23.926	\$ 120.226	\$ 63.110	\$ 758.482	\$ 48.888	\$ 66.890	\$ 3.002	\$ 118.780	\$ 23.008	\$ 17.254	\$ 11.503	\$ 51.763	\$ 929.025	
SERVICIOS VARIOS (Aseo, Cafeteria)	\$ 575.148	\$ 575.148	1	\$ 575.148	\$ 47.910	\$ 479	\$ 47.910	\$ 23.926	\$ 120.226	\$ 63.110	\$ 758.482	\$ 48.888	\$ 66.890	\$ 3.002	\$ 118.780	\$ 23.008	\$ 17.254	\$ 11.503	\$ 51.763	\$ 929.025	
TOTALES SALARIOS BASE				\$ 5.583.726	\$ 465.124	\$ 4.651	\$ 465.124	\$ 232.283	\$ 1.167.183	\$ 189.329	\$ 6.940.238	\$ 474.617	\$ 649.387	\$ 29.147	\$ 1.153.151	\$ 223.349	\$ 167.512	\$ 111.675	\$ 502.535	\$ 8.595.925	

VALOR NOMINA MENSUAL AÑO 5. **\$ 8.595.925**

I N S U M O S

INFLACION	4,00%		
INSUMOS			
SERVICIOS			
PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
PAQUETE GENIUS	1	\$ 32.200	\$ 386.400
PAQUETE BEST	1	\$ 51.200	\$ 614.400
PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 70.200	\$ 842.400
TOTALES		\$ 153.600	\$ 1.843.200
SERVICIOS TERCERIZADOS			
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Mantenimiento Equipos	1	\$ 60.000	\$ 720.000
TOTALES		\$ 160.000	\$ 1.920.000
SERVICIOS GENERALES			
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de Agua	1	\$ 180.000	\$ 2.160.000
Servicio de Energia	1	\$ 110.000	\$ 1.320.000
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Gastos de Papeleria	1	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Arrendamiento Inmueble	1	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 70.000	\$ 840.000
TOTALES		\$ 3.200.000	\$ 38.400.000
TOTAL DE INSUMOS MENSUALES		\$ 3.513.600	
TOTAL INSUMOS ANUALES		\$ 42.163.200	

INFLACION	5,00%		
INSUMOS			
SERVICIOS			
PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
PAQUETE GENIUS	1	\$ 33.810	\$ 405.720
PAQUETE BEST	1	\$ 53.760	\$ 645.120
PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 73.710	\$ 884.520
TOTALES		\$ 161.280	\$ 1.935.360
SERVICIOS TERCERIZADOS			
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 105.000	\$ 1.260.000
Mantenimiento Equipos	1	\$ 63.000	\$ 756.000
TOTALES		\$ 168.000	\$ 2.016.000
SERVICIOS GENERALES			
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de Agua	1	\$ 189.000	\$ 2.268.000
Servicio de Energia	1	\$ 115.500	\$ 1.386.000
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 630.000	\$ 7.560.000
Gastos de Papeleria	1	\$ 126.000	\$ 1.512.000
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 126.000	\$ 1.512.000
Arrendamiento Inmueble	1	\$ 2.100.000	\$ 25.200.000
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 73.500	\$ 882.000
TOTALES		\$ 3.360.000	\$ 40.320.000
TOTAL DE INSUMOS MENSUALES		\$ 3.689.280	
TOTAL INSUMOS ANUALES		\$ 44.271.360	

PRIMER AÑO

SEGUNDO AÑO

T E R C E R O A Ñ O	INFLACION	4,50%		
	INSUMOS			
	SERVICIOS			
	PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
	PAQUETE GENIUS	1	\$ 35.331	\$ 423.977
	PAQUETE BEST	1	\$ 56.179	\$ 674.150
	PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 77.027	\$ 924.323
	TOTALES		\$ 168.538	\$ 2.022.451
	SERVICIOS TERCERIZADOS			
	ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 109.725	\$ 1.316.700	
Mantenimiento Equipos	1	\$ 65.835	\$ 790.020	
TOTALES		\$ 175.560	\$ 2.106.720	
SERVICIOS GENERALES				
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL	
Servicio de Agua	1	\$ 197.505	\$ 2.370.060	
Servicio de Energia	1	\$ 120.698	\$ 1.448.370	
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 658.350	\$ 7.900.200	
Gastos de Papeleria	1	\$ 131.670	\$ 1.580.040	
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 131.670	\$ 1.580.040	
Arrendamiento Inmueble	1	\$ 2.194.500	\$ 26.334.000	
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 76.808	\$ 921.690	
TOTALES		\$ 3.511.200	\$ 42.134.400	
TOTAL DE INSUMOS MENSUALES		\$ 3.855.298		
TOTAL INSUMOS ANUALES			\$ 46.263.571	

C U A R T O A Ñ O	INFLACION	4,50%		
	INSUMOS			
	SERVICIOS			
	PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
	PAQUETE GENIUS	1	\$ 36.921	\$ 443.056
	PAQUETE BEST	1	\$ 58.707	\$ 704.487
	PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 80.493	\$ 965.918
	TOTALES		\$ 176.122	\$ 2.113.462
	SERVICIOS TERCERIZADOS			
	ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 114.663	\$ 1.375.952	
Mantenimiento Equipos	1	\$ 68.798	\$ 825.571	
TOTALES		\$ 183.460	\$ 2.201.522	
SERVICIOS GENERALES				
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL	
Servicio de Agua	1	\$ 206.393	\$ 2.476.713	
Servicio de Energia	1	\$ 126.129	\$ 1.513.547	
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 687.976	\$ 8.255.709	
Gastos de Papeleria	1	\$ 137.595	\$ 1.651.142	
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 137.595	\$ 1.651.142	
Arrendamiento Inmueble	1	\$ 2.293.253	\$ 27.519.030	
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 80.264	\$ 963.166	
TOTALES		\$ 3.669.204	\$ 44.030.448	
TOTAL DE INSUMOS MENSUALES		\$ 4.028.786		
TOTAL INSUMOS ANUALES			\$ 48.345.432	

C U I N T O A N O

INFLACION 4,00%

INSUMOS

SERVICIOS

PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
PAQUETE GENIUS	1	\$ 38.398	\$ 460.779
PAQUETE BEST	1	\$ 61.056	\$ 732.667
PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 83.713	\$ 1.004.555
TOTALES		\$ 183.167	\$ 2.198.000

SERVICIOS TERCERIZADOS

ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 119.249	\$ 1.430.990
Mantenimiento Equipos	1	\$ 71.549	\$ 858.594
TOTALES		\$ 190.799	\$ 2.289.583

SERVICIOS GENERALES

ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de Agua	1	\$ 214.648	\$ 2.575.781
Servicio de Energia	1	\$ 131.174	\$ 1.574.089
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 715.495	\$ 8.585.937
Gastos de Papeleria	1	\$ 143.099	\$ 1.717.187
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 143.099	\$ 1.717.187
Arrendamiento Inmueble	1	\$ 2.384.983	\$ 28.619.791
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 83.474	\$ 1.001.693
TOTALES		\$ 3.815.972	\$ 45.791.666

TOTAL DE INSUMOS MENSUALES	\$ 4.189.937
TOTAL INSUMOS ANUALES	\$ 50.279.249

I N V E R S I O N

		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fija:	Vida Util						
COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES	5	36.300.000					
MUEBLES Y ENSERES	5	5.250.000					
Intangibles							
ESTUDIO DE MERCADOS	5	100.000					
DISEÑOS Y MODELOS	5	1.050.000					
GASTOS DE ADECUACIÓN LOCAL	5	2.500.000					
REGISTROS DE MARCA	5	1.000.000					
SOFTWARE	5	6.000.000					
HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS	5	800.000					
SEGUROS (Todo Concepto)	5	1.750.000					
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	5	570.000					
	Ciclo Operativo						
Inversión en Capital de Trabajo	1,5	1.575.625	2.481.609	3.111.938	3.423.132	4.092.286	-
			905.984	630.329	311.194	669.154	- 4.092.286
Depreciación		-	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000
COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES			7.260.000	7.260.000	7.260.000	7.260.000	7.260.000
MUEBLES Y ENSERES			1.050.000	1.050.000	1.050.000	1.050.000	1.050.000
Amortización:			2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000
ESTUDIO DE MERCADOS			20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
DISEÑOS Y MODELOS			210000	210000	210000	210000	210000
GASTOS DE ADECUACIÓN LOCAL			500000	500000	500000	500000	500000
REGISTROS DE MARCA			200000	200000	200000	200000	200000
SOFTWARE			1200000	1200000	1200000	1200000	1200000
HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS			160000	160000	160000	160000	160000
SEGUROS (Todo Concepto)			350000	350000	350000	350000	350000
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			114000	114000	114000	114000	114000

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas en Unidades						
PAQUETE GENIUS		190	285	342	376	414
PAQUETE BEST		65	98	117	129	142
PAQUETE HIGH CLASS		45	68	81	89	98
Precio de Ventas por Unidad						
PAQUETE GENIUS		230.000	241.500	252.368	263.724	274.273
PAQUETE BEST		280.000	294.000	307.230	321.055	333.898
PAQUETE HIGH CLASS		340.000	357.000	373.065	389.853	405.447
Costos Variables por Unidad						
PAQUETE GENIUS		32200	33.810	35.331	35.331	38.398
PAQUETE BEST		51200	53.760	56.179	56.179	61.056
PAQUETE HIGH CLASS		70200	73.710	77.027	77.027	83.713
Costos Fijos						
GERENTE ADM. Y FIN.		27.099.954	28.454.952	29.735.425	31.073.519	32.471.827
GERENTE COM. Y MER.		27.099.954	28.454.952	29.735.425	31.073.519	32.471.827
SECRETARIA		13.256.245	13.925.153	14.560.186	15.222.231	15.910.837
MENSAJERO		9.281.585	9.751.761	10.198.990	10.664.781	11.148.303
SERVICIOS VARIOS (Aseo, Cafeteria)		9.281.585	9.751.761	10.198.990	10.664.781	11.148.303
AMORTIZACIONES		2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000
DEPRECIACIONES		8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000
SERVICIOS TERCERIZADOS		1.920.000	2.016.000	2.106.720	2.201.522	2.289.583
SERVICIOS GENERALES		38.400.000	40.320.000	42.134.400	44.030.448	45.791.666

P y G

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	95.830.000	158.067.000	198.216.018	227.849.313	260.659.614
Costo Variable de Ventas Paquete Genius	6.118.000	9.635.850	12.083.356	13.291.691	15.889.951
Costo Variable de Ventas Paquete Best	3.328.000	5.241.600	6.572.966	7.230.263	8.643.635
Costo Variable de Ventas Paquete High Class	3.159.000	4.975.425	6.239.183	6.863.101	8.204.700
Depreciaciones	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000
Utilidad Bruta	74.915.000	129.904.125	165.010.513	192.154.257	219.611.327
Gastos de Operación	129.093.324	135.428.578	141.424.135	146.387.723	153.297.739
GERENTE ADM. Y FIN.	27.099.954	28.454.952	29.735.425	31.073.519	32.471.827
GERENTE COM. Y MER.	27.099.954	28.454.952	29.735.425	31.073.519	32.471.827
SECRETARIA	13.256.245	13.925.153	14.560.186	13.925.153	15.222.231
MENSAJERO	9.281.585	9.751.761	10.198.990	10.664.781	11.148.303
SERVICIOS VARIOS (Aseo, Cafeteria)	9.281.585	9.751.761	10.198.990	10.664.781	11.148.303
SERVICIOS TERCERIZADOS	1.920.000	2.016.000	2.106.720	2.201.522	2.289.583
SERVICIOS GENERALES	38.400.000	40.320.000	42.134.400	44.030.448	45.791.666
AMORTIZACIONES	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000
Utilidad Operacional	- 54.178.324	- 5.524.453	23.586.378	45.766.533	66.313.588
Gastos Financieros					
Utilidad Antes de Impuestos	- 54.178.324	- 5.524.453	23.586.378	45.766.533	66.313.588
Impuestos			9.080.756	17.620.115	25.530.732
Utilidad Despues de Impuestos	- 54.178.324	- 5.524.453	14.505.622	28.146.418	40.782.857

38,5%

F L U J O D E C A J A

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Operativo:	-	43.114.324	5.539.547	25.569.622	39.210.418	51.846.857
Utilidad Antes de Impuestos	-	54.178.324	5.524.453	23.586.378	45.766.533	66.313.588
Pago de Impuestos					9.080.756	17.620.115
+ Depreciaciones		8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000
+ Amortizaciones		2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000
- Flujo de Inversiones:	56.895.625	1.575.625	2.481.609	3.111.938	3.423.132	4.092.286
COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES	36.300.000					
MUEBLES Y ENSERES	5.250.000					
INTANGIBLES	13.770.000					
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	1575625	1.575.625	2.481.609	3.111.938	3.423.132	4.092.286
+ Flujo Residual:	-	-	-	-	-	10.093.486
COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES						6.000.000
MUEBLES Y ENSERES						1.200
Recuperación del Capital de Trabajo						4.092.286
Flujo Neto de Caja	- 56.895.625	- 44.689.949	3.057.938	22.457.684	35.787.286	57.848.057

25.530.732

TASA DE DESCUENTO

VPN	18,80%	- 30.756.299
TIR	4,29%	

D E U D A

RECURSOS P	MES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Retorno esperado	22%											
Monto												
RECURSOS P												

Endeudamiento 1	Alternativa											
Tasa de Interes	18% MV	18%										
Monto	45.533.788	45.533.788	44.268.960	43.004.133	41.739.305	40.474.478	39.209.650	37.944.823	36.679.995	35.415.168	34.150.341	32.885.513
Amortizacion	3 años mensual	36	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827
F GARANTIA	2%	\$ 910.675,75										
Intereses			683.007	664.034	645.062	626.090	607.117	588.145	569.172	550.200	531.228	512.255
Total Pagos		- 44.623.112	1.947.834	1.928.862	1.909.889	1.890.917	1.871.945	1.852.972	1.834.000	1.815.027	1.796.055	1.777.083

TIR	1,63%	Tasa efectiva mensual
TASA	21,43%	EA

WACC	Montos	% Participacion	Costo	WACC
Rec. Propios	11.361.838	20%	22,00%	4,39%
Endeudamiento 1	45.533.788	80%	18,00%	14,41%
Total Recursos	56.895.625	100%		18,80%

	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
	31.620.686	30.355.858	29.091.031	27.826.203	26.561.376	25.296.549	24.031.721	22.766.894	21.502.066	20.237.239	18.972.411	17.707.584	16.442.757
	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827	1.264.827
		607.117											
	493.283	474.310	455.338	436.365	417.393	398.421	379.448	360.476	341.503	322.531	303.559	284.586	265.614
	1.758.110	1.739.138	1.720.165	1.701.193	1.682.220	1.663.248	1.644.276	1.625.303	1.606.331	1.587.358	1.568.386	1.549.414	1.530.441

**ESTUDIO FINANCIERO
APORTE DE INMUEBLE**

I N S U M O S

INFLACION	4,00%		
INSUMOS			
SERVICIOS			
PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
PAQUETE GENIUS	1	\$ 32.200	\$ 386.400
PAQUETE BEST	1	\$ 51.200	\$ 614.400
PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 70.200	\$ 842.400
TOTALES		\$ 153.600	\$ 1.843.200
SERVICIOS TERCERIZADOS			
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Mantenimiento Equipos	1	\$ 60.000	\$ 720.000
TOTALES		\$ 160.000	\$ 1.920.000
SERVICIOS GENERALES			
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de Agua	1	\$ 180.000	\$ 2.160.000
Servicio de Energia	1	\$ 110.000	\$ 1.320.000
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Gastos de Papeleria	1	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Arrendamiento Inmueble	1		\$ 0
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 70.000	\$ 840.000
TOTALES		\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
TOTAL DE INSUMOS MENSUALES		\$ 1.513.600	
TOTAL INSUMOS ANUALES		\$ 18.163.200	

INFLACION	5,00%		
INSUMOS			
SERVICIOS			
PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
PAQUETE GENIUS	1	\$ 33.810	\$ 405.720
PAQUETE BEST	1	\$ 53.760	\$ 645.120
PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 73.710	\$ 884.520
TOTALES		\$ 161.280	\$ 1.935.360
SERVICIOS TERCERIZADOS			
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 105.000	\$ 1.260.000
Mantenimiento Equipos	1	\$ 63.000	\$ 756.000
TOTALES		\$ 168.000	\$ 2.016.000
SERVICIOS GENERALES			
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de Agua	1	\$ 189.000	\$ 2.268.000
Servicio de Energia	1	\$ 115.500	\$ 1.386.000
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 630.000	\$ 7.560.000
Gastos de Papeleria	1	\$ 126.000	\$ 1.512.000
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 126.000	\$ 1.512.000
Arrendamiento Inmueble	1		\$ 0
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 73.500	\$ 882.000
TOTALES		\$ 1.260.000	\$ 15.120.000
TOTAL DE INSUMOS MENSUALES		\$ 1.589.280	
TOTAL INSUMOS ANUALES		\$ 19.071.360	

TERCER AÑO	INFLACION	4,50%		
	INSUMOS			
	SERVICIOS			
	PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
	PAQUETE GENIUS	1	\$ 35.331	\$ 423.977
	PAQUETE BEST	1	\$ 56.179	\$ 674.150
	PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 77.027	\$ 924.323
	TOTALES		\$ 168.538	\$ 2.022.451
	SERVICIOS TERCERIZADOS			
	ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 109.725	\$ 1.316.700	
Mantenimiento Equipos	1	\$ 65.835	\$ 790.020	
TOTALES		\$ 175.560	\$ 2.106.720	
SERVICIOS GENERALES				
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL	
Servicio de Agua	1	\$ 197.505	\$ 2.370.060	
Servicio de Energia	1	\$ 120.698	\$ 1.448.370	
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 658.350	\$ 7.900.200	
Gastos de Papeleria	1	\$ 131.670	\$ 1.580.040	
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 131.670	\$ 1.580.040	
Arrendamiento Inmueble	1	\$ 0	\$ 0	
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 76.808	\$ 921.690	
TOTALES		\$ 1.316.700	\$ 15.800.400	
TOTAL DE INSUMOS MENSUALES		\$ 1.660.798		
TOTAL INSUMOS ANUALES		\$ 19.929.571		

CUARTO AÑO	INFLACION	4,50%		
	INSUMOS			
	SERVICIOS			
	PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
	PAQUETE GENIUS	1	\$ 36.921	\$ 443.056
	PAQUETE BEST	1	\$ 58.707	\$ 704.487
	PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 80.493	\$ 965.918
	TOTALES		\$ 176.122	\$ 2.113.462
	SERVICIOS TERCERIZADOS			
	ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 114.663	\$ 1.375.952	
Mantenimiento Equipos	1	\$ 68.798	\$ 825.571	
TOTALES		\$ 183.460	\$ 2.201.522	
SERVICIOS GENERALES				
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL	
Servicio de Agua	1	\$ 206.393	\$ 2.476.713	
Servicio de Energia	1	\$ 126.129	\$ 1.513.547	
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 687.976	\$ 8.255.709	
Gastos de Papeleria	1	\$ 137.595	\$ 1.651.142	
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 137.595	\$ 1.651.142	
Arrendamiento Inmueble	1	\$ 0	\$ 0	
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 80.264	\$ 963.166	
TOTALES		\$ 1.375.952	\$ 16.511.418	
TOTAL DE INSUMOS MENSUALES		\$ 1.735.533		
TOTAL INSUMOS ANUALES		\$ 20.826.402		

QUINTO AÑO	INFLACION	4,00%		
	INSUMOS			
	SERVICIOS			
	PRODUCTO	CANTIDAD	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
	PAQUETE GENIUS	1	\$ 38.398	\$ 460.779
	PAQUETE BEST	1	\$ 61.056	\$ 732.667
	PAQUETE HIGH CLASS	1	\$ 83.713	\$ 1.004.555
	TOTALES		\$ 183.167	\$ 2.198.000
	SERVICIOS TERCERIZADOS			
	ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL
Contabilidad	1	\$ 119.249	\$ 1.430.990	
Mantenimiento Equipos	1	\$ 71.549	\$ 858.594	
TOTALES		\$ 190.799	\$ 2.289.583	
SERVICIOS GENERALES				
ITEM	CANT	Vr. MENSUAL	VALOR ANUAL	
Servicio de Agua	1	\$ 214.648	\$ 2.575.781	
Servicio de Energia	1	\$ 131.174	\$ 1.574.089	
Servicio Telefonico e Internet	1	\$ 715.495	\$ 8.585.937	
Gastos de Papeleria	1	\$ 143.099	\$ 1.717.187	
Gastos Cafeteria y Aseo	1	\$ 143.099	\$ 1.717.187	
Arrendamiento Inmueble	1	\$ 0	\$ 0	
Gastos Administración y Vigilancia	1	\$ 83.474	\$ 1.001.693	
TOTALES		\$ 1.430.990	\$ 17.171.875	
TOTAL DE INSUMOS MENSUALES		\$ 1.804.955		
TOTAL INSUMOS ANUALES		\$ 21.659.458		

PROYECCIONES DE VENTAS MENSUALES Y ANUALES.

PROYECCION DE VENTAS - AÑO 1.

PRODUCTO	VENTA UNIDADES AÑO 1	PRECIO UNIDAD
PAQUETE GENIUS	190	230.000
PAQUETE BEST	65	280.000
PAQUETE HIGH CLASS	45	340.000

ITEM	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
PORCENTAJE DE VENTAS	2,00%	3,00%	5,00%	8,00%	10,00%	12,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	100,00%
PAQUETE GENIUS	4	6	10	15	19	23	19	19	19	19	19	19	190
PAQUETE BEST	1	2	3	5	7	8	7	7	7	7	7	7	65
PAQUETE HIGH CLASS	1	1	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	45
FACTURACION EXTRA-PAQUETES	372.600	558.900	931.500	1.490.400	1.863.000	2.235.600	1.863.000	1.863.000	1.863.000	1.863.000	1.863.000	1.863.000	18.630.000
TOTAL VENTAS MES \$	\$ 1.916.600	\$ 2.874.900	\$ 4.791.500	\$ 7.666.400	\$ 9.583.000	\$ 11.499.600	\$ 9.583.000	\$ 9.583.000	\$ 9.583.000	\$ 9.583.000	\$ 9.583.000	\$ 9.583.000	\$ 95.830.000

PROYECCION DE VENTAS - AÑO 2.

INFLACION PARA EL AÑO 2.	5,00%	
AUMENTO DE VENTAS EN UNIDADES AÑO 2.	50%	
PRODUCTO	VENTA UNIDADES AÑO 2	PRECIO UNIDAD
PAQUETE GENIUS	285	241.500
PAQUETE BEST	98	294.000
PAQUETE HIGH CLASS	68	357.000

ITEM	TOTAL
PAQUETE GENIUS	68.827.500
PAQUETE BEST	28.665.000
PAQUETE HIGH CLASS	24.097.500
FACTURACION EXTRA-PAQUETES	36.477.000
TOTAL VENTAS MES \$	\$ 158.067.000

PROYECCION DE VENTAS - AÑO 3.

INFLACION PARA EL AÑO 3.	4,50%
AUMENTO DE VENTAS EN UNIDADES AÑO 3.	20%

PRODUCTO	VENTA UNIDADES AÑO 2	PRECIO UNIDAD
PAQUETE GENIUS	342	252.368
PAQUETE BEST	117	307.230
PAQUETE HIGH CLASS	81	373.065

ITEM	TOTAL
PAQUETE GENIUS	86.309.685
PAQUETE BEST	35.945.910
PAQUETE HIGH CLASS	30.218.265
FACTURACION EXTRA-PAQUETES	45.742.158
TOTAL VENTAS MES \$	\$ 198.216.018

PROYECCION DE VENTAS - AÑO 4.

INFLACION PARA EL AÑO 4.	4,50%
AUMENTO DE VENTAS EN UNIDADES AÑO 4.	10%

PRODUCTO	VENTA UNIDADES AÑO 2	PRECIO UNIDAD
PAQUETE GENIUS	376	263.724
PAQUETE BEST	129	321.055
PAQUETE HIGH CLASS	89	389.853

ITEM	TOTAL
PAQUETE GENIUS	99.212.983
PAQUETE BEST	41.319.824
PAQUETE HIGH CLASS	34.735.896
FACTURACION EXTRA-PAQUETES	52.580.611
TOTAL VENTAS MES \$	\$ 227.849.313

PROYECCION DE VENTAS - AÑO 5.

INFLACION PARA EL AÑO 5.	4,00%
AUMENTO DE VENTAS EN UNIDADES AÑO 5.	10%

PRODUCTO	VENTA UNIDADES AÑO 2	PRECIO UNIDAD
PAQUETE GENIUS	414	274.273
PAQUETE BEST	142	333.898
PAQUETE HIGH CLASS	98	405.447

ITEM	TOTAL
PAQUETE GENIUS	113.499.652
PAQUETE BEST	47.269.878
PAQUETE HIGH CLASS	39.737.865
FACTURACION EXTRA-PAQUETES	60.152.219
TOTAL VENTAS MES \$	\$ 260.659.614

INVERSION INICIAL

ACTIVOS FIJOS

COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
COMPUTADORES DESKTOP	9	\$ 1.780.000	\$ 16.020.000
COMPUTADORES PORTATILES	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000
IMPRESORAS-FAX-ESCANER	2	\$ 650.000	\$ 1.300.000
ROUTER INHALAMBRICO	1	\$ 130.000	\$ 130.000
PLANTA TELEFONICA	1	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000
VIDEO BEAM	2	\$ 1.600.000	\$ 3.200.000
TELEVISOR PLASMA 32"	2	\$ 2.900.000	\$ 5.800.000
EQUIPO VIDEOCONFERENCIA-POLYCOM	1	\$ 3.500.000	\$ 2.500.000
CELULARES	1	\$ 50.000	\$ 50.000

Total Equipos de Computo y Telecomunicaciones 36.300.000

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Mesas y Escritorios	11	\$ 300.000	\$ 3.300.000
Sillas giratorias convencionales	11	\$ 150.000	\$ 1.650.000
Archivadores	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Muebles Sala	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Greca	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Nevera	1	\$ 350.000	\$ 350.000

Total Muebles y Enseres 5.250.000

TOTAL ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES 41.550.000

OBSERVACIONES

Equipos para oficinas y Asistente Secretarial- CPU- monitor LCD y Accesorios
Equipos para Gerente Administrativo y Financiero y Director Comercial y Mercadeo
Se destinará una específicamente para clientes y otra para servicio administrativos y clientes
Equipo requerido para el acceso inalambrico a la red de datos e Internet.
Se requiere planta con especificaciones para 2 líneas análogas, 8 digitales y 16 extensiones.
Equipos se tendrán disponibles para las 2 salas de juntas
Equipos se tendrán disponibles para las 2 salas de juntas
Equipos se tendrán disponibles para las 2 salas de juntas
Equipo necesario para mensajería

OBSERVACIONES

Para Oficinas y Puesto de trabajo Asistente
Para Oficinas y Puesto de trabajo Asistente
Archivadores
Sala de Espera
Elementos Cafeteria
Elementos Cafeteria

ACTIVOS INTANGIBLES (Amortizables)

ESTUDIO DE MERCADOS	\$ 100.000	\$ 100.000
Encuestas y Estudios	\$ 100.000	
DISEÑOS Y MODELOS		\$ 1.050.000
Logos y Diseños	\$ 50.000	
Publicidad y Promocion	\$ 1.000.000	
GASTOS DE ADECUACIÓN LOCAL		\$ 2.500.000
Remodelaciones	\$ 2.500.000	
REGISTROS DE MARCA		\$ 1.000.000
Marcas y Patentes	\$ 1.000.000	
SOFTWARE		\$ 6.000.000
Licencias Computadores	\$ 6.000.000	
HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS		\$ 800.000
Elementos de Oficina	\$ 800.000	
SEGUROS (Todo Concepto)		\$ 1.750.000
Polizas de Seguros	\$ 250.000	
Seguros y Alarmas	\$ 1.500.000	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 570.000
Camara de Comercio	\$ 70.000	
Legales y Notariales	\$ 500.000	

TOTAL ACTIVOS AMORTIZABLES \$ 13.770.000

OBSERVACIONES

Incluye papelería, transporte, impresiones y gastos varios para la realización del estudio
Se contratara una persona que realizara los diseños de logo, membretes, aviso, etc
Publicidad en medios impresos, páginas amarillas, panfletos, etc
Adecuaciones a hacer en la oficina arrendada para los fines de la empresa
11 Licencias Software Office 2003
Elementos de oficina como grapadoras, sacaganchos, tajalapiz eléctrico, etc
Seguros equipos de computo, muebles y enseres - alarma contra robos a instalar en la oficina.
Registro ante la cámara de comercio.
Constitución de la sociedad ltda

INSUMOS (Primer mes) \$ 1.513.600

COSTO DE MANO DE OBRA (Primer mes) \$ 7.168.277

I N V E R S I O N

		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fija:	Vida Util						
COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES	5	36.300.000					
MUEBLES Y ENSERES	5	5.250.000					
Intangibles							
ESTUDIO DE MERCADOS	5	100.000					
DISEÑOS Y MODELOS	5	1.050.000					
GASTOS DE ADECUACIÓN LOCAL	5	2.500.000					
REGISTROS DE MARCA	5	1.000.000					
SOFTWARE	5	6.000.000					
HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS	5	800.000					
SEGUROS (Todo Concepto)	5	1.750.000					
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	5	570.000					
	Ciclo Operativo						
Inversión en Capital de Trabajo	1,5	1.575.625	2.481.609	3.111.938	3.423.132	4.092.286	-
			905.984	630.329	311.194	669.154	- 4.092.286
Depreciación		-	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000
COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES			7.260.000	7.260.000	7.260.000	7.260.000	7.260.000
MUEBLES Y ENSERES			1.050.000	1.050.000	1.050.000	1.050.000	1.050.000
Amortización:			2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000
ESTUDIO DE MERCADOS			20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
DISEÑOS Y MODELOS			210000	210000	210000	210000	210000
GASTOS DE ADECUACIÓN LOCAL			500000	500000	500000	500000	500000
REGISTROS DE MARCA			200000	200000	200000	200000	200000
SOFTWARE			1200000	1200000	1200000	1200000	1200000
HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS			160000	160000	160000	160000	160000
SEGUROS (Todo Concepto)			350000	350000	350000	350000	350000
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			114000	114000	114000	114000	114000
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Ventas en Unidades					
PAQUETE GENIUS	190	285	342	376	414
PAQUETE BEST	65	98	117	129	142
PAQUETE HIGH CLASS	45	68	81	89	98

Precio de Ventas por Unidad					
PAQUETE GENIUS	230.000	241.500	252.368	263.724	274.273
PAQUETE BEST	280.000	294.000	307.230	321.055	333.898
PAQUETE HIGH CLASS	340.000	357.000	373.065	389.853	405.447

Costos Variables por Unidad						
PAQUETE GENIUS		32200	33.810	35.331	35.331	38.398
PAQUETE BEST		51200	53.760	56.179	56.179	61.056
PAQUETE HIGH CLASS		70200	73.710	77.027	77.027	83.713

Costos Fijos						
GERENTE ADM. Y FIN.		27.099.954	28.454.952	29.735.425	31.073.519	32.471.827
GERENTE COM. Y MER.		27.099.954	28.454.952	29.735.425	31.073.519	32.471.827
SECRETARIA		13.256.245	13.925.153	14.560.186	15.222.231	15.910.837
MENSAJERO		9.281.585	9.751.761	10.198.990	10.664.781	11.148.303
SERVICIOS VARIOS (Aseo, Cafeteria)		9.281.585	9.751.761	10.198.990	10.664.781	11.148.303
AMORTIZACIONES		2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000
DEPRECIACIONES		8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000
SERVICIOS TERCERIZADOS		1.920.000	2.016.000	2.106.720	2.201.522	2.289.583
SERVICIOS GENERALES		14.400.000	15.120.000	15.800.400	16.511.418	17.171.875

P y G

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	95.830.000	158.067.000	198.216.018	227.849.313	260.659.614
Costo Variable de Ventas Paquete Genius	6.118.000	9.635.850	12.083.356	13.291.691	15.889.951
Costo Variable de Ventas Paquete Best	3.328.000	5.241.600	6.572.966	7.230.263	8.643.635
Costo Variable de Ventas Paquete High Class	3.159.000	4.975.425	6.239.183	6.863.101	8.204.700
Depreciaciones	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000
Utilidad Bruta	74.915.000	129.904.125	165.010.513	192.154.257	219.611.327
Gastos de Operación	105.093.324	110.228.578	115.090.135	118.868.693	124.677.948
GERENTE ADM. Y FIN.	27.099.954	28.454.952	29.735.425	31.073.519	32.471.827
GERENTE COM. Y MER.	27.099.954	28.454.952	29.735.425	31.073.519	32.471.827
SECRETARIA	13.256.245	13.925.153	14.560.186	13.925.153	15.222.231
MENSAJERO	9.281.585	9.751.761	10.198.990	10.664.781	11.148.303
SERVICIOS VARIOS (Aseo, Cafeteria)	9.281.585	9.751.761	10.198.990	10.664.781	11.148.303
SERVICIOS TERCERIZADOS	1.920.000	2.016.000	2.106.720	2.201.522	2.289.583
SERVICIOS GENERALES	14.400.000	15.120.000	15.800.400	16.511.418	17.171.875
AMORTIZACIONES	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000
Utilidad Operacional	- 30.178.324	19.675.547	49.920.378	73.285.563	94.933.380
Gastos Financieros					
Utilidad Antes de Impuestos	- 30.178.324	19.675.547	49.920.378	73.285.563	94.933.380
Impuestos			19.219.346	28.214.942	36.549.351
Utilidad Despues de Impuestos	- 30.178.324	19.675.547	30.701.032	45.070.622	58.384.028

38,5%

F L U J O D E C A J A

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Flujo Operativo:	-	-	19.114.324	30.739.547	41.765.032	56.134.622	69.448.028
Utilidad Antes de Impuestos	-	30.178.324	19.675.547	49.920.378	73.285.563	94.933.380	
Pago de Impuestos					19.219.346	28.214.942	36.549.351
+ Depreciaciones		8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	8.310.000	
+ Amortizaciones		2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000	2.754.000	
- Flujo de Inversiones:	56.895.625	1.575.625	2.481.609	3.111.938	3.423.132	4.092.286	
COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES	36.300.000						
MUEBLES Y ENSERES	5.250.000						
INTANGIBLES	13.770.000						
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	1575625	1.575.625	2.481.609	3.111.938	3.423.132	4.092.286	
+ Flujo Residual:	-	-	-	-	-	10.093.486	
COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES						6.000.000	
MUEBLES Y ENSERES						1.200	
Recuperación del Capital de Trabajo						4.092.286	
Flujo Neto de Caja	- 56.895.625	- 20.689.949	28.257.938	38.653.094	52.711.490	75.449.228	
	TASA DE DESCUENTO						
VPN	18,80%	22.824.023					
TIR	30,15%						

