

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PRESTADORA DE  
SERVICIOS DE MENSAJERIA OUTSOURCING AL SECTOR  
EMPRESARIAL DE BARRANCABERMEJA SANTANDER**

**CAROLINA PINZÓN PUERTO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2014**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PRESTADORA DE  
SERVICIOS DE MENSAJERIA OUTSOURCING AL SECTOR  
EMPRESARIAL DE BARRANCABERMEJA SANTANDER**

**CAROLINA PINZÓN PUERTO**

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Asesor: Luis Homero Puentes Fuentes  
Administrador de Empresas.**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2014**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, por el regalo de la vida.

A mis padres quienes hicieron posible mi existencia y me permitieron conocer las bondades de la vida.

A mis hermanos y hermanas con quienes comparto mis alegrías, mis tristezas, mis sueños, y mis esperanzas.

A mis compañeros y compañeras de estudio, quienes aportaron un granito de arena para que esta etapa de la vida fuera más llevadera.

A MI HIJO JUAN JOSÉ, quien es mi inspiración, mi impulso y el motor de mi vida, a quien le he robado de mi tiempo, para hacer de este sueño, una realidad.

A mi director, el Doctor Luis Homero Puentes Fuentes que puso su experiencia y el conocimiento necesario para lograr este gran paso.

De manera especial a mi hermana Liliana quien es un baluarte en mi crecimiento personal.

EL ÉXITO ES LA SUMA DE LOS  
ESFUERZOS...

**CAROLINA**

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	19
1. GENERALIDADES	20
1.1 PANORAMA GENERAL DEL SECTOR	20
1.2 CONTEXTO GEOGRAFICO	20
1.3 MARCO REFERENCIA LEGAL	20
2. OBJETIVOS	20
2.1.1 Objetivo General	28
2.1.2. Objetivos específicos	28
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	29
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto	29
2.2.2 Productos sustitutos	30
2.2.3 Productos complementarios	30
2.2.4 Atributos diferenciadores del producto	30
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	30
2.3.1 Mercado Potencial	30
2.3.2 Mercado Objetivo	30
2.4 DEMANDA	30
2.4.1 Investigación de mercados	30
2.4.1.1 Planteamiento del problema	30
2.4.1.2 Necesidades de información	30
2.4.1.3 Ficha técnica	31
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados	32
2.5. LA OFERTA	33
2.5.4. Análisis de la situación actual de la competencia	41
2.7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	41
2.7.1. Estructura de los canales actuales	41
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales de comercialización.	42
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	42
2.8 PRECIO	42
2.8.1. Análisis de precio	42
2.8.2. Estrategias de fijación de precios	43
2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION	43
2.9.1. Objetivos	43
2.9.2 Logotipo	43
2.9.3 Lema:	43

2.9.4 Análisis de medios	43
2.9.5 Selección de medios	45
2.9.6 Estrategias Publicitarias.	45
2.9.7 Presupuestos de lanzamiento.	45
2.10. Conclusiones	46
3. ESTUDIO TECNICO	47
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	47
3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto	47
3.1.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto	47
3.1.3. Capacidad del proyecto	48
3.1.3.1. Capacidad total diseñada	48
3.1.3.2. Capacidad instalada.	49
3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada	49
3.2. LOCALIZACION	50
3.2.1. Macro localización	50
3.2.2. Microlocalización	50
3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO	51
3.3.1. Ficha técnica del producto	51
3.3.2. Descripción técnica del proceso	52
3.3.3. Diagrama de servicio	53
3.3.4. Control de Calidad	54
3.3.5. Recursos	54
3.3.5.1. Recurso Humano	54
3.3.5.2. Recursos Físicos	55
3.3.5.3. Recurso de insumos.	56
3.3.6. Estudio de Proveedores	56
3.3.7. Distribución	57
3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO	58
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	60
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	60
4.2. CULTURA ORGANIZACIONAL	60
4.2.1. Visión.	60
4.2.2. Misión	60
4.2.3. Objetivos	60
4.2.4. Políticas	61
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	62
4.3.1. Organigrama.	62
4.3.2. Descripción y perfil de cargos.	63

4.3.3. Asignación salarial	68
4.4. CONCLUSION DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO	
5. ESTUDIO FINANCIERO	69
5.1. INVERSIONES	70
5.1.1. Inversión fija	70
5.1.1.1 Terreno	70
5.1.1.2. Construcción	70
5.1.1.3. Maquinaria y equipos	70
5.1.1.4. Muebles y enseres	70
5.1.1.5 Equipo de oficina	71
5.1.2. Inversión diferida	71
5.1.3. Inversión de capital de trabajo	72
5.1.3.1. Costos de prestación de servicio	72
5.1.3.2. Gastos de administración y ventas	75
5.1.3.3. Gastos Financieros.	78
5.1.3.4. Total Capital de Trabajo.	78
5.1.4. Inversión total	78
5.1.5. Fuentes de financiación.	78
5.2. COSTOS	79
5.2.1. Costos fijos	80
5.2.2. Costos variables.	80
5.2.3. Costos totales unitarios	80
5.3. Precio de venta.	81
5.4. ESTADO FINANCIEROS PROYECTADOS	81
5.4.1 Ingresos proyectados	82
5.5.CONCLUSIONES	85
6. EVALUACION DEL PROYECTO	87
6.1. EVALUACION SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	87
6.2. IMPATO AMBIENTAL	87
6.3 EVALUACION FINANCIERA	88
6.3.1 VPN	88
6.3.2 TIR	90
6.4. PUNTO DE EQUILIBRIO	
6.3.3 PERIODO DE RECUPERACIO	92
7. CONCLUSIONES	94
	95
8. RECOMENDACIONES	96
BIBLIOGRAFÍA	98

## LISTA DE CUADROS

Tabla 1	Ficha Técnica De La Demanda	60
Tabla 2	Flujo De Trámites Diarios En La Empresa	62
Tabla 3	Frecuencia De Uso De Mensajería Externa	63
	Ha Requerido Servicios De Domiciliarios O Mensajeros	
Tabla 4	Particulares	63
Tabla 5	Valor Pagado Por Servicios De Mensajería Requerida	64
	El Servicio Que Le Prestaron Cuando Solicito Un Servicio De Mensajería	
Tabla 6	A Domicilio Fue	65
	Cuáles Fueron Los Principales Problemas Cuando	
Tabla 7	Le Prestaron El Servicio De Mensajería	66
	Medio Por El Cual Conoció De La Existencia De Las	
Tabla 8	Persona Que Le Presto El Servicio De Mensajería.	67
	Conoce Alguna Empresa Especializada En Mensajería	
Tabla 9	Outsourcing En B/Meja?	68
	Contrataría Una Empresa Especializada En Mensajería	
Tabla 10	Outsourcing En B/Meja	68
Tabla 11	Estimación De La Demanda	69
Tabla 12	Proyección De La Demanda	70
Tabla 13	Presupuesto De Lanzamiento	77
Tabla 14	Presupuesto De Publicidad	77
Tabla 15	Capacidad Diseñada	81
Tabla 16	Capacidad Instalada	82
Tabla 17	Capacidad Utilizada	83
Tabla 18	Localización	84
Tabla 19	Ficha Técnica Del Servicio	85
Tabla 20	Proceso Del Servicio	86
Tabla 21	Requerimiento De Mano De Obra	89
Tabla 22	Requerimiento De Maquinaria Y Equipos	89
Tabla 23	Requerimientos De Muebles Y Enceres	90
Tabla 24	Requerimientos De Equipos De Oficina	90
Tabla 25	Requerimiento De Insumos	90
Tabla 26	Distribución Por Areas	92
Tabla 27	Manual De Funciones Gerente	97
Tabla 28	Manual De Funciones Secretaria	97
Tabla 29	Manual De Funciones Asesor De Ventas Y Supervisor	97
Tabla 30	Manual De Funciones Asesor Contable	97
Tabla 31	Manual De Funciones Del Mensajero	97
Tabla 32	Asignación Salarial	102
Tabla 33	Porcentaje De Prestaciones Sociales	102

Tabla 34	Calculo De Seguridad Social	102
Tabla 35	Aportes Parafiscales	102
Tabla 36	Inversión En Maquinaria Y Equipos	105
Tabla 37	Inversión De Muebles Y Enceres	105
Tabla 38	Equipo De Oficina	105
Tabla 39	Total Inversión Fija	106
Tabla 40	Inversión Diferida	106
Tabla 41	Mano De Obra Directa	107
Tabla 42	Costo De Mano De Obra Indirecta	108
Tabla 43	Costo De Insumos	108
Tabla 44	Depreciación De Maquinaria	109
Tabla 45	Mantenimiento De Maquinaria	109
Tabla 46	Seguros	109
Tabla 47	Total Costos Indirectos De Fabricación	110
Tabla 48	Total Costos De Producción	110
Tabla 49	Nomina Administrativa	111
Tabla 50	Depreciación De Muebles Y Enceres	111
Tabla 51	Amortización De Diferidos	111
Tabla 52	Mantenimiento Administrativo	112
Tabla 53	Seguros Administrativo	112
Tabla 54	Gastos Generales	112
Tabla 55	Gastos De Admón. Y Ventas	113
Tabla 56	Gastos Financieros	113
Tabla 57	Capital De Trabajo	113
Tabla 58	Inversión Total	114
Tabla 59	Fuentes De Financiación	114
Tabla 60	Amortización Del Crédito	115
Tabla 61	Costos Fijos	115
Tabla 62	Costos Variables	116
Tabla 63	Costos Totales Unitarios	116
Tabla 64	Proyección De Costos Del Servicio	117
Tabla 65	Proyección De Gastos De Administración Y Ventas	117
Tabla 66	Proyección De Gastos Financieros	118
Tabla 67	Proyección De Ingresos	118
Tabla 68	Estado De Resultados	119
Tabla 69	Flujo De Caja	120
Tabla 70	Balance General	121
Tabla 71	Matriz De Impacto	124
Tabla 72	VPN	127
Tabla 73	TIR	128
Tabla 74	Cuadro De Recuperación	129

Tabla 75	Razones Financieras	130
Tabla 76	Punto De Equilibrio	132

## LISTADO DE FIGURAS

Gráfica 1	Flujo De Trámites Diarios En La Empresa	62
Gráfica 2	Frecuencia De Uso De Mensajería Externa	63
Gráfica 3	Ha Requerido Servicios De Domiciliarios O Mensajeros Particulares	63
Gráfica 4	Valor Pagado Por Servicios De Mensajería Requerida	64
Gráfica 5	El Servicio Que Le Prestaron Cuando Solicito Un Servicio De Mensajería A Domicilio Fue	65
Gráfica 6	Cuáles Fueron Los Principales Problemas Cuando Le Prestaron El Servicio De Mensajería	66
Gráfica 7	Medio Por El Cual Conoció De La Existencia De Las Persona Que Le Presto El Servicio De Mensajería.	67
Gráfica 8	Conoce Alguna Empresa Especializada En Mensajería Outsourcing En B/Meja?	67
Gráfica 9	Contrataría Una Empresa Especializada En Mensajería Outsourcing En B/Meja	68
Gráfica 10	Canal Actual	71
Gráfica 11	Selección De Canal	72
Gráfica 12	Diagrama De Proceso	87
Gráfica 13	Organigrama	96

## LISTA DE IMAGENES

Imagen 1	Barrancabermeja	23
Imagen 2	Descripción del servicio de mensajería	28
Imagen 3	Logotipo MEB Express	49
Imagen 4	Plano de la empresa	63

## RESUMEN

### **FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE MENSAJERIA OUTSOURCING AL SECTOR EMPRESARIAL DE BARRANCABERMEJA SANTANDER\***

#### **AUTORES:**

**PINZÓN Puerto Carolina\*\***

#### **PALABRAS CLAVES:**

**Mensajería, Outsourcing, Empresas.**

#### **DESCRIPCIÓN**

La mensajería es una labor de apoyo logístico fundamental en una empresa. Este oficio no es un trabajo de ocho (8) horas continuas que cuando el mensajero se encuentra dentro de la empresa no necesariamente desarrolla tareas para las que fue contratado ocasionando un alto costo para la operación de la entidad incluso muchas veces tornándose está en una práctica ineficiente.

El objetivo del Proyecto, es la realización de un estudio de factibilidad, para la creación de una empresa prestadora de servicios de mensajería outsourcing empresarial. El estudio de mercados dice que existe demanda interesada en contratar el servicio en el estudio técnico vemos que es viable, al contar con los recursos necesarios para la prestación del servicio; se iniciará con 272 contratos de afiliación 50% de la capacidad instalada. El capítulo administrativo muestra la organización del funcionamiento de la empresa con sus respectivas políticas y objetivos.

Desde el punto de vista de evaluación económica dieron como resultado un VPN de \$ 362.041.053 y TIR del 98.16 %, anual siendo positivos, denotando la viabilidad del proyecto, la recuperación de la inversión es al cabo del segundo año aproximadamente, concluyendo que el proyecto es viable.

Se definió que el canal de comercialización es el directo para la prestación del servicio Se puede concluir que existe un mercado amplio, teniendo en cuenta el crecimiento empresarial, las condiciones de empleo por lo que se considera viable este proyecto desde el punto de vista de mercados. El estudio de mercados muestra que es posible, que no hay competencia formal lo que abre la posibilidad de entrada al mercado.

\* Trabajo de Grado

\*\*Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director Luis Homero Puentes Fuentes.

## ABSTRACT

### FEASIBILITY FOR THE CREATION OF THE COMPANY OF SERVICES OF MESSENGER COMPANY OUTSOURCING TO BARRANCABERMEJA SANTANDER\*

#### AUTHORS:

PINZÓN Puerto Carolina\*\*

#### KEY WORDS:

Messenger Company, Outsourcing, Companies.

#### Description

The messenger company a labor of logistic fundamental support for the company. The messenger company is not a trade of 8 constant hours, in a company great part of the time when the messenger is not occupied in the labors for what it was contracted. This turns a high cost for the operation of the company and often inefficiently.

The aim of the project, it is the accomplishment of a study of feasibility, for the creation of a company of services of Messenger Company outsourcing managerial. The study of markets says that interested demand interested in contracting the service in the technical study we see that it is viable, on having possessed the resources necessary for the service; one will initiate with 272 contracts of affiliation 50 % of the installed capacity.

From the point of view of economic evaluation resulted in a NPV of \$ 362,041,053 and IRR of 98.16% annually will be positive, denoting the viability of the project, the payback is within the approximately second year, concluding that the project is viable.

It was determined that the marketing channel is direct to the service can be concluded that a large market exists considering business growth, employment conditions so this project is considered feasible from the standpoint of markets . Market research shows that it is possible that there is no formal competition which opens the possibility of market entry.

\* Work Degree

\*\* Regional Institute of Distance Education and Outreach. Management. Bridges director Luis Homero Fuentes.

## GLOSARIO

**CARTA:** Es toda comunicación escrita de carácter personal con indicación de remitente y destinatario, movilizada por las redes postales. Su peso puede ser hasta de dos (2) kilogramos.

**DESTINATARIO:** Persona natural o jurídica a quien se dirige por parte del remitente un objeto postal.

**ENVÍOS DE CORRESPONDENCIA:** Es el servicio por el cual el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo recibe, clasifica, transporta y entrega objetos postales.

**ENCOMIENDA:** Servicio obligatorio para el Operador Postal Oficial o Concesionario de correo, que consiste en la recepción, clasificación, transporte y entrega no urgente, de objetos postales, mercancías, paquetes o cualquier artículo de permitida circulación en el territorio nacional o internacional, con o sin valor declarado, hasta un peso de 30 kg, conforme a lo establecido por la Unión Postal Universal.

**FRANQUICIAS:** Derecho que adquieren algunas personas jurídicas, públicas o privadas, para eximirse del pago de la tarifa por el envío de los servicios postales de correspondencia y de correo telegráfico que presta el Operador Postal Oficial o Concesionario de correo, al momento de su imposición. El esquema de financiación de las franquicias se regirá por lo dispuesto en el artículo 47 de la presente ley.

**GESTIÓN:** Es la asunción y ejercicio de responsabilidades sobre un proceso (es decir, sobre un conjunto de actividades)

**GIROS NACIONALES:** Servicio mediante el cual se ordena pagos a personas naturales o jurídicas por cuenta de otras, en el territorio nacional, a través de una red postal. La modalidad de envío podrá ser entre otras, física o electrónica.

**GIROS INTERNACIONALES:** Servicio prestado exclusivamente por el Operador Postal oficial o concesionario de Correo, mediante el cual se envía dinero a personas naturales o jurídicas por cuenta de otras, en el exterior. La modalidad de envío podrá ser, entre otras, física o electrónica. Los giros internacionales están sometidos a lo señalado en la Ley 9ª de 1991, sus modificaciones, adiciones y reglamentos.

**LOGÍSTICA:** (del inglés logistics) es definida por la RAE como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.<sup>1</sup> En el ámbito empresarial existen

múltiples definiciones del término logística, que ha evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo del arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información.

La logística es fundamental para el comercio. Las actividades logísticas conforman un sistema que es el enlace entre la producción y los mercados que están separados por el tiempo y la distancia. La logística empresarial, por medio de la administración logística y de la cadena de suministro, cubre la gestión y la planificación de las actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, mantenimiento y distribución.

**MENSAJERÍA:** Servicio de Transporte y reparto de cartas y Paquetes, generalmente Dentro De Una Misma Población. Empresa Que se dedica a ese Servicio.

**OUTSOURCING:** Es el proceso económico empresarial en el que una sociedad mercantil delega los recursos orientados a cumplir ciertas tareas a una sociedad externa, empresa de gestión o subcontrata, dedicada a la prestación de diferentes servicios especializados, por medio de un contrato. Para ello, estas últimas, pueden contratar sólo al personal, caso en el cual los recursos los aportará el cliente (instalaciones, hardware y software), o contratar tanto el personal como los recursos.

**OBJETOS POSTALES MASIVOS:** Número plural de objetos postales que se entregan a un operador postal para ser repartido entre un plural de destinatarios.

**OPERADOR DE SERVICIOS POSTALES:** Es la persona jurídica, habilitada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que ofrece al público en general servicios postales, a través de una red postal.

**OPERADOR POSTAL OFICIAL O CONCESIONARIO DE CORREO:** Persona jurídica, habilitada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, que mediante contrato de concesión, prestará el servicio postal de correo y mediante habilitación, los servicios de Mensajería expresa y servicios postales de pago, a nivel nacional e internacional.

El Servicio Postal Universal a que se refiere el artículo 13 de la presente ley, la Franquicia, el servicio de giros internacionales y el área de reserva señalada en el artículo 15 de la presente ley, serán prestados por el Operador Postal Oficial de manera exclusiva en concordancia con lo dispuesto en la presente ley.

**OPERADOR DE SERVICIOS POSTALES DE PAGO:** Persona jurídica, habilitada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para prestar servicios postales de pago, y está sometido a la reglamentación que en materia de lavado de activos disponga la ley y sus decretos reglamentarios.

**OPERADOR DE MENSAJERÍA EXPRESA:** Es la persona jurídica, habilitada por el Ministerio de Comunicaciones para ofrecer al público un servicio postal urgente con independencia de las redes postales oficiales de correo nacional e internacional, que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, recolección, clasificación, transporte y entrega.

**PRUEBA DE ENTREGA:** Es la constancia de la fecha, hora de entrega e identificación de quien recibe.

**REDES POSTALES:** Son el conjunto de instalaciones, equipos y demás dispositivos destinados a la prestación de los servicios postales ofrecidos al público en general de manera directa o indirecta por los Operadores de Servicios Postales. Hacen parte de la Red Postal los puntos de atención a los usuarios de servicios postales.

**REMITENTE:** Persona natural o jurídica que utiliza los servicios postales, con el fin de enviar objetos postales, a un destinatario local, nacional e internacional.

**SERVICIO:** Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente.

**SERVICIO DE CORREO.** Servicios Postales prestados por el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo:

**SERVICIO DE CORREO TELEGRÁFICO:** Admisión de telegramas y su transmisión mediante el operador habilitado para prestar el servicio de telegrafía, y posterior entrega a un destinatario de manera física.

**SERVICIOS POSTALES DE PAGO.** Conjunto de servicios de pago prestados mediante el aprovechamiento de la infraestructura postal exclusivamente. Se consideran servicios postales de pago entre otros.

**SERVICIO DE MENSAJERÍA EXPRESA.** Servicio postal urgente que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, recolección, clasificación, transporte y entrega de objetos postales hasta de 5 kilogramos. Este peso será reglamentado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca establecer la viabilidad para determinar la creación de una empresa prestadora de servicios de mensajería empresarial outsourcing en Barrancabermeja Santander. El objetivo general de la investigación fue conocer las posibilidades de montaje de la empresa. El proyecto se planteó en 5 capítulos, presentando en primer lugar un panorama general acerca del origen, evolución y tendencias del sector de los servicios de mensajería outsourcing

En segundo lugar, se presenta el estudio de mercados en donde se plantea el proceso metodológico a aplicar para realizar la investigación, la conformación de la oferta y la demanda, tanto actual como potencial y el plan de marketing. Luego se hace el estudio técnico en donde se considera el tamaño, capacidad e ingeniería del proyecto. En el capítulo cuatro se analiza la propuesta administrativa y legal, se define el tipo de empresa, su constitución y su estructura organizacional. Teniendo en cuenta los aspectos anteriores se analiza el aspecto financiero que comienza con la presentación detallada de cada uno de los elementos que lo componen: ingresos, gastos, venta del servicio, además se establecen las necesidades de inversión, fuentes de financiación, costos y estados financieros. Seguido se presenta la evaluación del proyecto en donde se determina si el Plan de negocio es viable para su posterior puesta en marcha, también se hace la evaluación ambiental el cual se da a conocer el manejo adecuado de los recursos requerido para evitar la contaminación del medio ambiente evitando generar daños irreversibles.

Con respecto al aspecto social se evalúa el impacto que se desarrolla sobre la generación de empleos directos e indirectos, este estudio finaliza con las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 PANORAMA GENERAL DEL SECTOR

La industria de la mensajería en el mundo es un buen negocio por su rentabilidad, la generación de empleo y el servicio especializado que brinda, gracias entre otras cosas a los avances tecnológicos y la velocidad de los medios de transporte. Sin lugar a dudas las empresas especializadas en mensajería llegan cada día a lugares más recónditos, de manera más rápida y cumpliendo con estándares de calidad impuestos por las exigencias del mercado.

En Colombia se encuentran empresas dedicadas a la mensajería de talla nacional e internacional como FEDEX, Servientrega, Usa Postal, entre otras<sup>1</sup>. El común denominador de estas empresas es la calidad del servicio, la seguridad y el amplio cubrimiento que mantiene a través de redes de personal y equipos dispuestos para cubrir la geografía nacional y traspasar las fronteras. Dentro de las empresas de mensajería que prestan sus servicios en nuestro país encontramos a FedEx que ofrece a clientes y negocios alrededor del mundo la más amplia gama de servicios de transporte, comercio electrónico y negocios. FedEx con ingresos anuales de 25 mil millones de dólares, es una compañía que ofrece aplicaciones de negocios integradas, a través de compañías de operación que compiten de manera colectiva y que son administradas en conjunto, bajo las respectivas marcas FedEx y Kinkos. Con frecuencia FedEx figura entre las empresas como una de las más confiables del mundo. La Compañía cuenta en la actualidad con más de 240.000 empleados y contratistas quienes tienen el compromiso de mantener los estándares de seguridad, en los más altos niveles éticos y profesionales y en las necesidades de sus clientes y comunidades.

Á FedEx Express División América Latina y el Caribe, da servicio a más de 50 países y territorios a lo largo de América Latina y el Caribe y cuenta con más de 3.000 empleados, comprometidos a la total satisfacción del cliente todos los días. El éxito de la compañía radica en la seguridad que transmite a sus clientes en todo el mundo, quienes confían plenamente en que sus envíos llegarán muy rápido a su destino. Una de las claves para que el negocio de la mensajería sea rentable radica precisamente en la buena imagen que las empresas de mensajería han logrado cosechar durante varias décadas conjuntamente con los avances tecnológicos que han transformado el negocio de una manera evidente. Aunque la competencia por el mercado implica un gran reto, las políticas comerciales de FedEx se basan en gran parte en el desarrollo del factor humano como parte vital para el desarrollo de metas en el corto, mediano y largo plazo. Por el elevado número de empleados la empresa se ha preocupado por realizar procesos de capacitación en el manejo adecuado de las mercancías, en la calidad del embalaje, y en la rapidez con que se deben prestar todos los servicios de la

---

<sup>1</sup> Publicación, eltiempo.com, Sección, Otros Fecha de publicación, 28 de octubre de 2004, Autor, NULLVALUE

empresa, pero sí de empresas multinacionales dedicadas a prestar servicios de mensajería se refieren existe en Colombia otro caso bien representativo de las oportunidades de expansión que tiene este sector de las comunicaciones, se trata de Speedway. La empresa internacional que tiene sedes en Estados Unidos, Europa y América Latina, compiten en nuestro país cumpliendo la normatividad vigente para prestar sus servicios de manera segura y eficaz. De acuerdo con el gerente de la empresa en Colombia, Javier Avila, Speedway entró en el mercado nacional en un proyecto de expansión de la compañía que tiene gran reconocimiento y trayectoria en Estados Unidos y Europa.

Como su nombre traduce vía rápida, así es el desempeño de sus funciones, muy eficientes y a velocidades extremas. La competencia impuesta al servicio de mensajería los ha llevado a implementar sistemas de redes de mensajería para llegar en el menor tiempo a cualquier ciudad del mundo.

Dentro del competido mercado nacional la compañía trabaja a través de agentes especializados, siendo fuente representativa de empleo en el sector del correo urbano y nacional. El servicio de mensajería es privado de ahí que los servicios que prestan cuentan con mano de obra calificada porque se desarrollan labores técnicas. Para poder operar como una transnacional Speedway cuenta con los permisos legales vigentes para poder operar ante las aduanas. La industria de la mensajería en el mundo es un buen negocio, por su rentabilidad, la generación de empleo y el servicio especializado que brinda, gracias entre otras cosas a los avances tecnológicos y la velocidad de los medios de transporte.

Sin lugar a dudas las empresas especializadas en mensajería llegan cada día a lugares más recónditos, de manera más rápida y cumpliendo con estándares de calidad impuestos por las exigencias del mercado. En Colombia se encuentran empresas dedicadas a la mensajería de talla nacional e internacional como FEDEC, Servientrega, Usa Postal y Speedway, entre otras. El común denominador de estas empresas es la calidad del servicio, la seguridad y el amplio cubrimiento que mantiene a través de redes de personal y equipos dispuestos para cubrir la geografía nacional y traspasar las fronteras.

Dentro de las empresas de mensajería que prestan sus servicios en nuestro país encontramos a FedEx que ofrece a clientes y negocios alrededor del mundo la más amplia gama de servicios de transporte, comercio electrónico y negocios.

FedEx con ingresos anuales de 25 mil millones de dólares, es una compañía que ofrece aplicaciones de negocios integradas, a través de compañías de operación que compiten de manera colectiva y que son administradas en conjunto, bajo las respectivas marcas FedEx y Kinko s. Con frecuencia FedEx figura entre las empresas como una de las más confiables del mundo. La Compañía cuenta en la actualidad con más de 240.000 empleados y contratistas quienes tienen el

compromiso de mantener los estándares de seguridad, en los más altos niveles éticos, profesionales y en las necesidades de sus clientes y comunidades.

## **1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO.**

**1.2.1 Posición Geográfica:** La Ciudad de Barrancabermeja, la cual pertenece al Departamento de Santander; Cuenta con una población 320.000 habitantes aproximadamente, de los cuales 51.9% son mujeres y 48.1% son hombres, distribuida en un 65% en el sector urbano y un 35% en el sector rural; Limita al Norte con el Municipio de Puerto Wilches, al Sur con los Municipios de Puerto Parra, San Vicente de Chucurí, al Oriente con el Municipio de San Vicente de Chucuri y al Occidente con el río Magdalena<sup>2</sup>, su ubicación; se localiza sobre la margen derecha del río Magdalena, entre sus dos de sus afluentes: el Sogamoso al norte y el Opón La Colorada al sur<sup>3</sup>. el área territorial; es de 1.347.83 kilómetros cuadrados, con 30.37 km<sup>2</sup> en el área urbana, correspondiente al 2.24% y 1.317.46 km<sup>2</sup> en el área rural<sup>4</sup>.

### **Imagen 1. Barrancabermeja**



## **1.3 MARCO REFERENCIAL LEGAL**

---

<sup>2</sup> ALCALDÍA MUNICIPAL; Planeación Municipal. Barrancabermeja en Cifras, Barrancabermeja 2008-2009, Pág. 107.

<sup>3</sup> Revista Barrancabermeja en Cifras 2009. Planeación Municipal.

<sup>4</sup> Ibid, p. 7

**Se subraya esta nota para aclarar cual es el marco legal del proyecto y no hayan motivos algunos a evaluarlo erradamente.**

**Nota: en Colombia los servicios de mensajería express y domicilios están enmarcados en la ley LEY 1369 DE 2009 (Diciembre 30) por lo tanto debe decirse que en el presente proyecto debe tomarse en cuenta como regulador el marco jurídico de los servicios postales.**

**Ley mipymes.** Estimula la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes<sup>5</sup>.

**Código de Comercio.** La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social<sup>6</sup>.

**Constitución Política de Colombia.** El pueblo de Colombia en ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana.<sup>7</sup>

**Código Laboral o Código Sustantivo del Trabajo.** Es un convenio o acuerdo de voluntades, creador de obligaciones, celebrado entre una persona natural (el trabajador) y una persona natural o jurídica (el empleador), para que el trabajador preste determinados servicios personales, bajo la continuada subordinación del empleador, a cambio de una remuneración.<sup>8</sup>

Ley SAS Decreto 2820 de 2010. Por el cual se reglamenta el Título VIII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales. El Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, expidió el Decreto 2820 del 5 de Agosto de 2010, el cual reglamenta el título VIII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales y que deroga a los Decretos 1220 de 2005 y 500 de 2006.<sup>9</sup>

---

<sup>5</sup>[http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/8DCDB7D4-FABE-42DA-BD74-00F7C40AD9D0/0/Ley905\\_2004\\_MIPYMES.pdf](http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/8DCDB7D4-FABE-42DA-BD74-00F7C40AD9D0/0/Ley905_2004_MIPYMES.pdf)

<sup>6</sup> <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

<sup>7</sup><http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>

<sup>8</sup><http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

<sup>9</sup><http://blog.estrategiaambiental.com/2010/08/05/decreto-2820-de-2010-por-el-cual-se-reglamenta-el-titulo-viii-de-la-ley-99-de-1993-sobre-licencias-ambientales/>

**Ley 1286 de 2009 Ley de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia.** Por la cual se modifica la Ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.<sup>10</sup>

**Ley 1014 de 2006 Fomento a la cultura del emprendimiento.**

Artículo 1 Capítulo 2: Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.

Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas.

Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.

Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.

Propender por el desarrollo productivo de los micros y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.<sup>11</sup>

**Ley 789 del 2000 Protección Social**

Artículo 1: El sistema de protección social es el conjunto de políticas públicas orientadas para mejorar la calidad de vida en cuanto a: salud; para acceder a los servicios básicos. Pensiones: crear un sistema viable con ingresos, se crea el fondo de protección social, para la financiación de programas sociales que el gobierno defina como prioritarios, financiado por aportes del presupuesto nacional, de las entidades territoriales, donaciones, y rendimientos financieros.

---

<sup>10</sup> [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2009/ley\\_1286\\_2009.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2009/ley_1286_2009.html)

<sup>11</sup> [www.minieducacion.gov.co](http://www.minieducacion.gov.co)

Artículo 2: Subsidio al empleo para PYMES, que generen puestos de trabajo a jefes cabeza de hogar, desempleados, por los trabajadores adicionales que devenguen un SMMLV.

Artículo 5: El gobierno nacional debe expedir las normas, términos, condiciones, regímenes de organización funcionamiento y tiempo de implantación de la cuota monetaria, así como la sujeción a los principios de sana competencia, solidaridad, equidad, gradualidad, integralidad competencia, con el campo.

Artículo 48: Es la unidad de producción de bienes o servicios para realizar una actividad económica con fines de lucro.

Artículo 51: Jornada laboral flexible: el empleador y trabajador pueden acordar los turnos de trabajo<sup>12</sup>.

**LEY 1369 DE 2009 (Diciembre 30) Por medio de la cual se establece el régimen de los servicios postales y se dictan otras disposiciones.**

## **El Congreso de Colombia DECRETA: TITULO I PRINCIPIOS GENERALES**

**Artículo 1°.** *Ámbito de aplicación, objeto y alcance.* La presente ley señala el régimen general de prestación de los servicios postales y lo pertinente, a las entidades encargadas de la regulación de estos servicios, que son un servicio público en los términos del artículo 365 de la Constitución Política. Su prestación estará sometida a la regulación, vigilancia y control del Estado, con sujeción a los principios de calidad, eficiencia y universalidad, entendida esta última, como el acceso progresivo a la población en todo el territorio nacional.

Los Servicios Postales y de mensajería están bajo la titularidad del Estado, el cual para su prestación, podrá habilitar a empresas públicas y privadas en los términos de esta ley.

**Artículo 2°.** *Objetivos de la Intervención del Estado.* La intervención del Estado en los servicios postales tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar la prestación eficiente, óptima y oportuna de los servicios postales.
2. Asegurar la prestación del Servicio Postal Universal.
3. Garantizar el derecho a la información y a la inviolabilidad de la correspondencia.

---

<sup>12</sup>[www.secretariasenado.gov.co](http://www.secretariasenado.gov.co)

4. Asegurar que las tarifas permitan recuperar los costos eficientes de prestación del servicio y que reflejen los distintos niveles de calidad ofrecidos por los Operadores Postales.
5. Promover la libre competencia y evitar los abusos de posición dominante y las prácticas restrictivas de la competencia.
6. Estimular a los Operadores a incorporar los avances tecnológicos en la prestación de los servicios postales.
7. Sancionar las fallas en la prestación de los servicios y el incumplimiento de la normatividad vigente.
8. Facilitar el desarrollo económico del país.

## **TITULO II CONDICIONES Y REQUISITOS PARA LOS OPERADORES POSTALES**

**Artículo 4°.** *Requisitos para ser operador postal.* Para ser operador postal se requiere estar habilitado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y estar inscrito en el registro de operadores postales. La habilitación por parte del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, causará una contraprestación periódica a favor del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y se otorgará previamente al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- a) Acreditar ser una persona jurídica nacional o extranjera legalmente establecida en Colombia y que su objeto social principal sea la prestación de servicios postales.
- b) Definir las características del servicio a prestar en cuanto al ámbito geográfico en el cual desarrollará su actividad; tipo de servicio a prestar; y estructura operativa, que permita asegurar la idoneidad y capacidad para prestar el servicio. Las condiciones operativas deberán ser verificadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- c) Pagar el monto derivado de su habilitación previamente a la suscripción o expedición del correspondiente acto administrativo de habilitación.

El término de duración del título habilitante para la prestación de los servicios postales no podrá exceder de diez años. Las prórrogas no serán gratuitas ni automáticas. El interesado debe manifestar en forma expresa su intención de prorrogarlo con tres meses de anticipación a su vencimiento.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones podrá fijar requisitos adicionales a los operadores postales en cuanto al patrimonio y a las características de la red. Será obligación del operador actualizar las modificaciones de los datos que figuran en el registro de operadores postales, dentro de los tres meses siguientes a que estos tengan lugar.

## **2. ESTUDIO DE MERCADOS**

## **2.1. OBJETIVOS**

**2.1.1 General :** Realizar un estudio de mercados mediante una investigación de campo en el sector de servicios de mensajería outsourcing empresarial, que permita conocer las variables de demanda y oferta, con el fin de comprobar si existe un mercado potencial en la ciudad de Barrancabermeja, para el desarrollo de este proyecto e identificar las características del servicio.

### **2.1.2 Específicos.**

- Describir el servicio de mensajería empresarial outsourcing, presentando los usos y especificaciones, analizando sus características tangibles e intangibles que generan valor agregado, con el ánimo de ofrecer un mejor servicio, ajustado a las necesidades y requerimientos de los clientes.
- Analizar el mercado potencial y objetivo del servicio de mensajería empresarial outsourcing, mediante el uso de las variables de segmentación y de información secundaria de la compañía.
- Realizar una investigación descriptiva con el fin de obtener datos concretos sobre la demanda potencial de la nueva empresa de servicios de mensajería empresarial.
- Identificar la competencia directa e indirecta del servicio de mensajería empresarial outsourcing, mediante el análisis de los principales oferentes, determinando la forma como están operando, el grado de participación, sus debilidades y fortalezas, su nivel de atención y satisfacción, estimando su comportamiento actual y su situación futura y evaluación previsible.
- Realizar un análisis de precios de los principales competidores para precisar estrategias para el sostenimiento de la nueva empresa.
- Determinar el canal de comercialización que tendrá la empresa para llegar a sus clientes.
- Diseñar un plan publicitario y promocional, mediante el análisis de medios de mayor impacto y difusión, seleccionando aquellos más adecuados para dar a conocer en el mercado la nueva empresa de servicio de mensajería empresarial outsourcing precisando los presupuestos de lanzamiento y operación normal.

## 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

### Imagen 2: Servicio de mensajería Empresarial outsourcing



FUENTE: monterrey.olx.com.mx

**2.2.1. Definición, usos y especificaciones del producto.** Operará bajo la modalidad de afiliación de las empresas. La empresa brindará un servicio de gestión outsourcing de mensajería empresarial especializada en el manejo de documentos, gestiones y trámites empresariales a través de una solicitud, en línea o vía telefónica. Al definir el tipo de gestión de mensajería, el operador logístico de la empresa asigna el servicio el cual se presentará en la empresa solicitante en un intervalo de 10-20 minutos a dar una asistencia de calidad y confiabilidad. El servicio será facturado al finalizar el mes y la empresa podrá contar con el personal mensajero por horas, por días o por gestiones

1) Mensajería local. Envío de paquetes, trámites o gestiones de documentación a lugares dentro de la ciudad de Barrancabermeja, Cancelación de cuentas de servicios básicos, pagos o cualquier cancelación que se deba tramitar en el banco o en alguna otra entidad financiera, de manera inmediata.

2) Asistencia corporativa. Agenda programada de pagos empresariales, servicio de recolección de paquetes, trámites o gestiones de documentación en lugares dentro de la ciudad de Barrancabermeja.

3) Expresos de mensajería regional. La empresa podrá solicitar el servicio para gestiones y necesidades fuera de la ciudad de Barrancabermeja la cual dispondrá de personal especializado para gestionar o desarrollar trámites a nivel regional.

**2.2.2. Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia:** El principal atributo diferenciador que tiene el proyecto es que es un servicio especializado en el servicio para empresas bajo la modalidad de contrato facturado por servicios prestados en el mes o por disponibilidad mensual de un mensajero.

## 2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

**2.3.1 Mercado potencial.** Todas las empresas ubicadas en la ciudad de Barrancabermeja

**2.3.2 Mercado objetivo** El mercado objetivo es el sector empresarial de la ciudad de Barrancabermeja definidas así<sup>13</sup>:

663 del sector industrial

3.535 del sector comercial

1.620 del sector servicios

Total empresas de Barrancabermeja 5.818

## 2.4 LA DEMANDA

**2.4.1 Investigación de mercados:** La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

**2.4.1.1 Planteamiento del problema:** La mensajería no es un oficio de 8 horas continuas, en una empresa gran parte del tiempo cuando el mensajero está dentro de ella esperando recibir el trabajo del día debe desarrollar labores para lo que no ha sido contratado o muchas veces el flujo de trabajo externo no es el suficiente para ocupar la mayoría del tiempo al empleado. Esto se vuelve un costo alto para la operación de la empresa y en muchas veces ineficiente. Las empresas de Barrancabermeja han optado por no tener mensajería propia si no recurrir a personas independientes que realizan la labor de mensajería básica pero sin ninguna garantía en el manejo de documentos importantes, dinero o documentos equivalentes ni pólizas de cumplimiento. Las empresas corren riesgo al llamar a diferentes personas para encargar sus trámites, gestiones u otras actividades de la empresa fuera de sus límites y se han presentado eventos de fleteo, robos y

---

<sup>13</sup> Cámara de comercio de Barrancabermeja.

perdida de documentos, nadie asegura la confiabilidad del servicio y no hay herramientas jurídicas para poder asegurar un servicio informal. En el mercado no existe una empresa que preste servicios de mensajería empresarial exclusivamente por eso se hace necesario crear una empresa de mensajería empresarial formal que cumpla con las garantías de responsabilidad y confiabilidad en el manejo adecuado de la información suministrada por las empresas y que este regulada por el ministerio de comunicaciones quien es la entidad que regula estos servicios.

Nota: La Investigación de mercados se usa para dos cosas. La primera para identificación de problemas: Se lleva a cabo para ayudar a identificar problemas que no necesariamente son visibles y sin embargo existen, o podrían surgir en el futuro y la segunda para solucionar problemas de Marketing: Una vez se identifica el problema de marketing, la investigación de mercados es un apoyo muy importante para encontrar alternativas de solución. Por lo que el planteamiento se desarrolla teniendo en cuenta la relación directa que se origina la idea y cuál es la condición actual del mercado.

**2.4.1.2 Necesidades de información:** Las necesidades de información provienen de fuentes primarias y secundarias. Las primeras están relacionadas con el comportamiento y características de la demanda del servicio y serán alcanzados a través del estudio de campo que se practicará a la muestra representativa de la población en estudio.

- Conocer la intención de contratar los servicios de la empresa por parte del mercado para establecer los posibles usuarios para adquirir los servicios de la empresa, que permita cuantificar la demanda.
- Determinar las necesidades, niveles de aceptación, preferencias de las empresas.
- identificar el canal de la prestación del servicio para llegar a los clientes.
- Establecer las herramientas de comunicación para la promoción de la empresa.
- Establecer los precios que tienen los servicios de domiciliarios para las empresas.

### 2.4.1.3 Ficha Técnica

Tabla 1. Ficha Técnica

<b>Tipo de investigación</b>	El tipo de investigación en el presente estudio es exploratorio la cual permite establecer las características y preferencias de las empresas que se encuentra en el universo de la investigación.
<b>Método de investigación</b>	Para la realización de este proyecto se utilizara método inductivo, este se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones generales que puedan ser aplicadas a situaciones similares a la observada.
<b>Fuentes de información</b>	Primarias la información se obtendrá directamente de las personas encuestadas y las secundarias documentos bibliográficos relacionados con el tema (libros, revistas, folletos e información publicada por Internet), como punto de apoyo para la investigación, sobre el sector de servicios en cual se ubica la empresa.
<b>Técnicas de investigación</b>	Encuesta
<b>Instrumento para recolectar la información</b>	Mediante un cuestionario estructurado compuesto por preguntas de tipo cerrado y de selección múltiple con única respuesta.
<b>Modo de aplicación</b>	Directa
<b>Definición de población</b>	Elemento muestral: 5.818 empresas: de Barrancabermeja
<b>Determinación de la muestra</b>	Para determinar la muestra representativa de la población anteriormente definida se aplicó el muestreo aleatorio simple proporcional: Nivel de confianza 95% $Z = 1,96$ Como la seguridad es de 95% $Z$ es de (1,96) $e = 0.05$ Error. $P = 50\%$ proporción esperada 0,5 $q = 1 - p$ entonces equivale a 0,5 $N = 5.818$ empresas inscritas en cámara de

	comercio de Barrancabermeja.  $n = \frac{(5.818)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (0.05)^2(5.818-1)}$ N= 358
<b>Marco muestral</b>	Empresas de Barrancabermeja
<b>Alcance</b>	Barrancabermeja
<b>Tiempo de aplicación</b>	El tiempo real de la aplicación en el cual se pretende aplicar la encuesta es de 5 días (10 al 15 de abril de 2014)

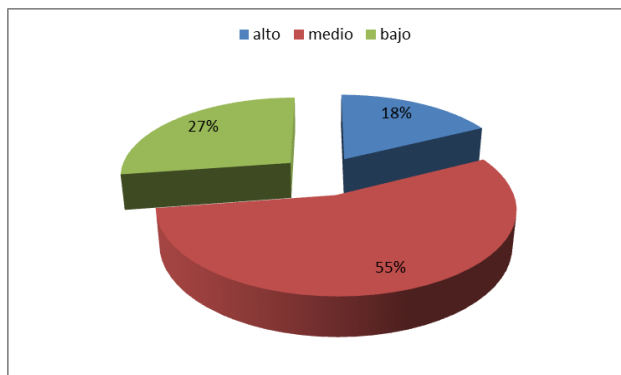
**2.4.1.4. Tabulaciónn, presentación y análisis de resultados.** Análisis de los resultados obtenidos se concluye lo siguiente:

**Pregunta 1. El flujo de trámites y mensajería de su empresa es?**

**Tabla 2. Flujo de trámites diarios en la empresa.**

VARIABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Alto	63	18%
Medio	197	55%
Bajo	98	27%
Total	358	100%

**Gráfica 1. Flujo de trámites diarios en la Empresa.**



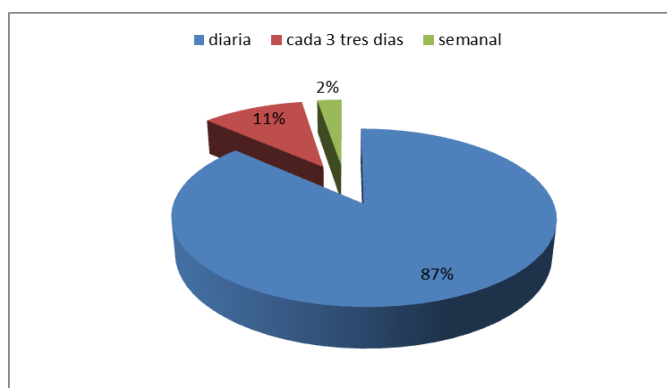
El 55% y el 27% de la muestra encuestada manifestaron que el flujo de trámites y servicios de mensajería de su empresa no son altos y por consiguiente no ve necesario tener un mensajero de planta. Por lo que estos resultados dejan ver la oportunidad de mercado para el proyecto.

**Pregunta 2. La frecuencia de usos de mensajería externa y tramites es?**

**Tabla 3. Frecuencia de uso de mensajería externa?**

VARIABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Diaria	311	87%
Cada 3 tres días	38	11%
Semanal	9	2%
Total	358	100%

**Grafica 2. Frecuencia de uso de mensajería externa**



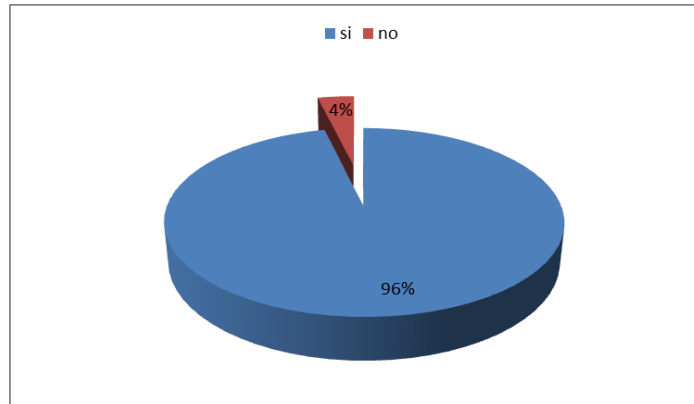
El 87% de las empresas encuestadas en la muestra manifiestan que sus necesidades de mensajería y trámites son en su mayoría de frecuencia diaria. Lo que muestra que si es posible que se contrate el servicio para cubrir esas necesidades.

**Pregunta 3 Ha requerido servicios de domiciliarios o mensajeros particulares?**

**Tabla 4. Servicios requeridos de domiciliarios o mensajeros particulares**

VARIABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	345	96%
No	13	4%
Total	358	100%

**Grafica 3. Ha requerido servicios de domiciliarios o mensajeros particulares**



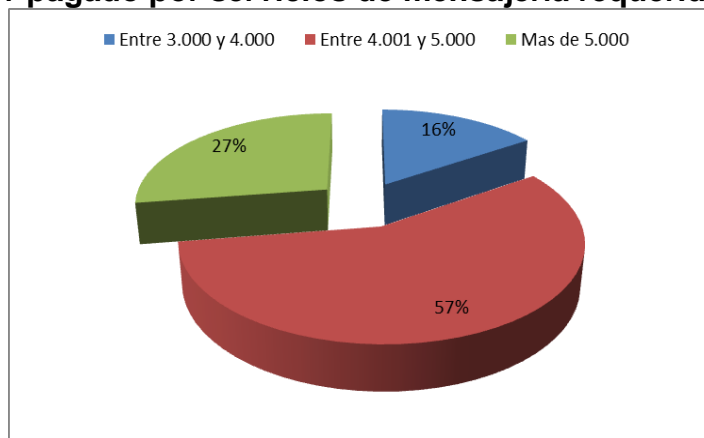
El 96% de las empresas encuestadas dice haber requerido un servicio de mensajería domiciliaria. Lo que indica que estos servicios tienen mercado y da posibilidades al proyecto.

**Pregunta 4. Cuánto ha pagado por servicio pedido de mensajería**

**Tabla 5. Valor pagado por servicios de mensajería requerida**

VARIABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Entre 3.000 y 4.000	56	16%
Entre 4.001 y 5.000	204	57%
Más de 5.000	98	27%
Total	358	100%

**Gráfica 4. Valor pagado por servicios de mensajería requerida**



Las empresas han pagado en su mayoría promedio entre 4.001 y 5.000 pesos en los servicios de mensajería que han solicitado así lo muestra el 57% de las empresas encuestadas. Este factor es determinante dado que como se mostraba

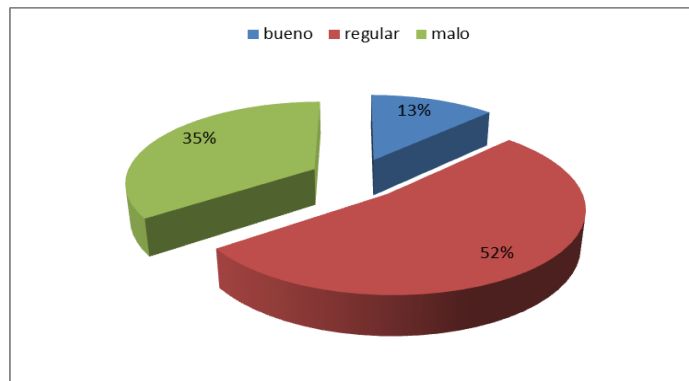
en la pregunta 1 al ser un flujo medio de requerimiento el factor predominante puede ser un alto costo si se paga por servicio, pero bajo si se empleara una persona exclusivamente para esa labor.

**Pregunta 5. El servicio que le prestaron cuando solicitó un servicio de mensajería a domicilio fue?**

**Tabla 6. El servicio que le prestaron cuando solicito un servicio de mensajería a domicilio fue?**

VARIABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Bueno	45	13%
Regular	188	52%
Malo	125	35%
Total	358	100%

**Gráfica 5. El servicio que le prestaron cuando solicito un servicio de mensajería a domicilio fue?**



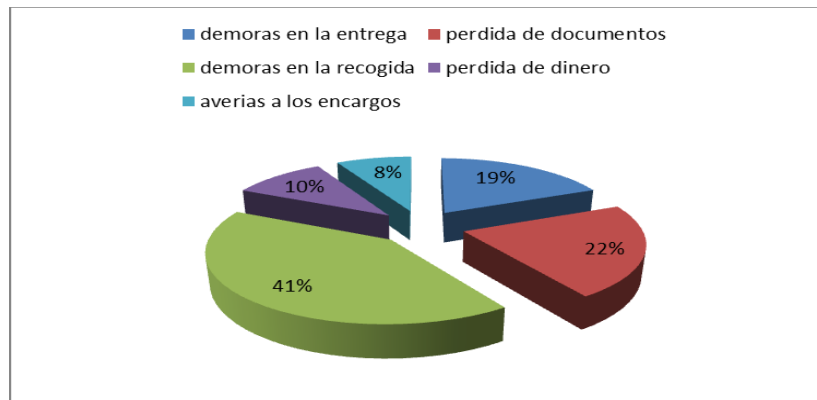
Se evidencia que el 52% de las empresas encuestadas manifestaron que el servicio recibido por la personas que ofreció el servicio de mensajería a domicilio fue regular seguido de una mala calificación con un 35% esto quiere decir que las empresas requieren un servicio de alta calidad para sus necesidades de trámites y mensajería.

**Pregunta 6. Cuáles fueron los principales problemas cuando le prestaron el servicio de mensajería?**

**Tabla 7. Cuáles fueron los principales problemas cuando le prestaron el servicio de mensajería?**

VARIABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Demoras en la entrega	67	19%
Pérdida de documentos	78	22%
Demoras en la recogida	148	41%
Pérdida de dinero	36	10%
Averías a los encargos	29	8%
Total	358	100%

**Gráfica 6. Cuáles fueron los principales problemas cuando le prestaron el servicio de mensajería**



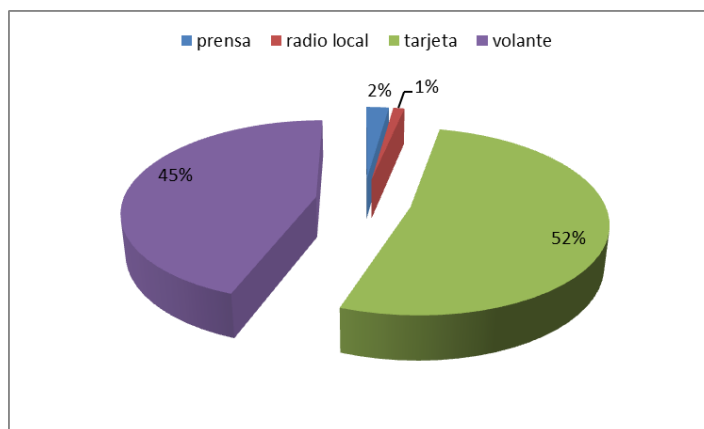
El 41% de los encuestados dicen haber tenido problemas con la recogida de los documentos, el 19% dicen que las demora en la entrega y con un 22% la pérdida de documentos fue la principal causa, estos indicadores dejan ver cuales deberán ser las fortalezas del servicio de la empresa de mensajería empresarial outsourcing.

**Pregunta 7. Por qué medio conoció de la existencia de las personas que le han prestado el servicio de mensajería?**

**Tabla 8. Medio por el cual conoció de la existencia de las persona que le presto el servicio de mensajería.**

VARIABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Prensa	8	2%
Radio local	4	1%
Tarjeta	187	52%
Volante	159	45%
Total	358	100%

**Gráfica 7. Medio por el cual conoció de la existencia de las persona que le presto el servicio de mensajería.**



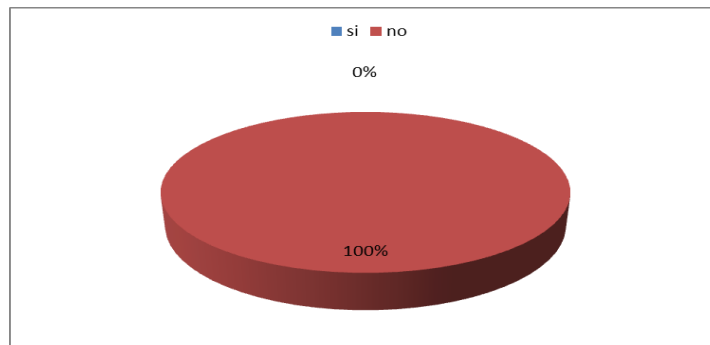
Un 52% de los encuestados dijo que la tarjeta fue el medio más efectivo para llamar y pedir un servicio de mensajería domiciliaria. El 45% dijo que los volantes fueron los medios más efectivos. Lo que nos muestra que las estrategias deben estar enfocadas en estos medios publicitarios.

**Pregunta 8. Conoce alguna empresa especializada en mensajería outsourcing en Barrancabermeja?**

**Tabla 9. Conoce alguna empresa especializada en mensajería outsourcing en Barrancabermeja**

VARIABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	358	100%
Total	358	100%

**Figura 8. Conoce alguna empresa especializada en mensajería outsourcing en Barrancabermeja**



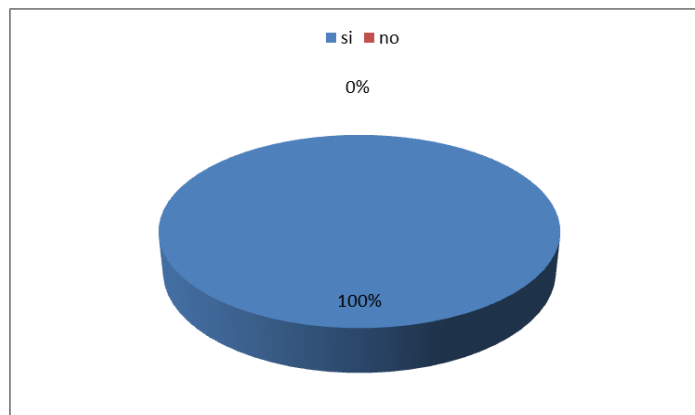
El 100% de los encuestados dice no conocer una empresa especializada en mensajería empresarial por outsourcing. Lo cual deja abierta la oportunidad para la empresa. La única competencia indirecta serían los domiciliarios informales

**Pregunta 9. Contrataría una empresa especializada en mensajería outsourcing en Barrancabermeja?**

**Tabla 10. Contrataría una empresa especializada en mensajería outsourcing en Barrancabermeja**

VARIABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	358	100%
No	0	0%
Total	358	100%

**Figura 9. Contrataría una empresa especializada en mensajería outsourcing en Barrancabermeja.**



El 100% de los encuestados dijo estar de acuerdo en contratar una empresa de mensajería especializada lo cual es un indicador altamente favorable para la empresa.

### 2.4.3. Estimación de la demanda

El mercado está conformado por 5.818 empresas de la ciudad de Barrancabermeja. La encuesta está determinada por 358 unidades.

N es el tamaño de la muestra = 358

La población es 5.818 empresas

$5.818 \times 100\%$  de intención de contratar la empresa = 5.818 empresas estimadas a utilizar el servicio de la empresa de mensajería especializada empresarial.

**Tabla 11 Estimación de la demanda**

GRUPO DE EMPRESAS OBJETIVO	%	OPERACIÓN	RESULTADO
5.818	100	$5.818 \times 100\%$	5.818

**2.4.4 Proyección de la demanda.** Para la proyección de la demanda total y efectiva, se utiliza el criterio de crecimiento empresarial mediante la técnica estadística de valor presente a valor futuro, donde se toma como base el índice promedio de crecimiento del municipio de Barrancabermeja que para los próximos 5 años, que de acuerdo a las proyección del Departamento Nacional de Estadística, DANE, tiene estimado, del 2.012 al 2.017, equivalente al 5%<sup>14</sup>.

**Tabla 12. PROYECCION DE LA DEMANDA**

AÑO	EMPRESAS	DEMANDA ESTIMADA
2014	5.818	6.108
2015	6.108	6.414
2016	6.414	6.735
2017	6.735	7.071
2018	7.071	7.425

<sup>14</sup> DANE. ESTIMACIONES DE POBLACIÓN 1985 - 2005 Y PROYECCIONES DE POBLACIÓN 2005 - 2020 TOTAL MUNICIPAL POR ÁREA

## 2.5 LA OFERTA

La oferta de servicios de mensajería especializada outsourcing formal no existe en la ciudad de Barrancabermeja. Pues estos servicios son prestados por personas informales sin ninguna garantía del servicio ni de responsabilidades. Solo se conoce una persona que maneja un servicio de domiciliarios dirigido principalmente a servicios de comidas y pagos personales. Por eso no se realiza este estudio.

**2.5.1 Necesidades de Información.** Al no haber competencia formal para analizar las necesidades de información no aplica.

**2.5.2 Ficha técnica:** No aplica.

**2.5.3 Análisis de la competencia:** Se tiene una sola empresa que podría ser competencia pero está dirigida a domicilios de comida y de hogares

TELECOYOTE Calle 50 No 19 43, Barrancabermeja - Santander

Tiene como fortaleza el tiempo en el mercado y su debilidad es que no es especialista mensajería empresarial. Su radio de acción se limita a la parte central de la ciudad, tiene una experiencia de 5 años pero podría ser no confiable en el servicio dado que el personal que desarrolla la actividad en nombre de ellos son personas en moto sin ninguna garantía y capacitación en servicio.

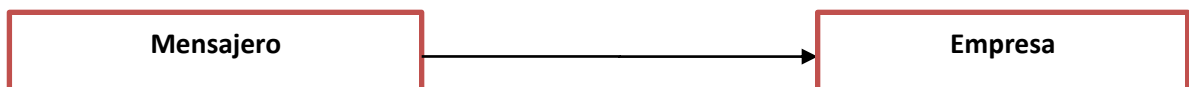
## 2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Este ítem no se desarrolla dado que no se tienen datos exactos de la competencia ya que es informal y no se registra datos en las fuentes consultadas de cámara de comercio ni secretaria de desarrollo de la alcaldía de Barrancabermeja y no se puede relacionar con la demanda.

## 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

**2.7.1 Estructura de los canales actuales.** El canal de prestación del servicio actual es el directo dado que los servicios de mensajería se contratan directamente con las empresas y/o personas

**Figura 10. Canal directo productor – empresa contratante**



## 2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales de comercialización.

### Prestador del servicio. – cliente final.

#### Ventajas:

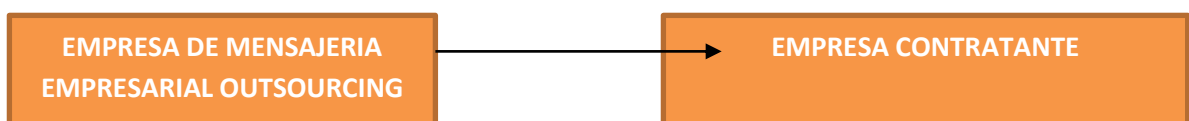
- Permite fijar precios económicos para obtener un mayor beneficio por ventas, lo que beneficia al cliente que paga lo justo.
- El producto llega en perfecto estado al usuario final.
- Facilita el contacto directo entre el productor y el usuario final, con la posibilidad de escuchar la voz del cliente.
- Agiliza la adaptación a los cambios del mercado o del producto.
- Contacto directo con el cliente, lo cual hace oportuno el servicio.
- Detectar nuevas expectativas o necesidades del cliente.

#### Desventajas:

- El productor puede manipular los precios a su criterio propio, lo que puede afectar al usuario final.
- Imposibilidad de cubrir gran parte de las expectativas de todos los clientes.
- Se hacen más costosos, los esfuerzos en publicidad y ventas son más altos.

**2.7.3 Selección de los canales de comercialización.** Para la prestación del servicio de mensajería empresarial outsourcing se seguirá el canal directo por que es la empresa quien ira a buscar a los clientes directamente para ofrecer la afiliación del servicio.

### Figura 11. Canal de comercialización propuesto



## 2.8 PRECIO

### 2.8.1 Análisis de precios

En el mercado se encuentra gran cantidad de personas informales dedicadas a la prestación de servicios de mensajería y domicilios pero no formalizadas para prestar servicios a empresas sin embargo se puede comprobar que estas personas están cobrando cada servicio entre 3.000 y 6.000 aproximadamente dependiendo de la distancia pero con la salvedad que no prestan garantía del servicio lo que puede en dado momento encarecer al mismo.

**2.8.2 Estrategias de fijación de precios.** La estrategia de precio será la de entrar al mercado con un valor competitivo en cuanto a los informales

## **2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

### **2.9.1 Objetivos**

- Dar a conocer la empresa de servicios de mensajería empresarial outsourcing en todo el sector comercial y empresarial de la ciudad de Barrancabermeja y volverse la opción más segura y confiable a la hora de requerirse un servicio.
- Posicionarse como la primera opción para el servicio mensajería empresarial una estrategia de promoción apoyada de la calidad del servicio prestado a los clientes.

### **2.9.2 Logotipo.**

#### **Imagen 2 Logotipo**



Es un diseño basado en el sector en donde se desarrolla la empresa de mensajería empresarial. Los colores son fuertes y vivos dado que se presta un servicio y este pretende dar seguridad y calidez al empresario

### **2.9.3 Lema.**

#### **“MENSAJERIA SEGURA PARA SU EMPRESA”**

Este slogan se creó para generar en el mercado objetivo SEGURIDAD a la hora de contratar los servicios

**2.9.4 Análisis de medios.** En el siguiente análisis se observa los principales medios publicitarios, en donde cada uno tiene ciertas ventajas y desventajas. Es necesario conocer la capacidad de los principales medios publicitarios para lograr el alcance, la frecuencia y el objetivo deseado. Finalmente se elegirán entre ellos los más convenientes de acuerdo al alcance de los mismos.

- **PRENSA:** Es el medio con mayor alcance, cubrimiento y penetración. Permite selectividad, gracias a su distribución nacional, regional o local.

Ventajas: Flexibilidad geográfica, bajo costo x 1000, es un medio rápido, bajo costo de producción, mensaje oportuno, diferentes precios según día, tamaño y sección.

Desventajas: Corta vida, exceso de información, mucha competencia, calidad del papel y la imagen.

- **REVISTAS:** Es el segundo medio más importante en los impresos.  
Ventajas: Alto grado de selectividad (revistas especializadas). Larga vida y permanencia. Se lee más detenidamente. Excelente calidad de producción. Más lectores por cada ejemplar (Generalmente de clase alta).  
Desventajas: Medio costoso por ser poco su tiraje. No garantizan un mínimo de circulación. No tiene mucha penetración geográfica.
  - **RADIO:** Es el medio de comunicación con más penetración.  
Ventajas: Llega a todo público por igual. Permite gran selectividad (emisoras) se puede escuchar y realizar otras actividades. No es demasiado costoso para el cubrimiento y frecuencia que permite cubrimiento local o nacional.  
Desventajas: No tiene imágenes. Contiene mucha publicidad. Mucha competencia.
  - **T.V.**  
Ventajas: Gran impacto visual y auditivo. Excelente cobertura en todas las clases sociales.  
Desventajas: Alto costo de producción y de pauta. Breve permanencia del mensaje.
- CINE PUBLICITARIO:** Se dice que es el medio más completo, pues reúne características de otros medios como la televisión, radio, revistas, prensa, vallas.  
Ventajas: Permite selectividad. Alta recordación del mensaje.  
Desventajas: Costos altos. Poca permanencia del mensaje.
- **VALLAS Y PUBLICIDAD EXTERIOR:**  
Ventajas: Flexibilidad. Tamaño. Buena permanencia del mensaje.  
Desventajas: Corta duración de impacto. No permite textos largos ni detallados.
  - **CORREO DIRECTO:** Es un medio muy bueno e impactante.  
Ventajas: Versátil pues se acomoda a presupuestos (evita pérdidas y desperdicios). Garantiza selectividad máxima. Permite variedad de diseños, formas, tamaños, contenidos, etc. Llega fácil al público y es la publicidad más fácil de controlar.  
Desventajas: Es necesario manejar bases de datos y esto es algo engorroso y problemático ya que deben estar actualizadas y además a las personas no les gusta que se maneje su información personal deliberadamente.

- **MEDIOS IMPRESOS:** Existe una amplia gama de estos, como lo son: Publicaciones informativas al interior de la empresa. Material de comunicación con los proveedores y distribuidores. Manuales de imagen corporativa. Señal ética en las instalaciones, vehículos, fachadas, stand de exposiciones.
- **INTERNET Y MULTIMEDIA:** Las nuevas tecnologías permiten una expansión de estos nuevos medios, que día a día cogen más fuerza, se popularizan y permiten integrar en un solo medio audio, video, imagen, texto, interactividad y posibilidades casi ilimitadas.

**2.9.5 Selección de Medios.** La selección medios publicitarios para lanzar al mercado la empresa de servicios de mensajería empresarial Serán LOS MEDIOS IMPRESOS como: correo directo y directorio telefónico y la RADIO dado que estos son económicos y llegan a una audiencia más masiva y dirigida.

**2.9.6 Estrategias Publicitarias.** Se tiene presupuestada dos estrategias básicas de publicidad para el lanzamiento.

- Un cóctel de lanzamiento, el cual se invitaran principalmente a un grupo de empresas y medios de comunicación.
- Presentación (Publicidad informativa) por medio de portafolio del producto de la empresa, tarjetas de presentación, con información de localización y teléfono.

A continuación se describe el presupuesto de los medios y estrategias necesarias para la promoción y publicidad de lanzamiento.

**Tabla 13. Presupuesto de lanzamiento**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR \$/UD	VALOR TOTAL \$
Evento de lanzamiento (coctel)	1	2.500.000	2.500.000
Brochure de servicios de la empresa	1000	2000	2.000.000
		<b>total</b>	<b>4.500.000</b>

Fuente. La autora del proyecto

**2.9.7 De Operación** El valor correspondiente a publicidad para el primer año de operación y sostenimiento, de acuerdo a la estrategia establecida, es de un total de \$5.300.000.

**Tabla 14. Presupuesto de operación**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO \$/MES</b>	<b>COSTO \$/AÑO</b>
Tarjetas de presentación	10.000	120.000
Brochures de la empresa	400.000	4.800.000
Páginas amarillas	40.000	480.000
Cuñas radiales	200.000	2.400.000
<b>Total costos</b>	<b>450.000</b>	<b>7.800.000</b>

## **2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO.**

Se pudo determinar que el 100% de los encuestados estuvo de acuerdo con la contratación de una empresa de servicios de mensajería especializada para las empresas lo cual le da al proyecto una oportunidad al mismo.

El precio promedio de los servicios de mensajería y que son prestados por domiciliarios convencionales está entre 4000 y 5000 pesos lo que indica en que promedio debe estar el precio de los servicios del proyecto.

La población está conformada por el sector empresarial de la ciudad de Barrancabermeja definidas así: 663 del sector industrial, 3.535 del sector comercial, 1.620 del sector servicios, total empresas de Barrancabermeja 5.818, según los resultados de la encuesta los encuestados dijeron estar dispuestos a contratar el servicio de mensajería empresarial outsourcing.

Se definió que el canal de comercialización es el directo para la prestación del servicio.

Se puede concluir que existe un mercado amplio, teniendo en cuenta el crecimiento empresarial, las condiciones de empleo por lo que se considera viable este proyecto desde el punto de vista de mercados.

El estudio de mercados muestra que es posible, que no hay competencia formal lo que abre la posibilidad de entrada al mercado.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se describen diversos factores que nos determinan el tamaño del proyecto, los procesos que se van a implementar realizando con detalle la descripción de los procesos con el fin de que sean funcionales, de igual manera se determina su localización, en el tamaño del proyecto se tienen en cuenta las variables que lo limitan como: el recurso humano, mercado, los aspectos financieros y la parte tecnológica. Para determinar el volumen de servicios a prestar.

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** La descripción del tamaño del proyecto hace referencia a la cantidad de contratos para la prestación de servicios de mensajería empresarial y su proyección de crecimiento durante los próximos cinco años, teniendo en cuenta los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos disponibles. La capacidad del proyecto para la prestación del servicio será el siguiente: Lunes a Viernes en el horario de 8:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 6:00 pm, el día sábado se trabajará en jornada continua de 8:00 am a 1:00 pm.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto:** Seguido se presentan los factores que determinan el tamaño del proyecto como: Factor económico o capacidad financiera, disponibilidad del servicio.

**3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda:** La demanda está cuantificada en 5.818 empresas como mercado potencial.

**3.1.2.2 El tamaño del proyecto y los suministros, insumos y mano de obra.** Los suministros e insumos en este proyecto son los básicos del funcionamiento de la empresa como papelería disponibilidad de recurso humano que preste el servicio de mensajería especializado, no es un factor importante y limitante del tamaño del proyecto.

**3.1.2.3 Tamaño del proyecto, la tecnología y equipos.** El proyecto se apoya en telecomunicaciones efectivas y ágiles lo cual no presenta barreras para la entrada de la empresa a funcionamiento.

**3.1.2.4 El tamaño del proyecto y la localización.** La localización no es un factor limitante para el proyecto, se necesita una oficina como sede de despacho de los servicios y para la parte administrativa, en donde atender a clientes.

**3.1.2.5 El tamaño y el financiamiento.** Para poder responder por el pago de salarios de los empleados, la empresa necesita tener un buen financiamiento económico. Este es un factor limitante de importancia.

**3.1.3 Capacidad del proyecto:** La capacidad del proyecto está determinado por la cantidad máxima de contratos que se pueden hacer para la prestación de los servicios de mensajería empresarial outsourcing. No se pueden calcular por servicio por que cada servicio dependiendo de las especificaciones del mismo y las necesidades de la empresa contratante tendría un tiempo muy diferente y complejo para calcular por eso se toman como base los contratos que se podrían desarrollar en el primer año.

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada:** En el caso de este proyecto Es tener en cuenta el número máximo de empresas que se pueden atender durante un tiempo determinado por ejemplo: cuantas empresas aproximadamente podría atender en un año.

La capacidad del proyecto se basa en la cantidad de servicios que pueden ofrecerse en la empresa prestadora de servicios de mensajería empresarial outsourcing. Proyectándola de acuerdo con los factores que determinan el tamaño del proyecto, se toma el número de mensajeros y jornada laboral que éstos tengan. El servicio de mensajería especializado se presta en la modalidad mensual, con un tiempo de 8 horas durante 26 días; (de 8:00 am a 12 m, y de 2. pm a 6:00 pm.), en donde la empresa laborará con 60 mensajeros, de lunes a sábado de 26 días promedio al mes, durante 12 meses al año; que en su momento se ajustarían los precios de manera proporcional, incluso el mismo servicio por horas.

Es de aclarar que se realizarán los cálculos en la modalidad mensual, cuyo tiempo de servicio mensual será de 208 horas (8 horas por día x 26 días por mes)

**CÁLCULOS:**

(60 mensajeros x 8 horas diarias por jornada x 26 días promedio al mes x 12 meses al año / 208 horas por servicio al mes= 720 contratos con empresas que se proyectan atender en el primer año.

**Tabla 15. Capacidad diseñada**

# operarios	Horas /día	Días/semana	Semanas /año	Total horas /año
60	8	6	49	141.120

**3.1.3.2. Capacidad instalada.** Se determina por la cantidad total de tiempo disponible de trabajo para atender a los clientes, para el presente proyecto corresponde a la cantidad de horas ajustadas al horario habitual de los mensajeros. Para la empresa prestadora de servicios empresariales outsourcing la capacidad instalada es la máxima capacidad de ofrecimiento de forma permanente que tiene la empresa. Con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes, para el inicio del proyecto la capacidad instalada será de 8 horas al día durante 6 días a la semana. Se proyecta la capacidad utilizada a 8 horas x 6 días en la semana x 49 semanas dado que se descuentan las dos semanas de vacaciones a las que tiene derecho el trabajador y la semana santa.

Es de aclarar que se realizarán los cálculos en la modalidad mensual, cuyo tiempo de servicio mensual será de 208 horas (8 horas por día x 26 días por mes)

**CÁLCULOS:**

(60 mensajeros x 8 horas diarias por jornada x 26 días promedio al mes x 12 meses al año / 208 horas por servicio al mes= 720 Empresas atendidas al año.

**Tabla 16. Capacidad instalada**

Mensajeros	Horas /día	Días/semana	Semanas /año	Total horas /año
60	8	6	49	141.120

Fuente. La autora

**3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada.** La capacidad utilizada y proyectada son el número de empresas afiliadas que se está en disposición de atender con su respectiva proyección de crecimiento.

Para la prestación del servicio de mensajería empresarial outsourcing se destinará el 50% de la capacidad instalada. De acuerdo al posicionamiento del servicio y a los requerimientos legales dentro del ámbito ambiental se espera que la demanda de los servicios de la empresa crezcan, para lo cual se estimara que la nueva empresa crecerá proporcionalmente año a año en un 10%, donde se espera que a partir del segundo año sea el 60%, para el tercer año 70%, para el cuarto año 80% y para el quinto año 90% de la capacidad instalada.

**Tabla 17. Capacidad utilizada por el proyecto**

Presentación	Contratos con empresas año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Afiliaciones de empresas	360	432	504	576	648
% Capacidad instalada	50	60	70	80	90

## 3.2 LOCALIZACIÓN

### 3.2.1. Macro localización.

La empresa prestadora de servicios de mensajería empresarial outsourcing estará ubicada en la ciudad de Barrancabermeja

### 3.2.2. Micro localización:

Para la Micro localización se consideraron dos sitios: Centro Empresarial Cardales y el Centro Empresarial San Silvestre, utilizando el método cualitativo por puntos para asignar el sitio ideal teniendo en cuenta que sea el de mayor facilidad de cercanías para los clientes.

Factores:

Vías	20%
Infraestructura	20%
POT	20%
Servicios	20%
Proveedores	20%
Valor base:	100 puntos

- Grados de Vías

No tenga vías	66
Mediana	132
Excelentes	200

- Grado de Infraestructura

No tiene	66
Tiene Bases	132
Si tiene	200

- Grado de POT

Autorizado	200
No autorizado	100

- Grado de Servicios

Todos	200
3	132
1	66

- Grado de Proveedores

Si	200
No	100

Tabla 18. Ponderación de factores para Micro localización del proyecto

<b>FACTOR / SECTOR</b>	<b>CENTRO COMERCIAL SAN SILVESTRE</b>	<b>CENTRO CARDALES</b>
Vías 20%	200	132
Infraestructura 20%	132	66
POT 20%	200	200
Servicios 20%	200	200
Proveedores 20%	200	200
<b>TOTAL</b>	<b>932</b>	<b>798</b>

El sector que cuenta con el mayor número de características necesarias para la localización de la empresa MEB EXPRESS EMPRESARIAL es el sector del centro empresarial San Silvestre, en la ciudad de Barrancabermeja.

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 3.3.1 Ficha técnica del servicio

Tabla 19. Ficha técnica del servicio

<b>Denominación del servicio</b>	Servicios de mensajería empresarial outsourcing
<b>Descripción General</b>	<p>1) Mensajería local. Envío de paquetes, trámites o gestiones de documentación a lugares dentro de la ciudad de Barrancabermeja, cancelación de cuentas de servicios básicos, pagos o cualquier cancelación que se deba tramitar en el banco o en alguna otra entidad financiera, de manera inmediata.</p> <p>2) Asistencia corporativa. Agenda programada de pagos empresariales, servicio de recolección de paquetes, trámites o gestiones de documentación en lugares dentro de la ciudad de Barrancabermeja.</p> <p>3) Expresos de mensajería regional. La empresa podrá solicitar el servicio para gestiones y necesidades fuera de la ciudad de Barrancabermeja la cual dispondrá de personal especializado para gestionar o desarrollar trámites</p>

	a nivel regional.
<b>Modalidades del servicio</b>	Contratos por horas Contratos por meses
<b>Horario</b>	Horario de la oficina de atención a clientes será de 8 horas diarias así: Lunes a viernes de 8 a 12 m y de 2 a 6 pm sábados medio día

Fuente: Autora del proyecto

**3.3.2 Descripción Técnica Del Proceso.** a). Se realiza el contacto entre MEB Express y el cliente, en donde se explica claramente en qué consiste el servicio, las condiciones para la prestación del mismo, las garantías que se tienen desde el momento en que empieza a pertenecer a MEB Express como cliente usuario.

b). Se realiza la afiliación en donde la empresa contratante suministra los documentos exigidos para el estudio y aprobación de la misma.

c). Una vez aprobada la afiliación la empresa contratante podrá empezar a solicitar los servicios de MEB Express.

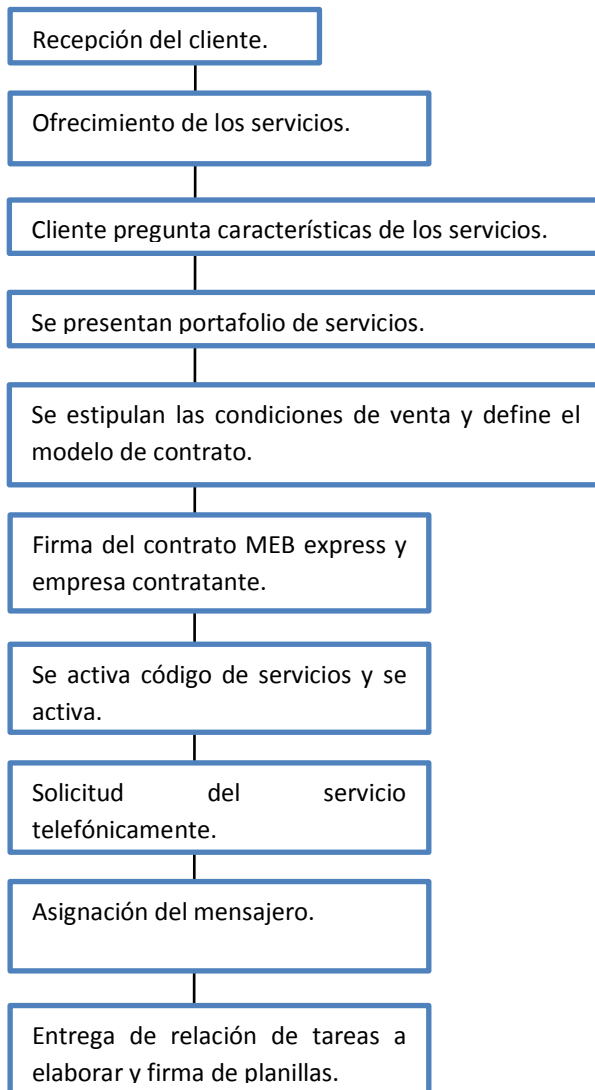
**Tabla 20. Proceso del servicio de mensajería empresarial**

No.	Responsable	Actividad
1.	Vendedor	Visita o hace la recepción del cliente.
2.	Vendedor	Pregunta al cliente por sus necesidades de mensajería, Se pone a disposición del cliente dándole toda la información que requiera. (opciones, precios) presenta opciones.
3.	Cliente	Pregunta precios y características de los servicios de mensajería empresarial
4.	Vendedor	Presenta portafolio de servicios y precios del servicio.
5.	Vendedor	Estipula las condiciones de venta y define las condiciones del contrato de mensajería.
6.	Vendedor /cliente	Firman el contrato de decoración.
7.	Empresa	Se asigna un código a la empresa contratante y se activa el mismo para iniciar de inmediato los servicios y se envían las planillas de verificación de servicios hechos.
8.	Cliente	Solicita telefónicamente el servicio.
9.	Empresa	Asigna el mensajero disponible el cual debe estar antes de 10 minutos aproximadamente.
10.	Cliente	Entrega relación de servicios a desarrollar en el día o tiempo requerido de mensajero y al finalizar la labor hace firmar la planilla.

**Nota explicativa.** Como se sabe en un proceso de servicio de esta naturaleza el tiempo es un factor indeterminado cuando se involucra situaciones imprevistas que no pueden ser contempladas.

### 3.3.3 Diagrama del servicio

**Figura 12. Diagrama de recorrido del servicio de operación, proceso y procedimiento.**



En el diagrama del flujo del servicio no se manejan tiempos exactos dado que este es un servicio especializado.

**3.3.4 Control de calidad.** La calidad de un servicio es una cualidad intangible que muestra los atributos diferenciadores, por eso para este proceso de control de calidad se tendrán en cuenta todas las apreciaciones y aspectos relacionadas directamente con los clientes, se requiere de un sistema que gestión de la calidad de los servicios implementado por la empresa. Aquí es pertinente establecer el ciclo del servicio para identificar los momentos de verdad y conocer los niveles de desempeño en cada punto de contacto con el cliente. Esta labor de contacto posterior al servicio será asumida por el vendedor de la empresa.

Diagnóstico. Para satisfacer las necesidades de los clientes, con la prestación de servicios oportunos, eficientes y confiables. Apoyados en procesos internos de calidad así como organizados y documentados que le permitan al cliente tener una mayor credibilidad y confianza según sus necesidades. Para garantizar la calidad de los servicios se propone:

Pautas del sistema de control de la calidad:

- Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.
- El cliente evaluara el servicio después de realizado

### 3.3.5 Recursos

**3.3.5.1 Recurso humano.** Se contará con mensajeros calificados .

**Tabla 21. Requerimiento mano de obra**

CARGOS	NÚMERO DE PERSONAS
Gerente	1
Asesor de ventas y supervisor de servicios	1
Secretaria Auxiliar contable	1
Contador	1
mensajeros	20

Fuente: autora del proyecto

### 3.3.5.2 Recursos Físicos

**Tabla 22. Requerimiento de equipos**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Computador EVC AMD FX-8350 Procesador AMD, FX-8350 4.0GHZ, Memoria DDR3 4GB 1333MHz, Disco Duro de 1TB SATA Board Asus M5A99FX A.R. DDR3, Quemador, DVD/RW, SATA, Chasis, Thermaltake,Urban,S21, Monitor Asus 24" Led, Teclado y mouse Argom.
1	Servidor HP ML310E Gen. 8 Licencia. Procesador Intel Xeon E3-1220V2 3.1GHz 4-core 8MB, Memoria DDR3 UDIMM 4GB PC3-12800, Máxima memoria soportada 32GB, Disco Duro de 1TB Sata 3.0GB/s (Máx. 8TB), Factor de forma Micro ATX, 8 puertos USB, Puerto Serial. Puerto VGA, Sistema operativo Windows Server Standard 2013, Licencias Windows Server CAL Kit(5 Licencias).
1	Radio Central de comunicaciones Motorola
24	Radioteléfonos Digital de Dos Vías DTR 620 para Negocios Motorola

**Tabla 23. Requerimiento de Muebles y enseres**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
4	Escritorios
4	Sillas
8	Sillas auxiliares
2	Archivador
4	Papeleras

**Tabla 24. Requerimientos de equipos de oficina**

INVERSIÓN	CANTIDAD
Equipo de cómputo	4
Fax Fotocopiadora e impresora	4
Teléfonos	4

### 3.3.5.3 Recurso de materias primas

**Tabla 25. Insumos, requerimientos de elementos de oficina.**

DESCRIPCION	CANTIDAD ( 1 AÑO )
Tintas	8 sistemas big color
Resmas de papel carta	10
Resmas de papel oficio	10
Perforadora	4
Grapadora	4
Carpetas	500
Bolígrafos	50
Lápices	50
Memorias usb	6 x 2 gb
Cd	Caja x 100

**3.3.6 Estudio de Proveedores.** En el mercado de los equipos de cómputo y de partes se encuentra diversidad de opciones, se ha elegido como su proveedor a **COMPUMAX**,

Esta empresa ofrece garantía en sus productos, está ubicada en Bucaramanga, su sede principal se encuentra en la calle 41 # 35-39, sucursal carrera 33 # 48-109 local 214, Centro Comercial Gratamira.

- **EQUIPOS DE ESCRITORIO**

COMPUMAX 11601CDBO. Procesador Intel® Atom, Disco Duro de 320 GB, 1 GB de Memoria Ram, Unidad DVDRW, Multilector de Tarjetas, Monitor LCD 16", Windows 7 Starter, PVP Excluido de IVA.

COMPUMAX 11622CDD0. Procesador Intel® Atom, Disco Duro de 320 GB, 2 GB de Memoria Ram, Multilector de Tarjetas, Unidad DVDRW, Monitor LCD 19", Windows 7 Starter, PVP Excluido IVA, TODO EN UNO

- **EQUIPOS RADIOTELEFONOS**

Radios Motorola; Eleinco S.A.S.

LEINCO S.A.S - GPS Software de Monitoreo, GPS Taxis, Radios Motorola, Computacion Móvil

Carrera 48 # 26 sur - 181, Local 103 Centro Integral Las Vegas

Tel: (57 4) 444 19 91

Envigado - Antioquia – Colombia.

- **Proveedores de equipos y muebles de oficina**

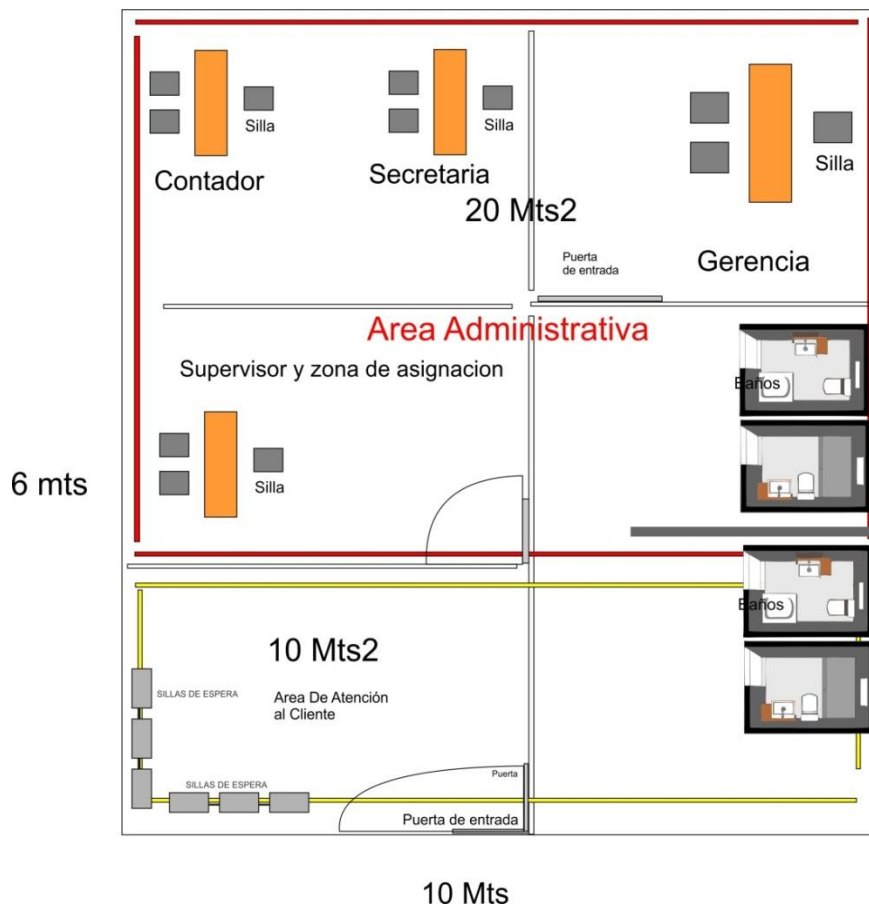
ABC computadores	Calle 35 # 14-87
Mundial de Computadores	Cra 27 # 36-45
Casa del Multimueble	Cra 17 # 52-42
Mudesa – Oficol	Calle 35 # 20-33

### 3.3.7 Distribución de planta.

**Tabla 26 Distribución de áreas**

Área	Metros <sup>2</sup>
Área administrativa	20 m2
Área de espera clientes	10 m2
Área total en M <sup>2</sup>	30 m2

Figura 14 planos de la empresa



### **3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO**

Para la prestación de los servicios de mensajería empresarial especializada, técnicamente es viable, al contar con los recursos necesarios para su montaje se iniciará con una proyección de contratar con 360 empresas el servicio para el primer año.

Se determina la ubicación de la empresa en el centro empresarial San Silvestre dado que debe tener distancias equidistantes a los diferentes sectores empresariales de la ciudad de Barrancabermeja.

Se estableció la ficha técnica del servicio. Se describe el proceso de prestación del servicio y se elaboró el flujograma del mismo.

Se describe el control de calidad del servicio. Se determinó el área de la empresa y su distribución mediante la elaboración de un plano. Los requerimientos de personal para el proyecto son ubicados en la región de influencia del proyecto y los requerimientos de equipos muebles y enseres se conseguirán en la ciudad de Bucaramanga por ser más económicos.

Por lo anterior se concluye, que el proyecto de los servicios de mensajería empresarial outsourcing es viable desde el punto vista técnico al contar con disponibilidad de recursos físicos, humanos requeridos, para su futura puesta en marcha.

## 4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa se constituirá como persona jurídica en la figura de empresa unipersonal, trabajará bajo el régimen común y se registrará ante la DIAN, donde se gestionará el registro único Tributario RUT. Se trabaja como persona jurídica dado las políticas fiscales del gobierno que dicen que después de superar los topes de ingresos se debe pagar impuestos por los mismos.

**Objeto social:** Transporte de mercancías, logística, mensajería

**Propietario.**

**CAROLINA PINZON PUERTO**

**Representante legal.**

**CAROLINA PINZON PUERTO**

**Nombre comercial: MENSAJERIA EMPRESARIAL BARRANCABERMEJA**

**Enseña Comercial. MEB EXPRESS EMPRESARIAL**

**Capital: está representado en recursos propios (ahorros de la propietaria) y a través de un préstamo Bancario de los mismos.**

### 4.2 Cultura organizacional.

**4.2.1 Visión:** Ser la empresa de servicios de mensajería empresarial posicionada y líder en el 2018 brindando soluciones al sector empresarial de la ciudad de Barrancabermeja.

**4.2.2 Misión:** Prestar servicios de mensajería empresarial outsourcing de manera confiable, segura, eficiente y ética; orientada a atender y satisfacer las necesidades y aspiraciones de nuestros clientes, contamos con un recurso humano comprometido con la excelencia en su gestión para una prestación eficiente y de alta calidad de los servicios de mensajería, se compromete con sus clientes en brindar atención oportuna a cada solicitud de servicios y a buscar beneficios para sus colaboradores, usuarios y comunidad en general.

### 4.2.3. Objetivos.

- Generar y mantener una fuerte relación con los clientes mejorando los procesos de comunicación y convirtiéndonos en un aliado estratégico para ellos.

- Garantizar la calidad del servicio mediante la implementación de acciones que busquen la calidad TOTAL de nuestros servicios.
- Nuestros empleados y personal técnico deben buscar permanentemente el mejoramiento mediante capacitación en manejo de R.r.p.p, capacitación ofrecida y brindada por la empresa en busca de fortalecer el recurso humano y los procesos de gestión de la empresa

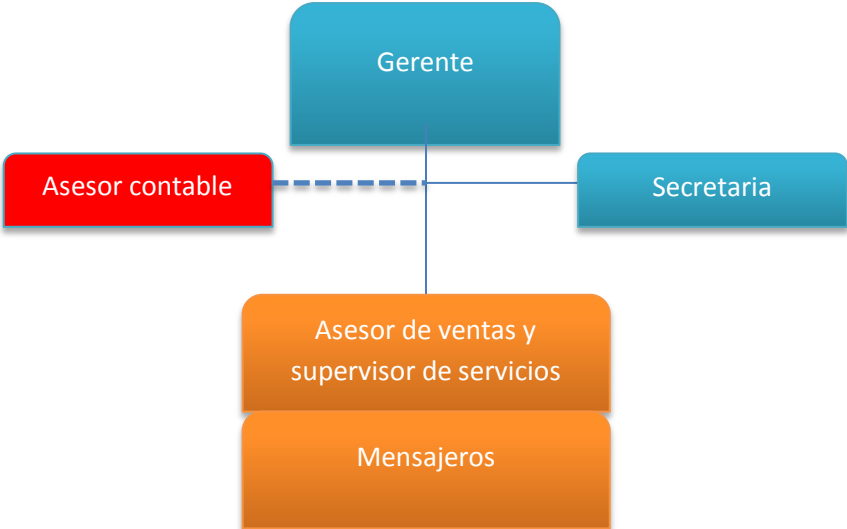
#### 4.2.4 Políticas. Entre las cuales se encuentran:

- **Política de selección y contratación de personal:** Establecer las normas de selección y contratación del recurso humano que permitan escoger personas idóneas, que se ajusten a los requerimientos de MEB Express y a los perfiles establecidos para lograr altos niveles de eficiencia.
- El personal que sea contratado debe presentar pruebas de manejo del área donde se le asigne.
- El personal operativo debe reunir requisitos tales como destreza, y habilidad en la conducción de vehículos y manipulación de mercancías.
- Se contratará por lo general el personal de la región que cumpla con los requisitos del cargo.
- La selección se hará presentado entrevistas y certificaciones de desempeño.
- **Políticas de ventas:** la contratación del servicios deberá estar sujeta a aprobación de crédito bajo criterios del estudio de crédito de MEB Express.
- Cada contrato será de pago mensual por el término de tiempo en el que se firme. No existen descuentos por pronto pago en las facturas.
- **Políticas de compras.** Establecer la logística adecuada para que se pueda disponer oportunamente de los bienes, y mobiliario, materiales e insumos necesarios, para la operación y mantenimiento de sus instalaciones, a precios justos y con los mayores niveles de calidad, de acuerdo a los requerimientos las autorizaciones de compras serán firmadas y autorizadas por la administración. Todas las compras se programarán de acuerdo a los requerimientos y necesidades de la empresa con treinta días de antelación. Los pagos se formalizan con los proveedores a 30 días.

**4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**


**4.3.1 Organigrama.**

**Figura 13 Organigrama**



### 4.3.2 Descripción y perfil de cargos.


Tabla 27 Manual del gerente

 Mensajería Empresarial de Barrancabermeja
<b>MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE</b>
<p><b>Función General:</b> Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención.</p>
<p><b>Funciones específicas:</b></p> <p>Ejercer la dirección administrativa, operativa y financiera de la Empresa de acuerdo con el Estatuto de la misma y las leyes, las prácticas y procedimientos que regulan el negocio postal.</p> <p>b) Representar judicial y legalmente a la Empresa ejerciendo las facultades generales y específicas que le confiera la Ley.</p> <p>c) Informar las acciones tomadas así como elevar a su consideración el plan operativo y presupuesto anual de ingresos y egresos, informando los resultados de las evaluaciones periódicas.</p> <p>d) Elevar para aprobación del Directorio los estados financieros, la memoria anual de la Empresa, el Reglamento de Organización y Funciones y Cuadro de Asignación de Personal, obteniendo la aprobación para su difusión.</p> <p>e) Transigir los juicios y otros asuntos de interés para la Empresa y someter al arbitraje las reclamaciones activas y pasivas de la Empresa.</p> <p>f) Proponer y sustentar las operaciones de crédito que superen las facultades Crediticias que le han sido conferidas.</p> <p>g) Supervisar las operaciones de la sociedad, los libros de contabilidad, cuidar que dicha contabilidad esté al día y suscribir la correspondencia de la sociedad, cuando sea necesario.</p> <p>h) Planificar, organizar y mantener una positiva imagen de MEB Express. Ante la colectividad y los trabajadores, propiciando los canales de comunicación necesarios que garanticen la receptividad y vigencia de la misma ante la opinión pública.</p> <p>l) Delegar cualquiera de sus atribuciones en funcionarios de menor jerarquía.</p> <p>j) Girar aceptar y endosar letras, abrir cuentas corrientes, girar cheques y endosar los mismos, firmar vales y pagarés, retirar depósitos, contratar sobregiros y avances en cuenta corriente y firmar contratos en representación de MEB Express</p>
<p><b>PERFIL DEL CARGO</b></p> <p>Edad 25 – 60 años, Indispensable Actitud de Servicio, Presentación Buena presentación Complementarios N/A</p> <p><b>nivel educativo:</b> Profesional en gestión empresarial</p> <p><b>Experiencia laboral:</b> Indispensables 3 año de experiencia en puestos similares</p> <p><b>Habilidades:</b> Indispensables Trabajo bajo presión Deseables Pro-activo</p>

**Tabla 28 Manual de la secretaria**

 <p>Mensajería Empresarial de Barrancabermeja</p>
<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA</b>
<p><b>Función General:</b> Es directamente responsable ante el Gerente General, por la correcta ejecución de los trabajos, por la excelente atención a las personas que ingresan a la oficina y las demás labores de su competencia</p>
<p><b>Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Redactar y transcribir los documentos de acuerdo a las instrucciones y requerimientos del Gerente.</li> <li>b) Atención en forma correcta y oportuna del teléfono y público e informar al jefe inmediato sobre los mensajes recibidos.</li> <li>c) Conservar en forma correcta y actualizada, el archivo de los documentos de su dependencia.</li> <li>d) Mantener organizadas las existencias de útiles y materiales de consumo de Oficina y presentar oportunamente requisición de los mismos a su jefe inmediato.</li> <li>e) Enviar la correspondencia y documentos que se originan en el laboratorio y asegurarse de que lleguen a su destinatario.</li> <li>f) Redactar y elaborar la correspondencia que se requiere en su dependencia.</li> </ul>
<p><b>PERFIL DEL CARGO</b></p> <p>Edad 23 – 30 años          Indispensable Actitud de Servicio          Sexo Femenino          Presentación Buena presentación</p> <p><b>nivel educativo:</b>          Tecnico en secretariado contable          Cursos : Contabilidad</p> <p><b>Experiencia laboral:</b>          Indispensables 1 año de experiencia en puestos similares</p> <p><b>Habilidades:</b>          Indispensables Trabajo bajo presión          Deseables Pro-activo</p>


**Tabla 29 Manual de asesor contable**

 <p style="font-size: small; margin: 0;">Mensajería Empresarial de Barrancabermeja</p>	
<b>MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR CONTABLE</b>	
<p><b>Función General:</b> Responder directamente por el manejo adecuado de toda la contabilidad de la Empresa y del personal de su dependencia.</p>	
<p>Funciones específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Elaborar, analizar, e interpretar y certificar los estados financieros de la empresa.</li> <li>b) Organizar y dirigir los servicios de contabilidad del MEB Express</li> <li>c) Verificar el trabajo del Asistente.</li> <li>d) Elaboración de nóminas, liquidación de prestaciones sociales y aportes parafiscales.</li> <li>f) Orientar a la dirección en los servicios financieros.</li> <li>g) Elaborar las declaraciones de Renta y Complementarios para presentar los respectivos informes tributarios.</li> <li>h) Especificar las normas contables a seguir en la empresa.</li> <li>i) Generar informes sobre la situación financiera y económica de la empresa</li> <li>j) Apoyar y asesorar en la solución de problemas y necesidades en el área contable y todas las dependencias de la empresa.</li> <li>k) Las demás inherentes al cargo que le sean asignadas.</li> </ul>	
<p><b>PERFIL DEL CARGO</b></p> <p>Edad 30 – 60 años Presentación Buena presentación</p> <p><b>nivel educativo:</b> Contador público con tarjeta profesional</p> <p><b>Experiencia laboral:</b> Indispensables 3año de experiencia en puestos similares Experiencia deseable N/A Observaciones: N/A</p>	

**Tabla 30 manual de funciones del asesor y supervisor de servicios**

 <p>Mensajería Empresarial de Barrancabermeja</p>
<p><b>MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR DE VENTAS Y SUPERVISOR DE SERVICIOS</b></p>
<p><b>Función General:</b> Crear y diseñar permanentemente nuevas estrategias comerciales y de mercadeo para la captación de nuevos clientes para la empresa y realizar el monitoreo del servicio a los clientes</p>
<p><b>Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Asesorar al cliente.</li> <li>b) Reportar las ventas.</li> <li>c) Realizar sondeos de Mercado</li> <li>e) Ofrecer absolutamente todos los servicios que tiene la empresa.</li> <li>f) Pasar informes semanales sobre la actividad desarrollada en la semana.</li> <li>g) Todas las inherentes al cargo que le sean asignadas por su jefe Inmediato.</li> <li>h) reportar las novedades del servicio prestado a los clientes</li> <li>i) evaluar permanentemente la satisfacción del cliente</li> <li>j) verificar la asignación de servicios a los mensajeros</li> <li>h) verificar la presentación personal de los mensajeros</li> </ul>
<p><b>PERFIL DEL CARGO</b></p> <p>Edad 25– 40 años          Indispensable Actitud de Servicio          Sexo Masculino          Presentación Buena presentación          Complementarios N/A</p> <p><b>nivel educativo:</b>          Técnico en mercadeo,</p> <p><b>Conocimientos:</b>          Conocimientos indispensables          Conocimiento de la ciudad          Conocimiento básico de trámites bancarios          Conocimientos deseables N/A</p> <p><b>Experiencia laboral:</b>          Indispensables 1 año de experiencia en puestos similares          Experiencia deseable N/A          Observaciones: N/A</p> <p><b>Habilidades:</b>          Indispensables Trabajo bajo presión          Deseables Pro-activo</p>

**Tabla 31 manual de funciones del mensajero**

 <p>Mensajería Empresarial de Barrancabermeja</p>	
<b>MANUAL DE FUNCIONES DEL MENSAJERO</b>	
<p><b>Función General:</b> desarrollar las actividades asignadas y requerimientos de los clientes de MEB EXPRESS y apoyar a la administración en el traslado de documentos y personal.</p>	
<p><b>Funciones específicas:</b></p> <p>Desarrollar los servicios que sean asignados a las empresas que lo requieran          Cumplir con las políticas de trabajo de la empresa          Garantizar la confidencialidad con las empresas en el servicio          Cumplir con los horarios establecidos por la empresa          Mantener buenas relaciones con los clientes          Otras que le sean</p>	
<p><b>PERFIL DEL CARGO</b></p> <p>Edad 23 – 30 años          Indispensable Actitud de Servicio          Sexo Masculino          Presentación Buena presentación          Complementarios N/A</p> <p><b>nivel educativo:</b>          Escolaridad Secundaria          Cursos N/A          Otra formación N/A</p> <p><b>Conocimientos:</b>          Conocimientos indispensables          Conocimiento de la ciudad          Conocimiento básico de trámites bancarios          Conocimientos deseables N/A          Observaciones: N/A</p> <p><b>Experiencia laboral:</b>          Indispensables 1 año de experiencia en puestos similares          Experiencia deseable N/A          Observaciones: N/A</p> <p><b>Habilidades:</b>          Indispensables Trabajo bajo presión          Deseables Pro-activo</p>	

### 4.3.3. Asignación salarial.

**Tabla 32 Asignación salarial mensual para el cargo**

Cargo	Número de personas	Salario mes \$	Subsidio de transporte
Gerente	1	1.500.000	
Secretaria	1	650.000	72.000
mensajeros	20	800.000	72.000
Asesor de ventas y supervisor	1	800.000	72.000
Contador	1	250.000	-

Las personas contratadas tendrán prestaciones sociales.

**Tabla 33 Porcentaje para el cálculo de prestaciones sociales**

Cesantías <b>8.33%</b> Interés sobre las cesantías <b>1%</b> Vacaciones <b>4.17%</b> Primas <b>8.33%</b>
<b>Total Prestaciones 21.83%</b>

Fuente. Ministerio de Protección Social

**Tabla 34. Porcentaje para el cálculo de seguridad social**

Salud TOTAL 12.5% 8.5% asume el empleador, 4% asume el trabajador
Pensión TOTAL 16% 12% asume el empleador, 4% asume el trabajador
Riesgos profesionales Según niveles de riesgo y los asume el empleador. 2.436% aprox.
Total Empleador 22.94%
Total empleado 8%

Fuente: Ministerio de Protección Social

**Tabla 35. Aportes parafiscales**

DESTINO	PORCENTAJES
Caja de compensación Familiar	4%
<b>Total Prestaciones</b>	<b>4%</b>

Fuente: Ministerio de Protección Social

#### **4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

“Mensajería empresarial de Barrancabermeja MEB Express” Teniendo en cuenta el carácter de la empresa, se crea como persona jurídica con régimen común, se debe hacer una selección cuidadosa de los empleados que participan en la operación de la empresa considerando que es éste el encargado de adelantar un contacto de manera directa sobre el servicio y por el alto grado de confiabilidad por parte del cliente.

Se desarrolló una cultura corporativa que orientará el direccionamiento de la empresa hacia el logro de sus objetivos destacándose la creación de la misión y la visión.

Se plantearon las políticas de recurso humano, de ventas y de compras buscando tener un funcionamiento organizado de la operación de la empresa así mismo se diseñó el organigrama y se elaboraron los respectivos manuales de funciones para las personas que están descritas en el mismo.

Se estableció que se emplearan 23 personas dentro de la operación de la empresa descritas en 20 mensajeros y tres administrativos más un asesor externo contable.

Se dejaron estipuladas las condiciones de remuneración contando con las prestaciones sociales y parafiscales de todo el personal vinculado al proyecto.

Se puede concluir que desde el ámbito administrativo es factible el montaje de una empresa de servicios de mensajería empresarial outsourcing en la ciudad de Barrancabermeja.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1 INVERSIONES

Para el desarrollo e implementación de la prestación del servicio de mensajería empresarial outsourcing se precisa a continuación el monto requerido de inversión total, basada en los diferentes estudios de mercados, técnico, administrativo, base para el análisis financiero de la empresa mensajería empresarial de Barrancabermeja. MEB Express

**5.1.1 Inversión Fija.** Se entiende como inversión fija, todos los activos fijos que requiere la empresa para poder desarrollar sus operaciones, como maquinaria y equipos, muebles y enseres.

**5.1.1.1 Terreno.** El presente proyecto no realizara inversión en terrenos en su etapa inicial, dado que se trabajara en una oficina ubicada en el centro comercial el cual esta acondicionado para la operación de la empresa.

**5.1.1.2 Construcción.** Para el presente proyecto no se estima ninguna inversión en terrenos.

**5.1.1.3 Maquinaria y equipo:** Son equipos los computadores la central radio operadora y los radioteléfonos que se necesitan para desarrollar el servicio de mensajería.

**Tabla 36 Inversión en maquinaria y equipos**

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total (con IVA)
1	Computador EVC AMD FX-8350	3.000.000	3.000.000
1	Servidor HP ML310E Gen. 8	1.500.000	1.500.000
1	Radio Central de comunicaciones Motorola	1.000.000	1.500.000
22	Radioteléfonos Digital de Dos Vías DTR 620	100.000	2.200.000
Total	Total		8.200.000

**5.1.1.4. Muebles y enseres.** Para la operación de MEB Express se compraran muebles y enseres de oficina como escritorios multifuncionales, sillas giratorias, archivadores, sillas de espera para un mejor desempeño administrativo.

**Tabla 37 Inversión en muebles y enseres.**

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total (con IVA)
4	Escritorio	400.000	1.600.000
4	Sillas	180.000	720.000
8	Sillas auxiliares	70.000	560.000
2	Archivador	250.000	500.000
4	Papeleras	20.000	80.000
Total	Total		3.460.000

**5.1.1.5 Equipo de oficina.** Para el funcionamiento normal de la parte administrativa se requerirá de unos equipos electrónicos y de oficina como computadora, e impresora multifuncional por un valor total de \$6.520.000

**Tabla 38 Equipos de oficina**

Cantidad	Equipo de oficina	de	Valor total (con Iva)
4	Equipo de Computo	de	5.000.000
4	Impresora		1.200.000
4	Teléfonos		320.000
Total			6.520.000

**5.1.1.6 Total de Inversión fija.** Para la nueva empresa se requiere de una inversión total fija de \$18.180,000, representados en maquinaria y equipos, muebles y enseres, equipos de oficina.

**Tabla 39 Total inversión fija**

Activo	Valor total (Con Iva)
Maquinaria y equipo ( tabla 36)	8.200.000
Muebles y enseres (tabla 37)	3.460.000
Equipo de cómputo ( tabal 38)	6.520.000
<b>Total inversión fija</b>	<b>18.180.000</b>

**5.1.2. Inversión diferida.** Se presentan los costos y gastos necesarios intangibles, pre operativos que incurrirá MEB Express antes de iniciar las actividades

normales, como publicidad de lanzamientos, estudio de factibilidad, gastos de puesta en marcha y constitución.

**Tabla 40 inversión diferida**

<b>ÍTEM</b>	<b>Valor total (\$)</b>
Publicidad de lanzamiento (Tabla 13)	4.500.000
Estudio de factibilidad	2.223.200
Gastos de puesta en marcha	2.000.000
<b>Total Inversión Diferida</b>	<b>8.723.200</b>

Fuente: autora del proyecto

**5.1.3. Inversión de capital de trabajo.** Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, mano de obra, reposición de activos fijos, etc.

Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo. Partiendo de la definición de capital de trabajo, que es prever o mantener en caja el efectivo necesario para cubrir los costos y gastos de funcionamiento normal de MEB Express para un periodo de tiempo dado, según sea la política de ventas, para los primeros, dos (2), meses de operación. De ahí la importancia de precisar claramente el presupuesto que incurrirá, tanto para los costos de prestación del servicio, gastos administrativos y de ventas, y gastos financieros, teniendo en cuenta su estructura y la capacidad inicial y proyectada). Para el cálculo del capital de trabajo

**5.1.3.1. Costos de prestación del servicio.** Hacen parte de los costos de prestación del servicio, la mano de obra directa y los CIF.

**Mano de obra directa.** Inicialmente la empresa calcula para 20 mensajeros con un salario base, con todas las prebendas, de ley.

**Tabla 41 Costo de mano de obra directa:**

<b>Concepto</b>	<b>Mensajeros</b>
Sueldo mes	16.000.000
Subsidio de transporte	1.440.000
Prima 8,33%	1.332.800
Vacaciones 4,17%	667.200
Cesantías 8,33%	1.332.800
Intereses cesantías 1%	13.328
Caja de Compensación Familiar 4%	640.000
Salud 8,5%	1.360.000
Pensión 12%	1.920.000
Riesgos Profesionales 0,522%	83.520
Dotación 7%	1.120.000
<b>Total mes</b>	<b>25.909.648</b>
<b>Total año</b>	<b>310.915.776</b>

**Costos indirectos de prestación del servicio.** Hacen parte de los costos indirectos de fabricación, (CIFS), la mano de obra indirecta, los materiales indirectos, los insumos, la depreciación, mantenimiento, y otros cifs, como seguros y parte del arriendo.

- ❖ **Mano de obra indirecta.** Hace parte de la mano de obra indirecta, el monto correspondiente a los salarios y prestaciones del asesor de ventas y supervisor de servicios.

**Tabla 42 costos de mano de obra indirecta**

Concepto	Asesor supervisor de servicios
Sueldo mes	800.000
Subsidio de transporte	72.000
Prima 8,33%	66.640
Vacaciones 4,17%	33.360
Cesantías 8,33%	66.640
Intereses cesantías 1%	666
Caja de Compensación Familiar 4%	32.000
Salud 8,5%	68.000
Pensión 12%	96.000
Riesgos Profesionales 0,522%	4.176
Dotación 7%	56.000
<b>Total mes</b>	<b>1.295.482</b>
<b>Total año</b>	<b>15.545.789</b>

❖ **Insumos.**

**Tabla 43 Insumos**

Concepto	uso x mes	Valor por ud \$	Valor total \$/mes	Valor total \$/año
Resmas de papel carta	1	8000	8.000	96.000
Resmas de papel oficio	1	8500	8.500	102.000
Carpetas	100	500	50.000	600.000
Tintas Carga mes	0,5	25000	12.500	150.000
Lapiceros caca x 25	0,1	30.000	3.000	36.000
Lápices caja x 25	0,1	20.000	2.000	24.000
Memorias usb x 2gb	6	20.000	120.000	120.000
Perforadora	4	20.000	80.000	80.000
Grapadora	4	20.000	80.000	80.000
Caja de cd x 100	6	50.000	300.000	300.000
<b>Total</b>			<b>79.000</b>	<b>948.000</b>

- **Depreciación.** El sistema de depreciación utilizado será el método de línea recta, donde se toma en cuenta el valor del activo de maquinaria y equipo empleados en la prestación del servicio, tomando como base la vida útil del bien desde el punto de vista contable, por otra parte se calcula el valor del salvamento para aquellos que tiene una vida de más de cinco años

**Tabla 44 Depreciación de maquinaria y equipos y herramientas**

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Maquinaria y equipos (Tabla 36)	8.200.000	10	820.000	68.333	4.100.000
<b>TOTAL</b>	<b>8.200.000</b>		<b>820.000</b>	<b>68.333</b>	<b>4.100.000</b>

Fuente: autora del proyecto

- **Mantenimiento.** Se prevé, para mantenimiento el 5% el valor del activo de la maquinaria y equipos.

**Tabla 45 Mantenimiento de maquinaria y equipos y herramientas**

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Maquinaria y equipos	8.200.000	0,05	410.000	34.167
<b>TOTAL</b>	<b>8.200.000</b>		<b>410.000</b>	<b>34.167</b>

Fuente: autora del proyecto

- **Otros CIFS.** Se consideran como otros cif, el seguro de maquinaria y equipos equivalentes al 1% del valor del bien por cada año y el 70% del valor total de arrendamiento cargado a la prestación del servicio.

**Tabla 46 Seguros**

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Maquinaria y equipos	8.200.000	0,01	82.000	6.833
<b>TOTAL</b>	<b>8.200.000</b>		<b>82.000</b>	<b>6.833</b>

Fuente: autora del proyecto

- **Total CIFS.** En resumen y de acuerdo con los cálculos anteriores se presenta el valor de los CIF, correspondiente a mano de obra indirecta, insumos, depreciaciones, mantenimiento y otros cif, (Seguros y la provisión de arriendo).

**Tabla 47 Total costos indirectos de prestación del servicio.**

Concepto	Costo \$/Mes	Costo \$/año
Mano de obra indirecta (TABLA42)	1.295.482	15.545.789
Insumos (TABLA43)	79.000	948.000
Depreciación (TABLA44)	68.333	820.000
Mantenimiento (TABLA45)	34.167	410.000
Otros CIFS: Seguro (TABLA46)	6.833	82.000
Arriendo (70%)	700.000	8.400.000
Total	2.183.816	26.205.789

Fuente: autora del proyecto.

**Total costos de prestación del servicio.** Total costos del servicio. Se presenta a continuación el resumen de los costos de la prestación del servicio para el mes y año que incurrirá la empresa MEB Express.

**Tabla 48 Total costos de producción**

Concepto	Año 1	Costo mes
Mano de obra directa (TABLA 41)	310.915.776	25.909.648
CIFS (TABLA 47)	26.205.789	2.183.816
Total	337.121.565	28.093.464

Fuente: autora del proyecto

**5.1.3.2. Gastos de administración y ventas.** Se consideran como gastos de administración y ventas, los correspondientes a nómina administrativa, la depreciación de muebles y enseres y equipo de oficina, amortización de diferidos y los gastos generales.

**Nómina administrativa.** Se calcula los gastos que incurrirá la empresa en la nómina correspondiente al gerente, y secretaria, con su respectiva carga prestacional para el mes y año.

**Tabla 49 Nómina administrativa**

Concepto	Gerente	Secretaria
Sueldo mes	1.500.000	650.000
Subsidio de transporte	72.000	72.000
Prima 8,33%	124.950	54.145
Vacaciones 4,17%	62.550	27.105
Cesantías 8,33%	124.950	54.145
Intereses cesantías 1%	1.250	541
Caja de Compensación Familiar 4%	60.000	26.000
Salud 8,5%	127.500	55.250
Pensión 12%	180.000	78.000
Riesgos profesionales 0,522%	7.830	3.393
Dotación 7%	105.000	45.500
<b>Total mes</b>	<b>2.366.030</b>	<b>1.066.079</b>
<b>Total año</b>	<b>28.392.354</b>	<b>12.792.953</b>

**Depreciación administrativa:** Se incluye la depreciación de muebles y enseres y equipo de oficina requeridos para el área administrativa.

**Tabla 50 Depreciación de muebles y enseres y equipo de oficina:**

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Muebles y enseres	3.460.000	10	346.000	28.833	1.730.000
Equipo de oficina	6.520.000	5	1.304.000	108.667	-
<b>Total</b>	<b>9.980.000</b>		<b>1.650.000</b>	<b>137.500</b>	1.730.000

Fuente: autora del proyecto

**Amortización de diferidos.** Se amortiza la inversión diferida para el área administrativa a 5 años.

**Tabla 51. Amortización de diferidos**

Activo	Valor del activo	Años Amortizables	Amortización \$ año	Valor \$mes
Diferidos	8.723.200	5	1.744.640	145.387
<b>TOTAL</b>	<b>8.723.200</b>		<b>1.744.640</b>	145.387

**Gastos generales:** Se incluyen los demás gastos generales, correspondientes a honorarios del contador, publicidad, mantenimiento, seguros, arriendo (30%) servicios públicos y demás, para la prestación de un mejor servicio

**Tabla 52 Mantenimiento administrativo**

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Muebles y enseres	3.460.000	0,05	173.000	14.417
Equipo de oficina	6.520.000	0,05	326.000	27.167
<b>TOTAL</b>	<b>9.980.000</b>		<b>499.000</b>	<b>41.583</b>

Fuente: autora del proyecto

**Tabla 53 Seguros administrativos.**

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Muebles y enseres	3.460.000	0,01	34.600	2.883
Equipo de oficina	6.520.000	0,01	65.200	5.433
<b>TOTAL</b>	<b>9.980.000</b>		<b>99.800</b>	<b>8.317</b>

Fuente: autora del proyecto

**Tabla 54 Gastos generales**

Concepto	Valor mes \$	Valor \$/año
Honorarios	250.000	3.000.000
Publicidad (Tabla 14)	650.000	7.800.000
Arriendo (30%)	300.000	3.600.000
Mantenimiento	41.583	499.000
Seguros	8.317	99.800
Servicios públicos	300.000	3.600.000
Papelería	80.000	960.000
Aseo y cafetería	50.000	600.000
<b>Total</b>	<b>1.679.900</b>	<b>20.158.800</b>

Fuente: autora del proyecto

**Tabla 55 Gastos de administración y ventas.**

Concepto	Valor \$/año	Valor mes
Nómina	41.185.307	3.432.109
Depreciación administrativa	1.650.000	137.500
Amortización de administración	1.744.640	145.387
Gastos generales	20.158.800	1.679.900
<b>Total</b>	<b>64.738.747</b>	<b>5.394.896</b>

Fuente: autora del proyecto

**5.1.3.3. Gastos Financieros.** Para el presente proyecto se tiene en cuenta unos gastos financieros representados en los intereses causados por un crédito por \$34.192.042 a un plazo de 5 años.

**Tabla 56 Gastos financieros**

Concepto	Valor \$
Intereses primer mes	574.426
Intereses segundo mes	564.853
Total	1.139.279

**5.1.3.4. Total Capital de Trabajo.** Para el total del capital de trabajo requerido, se pavec para los dos primeros meses de operación de la empresa, tengan presente que no se toman en cuenta los rubros que en su momento no generan salida de dinero, como es el caso de las prestaciones de ley, depreciaciones y amortización de diferidos.

**Tabla 57 Capital de trabajo**

Descripción	Valor \$ 2 meses
Costos de prestación del servicio (TABLA40 – TABLA46 )	49.023.392
Gastos de admón. y ventas (TABLA54-TABLA53-TABLA51-TABLA52)	9.615.519
Gastos financieros (TABLA55)	1.139.279
Total	59.778.190

**5.1.4. Inversión total.** En este numeral se tienen en cuenta la inversión fija, inversión diferida y el capital de trabajo.

**Tabla 58 Inversión Total.**

Descripción	Valor \$
Inversión fija	18.180.000
Inversión diferida	8.723.200
Capital de trabajo	59.778.190
Total	86.681.390

**5.1.5. Fuentes de financiación.** La puesta en marcha de la empresa tendrá dos fuentes principales de financiación, recursos propios del dueño y un crédito bancario de los siguientes rubros correspondientes

**TABLA 59 Fuentes de financiación**

Recursos	Valor \$	Participación sobre la inversión%
Recursos crédito	34.192.042	39
Recursos propios	52.489.348	61
Total	86.681.390	100

Se optó tomar como base de evaluación un crédito, el cual consta de las siguientes condiciones:

Entidad: Bancolombia, Monto total solicitado. \$34.192.042, Plazo. 60 meses 5 años, Tasa anual del 20,16%, Tasa mensual: 1.68%

**Tabla 60. Amortización del crédito**

PERIODO	INVERSION	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO
0	34.192.042				34.192.042
1		574.426	569.867	1.144.294	33.622.175
12		469.115	569.867	1.038.982	27.353.634
Subtotal		6.261.247	6.838.408	13.099.655	27.353.634
13		459.541	569.867	1.029.408	26.783.766
24		354.230	569.867	924.097	20.515.225
Subtotal		4.882.624	6.838.408	11.721.032	20.515.225
25		344.656	569.867	914.523	19.945.358
36		239.344	569.867	809.212	13.676.817
Subtotal		3.504.000	6.838.408	10.342.409	13.676.817
37		229.771	569.867	799.638	13.106.949
48		124.459	569.867	694.326	6.838.408
Subtotal		2.125.377	6.838.408	8.963.786	6.838.408
49		114.885	569.867	684.753	6.268.541
60		9.574	569.867	579.441	- 0
Subtotal		746.754	6.838.408	7.585.163	
Total		17.520.002	34.192.042	51.712.044	

## 5.2. COSTOS

La estructura de costos y gastos se dividen en fijos y variables

**5.2.1. Costos fijos.** Son aquellos costos y gastos que se deberán aprovisionar y cancelar, préstese el servicio o no y que no sufren variación en el tiempo

**Tabla 61 Costos fijos.**

Costos y gastos fijos		Valor total \$/año
Nómina administrativa	(TABLA48)	41.185.307
Honorarios	(TABLA53)	3.000.000
Publicidad	(TABLA53)	7.800.000
Arriendo		12.000.000
Papelería	(TABLA53)	960.000
Aseo y cafetería	(TABLA53)	600.000
Depreciación	(TABLA49)	2.470.000
Mantenimiento	(TABLA52)	909.000
Amortización de diferidos	(TABLA51)	1.744.640
Seguros	(Tabla 45 – 52)	181.800
Gastos financieros (Intereses)	(TABLA55)	6.261.247
Total costos y gastos fijos		77.111.994

**5.2.2. Costos variables.** Como su nombre lo indica, el costo variable hace referencia a los costos de prestación del servicio que varían dependiendo del nivel del mismo. Todo aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la prestación del servicio, se conoce como costo variable.

**TABLA 62 Costos variables.**

Costos y gastos variables		Valor total \$/año
Mano de obra directa	(TABLA40)	310.915.776
Mano de obra indirecta	(TABLA41)	15.545.789
Insumos	(TABLA42)	948.000
Servicios públicos	(TABLA53)	3.600.000
Total costos y gastos variables		331.009.565

**5.2.3. Costos totales unitarios.** De acuerdo con la estructura de costos y gastos se presenta el costo de la afiliación para las empresas con las especificaciones descritas en el estudio técnico. Tomando como base el primer año.

**Tabla 63 Costos totales unitarios.**

<b>Total costos y gastos</b>	<b>Valor total \$/año</b>
Costos y gastos fijos (TABLA61)	77.111.994
Costos y gastos variables (TABLA62)	331.009.565
Total costos y gastos	408.121.559
Contratos de afiliación a realizar	360
<b>Costo por contrato</b>	<b>1.133.671,00</b>
Precio de venta por del contrato	1.417.089

**5.3. Precio de venta.** El precio de Venta fue definido teniendo, el costo de prestación del servicio y la ganancia o rentabilidad esperada. Tomando como base la competencia reinante y los costos y gastos que incurrirá la empresa, se fija como política la estrategia de precios que se obtendrá un 20% de ganancias del costo unitario acorde a la siguiente fórmula matemática.

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo} \times \text{contrato} / 0,8 = \$1.417.089$$

#### **5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS**

**5.4.1. Egresos Proyectados.** Para el presente proyecto, se presentan los egresos a 5 años, correspondientes a costos de prestación del servicio, los gastos administrativos y de ventas y los gastos financieros. Debe tenerse en cuenta que se trabajó con pesos constantes, es decir, que solo se tiene variación en el tiempo aquellas cuentas de costos y gastos que tengan incidencia con el servicio, es decir, que a medida que aumente o disminuya estos sufre una alteración

**Tabla 64. Proyección de costos del servicio a 5 años.**

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Mano de obra directa	310.915.776	373.098.931	436.525.750	497.639.354	562.332.471
CIFS	26.205.789	31.446.947	36.792.927	41.943.937	47.396.649
Total	337.121.565	404.545.878	473.318.677	539.583.292	609.729.120

**Tabla 65. Proyección de gastos de administración y ventas a 5 años**

Concepto	Valor año 1	Valor año 2	Valor año 3	Valor año 4	Valor año 5
Nómina	41.185.307	41.185.307	41.185.307	41.185.307	41.185.307
Depreciación administrativa	1.650.000	1.650.000	1.650.000	1.650.000	1.650.000
Amortización de administración	1.744.640	1.744.640	1.744.640	1.744.640	1.744.640
Gastos generales	20.158.800	20.158.800	20.158.800	20.158.800	20.158.800
Total	64.738.747	64.738.747	64.738.747	64.738.747	64.738.747

**Tabla 66. Proyección de gastos financieros a 5 años**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	6.261.247	4.882.624	3.504.000	2.125.377	746.754
Total	6.261.247	4.882.624	3.504.000	2.125.377	746.754

**5.4.2. Ingresos Proyectados.** Igualmente los ingresos se proyectan a 5 años, tomando como base la capacidad utilizada y proyectada, manteniéndose el precio de venta igual para todos los periodos de vida útil de evaluación, ya que se trabajó a pesos constantes.

**Tabla 67. Proyección de ingresos a 5 años**

Presentación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
contratos	360	432	504	576	648
Precio de venta	1.417.089	1.417.089	1.417.089	1.417.089	1.417.089
Ingresos totales	510.151.949	612.182.338	714.212.728	816.243.118	918.273.508

## 5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

De acuerdo con las estructura de costos, gastos e ingresos, se presentan los estados de resultados básicos proyectados a 5 años, el cual se calcularon a pesos constantes, solo se evidencia incrementos en aquellos costos directos que tienen incidencia con los crecimientos estimados en la capacidad utilizada y proyectada, estos son: el estado de ganancias y pérdidas, el flujo de caja y el balance general

**5.5.1 Estado de resultado proyectado a 5 años** El estado de resultados o de ganancias y pérdidas, se calcula tomando como base las proyecciones de los respectivos costos y gastos e ingresos en la prestación del servicio. El estado de ganancias y pérdidas, se determina con financiamiento del 59%.

**Tabla 68 Estado de resultado proyectado a 5 años**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>					
Ingresos por ventas	510.151.949	612.182.338	714.212.728	816.243.118	918.273.508
<b>Tota Ingresos</b>	<b>510.151.949</b>	<b>612.182.338</b>	<b>714.212.728</b>	<b>816.243.118</b>	<b>918.273.508</b>
Costos de producción	337.121.565	404.545.878	473.318.677	539.583.292	609.729.120
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>173.030.384</b>	<b>207.636.461</b>	<b>240.894.051</b>	<b>276.659.826</b>	<b>308.544.388</b>
Gastos de administración y ventas	64.738.747	64.738.747	64.738.747	64.738.747	64.738.747
Gastos Financieros	6.261.247	4.882.624	3.504.000	2.125.377	746.754
<b>Utilidad antes de Imp.</b>	<b>102.030.390</b>	<b>138.015.090</b>	<b>172.651.303</b>	<b>209.795.701</b>	<b>243.058.886</b>
Impuestos 33%	33.670.029	45.544.980	56.974.930	69.232.581	80.209.432
<b>Utilidad Neta</b>	<b>68.360.361</b>	<b>92.470.110</b>	<b>115.676.373</b>	<b>140.563.120</b>	<b>162.849.454</b>
Reserva legal 10%	6.836.036	9.247.011	11.567.637	14.056.312	16.284.945
<b>Utilidad por distribuir</b>	<b>61.524.325</b>	<b>83.223.099</b>	<b>104.108.736</b>	<b>126.506.808</b>	<b>146.564.508</b>

**5.5.2 Flujo de Caja Proyectado.** Para la estructura de flujo de caja, se obtienen de las diferentes proyecciones de los costos de producción, gastos de administración y ventas y de los gastos financieros, estimados en cada uno de los ítems de la estructura desarrollada en puntos anteriores. El flujo de caja constituye una de los resultados más importantes base para evaluación del proyecto a través de los flujos netos de cada periodo de vida útil del proyecto. Para la maquinaria y equipos y activos que tiene una vida útil de 10 años se deprecia a 10 años y como el proyecto se evalúa a 5 años, el saldo se coloca como valor de salvamento.

**Tabla 69 Flujo de Caja Proyectado.**

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Entradas</b>						
<b>Efectivo</b>						
Ingresos por ventas	-	510.151.949	612.182.338	714.212.728	816.243.118	918.273.508
Aporte de socios	52.489.348					
Crédito	34.192.042					
<b>Total de Entradas</b>	<b>86.681.390</b>	<b>510.151.949</b>	<b>612.182.338</b>	<b>714.212.728</b>	<b>816.243.118</b>	<b>918.273.508</b>
<b>Salidas</b>						
Maquinaria y equipos	8.200.000					
Muebles y enseres	3.460.000					
Equipo de oficina	6.520.000					
Herramientas	-					
Total inversión fija	18.180.000					
Inversión Diferida	8.723.200					
Costos de producción		337.121.565	404.545.878	473.318.677	539.583.292	609.729.120
Gastos de administración		64.738.747	64.738.747	64.738.747	64.738.747	64.738.747
Gastos Financieros		6.261.247	4.882.624	3.504.000	2.125.377	746.754
Impuesto renta		33.670.029	45.544.980	56.974.930	69.232.581	80.209.432
Reserva legal		6.836.036	9.247.011	11.567.637	14.056.312	16.284.945
<b>Total salidas</b>	<b>26.903.200</b>	<b>448.627.624</b>	<b>528.959.239</b>	<b>610.103.992</b>	<b>689.736.310</b>	<b>771.708.999</b>
<b>Saldo (Entradas - salidas)</b>	<b>59.778.190</b>	<b>61.524.325</b>	<b>83.223.099</b>	<b>104.108.736</b>	<b>126.506.808</b>	<b>146.564.508</b>
Más depreciación		2.470.000	2.470.000	2.470.000	2.470.000	2.470.000
Más Amortización diferidos administrativo		1.744.640	1.744.640	1.744.640	1.744.640	1.744.640
Más Reserva legal		6.836.036	9.247.011	11.567.637	14.056.312	16.284.945
Menos pago a Principal		6.838.408	6.838.408	6.838.408	6.838.408	6.838.408
<b>Total saldo neto</b>	<b>59.778.190</b>	<b>65.736.593</b>	<b>89.846.342</b>	<b>113.052.605</b>	<b>137.939.352</b>	<b>160.225.685</b>
<b>Recuperación de inversión</b>						52.489.348
<b>Inversión residual de activos</b>						5.830.000
<b>Total flujo neto</b>		<b>65.736.593</b>	<b>89.846.342</b>	<b>113.052.605</b>	<b>137.939.352</b>	<b>218.545.034</b>
<b>Saldo Inicial</b>		<b>59.778.190</b>	<b>125.514.783</b>	<b>215.361.125</b>	<b>328.413.729</b>	<b>466.353.081</b>
<b>Saldo Final</b>	<b>59.778.190</b>	<b>125.514.783</b>	<b>215.361.125</b>	<b>328.413.729</b>	<b>466.353.081</b>	<b>626.578.766</b>

**5.4.3 Balance General a 5 años.** Igualmente se presenta el balance general inicial y proyectado a 5 años, de acuerdo a los resultados de la estructura de costos y gastos e ingreso estimados para la prestación del servicio.

**Tabla 70 Balance General a 5 años**

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>Activo corriente</b>						
Caja y Bancos	59.778.190	125.514.783	215.361.125	328.413.729	466.353.081	626.578.766
<b>Total activo corriente</b>	59.778.190	125.514.783	215.361.125	328.413.729	466.353.081	626.578.766
<b>ACTIVO FIJO</b>						
Maquinaria y equipos	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000
Muebles y enseres	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000
Equipo de oficina	6.520.000	6.520.000	6.520.000	6.520.000	6.520.000	6.520.000
Herramientas	-	-	-	-	-	-
Total inversión fija	18.180.000	18.180.000	18.180.000	18.180.000	18.180.000	18.180.000
Menos Dep. Acumulada.		2.470.000	4.940.000	7.410.000	9.880.000	12.350.000
<b>Total activo fijo</b>	<b>18.180.000</b>	<b>15.710.000</b>	<b>13.240.000</b>	<b>10.770.000</b>	<b>8.300.000</b>	<b>5.830.000</b>
Diferidos	8.723.200	8.723.200	8.723.200	8.723.200	8.723.200	8.723.200
Menos Amortización dife. Acumu.		1.744.640	3.489.280	5.233.920	6.978.560	8.723.200
Total Activos diferidos	<b>8.723.200</b>	<b>6.978.560</b>	<b>5.233.920</b>	<b>3.489.280</b>	<b>1.744.640</b>	-
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>86.681.390</b>	<b>148.203.343</b>	<b>233.835.045</b>	<b>342.673.009</b>	<b>476.397.721</b>	<b>632.408.766</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Obligaciones a corto plazo	6.838.408	6.838.408	6.838.408	6.838.408	6.838.408	-
<b>Total pasivo corriente</b>	6.838.408	6.838.408	6.838.408	6.838.408	6.838.408	-
<b>Pasivo no corriente</b>						
Obligaciones a largo plazo	27.353.634	20.515.225	13.676.817	6.838.408	(0)	-
<b>Total pasivo no corriente</b>	27.353.634	20.515.225	13.676.817	6.838.408	-	-
<b>Total Pasivos</b>	<b>34.192.042</b>	<b>27.353.634</b>	<b>20.515.225</b>	<b>13.676.817</b>	<b>6.838.408</b>	
<b>Patrimonio</b>						
Aporte de socios	52.489.348	52.489.348	52.489.348	52.489.348	52.489.348	52.489.348
Reserva legal		6.836.036	16.083.047	27.650.684	41.706.996	57.991.942
Utilidades del ejercicio		61.524.325	83.223.099	104.108.736	126.506.808	146.564.508
Utilidades del ejercicio anteriores			61.524.325	144.747.424	248.856.160	375.362.968
<b>PATRIMONIO</b>	<b>52.489.348</b>	<b>120.849.709</b>	<b>213.319.819</b>	<b>328.996.193</b>	<b>469.559.312</b>	<b>632.408.766</b>
<b>Total (Pasivo+Patrimonio)</b>	<b>86.681.390</b>	<b>148.203.343</b>	<b>233.835.045</b>	<b>342.673.009</b>	<b>476.397.721</b>	<b>632.408.766</b>

## **5.5 CONCLUSIONES**

Para el montaje de MEB Express se requerirá una inversión total de \$ 86.681.390 distribuida en inversión fija de \$ 18.180.000, diferida por \$ 8,723.200, y un capital de trabajo para dos meses de funcionamiento de \$ 59.778.190.

Para la obtención del capital requerido para la futura puesta en marcha, la empresa acudirá a un crédito ante una entidad financiera por un valor de \$ 34.192.042, equivalente al 39% total de la inversión, el restante 61%, es decir \$ 52.489.348, será aportado por la propietaria.

De acuerdo a la distribución proporcional de los costos de prestación del servicio total de acuerdo al comportamiento del mercado, se prorrateo dando como resultado un valor por contrato de afiliación de \$ 1.417.089, el precio promedio con un margen de utilidad del 20%.

En conclusión y de acuerdo con los respectivos presupuestos, estimativos y proyecciones, a pesos constantes se conformaron los estados financieros básicos, como su estado de ganancias y pérdidas, el flujo de caja y el balance inicial y proyectado, útiles para su evaluación financiera, se demuestra que el proyecto es rentable.

## 6. EVALUACION DEL PROYECTO

### 6.1. EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Responsabilidad Social del proyecto se consideran los siguientes elementos. Minimizar el impacto ambiental, Garantizar la transparencia con la competencia, asegurar la motivación y la implicación de los recursos humanos en el desarrollo de los proyectos emprendidos por la empresa MEB Express mantener una estrecha relación con el cliente y garantizar su satisfacción, extender el compromiso de Responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas, comprometerse con los trabajadores, la comunidad, las autoridades manteniendo un estrecho diálogo, garantizar el seguimiento y control de la implantación del Plan de Responsabilidad social. El proyecto contribuye a elevar los índices de empleo mejorando así los niveles de calidad de vida de las personas que pueden trabajar en la empresa.

La evaluación de cualquier proyecto hace referencia al análisis detallado de cada uno de las conclusiones encontradas en los capítulos de mercadeo, estudio técnico análisis de costos, inversiones organización y estudio financiero. Como es un de un proyecto de factibilidad y dada su limitada magnitud tendrá un leve impacto sobre el conjunto de la economía regional y local. El proyecto genera 23 empleos directos, por lo tanto, en este sentido su impacto social es alto. Posteriormente a medida que crezca la demanda de los servicios se ampliará el número de personas que se requieren. El proyecto es una fuente de trabajo para sus proponentes o futuros inversionistas, con el fin de conseguir los recursos para su implementación y generación de empleo estable.

### 6.2 IMPACTO AMBIENTAL.

**6.2.1 Matriz de evaluación de impactos:** se presenta a continuación la matriz de evaluación de impactos frente los elementos: agua, suelo y aire para fijar parámetros claros para el impacto positivo del proyecto

**Cuadro 71 matrices de impacto**

AREA	ITEM	AIRE			AGUA			SUELO		
		b	m	a	b	m	a	b	m	a
AREA ADMINISTRATIVA	GENERACION DE DOCUMENTOS	x			x			x		
	ASEO DEL LOCAL		x			x			x	
	EQUIPOS	x			x			x		
	MOBILIARIO	X			X			X		

Los resultados del impacto del proyecto son muy positivos dado que afectan de manera baja el uso del agua, del aire y del suelo lo que se traduce en un estudio factible ambientalmente y sostenible con el medio. Los elementos evaluados corresponden directamente a la actividad específica de la empresa como lo es el de la comercialización del servicio. No es necesario realizar planes de mitigación dado que la contaminación del proyecto es prácticamente inexistente. Los desechos emanados por las actividades propias del aseo interno no alteran las condiciones ambientales de manera notoria.

### 6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA.

**6.3.1 Valor presente neto.** “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos actualizados, descontados a la inversión inicial”<sup>15</sup> Se considera como la verdadera utilidad marginal del capital que resulta de la diferencia entre ingresos y egresos o excedentes netos, situada en el presente.

Para el calculo del VPN, se requiere determinar la tasa mínima atractiva de retorno, TMAR, que es lo mínimo que un inversionista espera le rente sus aportes, donde se compare y analiza si le dará más incursionar en el mercado financiero o en el proyecto, es decir es lo que espera le rinda su inversión comparada con las tasas o índices ofrecidos por el mercado bursátil o entidades financieras o terceros

Para la evaluación financiera la tasa de oportunidad o la tasa mínima atractiva de retorno TMAR tomando en cuenta los TES, la tasa del crédito y la tasa de riesgo.

$$TO = ((1+TES) (1+TR) - 1) \times 100$$

Debe existir una relación de:

$$TMAR = (TO \times RP) + (RC \times TI \times (1 - \%MP))$$

TO: Tasa oportunidad calculada

RP: Porcentaje de recursos propios 60%

RC: Porcentaje de recursos del crédito 40%

TI. Tasa de interés del crédito 20.16%

%IMP Porcentaje de impuesto de renta: Efectiva del 37%, correspondiente al impuesto de renta efectiva anual del 27% de renta y CREE del 10%

TES. Título de tesorería de 5 años del Banco de la Republica.

AÑO 2.012                      5.12%

AÑO 2.011                      5.28%

AÑO 2.010                      3.28%

---

<sup>15</sup> Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, Mac graw hill, quinta edición, 2.008. pág 181

AÑO 2.009 3.38%

AÑO 2.008 9.59%<sup>16</sup>

Promedio a 5 años 5.33%

Inflación de 2.013 fue de 2,44%, según el departamento Administrativo de Estadística, DANE cierre de 2.013 <sup>17</sup>

TR: Se toma como tasa de riesgo el 10%, El nivel de riesgo de la empresa solicitante, de acuerdo con ese flujo de caja, con el fin de determinar los montos y plazos adecuados para cada financiación. Según estas mismas variables, se definen los puntos básicos que han de sumarse a la tasa DTF, para así obtener la tasa de financiación del crédito<sup>18</sup>

$$\text{TMAR} = ((1,0553) \times (1,10)) - 1 \times 100 = 15,863\%$$

$$\text{TMAR} = (15,863 \times 0.62) + (0,38 \times (20,16 \times (1 - 0.37)))$$

$$\text{TMAR} = 13,61\%$$

Dado que el análisis se hace con pesos constantes se procede a deflactar la TMAR, sin los efectos inflacionarios, a través del siguiente procedimiento.

#### **TMAR deflactada:**

$$\text{TMAR} = \frac{(1 + \text{TMAR})}{(1 + \text{TI})} - 1 * 100 = \frac{1.1361}{1,0244} - 1 \times 100 = 10,90\%$$

Las utilidades netas actualizadas, resulta de traer a pesos de hoy los excedentes estimados en los cinco años de vida del proyecto, para determinar el valor del proyecto con el costo de capital a pesos constantes. El valor presente neto se calcula a partir de los resultados obtenidos año tras año durante la vida útil del proyecto, teniendo en cuenta la inversión inicial en el año base, la tasa mínima aceptable de rendimiento de los inversionistas es del 10,90% anual sin tener en cuenta la inflación por trabajar pesos constantes en los flujos netos actualizados.

---

<sup>16</sup> Banco de la república. 2012

<sup>17</sup> DANE, A Diciembre 31 de 2.011

<sup>18</sup><http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/edicion3/finanzas/mas-barato-comprar-por-leasing.htm>

**Tabla 72 Valor presente neto. VPN**

Año	Inversión	Flujos Netos	Factor de	Flujos Netos	VPN
		Sin Actualizar	Actualización	Actualizados	Actualizados
			(1+i)		
0	86.681.390				-86.681.390
1		65.736.593	0,9090	59.754.563	59.754.563
2		89.846.342	0,8263	74.240.032	74.240.032
3		113.052.605	0,7511	84.913.811	84.913.811
4		137.939.352	0,6828	94.184.989	94.184.989
5		218.545.034	0,6206	135.629.048	135.629.048
<b>Total</b>		625.119.924		448.722.443	362.041.053

VPN = Fondos Netos Actualizados - Inversión

$$VPN = \sum (EXN) (1+i)^{-t} - K(1+i)^{-t}$$

$$VPN = \$ 448.722.443 - \$ 86.681.390$$

$$VPN = \$ 362.041.053$$

El VPN de \$362.041.053, al ser superior a cero (0), se concluye que el proyecto es rentable y conveniente para su futura puesta en marcha. Valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos no se distribuyen y se van reinvierten en el desarrollo mismo del proyecto, año tras año.

**6.3.2 Tasa Interna Retorno (TIR).**<sup>19</sup>La TIR es aquella tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a la inversión aproximadamente y su utilidad sea igual a cero o en otros términos que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

Formula:

$$T.I.R. = \sum (FNE) (1+r)^{-t} - k (1+r)^{-t}$$

r = Tasa Interna de Retorno

F.N.E.= Flujos netos de efectivo

K = Inversión

t = Período de años 1, 2, 3, 4, 5.

La tasa estimada y aproximada donde se alcanza que los flujos netos de efectivo actualizados sean aproximadamente igual a la inversión total de \$ 86.681.390 , es del 98,16% Hay que aclarar que no existe competencia directa iniciando el

<sup>19</sup>Óp. cit. Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, Mac grawhill, quinta edición, 2.008. pág. 183

proyecto. La tasa comparada con la tasa mínima de retorno de los inversionistas, (TMAR) del 10,90%, y de los indicadores del mercado financiero como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, por tanto se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.

**6.3.3. Periodo de recuperación.** Es el periodo de tiempo en el cual se cubre el monto total de la inversión, con los flujos netos de efectivo actualizados a una tasa de 10,90%. El periodo de tiempo donde la inversión total de \$ 85.203.390, se recuperará es aproximadamente en el segundo año aproximadamente, tiempo relativamente corto dada la inversión.

**Tabla 74 Periodo de recuperación**

Año	Inversión	Flujos Netos	Saldos
		Actualizados	
0	86.681.390		(86.681.390)
1		59.754.563	(26.926.827)
2		74.240.032	47.313.205
3		84.913.811	132.227.016
4		94.184.989	226.412.005

#### **6.3.4. Análisis de las Razones Financieras.**

Análisis de las Razones Financieras. <sup>20</sup>Los bloques de razones financieras que se tomarán como base para el análisis son las siguientes:

- ❖ Bloque de razones de liquidez
  - ❖ Bloque de razones de endeudamiento
  - ❖ Bloque de razones de actividad
  - ❖ Bloque de razones de rentabilidad
- Bloque de razones de liquidez. Miden la capacidad de la empresa de generar recursos para atender sus compromisos corrientes o de cortos plazos, tanto operativos como financieros.

<sup>20</sup> Administración financiera I, Insed, primera edición 1.996, pág13

**Tabla 75 razones financieras**

<b>RAZONES FINANCIERAS</b>	<b>AÑO 1%</b>	<b>Fórmula</b>
RAZON CORRIENTE	18,35	activo corriente/pasivo corriente
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	5,42	total activos/total pasivos
ROTACION DE ACTIVOS	18,65	ingresos por venta/total activos
MARGEN BRUTO DE GANANCIA	20,0	utilidad bruta/ingresos totales
MARGEN NETO	13,4	Utilidad neta/ingresos totales

❖ **Razón corriente.** Se obtiene dividiendo los activos corrientes sobre los pasivos corrientes. Por cada peso \$1 que la empresa deva en el corto plazo, posee \$18,35 representados en activos corrientes, para afrontar sus compromisos, en un corto plazo.

❖ **Nivel de endeudamiento.** Indica el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa. Se determina dividiendo los pasivos totales por los activos totales. Al finalizar el primer periodo contable, la razón indica que por cada peso que la empresa tiene invertidos en activos el 0,024 queda como remanente de la financiación de los acreedores, en otras palabras los acreedores (Banco) son dueños del 40% de la empresa al finalizar el primer año.

❖ **Rotación de activos.** La rotación de los activos totales de la empresa para el año 1 fue de 20,31 veces otra interpretación es que por cada peso que se tiene invertido en activos se generaron unas ventas de \$18,65

❖ **Margen bruto de ganancias:** Para los primeros años el margen bruto de ganancia es aceptable, debido a que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad bruta antes de impuestos del 20,0%, el cual es conveniente

❖ **Margen neto de ganancias.** Este se calcula dividiendo la utilidad neta por las ventas netas. Este se calcula dividiendo la utilidad neta por las ventas netas. Esta razón muestra un margen aceptable de utilidad después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas. Para el primer año la utilidad neta es del 13,4%.

#### **6.4. PUNTO DE EQUILIBRIO**

Es una herramienta básica con la cual se puede determinar el número de unidades mínimo a vender para que la empresa cubra sus costos y gastos. El

punto de equilibrio, es denominado también el “punto muerto” donde se puede determinar el nivel de las ventas necesario para que la empresa cubra sus costos<sup>21</sup>. El concepto de punto de equilibrio desarrolla una metodología para establecer una situación donde la empresa ni pierda ni gane dinero.

El punto de equilibrio se calcula matemáticamente, bajo la siguiente fórmula:

$$\text{QP.E} = \frac{\text{CF}}{\text{PV} - \text{CVU}} = \frac{\$ 77.111.994}{\$1.417.089 - 1.133.671} = 272 \text{ contratos de servicios}$$

Dónde:

CF = \$ 77.111.994

CVU = \$ 1.133.671

PV = \$ 1.417.089

## 6.5 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN SOCIAL, AMBIENTAL Y FINANCIERA.

- ❖ Desde el ámbito social, se ayudará a disminuir la brecha del desempleo en la zona al generar directamente 23 empleos directos y 1 por prestación de servicios.
- ❖ Se analizó el impacto ambiental que generaría el proyecto desde todas sus áreas funcionales, como administrativa, operativa y comercial, presentando estrategias de mitigación que minimicen su impacto al medio ambiente y a los principales recursos de agua, suelo, aire y biota.
- ❖ Financieramente es un escenario ambicioso y rentable, al arrojar unos datos positivos donde el VPN de \$ 362.041.053, la TIR, del 98,16%, El periodo de tiempo donde la inversión total de \$ 86.681.390 se recuperará es aproximadamente de 2 años aproximadamente, tiempo relativamente corto dada la inversión, sin embargo esto se daría siempre y cuando se reinvirtieran los excedentes netos año tras año en el desarrollo del proyecto y no hubiese redistribución de los mismos.
- ❖ Por todo lo anterior, y analizados los resultados frente a los indicadores del mercado financiero como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.

<sup>21</sup> Administración Financiera. Humberto Pradilla Ardila. UIS. FEDI, Bucaramanga, Julio de 1986, página 137

## 7. CONCLUSIONES

Se pudo determinar que el 100% de los encuestados estuvo de acuerdo con la contratación de una empresa de servicios de mensajería especializada para las empresas lo cual le da al proyecto una oportunidad al mismo. El precio promedio de los servicios de mensajería y que son prestados por domiciliarios convencionales esta entre 4000 y 5000 pesos lo que indica en que promedio debe estar el precio de los servicios del proyecto.

La población está conformada por el sector empresarial de la ciudad de Barrancabermeja definidas así: 663 del sector industrial, 3.535 del sector comercial, 1.620 del sector servicios, Total empresas de Barrancabermeja 5.818, Según los resultados de la encuesta el 100% de los encuestados dijeron estar dispuestos a contratar el servicio de mensajería empresarial outsourcing

Se definió que el canal de comercialización es el directo para la prestación del servicio Se puede concluir que existe un mercado amplio, teniendo en cuenta el crecimiento empresarial, las condiciones de empleo por lo que se considera viable este proyecto desde el punto de vista de mercados. El estudio de mercados muestra que es posible, que no hay competencia formal lo que abre la posibilidad de entrada al mercado.

Para la prestación de los servicios de mensajería empresarial especializada, técnicamente es viable, al contar con los recursos necesarios para su montaje se iniciará con una proyección de contratar con 272 empresas el servicio para el primer año.

Se determina la ubicación de la empresa en el centro empresarial San Silvestre dado que debe tener distancias equidistantes a los diferentes sectores empresariales de la ciudad de Barrancabermeja.

Se estableció la ficha técnica del servicio. Se describe el proceso de prestación del servicio y se elaboró el flujograma del mismo.

Se describe el control de calidad del servicio. Se determinó el área de la empresa y su distribución mediante la elaboración de un plano. Los requerimientos de personal para el proyecto son ubicados en la región de influencia del proyecto y los requerimientos de equipos muebles y enceres se conseguirán en la ciudad de Bucaramanga por ser más económicos

Por lo anterior se concluye, que el proyecto de los servicios de mensajería empresarial outsourcing es viable desde el punto vista técnico al contar con disponibilidad de recursos físicos, humanos requeridos, para su futura puesta en marcha.

Mensajería empresarial de Barrancabermeja MEB Express” Teniendo en cuenta el carácter de la empresa, se crea como empresa unipersonal con régimen común, se debe hacer una selección cuidadosa de los empleados que participan en la operación de la empresa considerando que es éste el encargado de adelantar un contacto de manera directa sobre el servicio y por el alto grado de confiabilidad por parte del cliente. Se desarrolló una cultura corporativa que orientara el direcciona la empresa hacia el logro de sus objetivos destacándose la creación de la misión y la visión. Se plantearon las políticas de recurso humano, de ventas y de compras buscando tener un funcionamiento organizado de la operación de la empresa así mismo se diseñó el organigrama y se elaboraron los respectivos manuales de funciones para las personas que están descritas en el mismo.

Se estableció que se emplearan 23 personas dentro de la operación de la empresa descritas en 20 mensajeros y tres administrativos más un asesor externo contable.

Se dejaron estipuladas las condiciones de remuneración contando con las prestaciones sociales y parafiscales de todo el personal vinculado al proyecto.

Se puede concluir que desde el ámbito administrativo es factible el montaje de una empresa de servicios de mensajería empresarial outsourcing en la ciudad de Barrancabermeja. Para el montaje de MEB Express se requerirá una inversión total de \$ 86.681.390 distribuida en inversión fija de \$ 18.180.000, diferida por \$ 8.723.200, y un capital de trabajo para dos meses de funcionamiento de \$ 59.778.190. Para la obtención del capital requerido para la futura puesta en marcha, la empresa acudirá a un crédito ante una entidad financiera por un valor de \$ 34.192.042, equivalente al 40% total de la inversión, el restante 60%, es decir \$ 52.489.348, será aportado por la propietaria. De acuerdo a la distribución proporcional de los costos de prestación del servicio total de acuerdo al comportamiento del mercado, se prorrateo dando como resultado un costo por

contrato de afiliación de \$ 1.417.089, el precio promedio con un margen de utilidad del 20%. En conclusión y de acuerdo con los respectivos presupuestos, estimativos y proyecciones, a pesos constantes se conformaron los estados financieros básicos, como su estado de ganancias y pérdidas, el flujo de caja y el balance inicial y proyectado, útiles para su evaluación financiera, se demuestra que el proyecto es rentable.

Desde el ámbito social, se ayudará a disminuir la brecha del desempleo en la zona al generar directamente 23 empleos directos y 1 por prestación de servicios. Se analizó el impacto ambiental que generaría el proyecto desde todas sus áreas funcionales, como administrativa, operativa y comercial, presentando estrategias de mitigación que minimicen su impacto al medio ambiente y a los principales recursos de agua, suelo, aire y biota.

Financieramente es un escenario ambicioso y rentable, al arrojar unos datos positivos donde el VPN de \$ 362.041.053, la TIR, del 98,16%%, El periodo de tiempo donde la inversión total de \$86.681.390 se recuperará es aproximadamente de 2 años aproximadamente, tiempo relativamente corto dada la inversión, sin embargo esto se daría siempre y cuando se reinvirtieran los excedentes netos año tras año en el desarrollo del proyecto y no hubiese redistribución de los mismos. Por todo lo anterior, y analizados los resultados frente a los indicadores del mercado financiero como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.

## 8. RECOMENDACIONES

- Se sugiere participar en las diferentes ferias empresariales para posicionar la empresa.
- Realizar programas Incentivar al mercado para hacer una mejor promoción del producto y desarrollar permanentemente, estrategias de servicio al cliente de alta calidad en pro de clientes satisfechos siendo estos recíprocos en la generación de nuevos clientes.
- Con el fin de alcanzar resultados positivos con la puesta en marcha del proyecto se recomienda adelantar campañas exhaustivas de acuerdo a lo planteado en el plan promocional y publicitario, cuyo objetivo principal es posicionar la empresa.
- Procurar que la mano de obra tanto especializada sea de la región como una forma de contribuir a contrarrestar los altos índices de desempleo.
- En el análisis se puede ver que es rentable siempre y cuando se cumpla con los parámetros establecidos como volúmenes de venta y gastos moderados, y se amplíe el mercado a otros sectores comerciales y zonas del país.

ADMINISTRACIÓN MICROEMPRESARIAL, fundación Carvajal, Programa de microempresas, 350 pág.

BENNIS Warren y Nanos Buit, Lideres, Estados Unidos Norma 1992, 162 pág.

BIRNAN Enrique Metodología de la investigación y trabajo científico. 10ª edición, Editorial UNAD, 2005.

CAMARA DE COMERCIO, Plan de negocios, 2-7 pág.

CESPEDES SAENZ, Alberto, Principios de mercadeo, 450 pág.

CORDOBA PADILLA, Marcial FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

GUDIÑO DAVILIA, Emma lucia, contabilidad 2000 mogrow Hill 2001, 234 pág.

HERRERA David y DAVIS George, Investigación de mercados, México Mc GRAW Hill, 1995, 715 pág.

LEGIS. Guía Para la Pequeña Empresa. Bogotá. 2.007

MÉNDEZ, Carlos E. Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación

Resolución 00432 Por medio de la cual se establece la nueva calificación de Actividades Económicas.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE, SENA, Plan de negocios emprendimiento y empresarismo, Bogotá, SENA 2006, 9 pág.

## BIBLIOGRAFÍA

ADMINISTRACIÓN MICROEMPRESARIAL, fundación Carvajal, Programa de microempresas, 350 pág.

BENNIS Warren y Nanos Buit, Lideres, Estados Unidos Norma 1992, 162 pág.

BIRNAN Enrique Metodología de la investigación y trabajo científico. 10ª edición, Editorial UNAD, 2005.

CAMARA DE COMERCIO, Plan de negocios, 2-7 pág.

CESPEDES SAENZ, Alberto, Principios de mercadeo, 450 pág.

CORDOBA PADILLA, Marcial FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

GUDIÑO DAVILIA, Emma lucia, contabilidad 2000 mogrow Hill 2001, 234 pág.

HERRERA David y DAVIS George, Investigación de mercados, México Mc GRAW Hill, 1995, 715 pág.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS Y CERTIFICACION. Compendio, tesis y otros trabajos de grado. Quinta Actualización. Bogotá. ICONTEC, 2002.

LEGIS. Guía Para la Pequeña Empresa. Bogotá. 2.007

MÉNDEZ, Carlos E. Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación

MÉNDEZ A. Carlos E. Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Colombia: Mc Graw Hill.

MURCIA MURCIA, Jairo Darío.- PROYECTOS, FORMULACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACION. Primera edición: Alfa omega Grupo Editor, S. A. de C. V. México. Abril de 2009.

RESOLUCIÓN 00432 Por medio de la cual se establece la nueva calificación de Actividades Económicas.

VARGAS MANTILLA, Jorge. Preparación y evaluación de proyectos de inversión. Insed, p.45.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE, SENA, Plan de negocios emprendimiento y empresarismo, Bogotá, SENA 2006, 9 pág.