

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA AL ALMACENAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DE ARCHIVO EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

**STEFANIA BRAND IBARRA  
VANESSA CARVAJAL GUZMÁN**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA AL ALMACENAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DE ARCHIVO EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

**STEFANIA BRAND IBARRA  
VANESSA CARVAJAL GUZMÁN**

**Trabajo de grado para optar al título de  
Administrador de Empresas**

**Asesor  
Germán Muñoz Pino**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

## NOTA DE ACEPTACIÓN

Proyecto de Grado para aprobación por parte de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Fundación Universitaria Católica Lumen Pentium, valido como requisito parcial para optar al Título de Administrador de Empresas.

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Santiago de Cali, Valle del Cauca, Noviembre de 2013

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo quiero dedicar primero a Dios por darme la sabiduría, paciencia y la oportunidad de culminar la carrera, a mi mamá y abuela por darme el apoyo incondicional y estar en los momentos más difíciles, a mi papá que aunque ya no está presente sé que se sentiría orgulloso de mi logro, a mis amigos porque sin ellos esta experiencia no habría sido la misma, dejaron una huella en mi corazón.

### **Stefanía Brand Ibarra**

Dios es el principal merecedor, porque acompañó el logro de este uno de mis grandes sueños regalándome la vida y todo lo que de ella he requerido para lograr culminar con mis estudios profesionales.

A mis padres, mi gran tesoro Diomelina Guzmán y Gerardo Carvajal por su constante apoyo para lograr hacerme escribir estas frases en la presente.

A cada uno de mis profesores, porque cada uno de ellos ha aportado para la elaboración de este proyecto.

Mi segunda familia "COVALSA" por darme impulsos para iniciar ayudándome a diario enseñándome como ser mejor persona y especialmente por compartir de manera sincera mis alegrías y tristezas; a mis compañeros de carrera, más que eso, hoy mis amigos, por el aliento, la confianza y las esperanzas de apoyo durante la actividad de este proyecto.

### **Vanessa Carvajal Guzmán**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por darme esta oportunidad, a los Docentes por su paciencia, vocación, dedicación, empeño y respeto, a mi familia por el apoyo incondicional, a Martha Isabel por darme el empujoncito para iniciar mi carrera, a Vanesa por su valiosa e incondicional amistad, a Luis por su comprensión y apoyo incondicional y a todas y cada una de las personas que de una u otra manera me apoyaron y creyeron en mi sueño.

**Stefanía Brand Ibarra**

Esto es posible por el más grande, DIOS, por el milagro de la vida y los regalos adicionales que hasta ahora me ha otorgado.

A mis padres por guiar mis pasos hasta aquí y por compartir conmigo esta alegría.

Agradezco a los profesores GERMAN MUÑOZ PINO y DUBAN PEÑA nuestro director y lector de proyecto quien pacientemente nos guió hasta aquí, siendo un integrante más de nuestro equipo.

A mi compañerita y amiga STEFANIA BRAN IBARRA, por más que su compañía, el empeño a lo largo del desarrollo de este proyecto, por luchar a mi lado con una idea que no se creía fue la adecuada.

**Vanessa Carvajal Guzmán**

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.1. TÍTULO DEL PROYECTO	17
1.2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	17
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.5. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	18
2. OBJETIVOS (DEL PLAN DE NEGOCIO)	20
2.1 OBJETIVO GENERAL	20
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
3. JUSTIFICACIÓN	21
3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	21
3.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	22
3.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	22
4. MARCO DE REFERENCIA	23
4.1. MARCO TEÓRICO	23
4.1.1 Empresa.	23
4.1.2. Emprendimiento.	24
4.1.3. Mercado.	24
4.1.4. Estrategias de servicio.	25
4.1.5. Operación.	25
4.1.6. Estudio de Viabilidad del Mercado y el Producto.	27
4.1.7. Estudio de Viabilidad Técnica.	27
4.1.8. Estudio de Viabilidad Administrativa y Legal.	27
4.1.9. Evaluación de Viabilidad Financiera.	27
4.2 MARCO CONCEPTUAL	28
4.2.1 La Planeación y su Evolución en la Elaboración de Proyectos Empresariales.	28
4.2.2. Plan de negocios.	28
4.3 MARCO CONTEXTUAL	29
4.3.1 Teoría del Emprendimiento.	29
4.3.2. Ciclo de Emprendimiento.	31
4.4 MARCO LEGAL	33
4.4.1 Referencia legal.	33
4.4.2. Leyes.	33
5. ESTUDIO DE MERCADO	48
5.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA	48
5.1.1 El Mercado Objetivo.	48
5.1.2 Descripción de los Productos a Ofrecer.	49

<b>5.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b>	<b>51</b>
5.2.1 Análisis de Precios y Costos de la Competencia.	53
5.2.2 Análisis de Costos frente a la Competencia.	54
5.2.3. Análisis de Productos Sustitutos.	56
<b>5.3 DESARROLLO DE LA ENCUESTA A LA COMPETENCIA</b>	<b>57</b>
<b>5.4 ESTRATEGIA DE MERCADEO</b>	<b>63</b>
<b>5.5 ESTRATEGIA DE PRODUCTO</b>	<b>64</b>
5.5.1 Logo y Marca.	64
5.5.2 Empaque.	65
<b>5.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN</b>	<b>66</b>
5.6.1 Publicidad	66
5.6.2 Venta Personal.	66
<b>5.7 ESTRATEGIA DE PRECIOS</b>	<b>67</b>
5.7.1 Punto de Equilibrio.	67
<b>5.8 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN</b>	<b>67</b>
<b>5.9 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b>	<b>67</b>
<b>5.10 ESTRATEGIA DE SERVICIO</b>	<b>68</b>
<b>5.11 ANÁLISIS DOFA</b>	<b>68</b>
<b>6. ESTUDIO TÉCNICO.</b>	<b>70</b>
<b>6.1 DETERMINACIÓN DE TAMAÑO DE PLANTA</b>	<b>70</b>
6.1.1. Localización	70
6.1.2 Proceso de Producción.	71
6.1.2.1 Procedimiento Recepción De Documentos.	71
6.1.2.2 Procedimiento Operación documental inactiva.	73
<b>6.2 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA</b>	<b>75</b>
<b>6.3 ANÁLISIS DE COSTOS DE MUEBLES Y ENSERES, MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>	<b>75</b>
<b>6.4 CALCULO DE CANTIDADES DE MATERIALES PRODUCTIVOS</b>	<b>77</b>
6.4.1 Calculo de cantidades de materiales improductivos	77
6.4.2 Inventario de Materias Primas e Inventario de Productos Terminados.	78
<b>6.5 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN, ADMINISTRATIVO, INSUMOS DE EFILE S.A.S.</b>	<b>78</b>
6.5.1 Presupuesto de Producción - Ventas.	78
6.5.2 Proyección de Ventas – Producción años: 2, 3, 4, 5.	80
6.5.3 Control de Calidad al Proceso de Producción de Servicios.	80
<b>7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	<b>81</b>
<b>7.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA</b>	<b>81</b>
7.1.1 Misión.	81
7.1.2 Visión.	81
7.1.3 Valores Corporativos	81
<b>7.2 OBJETIVOS DE EFILE S.A.S.</b>	<b>82</b>
7.2.1 Objetivo General.	82
7.2.2 Objetivos Específicos	82
7.2.3 Organismos de Apoyo.	82

<b>7.3 ASPECTOS LEGALES</b>	<b>83</b>
7.3.1 Política de Distribución de Utilidades.	84
<b>7.4. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA</b>	<b>84</b>
<b>7.5. ANÁLISIS Y FUNCIONES DEL CARGO</b>	<b>85</b>
<b>8. ESTRUCTURA Y MODULO FINANCIERO</b>	<b>90</b>
<b>8.1 PARÁMETROS MACRO Y MICROECONÓMICOS</b>	<b>90</b>
8.1.1 Costos fijos del proyecto.	90
<b>8.2. POLÍTICA DE VENTAS</b>	<b>92</b>
<b>8.3. MANEJO DE CARTERA</b>	<b>92</b>
<b>8.4. POLÍTICAS DE COMPRAS</b>	<b>93</b>
<b>8.5. POLÍTICA DE INVENTARIOS</b>	<b>93</b>
<b>8.6. PARÁMETROS GENERALES</b>	<b>94</b>
<b>8.7. PLAN DE INVERSIONES</b>	<b>94</b>
<b>8.8. RESULTADOS – FINANCIEROS DEL PROYECTO.</b>	<b>96</b>
8.8.1. Estado de Balance General.	96
8.8.2 Indicadores Financieros del Proyecto.	99
<b>9. CONCLUSIONES</b>	<b>101</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA.</b>	<b>103</b>



## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
<b>Figura 1. Ciclo de Emprendimiento</b>	<b>33</b>
<b>Figura 2. Logo y Marca</b>	<b>65</b>
<b>Figura 3. Ubicación de la empresa</b>	<b>71</b>
<b>Figura 4. Diagrama del Proceso de Recepción De Documentos</b>	<b>72</b>
<b>Figura 5. Diagrama De Flujo Proceso principal Operación documental inactiva</b>	<b>74</b>
<b>Figura 6. Diseño de planta</b>	<b>75</b>
<b>Figura 7. Organigrama Funcional de la Empresa</b>	<b>85</b>

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
<b>Tabla 1. Competencia de Mayor Representación en Colombia</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 2. Aporte del sector servicio al PIB</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 3. Análisis de precios de venta de la competencia.</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 4. Costos Frente a la Competencia</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 5. Proveedores de Componentes de Maquinas</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 6. Punto de Equilibrio</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 7. Análisis DOFA</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 8. Costos de muebles y enseres, maquinaria y equipo</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 9. Implementos de activos no depreciables</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 10. Material Productivo</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 11. Materiales Improductivos.</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 12. Presupuesto de Ventas – Producción de Servicios. Año 1.</b>	<b>79</b>
<b>Tabla 13. Proyección de Ventas – Producción años: 2, 3, 4, 5.</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 14. Constitución de EFILE S.A.S.</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 15. Descripción del cargo de secretaria.</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 16. Descripción del cargo de administrador</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 17. Descripción del cargo de asistente</b>	<b>88</b>
<b>Tabla 18. Descripción del cargo de asistente</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 19. Costos fijos anuales</b>	<b>91</b>
<b>Tabla 20. Parámetros de Proyección para las ventas. Años 2, 3 y 4</b>	<b>92</b>

<b>Tabla 21. Parámetros de Proyección para Manejo de Cartera.</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 22. Política de depreciación para activos fijos, vehículos, software y equipo de cómputo.</b>	<b>94</b>
<b>Tabla 23. Inversiones Propias y con Crédito.</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 24. Plan de Financiación.</b>	<b>96</b>
<b>Tabla 25. Balance General Anual. Proyección a 5 Años.</b>	<b>96</b>
<b>Tabla 26. Análisis Vertical del Balance General Proyectado.</b>	<b>98</b>
<b>Tabla 27. Indicadores Financieros. Proyectado a 5 años.</b>	<b>100</b>

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
<b>Gráfica 1. Distribución Geográfica de Empresa Almacenamiento y/o de archivo en Colombia</b>	<b>51</b>
<b>Gráfica 2. Indicador de pregunta 1</b>	<b>58</b>
<b>Gráfica 3. Indicador de pregunta 2 de encuesta</b>	<b>59</b>
<b>Gráfica 4. Indicador de pregunta 3 de encuesta</b>	<b>60</b>
<b>Gráfica 5. Indicador de pregunta 4 de encuesta</b>	<b>61</b>
<b>Gráfica 6. Indicador de pregunta 5 de encuesta</b>	<b>62</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo, consiste en un estudio de viabilidad y en un plan de negocio, de una actividad económica y comercial denominada: **Efile S.A.S**, la cual se dedica a la administración, almacenamiento y custodia de archivos. El concepto de empresa consiste en una compañía de servicios especializados en el almacenamiento y administración de archivos siguiendo los lineamientos establecidos para la prestación de este servicio. Por lo tanto el proyecto, posibilita que se brinden oportunidades innovadoras para la demanda y del desarrollo del sector servicios, especialmente a la industria de la región, el departamento y el país. El estudio se desarrolló bajo la metodología sugerida para desarrollo de planes de negocio, soportado en investigaciones de mercados, análisis microeconómicos, proyecciones, complementado con simulaciones financieras, las cuales se consignan en el apartado financiero del estudio.

Los hallazgos muestran evidencias positivas en términos de la demanda para el proyecto. La región y el país avanzan hacia posiciones más sólidas de competitividad, en donde uno de los retos en los nuevos marcos comerciales y de mercados, debe ser la eficiencia en los procesos. El plan de negocio contempla un portafolio de servicios acorde con las necesidades de la oferta. Por tratarse de un proyecto de emprendimiento, los resultados muestran potencialidad de mercados, de igual forma viabilidad técnica y de localización y un estado de prospectiva financiera.

De forma explícita, el mercado del proyecto es en primera instancia el sector industrial en la región; especialmente el departamento del Valle del Cauca, en una segunda fase es el sector industrial en el resto del país. En cifras; el sector de transporte almacenamiento y comunicaciones representa el 6,8%, del PIB sectorial.

La propuesta de valor es prestar un servicio en términos de una propuesta “personalizada” por cada tipo de empresa, la cual responda exactamente a las necesidades ya sea de almacenamiento o administración de archivo. La misma implica; diseño, medición, mapa de ubicación, materiales y contexto; en ese orden, este concepto de empresa busca potencializar una asignación más eficiente de los recursos técnicos y tecnológicos de las unidades empresariales, que le permitan a éstas potenciar la competitividad, el valor económico, la utilidad empresarial, y el manejo responsable del medio ambiente. La competencia más representativa para la compañía, es SETECSA ya que cuenta con un amplio portafolio y una amplia trayectoria en el mercado, pero aunque tenga una gran trayectoria esta tiene como mercado objetivo grandes empresas, es decir se encuentra una ventaja competitiva al poder penetrar el mercado dando un enfoque en las Pymes que se encuentran ubicadas en la ciudad de Santiago de Cali. Finalmente la empresa muestra potencial financiero, y un buen margen de potencialidad en términos de creación de valor monetario.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente el departamento del Valle del Cauca es uno de los departamentos más ricos de Colombia, no sólo por su dotación de recursos naturales renovables, sino por su capacidad productiva, diversidad de producción y capital humano.

El departamento ha logrado desarrollar su capacidad productiva en casi todas las ramas de la actividad económica, especialmente en los sectores industrial, agroindustrial y de servicios generando un entorno empresarial con mejores expectativas en torno a la economía regional y la seguridad local y nacional.

La estructura actual de la economía vallecaucana muestra un gran predominio de las actividades de establecimientos financieros, actividades inmobiliarias y de servicios a las empresas.

Teniendo en cuenta que el departamento atraviesa por un buen momento económico, se encuentra la oportunidad de hacer empresa ofreciendo un servicio de apoyo empresarial dirigido a las pymes ubicadas en este departamento. En un mercado disponible en el cual no hay saturación.

Este servicio se entiende como una herramienta que será utilizada por las empresas que requieran asesoramiento y acompañamiento, de esta manera contribuir al alcance de los objetivos empresariales al mismo tiempo generando una alianza comercial entre las partes donde ambas tendrán beneficio. Adicionalmente el desarrollo de este proyecto contribuirá de manera eficiente y positiva al crecimiento económico del departamento, pues se generará empleo y así mismo el desarrollo de la actividad apoyará el PIB local.

Este trabajo está compuesto por diferentes capítulos los cuales introducen al lector a la identificación de la necesidad de desarrollar el proyecto, reconociendo el

mercado al cual está dirigida la propuesta de negocio resaltando los beneficios que les representaría a las organizaciones adquirir el servicio ofrecido, se conocerán las condiciones legales, estructurales y organizacionales que esta empresa debe tener para poder desarrollar su actividad, apoyándose en la viabilidad que el capítulo financiero y los diferentes estudios realizados muestra.



## **1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. TITULO DEL PROYECTO**

Estudio de viabilidad para la creación de un centro de almacenamiento y administración de archivo inactivo en la ciudad de Santiago de Cali.

### **1.2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Este proyecto pertenece a la línea de emprendimiento

### **1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El modelo económico actual, caracterizado por un proceso de globalización, sino también en procesos; sociales, políticos, comerciales, económicos y ambientales, ha marcado el devenir de los sectores económicos en los países de occidente. Para el caso colombiano, la formación de estructuras oligopólicas en las grandes estructuras productivas predominan en el marco de la gran empresa.

No obstante, a pesar del desarrollo capitalista y de la globalización, se ha ido generando un cambio importante en la constitución de la organización empresarial; de una parte se ha consolidado el denominado sector de las Pymes, caracterizadas por desarrollar procesos específicos, y de otras parte, cambios en donde predominan modelos de integración horizontal y de tercerización de servicios; incluido no solo productos, sino también en términos de empleo.

En el caso que concierne, una compañía especializada en el manejo profesional de archivo es una opción de empresa que marca buenos augurios como respuesta de iniciativa empresarial, las condiciones de crecimiento del mercado, la dinámica de las empresas de servicios, la era de la tercerización y el desarrollo de un

concepto de prestación de servicios novedoso; marca expectativas muy positivas para el desarrollo de una empresa especializada en el manejo integral y profesional de archivos.

En ese sentido la economía local, ha mostrado una evolución muy marcada hacia los servicios, para el año 2011 el Valle del Cauca estaba entre las ciudades que mayor PIB per cápita.(Centro de Estudios de la Construcción y el desarrollo Urbano y Regional, 2013) En esa concepción las empresas crecen de manera terciarizada y producto de ello el auge de empresa prestadora de servicios.

El Valle del Cauca es uno de los departamentos más ricos de Colombia, no sólo por su dotación de recursos naturales renovables, sino por su capacidad productiva, diversidad de producción y capital humano. El departamento ha logrado desarrollar su capacidad productiva en casi todas las ramas de la actividad económica, especialmente en los sectores industrial, agroindustrial y de servicios.(Invest Pacific, 2013)

#### **1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es la viabilidad para la creación de una empresa que administre, almacene y custodie los archivos en aras de contribuir al mejoramiento de la competitividad empresarial en la Santiago de Cali?

#### **1.5. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿Cuál es el mercado potencial y objetivo al que debe penetrar la nueva empresa?
- ¿Cuáles son los requerimientos tecnológicos, financieros, físicos y el proceso operativo de la empresa?

- ¿Cuál debe ser la estructura organizacional de la empresa a crear?
- ¿Cuáles son los procedimientos a utilizar y que viabilizarían financieramente la empresa a crear?

## **2. OBJETIVOS (DEL PLAN DE NEGOCIO)**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la viabilidad financiera de una empresa (plan de Negocio) que administre y almacene archivos para la PYMES de cualquier sector económico en la ciudad de Santiago de Cali

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar el Estudio de Mercados que identifique el Mercado Potencial y el Mercado Objetivo.
- Efectuar el Estudio Técnico y Operativo en el cual se logre identificar la infraestructura adecuada para conservar los archivos y los equipos necesarios para la empresa, para adquirir un software el cual permita manejar los documentos de manera fácil y eficaz.
- Implementar los cargos dentro de la Estructura Organizacional donde se determine las jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través del organigrama del negocio, analizar los aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y la normativa que se cumplirá en la empresa.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto empresarial donde se logre identificar la rentabilidad económica financiera y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos con que se cuenta de manera adecuada.

### 3. JUSTIFICACIÓN

#### 3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La investigación que se va a llevar a cabo debe tratar diferentes aspectos que hacen parte de la carrera, como por ejemplo el desarrollo de nuevos elementos que permitan ofrecer masivamente un servicio para uso en un determinado lugar. Para el desarrollo de esta investigación, se tendrán en cuenta temas como la administración de archivos, la creación de empresas, generación de empleo, estimación de necesidades potenciales, que tocan áreas como la misma Administración, Mercadeo, Finanzas y Recursos humanos.

**Administración:** Por medio de esta área se podrán desarrollar diferentes aspectos, tales como enfoque en creación de nuevas empresas y oportunidades de empleo, toma de decisiones y manejo del recurso humano, entre otras.

**Mercadeo:** Poder establecer el desarrollo de actividades en la producción y comercialización de equipos industriales que permitan generar un valor agregado tanto para la empresa en formación como para los clientes, debido a que estos son la razón de ser de cualquier tipo de negocio.

**Finanzas:** Permite establecer y mostrar resultados precisos en todos los aspectos monetarios y de financiación que requiere la empresa a crear, con el fin de comparar los costos de operación de la misma. Esto permite establecer la canalización de recursos, los cuales puedan ser aplicados de forma mucho más óptima, generando mayor riqueza y productividad.

**Recursos humanos:** Se busca poder generar empleo, reclutando personas emprendedoras, suficientemente capacitadas para ofrecer el mejor servicio, con el fin de especificar cómo se puede generar mayor evolución de este factor,

permitiendo establecer nuevos estándares de servicio.

**Productividad:** es otra herramienta que genera valor, permitiendo determinar si una empresa es rentable o si puede mejorar según condiciones del mercado. Mediante el análisis de los diferentes departamentos o áreas que hacen parte de una empresa, integrando a todo el personal, con sentido de pertenencia, asumiendo un desafío para ofrecer el mejor servicio, así garantizar la subsistencia de la empresa en el mercado.

### **3.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

Para lograr el cumplimiento de todos los objetivos propuestos en este estudio, y como punto de partida se analizarán los datos obtenidos en la encuesta realizada a personal de ciertas organizaciones con actividades económicas diferentes.

### **3.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

Este estudio de creación de empresa servirá principalmente para la generación de empleo al ofrecer administrar y almacenar adecuadamente la documentación de las organizaciones, cumpliendo con todas las normas de calidad que existen para garantizar de esta manera su posicionamiento en la ciudad de Cali.

En cuanto al empleo que se genera, conlleva a que la economía se dinamice garantizando mejor calidad de vida para las personas que participan de ella.

## 4. MARCO DE REFERENCIA

### 4.1. MARCO TEÓRICO

Para determinar el estudio de viabilidad del proyecto es de gran ayuda y necesario la recopilación de información sustraída de libros de gran peso para el desarrollo de la investigación.

Para ello el libro que soporta dando las bases, parámetros y lineamientos específicos para la investigación y construcción de este proyecto se trae a relación el Libro del Doctor Carlos Eduardo Méndez Álvarez “METODOLOGÍA, Guía para la elaboración de diseños de Investigación en ciencias económicas, contable y administrativa” el cual es de gran significado ya que por medio de la práctica al investigar se va aplicando todo lo concerniente en lo aprendido a lo largo de la carrera profesional y así poder llevarlo a lo cotidiano del trabajo mismo como emprender en el propio proyecto de vida.

De igual significado el libro “Manual para la creación de Empresas” del señor Carlos Julio Galindo Ruiz, brinda herramientas necesarias las cuales centraliza la visión para permitir que el proceso que se requiere para la creación de una empresa sea la correcta, dándole paso a los análisis de todos los componentes, para asegurar un buen propósito.

**4.1.1 Empresa.** Es el ejercicio profesional de una actividad económica de mercado, con la finalidad o el objetivo de obtener beneficios (ánimo de lucro) intermediando en el mercado de bienes o servicios mediante la utilización de factores productivos (trabajo, tierra y capital) y con una unidad económica organizada en la cual ejerce su actividad profesional el empresario por sí mismo o por medio de sus representantes(Egoavil Florez, 2013).

La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.

**4.1.2. Emprendimiento.** La palabra intrapreneur fue acuñada por Gifford Pinchot, consultor en administración en Washington, autor del libro *Interapreneuring*, publicado en 1985. El término aparece por primera vez en el diccionario británico en 1992, y según Clúa de la Torre (Vigorena, 2011), define una persona que dentro de la empresa en la que trabaja, desarrolla una idea propia como una oportunidad de negocio. Asume responsabilidades directas para, a partir de su iniciativa, generar utilidades a través de un proyecto o un producto terminado; es alguien que toma riesgos, se maneja asertivamente y trata de innovar, en esencia es un empresario dentro de una empresa. Un empleado con el enfoque empresarial que emprende proyectos, emprende nuevos mercados, nuevos productos, nuevas formas de hacer las cosas dentro de su ámbito de la organización.

La innovación constante, inteligencia y sagacidad pueden ser grandes virtudes en un intrapreneur. En Colombia existe la necesidad de renovar la estructura empresarial, favoreciendo la búsqueda de figuras como la del intrapreneur. El intrapreneur no solo busca oportunidades, sino que se preocupa por generarlas. Lo hace a partir de: “observar los intereses de la empresa y de los clientes; luego analiza la normatividad y operación de la misma y propone mejoras. La clave está en ofrecerle al intrapreneur los caminos para que avance tanto como pueda.

**4.1.3. Mercado.** Es necesario aclarar las fuentes de información utilizadas en cada caso (primarias, secundarias), tales como consulta en bases de datos, encuestas, entrevistas en profundidad, grupos focales, entre otras. En síntesis debe efectuarse una Investigación de Mercados.



Es importante realizar un Análisis del Sector, para ello es preciso elaborar un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional; estudiar el desarrollo tecnológico e industrial del sector; a nivel nacional. Al realizar un Análisis del Mercado es de vital importancia definir el mercado objetivo y justificarlo al mismo tiempo. Es también inexcusable hacer una estimación del mercado potencial, su consumo aparente, la magnitud de las necesidades requeridas; además de hacer una estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento). De esta manera es imprescindible tener en cuenta el perfil del Consumidor.

Para analizar la competencia hay que tener en cuenta la identificación de los principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras; Análisis del costo de mi servicio; Análisis de productos sustitutos/ servicios; Análisis de precios de venta del servicio que se quiere ofrecer y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual está dirigida la competencia; Posición de mi servicio frente a la competencia.

**4.1.4. Estrategias de servicio.** Es aquí donde toman importancia conceptos como garantía y servicio postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago, comparación de políticas de servicio con los de la competencia. (Kotler & Armstrong, 2008)

**4.1.5. Operación.** El producto o servicio debe tener una ficha técnica en la cual están expresadas las características técnicas a desarrollar; capacidad, cualidades, diseño, etc.

Debe hacerse una descripción del proceso, de tal forma hay que relacionar y describir en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción del producto o servicio.

Existen también necesidades y requerimientos, donde se relacionan las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción del producto o servicio, por cada unidad de producto y por cada periodo de producción. En cuanto a la tecnología requerida, es necesario hacer una descripción de equipos y máquinas, capacidad instalada, mantenimiento. Finalmente para la situación tecnológica de la empresa, deben examinarse las necesidades técnicas y tecnológicas, la localización y tamaño y la Mano de obra operativa especializada requerida.

Plan de producción. Tomando como referencia el plan de ventas, se deben establecer las cantidades a producir y sus respectivos tiempos, teniendo en cuenta las políticas de inventario.

El plan de compras está basado en el Plan de Producción. Identificación de proveedores, capacidad de atención de pedidos, importancia relativa de los proveedores, pago a proveedores planeación de compras, control de calidad, procesos de control de calidad requeridos por la empresa, control de calidad a las compras, implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas, plan de control de calidad.

Para hacer un razonamiento de la infraestructura, se deben relacionar las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción o servicio, se relaciona también el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada máquina, herramienta o mobiliario. Es importante tener en cuenta el costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas, además de los requerimientos de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Debe establecerse si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento.

En este orden de ideas, el proyecto se da a conocer con el plan de negocios ya que este permite explicar con mayor coherencia su viabilidad; por lo tanto el siguiente informe estará contemplando los siguientes Estudios de Viabilidad:

**4.1.6. Estudio de Viabilidad del Mercado y el Producto.** En este estudio se evidencia las consideraciones más importantes de la Demanda y Oferta existente en el sector como también en la pequeña y mediana empresa que requiera del servicio de administración o almacenamiento de archivos en la Ciudad de Cali.

**4.1.7. Estudio de Viabilidad Técnica.** Muestra los requerimientos de recursos físicos, tecnológicos, y humanos del negocio, orientado a determinar y cuantificar los recursos necesarios para la puesta en marcha de la nueva unidad de negocio.

**4.1.8. Estudio de Viabilidad Administrativa y Legal.** Se visualiza la estructura organizacional de la unidad de negocio, asimismo, muestra los procesos de Planeación, Organización, Dirección, y control. Y se contempla el manejo legal del negocio, en lo que corresponde a lo comercial, tributario, y laboral.

**4.1.9. Evaluación de Viabilidad Financiera.** Por este estudio se determina los elementos de carácter financiero como son la cuantificación de la inversión total, fuentes de financiamiento, proyecciones de ventas, estados de resultados, VPN (Valor presente neto), TIR (tasa interna de retorno), FCL (Flujo de caja libre), periodo de recuperación de la inversión, entre otras variables.

Finalmente, después de determinar la Viabilidad del proyecto a través de los estudios anteriormente denotados, se resaltan las principales bondades en un Informe Ejecutivo, que es el texto oficial que observan los inversionistas cuando van a invertir en un proyecto de empresa.

## **4.2 MARCO CONCEPTUAL**

**4.2.1 La Planeación y su Evolución en la Elaboración de Proyectos Empresariales.** Planeación es anticiparse al futuro mediante la formulación de objetivos y de las alternativas para lograrlas. La planeación permite disminuir el riesgo del fracaso, evita los errores y asegura el éxito de la empresa, permite administrar con eficiencia los recursos de la empresa y permite afrontar los retos futuros. Se puede decir entonces que planear es “definir qué hacer y cómo hacerlo”.

Para que una empresa tenga un buen desempeño debe tener tres aspectos como lo es el contexto industrial, contexto nacional, recurso y capacidades de la empresa.

En el primer contexto se da por entendido que existen industrias que se consideran más atractivas que otras por múltiples razones, el contexto nacional es importante porque las ventajas comparativas de un país puede representar el éxito de una empresa en el entorno globalizado y por último los recursos y capacidades de la compañía se pueden constituir en el éxito o fracaso de la misma.

Podría entonces deducirse que para la creación de una nueva empresa el plan de negocio puede garantizar la ventaja de esta frente a aquellas que no realizaron ninguno.

**4.2.2. Plan de negocios.** Consiste en buscar las respuestas adecuadas, en un momento específico. Este proceso le da identidad y oportunidad a la idea de negocio es un procedimiento para enunciar los propósitos de forma clara y precisa.

El plan de negocio es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos y sirve como el mapa con el que se guía su compañía.

### **4.3 MARCO CONTEXTUAL**

A continuación se describen las técnicas con una descripción de los apoyos para el desarrollo de la construcción de este proyecto de emprendimiento.

**4.3.1 Teoría del Emprendimiento.** A continuación se describen las técnicas con una descripción de los apoyos para el desarrollo de la construcción de este proyecto de emprendimiento.

El termino de emprendimiento tiene distintos significados partiendo del hecho que la palabra base es emprendedor; esta ha tenido una larga disputa de la al cual la definición adecuada; los autores a lo largo del tiempo han construido y modificado nuevos conceptos en base enunciaciones pasadas y el momento histórico de su contemporaneidad; un de la definiciones más acertadas es” La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo; o renovación estratégica; sin importar si la renovación estratégica ocurre adentro o afuera de la organizaciones existentes sin importar si esta renovación da lugar o no a una creación de una entidad de negocio” (Rodríguez Romero, 2005)

Según Rodríguez y Jiménez en su documento *Emprenderismo; acción gubernamental y académica: acción revisión de la literatura*”, 2005, clasifica los autores que han tratado el Emprenderismo en tres grandes bloques los clásicos los neoclásicos.

A los fisiócratas se les atribuyo las bases de la economía actual uno de los más destacados (c. 1680-1784) Richard Chantillón en su obra (1755)ensayo de la

naturaleza del comercio en general postula por primera vez el término entrepreneur el cual es definido por Hebert y Link (1988), como el individuo que asume los riesgos en incertidumbre, además realiza un análisis global en el campo de acción de la economía, generando nuevas teorías (Rodríguez Romero, 2005).

A partir de que Cantillon introduce el concepto al léxico de los pensadores de la época, comienza a ser modificado por diferentes pensadores en diferentes contextos históricos, generando una contribución en Pro de las teorías del emprendimiento, inicialmente los intelectuales en su mayoría economistas, trabajaron en base a que el individuo emprendedor es aquel que es Tomador de riesgo, innovador, sumamente inteligente o trabajador superior (Rodríguez, 2005). Desde finales del siglo XVIII la revolución industrial tuvo nacimiento en el oriente de Europa, esparciéndose a principios del siguiente siglo por Francia, Alemania, Bélgica y Estados Unidos, ocasionando la generación de nuevas empresas lo que favoreció el desarrollo del Emprenderismo ya que los pensadores neoclásicos se veían influenciados de las teorías de los clásicos y a su vez vivían un desarrollo económico e industrial grande.

Muchos de estos autores imponían cualidades especiales a los emprendedores de la época, interpretando el comportamiento de los emprendedores bajo su percepción, por ejemplo Marshall, Keynes, Weber asumían que el emprendedor es un líder superior (carismático), Hawley proponía que era un individuo tomador de decisiones, mientras Clark y Knighth decían lo contrario de su colega Hawley, Keynes lo tomaba como un actor espontáneo y Weber como un trabajador superior. (Rodríguez Romero, 2005)

El concepto de emprendimiento del economista austriaco y americano Joseph Shumpeter (1883-1950) se puede conocer con el siguiente fragmento de texto. “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada,

para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera, o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo, o reorganizar una industria, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo emprendedor como la función emprendedora. Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador, consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan” (Castillo H., 1999)

El párrafo anterior y muchos de los autores coinciden en pensar que Shumpeter es el que deja el concepto de emprendimiento, también definido y delimitado, también se puede entender que tal actividad no es algo innato en el hombre, para realizarlo tienen que tener la voluntad y tener la idea a desarrollar clara y precisa. Para ser emprendedor shumpetereano no basta con crear una empresa buscando copiar un concepto existente. El emprendedor es el que favorece la emergencia y el desarrollo de nuevas posibilidades aún desconocidas en el entorno económico (Rodríguez Romero, 2005)

La verdadera función de un emprendedor es de tomar iniciativas, crear! Liouville, 2002(Rodríguez Romero, 2005).

**4.3.2. Ciclo de Emprendimiento.** Dependiendo del concepto de emprendimiento por el cual se incline el usuario se puede desprender distintas formas de crear

empresa, todo parte de una idea de negocio se debe comprobar si esta es viable o no se debe realizar estudios preliminares que confirmen que la idea de negocio es factible y puede ser desarrollada.

En el plan de negocio se deben realizar todos los estudios necesarios con el objetivo de no dejar duda que la idea de negocio es en realidad es buena o que se debe abandonar e investigar de nuevo; el plan de negocio tiene en su contenido la estructura de la futura empresa; visión, misión, objetivos estudios realizados, análisis, consulta a los expertos y los más importante si la empresa es autónoma y de crecimiento progresivo en su funcionamiento, es decir desde el momento de su creación cumplirá con todos sus objetivos trazados o simplemente no genera ingresos ni para sostenerse.

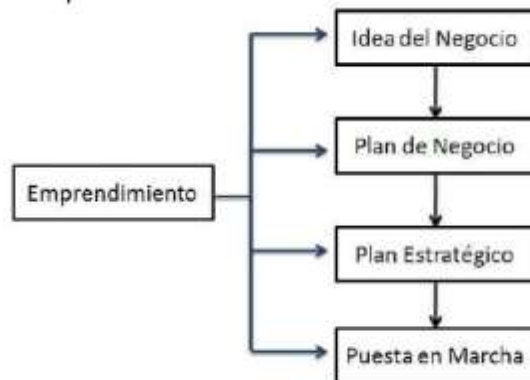
El plan estratégico es complementario al plan de negocios, en este trabajan todas aquellas estrategias de mercado, funcionales y operacionales de la empresa, tales como reducción de costos, desarrollo tecnológico entre otras.

En la última parte de este ciclo se encuentra la puesta en marcha que es el paso culminante de este proceso, para este estado deben de haber cumplido los tres anteriores pasos a cabalidad, se deben tener en claro, objetivos, viabilidad, presupuesto, mercado, demanda y oferta del producto o servicio a ofrecer, todos aquellos elementos anteriores se deben de analizar en profundidad para que las empresa futura no pase por infortunios por un mal planificación, análisis o investigación no realizada.

Tres factores son fundamentales en la creación de la empresa, calidad, precios, servicio al cliente, con una constante de mejora diaria, cuyo avance valla de la mano con los adelantos tecnológicos



**Figura 1. Ciclo de Emprendimiento**



Fuente: (Ángel Rodríguez, 2013)

#### **4.4 MARCO LEGAL**

**4.4.1 Referencia legal.** La dependencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo busca fortalecer un ambiente propicio para que Colombia tenga una estructura productiva de bienes y servicios sólida, competitiva e innovadora, que contribuya a la generación de empleos formales y sostenibles.

Este está encargado de temas relacionados con el desarrollo empresarial, productividad y competitividad, pymes y regulación, de conformidad con los lineamientos señalados por los consejos superiores de Micro, Pequeña y de Mediana Empresa y el Ministro.

**4.4.2. Leyes.** Ley 1429 de 2010. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo crean la Ley de Formalización y Generación de Empleo, brinda incentivos para la creación de empresas, facilitando las condiciones para generar nuevos puestos de trabajo con esos mismos incentivos. Además los beneficios serian progresivos lo que quiere decir que las condiciones serán cambiantes y mucho más flexibles para las obligaciones que deriva la formalización de una empresa. La Ley de Formalización y Generación de Empleo tiene tres objetivos:

- Formalizar empleos y empresas que hoy son informales
- Generar más empleos formales.
- Mejorar ingresos de la población informal, de los desempleados en desventaja y de pequeños empresarios.

Ley 1014 de 2006. La Red Nacional de Emprendimiento es la encargada al Fomento a la Cultura del Emprendimiento y la cual tiene cinco objetivos:

- Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento.
- Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento.
- Conformar mesas de trabajo.
- Ser articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el País.
- Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales.

Ley 1258 de 2008. Crea la Sociedad por Acciones Simplificada.

Decreto 2300 de 2008. Disminuye el número de empresas sujetas a vigilancia de la Superintendencia de Sociedades.

Decreto 1879 de 2008. Suprime los requisitos para la apertura de establecimientos de comercio evitando que las autoridades territoriales exigieran otros requisitos no establecidos en la ley.

Decreto 1868 de 2008. Reduce las tarifas para el registro de libros y otros trámites, en las cámaras de comercio.

Decreto 525 de 2009. Da operatividad al beneficio de gradualidad en el pago de aportes parafiscales.

Para la creación y su respectiva constitución de la empresa sería vinculada como una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S. regida por la Ley 1258 de 2008. Este tipo de sociedad otorga ventajas y permite el diseño de mecanismos de direccionamiento según las necesidades de la empresa. Las disposiciones generales son las siguientes:

- Constitución: La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.
- Personalidad jurídica: La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Naturaleza: La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

- Imposibilidad de negociar valores en el mercado público: Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

#### Constitución y Prueba de la Sociedad

- Contenido del documento de constitución: La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.

Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S.

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Para la constitución de una empresa es necesario llevar un registro de cada uno de los requisitos y obligaciones que son de mayor relevancia las cuales se nombraran a continuación:

Registro de la actividad empresarial ante las cámaras de comercio.

Inscripción en los registros de impuestos, tanto nacionales como distritales y municipales.

Registro de la empresa ante una administradora de riesgos profesionales.

Registro de la empresa ante SENA, ICBF y cajas de compensación.

Afiliación de los trabajadores ante las entidades correspondientes del Sistema de Seguridad Social.

Cumplimiento de normas relacionadas con la apertura y funcionamiento de establecimientos de comercio (Sayco, normas sanitarias y de salud, normas de seguridad física, normas ambientales, usos de suelo, etc.).

Por regla general las sociedades civiles y comerciales se constituyen por escritura pública, que debe contener los requisitos del artículo 110 del código de comercio.

Sin embargo, la ley 1014 de 2006, permitió la creación de sociedades comerciales por documento privado, siempre que al momento de su constitución cuenten con menos de 10 trabajadores y/o con activos totales, excluida la vivienda, inferiores a 500 SMLMV. Cuando se realicen aportes de bienes inmuebles, deberán necesariamente constituirse por escritura pública.

A su vez, la ley 1258 de 2008, creó las sociedades por acciones simplificadas, que son sociedades de naturaleza comercial que se crean por acto unilateral o por contrato que conste en documento privado. Cuando los activos aportados comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución se efectuará también cumpliendo dicha formalidad.

Los requisitos para constituir una sociedad por escritura pública:

Como lo indica el Artículo 110 del Código de Comercio, la sociedad civil ó comercial se constituirá por escritura pública. Toda minuta deberá incluir entre otras cosas:

- El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documento de identificación legal; con el nombre de las personas jurídicas, la ley, decreto o escritura de que se deriva su existencia.

La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula el Código de Comercio. " Se prohíbe a terceros el empleo de un nombre comercial o de una marca de productos o de servicios, que sea igual o similar a un nombre comercial ya usado para el mismo ramo de negocios, salvo cuando se trata de un nombre que por ley le corresponda a una persona, caso en el cual deberán hacerse las modificaciones que eviten toda confusión que a primera vista pudiera

presentarse (Art. 607 Código de Comercio). Por lo anterior se recomienda consultar el nombre ante la Cámara de Comercio. El interesado presentará una carta solicitando la Certificación de la existencia del nombre a registrar o diligenciando un formato para tal fin.

- El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El objeto social, esto es, la empresa o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales. Será ineficaz la estipulación en virtud de la cual el objeto social se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o que no tenga una relación directa con aquél.
- La forma de administrar los negocios sociales con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, y de las que se reserven los asociados, las asambleas y las juntas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad.
- La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia.
- Las fechas en que deben hacerse los inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse.
- La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie.

- Si las diferencias que ocurran a los asociados entre sí o con la sociedad, con motivo del contrato social, han de someterse a decisión arbitral o de amigables componedores y, en caso afirmativo, la forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores.
- El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones, cuando esta función no corresponda, por ley o por el contrato, a todos o algunos de los asociados.
- Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo esté previsto en la ley o en los estatutos.
- Los demás pactos que, siendo compatibles con la índole de cada tipo de sociedad, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato.

Requisitos para constituir una sociedad por documento privado de acuerdo con la ley 1014 de 2006, reglamentada por el Decreto 4463 de 2006:

- Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección de los socios.
- El domicilio social
- El término de duración o la indicación de que éste es indefinido
- Una enumeración clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.



- El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El socio o socios responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.
- Cuando los activos destinados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.
- El número de cuotas, acciones o partes de interés de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la sociedad y la forma en que serán distribuidas, si fuere el caso.
- La forma de administración dentro del tipo o especie de sociedad de que se trate, así como el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.
- Declaración por parte de los constituyentes, o de sus representantes o apoderados sobre el cumplimiento de al menos uno de los requisitos señalados en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, esto es, que cuenten con diez (10) o menos trabajadores, o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Requisitos para constituir una sociedad por acciones simplificada:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.

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

### **Compromisos con el estado**

Algunos de los impuestos que los empresarios están obligados a pagar en el ejercicio de sus actividades mercantiles, son:

- Impuesto sobre la Renta y Complementarios
- Impuesto de Valor Agregado IVA
- Retención en la Fuente
- Impuesto de Industria y Comercio
- Impuesto de Timbre

## **LEY 594 DE 2000**

Por medio de la cual se dicta la ley general de archivos y se dictan otras disposiciones.

El congreso de Colombia decreta: título I

Objeto, ámbito de aplicación, definiciones fundamentales y principios generales.

Artículo 1. Objeto. La presente Ley tiene por objeto establecer las reglas y principios generales que regulan la función archivística del Estado.

Artículo 2. Ámbito de la aplicación. La presente Ley comprende a la Administración Pública en sus diferentes niveles, las entidades privadas que cumplen funciones públicas y los demás organismos regulados por la presente Ley.

Artículo 3. Definiciones. Para los efectos de esta Ley se definen los siguientes conceptos, así:

**ARCHIVO:** Conjunto de documentos, sea cual fuere su fecha, forma y soporte material, acumulados en un proceso natural por una persona o entidad pública o privada, en el transcurso de su gestión, conservados respetando aquel orden para servir como testimonio e información a la persona o institución que los produce y a los ciudadanos, o como fuentes de la historia. También se puede entender como la institución que está al servicio de la gestión administrativa, la información, la investigación y la cultura.

**ARCHIVO PUBLICO:** Conjunto de documentos pertenecientes a entidades oficiales y aquellos que se derivan de la prestación de un servicio público por entidades privadas.

**ARCHIVO PRIVADO DE INTERÉS PÚBLICO:** Aquel que por su valor para la historia, la investigación, la ciencia o la cultura es de interés público y declarado como tal por el legislador.

**ARCHIVO TOTAL:** Concepto que hace referencia al proceso integral de los documentos en su ciclo vital.

**DOCUMENTO DE ARCHIVO:** Registro de información producida o recibida por una entidad pública o privada en razón de sus actividades o funciones.

**FUNCIÓN ARCHIVÍSTICA:** Actividades relacionadas con la totalidad del quehacer archivístico, que comprende desde la elaboración del documento hasta su eliminación o conservación permanente.

**GESTIÓN DOCUMENTAL:** Conjunto de actividades administrativas y técnicas tendientes a la planificación, manejo y organización de la documentación producida y recibida por las entidades, desde su origen hasta su destino final con el objeto de facilitar su utilización y conservación.

**PATRIMONIO DOCUMENTAL:** Conjunto de documentos conservados por su valor histórico o cultural.

**SOPORTE DOCUMENTAL** Medios en los cuales se contiene la información, según los materiales empleados. Además de los archivos en papel existen los archivos audiovisuales, fotográficos, fílmicos, informáticos, orales y sonoros.

**TABLA DE RETENCIÓN DOCUMENTAL:** Listado de series con sus correspondientes tipos documentales, a las cuales se asigna el tiempo de permanencia en cada etapa del ciclo vital de los documentos.

**DOCUMENTO ORIGINAL:** Es la fuente primaria de información con todos los rasgos y características que permiten garantizar su autenticidad e integridad.

#### **Artículo 4.**

- Principios Generales. Los Principios Generales que rigen la función archivística son los siguientes:

Fines de los archivos. El objetivo esencial de los archivos es el de disponer de la documentación organizada, en tal forma que la información institucional sea recuperable para su uso de la Administración en el servicio al ciudadano y como fuente de la Historia.

Por lo mismo, los archivos harán suyos los fines esenciales del Estado, en particular los de servir a la comunidad y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución y los de facilitar la participación de la comunidad y el control del ciudadano en las decisiones que los afecten, en los términos previstos por la Ley.

- Importancia de los archivos. Los archivos son importantes para la Administración y la Cultura, porque los documentos que los conforman son imprescindibles para la toma de decisiones basadas en antecedentes. Pasada su vigencia, estos documentos son potencialmente parte del patrimonio cultural y de la identidad nacional

- Institucional e instrumentalizada. Los documentos institucionalizan las decisiones administrativas y los archivos constituyen una herramienta indispensable para la gestión administrativa, económica, política y cultural del Estado y la administración de justicia; son testimonio de los hechos y de las obras; documentan las personas, los derechos y las instituciones. Como centros de

información institucional contribuyen a la eficacia, eficiencia y secuencia de las entidades y agencias del Estado en el servicio al ciudadano.

- Responsabilidad. Los servidores públicos son responsables de la organización, conservación, uso y manejo de los documentos.

Los particulares son responsables ante las autoridades por el uso de los mismos.

- Dirección y coordinación de la función archivística. El Archivo General de la Nación es la entidad del Estado encargada de orientar y coordinar la función archivística para coadyuvar a la eficacia de la gestión del Estado y salvaguardar el patrimonio documental como parte integral de la riqueza cultural de la Nación, cuya protección es obligación del Estado, según lo dispone el Título I de los Principios Fundamentales de la Constitución Política.

- Administración y acceso. Es una obligación del Estado la administración de los archivos públicos y un derecho de los ciudadanos el acceso a los mismos, salvo las excepciones que establezca la Ley.

- Racionalidad. Los archivos actúan como elementos fundamentales de la racionalidad de la administración pública y como agentes dinamizadores de la acción estatal. Así mismo, constituye el referente natural de los procesos informativos de aquélla

- Modernización: el Estado propugnará por el fortalecimiento de la infraestructura y la organización de sus sistemas de información, estableciendo programas eficientes y actualizados de administración de documentos y archivos.

- Función de los archivos. Los archivos en un Estado de Derecho cumplen una función probatoria, garantizadora y perpetuadora.

- Manejo y aprovechamiento de los archivos. El manejo y aprovechamiento de los recursos informativos de archivo responden a la naturaleza de la administración pública y a los fines del Estado y de la sociedad, siendo contraria cualquier otra práctica sustitutiva.

Interpretación. Las disposiciones de la presente Ley y sus decretos reglamentarios se interpretarán de conformidad con la Constitución Política y los tratados o convenios internacionales que sobre la materia celebre el Estado Colombiano.

## 5. ESTUDIO DE MERCADO

### 5.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

**5.1.1 El Mercado Objetivo.** Para lograr la medición económica de una región, la economía agrupa los sectores partiendo de las similitudes en el proceso de producción de los bienes de consumo. Están en primer plano los bienes de formación directa, denominados sector primario, posteriormente el sector secundario, conformado por industria manufacturera y construcción y por último el gran sector terciario o de servicios que comprende servicios inmobiliarios y de alquileres de vivienda, comercio, gobierno, intermediación financiera, servicios públicos, servicios personales, transporte, almacenamiento servicios domésticos, telecomunicaciones y correo.

Si se parte de la distribución porcentual del PIB del Valle por grandes sectores económicos, se identifican sectores líderes y rezagados. El más representativo en la década es el terciario, con una participación promedio de 58.44%, le sigue el secundario con 25.73% y posteriormente el primario con un porcentaje 7.18%. (Mora, Correa, García Muñoz, & Díaz, 2012) Dentro del sector de servicios personales, los subsectores más participativos a través de todo el periodo son: servicios a las empresas (excepto servicios financieros e inmobiliarios) con un promedio del 40.25%, esto permite encontrar una ventaja competitiva ya que La gran participación de los servicios personales, que tiene su soporte en el gran aporte de los servicios a las empresas, se apoya en el ensanchamiento del sistema empresarial en la región, permitiendo penetrar el mercado teniendo como objetivo las pymes de cualquier sector económico del municipio de Santiago de Cali, ya que como se evidencia anteriormente las organizaciones están adquiriendo de nuevos servicios que permitan mejorar la calidad de los procesos en las organizaciones.



La idea es ofrecer el servicio a las PYMES que se encuentren ubicadas en la zona norte y centro de la ciudad ya que ahí es una zona central y es cerca donde estará ubicada la empresa.

La actividad empresarial en la ciudad de Santiago de Cali ha crecido lo que equivale al 16% de la población y otro 42% aspira a iniciar un negocio en los próximos tres años. Las cifras son el resultado del Monitor Global de Emprendimiento, GEM, (por sus siglas en inglés), que se realiza a nivel mundial y que en el país lo desarrollan varias universidades. Según el estudio que elaboró la Universidad Javeriana en el año 2012, la cifra de emprendimiento en la ciudad de Cali es menor al promedio nacional, pues en Colombia el 21% de la población ha iniciado actividades empresariales, pero aun así hay varios puntos que se destacan en la capital del Valle. Lo que indica, dijo el investigador, es que hay factores positivos en el mercado que han hecho que las empresas puedan mantenerse en el tiempo y no mueran tan temprano.

Lo cual es punto de partida para ofrecer los servicios de la empresa: **EFILE S.A.S.** El objetivo implica orientar y ayudar a las empresas a mejorar sus procesos de almacenamiento, agilidad de los procesos, organización de la documentación de la manera más eficiente, a través de la implementación de este servicio. Logrando introducirse al mercado con una propuesta innovadora, generando una solución propicia para las necesidades de las empresas y/o organizaciones para un manejo adecuado de su documentación ya que esta es la vida de la organización.

**5.1.2 Descripción de los Productos a Ofrecer.** En los contextos físicos y digitales hay distintas maneras de organizar la información que se consulta y la que guarda, por esto es clave que se identifique la que mejor se ajuste a la dinámica y recurso. A continuación se hace referencia a algunas estrategias con el

fin de poner a disposición propuestas para hacer más eficiente la administración de la información.(Servicio Nacional de Aprendizaje, 2013)

El portafolio de esta organización está compuesto por dos tipos de servicios que son:

- **Administración de archivos:** Es una unidad administrativa que en forma centralizada procesa en las instalaciones del cliente el manejo y el control de los documentos producidos o recibidos por una empresa Administra y gestiona la correspondencia de las empresas dentro de sus instalaciones, aplicando políticas, normas y procedimientos para mantener los principios de integridad, confidencialidad y seguridad de la información con el recurso humano.
- **Gestión documental electrónica y física:** desarrolla soluciones que brindan soporte integral en procesos de información. Con personal altamente calificado y capacitado, se utilizan las técnicas en la aplicación de procesos archivísticos y tecnologías de información alineados a la normatividad y aspectos legales específicos para cada sector de la economía.

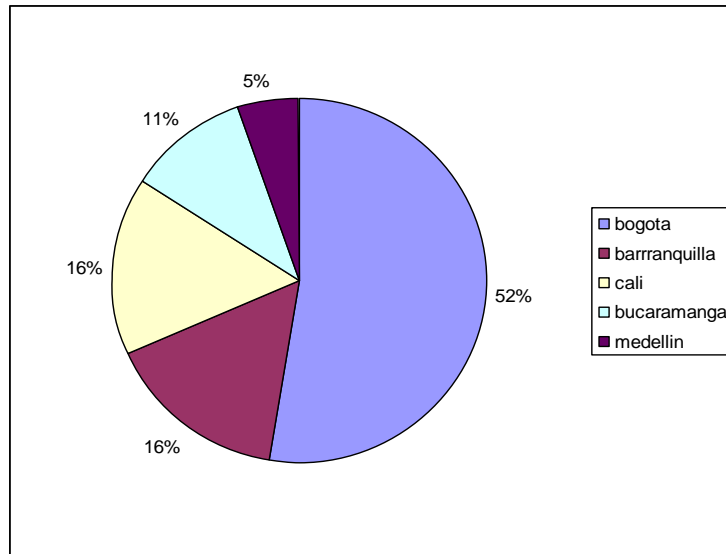
La información se conoce como un elemento vital para el buen funcionamiento de las compañías. Este servicio será reconocido como un apoyo administrativo. Para lograr ofrecer estos servicios se realiza una inspección del proceso donde se evalúa la situación actual, analizando las falencias en cada etapa del proceso, luego se recoge la información que ayuda a balancear las fases teniendo en cuenta el tiempo y la calidad en el manejo de la documentación; se procede a realizar un esquema donde se estructura los componentes necesarios y en donde ubicarlos para lograr mejorar los procesos.

## 5.2ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia de **Efile S.A.S** es la referida a toda empresa que preste apoyo empresarial y que tenga los servicios de digitalización de documentación y manejo de archivo.

En Colombia las empresas que ofrecen este servicio y cumplen con las normas de los entes que rigen los procesos de gestión documental son 19 estas se encuentran en Bogotá es la que más empresas posee, 10 en total equivalente al 52.6%, seguida por Cali con 3 empresas con un equivalente a 15.7%, Barranquilla con 3 empresas con el 15.7 %, Bucaramanga con 2 empresas correspondiente al 10.5% y Medellín con 1 empresa que equivale a 5.26%. (Ver gráfica 1).

**Gráfica 1. Distribución Geográfica de Empresa Almacenamiento y/o de archivo en Colombia**



Fuente: Autor

En Colombia la empresa más representativa es Setecsa S.A. que actualmente cuenta con un edificio al norte de Bogotá que reúne el concepto de sostenibilidad,

tanto en el tema de monitoreo y sensores para graduar la luz y el calor, como para utilizar materiales amigables con el medio ambiente que generan sensación de confort. Además, cuenta con sistemas que facilitan el reciclaje dentro de las oficinas y apoya el uso más racional y eficiente de recursos como la energía y el agua.(G4S Technology, 2013)

**Tabla 1. Competencia de Mayor Representación en Colombia**

NOMBRE DE LA EMPRESA	CIUDAD	Año de constitución	No. Empleados	SUCURSAL ES
Greendata	Bogotá	2012	10-11	
GestArch S.A.S.	Bogotá	2010	11-50	
Tandem S.A.	Bogotá	1978	101-300	
Megarchivos S.A.S.	Bucaramanga	1995	5-10	
Procesos Corporativos Ltda. PROCECORP COLOMBIA	Barranquilla	2008	11-50	
O Z Asociados S.A.S.	Medellín	2010	5-10	
Infodigitel	Bogotá	2011	51-100	
Lexco	Bogotá	1983	101-300	
Isso- Gestión Documental, Digitalización y archivo	Bucaramanga	2002	51-100	
Easyfile Colombia	Bogotá	2011	11-50	
Digidata	Barranquilla	2007		
Data File S.A.	Bogotá	1996	101-300	Lima-Perú
Mundo de Soluciones en Gestión Documental Limitada	Barranquilla	2007	51-100	
Microcolsa	Bogotá	1983	101-300	Cartagena
Empresa de Gestión Documental Ltda.	Bogotá	2006	11-50	
Setecsa S.A.	Bogotá	1977	5001-1000	Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira

Fuente: Autor

A continuación se puede observar el aporte que el sector servicio aporta al PIB nacional, en donde se evidencia que el al año 2010 la participación de la actividad servicios a las empresas en donde se encuentra ubicada esta actividad aporta el 6.4% (ver tabla 2).

**Tabla2. Aporte del sector servicio al PIB**

<b>Participación PIB Nacional</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>
Servicios inmobiliarios y alquiler de vivienda	9.1%	8.9%	8.4%
Servicios a las empresas excepto servicios financieros e inmobiliarios	6.0%	6.3%	6.4%
Servicios de hotelería y restaurante	2.6%	2.7%	2.8%
Servicios de asociaciones y esparcimiento culturales y deportivos	2.3%	2.2%	2.2%
Servicios sociales (asistencia social) y de salud	1,90%	2.1%	2.1%
Servicios de enseñanza	2.5%	2.1%	1.8%
servicios domésticos	1,00%	0.9%	0.7%
Agua, alcantarillado y eliminación de desperdicios, saneamiento y otros	1.2%	1.2%	1.0%

Fuente: (COLPATRIA SEGUROS, 2011)

**5.2.1 Análisis de Precios y Costos de la Competencia.** A continuación se relaciona la lista de las empresas ubicadas en la ciudad de Santiago de Cali con un costo promedio del servicio de digitalización y almacenamiento de archivo mínimo por mes, estos están sujetos a cambios; según mercado objetivo en la región del Valle del Cauca, sus canales de distribución, el posicionamiento del producto y su precio.

Se determinaron 4 competidores potenciales en el mercado puesto que su mercado está dirigido a grandes organizaciones. (Ver Tabla 3).

**Tabla 3. Análisis de precios de venta de la competencia.**

<b>NOMBRE DEL COMPETIDOR</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>
Archivos modulares de Colombia S.A.	\$ 350,000
Multistorage	\$ 131,000
Alpopular S.A.	\$ 298,000
GS4 Setecsa	\$ 475,000

Fuente: Autor

El medio que utiliza la competencia para llegar a los clientes es a través de la difusión de portafolios de los productos, a través de internet, páginas amarillas, Publicidad directa, correos directos y algunos tienen sedes con punto de venta directa.

**5.2.2 Análisis de Costos frente a la Competencia. Efile S.A.S**, es una compañía que en comparación con la competencia, tiene un portafolio limitado ya que los competidores han diversificado la prestación de servicios en las respectivas compañías. En ese orden, la empresa presenta un portafolio en el cual se ofrecen: almacenamiento y administración de archivos. (Ver Tabla 4)

**Tabla 4. Costos Frente a la Competencia**

Propietario:	Stefania Brand Ibarra - Vanessa Carvajal Guzmán			<b>PRODUCTO</b> Nº <b>1</b>
Nombre del producto:	Administración de archivos			
Precio de Venta:	\$ 130.000			
Unidad de costo:	1			
<b>MATERIA PRIMA</b> Insumos del producto y/o servicio	<b>UNIDAD DE COMPRA</b>	<b>COSTO DE UNIDAD</b>	<b>UNIDADES UTILIZADAS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Transporte/ Recogida	0	\$ 0	1	\$ 0
Cajas de almacenamiento	12	\$ 2.200	0,0833333333	\$ 183
Carpetas Legajadoras tamaño oficina	12	\$ 900	0,0833333333	\$ 75
Código de barras	12	\$ 200	0,0833333333	\$ 17
Embalaje interno de caja	12	\$ 400	0,0833333333	\$ 33
		\$ 0	0	\$ 0
		\$ 0	0	\$ 0
		\$ 0	0	\$ 0
		\$ 0	0	\$ 0
		\$ 0	0	\$ 0
		\$ 0	0	\$ 0
		\$ 0	0	\$ 0
		\$ 0	0	\$ 0
		\$ 0	0	\$ 0
<b>Total Insumos</b>				<b>\$ 308</b>
<b>Otros Costos Variables</b>	<b>Mano de Obra Variable:</b>			\$ 0
	<b>Prestaciones Sociales:</b>			\$ 0
	<b>Aportes:</b>			\$ 0
	<b>Comisiones</b>	0		\$ 0
	<b>Empaque</b>			\$ 0
	<b>Otros costos</b>			\$ 0
	<b>Total Costo Variable:</b>			<b>\$ 308</b>
Propietario:	Stefania Brand Ibarra - Vanessa Carvajal Guzmán			<b>PRODUCTO</b> Nº <b>2</b>
Nombre del producto:	Gestión documental, electrónica y física			
Precio de Venta:	\$ 240.000			
Unidad de costo:	1			
<b>MATERIA PRIMA</b> Insumos del producto y/o servicio	<b>UNIDAD DE COMPRA</b>	<b>COSTO DE UNIDAD</b>	<b>UNIDADES UTILIZADAS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Transporte/ Recogida de archivos		\$ 0	0	\$ 0
Cajas de almacenamiento	12	\$ 2.200	0,0833333333	\$ 183
Carpetas legajadoras tipo oficina	12	\$ 900	0,0833333333	\$ 75
Código de barras	12	\$ 200	0,0833333333	\$ 17
Embalaje interno de la caja	12	\$ 400	0,0833333333	\$ 33
Digitalización documental	1	\$ 250	300	\$ 75.000
<b>Total Insumos</b>				<b>\$ 75.308</b>
<b>Otros Costos Variables</b>	<b>Mano de Obra Variable:</b>			\$ 0
	<b>Prestaciones Sociales:</b>			0
	<b>Aportes:</b>			0
	<b>Comisiones</b>	0		0
	<b>Empaque</b>			\$ 0
	<b>Otros costos</b>			\$ 0
	<b>Total Costo Variable:</b>			<b>75.308</b>

Fuente: Análisis financiero- Software EPI- Autor Duban Peña

En el caso de la Tabla anterior, los precios de la competencia están alrededor de un 30% más, la estrategia de la compañía **Efile S.A.S**, es introducir un precio más bajo de la competencia, no solo porque el mercado estratégicamente se ubica alrededor del menor precio, es decir los precios, las garantías y la experiencia, es un decisor de demanda en el mercado, en este tipo de servicios. En ese caso, la empresa al no tener experiencia le apuesta al precio como elemento diferenciador de entrada al mercado. Como corolario también es cierto que por ser empresa de servicios tiene estructura de costos menores.

**5.2.3. Análisis de Productos Sustitutos.** Los sectores que ofrecen los productos sustitutos, si bien no son un competidor directo del sector productivo, bajo ciertas circunstancias pueden provocar que el cliente deje de consumir los productos que ofrece, este sector productivo, en el mercado y comience a consumir los productos sustitutos.

Los productos sustitutos son aquellos que el cliente puede consumir, como alternativa, cuando cualquier sector baja la calidad de sus productos por debajo de un límite por el cual el cliente está dispuesto a pagar o sube el precio por arriba de este límite.

**¿Cuáles son los productos sustitutos?**, La amenaza por productos sustitutos es cada día más alta, ya que debido al avance tecnológico que diariamente ofrece algo diferente, ingresan al mercado memorias USB, discos duros portátiles y otro gran número de elementos con más capacidad de almacenamiento, a precios módicos los cuales permiten almacenar más información y obtenerla de una manera rápida y segura.

Generando para este sector económico un índice considerable de sustitución ya que las empresas por optimizar recursos tienden a sacar provecho a la era tecnológica utilizando ese tipo de herramientas para digitalizar y almacenar de



manera segura su información, sin necesidad de tener un grupo especializado que les brinde este servicio.

### 5.3 DESARROLLO DE LA ENCUESTA A LA COMPETENCIA

#### **(Trabajo de Campo) Fortalezas y Debilidades del Productos (s) frente a la Competencia.**

Este ítem se desarrolla a través de un trabajo de campo, que consiste en una encuesta de servicios desarrollada sobre los demandantes, los cuales cualifican la calidad de los servicios prestados por la competencia, y de donde se logra inferir a través de un análisis de amenazas y oportunidades, las debilidades y oportunidades de los servicios de la compañía **EFILE S.A.S.** En el mercado.

#### FICHA TÉCNICA

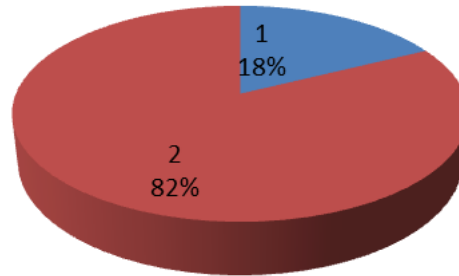
Población	Pymes de diversos sectores económicos
Ubicación	Ciudad Cali,
Participantes	17 Empresas
Medio	Telefónico
Medición	Conocimiento del servicio de archivo.

- Pregunta 1 Conocimiento del servicio

Datos	Frecuencia Absoluta
SI	3
NO	14
TOTAL	17

## Gráfica 2. Indicador de pregunta 1

¿conoce el servicio de almacenamiento y administracion de archivos?



Fuente: Analisis resultados encuesta

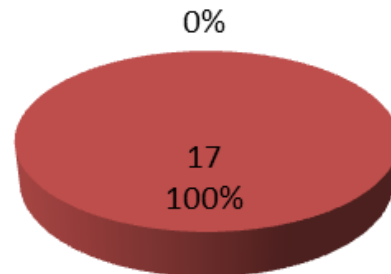
La pregunta 1, indica que las empresas muestran un gran potencial de demanda en el producto que la empresa pretende ofrecer como ya que en la pregunta anterior se evidencia que existe un atraso conceptual en el proceso almacenamiento de archivos, y por tanto también se consolida que existe necesidades y se infiere implícitamente que las necesidades se efectúan a través de la tercerización de ese tipo de servicios.

### • Pregunta 2 de la encuesta

Datos	Frecuencia Absoluta
SI	0
NO	17
TOTAL	17

### Gráfica 3. Indicador de pregunta 2 de encuesta

Maneja adecuadamente la documentación de su organización?



Fuente: Analisis Resultados Encuesta

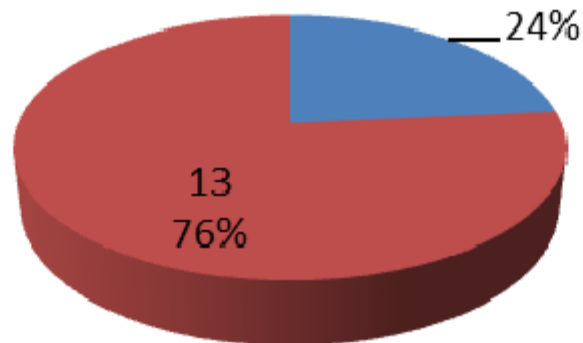
Tal como en el caso anterior, se reafirma que no se hacen procesos adecuados formales propios al interior de las empresas de la muestra. Por tanto efectivamente se reiteran las oportunidades de entrar en ese mercado con un servicio que sin duda pueda solventar la necesidad aquí presentada.

- **Pregunta 3 de la encuesta de la competencia.**

Datos	Frecuencia Absoluta
SI	4
NO	13
TOTAL	17

#### Gráfica 4. Indicador de pregunta 3 de encuesta

Tiene un lugar adecuado para el almacenamiento de la documentación en su organización?



Fuente: Analisis Resultados Encuesta

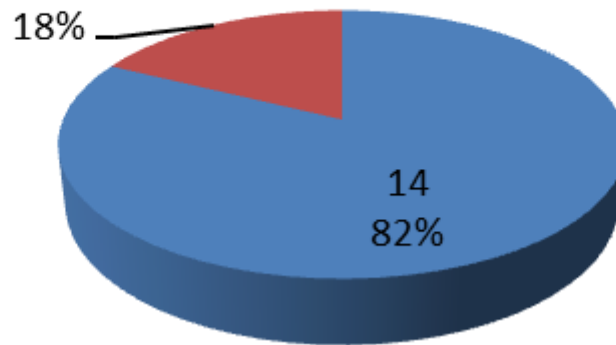
Siguiendo en la lógica, las respuestas afirman que en efecto las empresas no tienen un lugar adecuado para conservar adecuadamente la documentación de sus organizaciones. En general, se infiere que existe una oportunidad en lograr desarrollar un servicio con un elemento diferenciador muy posible. La “Personalización” del servicio, lo cual implica una oportunidad inmensa de penetrar el mercado.

#### • Pregunta 4 de la encuesta de la competencia

Datos	Frecuencia Absoluta
SI	14
NO	3
TOTAL	17

**Gráfica 5. Indicador de pregunta 4 de encuesta**

**Todas las personas de la organizacion tienen acceso a la documentacion archivada?**



Fuente: Analisis Resultados Encuesta

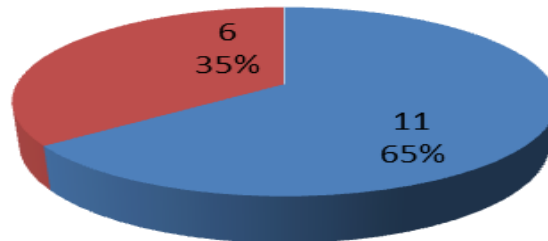
El comentario de esta pregunta reafirma los comentarios anteriores, se potencializa de nuevo las necesidades del servicio en el mercado ya que no se le está dando la importancia a la confidencialidad de la información.

• **Pregunta 5 de la encuesta**

Datos	Frecuencia Absoluta
SI	11
NO	6
TOTAL	17

## Gráfica 6. Indicador de pregunta 5 de encuesta

Le gustaría que una empresa se ocupara del manejo adecuado de su archivo?



Fuente: Analisis Resultados Encuesta

Lo anterior demuestra que las organizaciones muestran interés en conocer y poder adquirir este servicio en sus organizaciones ya que les permitiría tener un manejo adecuado de sus archivos. Logrando obtener ventaja competitiva y altamente eficiente en términos de servicios, oportunidad y de valor.

En efecto el mercado ofrece oportunidades; no solo por su tamaño y su evolución e importancia, sino también por las necesidades manifestadas que no son del todo atendidas por las empresas que hoy en día se establecen en este mercado.

Las estrategias para llegar a dicho mercado se establecen de forma directa, es decir establecer contacto con la empresa para lograr conocer sus necesidades más inmediatas.

Adicionalmente sobresalen fortalezas con respecto a la competencia como lo es la ubicación geográfica, tecnología de software, análisis de procesos productivos en las diferentes cadenas productivas, así como el ofrecimiento de servicios integrales, los cuales contribuyen de mejor manera a la formación de competitividad para las empresas demandantes, y de similar forma contribuye al posicionamiento de esta nueva compañía en el mercado.

**Tabla 5. Proveedores de Componentes de Maquinas**

<b>CONCEPTO</b>	<b>PROVEEDOR</b>
Estanterías, archivos rodantes	JepMoviliari
Archivos modulares	ProviderCia
Detectores de Humo	Integra soluciones
Mantenimiento equipos de computo	Impacto computadores
Artículos de papelería	Fabrifolders.a.s
Fumigaciones	Fumispecialltda
Equipos de computo	Andino Tecnología
scanner, fotocopiadora, impresora	Andino Tecnología

Fuente: Autor

El Tabla 5, muestra la identificación de los proveedores que permiten la adecuación, procesos de mantenimiento, equipos de cómputo y demás complementos que se necesitan para dar inicio a la empresa, con los cuales se establecen alianzas comerciales y de servicios que permitan soportar la prestación de servicios de la empresa **EFILE S.A.S.** De igual forma, la alianza garantiza entre otros; la oportunidad del servicio, la garantía del mismo y sin duda posibilita el desarrollo de una ventaja competencia para esta nueva empresa en el mercado.

#### **5.4 ESTRATEGIA DE MERCADEO**

Se ha estructurado tres estrategias para fortalecer el ingreso al mercado, orientado a crear un entorno empresarial y social óptimo para atraer y retener los clientes en busca de mejorar sus procesos de almacenamiento y administración de archivo.

Se utilizaran las siguientes estrategias de mercado:

- Creación de página web con todos los servicios ofrecidos de **EFILE S.A.S.**
- Visitas comerciales con portafolio de presentación de servicio a los clientes.

- Tele mercadeo a los clientes buscado asesorías en los diferentes servicios ofrecidos.

Es probable que la fortaleza más grande de **EFILE S.A.S.** frente a la competencia sea ahorro de tiempo y dinero en los procesos de gestión documental de los clientes, como también la debilidad más grande de la empresa es el reconocimiento en el mercado.

## **5.5 ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

Los servicios de **EFILE S.A.S.** para el mercado, tendrá como valor agregado un mayor beneficio en cuanto la efectividad de los procesos de almacenamiento y administración de los archivos.

La documentación se manejará en folder plastificado y medio magnético con la respectiva información. Se va a utilizar en **EFILE S.A.S.** es una oferta híbrida, la cual consiste en bienes y servicios por partes iguales, esto significa que el cliente lo que busca es un excelente servicio de almacenamiento y administración de archivos y con la prestación de óptimos servicios se alcanzara una posición sólida en el mercado. A continuación se presenta la imagen de **EFILE S.A.S.**

**5.5.1 Logo y Marca.** La marca es un instrumento que se utiliza para identificar una empresa en el mercado, también lo es como instrumento para crear valor corporativo. En una marca se puede distinguir entre nombre y logotipo, el nombre es la parte que se pronuncia, mientras que el logotipo es el grafismo que permite distinguir la marca, incluyendo los colores, grafismos, tipos de letra, etc. En el caso de la compañía de en **EFILE S.A.S.**, la propuesta de Logo se asocia a la actividad industrial y corresponde al tipo de marca, la cual corresponde a una categoría de tipo de servicio ofrecido. La figura 7, describe el logo y la marca de la compañía.



## Figura 2. Logo y Marca



Fuente: Autor

La marca **EFILE S.A.S.**, es una compañía integral de servicios que involucra:

- Almacenamiento de archivos.
- Digitalización de archivos.

El posicionamiento de la marca involucra todas las acciones que desde el servicio se logren desarrollar, como es apenas común la marca de una compañía que recién empieza vale poco en términos de “know-how”, la misma se cotizara en la medida de los resultados financieros obtenidos. En ese orden la estrategia del producto no involucra la marca, no obstante si involucra el servicio de la compañía que representa dicha marca.

**5.5.2 Empaque.** No aplica en virtud de que se trata de una empresa de servicios especializados, no obstante se lleva y se mantiene la imagen del logo en la papelería y en la página web y en todas las estrategias de comunicación que la empresa pueda llevar a cabo. Se propone y se debe establecer manejo de colores y eslogan que facilite el proceso de identificación.

## 5.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Los elementos más importantes que se incluyen en la estrategia distribución dentro de una organización comercial, industrial o de servicios son:

**5.6.1 Publicidad.** Es una forma pagada de comunicación impersonal de los productos de una organización, se transmite a una audiencia seleccionada de personas. Se utiliza para dar a conocer sus productos, entre los medios masivos para transmitir la publicidad se encuentran:

En el caso de la compañía, la principal fuente de publicidad será la página WEB, la cual se promociona en sitios especializados virtuales, la ventaja de esta estrategia es que es sumamente flexible; ya que brinda a la empresa la oportunidad de llegar al mercado objetivo de forma eficiente. Es muy eficaz en cuanto a su costo muy bajo y permite repetir el mensaje ininidad de veces.

**5.6.2 Venta Personal.** Tiene como finalidad informar y persuadir a los consumidores para que compren determinados productos o servicios ya existentes o novedosos, en una relación directa de intercambio entre el vendedor y el consumidor. Esta será la estrategia de producto más inmediata, dado que se concertaran en visitas estratégicas y muy profesionales en los cuales no solo se presentara el portafolio de servicios, sino que también es importante para desarrollar un trabajo de campo en aras de lograr ubicar servicios especializados.

El costo es más elevado que el de la publicidad, pero los esfuerzos de la venta llegan a tener efectividad mucho mayor en los consumidores. Se recibe una inmediata retroalimentación que permite ajustar el mensaje para mejorar la comunicación y determinar y satisfacer las necesidades del consumidor.

## 5.7 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Tomado como referencia la competencia y el mercado, el precio se determinará mediante el costo de los servicios y con diferencias en precios frente a la competencia. En general una estrategia de precio, es clave para determinar la percepción de los consumidores frente al producto, en el contexto de la dimensión de calidad, servicio y demás atributos que el mismo pueda tener. Se segmentara el mercado y se ingresara al mercado con costos inferiores a los de la competencia.

**5.7.1 Punto de Equilibrio.** En el siguiente Tabla se puede evidenciar el punto de equilibrio que la empresa deberá obtener durante el primer año de funcionamiento, Teniendo en cuenta el precio de venta más bajo que el actualmente ofrecido en el mercado

**Tabla 6. Punto de Equilibrio**

ITEM	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
P.E E-RSF	312	318	318	318	318	349	318	318	318	318	318	377
P.E E-RCF	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207

## 5.8 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Para **EFILE S.A.S.** no realizará promociones ya que se está compitiendo con precios inferiores a la competencia

## 5.9 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Se realizara una estrategia de comunicación que contenga una comunicación integrada de marketing basada en las relaciones públicas y en ventas.

Se realizara una base de datos con cada uno de los clientes cuyo fin es el desarrollo de buenas relaciones públicas, periódicamente se enviaron correos electrónicos para los clientes nuevos y antiguos por medio de una página de Internet, con el fin de que conozcan los servicios.

La página de Internet operará como un sitio para realizar solicitudes a través de la Web. Por este mismo medio, se enviaron correos a clientes cíclicamente para seguir en contacto con ellos y conocer las necesidades.

Se participará en stands en eventos y ferias empresariales para promover e impulsar los servicios que la empresa ofrece, con el fin de crear una recordación de marca entre los clientes. De igual forma, se realizará visitas comerciales cíclicas para conocer las necesidades de los clientes y al mismo tiempo seguimiento de los servicios ofrecidos a los clientes antiguos. Dentro del mismo servicios ofrecidos por **EFILE S.A.S.** se colocaran los datos y pagina Web para realizar contactos y pedidos.

## **5.10 ESTRATEGIA DE SERVICIO**

Estrategia de servicio está enfocada a cumplir con los estándares de calidad requeridos, siendo una herramienta útil para los clientes desde el inicio de la actividad comercial, atendiendo de manera oportuna sus necesidades.

## **5.11 ANÁLISIS DOFA**

En el siguiente Tabla se puede observar el análisis DOFA de la organización.

**Tabla 7. Análisis DOFA**

<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La falta de conocimiento de este servicio en el mercado.</li> <li>• Retar la confianza de los clientes al hacer entrega de archivos a una empresa en comienzos de actividad.</li> <li>• Reconocimiento en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seremos una empresa local.</li> <li>• El avance continuo de la tecnología para el mejoramiento de los procesos.</li> <li>• El fácil acceso para el desplazamiento de los vehículos, mejora el servicio.</li> <li>• El aumento de la creación laboral</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de un amplio mercado adecuada para la prestación de los servicios.</li> <li>• Poca oferta de este servicio</li> <li>• Continua mejora logística</li> <li>• Servicio asequible</li> <li>• Es un servicio beneficioso para las compañías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los desastres naturales, pueden ser una amenaza para la realización de nuestras actividades.</li> <li>• Altos competidores</li> <li>• Inseguridad</li> <li>• Incendio en las bodegas</li> </ul>

Fuente: Autor

## 6. ESTUDIO TÉCNICO.

El propósito de este estudio es realizar un análisis de las relaciones que tendrá el producto en el proceso de producción para llegar a su punto final, el de su consumo. En este trayecto se verificará la posibilidad técnica que se tiene frente a la fabricación del producto que se desea ingresar en el mercado, además de debe observar y determinar cuál será el tamaño adecuado, la localización optima, los equipos, las instalaciones y su perfecta organización que es indispensable para su debida prestación del servicio.

### 6.1 DETERMINACIÓN DE TAMAÑO DE PLANTA

**6.1.1. Localización.** Según lo indica el consejo ambiental de la ciudad de Santiago de Cali, la comuna 4 este suelo se clasifica como zona urbana y fue declarada como zona mixta siendo considerada industrial, comercial y residencial. La mediana y gran industria, se ubican principalmente a lo largo del eje vial en la carrera primera, y es ahí en donde va a estar ubicada esta estructura de negocio, según la página de Cali en cifras el barrio Salomia en donde va a ser la ubicación del negocio es una zona industrial con estratificación # 3, con la visita domiciliaria en el sector se observa que en este lugar se ubican bodegas de almacenamiento.(Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente, 2013)

A continuación se evidencia el punto exacto de ubicación (Ver figura 3)

**Figura 3. Ubicación de la empresa**



Fuente: <http://googleearth.com>

**6.1.2 Proceso de Producción.** (Proceso de diseño y de servicio). La función principal de la empresa almacenar y administrar documentación orientando a las pequeñas y medianas empresas al buen manejo de sus archivos, generándoles confianza y calidad en el servicio.

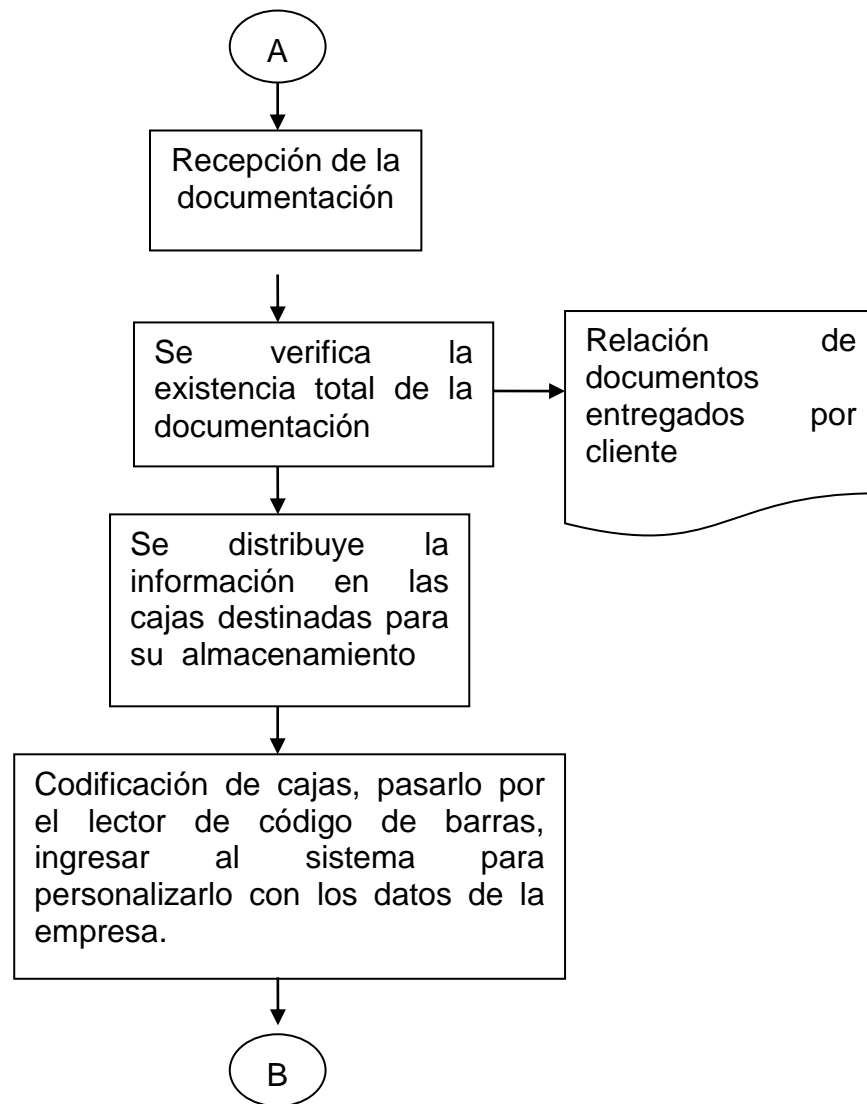
El servicio de almacenamiento y administración de archivo le permite manejar eficientemente una de las herramientas las valiosas de las empresas, garantizando la disponibilidad, integridad y confidencialidad de la información teniendo en cuenta las necesidades, reduciendo costos, liberando área física de las instalaciones para que sean aprovechadas.

A continuación se describe el proceso que se debe llevar a cabo para el manejo de la documentación.

**6.1.2.1 Procedimiento Recepción De Documentos.** Una vez llega la documentación destinada al almacenamiento a las bodegas se debe listar con el listado que anexa el cliente sobre la relación de la documentación una vez se comprueba la existencia de todos los relacionados, de manera ordenada según las especificaciones del cliente se guarda la documentación en las cajas de la

compañía y se codifican cada una personalizando los códigos con el nombre del cliente. (Ver figura 9)

**Figura 4. Diagrama del Proceso de Recepción De Documentos**

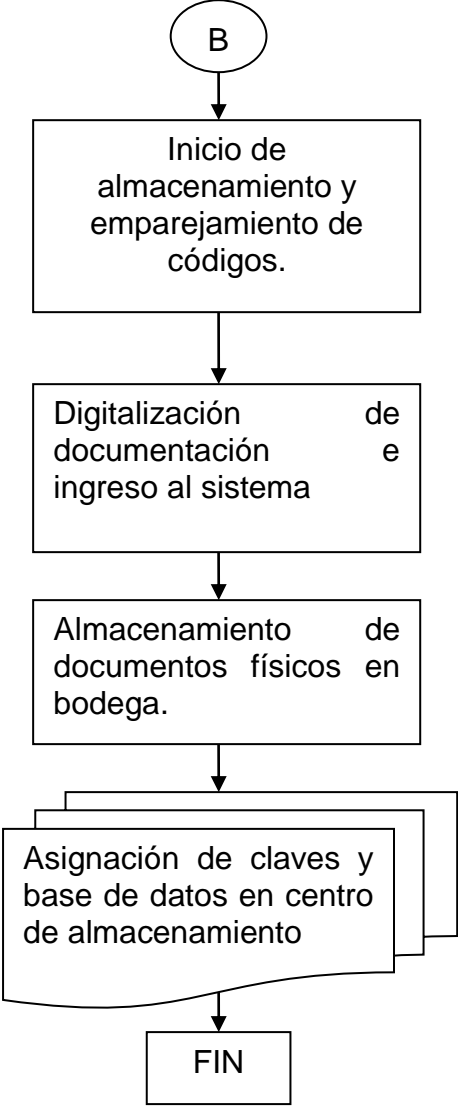


Fuente: Autor



**6.1.2.2 Procedimiento Operación documental inactiva.** En este punto se inicia el ingreso al sistema de cada uno de los documentos que hay en las cajas ya codificadas, y es aquí donde se enlazan los códigos permitiendo identificar su ubicación fácilmente, empieza la digitalización de cada uno de los documentos que el cliente haya escogido para este proceso se codifican en el sistema en donde tanto el centro de archivo como el cliente tendrán acceso una vez terminado este proceso se almacenan los documentos físicos en las bodegas de almacenamiento en donde permanecerán los cinco años siguientes. (Ver figura 5)

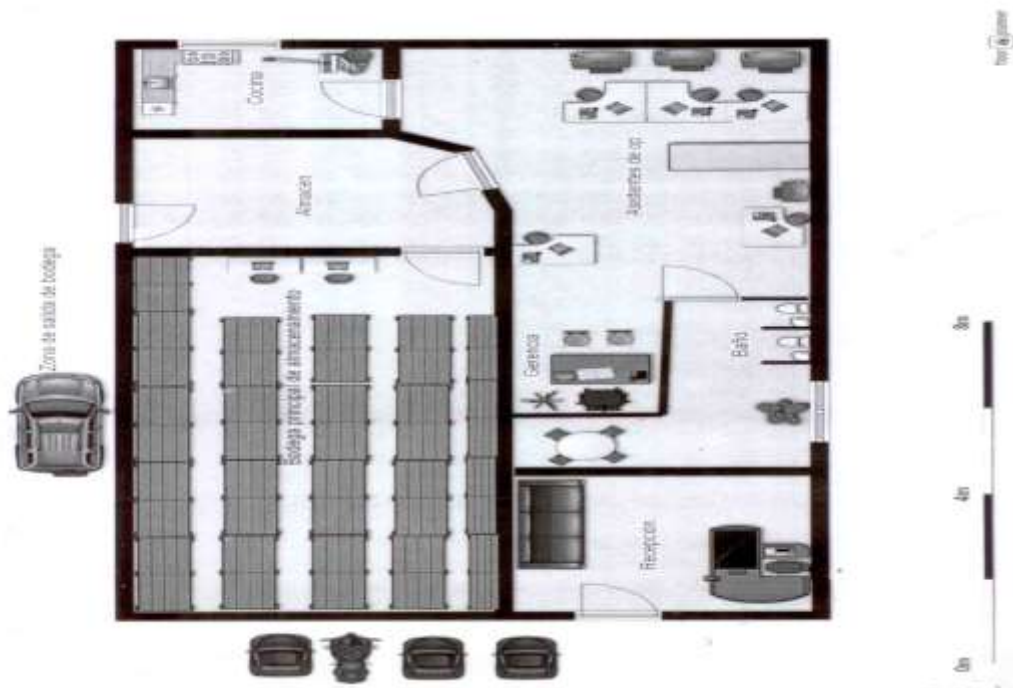
**Figura 5. Diagrama De Flujo Proceso principal Operación documental inactiva**



Fuente: Autor

## 6.2 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Figura 6. Diseño de planta



**Fuente:** (Plano diseñado en propiamente en FloorPlanner) <http://pl.an/sqnr4b>

Es necesario en principio del desarrollo del proyecto, el arrendamiento de un local/ bodega aproximadamente de 200 m<sup>2</sup>, se instalará las instante rías para el almacenamiento de las cajas, se realizaran adecuaciones eléctricas necesarias para el funcionamiento de todos los equipos que lo requieran, instalación de sensores de humo y alarmas de seguridad.

## 6.3 ANÁLISIS DE COSTOS DE MUEBLES Y ENSERES, MAQUINARIA Y EQUIPOS

En el siguiente ítem se relaciona el costo de los muebles y enseres, maquinaria y equipo requerida para la el debido desarrollo del plan de negocio (ver Tabla 8)

**Tabla 8. Costos de muebles y enseres, maquinaria y equipo**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>No.</b>	<b>COSTO UNIT. PESOS</b>	<b>COSTO SIN IVA PESOS</b>	<b>IVA* 0%</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Archivador pequeño	4	150.000	600.000	0	600.000
Comedor rimax	1	130.000	130.000	0	130.000
División para archivadores	30	30.000	900.000	0	900.000
Escritorio	4	450.000	1.800.000	0	1.800.000
Horno microondas	1	150.000	150.000	0	150.000
Sillas tipo escritorio	4	70.000	280.000	0	280.000
Sistema de archivo rodante	30	250.000	7.500.000	0	7.500.000
Nevera	1	750.000	750.000	0	750.000
<b>TOTALES</b>	<b>75</b>	<b>1.980.000</b>	<b>12.110.000</b>	<b>0</b>	<b>12.110.000</b>

Fuente: Análisis financiero- Software EPI- Autor Duban Peña

En esta Tabla se evidencia las cantidades, tamaños y uso de los activos no depreciables de la organización; Cajas con impresión de logotipo de Efile S.A.S. con capacidad aproximada para 15 carpetas tamaño oficio. Sus dimensiones 26 centímetros de alto, 21 centímetros de ancho y 40 centímetros de fondo, con tapa. Estas cajas se realizan con cartón corrugado de 400 gramos, troquelada y diseñada técnicamente para armar sin necesidad de usar pegantes o cosedoras industriales, aspiradora, implementos de cocina, implementos de aseo, suministros de papelería.

**Tabla 9. Implementos de activos no depreciables**

<b>ITEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>ACTIVOS NO DEPRECIABLES</b>			
Cajas de cartón	100	1.800	180.000
Aspiradora	1	90.000	90.000
Rollos de papel película	10	6.000	60.000
Equipo de seguridad para empleados	4	70.000	280.000
Implementos de cocina			50.000
Implementos de aseo			70.000

Fuente: estudio financiero

## 6.4 CALCULO DE CANTIDADES DE MATERIALES PRODUCTIVOS

Durante el proceso de almacenamiento de archivos de PYMES se encuentran productivos los siguientes elementos, este cálculo de especulado por cliente pues se desconoce el la cantidad de archivo que va a almacenar. (Ver Tabla 10)

**Tabla 10. Material Productivo**

<b>MATERIAL PRODUCTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Cajas de cartón	34 – 50
Papel película	3 Metros Por caja
Stiquer para impresión de código de barras	34 – 50

Fuente: Autor

**6.4.1 Calculo de cantidades de materiales improductivos.** Los materiales que en principio son materiales productivos, serán improductivos pasado el tiempo de almacenamiento en las bodegas. (Ver Tabla 11)

**Tabla 11. Materiales Improductivos.**

<b>MATERIAL IMPRODUCTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Cajas de cartón	34 – 50
Papel película	3 Metros Por caja
Documentación archivada. (Hojas de papel, A-Z, libros)	

Fuente: Autor

El reciclaje de la documentación solo se hará con la previa autorización del cliente. Una vez aprobado se hará entrega de este debidamente destruido a una fundación.

**6.4.2 Inventario de Materias Primas e Inventario de Productos Terminados.** Con relación a lo anterior, por tratarse con una compañía de servicios no maneja materias primas, por lo tanto tampoco tiene una cuenta específica de inventarios, en forma precisa el inventario de materia prima y el inventario de producto terminado es igual a cero unidades; los costos de los insumos como papelería e impresiones, solo son eso Insumos, pero de ninguna manera se considera materias primas, dado que este último concepto obedece a un proceso de transformación.

## **6.5 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN, ADMINISTRATIVO, INSUMOS DE EFILE S.A.S.**

**6.5.1 Presupuesto de Producción - Ventas.** En este ítem más que un presupuesto de producción, un presupuesto de ingresos por servicios vendidos, se considera entonces que el estado financiero denominado presupuesto de ventas muestra de manera detallada los ingresos. (Ver Tabla 12).

**Tabla 12. Presupuesto de Ventas – Producción de Servicios. Año 1.**

PRODUCTO Y/O SERVICIO	Precio Unitario	Unidades / Valor	ene-08	feb-08	mar-08	abr-08	may-08	jun-08	jul-08	ago-08	sep-08	oct-08	nov-08	dic-08
Administración de archivos	\$ 130.000	Unidades	80	80	90	90	120	120	130	135	140	155	163	170
		Valor	10.400.000	10.400.000	11.700.000	11.700.000	15.600.000	15.600.000	16.900.000	17.550.000	18.200.000	20.150.000	21.190.000	22.100.000
Gestión documental, electrónica y física	\$ 240.000	Unidades	63	70	70	73	73	73	80	80	80	85	85	89
		Valor	15.120.000	16.800.000	16.800.000	17.520.000	17.520.000	17.520.000	19.200.000	19.200.000	19.200.000	20.400.000	20.400.000	21.360.000

Fuente: Análisis financiero- Software EPI- Autor Duban Peña

## 6.5.2 Proyección de Ventas – Producción años: 2, 3, 4, 5.

**Tabla 13. Proyección de Ventas – Producción años: 2, 3, 4, 5.**

PRODUCTO Y/O SERVICIO	Precio Unitario	Unidades / Valor	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administración de archivos	\$ 130.000	Unidades	1473	1.547	1.624	1.754	1.894
		Valor	\$ 191.490.000	\$ 207.096.435	\$ 223.974.794	\$ 253.987.417	\$ 288.021.731
Gestión documental, electrónica y física	\$ 240.000	Unidades	921	967	1.015	1.097	1.184
		Valor	\$ 221.040.000	\$ 239.054.760	\$ 258.537.723	\$ 293.181.778	\$ 332.468.136
0	\$ 0	Unidades	0	0	0	0	0
		Valor	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
0	\$ 0	Unidades	0	0	0	0	0
		Valor	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
0	\$ 0	Unidades	0	0	0	0	0
		Valor	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
0	\$ 0	Unidades	0	0	0	0	0
		Valor	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
0	\$ 0	Unidades	0	0	0	0	0
		Valor	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Fuente: Estudio financiero

**6.5.3 Control de Calidad al Proceso de Producción de Servicios.** Se cuenta con formato de inspección de calidad para cada servicio ofrecido el cual contiene los siguientes aspectos.

- Revisión detallada de los documentos recibidos.
- Revisión de los archivos digitalizados.
- Revisión de la documentación y medio magnético.

De igual forma la empresa determina dentro de las funciones propias de los cargos funciones es la coordinación para el aseguramiento de los procesos de calidad. En el ítem 8.4.6, se define la ficha técnica de las cuales se desarrolla el checklist que facilita el proceso de control de calidad. Para efectos de cotos Ver Tabla 20 de costes fijos e ítem 9 del módulo de estructura organizacional.



## 7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 7.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

**7.1.1 Misión.** Contribuir al crecimiento y a la competitividad empresarial, siendo proveedores de soluciones integrales para las PYMES del Valle del Cauca, a través de la administración y almacenamiento de archivo en las organizaciones. De igual forma, contribuir al desarrollo de nuestro recurso humano, y establecer una actividad de negocio con rentabilidad para sus accionistas

**7.1.2 Visión.** Para el año 2015, ser una compañía reconocida como una de las mejores alternativas en el almacenamiento y administración de archivos reconocidos por la calidad y excelente servicio en el Valle del Cauca.

#### 7.1.3 Valores Corporativos

**CONFIDENCIALIDAD:** Tendremos un nivel de calidad y rendimiento, merecedores de la lealtad de nuestros clientes.

**CONFIANZA:** Las labores requeridas serán realizadas de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

**INTEGRIDAD:** Comprometer la ética, no solo nuestro nombre institucional si no también el de las personas que la conforman.

**DISPONIBILIDAD:** asesoramiento y cumplimiento constante con cada uno de los requerimientos por parte del cliente.

## **7.2 OBJETIVOS DE EFILE S.A.S.**

**7.2.1 Objetivo General.** Contribuir al mejoramiento continuo de la calidad y de la competitividad empresarial de las unidades económicas empresariales, a través del establecimiento de un servicio de almacenamiento y administración de archivos.

### **7.2.2 Objetivos Específicos**

- Diseñar y elaborar mecanismos de control en los procesos de producción.
- Garantizar el grado de cumplimiento de los productos que requieren el mercado y establecer políticas con la empresa.
- Garantizar la efectividad en servicio en la entrega oportuna de los productos a los clientes.

**7.2.3 Organismos de Apoyo.** Para fortalecer el desarrollo de la empresa se estableció buscar alternativas de patrocinios y asesorías de emprendimiento.

Sena: practicantes, cursando una carrera en esta institución.

DIAN: Como empresa, debemos cumplir con las obligaciones tributarias, de esta manera apoyar las operaciones de comercio internacional en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.

### 7.3 ASPECTOS LEGALES

**EFILE S.A.S.** constituida como persona jurídica según la ley 1258 de 2008 que creo las sociedades por acciones simplificadas. Esta es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial independiente de las actividades previstas en su objeto social.

Se creó mediante un contrato unilateral autenticado que consta de unos estatutos de constitución de sociedad por acción simplificada, inscrito en el registro mercantil de la cámara y comercio de Cali. Por tratarse de una sociedad comercial, **EFILE S.A.S.** debe cumplir con lo siguiente:

- Llevar contabilidad regular de sus negocios, de acuerdo a las normas legales.
- Conserva la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades, de acuerdo a lo que establece la ley.
- Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.
- Anualmente, entre enero y marzo, se deberá renovar su matrícula
- solicitar el registro de los libros de contabilidad, los de actas y el libro de registro de accionistas.
- Dirigirse a la DIAN para obtener la resolución de facturación.
- Deben dar cumplimiento a los requisitos establecidos en la ley 232 de 1995, ley 962 de 2005 articulo 27 y el decreto reglamentario 1879 de 2008.

**EFILE S.A.S.** no requiere de protecciones legales para patentes, modelo de utilidad ya que los servicios de prestados se fundamentan en principios teóricos o científicos y programas de diseño ya establecidos en el mercado.

**Tabla 14. Constitución de EFILE S.A.S.**

DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO
Estatutos de constitución S.A.S.	1	\$ 8.500
Autenticación de contrato Unilateral	1	\$ 3.500
Registro Mercantil	1	\$ 74.500
Registro de libros de contabilidad	3	\$ 9.000
Apertura de cuenta bancaria	1	\$ 50.000
Resolución de facturación	1	\$ 7.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 152.500</b>

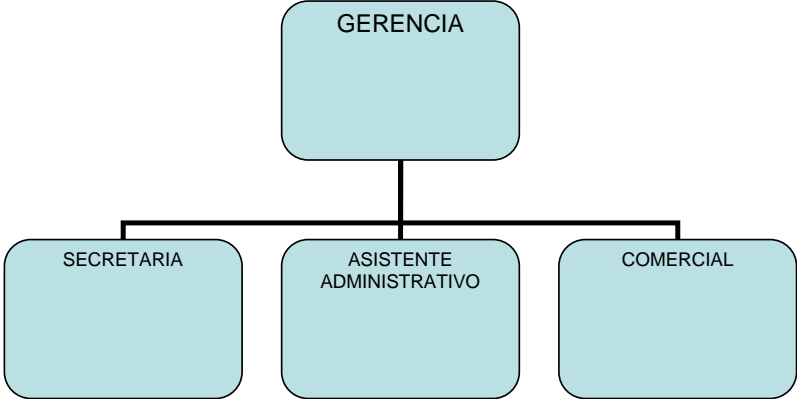
Fuente: Autor

**7.3.1 Política de Distribución de Utilidades.** Se estableció para este proyecto que las utilidades se distribuirán anualmente en mes de marzo, 50% de las utilidades serán entregadas al único accionista y el otro 50% será reinvertido en la empresa para crecimiento de la misma.

#### **7.4. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**

Se realiza una estructura organizacional de tipo función simple de carácter sencillo y flexible, poco costoso para mantener y clara para delegar las responsabilidades que permita cumplir con las metas y objetivos del éxito. Este es un organigrama de tipo micro administrativo y forma gráfica horizontal, A continuación se visualiza el esquema de la estructura formal que tendrá esta compañía, indica la representación jerárquica y funcional, |destaca los distintos puestos y posiciones, establece las líneas de comunicación formal y comunicación entre las áreas. (Ver figura 7)

**Figura 7. Organigrama Funcional de la Empresa**



Fuente: Autor

**7.5. ANÁLISIS Y FUNCIONES DEL CARGO**

A continuación se hace la descripción detallada de los cargos que se desempeñaran en la empresa de EFILE S.A.S (ver Tablas 15, 16, 17, 18)

**Tabla 15. Descripción del cargo de secretaria.**

<b>ANALISIS Y FUNCIONES DEL CARGO</b>		
Codigo 001		Versión 1
Fecha de la vigencia: Marzo de 2013		
<b>PERFIL DEL C</b>		
<b>ASPECTOS GENERALES</b>		
Nombre del Cargo	Fecha del análisis	Area o dependencia
Secretaria	Marzo 06 de 20	Administrativa
SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL
Femenino	De 18-30 años	Indiferente
<b>NIVEL EDUCATIVO</b>		
Bachiller		X
Técnico		X
Tecnología		
Universitario		
Postgrado		
<b>FORMACIÓN</b>		
Cursos		
Seminarios	Atención al cliente	
Otros conocimientos	Windows y Microsoft Office: Word, Excel y Power Point, Redacción comercial y curso de técnicas de archivo Manejo del conmutador, manejo de archivo, redacción	
<b>EXPERIENCIA REQUERIDA</b>		
Años de experiencia requerida	Minimo 6 meses	
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS</b>		
Liderazgo		x
Orientación al cliente		x
Trabajo al cliente		x
Trabajo en equipo		x
Orientación al logro de resultados		x
Comunicación eficaz		x
Relaciones interpersonales		x
Trabajo bajo presión		
Dirección de personas		
<b>DESCRIPCION GENERAL DEL CARGO</b>		
Recibir, registrar, clasificar y distribuir la correspondencia, así como controlar el centro atendiendo los clientes y el conmutador de manera cordial, ejecutar algunas actividades de RRHH, y todo tipo de apoyo laboral a los compañeros.		
<b>REQUISITOS FISICOS</b>		
Esfuerzo necesario	Físico y mental	
Capacidad Visual	Alta	
Destreza o habilidad	Discreción, cordialidad, empatía, eficacia excelente atención al público.	
Constitución física necesar	Nomal	
<b>MATERIAL, HERRAMIENTAS O EQUIPOS NECESARIOS</b>		
Oficina, equipo de computo, sillas, internet, teléfono, archivadores, escritorio.		
<b>RIESGOS OCUPACIONALES</b>		
<b>ELABORO:</b> VCG	<b>REVISO:</b>	<b>APROBO:</b> SBRAND

Fuente: Autor

**Tabla 16. Descripción del cargo de administrador**

<b>ANÁLISIS Y FUNCIONES DEL CARGO</b>		
Código 002		Versión 1
Fecha de la vigencia: Marzo de 2013		
<b>PERFIL DEL CARGO</b>		
<b>ASPECTOS GENERALES</b>		
Nombre del Cargo	Fecha del análisis	Area o dependencia
Gerente/admón y contador	Marzo 06 de 2013	Administrativa
SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL
Indiferente	26 en adelante	Indiferente
<b>NIVEL EDUCATIVO</b>		
Bachiller		
Técnico		
Tecnología		
Universitario		x
Postgrado		x
<b>FORMACIÓN</b>		
Cursos	Administración de empresas, logística.	
Seminarios	Dirección de personal, liderazgo y motivación de las personas, Dirección de personal, liderazgo y motivación de las personas.	
Otros conocimientos	Planeamiento estratégico, leyes tributarias	
<b>EXPERIENCIA REQUERIDA</b>		
Años de experiencia requerida	Mínimo 2 años	
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS</b>		
Liderazgo	x	
Orientación al cliente	x	
Trabajo al cliente	x	
Trabajo en equipo	x	
Orientación al logro de resultados	x	
Comunicación eficaz	x	
Relaciones interpersonales	x	
Trabajo bajo presión	x	
Dirección de personas	x	
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO</b>		
La gerencia general debe estar en condiciones de dirigir la empresa hacia el logro de los objetivos y del sostenimiento de la misión y en encaminamiento hacia la visión de la visión y el funcionamiento bajo los lineamientos de la misión, adicionalmente esta sera realizada en conjunto por los socios de la compañía por lo tanto para el tema de reducción de costos hara las veces de administrador y contador.		
<b>REQUISITOS FÍSICOS</b>		
Esfuerzo necesario	Mental	
Capacidad Visual	Normal	
Destreza o habilidad	Liderazgo, innovador, toma de decisiones, excelente manejo de la información y del área de RRHH.	
Constitución física necesaria	Indiferente	
<b>MATERIAL, HERRAMIENTAS O EQUIPOS NECESARIOS</b>		
Oficina, equipo de computo, sillas, internet, teléfono, archivadores, escritorio. Equipo de trabajo		
<b>RIESGOS OCUPACIONALES</b>		
<b>ELABORO:</b> VCG	<b>REVISO:</b>	<b>APROBO:</b> SBRAND

Fuente: autor

**Tabla 17. Descripción del cargo de asistente**

<b>ANÁLISIS Y FUNCIONES DEL CARGO</b>		
Código 003		Versión 1
Fecha de la vigencia: Marzo de 2013		
<b>PERFIL DEL CARGO</b>		
<b>ASPECTOS GENERALES</b>		
Nombre del Cargo	Fecha del análisis	Area o dependencia
Asistente de operaciones	Marzo 06 de 2013	Operaciones
SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL
Indiferente	23 en adelante	Indiferente
<b>NIVEL EDUCATIVO</b>		
Bachiller		
Técnico		
Tecnología		x
Universitario		x
Postgrado		
<b>FORMACIÓN</b>		
Cursos	Manejo de archivos	
Seminarios	Atención al cliente	
Otros conocimientos	Paquete office	
<b>EXPERIENCIA REQUERIDA</b>		
Años de experiencia requerida	Mínimo 1 año	
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS</b>		
Liderazgo	x	
Orientación al cliente	x	
Trabajo al cliente		
Trabajo en equipo	x	
Orientación al logro de resultados	x	
Comunicación eficaz	x	
Relaciones interpersonales	x	
Trabajo bajo presión	x	
Dirección de personas		
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO</b>		
La asistente de operaciones es la persona encargada de recibir la documentación que llega y cumplir con todo el proceso hasta que se pueda almacenar en las bodegas.		
<b>REQUISITOS FÍSICOS</b>		
Esfuerzo necesario	Mental, físico	
Capacidad Visual	Normal	
Destreza o habilidad	Agilidad, eficacia, manejo del tiempo	
Constitución física necesaria	Indiferente	
<b>MATERIAL, HERRAMIENTAS O EQUIPOS NECESARIOS</b>		
Escritorio, computador, Archivador, teléfono, impresora, papelería, scanner industrial.		
<b>RIESGOS OCUPACIONALES</b>		
<b>ELABORO:</b> VCG	<b>REVISO:</b>	<b>APROBO:</b> SBRAND

Fuente: Autor



**Tabla 18. Descripción del cargo de asistente**

<b>ANALISIS Y FUNCIONES DEL CARGO</b>		
Código 004		Versión 1
Fecha de la vigencia: Marzo de 2013		
<b>PERFIL DEL CARGO</b>		
<b>ASPECTOS GENERALES</b>		
<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Fecha del analisis</b>	<b>Area o dependencia</b>
Comercial	Marzo 06 de 2013	Administrativo
<b>SEXO</b>	<b>EDAD</b>	<b>ESTADO CIVIL</b>
Indiferente	20 en adelante	Indiferente
<b>NIVEL EDUCATIVO</b>		
Bachiller		
Técnico		x
Tecnología		x
Universitario		
Postgrado		
<b>FORMACIÓN</b>		
Cursos	Venta de servicios, manejo del público.	
Seminarios	Atención al cliente, marketing.	
Otros conocimientos	Manejo de internet, base de datos.	
<b>EXPERIENCIA REQUERIDA</b>		
Años de experiencia requerida		Mínimo 1 año
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS</b>		
Liderazgo		x
Orientación al cliente		x
Trabajo al cliente		
Trabajo en equipo		
Orientación al logro de resultados		x
Comunicación eficaz		x
Relaciones interpersonales		x
Trabajo bajo presión		
Dirección de personas		
<b>DESCRIPCION GENERAL DEL CARGO</b>		
El comercial es el encargado de hacer contacto directo e indirecto con el cliente para ofrecer el servicio y establecer relaciones comerciales.		
<b>REQUISITOS FISICOS</b>		
Esfuerzo necesario	Mental, físico	
Capacidad Visual	Normal	
Destreza o habilidad	Manejo de tiempo, empatía, buena presentación, precisión en la información.	
Constitución física necesaria	Indiferente	
<b>MATERIAL, HERRAMIENTAS O EQUIPOS NECESARIOS</b>		
Escritorio, computador, teléfono, internet, papelería, impresora.		
<b>RIESGOS OCUPACIONALES</b>		
<b>ELABORO:</b> VCG	<b>REVISO:</b>	<b>APROBO:</b> SBRAND

Fuente: Autor

## 8. ESTRUCTURA Y MODULO FINANCIERO

Este capítulo presenta el análisis financiero de la compañía, la metodología para el mismo, se sigue a partir de supuestos macroeconómicos del mercado y de la economía, y supuestos microeconómicos asociados a la naturaleza de una empresa del sector servicios. En la primera parte de este modulo se desarrolla el escenario base y en una segunda parte se desarrollan los análisis de sensibilidad bajo el supuesto de cambios en los parámetros macro y microeconómicos inicialmente definidos.

### 8.1 PARÁMETROS MACRO Y MICROECONÓMICOS

Se establecen como parámetros macros, las tasas de interés para préstamos, la tasa de inflación proyectada para efecto de los costes fijos de producción, la tasa de impuestos sobre las ganancias de acuerdo al estatuto tributario vigente. De igual forma, se establecen supuestos micros, en términos de las Políticas de crecimiento, en ventas, y precios, de manejo de cartera y de proveedores. A medida del desarrollo del módulo se van haciendo explícitos los supuestos.

**8.1.1 Costos fijos del proyecto.** Los costes fijos del proyecto; se subdividen en costos del área administrativa, del área de ventas, promoción, publicidad, pre operativos y financieros. El cuadro 23, muestra la estructura de los costes fijos anuales.

**Tabla 19. Costos fijos anuales**

ITEMS / MES	2008	2009	2010	2011	2012
<b>PRODUCCION</b>	<b>\$ 21.810.000</b>	<b>\$ 23.970.000</b>	<b>\$ 26.346.000</b>	<b>\$ 28.959.600</b>	<b>\$ 31.834.560</b>
Serv. Públicos agua + luz + Teléf.	\$ 3.720.000	\$ 4.092.000	\$ 4.501.200	\$ 4.951.320	\$ 5.446.452
Transporte y Fletes	\$ 1.320.000	\$ 1.452.000	\$ 1.597.200	\$ 1.756.920	\$ 1.932.612
Arriendo	\$ 15.600.000	\$ 17.160.000	\$ 18.876.000	\$ 20.763.600	\$ 22.839.960
Deprec. Maquinaria y Equipo	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000
Mantenimiento + Seguro + Alarma	\$ 960.000	\$ 1.056.000	\$ 1.161.600	\$ 1.277.760	\$ 1.405.536
<b>ADMINISTRACION</b>	<b>\$ 48.155.656</b>	<b>\$ 52.532.022</b>	<b>\$ 55.376.024</b>	<b>\$ 60.671.426</b>	<b>\$ 66.496.369</b>
Gerente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Secretaria (s) / Asistente	\$ 7.303.200	\$ 8.033.520	\$ 8.836.872	\$ 9.720.559	\$ 10.692.615
Otros sueldos	\$ 19.063.200	\$ 20.969.520	\$ 23.066.472	\$ 25.373.119	\$ 27.910.431
Prestaciones Sociales	\$ 11.864.880	\$ 13.051.368	\$ 14.356.505	\$ 15.792.155	\$ 17.371.371
Aportes Patronales	\$ 2.372.976	\$ 2.610.274	\$ 2.871.301	\$ 3.158.431	\$ 3.474.274
Gastos de Oficinas (papel,util.)	\$ 782.400	\$ 860.640	\$ 946.704	\$ 1.041.374	\$ 1.145.512
Gastos Bancarios (chequeras)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deprec. Muebles y Enseres	\$ 2.422.000	\$ 2.422.000	\$ 2.422.000	\$ 2.422.000	\$ 2.422.000
Deprec. Computadores	\$ 1.970.000	\$ 1.970.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Asesoría Contable	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Otros (Vig, Seg, Impr, Ind y Ccio)	\$ 2.377.000	\$ 2.614.700	\$ 2.876.170	\$ 3.163.787	\$ 3.480.166
<b>VENTAS</b>	<b>\$ 11.554.028</b>	<b>\$ 12.060.008</b>	<b>\$ 12.590.609</b>	<b>\$ 13.147.255</b>	<b>\$ 13.731.468</b>
Sueldo Vendedores	\$ 7.303.200	\$ 7.595.328	\$ 7.899.141	\$ 8.215.107	\$ 8.543.711
Prestaciones Sociales	\$ 1.594.289	\$ 1.658.060	\$ 1.724.383	\$ 1.793.358	\$ 1.865.092
Aportes Patronales	\$ 1.926.219	\$ 2.003.268	\$ 2.083.398	\$ 2.166.734	\$ 2.253.404
Otros Gastos de ventas	\$ 730.320	\$ 803.352	\$ 883.687	\$ 972.056	\$ 1.069.262
<b>PROMOCION Y PUBLICIDAD</b>	<b>\$ 2.593.032</b>	<b>\$ 2.774.544</b>	<b>\$ 2.968.762</b>	<b>\$ 3.176.576</b>	<b>\$ 3.398.936</b>
Publicidad - Avisos	\$ 2.520.000	\$ 2.696.400	\$ 2.885.148	\$ 3.087.108	\$ 3.303.206
Promoción de Ventas	\$ 73.032	\$ 78.144	\$ 83.614	\$ 89.467	\$ 95.730
<b>PREOPERATIVOS</b>	<b>\$ 105.000</b>	<b>\$ 115.500</b>	<b>\$ 127.050</b>	<b>\$ 139.755</b>	<b>\$ 153.731</b>
Gastos Pre operativos	\$ 105.000	\$ 115.500	\$ 127.050	\$ 139.755	\$ 153.731
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 72.663.688</b>	<b>\$ 79.392.066</b>	<b>\$ 84.817.836</b>	<b>\$ 92.947.357</b>	<b>\$ 101.883.595</b>
Asesorías Especializadas	\$ 10.500	\$ 11.550	\$ 12.705	\$ 13.976	\$ 15.373
Interés Prestamos + Seguro	\$ 4.295.700	\$ 3.729.691	\$ 2.994.781	\$ 2.040.568	\$ 801.613
Intereses Otras Fuentes					\$ 0
<b>TOTAL COSTOS FIJOS+INTERESES</b>	<b>\$ 76.969.888</b>	<b>\$ 83.133.306</b>	<b>\$ 87.825.322</b>	<b>\$ 95.001.901</b>	<b>\$ 102.700.581</b>

## 8.2. POLÍTICA DE VENTAS

La empresa proyecta ventas en el orden del 5% para el año 2, 3 y 8% para el año 4. Tratándose de una empresa de servicios y dado el tamaño del mercado potencial y objetivo, estas proyecciones resultan relativamente modestas, por lo tanto no genera una sobredimensión sobre los ingresos esperados. Las mismas se complementan con proyecciones de precios para las ventas del 5%, apenas en el límite de un ajuste inflacionario, porque en términos reales los precios tienden a mantenerse constantes. Lo anterior permite inferir que en términos de ingresos, la empresa se proyecta sobre un escenario simple y no sobrestimado.

**Tabla 20. Parámetros de Proyección para las ventas. Años 2, 3 y 4**

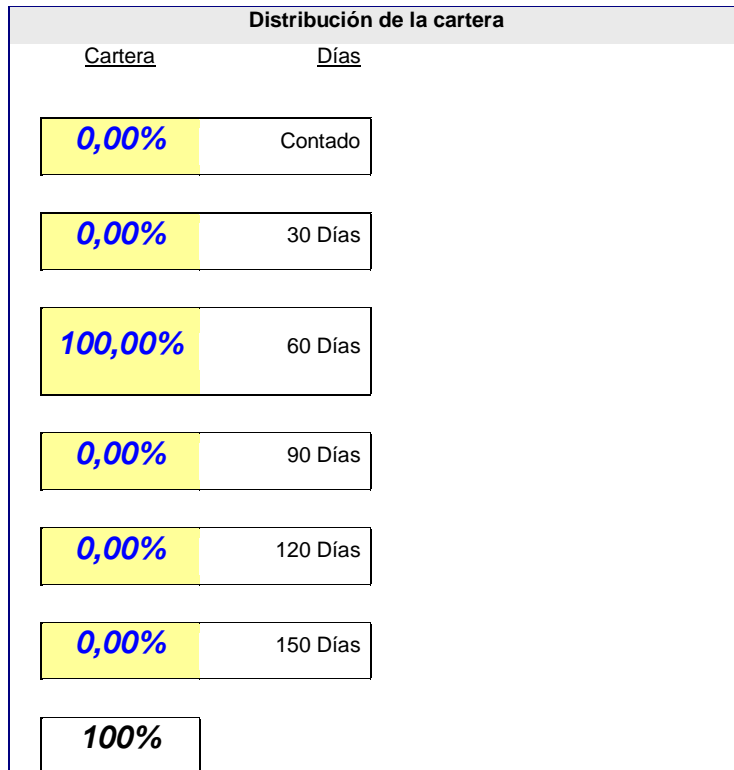
Parámetros de Crecimiento		
5%	Unidades Año 2	Proyecciones construidas en función al tamaño del mercado objetivo y potencial, y en precios en función de las metas de inflación
5%	Unidades Año 3	
8%	Unidades Año 4	
3%	Precios Año 2	
3%	Precios Año 3	
5%	Precios Año 4	

Fuente: Software para evaluación de proyectos EPI- Duban Peña

## 8.3. MANEJO DE CARTERA

La cartera del proyecto se estableció un lapso de 60 días, lo que le genera al proyecto una ventaja de competencia.

**Tabla 21. Parámetros de Proyección para Manejo de Cartera.**



Fuente: Software para evaluación de proyectos SEPI

#### **8.4. POLÍTICAS DE COMPRAS**

No aplica, es una compañía de servicios, los costos variables como papelería e impresiones, se causan y se hacen efectivas al momento del servicio.

#### **8.5. POLÍTICA DE INVENTARIOS**

No aplica, es una compañía de servicios, los servicios no son susceptibles de inventariar.

## 8.6. PARÁMETROS GENERALES

Otros parámetros generales de la proyección corresponde a los siguientes: políticas de depreciación de activos fijos, en este ítem se sigue según las normas de contabilidad vigente

**Tabla 22. Política de depreciación para activos fijos, vehículos, software y equipo de cómputo.**

DEPRECIACIONES	AÑOS	MESES
MAQUINARIA Y EQUIPO ----->	5	60
MUEBLES Y ENSERES ----->	5	60
VEHICULOS ----->	5	60
EDIFICIOS Y TERRENOS----->	20	240
COMPUTADORES----->	2	24
SOFTWARE----->	2	24

## 8.7. PLAN DE INVERSIONES

Las inversiones de la compañía se establecen en \$ 16.020.000.00, de los cuales 100% en ese orden, la compañía presenta un plan de inversiones en donde el empresario hace una apuesta alta en recursos, denotando compromiso y asumiendo de manera importante el riesgo para el proyecto. Tal como se aprecian en la tabla 23, las inversiones giran alrededor del equipamiento de oficina y sitios de trabajo para las labores de almacenamiento y administración.

**Tabla 23. Inversiones Propias y con Crédito.**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>No.</b>	<b>COSTO UNIT. PESOS</b>	<b>COSTO SIN IVA PESOS</b>	<b>IVA* 0%</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Montacargas Manual	2	120.000	240.000	0	240.000
Extintor (Solkafan)	8	60.000	480.000	0	480.000
Extintor (Polvo seco )	6	55.000	330.000	0	330.000
	0	0	0	0	0
<b>TOTALES</b>	16	235.000	1.050.000	0	1.050.000
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>No.</b>	<b>COSTO UNIT. PESOS</b>	<b>COSTO SIN IVA PESOS</b>	<b>IVA* 0%</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Archivador pequeño	4	150.000	600.000	0	600.000
Comedor rimax	1	130.000	130.000	0	130.000
División para archivadores	30	30.000	900.000	0	900.000
Escritorio	4	450.000	1.800.000	0	1.800.000
Horno microondas	1	150.000	150.000	0	150.000
Sillas tipo escritorio	4	70.000	280.000	0	280.000
Sistema de archivo rodante	30	250.000	7.500.000	0	7.500.000
Nevera	1	750.000	750.000	0	750.000
<b>TOTALES</b>	75	1.980.000	12.110.000	0	12.110.000
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>No.</b>	<b>COSTO UNIT. PESOS</b>	<b>COSTO SIN IVA PESOS</b>	<b>IVA* 0%</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Computadores	4	450.000	1.350.000	0	1.350.000
Teléfonos	3	50.000	150.000	0	150.000
Conmutador	1	150.000	150.000	0	150.000
Impresora Multifuncional	1	650.000	650.000	0	650.000
Lector de código de barras	1	160.000	160.000	0	160.000
					400.000
Scanner	1	440.000	400.000	0	400.000
<b>TOTALES</b>	11	1.460.000	2.860.000	0	2.860.000

Fuente: Software para evaluación de proyectos SEPI

En términos relativos, la inversión fija de \$ 16.020.000, representa el 100% del total de los recursos de inversión.

En la tabla 24, muestra el plan de inversiones para el proyecto.

**Tabla 24. Plan de Financiación.**

TIPO DE INVERSION	TOTAL	CREDITO	REC. PROPIOS
<b>INVERSION FIJA</b>			
Maquinaria y Equipo	\$ 1.050.000	\$1.050.00 0	\$ 0
Muebles y Enseres	\$ 12.100.000	\$ 12.100.000	\$ 0
Computadores	\$ 2.870.000	\$ 2.870.000	\$ 0
Vehículos	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 16.020.000</b>	<b>\$ 16.020.000</b>	<b>\$ 0</b>

Fuente: Software para evaluación de proyectos SEPI versión 1.0

## 8.8. RESULTADOS – FINANCIEROS DEL PROYECTO.

### 8.8.1. Estado de Balance General.

**Tabla 25. Balance General Anual. Proyección a 5 Años.**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			0	0	0	0
Caja - Bancos	0	178.603.022	371.103.370	567.069.514	796.649.000	1.063.660.186
Cartera	0	85.050.000	74.358.533	80.418.753	91.194.866	103.414.978
Inventario	0	0	0	0	0	0
Otros Activos Corrientes.	0	0	0	0	0	0
Activos Diferidos	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	0	263.653.022	445.461.903	647.488.267	887.843.866	1.167.075.163
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>						
Maquinaria y Equipo	1.050.000	1.050.000	1.050.000	1.050.000	1.050.000	1.050.000
Depreciación Maquinaria y Equipo	0	210.000	420.000	630.000	840.000	1.050.000
Muebles y Enseres	12.110.000	12.110.000	12.110.000	12.110.000	12.110.000	12.110.000
Depreciación Mueble y Enseres	0	2.422.000	4.844.000	7.266.000	9.688.000	12.110.000
Computadores	3.940.000	3.940.000	3.940.000	3.940.000	3.940.000	3.940.000
Depreciación computadores	0	1.970.000	3.940.000	3.940.000	3.940.000	3.940.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0



Tabla 25. (Continúa)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
Depreciación Vehículos	0	0	0	0	0	0
Edificios y terrenos	0	0	0	0	0	0
Depreciación de Edificio	0	0	0	0	0	0
Otros Activos no Corrientes	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	17.100.000	12.498.000	7.896.000	5.264.000	2.632.000	0
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	17.100.000	276.151.022	453.357.903	652.752.267	890.475.866	1.167.075.163

<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Proveedores		6.754.858	6.291.910	6.606.506	7.273.570	7.855.456
Obligaciones Laborales		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	2.462.780	3.197.690	4.151.902	5.390.857	0
Honorarios x Pagar		0	0	0	0	0
Dividendos por pagar						
Impuestos por Pagar		95.322.351	100.541.060	110.528.759	128.384.076	149.574.206
Impuestos Diferidos						
Otros Pasivos		0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	0	104.539.989	110.030.660	121.287.167	141.048.504	157.429.662
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>						
Oblig. Financieras	17.100.000	12.740.449	9.542.759	5.390.857	0	0
Oblig. Laborales		0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Otros Pasivos no Corrientes						
<b>TOTAL PASIVO A L.P.</b>	17.100.000	12.740.449	9.542.759	5.390.857	0	0
<b>TOTAL PASIVOS</b>	17.100.000	117.280.438	119.573.420	126.678.024	141.048.504	157.429.662

<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	0	0	0	0	0	0
Superávit por valorización de inversiones		0	0	0	0	0
Utilidad no Retenida						
Utilidad Retenidas		0	158.870.584	333.784.483	526.074.242	749.427.362
Utilidad en Ejercicios		158.870.584	174.913.899	192.289.759	223.353.119	260.218.140
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	0	158.870.584	333.784.483	526.074.242	749.427.362	1.009.645.501
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	17.100.000	276.151.022	453.357.903	652.752.267	890.475.866	1.167.075.163

Fuente: Software para evaluación de proyectos EPI- Duban Peña

El balance proyectado de la empresa muestra el comportamiento que tendrá la actividad empresarial de negocio propuesto, se destaca que la misma se desarrolla bajo lineamientos financieros del mercado, como lo es la política de cartera, proveedores, de igual forma las simulaciones en ventas y costos se ajustaron de acuerdo a los parámetros del mercado. En ese escenario, el balance muestra que la empresa **Efile S.A.S.** es financieramente estable, en donde se destaca muy buenos niveles de liquidez, rotación de cartera y un manejo adecuado de utilidades. De igual forma la empresa muestra potenciales que indican cumplir con las metas.

**Tabla 26. Análisis Vertical del Balance General Proyectado.**

<b>Análisis Vertical</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja - Bancos		64,68%	81,86%	86,87%	89,46%	91,14%
Cartera		30,80%	16,40%	12,32%	10,24%	8,86%
Inventario		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Otros Activos Corrientes.		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Activos Diferidos		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>95,47%</b>	<b>98,26%</b>	<b>99,19%</b>	<b>99,70%</b>	<b>100,00%</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>
Maquinaria y Equipo		0,38%	0,23%	0,16%	0,12%	0,09%
Depreciación Maquinaria y Equipo		0,08%	0,09%	0,10%	0,09%	0,09%
Muebles y Enseres		4,39%	2,67%	1,86%	1,36%	1,04%
Depreciación Mueble y Enseres		0,88%	1,07%	1,11%	1,09%	1,04%
Computadores		1,43%	0,87%	0,60%	0,44%	0,34%
Depreciación computadores		0,71%	0,87%	0,60%	0,44%	0,34%
Vehículos		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Depreciación Vehículos		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Edificios y terrenos		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Depreciación de Edificio		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Otros Activos no Corrientes		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>4,53%</b>	<b>1,74%</b>	<b>0,81%</b>	<b>0,30%</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Proveedores		5,76%	5,26%	5,22%	5,16%	4,99%
Obligaciones Laborales		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Tabla 26. (Continúa)

<b>Análisis Vertical</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Obligaciones Financieras		2,10%	2,67%	3,28%	3,82%	0,00%
Honorarios x Pagar		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Dividendos por pagar		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Impuestos por Pagar		81,28%	84,08%	87,25%	91,02%	95,01%
Impuestos Diferidos		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Otros Pasivos		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		89,14%	92,02%	95,74%	100,00%	100,00%
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Oblig. Financieras		10,86%	7,98%	4,26%	0,00%	0,00%
Oblig. Laborales		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Cuentas por Pagar		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Otros Pasivos no Corrientes		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL PASIVO A L.P.</b>		10,86%	7,98%	4,26%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS</b>		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Superávit por valorización de inversiones		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Utilidad no Retenid		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Utilidad Retenidas		0,00%	47,60%	63,45%	70,20%	74,23%
Utilidad en Ejercicios		100,00%	52,40%	36,55%	29,80%	25,77%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>						

Fuente: Software para evaluación de proyectos SEPI versión 1.0

La tabla 26 presenta el análisis vertical del balance, sin duda es una empresa que presenta excesos de liquidez; por lo cual es estrategia que el manejo de los excesos recursos se oriente hacia procesos de reinversión que le posibilite desarrollar diversificación de servicios y de mercados. De igual forma no presenta “riesgos” por deuda o por recaudo de cartera, en general es un muy buen estado de balance.

**8.8.2 Indicadores Financieros del Proyecto.** Los indicadores financieros del proyecto ratifican que se trata de un proyecto viable financieramente, con buenos márgenes de rentabilidad, de liquidez, de operatividad y de productividad. Ver cuadro 31.

**Tabla 27. Indicadores Financieros. Proyectado a 5 años.**

<b>RESUMEN DE INDICADORES</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Indicadores de Liquidez</b>	0,00	2,54	4,17	5,09	5,75	6,42
utilidad / ingresos	0,00	0,37	0,50	0,67	0,90	1,19
<b>Indicadores de Productividad</b>	0,00	0,60	0,73	0,90	1,16	1,49
Utilidad / activo		0,43	0,39	0,32	0,29	0,26
Utilidad / patrimonio		2,35	3,59	4,80	6,47	8,53
<b>Indicadores de Endeudamiento</b>	0,00	0,37	0,24	0,19	0,17	0,15
Relación beneficio / costo		0,39	0,38	0,32	0,29	0,27
<b>TIR:</b>	<b>279,52%</b>					
<b>VPN:</b>	<b>74.175.923</b>					

Fuente: Software para evaluación de proyectos SEPI versión 1.0

Financieramente, el proyecto se establece en base a las estrategias de mercado y en relación a la potencialidad de la demanda, se muestra que efectivamente hay posibilidades significativas de establecer el plan de negocio. Si bien la proyección se hace sobre una plataforma positiva de la demanda. Se destaca una bondad en la inversión lo suficientemente significativa; una TIR del 279,52%, es considerable dada apenas lógica dada a los resultados de las utilidades.

En general se trata de un proyecto financieramente VIABLE Y SOSTENIBLE, dado que está establecido sobre una base de proyección básica, es decir que no se desarrolló sobre un escenario optimista sino muy lógico y ajustado al mercado para este tipo de servicios.

## 9. CONCLUSIONES

El proyecto de emprendimiento que aquí se presenta, es una apuesta de una empresa de servicios especializada en el almacenamiento y administración de archivos, para las PYMES de la ciudad de Santiago de Cali. Se destaca la existencia de mercados que potencialmente están en procesos de expansión, gracias a estrategias, alianzas y procesos de consolidación de acuerdos comerciales. De forma particular, con la implementación de las estrategias de mercadeo y comercialización se espera captar el 5% de empresas que requieren de los servicios de **EFILE S.A.S.**

El Valle del Cauca, es una región económica que aporta en promedio el 10% del PIB del país, y tiene la tercera participación industrial en el país, La estructura actual de la economía vallecaucana muestra un gran predominio de las actividades de establecimientos financieros, actividades inmobiliarias y de servicios a las empresas, Estos sectores participan en conjunto con del 54% del PIB del departamento. De igual forma, las estrategias de mercadeo, se enfocan fundamentalmente, en visitas empresariales, publicidad especializada y el manejo de soporte de página Web. Normalmente este tipo de negocios son exitosos en términos de estrategias puntuales en donde la calidad en los servicios de respuesta marca una importante diferencia frente a competidores.

El proyecto se estructura sobre la base de poder responder a los desafíos de establecer una empresa competitiva, en ese orden se proyectó como una empresa de servicios que responde a una estructura donde la tercerización es parte de la estrategia administrativa para responder a la demanda de los servicios.

**EFILE S.A.S** es viable al presentar como indicador de rentabilidad muy positivos y una serie de indicadores que muestran una alta bondad en términos de suficiencia financiera. Los análisis de sensibilidad igual reportan capacidad de respuesta ante

cambios dramáticos en variables como los ingresos y los costos de producción. Ante un cambio muy pesimista en las variables el proyecto muestra resistencia financiera, es decir continua siendo VIABLE.

Financieramente, el proyecto muestra bondades en términos de rentabilidad, dando margen al desarrollo de estrategias que le permiten enfrentar a la competencia.

Finalmente se observa que se trata de un proyecto muy positivo en términos de los impactos, en lo económico por su impacto sobre la producción y la competitividad, sobre lo social por empleo, sobre lo ambiental por el uso de tecnología para un diseño que conserve el medio ambiente y también por la innovación que el mismo presenta, al presentar al mercado servicio con alto valor agregado.

## 10. BIBLIOGRAFÍA.

Ángel Rodríguez, M. (2013). De la idea al emprendimiento. *Guía Práctica de Planificación y Puesta en Marcha del emprendimiento*. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://www.lecantolas40.com.ar/egifts/de-la-idea-al-emprendimiento.pdf>

Banco Central de Colombia. (2013). Índices de precios y políticas monetarias. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de [http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see\\_precios.htm](http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_precios.htm)

Castillo H., A. (1999). Estado del Arte en la enseñanza del emprendimiento. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de [http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20HUMANAS%20Y%20SOCIALES/CARRERA%20DE%20BIBLIOTECOLOGIA%20Y%20CIENCIAS%20DE%20LA%20INFORMACION/08/Emprendimiento/estado\\_arte\\_emprendimiento.pdf](http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20HUMANAS%20Y%20SOCIALES/CARRERA%20DE%20BIBLIOTECOLOGIA%20Y%20CIENCIAS%20DE%20LA%20INFORMACION/08/Emprendimiento/estado_arte_emprendimiento.pdf)

Centro de Estudios de la Construcción y el desarrollo Urbano y Regional. (2013). Nacional. Colombia y 14 ciudades principales. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://www.cenac.org.co/?apc=l1----&x=20152630>

Colpatria Seguros. (05 de 10 de 2011). *Seguros Colpatria*. Recuperado el 04 de 06 de 2012, de Seguros Colpatria: <http://www.seguroscolpatria.com/portal/Seguros/PortalSeguros/Empresas/SectoresEstrategicos/tabid/217/ArticleId/674/Sector-Transporte-y-Servicios.aspx>

- Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente. (2013). Comuna 4. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://consejoambiental.files.wordpress.com/2009/05/comuna-4.pdf>
- EgoavilFlorez, V. M. (2013). El concepto de Empresa. *Monografías.com*. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://www.monografias.com/trabajos16/empresa/empresa.shtml>
- G4STechnology. (2013). Compromiso ambiental en los proyectos de seguridad. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://www.g4s.com.co/es-CO/Media%20Centre/Case%20Studies/Security%20systems%20and%20technology/Green%20Office/>
- Hill, C. (2011). Administración estratégica un enfoque integrado (p. 16). McGraw Hill Interamericana.
- InvestPacific. (2013). Un Valle de economía sólida. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://www.investpacific.org/node/1349>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos mercadotecnia. McGraw Hill Interamericana.
- Mora, J. J., Correa, J. B., García Muñoz, D., & Díaz, M. Y. (2012). Estructura socioeconómica del Valle del Cauca: un análisis del mercado laboral de Cali y su área Metropolitana. Colección de Documentos RED ORMET Valle del Cauca. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://www.observatoriovalle.org.co/wp-content/uploads/2012/05/Estructura-Valle-del-Cauca.pdf>



Patsula, P. (2002). Successful business planning in 30 days (p. 278). Estados Unidos: Patsula Media.

Peña. (2010). *Economía del Valle del Cauca* (Ciencias Económicas y Administrativas). Universidad Autónoma de Occidente, Cali.

Rodríguez, A. (2009). *Pensamiento y gestión. Nuevas perspectivas para entender el Emprendimiento Empresarial*. Universidad del Valle.

Rodríguez Romero, C. (2005). *Innovar*. 26, 15. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40>

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2013). Administrando la información. *Sistema de Bibliotecas iniciativa SENA*. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://biblioteca.sena.edu.co/paginas/cap3e3.html>

Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial*. Bogotá: Pearson Educación.

Vigorena, F. (2011). El Intrapreneur. Recuperado el 20 de marzo de 2013, a partir de <http://www.emprendedores.cl/comunidad/articles/461/el-intrapreneur>