

PROYECTO DE FACTIBILIDAD **BAC2 CORPORATE OFFICE**

CALDERON RAMIREZ ERIKA CAMILA

CASTAÑEDA PINZON YURI PAOLA

CUBIDES CORREA LADY XIOMARA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA D.C

2018

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD BAC2 CORPORATE OFFICE**

CALDERON RAMIREZ ERIKA CAMILA

CASTAÑEDA PINZON YURI PAOLA

CUBIDES CORREA LADY XIOMARA

PROYECTO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA D.C

2018

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

Firma del Presidente del Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

Bogotá D.C, Octubre de 2018

## CONTENIDO

Contenido .....	4
Lista de tablas .....	6
Lista de graficos .....	7
Introducción .....	8
Objetivos .....	9
Justificación.....	10
Antecedentes .....	12
Análisis del sector .....	15
Tendencias del sector a corto, mediano y largo plazo .....	18
Plan de marketing.....	21
Precio.....	21
Estrategias para la fijación de precios .....	22
Estrategia de fijación de precios para penetrar en el mercado .....	22
Servicio.....	24
Estrategia de servicio.....	26
Distribución.....	26
Diseño estratégico de promoción y distribución .....	27
Publicidad.....	27
Estrategia de crecimiento .....	28
Estrategia de servicios .....	29
Plan de mercadeo .....	30
Proyección de ventas.....	32
Estructura organizacional .....	33
Dofa.....	39
Estrategia organizacional .....	40
Estrategias competitivas .....	43
Estudio técnico .....	50
Fichas técnicas de servicio .....	50
Diagrama de proceso .....	53
Análisis de procesos, actividad, tiempo .....	54
Análisis de necesidades y requerimientos de insumos y materiales.....	59
Análisis de necesidades y requerimientos de .....	62
Maquinaria y equipo.....	62
Análisis de capacidad requerida .....	64

Plan de produccion y de compras .....	65
Gastos de ventas .....	66
Analisis de necesidades y requerimientos de mano de obra.....	68
Analisis de la distribuciòn de espacios de trabajo .....	69
El requerimiento de servicios (energía, agua, gas e internet).....	70
Analisis de la capacidad requerida .....	72
Plan de compras .....	74
Costos de produccion .....	78
Infraestructura .....	80
Aspectos legales .....	84
Obligaciones tributarias.....	88
Fuente: elaboración propia .....	89
Estudio financiero .....	89
Conclusiones .....	90
<b>Referencias</b> .....	<b>92</b>

## **LISTA DE TABLAS**

Tabla 1. Portafolio de Servicios 1

Tabla 2. Análisis De Necesidades

Tabla 3. Servicios Públicos

Tabla 4. Requerimiento de Servicios

Tabla 5. Portafolio de Servicios II

Tabla 6. Análisis de la Capacidad Requerida

Tabla 7. Plan de Compras

Tabla 8. Obligaciones Tributarias

## **LISTA DE GRAFICOS**

Grafica 1. Grupos de Interés de Sector BPO&O

Grafico 2. Esquema De Fijación De Precios

Grafico 3. Ubicación

## INTRODUCCIÓN

Estamos en una era de globalización y de cambios donde las compañías buscan cada día más y mejores opciones para reducir sus costos de inversión y aumentar sus ganancias.

Dentro del ambiente de negocios en la actualidad las empresas buscan maximizar sus esfuerzos en razón a su actividad económica, apoyándose en la contratación de terceros que les puedan brindar servicios especializados como las empresas de servicios virtuales.

Como parte fundamental del crecimiento de la economía Colombiana las empresas Pymes en el transcurso de los últimos años se han convertido en unos de los pilares más importantes del desarrollo del país, conforme a los avances de la tecnología se han implementado nuevas y efectivas formas de comunicación entre las personas.

Las pymes en Colombia han constituido uno de los sectores productivos más significativos para nuestra economía, consideramos que es importante señalar que las pymes se han caracterizado por delimitar la creciente economía del país, siendo una gran fuente de empleo. (Turismo, 2018)

De esta manera y apoyados en los avances tecnológicos en sistemas de información y comunicaciones, este proyecto de negocios apoya a las pequeñas empresas y trabajadores independientes para que centren su actividad en esencial y dediquen todo su tiempo a maximizar la satisfacción de sus clientes con altos estándares de calidad al mismo tiempo que disminuyen costos de operación a través de la entrega a un tercero de estas actividades.



## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Adelantar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de carácter SAS, dedicada a la prestación de servicios de oficinas virtuales integrales, enfocada a satisfacer las necesidades de sus clientes, optimizando todas las labores administrativas que permitan proyectar una excelente imagen corporativa de manera eficiente, sin altos costos de operación, brindando todas las facilidades en tecnología, servicios y operación se localizara en la Ciudad de Bogotá D.C, localidad de Chapinero.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar y describir el proceso productivo de la compañía.
- Determinar los requerimientos de infraestructura logística necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- Definir el enfoque de la estructura organizacional y operativa de la empresa.
- Determinar las variables e indicadores que afectara el proyecto durante los 5 años de ejecución.

## JUSTIFICACIÓN

En el marco del Documento Conpes 3484 por el cual se establece “*La política Nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: Un esfuerzo público-privado*” se presentan estrategias de política para la transformación productiva y la mejora sostenible de la productividad y la competitividad de las micro empresas y la Pymes, se busca que estas empresas se constituyan en una fuente creciente de generación de ingresos y empleo de calidad, y que logren insertarse y posicionarse en los mercados nacionales e internacionales (Departamento Nacional de Planeación, 2018, pág. 1).

Como punto de partida para el desarrollo de este proyecto, hemos tomado a manera referencia los conocimientos y experiencia adquiridos en el proceso de aprendizaje, concluyendo que las empresas pymes son uno de los eslabones más importantes para el desarrollo de la economía nacional y aporta al desarrollo competitivo del país.

En la ciudad de Bogotá, se evidencia una alta concentración de empresas pymes con un porcentaje de 22.8%, de ellas el 59.2% se dedican a actividades en el sector de servicios, evidenciando un crecimiento sostenido en la última década, tanto en oferta como en conocimiento por parte del cliente.

En los últimos años hemos evidenciado que las empresas viven un proceso evolutivo que las lleva a tener mayor conciencia sobre las cambiantes necesidades del mercado. Dicha evolución permitió establecer nuevos panoramas de trabajo, modificando el “dónde” y el “cuándo” debe llevarse a cabo.

En este término (oficina virtual) nace gracias a un estilo de vida laboral influenciado por una onda creciente de economía independiente. Es el modelo idóneo para profesionistas que buscan iniciar o hacer crecer su negocio, ya que ofrece soluciones prácticas a corporativos que requieren espacios de trabajo para empleados y representantes, sin los indeseables costos onerosos.

Ser usuario de una oficina virtual es ser testigo de un mercado en evolución que nos permite aprovechar un nuevo concepto de efectividad y productividad.

Las tendencias que seguirán las Pymes en el corto plazo, entre las que destaco:

1. Tercerización: 25% de las Pymes utilizarán servicios externos (outsourcing) para reducir costos, optimizar recursos y encontrar soluciones.
2. Teleoperador: Se virtualiza y descentraliza la producción del trabajo, gracias a nuevas tecnologías.
3. Era digital: Tienen un concepto nuevo de cultura y el uso de la tecnología, y habrá un impacto masivo cuando esta generación entre al mercado laboral.

## ANTECEDENTES

El servicio de oficina virtual fue utilizado comercialmente por primera vez en la década de los 90, con la idea de alquilar un domicilio social remontándose al uso de Mail Box remontándose La oficina virtual es una parte establecida de la industria del espacio de trabajo flexible, y sigue evolucionando.

Las empresas que usan la oficina virtual, generalmente son aquellas que: buscan una opción de bajo riesgo de arrendar una oficina convencional; desean probar nuevos productos o ideas de servicios; reducir el tamaño de la oficina convencional; buscan establecer una presencia comercial en el lugar de establecimiento del proveedor; desean obtener una dirección comercial en un lugar de alto costo para mejorar su imagen empresarial; y buscan servicios comerciales de apoyo como el servicio de contestador, entre otras.

Las oficinas virtuales y su amplia gama de servicios continúan atrayendo a empresas de todos los tamaños. A medida que más y más empresarios se mueven hacia un camino más flexible y móvil de trabajo, podemos esperar ver aún un mayor crecimiento en el sector y una mayor gama de servicios que se basa en los valores tradicionales de la oficina virtual.

El sector de la oficina virtual está creciendo y un gran número de empresas ahora reconocen como una alternativa rentable para espacio de trabajo físico, se evidencia que el servicio virtual

En los últimos años, la oficina virtual se ha desarrollado y ahora es un paquete completo que ofrece una dirección, domicilio fiscal, apoyo de recepcionista y/o secretaria, manejo y reenvío de correo, alquiler de salas de juntas y renta de oficinas incluso por días u horas.

En Colombia hay 1,6 millones de Pymes, que equivalen al 37 por ciento del PIB, partiendo de lo anterior, consideramos que las pymes colombiana deben alinearse con las nuevas tendencias que impone la gerencia de este siglo, donde la competitividad se ha convertido en el centro del negocio brindándoles valor agregado y oportunidad social.

El sector de BPO&O (Business Process Outsourcing and Offshoring) ha cobrado relevancia en los últimos años en la economía global y nacional. Esta industria ha demostrado la capacidad de ofrecer soluciones innovadoras y eficientes a otros sectores y de brindar oportunidades laborales a diferentes grupos poblacionales.

Este sector es altamente heterogéneo en el valor agregado o complejidad en los servicios que ofrece, lo que implica que las empresas ofrecen tanto servicios tercerizados básicos como servicios de mayor valor agregado, que requieren capital humano más especializado. El objetivo es generar valor para las empresas en términos de reducción de costos, acceso a recursos humanos y tecnológicos de punta, aporte a la efectividad y eficiencia y mejoramiento del desempeño operacional.

En la actualidad en la ciudad de Bogotá se encuentran empresas que tienen una trayectoria de crecimiento y reconocimiento en el sector que brindan el servicio de oficina virtual, las cuales son:

- OFFICE IN

Ofrece servicios de oficina virtual por medio de auditorios de espacio permanente de trabajo, además permite soporte administrativo para la empresa, correspondencia, asistencia de llamada personalizada. Ubicación: Carrera 19a # 90 – 13.

- REGUS

Brinda un número telefónico único para la empresa, dirección comercial, servicio de mensajería y soporte secretarial. Ubicación: Carrera 7 No 71 – 21.

- SPACIO OFICINAS VIRTUALES Y CENTRO DE NEGOCIOS

Brinda servicio para dirección comercial empresarial cuenta con servicios de recepción de llamadas personalizada, mensajería y alquiler de sala de junta para reuniones por horas. Ubicación: Carrera 15 No 91 – 30.

- BUSSINES SUITES

Servicios a la medida de la necesidad del cliente con logística y administrativo acorde con su la idea de negocio. Ubicación: Carrera 7 No 73- 55.

## **ANALISIS DEL SECTOR**

Business Process Outsourcing and Offshoring (BPO&O), entendido como la tercerización nacional e internacional de servicios, consiste en la subcontratación de procesos externos a una empresa. Se caracteriza por el uso intensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, así como la suscripción de contratos de outsourcing de manera permanente.

Este sector es altamente heterogéneo en el valor agregado o complejidad en los servicios que ofrece, lo que implica que las empresas ofrecen tanto servicios tercerizados básicos como servicios de mayor valor agregado, que requieren capital humano más especializado. El objetivo es generar valor para las empresas en términos de reducción de costos, acceso a recursos humanos y tecnológicos de punta, aporte a la efectividad y eficiencia y mejoramiento del desempeño operacional.

BPO&O ofrece propuestas y soluciones que se extienden de manera transversal a diferentes tipos de mercados: sector Financiero, Telecomunicaciones, Salud, Aseguradoras, Transporte, Servicios empresariales, entre otros. Las empresas de BPO&O se convierten en un eslabón esencial de la cadena, que les permite a las organizaciones concentrarse en las actividades que tienen relación directa con la razón social del negocio.

Por la clase de actividades que abarca y su constante crecimiento en términos económicos y de mano de obra en el país, esta industria se ha convertido en un nicho con gran potencial de desarrollo a nivel nacional e internacional.

La Asociación Colombiana de Contact Centers y BPO (Acdecc) apuntan a que la ventas del sector ascendieron a 1,7 billones de pesos en el 2012, lo que demuestra un crecimiento de 11,21 por ciento frente al 2011, cuando sus ingresos alcanzaron los 1.5 billones de pesos.

El avance que ha tenido el sector evidencia la evolución que ha tenido la última década, actualmente este gremio vende 10 veces más que durante el 2002, cuando la cifra era 170.000 millones de pesos.

### **Comportamiento actual:**

Dentro del mercado actual se encuentran personas emprendedoras que van enfocados a recibir productos y o servicios sin hacer uso de los medios tradicionales, ofreciéndoles aprovechar al máximo los nuevos mercados y como resultado de esto nuestros clientes tendrán la posibilidad de adquirir nuevos y más sofisticados servicios.

El concepto fundamental consiste en ofrecer a los clientes espacios de trabajo de distintas dimensiones y equipados con todos los servicios mínimos y funcionales de toda oficina virtual, flexibilidad de planes los cuales se adaptarán a la demanda y a las necesidades de nuestros clientes.



- Para el año 2017, según la Asociación Colombiana de Contact Centers y BPO, los ingresos operacionales crecieron 18% en comparación con 2016.

- Los principales sectores atendidos son telecomunicaciones (45,7%), banca y servicios financieros (14,7%), Consumo Masivo (9,6%), Estado (8,1%), entre otros, según la Asociación Colombiana de Contact Center y BPO (ACDECC).

- Según cifras oficiales del Ministerio de Educación Nacional, en los últimos 11 años, en Colombia se formaron más de 2,2 millones de profesionales de educación superior. El 30,8% cuenta con formación en negocios, economía y/o contaduría y de ellos el 49% cuenta con título universitario, el 25% con formación de posgrado (especialización, maestría o doctorado) y el 26% con formación técnica.

- El Gobierno Nacional a través del Programa de Transformación Productiva, ha diseñado un plan de fortalecimiento de la industria con un énfasis en actividades de alto valor agregado por medio de la formación de capital humano, realización de macrorruedas de negocios y contratación de estudios de caracterización del sector para orientar la mejor estrategia.

Ha sido fundamental para el sector de la industria BPO&O identificar sus grupos de interés y analizar los aspectos críticos que les generan impactos. Estos procesos se han llevado a cabo bajo la premisa de generar valor compartido y gestionar de manera adecuada los asuntos sociales, ambientales y económicos de su sostenibilidad.

Grupos de interés internos: tienen una relación directa con el desempeño de la empresa.

Grupos de interés externos: tienen un impacto externo en la empresa.

Grafica 1. Grupos de Interés de Sector BPO&O



Fuente: Propia

## TENDENCIAS DEL SECTOR A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

### A CORTO

#### **Crecimiento económico sostenible**

- Generación de valor social y económico para el país.
- Generación de empleo incluyente y de calidad.

#### **Calidad en la contratación**

- Salud y seguridad de los empleados.

- Inclusión laboral y generación de empleo a jóvenes.
- Garantía de los Derechos Humanos.
- Apoyo al bienestar y desarrollo.

### **Formación y capacitación del talento humano**

- Capacitación permanente.
- Desarrollo de competencias en tecnologías blandas.
- Generación de conocimientos técnicos con mayor valor agregado.
- Capacitación en idiomas.

## **A MEDIANO**

### **Relaciones responsables con proveedores**

- Apoyo al desarrollo de proveedores nacionales ·
- Garantía de Derechos Humanos y criterios sociales y ambientales en la cadena ·
- Colaboración para la disminución de impactos ambientales ·
- Criterios ambientales para la compra de insumos y servicios

### **Generación de valor para clientes y usuarios**

- Protección de datos y confidencialidad
- Calidad del servicio.
- Cumplimiento de requerimientos técnicos.
- Desarrollo de soluciones con valor agregado.

- Exigencia de respeto a los Derechos Humanos y cumplimiento de estándares sociales y ambientales.

- Investigación y desarrollo en tecnologías y servicios.

## **A LARGO PLAZO**

### **Gestión de impactos ambientales**

- Mitigación del cambio climático y emisiones atmosféricas.
- Gestión responsable de residuos reciclables y ordinarios.
- Gestión de residuos eléctricos y electrónicos.
- Consumo responsable de recursos.

### **Lineamientos éticos de actuación**

- Compromisos éticos y anticorrupción.

## **PLAN DE MERKETING**

### **PRECIO**

#### **Política de fijación de precios**

De acuerdo a la investigación realizada a la unidad productiva, se determinó que las políticas de fijación de precios se establecen con base en aspectos internos y externos de la compañía, teniendo en cuenta que no se maneja un costo fijo en los servicios ofrecidos, sin embargo la decisión de fijación depende directamente del área comercial, los precios se establece de acuerdo a la demanda y la competencia directa en el mercado basándose en la respuesta de los consumidores.

#### **Factores Internos**

*Políticas de la organización:* Se determinaran las variables como posicionamiento, descuentos y mercado, etc., que podrán influir y regular el precio final, estableciendo los tope máximos y mínimos de tarifas para los clientes por los servicios prestados.

*Política financiera:* Se puede concluir que la política financiera es el principal factor para consecución de los procesos operativos.

*Presentación de productos y servicios:* Observamos que el portafolio de presentación de productos y servicios Espacio oficinas virtuales de influye en la determinación del precio final.

#### **Factores externos**

*Legislación vigente:* Bac2 Corporate Office y conforme a la normatividad vigente se definen parámetros para la regulación y prestación de los servicios y productos ofrecidos.

*La competencia:* En Bac 2 Corporate Office la competencia es factor determinante para la fijación de precios, obligando a reestructurar la organización sea más eficiente y competitiva en el entorno del mercado externo.

## **ESTRATEGIAS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS**

### **Estrategia de precios y marketing**

La fijación del precio viene determinada por la estrategia de Marketing (siempre sin olvidar que el objetivo es ganar dinero) El precio forma parte de esa estrategia y se entiende como un elemento más de la imagen del producto.

### **ESTRATEGIA DE FIJACIÓN DE PRECIOS PARA PENETRAR EN EL MERCADO**

La fijación de precios para penetrar en el mercado fija un precio bajo inicial con el fin de penetrar en el mercado de manera rápida y profunda, atraer a un gran número de clientes en muy poco tiempo y conseguir una participación del mercado importante. El elevado volumen de ventas hace que los precios bajen y esto permite a la compañía reducir sus precios aún más.

Es preciso que se presenten varias condiciones para que esta estrategia de precios bajos funcione.

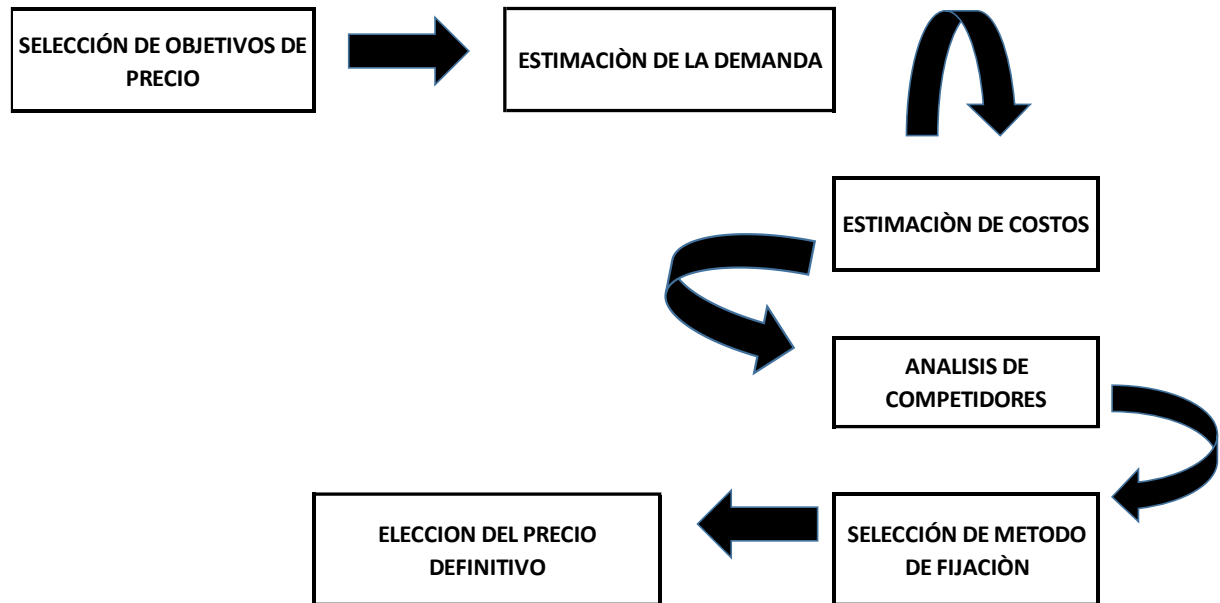
Condiciones:

- El mercado debe ser muy sensible al precio de modo que un precio bajo produzca mayor crecimiento en el mercado.
- Los costos de producción y distribución deben bajar a medida que aumenta el volumen de ventas.
- El precio bajo debe ayudar a excluir a los competidores el precio de penetración debe mantener su posición de precios bajos.

Para la unidad productiva se establecerán las siguientes estrategias de fijación de precios:

1. Visita incógnita a los competidores más fuertes
2. Proyectar una imagen perceptible y clara para que sea percibida a medio y largo plazo a través de cambios en los precios de los servicios ofrecidos
3. Mantenimiento de previos frente a la competencia
4. Estrategia de precios opcionales o complementarios
5. Fijar un precio bajo para el servicio con mayor nivel de consumo con el objetivo de atraer un gran número de compradores y conseguir una amplia participación en el mercado.
6. Fijación de precios para paquete de productos, con el fin de fijar el precio de varios productos que se vendan juntos.

Grafica 2. Esquema De Fijación De Precios



Fuente: Elaboración Propia

## SERVICIO

### Descripción del servicio

Nuestra Unida Productiva, ofrece a sus clientes servicios de:

- ✓ Secretaria – Recepcionista
- ✓ Atención y notificación de Llamadas
- ✓ Manejo de citas
- ✓ Alquiler de espacios físico
- ✓ Recepción y entrega de correspondencia



## Bac2Corporate Office

- ✓ Número de teléfono empresarial
- ✓ Saludo personalizado
- ✓ Mobiliario

Logo



Fuente: Elaboración Propia

Es por eso nuestro portafolio de productos y servicios está orientado a la entrega de servicios individuales facilitando a los clientes la adquisición de uno o varios productos o servicios de acuerdo a las necesidades propias de la Unidad Productiva, en este plan de mercadeo buscaremos diferenciarlos frente a nuestros posibles competidores de la siguiente manera:

1. Manejo de tecnología de punta para prestación de servicios facilitando el cumplimiento de la promesa de servicio ofrecida a nuestros clientes.
2. Reducción de costos operativos por la contratación con Spacio Oficinas Virtuales de servicios de calidad eficientes y efectivos en el área Administrativa
3. Oportunidad de tener de primera mano la información de llamadas, citas y compromisos con los clientes de nuestros clientes para identificar nuevas oportunidades de negocio o puntos de mejora que permitan incrementar la productividad de nuestra unidad.

## **ESTRATEGIA DE SERVICIO**

Debemos logra la mayor captación de clientes usando los medios más efectivos para este tipo de servicios, usaremos como se había mencionado anteriormente los servicios de MAILMARKETING, PAGINA WEB y CLIK EN GOOGLE, REDES SOCIALES Y VOZ A VOZ.

## **DISTRIBUCIÓN**

### **Canal de marketing Directo**

Uno de los elementos integrantes de la estrategia de Márketing de cualquier organización es la distribución, que trata de poner en contacto a Spacio Oficinas Virtuales con el usuario controlando la prestación del servicio al cliente en condiciones de tiempo y de lugar "irresistibles" para la compra.

Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, Spacio Oficinas Virtuales desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia.

Las actividades de venta directa que para la unidad productiva incluyen visualización de información, incremento de clientes en su base de datos, aplica contestar mensajes de clientes conexión con redes sociales a la vanguardia (Tiwttter, facebook).

Beneficios para la compañía:

1. Posicionamiento frente a la competencia
2. Fidelización

3. Diferenciación
4. Alta rentabilidad
5. Facilidad de alianzas
6. Exclusividad

Beneficios para los clientes de nuestra productiva:

1. Acceso a actualizaciones de la compañía
2. Facilidad al momento de búsqueda de productos y servicios
3. Interacción personal con la compañía
4. Ahorro de tiempo

Todo se realizará por medio de un catálogo virtual y un modelo de negocio.

## **DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

La Planificación Estratégica constituye un sistema gerencial que desplaza el énfasis en el "qué lograr" (objetivos) al "qué hacer" (estrategias). Con la Planificación Estratégica buscamos concentrarnos en aquellos objetivos factibles de lograr y en qué negocio o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

## **PUBLICIDAD**

Una de las decisiones que tomo la unidad productiva es la contratación de una compañía de publicidad especializada esta decisión tomada por la gerencia de la organización busca nuevos clientes con el propósito de establecer acercamientos con clientes potenciales, a través de

estrategias de web marketing estas decisiones van directamente enfocadas incrementar la eficacia de nuestra compañía.

Por medio de estas estrategias podemos medir en tiempo real la eficacia y calidad los servicios prestados por la unidad productiva el webmarketing nos permite tener una comunicación directa la el cliente potencial por medio de correos promocionales, click en banners formatos de publicidad variados para conocer qué ofertas se ofrecen y mejor aún, en visualizar esos contenidos cuando lo consideran beneficioso para su círculo de clientes potenciales.

### **ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO**

Como parte de la estrategia de direccionamiento que pretendemos llevar a cabo en la comercialización de los servicios ofrecidos, pretendemos establecer actividades de desarrollo de mercados en busca de explotar las ventajas competitivas de los servicios ofrecidos en la unidad productiva, buscando despertar en nuestros clientes potenciales la necesidad de contratar servicios innovadores, la estrategia de nichos debe ser flexibles de tal manera que pueda adaptarse a los cambios que ocurran en el escenario del mercado. En conclusión esta sería una estrategia que pretende el desarrollo de mercados con el direccionamiento en nichos especializados y de tamaño a fin.

## **ESTRATEGIA DE SERVICIOS**

Para ofrecer un mayor alcance de los servicios de la empresa se detallan y limitan estos servicios en búsqueda de rentabilidad y claridad para el cliente en el momento del ofrecimiento de los mismos.

La cultura del servicio al cliente y calidad en el servicio debe ser para la empresa un pilar fundamental en su operación, incluso desde el inicio de la misma, de manera que los clientes tengan una experiencia satisfactoria en los servicios ofrecidos y así se conviertan en los mayores promotores de la adquisición de nuevos clientes

Tabla 1. Portafolio de Servicios

	NOMBRE DEL SERVICIO	DESCRIPCION BREVE
<b>SERVICIO 1</b>	OFICINA VIRTUAL	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. NUMERO TELEFONICO EMPRESARIAL</li> <li>2. RECEPCIONISTA</li> <li>3. NOTIFICACION DE LLAMADAS</li> <li>4. CORRESPONDENCIA</li> <li>5. SALUDO PERSONALIZADO</li> </ol>
<b>SERVICIO 2</b>	SALA DE JUNTAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. SALA DE REUNIONES CON CAPACIDAD DE 4 A 8 PERSONAS</li> <li>2. SALA DE REUNIÓN CON CAPACIDAD PARA 10 A 15 PERSONAS</li> <li>3. MOBILIARIO</li> <li>4. SERVICIO DE ASEO Y CAFETERIA</li> <li>5. SALAS CON PANTALLA LCD Y VIDEO BEAM</li> <li>6. WIFI DE ALTA VELOCIDAD</li> </ol>
<b>SERVICIO 3</b>	OFICINA FULL TIME	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. NUMERO TELEFONICO EMPRESARIAL</li> <li>2. RECEPCIONISTA</li> <li>3. NOTIFICACION DE LLAMADAS</li> <li>4. CORRESPONDENCIA</li> <li>5. SALUDO PERSONALIZADO</li> <li>6. SALA DE REUNIONES CON CAPACIDAD DE 4 A 8 PERSONAS</li> <li>7. SALA DE REUNIÓN CON CAPACIDAD PARA 10 A 15 PERSONAS</li> <li>8. MOBILIARIO</li> <li>9. SERVICIO DE ASEO Y CAFETERIA</li> <li>10. SALAS CON PANTALLA LCD Y VIDEO BEAM</li> <li>11. WIFI DE ALTA VELOCIDAD</li> </ol>

Fuente: Elaboración Propia

Con esta diferenciación de servicios se pretende establecer las márgenes de cada uno y así en un futuro centralizar las estrategias para el desarrollo de las líneas específicas buscando mayor rentabilidad para la empresa balanceando el riesgo y crecimiento de cada producto.

## **PLAN DE MERCADEO**

### **PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING**

El presupuesto de marketing se determina mediante el siguiente proceso:

1. Definición de objetivos específicos.
2. Definición de las tareas que deben llevarse a cabo para alcanzarlos.
3. Calcular los costos que implica realizar estas tareas. La suma de estos tres costos es el presupuesto de marketing que se propone.

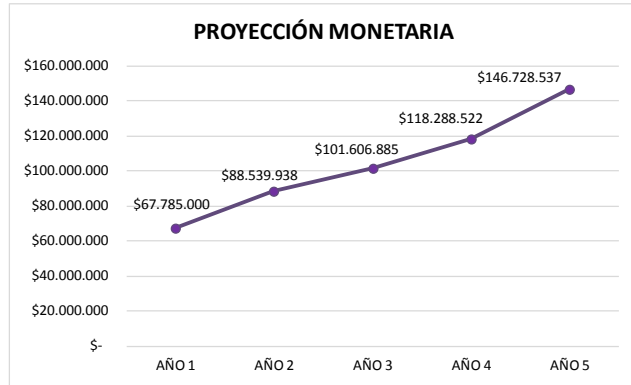
A continuación se presenta la distribución del presupuesto de marketing:

<b>PRESUPUESTO PLAN DE MERCADEO</b>		
<b>ITEM</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
<b>DISTRIBUCION</b>		
1	Estudio de Mercado	\$ 1.000.000
2	Estrategia de Ventas	\$ 800.000
3	Reuniones con Clientes Potenciales	\$ 600.000
<b>PRECIO</b>		
1	Estrategias de precios para servicios opcionales o complementarios	\$ 600.000
<b>PROMOCION</b>		
1	Lanzamiento de los servicios	\$ 500.000
2	Actividades de promoción en redes sociales	\$ 200.000
3	Entrega de publicidad	\$ 300.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$4.000.000</b>

## PROYECCIÓN DE VENTAS

PROYECCIÓN UNIDADES MONETARIAS	OFICINA VIRTUAL	PAQUETE SALA DE REUNIONES	PAQUETE GENIUS
AÑO 1	\$ 33.740.000	\$ 12.705.000	\$ 21.340.000
AÑO 2	\$ 40.622.050	\$ 17.268.038	\$ 30.649.850
AÑO 3	\$ 46.017.670	\$ 20.753.816	\$ 34.835.398
AÑO 4	\$ 49.885.983	\$ 23.070.275	\$ 45.332.265
AÑO 5	\$ 60.004.534	\$ 30.043.821	\$ 56.680.183

PROYECCIÓN UNIDADES MONETARIAS	TOTAL
AÑO 1	\$ 67.785.000
AÑO 2	\$ 88.539.938
AÑO 3	\$ 101.606.885
AÑO 4	\$ 118.288.522
AÑO 5	\$ 146.728.537





## **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### Misión

Bac-2 Corporate Office es una empresa cuya misión se centra en trabajar para sus clientes o consumidores brindándoles los mejores servicios y beneficios en la parte humana, técnica y empresarial, con características especiales para cada uno de ellos de acuerdo con el mundo moderno y tecnológico de los negocios; buscamos ser líderes en el negocio compitiendo con niveles de calidad y servicios, ayudando así al desarrollo empresarial y de negocios.

### Visión

Bac-2 Corporate se propone ser una empresa competitiva superando las expectativas del consumidor y cliente, manteniendo su compromiso de calidad, innovación y excepcional servicio, proyectando una organización ágil, eficiente y flexible, asegurando su desarrollo humano y tecnológico, con un crecimiento sostenido a lo largo de los años.

### PRINCIPIOS Y VALORES:

Puntualidad. Como principio empresarial, Bac-2 Corporate reconoce y valora la puntualidad como forma de realizar mejor el trabajo cotidiano.

Calidad. Nos enfocamos a que nuestro sistema de gestión de calidad corresponda a la demanda de nuestros clientes.

Justicia. Este concepto tiene una mayor orientación para sus trabajadores. Se hace referencia a otorgar a cada uno lo que le corresponde, no solo desde el punto de vista salarial sino que también en cuanto se refiere a las actividades que a cada uno le tocará desempeñar.

Comunicación. Se toma la comunicación como un valor fundamental, intentando que las relaciones y conexiones dentro de los miembros de la empresa y con los clientes sean fluidas y sinceras.

Responsabilidad. Tiene varias orientaciones. Por ejemplo si se hace referencia a los trabajadores, la empresa se compromete a la estabilidad y buenas condiciones laborales. En cuanto a los clientes, la empresa se compromete a entregar bienes y servicios de calidad. Algo que también resulta muy importante hoy en día es el compromiso con el medio ambiente. Para ello es necesario cumplir con las leyes determinadas e incluso exceder las mismas para continuar con su preservación.

Originalidad. Refiere a las innovaciones, cambios y creaciones tanto en los bienes y servicios, en las metodologías laborales y estratégicas.

Seguridad. Este juicio se orienta a generar un vínculo de confianza, el cual permite que los clientes crean en los servicios y productos para alcanzar la satisfacción de sus necesidades y deseos.

Libertad. En este caso se intenta que tanto los empleados y los clientes puedan expresarse con total seguridad en caso de tener creencias u opiniones distintas, siempre que sean presentadas con respeto y cordialidad.

Trabajo en equipo. Desde éste se intenta la integración de cada uno de miembros de la empresa al grupo laboral, para que se obtengan mejores resultados gracias en un ambiente positivo. Para ello es elemental la participación de los distintos miembros de la empresa en diversos ámbitos.

Honestidad. Orientado tanto para los miembros de la empresa entre sí, como con los clientes. Se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad de la empresa.

#### OBJETIVOS:

Lograr la máxima satisfacción de nuestros clientes y colaboradores.

Maximizar ingresos optimizando todas las transacciones de la compañía.

Lograr crecimiento, posicionamiento y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Mejorar la utilidad neta de la organización.

Desarrollar productos y servicios novedosos de acuerdo a las necesidades latentes del mercado, mediante la ampliación y diversificación constante de los servicios de la empresa.

#### POLÍTICAS:

La empresa cumplirá los requisitos acordados con los clientes

Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.

Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético

Nuestros productos cumplen con todos los estándares de calidad.

Los empleados deberán asistir a un curso de capacitación al momento de su contratación.

Las Facturas de contado serán pagadas en el momento de la entrega del producto. En caso de la Factura

Crédito, se entregará copia de la misma con la firma de recibido del cliente.

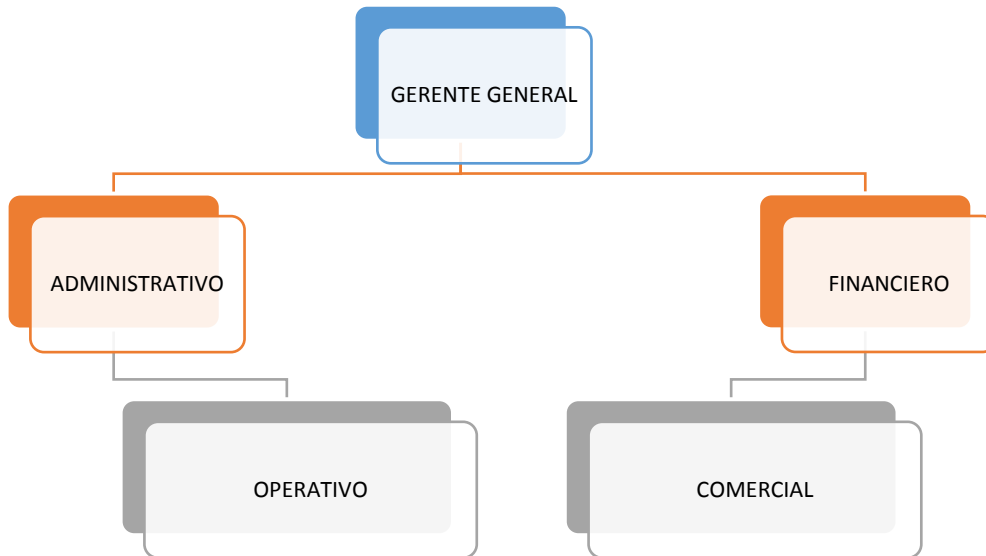
El plazo para el pago podrá considerarse vencido a partir del primer día después de la fecha de vencimiento especificada en la Factura.

El teleoperador deberá establecer una conversación amable, respetuosa y fluida con el fin de lograr la satisfacción y atracción del cliente.

La empresa se compromete a lograr la plena satisfacción del cliente, si no es así se le reembolsara su dinero sin cuestionamiento alguno.

El producto llegara a las manos del cliente de 7 a 12 días hábiles después de realizar el pedido, si no se descontaran los gastos de envío.

### ORGANIGRAMA



Cadena de mando:

Gerente General

Tramo de control:

Gerente General

Centralización:

Gerente General

Descentralización:

Bac2Corporate Office

Gerente General

Formalización:

Manual de convivencia, reglamento interno de trabajo.

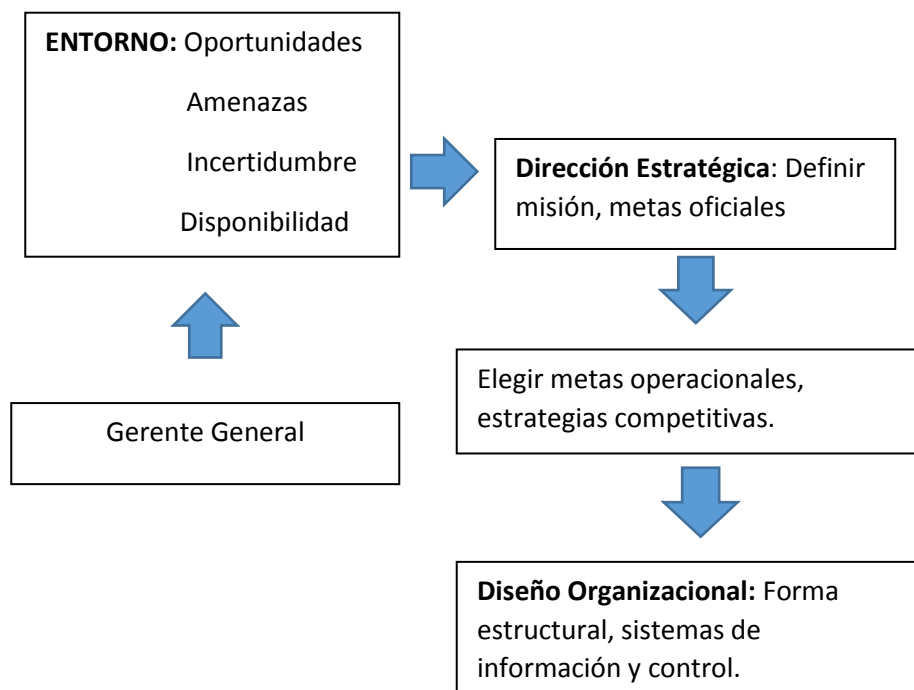
**DOFA**

<b>MATRIZ DOFA DE LA EMPRESA BAC2CORPORATION OFFICE</b>		
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>EMPRESA</b>	Alianza estratégica con una organización con más trayectoria y experiencia en el sector	Incrementos en el valor de los impuestos
	Beneficios con los que cuentan las Pymes parte del gobierno nacional	Alta incidencia en el costo de la tecnología
	Ampliación del mercado	Bajo nivel de recursos tecnológicos en las empresas del sector
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
Productos y servicios de alta tecnología	Acercamiento con empresas de alta trayectoria para establecer alianzas estratégicas que permitan fortalecer sus productos, servicios y tecnología.	Establecer mecanismos que permitan realizar acercamientos a programas que tenga el gobierno nacional con apoyo a las pymes para minimizar los pagos de impuestos
Variedad en productos y servicios	Establecer estrategias competitivas que permitan aprovechar los beneficios que brinda el Gobierno Nacional para mejorar los servicios ofrecidos	Como empresa de tercerización de servicios es importante buscar empresas proveedoras que ofrezcan excelentes servicios con precios accesibles y facilidades de pago para nuestra empresa
Servicios de calidad	De acuerdo a los mecanismos que ofrece el Gobierno para mejorar la competitividad de las empresas pymes del país, y establecer programas que permitan mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.	Buscar alternativas comerciales de expansión de la organización con apoyo del Gobierno Nacional a través de la implementación de programas y servicios de alta calidad
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
Desconocimiento del mercado por ser una empresa nueva	Buscar alianzas productivas que permitan la expansión de la organización implementando estrategias de plaza y promoción para dar a conocer la empresa	Aprovechamiento de la trayectoria a nivel local de la organización para acceder a programas que pueda ofrecer el distrito para las Pymes con el propósito de mejorar la competitividad de la misma.
Debil red de distribución	Como estrategia de expansión la empresa mejorará las instalaciones físicas que permitan fortalecer y ampliar el mercado actual	Establecer programas que permitan la expansión de la organización en el sector de servicios con tecnología de punta que satisfagan las necesidades de los clientes
Carencia de planes de capacitación para nuestros empleados enfocados en la mejora del servicio y atención al cliente	Establecer programas de capacitación de personal, que vayan directamente enfocados en servicio y atención al cliente	Establecer indicadores para la medición de la satisfacción de los clientes y su lealtad con la organización

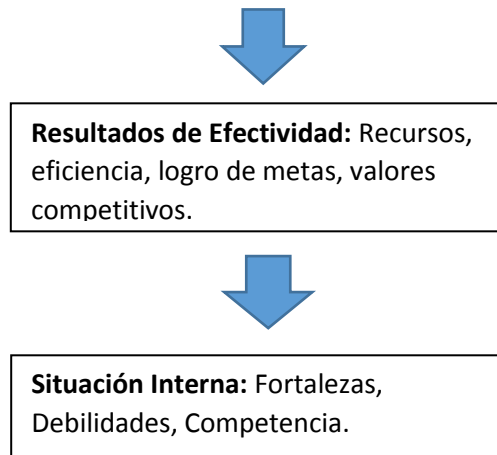
## ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

Una estrategia es un plan para interactuar con el entorno competitivo a fin de alcanzar las metas organizacionales. Algunos empresarios consideran que las metas estratégicas son sinónimos, pero nosotros entendemos que nuestras metas definen hacia dónde queremos ir, y que nuestras estrategias van a definir cómo lograrlo. Bac2corporation Office, quiere buscar integrar de manera adecuada la responsabilidad social en su estrategia organizacional, implementando así, nuevas posibilidades de obtener ventajas competitivas que le facilite un posicionamiento estratégico en el sector de servicios y de nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones permitiendo incorporarse estratégicamente a un nivel empresarial siendo este un factor clave para el éxito en el futuro.

Estamos seguros que la meta organizacional es el estado deseado de los propósitos que queremos buscar, y a su vez representa el resultado ó punto final hacia el cual se van a dirigir todos nuestros esfuerzos organizacionales.







La estructura Organizacional es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyan a servir a un objetivo en común.

Nuestra estructura organizacional, será el marco en el que se desenvolverá la empresa, de acuerdo con el cual las tareas serán divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de todos los objetivos. Desde un punto de vista más amplio, comprenderá tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la empresa), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la misma y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización.

La estructura organizacional representa la percepción que tienen los integrantes de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desarrollo de su trabajo. La medida en que la organización pone el énfasis en la burocracia, versus el énfasis puesto en un ambiente de trabajo libre, informal y estructurado.

También define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas de trabajo. Existen seis elementos claves a los que necesitaremos enfocarnos cuando diseñemos la estructura de la organización.

Estos son: especialización del trabajo, Departamentalización, cadena de mando, tramo de control, centralización - descentralización y formalización.

#### Área Administrativa:

1. Vinculación de clientes al servicio
2. Revisión de documentación para el ingreso de los clientes
3. Generación de las facturas de acuerdo al plan solicitado
4. Vinculación de personal administrativo
5. Proceso de afiliación a seguridad social

#### Área Comercial:

1. Contactar al cliente
2. Da conocer el producto
3. Solicitud de los documentos contractuales al cliente
4. Cierre de negociación
5. Seguimiento al cliente

Bac2Corporate Office

Auditoria Interna:

1. Supervisión de las funciones de las operadoras de la oficina
2. Supervisión y control del buen funcionamiento de los software utilizados
3. Supervisión y control de los ingresos y egresos de la empresa

Especialización de trabajo:

Asistente Administrativa y Contable:

1. Vinculación de clientes al servicio
2. Revisión de documentación para el ingreso de los clientes
3. Generación de las facturas de acuerdo al plan solicitado
4. Vinculación de personal administrativo
5. Proceso de afiliación a seguridad social

## **ESTRATEGIAS COMPETITIVAS**

Basándonos en uno de los estudios de Porter, se busca manejar un modelo para describir las tres estrategias competitivas: la del liderazgo en el bajo costo, la de la diferenciación y la del enfoque, en la cual la empresa se concentrará en un mercado específico ó en un grupo específico de compradores, y así se subdividirá en bajo costo enfocado y diferenciación enfocada.

Para poder utilizar éste modelo, debemos evaluar dos factores: ventaja competitiva y ámbito competitivo. Con respecto a la ventaja, determinaremos si debemos competir por el costo más

bajo ó por la capacidad de ofrecer servicios únicos ó distintivos que puedan soportar un precio de servicio de primera clase.

Luego también debemos determinar si nuestra empresa competirá en un ámbito amplio ó en uno estrecho.


**Estrategia de diferenciación:** Distinguiremos nuestros servicios de los demás en el mercado, utilizando factores como la publicidad, las características distintivas de nuestros productos virtuales, un servicio excepcional y una nueva tecnología que nos permitirá lograr que nuestros servicios se perciban como únicos.

Trataremos de enfocarnos con éstas estrategias que están dirigidas a clientes que en lo particular no estarán interesados en el precio, pudiendo llegar a ser muy rentables.

**Liderazgo en el bajo costo:** Incrementaremos la participación de mercado al enfatizar nuestros bajos costos en relación con los de la competencia. Una posición de bajo costo significa que una empresa puede afectar los precios de los competidores y seguir ofreciendo una calidad comparable y obtener una rentabilidad razonable.

Una estrategia que se basa en los costos reducidos puede ayudar a una compañía defenderse contra los competidores existentes, ya que los clientes no pueden encontrar precios más bajos en otra parte. Además, en caso que productos sustitutos o nuevos competidores potenciales entrarán en escena, el productor de bajo costo se encontrará en una mejor posición para impedir la pérdida de la participación en el mercado.

**Prospectiva:** Seremos innovadores, asumiremos riesgos, buscaremos nuevas oportunidades y crecimiento. Ésta estrategia será compatible con nuestro entorno dinámico y creciente, donde la creatividad será más importante que la eficiencia.

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		Formato: 001 Versión: 001 Fecha: Junio de 2014
<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>				
Nivel:	Operativo			
Denominación del Empleo:	Teleoperadoras			
No. de cargos:	2			
Dependencia:	Area Administrativa			
Cargo del jefe inmediato:	Gerente General			
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>				
Atender y emitir contactos comerciales con los clientes identificados, siguiendo métodos de trabajo con actuaciones protocolizadas, y recepcionar llamadas para la compra de productos o servicios previamente ofertados por cualquier medio, de acuerdo siempre con la normativa vigente en materia de protección de datos.				
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>				
1. Realizar operaciones de atención al público a través de medios telemáticos 2. Realizar llamadas directas 3. Gestionar la relación relativa a los clientes cumpliendo siempre las normas respecto al 4. Recepción, notificación y envío de correspondencia 5. Gestionar la atención telefónica 6. Atención virtual y telefónica de los clientes 7. Realizar el agendamiento de las salas de reuniones				
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>				
<b>ESTUDIO</b>		<b>EXPERIENCIA</b>		
Aprobación de tres (3) años de educación básica secundaria.		Treinta (30) meses de experiencia profesional relacionada.		
<b>V. ALTERNATIVA</b>				
<b>ESTUDIO</b>		<b>EXPERIENCIA</b>		

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Formato: 001 Versión: 001 Fecha: Junio de 2014
<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>		
Nivel:	Administrativo	
Denominación del Empleo:	Asistente Administrativa	
No. de cargos:	1	
Dependencia:	Area Administrativa	
Cargo del jefe inmediato:	Gerente General	
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>		
Ejecutar los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.		
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ejecutar los Procesos administrativos del area.</li> <li>2. Participar en el estudio y analisis de nuvos procedimientos y metodos de trabajo</li> <li>3. Realiza los descargos o pagos contra cada cuenta por pagar</li> <li>4. realiza solicituddes de dotacion de equipos para el area administrativa y operativa</li> <li>5. Archivo de documentacion</li> <li>6. elaboracion de documentos contables, facturacion y recibos de caja</li> <li>7. Ordenar y ejecutar pagos.</li> <li>8. Las demás que le sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con la naturaleza del cargo.</li> </ol>		
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>		
<b>ESTUDIO</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	
Aprobación de tres (3) años de educación básica secundaria.	Dieciséis (16) meses de experiencia profesional relacionada. Seis (6) meses de experiencia relacionada.	
<b>V. ALTERNATIVA</b>		
<b>ESTUDIO</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Formato: 001 Versión: 001 Fecha: Junio de 2014
<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>		
Nivel:	Gerencial	
Denominación del Empleo:	Gerente General	
No. de cargos:	1	
Dependencia:	Area Administrativa	
Cargo del jefe inmediato:	Junta de Directiva	
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>		
Asegurar el funcionamiento óptimo de todas las áreas de la empresa, encaminando todos los esfuerzos a generar mayor volumen de ventas, de acuerdo a la filosofía de la empresa.		
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Representación legal de compañía</li> <li>2. Dirección y administración de los negocios que se puedan establecer con respecto a servicios Celebrar contratos de servicios de oficina virtual, y demás, relacionados</li> <li>3. Preparar y ejecutar el presupuesto aprobado por la junta directiva y/o proponer</li> <li>4. Dirigir las relaciones laborales, con la facultad para delegar funciones a cada funcionario teniendo en cuenta la cantidad de personas que estan a su cargo</li> <li>5. Suscribir todo tipo de contratos de servicios de oficina virtual</li> <li>6. Ordenar y ejecutar pagos.</li> </ol>		
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>		
<b>ESTUDIO</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	
Título Profesional Administración de empresas, Administración Pública, Economista.	Treinta (30) meses de experiencia profesional relacionada	
<b>V. ALTERNATIVA</b>		
<b>ESTUDIO</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		Formato: 001 Versión: 001 Fecha: Junio de 2014
<b>I. IDENTIFICACION</b>		
Nivel:	Administrativo	
Denominación del Empleo:	Contador Publico	
No. de cargos:	1	
Dependencia:	Area Administrativa	
Cargo del jefe inmediato:	Gerente General	
<b>II. PROPOSITO PRINCIPAL</b>		
Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecidos.		
<b>III. DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios</li> <li>2. Preparar y presentar informes sobre la situación financiera que exija los entes de control y mensualmente entregar al gerente un balance de comprobación.</li> <li>3. Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional</li> <li>4. Preparar y certificar los estados financieros de fin del ejercicio con sus correspondientes notas de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.</li> </ol>		
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>		
<b>ESTUDIO</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	
Profesional en contaduría Publica	Dos (2) años de experiencia laboral relacionada con el cargo	
<b>V. ALTERNATIVA</b>		
<b>ESTUDIO</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	





	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Formato: 001 Versión: 001 Fecha: Junio de 2014
<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>		
Nivel:	Administrativo	
Denominación del Empleo:	Gerente Comercial	
No. de cargos:	1	
Dependencia:	Area Administrativa	
Cargo del Jefe Inmediato:	Gerente General	
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>		
Liderar el equipo comercial, guiar u organizar al departamento comercial para planear cada uno de los pasos a seguir con los clientes		
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adelantar capacitaciones a los vendedores</li> <li>2. Motivar y guiar la fuerza de ventas</li> <li>3. Velar porque todo el proceso de ventas se lleve a cabo de forma idónea</li> <li>4. Acompañamiento a las asesoras en su desempeño</li> <li>5. Evaluar el desempeño de las asesoras</li> </ol>		
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>		
<b>ESTUDIO</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	
Profesional en Mercadeo y Publicidad	Dos (2) años de experiencia laboral relacionada con el cargo	
<b>V. ALTERNATIVA</b>		
<b>ESTUDIO</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	

## ESTUDIO TÉCNICO

## FICHAS TECNICAS DE SERVICIO

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO		OFICINA VIRTUAL
		
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FÍSICAS, QUÍMICAS Y DE PRESENTACIÓN DEL SERVICIO</b>		
<b>SE BRINDA UN NÚMERO TELEFONICO POR EMPRESA, ATENCIÓN PERSONALIZADA EN RECEPCIÓN Y SALIDA DE LLAMADA, RECIBIMIENTO Y DESPACHO DE CORRESPONDENCIA.</b>		
<b>EQUIPO HUMANO REQUERIDO</b>		<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO</b>
TELEOPERADORES		Conocimientos basicos en paquete Oficce. Capacitacion en atencion y servicio al cliente.
<b>SITIO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>		<b>OFICINA BAC2 OFFICE CORPORATE</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO POR UTILIZAR PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>		<b>Cantidad /tiempo</b>
EQUIPO DE COMPUTO		1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS
TELEFONO		1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS
DIADEMAS		1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS
<b>TIEMPO TOTAL EQUIPO / EMPLEADO</b>		<b>480 MINUTOS</b>
<b>INSUMOS POR EMPLEAR</b>		
PAPELERIA		
SERVICIOS PUBLICOS		
EMPRESA DE CORRESPONDENCIA		

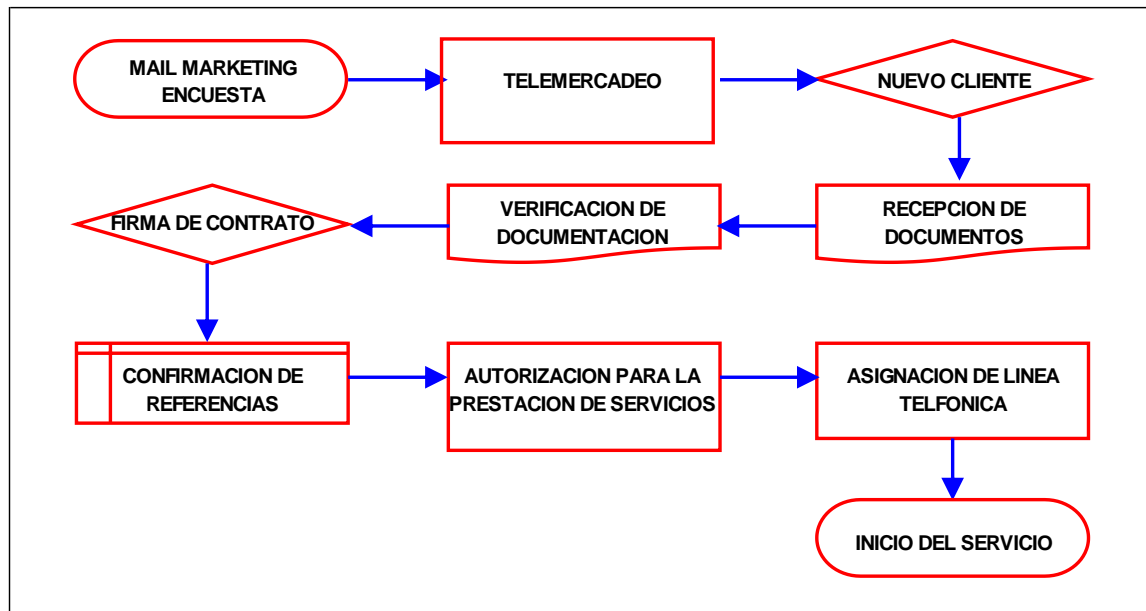
<b>FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO</b>		<b>OFICINA FULL TIME</b>
		
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FÍSICAS, QUÍMICAS Y DE PRESENTACIÓN DEL SERVICIO</b>		
<p>NUMERO TELEFONICO EMPRESARIAL, RECEPCION DE LLAMADAS ENTRANTES Y SALIENTES PERSONALIZADO , CORRESPONDENCIA, PRESTACION DE SALA DE REUNIONES DE CAPACIDAD DE 4 A 8 Y DE 10 A 15 PERSONAS, MOBILIARIO, SERVICIO DE ASEO Y CAFETERIA, SALA CON TELEVISORES LCD Y VIDEO BEAM Y WIFI DE LATA VELOCIDAD</p>		
<b>EQUIPO HUMANO REQUERIDO</b>		<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO</b>
TELEOPERADOR, PERSONAL DE ASEO Y CAFETERIA		Conocimientos basicos en paquete Oficce. Habilidades en atencion y servicio al cliente.
<b>SITIO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>		<b>OFICINA BAC2 OFFICE CORPORATE</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO POR UTILIZAR PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>		<b>Cantidad /tiempo</b>
EQUIPO DE COMPUTO		1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS
TELEFONO		1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS
DIADEMAS		1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS
VIDEO BEAM		1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS
TELEVISOR LCD		1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS
<b>TIEMPO TOTAL EQUIPO / EMPLEADO</b>		<b>480 MINUTOS</b>
<b>INSUMOS POR EMPLEAR</b>		
PAPELERIA		
SERVICIOS PUBLICOS		
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA		
EMPRESA DE CORRESPONDENCIA		

<b>FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO</b>		<b>SALA DE JUNTAS</b>
		
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FÍSICAS, QUÍMICAS Y DE PRESENTACIÓN DEL SERVICIO</b>		
<p>SALA DE REUNIONE PARA CAPACIDAD DE 4 A 8 O DE 10 A 15 PERSONAS, MOBILIARIO, SERVICIO DE ASEO Y CAFETERIA, CON EQUIPOS DE PANTALLA LCD Y VIDEO BEAM Y WIFI DE ALTA VELOCIDAD</p>		
<b>EQUIPO HUMANO REQUERIDO</b>	<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO</b>	
PERSONAL DE ASEO Y CAFETERIA	<p>Conocimientos basicos en paquete Office. Capacitacion en atencion y servicio al cliente.</p>	
<b>SITIO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>	<b>OFICINA BAC2 OFFICE CORPORATE</b>	
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO POR UTILIZAR PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>	<b>Cantidad /tiempo</b>	
EQUIPO DE COMPUTO	1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS	
TELEFONO	1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS	
DIADEMAS	1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS	
VIDEO BEAM	1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS	
TELEVISOR LCD	1 UNIDAD / 8 HORAS DIAS	
<b>TIEMPO TOTAL EQUIPO / EMPLEADO</b>	<b>480</b>	<b>MINUTOS</b>
<b>INSUMOS POR EMPLEAR</b>		
PAPELERIA		
SERVICIOS PUBLICOS		
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA		

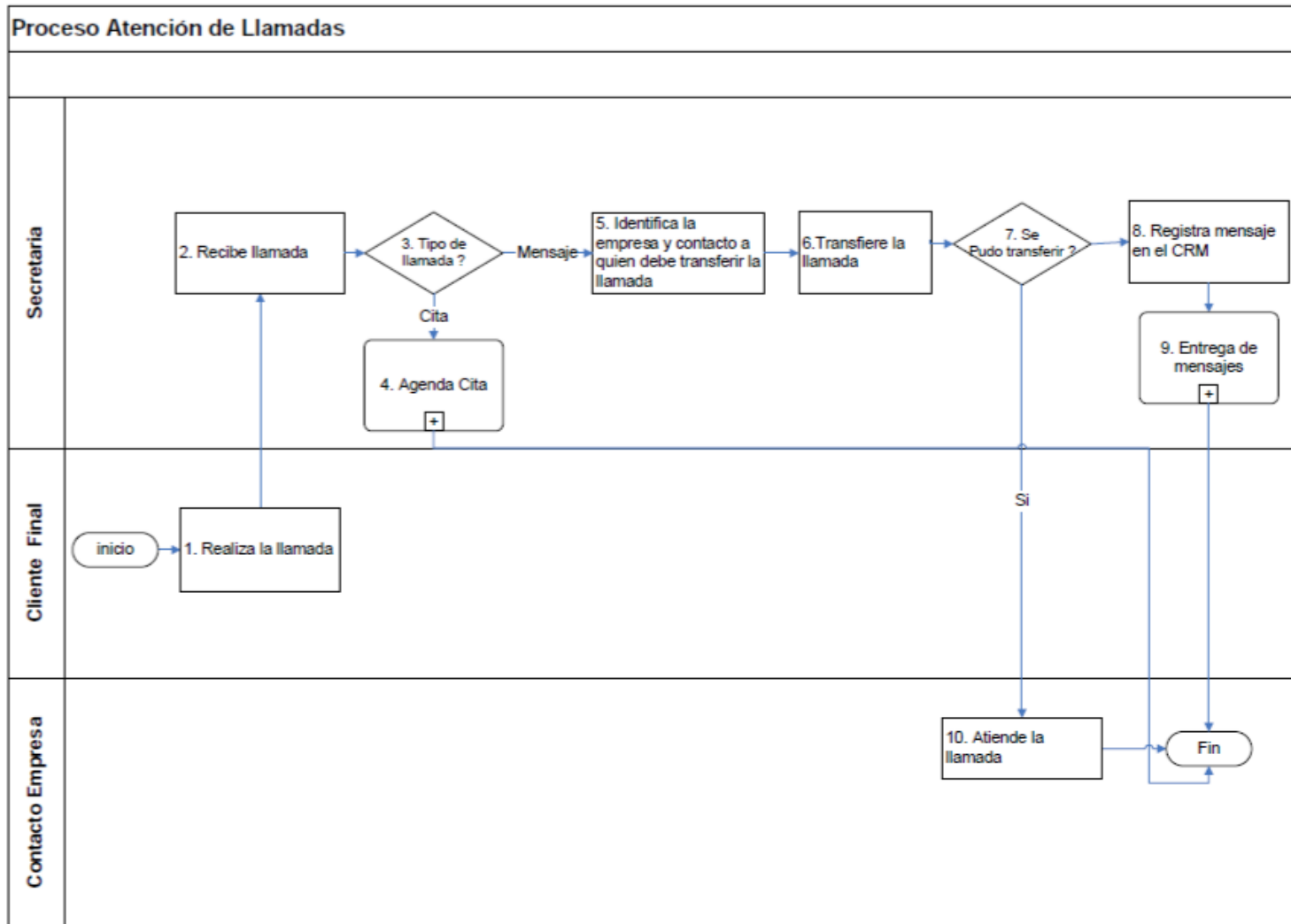
### DIAGRAMA DE PROCESO

Diagramación del Proceso de prestación del servicio

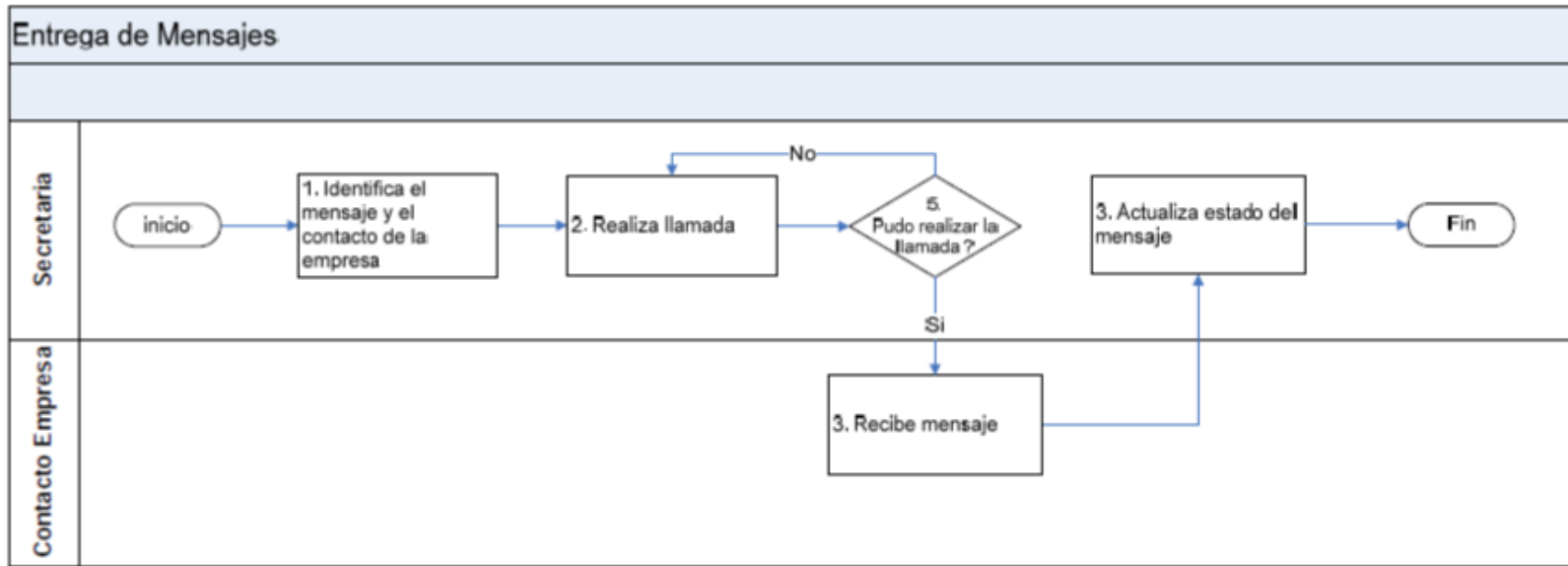
No.	PASOS PARA LA ELABORACIÓN DE SU PRODUCTO	ACCIÓN REALIZADA	TIEMPO EN MINUTOS
1	MAIL MARKETING ENCUESTA	INICIO - FIN	60
2	TELEMERCADEO	PROCESO	120
3	NUEVO CLIENTE	CONTROL O DECISIÓN	180
4	RECEPCION DE DOCUMENTOS	DOCUMENTO	480
5	VERIFICACION DE DOCUMENTACION	DOCUMENTO	1440
6	FIRMA DE CONTRATO	CONTROL O DECISIÓN	3360
7	CONFIRMACION DE REFERENCIAS	ALMACENAMIENTO	3840
8	AUTORIZACION PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS	PROCESO	60
9	ASIGNACION DE LINEA TELFONICA	PROCESO	480
10	INICIO DEL SERVICIO	INICIO - FIN	960
			10980



### ANALISIS DE PROCESOS, ACTIVIDAD, TIEMPO

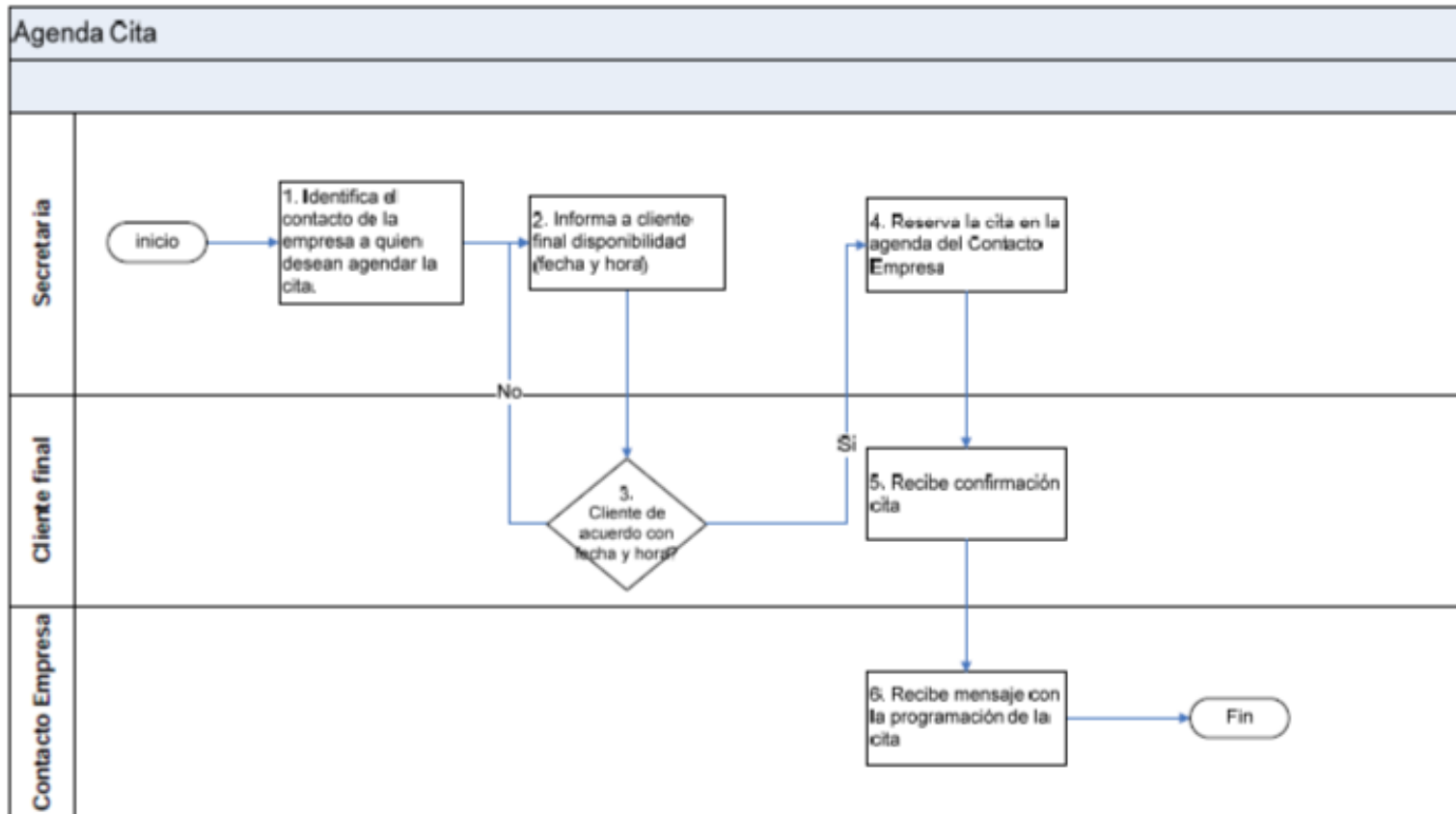


No.	PASOS PARA LA ELABORACIÓN DEL SERVICIO	ACTIVIDAD REALIZADA	TIEMPO EN MINUTOS
	INICIO DEL SERVICIO	INICIO	0
1	REALIZAR LA LLAMADA	PROCESO	2
2	RECIBIR LLAMADA	DECISION	0
3	TIPO DE LLAMADA	PROCESO	0
4	CITA AGENDA CITA	PROCESO	0
5	MENSAJE	DECISION	1
6	TRANSFIERE LA LLAMADA	PROCESO	0
7	REGISTRA LA LLAMADA	PROCESO	0
8	ENTREGA DE MENSAJE	PROCESO	0
9	ATENCION DE LLAMADA	PROCESO	2
	FIN DEL SERVICIO	FIN	0
		TOTAL	5



No.	PASOS PARA LA ELABORACIÓN DEL SERVICIO	ACTIVIDAD REALIZADA	TIEMPO EN MINUTOS
	INICIO	INICIO	0
1	IDENTIFICACION DEL MENSAJE	PROCESO	1
2	REALIZA LLAMADA	PROCESO	2
3	RECIBE MENSAJE	PROCESO	1
4	SE REALIZO LLAMADA	DECISION	2
5	ACTUALIZA ESTADO DE MENSAJE	PROCESO	0
	FIN	FIN	0
		TOTAL	6





No.	PASOS PARA LA ELABORACIÓN DEL SERVICIO	ACTIVIDAD REALIZADA	TIEMPO EN MINUTOS
	INICIO	INICIO	0
1	IDENTIFICACION DEL CONTACTO	PROCESO	1
2	VERIFICAR DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	PROCESO	2
3	ACUERDO DE FECHA Y HORA DE CITA	DECISION	3
4	ENVIAR RESERVACION	DECISION	2
5	CONFIRMACION DE RECIBIDO	PROCESO	1
6	RECIBIR PROGRAMACION DE AGENDA	PROCESO	4
7	FIN	FIN	0
		TOTAL	13

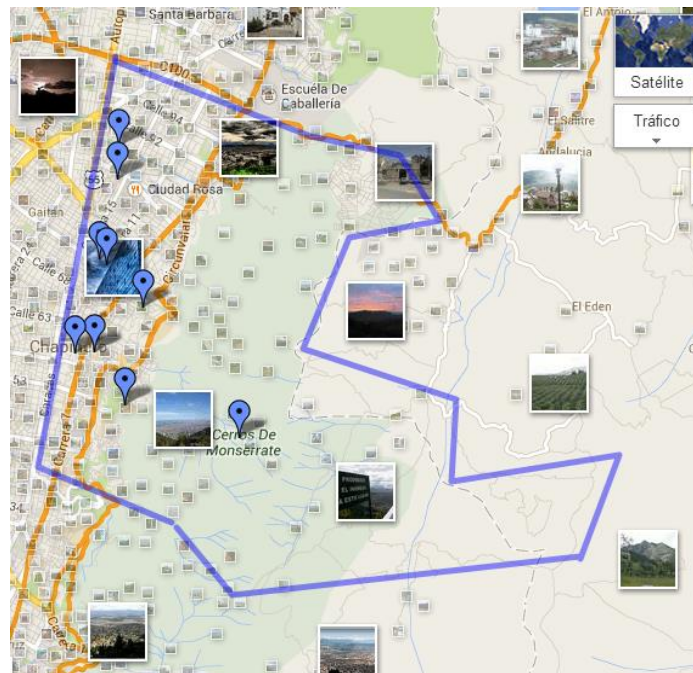
## ANALISIS DE NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE INSUMOS Y MATERIALES

### REQUERIMIENTO DE INSUMOS Y MATERIALES

En esta estructura se describen los costos que tienen el montaje y puesta en marcha de los servicios de BAC-2 CORPORATE OFFICE identificando los insumos y materiales.

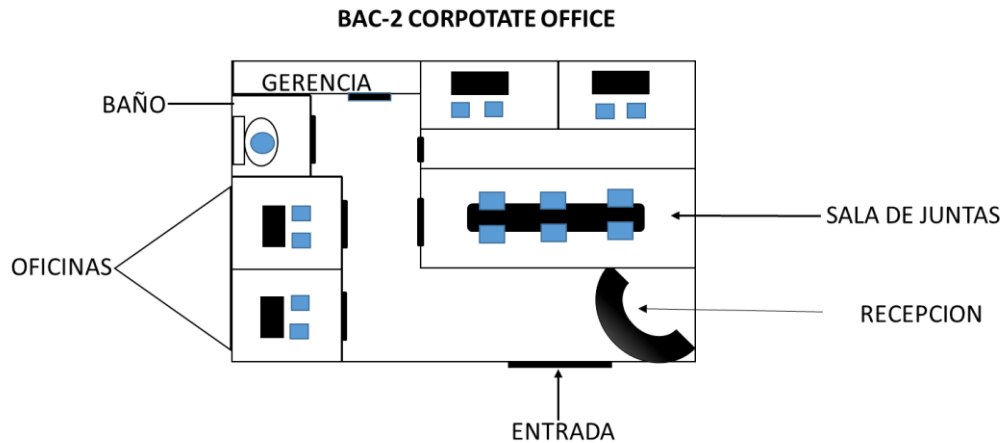
Se proyecta situar BAC-2 CORPORATE OFFICE en la localidad de chapinero ya que a nivel comercial es el sector más próspero de Bogotá, contando con establecimientos de amplia trayectoria y comercialización para la economía de dicha localidad. Confiamos en nuestras estrategias de servicio que nos permitirán ganarnos el prestigio en el sector.

Grafico 3. Ubicación



Fuente: <https://maps.google.es/maps/>

Es por ello que nuestro proyecto requiere unas instalaciones adecuadas para ofrecer un mejor servicio como lo son: oficina virtual, centro de negocios, plan Address, secretaria virtual, etc.



Entre las características que se desean para la empresa, se necesitaran sillas ergonómicas, cámaras de video esto con el fin de mantener en vigilancia nuestras instalaciones maquinarias y equipos.

Se plantea buscar un local amplio no superior a 200m<sup>2</sup>, ya que para empezar esta área es ideal, sin muros o columnas en el centro ya que para lo que se tiene estructurado afectaría las divisiones, estas divisiones se construirán con material drywall este es un sistema constructivo liviano recubierto rígido hecho con un núcleo no combustible en yeso o fibrocemento que es cubierto con papel tratado u otro material laminado; entre algunas de las aplicaciones están las paredes y techos de acabados interiores, es muy utilizado en el sector comercial y empresarial para hacer divisiones en las oficinas. Esto con el fin de no hacer grandes inversiones en

materiales de construcción o modificaciones estructurales ya que es un establecimiento tomado en arriendo.

Dicho material es un material económico y fácil de instalar y dado caso de llegar hacer alguna modificación o cambio, se puede reestructurar y llevarlo al nuevo sitio de ubicación.

El valor del drywall depende del de material del que este compuesto y la cantidad por metro cuadrado que sea instalado, lo mismo pasa con los acrílicos que aran el papel de vidrios, estos acrílicos son livianos fácil de instalar y sus medidas serán de 1.50 mt \* 2.00 metros.

Luego de hacer varias cotizaciones se opta por comprar dichas laminas en instalaciones Drywall en Bogotá y el resto de Colombia ya que tiene dos formas de servicios **todo costo** que incluye las láminas de 244\* 122 \*6 mm, por un costo de \$ 55.000 metro cuadrado, o **solo suministro** que incluye únicamente la lámina por valor de \$ 19.000 C/U. Y una garantía de 1 año.

Mientras que en HOMCENTER cada lámina tiene un costo de \$ 30.000, sin instalación esta última tiene un costo adicional seguido por varias políticas.

INSTALACION DRYWALL		
AREA M2	VALOR M2	TOTAL
50	\$ 50.000	\$ 2.500.000

Para los acrílicos se opta por comprarlos en CRISTALCRYL ya que tras varias cotizaciones estos precios fueron los más viables cada acrílico con medidas de 150\*250 \* 3 mm tiene un valor de 204.200 c/u, mientras que en SURTIACRYLICOS un acrílico de 150\*200 tiene un valor de \$ 208.800 c/u.

INSTALACION ACRILICOS		
CANTIDAD UNIDAD	VALOR UNIDAD	TOTAL
5	\$ 204.200	\$ 1.021.000

## ANÁLISIS DE NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Para la compra de muebles y equipos se necesitaran de varios proveedores especialistas en suministros de muebles y accesorios para oficina.

para este Proyecto se requerirán dos computadores, uno que necesitara la recepcionista o secretaria con el sistema operativo Affinity el cual es un programa que procesa la información que necesita BAC-2 CORPORATE OFFICE, como cuentas, pagos, facturas, cuentas contables (NIIF-IFRS), y varias aplicaciones más, las cuales se manejan on line.

El otro computador se ubicaría en la gerencia ya que es vital en esta área, ya que se manejaran desde este último, las cuentas por pagar, nomina, proveedores etc.

Características programa Affinity:





- Procesador: Intel Pentium Dual Core
- Sistema Operativo: Windows 8
- Memoria: 4 GB DDR3
- Disco Duro: 500 GB
- Pantalla: 21.5" LED
- Wifi -TV y Radio

Estos computadores se planea comprar en ALKOSTO ya que al realizar varias cotizaciones se llego a la decisión de tomar estos equipos por valor de \$ 1.250.000 C/U.

De la misma forma se necesita un video Beam, el cual se utilizara para proyectar informes en la sala de juntas, esto con el fin de dar a nuestros clietes las herramientas necesarias para sus presentaciones e informes. Este equipo tiene un valor de \$ 3.000.000 y se adquirira en RED COMPU.

Telefonos IP, con un valor de \$ 200.000, una impresora laser con valor de \$ 400.000, horno microondas por valor de \$ 180.000, un Teleisor de 32 pulgadas por valor de \$ 1.200.000 el cual se utilizara en la recepcion con publicidad de la empresa y un servidor cuya funcion es almacenar la informacion tanto de BAC-2, como de los clientes. Este tiene un valor de \$ 2.000.000 y se adquirira en DELL. Estos valores son del mes de septiembre de 2018.



### ANALISIS DE CAPACIDAD REQUERIDA

En la siguiente tabla se expresa el resumen de los activos requeridos y sus precios ala fecha,  
mes mayo de 2019.

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
SILLA PARA ESCRITORIO	\$ 1,235,000	\$ 1,235,000
SILLA SALA DE JUNTAS	\$ 926,400	\$ 926,400
MESA SALA DE JUNTAS	\$ 760,000	\$ 760,000
ESCRITORIOS	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000
ELEMENTOS DE CAFETERIA	\$ 450,000	\$ 450,000
PAPELERAS	\$ 21,905	\$ 21,905
PERCHERO	\$ 179,700	\$ 179,700
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>\$ 4,893,305</b>	<b>\$ 4,893,305</b>



**Equipos de Muebles y Enseres.** Son las inversiones necesarias para la dotacion del mobiliario de las oficinas y la recepcion.

### **PLAN DE PRODUCCION Y DE COMPRAS**

El plan de producción es la organización de todo el proceso productivo, o lo que es lo mismo, recoge todos los aspectos técnicos y organizativos que conciernen a la fabricación de productos o prestación de servicios.

Es por eso que se proyectan a través de estimación en ventas para el primer año, estimando las ventas por 456 unidades anuales, esta información se obtiene de acuerdo a los resultados del estudio de mercado que se ha realizado en el ciclo productivo.

PRODUCTOS	PRECIO
OFICINA VIRTUAL	\$ 170,000
PAQUETE SALA DE REUNIONES	\$ 280,000
OFICINA FULL TIME	\$ 310,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 760,000</b>

De acuerdo a la anterior información para el servicio de oficina virtual en el primer año se estiman una cantidad de 240 unidades con un valor de \$ 33.740.000, en el paquete de sala de reuniones se proyectan 120 unidades vendidas con un valor de \$ 11.495.000 y para el paquete Genius se proyectan 96 unidades con un valor de \$ 21.340.000.

DESCRIPCION	PRECIO
MATERIA PRIMA	
CABLE DE RED	\$ 2,000
CABLE DE TELEFONP	\$ 1,900
MANO DE OBRA	\$ 3,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6,900</b>

Para los costos de la materia prima y mano de obra se evidencia que se necesitan 20 metros de cable de red por un valor de \$100.000, 10 metros de cable para telefono por un valor de \$25.000, para la instalacion de dichos cables, la mano de obra tiene un valor de \$25.000, para un costo total de \$149.000.

## GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS MENSUAL		GASTO DE VENTA ANUALIZADA				
CONCEPTO	MES 1	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TELEFONIA E INTERNET		\$ 800,000	\$ 838,000	\$ 877,805	\$ 919,501	\$ 963,177
CAFETERIA Y ASEO	-	\$ 300,000	\$ 314,250	\$ 329,177	\$ 344,813	\$ 361,191
<b>INAUGURACIÓN</b>		\$ 910,000				\$ -
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	-	\$ 2,010,000	\$ 1,152,250	\$ 1,206,982	\$ 1,264,314	\$ 1,324,368
			\$ 96,021	\$ 100,582	\$ 105,359	\$ 110,364

INAUGURACIÓN	
INAUGURACION	
CONCEPTO	CANTIDAD
REFRIGERIO	20
PUBLICIDAD	1
VARIOS	1
DECORACION	1
<b>TOTAL GASTOS DE INAUGURACIÓN</b>	

Para los gastos de ventas se necesitara papeleria y para ello se aran compras por \$50.000 pesos dos veces al año, la telefonia con un valor de \$ 72.727 al mes, tambien se necesitaran implementos de cafeteria y aseo por un valor de \$22.727 mensual, esto tiene un valor total de \$2,060.000 al año.

El plan de mercadeo se adelantara por un valor de \$ 4.000.000

Para la inauguracion se plantea una inversion de \$910.000 los cuales se distribuiran de la siguiente forma, refrigerios 20 unidades por valor de \$20.000 c/u, publicidad por un valor de \$250.000 pesos, decoracion \$80.000 pesos y varios por un valor de \$180.000.

Los requerimientos de insumos y servicios para la elaboración de nuestros servicios, son los siguientes:

Tabla 2. Análisis de las Necesidades

<b>CONCEPTO</b>	<b>USO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>CANTIDAD</b>
TELEFONIA IP	GENERAL	MG	MENSUAL	4
CABLE DE RED	GENERAL	MTS	MENSUAL	10
TELEFONO	GENERAL	UNIDAD	DIARIA	5

Fuente: Elaboración Propia

### **SERVICIOS PUBLICOS**

Conforme a las tarifas vigentes a la fecha del estudio, el siguiente cuadro muestra el costo de los servicios públicos que se van a utilizar en el proyecto.

Tabla 3. Servicios Públicos

AGUA	1	\$	134,400
ENERGIA	1	\$	212,000
INTERNET	1	\$	432,000
TELEFONIA	1	\$	400,000

Fuente: Elaboración Propia

## **ANALISIS DE NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA**

Para el cubrimiento de las gestiones realizadas en la unidad productiva es necesaria la contratación de personal: bachiller básico o técnico, documentación en regla: certificado judicial y de policía, en el caso si es hombre libreta militar. Deber estar calificado para cada una de las actividades, se solicitara personal con conocimientos o habilidades:

- Paquete Office versión actualizada sea 2014 – 2015.
- Curso o capacitación en servicio al cliente con énfasis en teleoperaciones.
- Dicción, tono y ritmo de la voz para comunicarse con el cliente.
- Capacidad de escuchar y comprender.
- Lenguaje y riqueza de vocabulario, tenga la habilidad de comunicarse con quien sea desde un alto gerente hasta con la ama de casa.
- La interpretación de los scripts utilizados, sin embargo tener la astucia en improvisación facilitara la comunicación asertiva.
- Generación de confianza y habilidad para el cierre.
- Postura calma en situaciones difíciles, mantener la calma para bajar el nivel de agresividad o incomprensión del interlocutor y, así, poder mantener un diálogo productivo y amable.
- Ausencia de muletillas, esto brindara seguridad al interlocutor.
- Vocación de servicio. La buena disposición al trabajo, al contacto interpersonal, la actitud positiva, relajada y alegre, segura, la predisposición a la ayuda, la paciencia,

constancia, la disciplina y la estabilidad emocional, tener una personalidad preparada para asumir un rol adecuado en el relacionamiento con clientes.

El personal con el que contara la empresa tendrá su pago correspondiente mensual de acuerdo con el salario mínimo legal vigente más sus prestaciones de ley (salud, pensiones y cesantías, arl). De igual su horario correspondería a ocho horas diarias de lunes a viernes. Por el momento se comenzaría con los miembros de la empresa. A medida que transcurre el tiempo esto aumentara la demanda y se verificara que capacidad de pago a los empleadores.

### **ANALISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS DE TRABAJO**

- **Funcionalidad:** El sitio de trabajo para la organización se encuentre ubicado en la zona de chapinero, ya que sus alrededores son propicios y de fácil accesibilidad para los clientes, siendo una zona de bastante movimiento comercial, facilitando la apertura al comercio a los clientes.

- **Económico:** En aspecto de toma de arriendo de la casa u el local es esencial tener un básico, en este caso sería de uno a tres millones de pesos por el pago de arriendo y servicios a un millón de pesos a un millón quinientos.

- **Comodidad:** Es importante que el personal que se va a contratar no viva muy distantes para la hora de llegada a la unidad productiva, analizar estos puntos en el

momento de contratación, para que no se refleje en las gestiones o actividades laborales y se tenga inconvenientes.

- Ergonomía: Las teleoperadoras por el reflejo del computador estarán más propensas a la buena iluminación en su sitio de trabajo, en lo posible la ubicación cerca de ventanas amplias. Que existan corrientes de aire como ventanales o en el caso extremo aire acondicionado para la prestación de servicio de oficina para grupos grandes. Las oficinas contarán con sillas ergonómicas, escritorio y mesas de estatura adecuada para la labor de teleoperadoras.

- Accesos libres: pasillos libres de elementos que entorpecen las actividades, para los empleados adecuada zonas de descanso, oficinas óptimas y en buenas condiciones de servicio con los equipos requeridos.

- Flexibilidad: Adquirir locales en los cuales se extienda los servicios, estos se adquirirían a medida de los rendimientos económicos que la principal pueda suplir estas futuras demandas.

### **EL REQUERIMIENTO DE SERVICIOS (ENERGÍA, AGUA, GAS E INTERNET)**

El lugar debe contar con la prestación completa de servicios públicos, para el alquiler de nuestras oficinas y también para los miembros de la organización. La contratación de un operador de internet capaz de suplir la necesaria de internet y voz IP, en lo posible contar con una planta

eléctrica para eventos desafortunados en las bajones de energía, contar con tanque de agua para atacar eventuales cortes de agua programados y estos se encuentren debidamente en mantenimiento, el gas para la preparación de comidas.

Tabla 4. Requerimiento de Servicios

AGUA	1	\$	134,400
ENERGIA	1	\$	212,000
INTERNET	1	\$	432,000
TELEFONIA	1	\$	400,000

Fuente: Elaboración Propia

Es importante que el local que se tome en arriendo cuente con dos pisos en el cual en el primero se encuentre:

- La recepción para la bienvenida de los clientes.
- Una oficina para capacidad de 10 a 15 personas,
- Los baños correspondientes hombre y mujer,
- La cocina con capacidad de integrar una estufa allí podrán acercar los empleados para la toma de break y almuerzo y el espacio adecuado para el comedor.

En el segundo piso se encontrara:

- La oficina principal del gerente continuo de otro para sus socios y asistente.
- El call center para capacidad de 5 a 10 operadoras.
- Una habitación para archivo con división de almacenamiento de insumos

## **ANALISIS DE LA CAPACIDAD REQUERIDA**

### **ESPACIOS REQUERIDOS:**

En la unidas productiva se registrara por el sistema las gestiones realizadas por cada una de la teleoperadoras semanalmente, conociendo así las capacidades y también encontrar solución a los problemas presentados en las gestiones realizadas, mediante el sistema o software utilizado permitirá evaluar la labor de las teleoperadoras en las gestiones de:

- Recepción de llamadas
- Salida de llamada
- Recepción de correos
- Tiempo de respuesta de correos

La oficina física se controlara con las solicitudes realizadas mensualmente podremos obtener un numero en el cual se refleje la cantidad de frecuencia en la que fue utilizada y cuáles son los principales cliente que la utilizan.

Tabla 5. Portafolio de Servicios II



	NOMBRE DEL SERVICIO	DESCRIPCION BREVE
<b>SERVICIO 1</b>	OFICINA VIRTUAL	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. NUMERO TELEFONICO EMPRESARIAL</li> <li>2. RECEPCIONISTA</li> <li>3. NOTIFICACION DE LLAMADAS</li> <li>4. CORRESPONDENCIA</li> <li>5. SALUDO PERSONALIZADO</li> </ol>
<b>SERVICIO 2</b>	SALA DE JUNTAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. SALA DE REUNIONES CON CAPACIDAD DE 4 A 8 PERSONAS</li> <li>2. SALA DE REUNIÓN CON CAPACIDAD PARA 10 A 15 PERSONAS</li> <li>3. MOBILIARIO</li> <li>4. SERVICIO DE ASEO Y CAFETERIA</li> <li>5. SALAS CON PANTALLA LCD Y VIDEO BEAM</li> <li>6. WIFI DE ALTA VELOCIDAD</li> </ol>
<b>SERVICIO 3</b>	OFICINA FULL TIME	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. NUMERO TELEFONICO EMPRESARIAL</li> <li>2. RECEPCIONISTA</li> <li>3. NOTIFICACION DE LLAMADAS</li> <li>4. CORRESPONDENCIA</li> <li>5. SALUDO PERSONALIZADO</li> <li>6. SALA DE REUNIONES CON CAPACIDAD DE 4 A 8 PERSONAS</li> <li>7. SALA DE REUNIÓN CON CAPACIDAD PARA 10 A 15 PERSONAS</li> <li>8. MOBILIARIO</li> <li>9. SERVICIO DE ASEO Y CAFETERIA</li> <li>10. SALAS CON PANTALLA LCD Y VIDEO BEAM</li> <li>11. WIFI DE ALTA VELOCIDAD</li> </ol>

Elaboración Propia

Tabla 6. Análisis de Capacidad Requerida

	TALENTO HUMANO	MATERIAL DE TRABAJO	No HORAS REQUERIDAS DIARIAS
SERVICIO 1	RECEPCIONISTA	1. TELEFONO 1 COMPUTADOR 1 DEADEMA TELEFONICA 1 SILLA ERGONOMICA. 1 ESCRITORIO	8
SERVICIO 2	ASESOR COMERCIAL	1. MESA DE JUNTAS 1 A 15 SILLAS ERGONOMICAS REQUERIDAS 1 A 15 VASOS TINTEROS 1 LIBRA DE CAFÉ 1.5 LITROS DE AGUA 30 SOBRES DE AZUCAR 1 TELEVISOR 1 VIDEO BEAM 1 ROUTER (INTERNET)	4
SERVICIO 3	ASESOR COMERCIAL	MATERIAL OFICINA VIRTUAL. 1. MESA DE JUNTAS 1 A 15 SILLAS ERGONOMICAS REQUERIDAS 1 A 15 VASOS TINTEROS 1 LIBRA DE CAFÉ 1.5 LITROS DE AGUA 30 SOBRES DE AZUCAR 1 TELEVISOR 1 VIDEO BEAM 1 ROUTER (INTERNET)	8

Elaboración Propia

Es importante realizar mensualmente evaluaciones colectivas para corregir las falencias presentadas.

### PLAN DE COMPRAS

**INTERNET:**

Ya que por este medio se realizan y se controla todo el sistema de oficina virtual y oficina física, este se factura mensualmente con la llega de su recibo correspondiente y su pago. Es importante encontrar un proveedor que cumpla con las exigencias de la empresa.

Voz IP

### **EL VOIP:**

Es la transmisión de voz y el de la transmisión de datos. Entonces, el VoIP no es un servicio sino una tecnología. VoIP puede transformar una conexión estándar a internet en una plataforma para realizar llamadas gratuitas por internet. Usando algunos de los software gratuitos para llamadas VoIP que están disponibles en internet estamos salteándonos a las compañías tradicionales de telefonía, y por consiguiente, sus tarifas.

Los anteriores servicios se adquirirán por medio de la empresa ETB, es una compañía que respalda la gestión realizada y apoya las nuevas empresas que necesitan cubrir esta necesidad.

El departamento de compras también debe adquirir los elementos audiovisuales necesario para la prestación de servicio de oficina física dentro de este paquete se encuentra:

- Computadores o portátiles
- Video Beam
- Parlantes
- Micrófonos

La papelería para la oficina necesaria para los clientes y empleados:

## Bac2Corporate Office

- Esferos
- Sobres
- Resma
- Lápices

Los elementos de aseo y cafetería para los empleados, visitas y clientes:

- Papel higiénico
- Servilletas
- Café
- Aromática
- Azúcar
- Toallas desechables
- Limpiadores
- Escobas
- Traperos

Los inmuebles para la adecuación de oficinas:

- Escritorios
- Sillas
- Sofás
- Mesas
- Biblioteca

Tabla 7. Plan de Compras

<b>INFRAESTRUCTURA</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4,893,305	\$ 4,893,305
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 4,340,000	\$ 4,340,000
<b>GASTOS PREOPERATIVOS</b>	<b>\$ 9,233,305</b>	<b>\$ 9,233,305</b>

<b>ADECUACIONES</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
ADECUACION DE OFICINAS	\$ 300,000	\$ 300,000
PINTURA	\$ 100,000	\$ 100,000
REPARACIONES VARIAS	\$ 250,000	\$ 250,000
<b>ADECUACIONES</b>	<b>\$ 650,000</b>	<b>\$ 650,000</b>

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
SILLA PARA ESCRITORIO	\$ 1,235,000	\$ 1,235,000
SILLA SALA DE JUNTAS	\$ 926,400	\$ 926,400
MESA SALA DE JUNTAS	\$ 760,000	\$ 760,000
ESCRITORIOS	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000
ELEMENTOS DE CAFETERIA	\$ 450,000	\$ 450,000
PAPELERAS	\$ 21,905	\$ 21,905
PERCHERO	\$ 179,700	\$ 179,700
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>\$ 4,893,305</b>	<b>\$ 4,893,305</b>

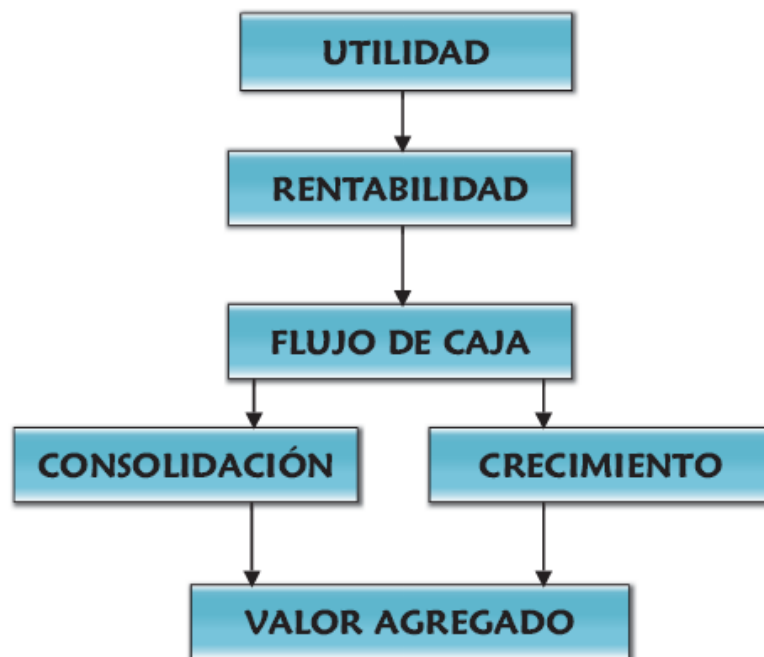
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
COMPUTADORES	\$ 1,250,000	\$ 1,250,000
VIDEO BEAM	\$ 1,600,000	\$ 1,600,000
TELEFONOS IP	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
IMPRESORA	\$ 400,000	\$ 400,000
HORNO MICROONDAS	\$ 90,000	\$ 90,000
TELEVISORES	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000
SERVIDOR	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>\$ 4,340,000</b>	<b>\$ 4,340,000</b>

Fuente: Elaboración Propia

## COSTOS DE PRODUCCION

Bajo previo acuerdo, tomamos la decisión de invertir dinero (aportes de capital) en éste negocio, con la idea de obtener utilidades y una excelente rentabilidad que garantice la permanencia y el crecimiento de nuestra empresa Bac2corporation Office.

Grafico 8. Costo de Produccion



Elaboración Propia

Nuestro negocio será próspero en la medida en que como administradores agreguemos valor, el cual se logra con permanencia de la empresa en la economía y en su crecimiento, generando un flujo de caja positivo, es decir, por nuestra capacidad para producir suficiente dinero, con el único objetivo de responder con los compromisos diarios, tales como: pago de salarios, pago a proveedores, pago de servicios públicos, entre otros.

Los costos de producción, serán entonces los gastos necesarios para poder mantener nuestro proyecto. Eso significa que el destino económico de nuestra empresa estará asociado con el ingreso y el costo de producción de los servicios vendidos.

Clasificaremos los costos de producción de la siguiente manera:

**1. Costos Variables (Directos)**

- Mano de Obra
- Supervisión
- Mantenimiento
- Servicios
- Suministros

**2. Costos Fijos**

- Depreciación
- Impuestos
- Seguros
- Asesoramiento Contable

PROYECCION DE COSTOS					
MATERIA PRIMA ANUAL					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MATERIA PRIMA</b>					
CABLE DE RED	\$ 242,000	\$ 249,599	\$ 260,207	\$ 271,266	\$ 282,794
CABLE DE TELEFONO	\$ 5,700	\$ 5,971	\$ 6,225	\$ 6,489	\$ 6,767.43
MANO DE OBRA	\$ 15,000	\$ 15,038	\$ 17,293	\$ 17,370.94	\$ 17,466
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 262,700</b>	<b>\$ 270,607</b>	<b>\$ 283,724</b>	<b>\$ 295,126</b>	<b>\$ 307,028</b>

## INFRAESTRUCTURA

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

El espacio e infraestructura física de la empresa, debe constituir en sí mismo un espacio integral para los clientes, y para que también se construyan y presten servicios dentro de unas normas y estándares mínimos de confort.

El crecimiento físico deberá estar orientado y condicionado por una infraestructura que responda a las directrices y políticas, de la compañía, por lo tanto la posterior implementación y el desarrollo de lo contemplado serán fundamentales para un armonioso servicio, haciendo



referencia a muebles y enseres, maquinaria y equipo, donde sus características concretas dependerán del uso y función que tengan dentro de la empresa.

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

- Los centros disponen de equipos audiovisuales, ofimáticos y de comunicación con los últimos adelantos en tecnología.
- El cliente podrá disponer de oficinas de diferentes tamaños y totalmente amobladas.
- Se podrá elegir los plazos de alquiler o contratación en función de sus necesidades.

En definitiva, nuestra compañía ofrecerá las ventajas buscadas por los profesionales de hoy en día; mayor productividad, autonomía , una reducción de los costos generales , seguridad y optimización del tiempo , dedicándose realmente a lo que deben hacer, su negocio.

Un elemento imprescindible en el servicio que queremos prestar, será el sistema de conexión por redes entre equipos, realizando la conexión por una red externa (internet), de ésta manera se puede optar por utilizar algún recurso de gestión del teletrabajo.

Cada empleado contará con un equipo de cómputo formado por:

Gerente: Dispondrá de 1 Pc de 10 Mb de disco duro, 128 Mb de memoria RAM, multimedia, tarjeta de comunicaciones e impresora.

## Bac2Corporate Office

Operadoras: Dispondrán de 2 Pc de 10 Mb de disco duro, 128 Mb de memoria RAM, multimedia, tarjeta de comunicaciones , impresora , escáner , grabadora de cd´s y sistema de almacenamiento ZIP Iomega.

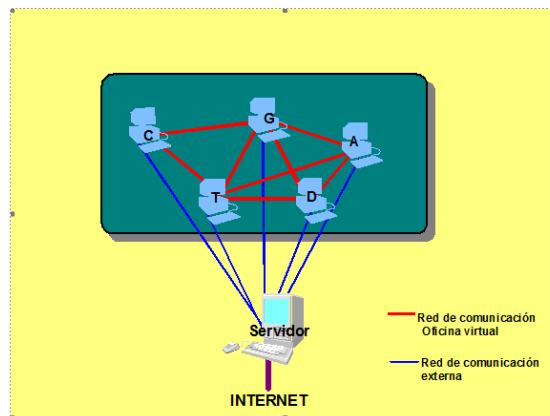
Asistente Admón. y Contable: Dispondrá con un PC de 10 Mb de disco duro, 64 Mb de memoria RAM, multimedia, tarjeta de comunicaciones, impresora y escáner.

Comercial: Utilizará una unidad de PC, de 10 Mb de disco duro, 64 Mb de memoria RAM, multimedia, tarjeta de comunicaciones e impresora láser de A4.

Todos los equipos se situarán entre los 500 y 800 MHz.

Se contratará una empresa externa para los servicios de hosting, dominio, alojamiento de página web, internet, etc.

Grafico 9. Infraestructura



Elaboración Propia

Back2corporation Office desea contar con una amplia extensión de metros cuadrados, que nos permitan ser pioneros en la implementación de servicios virtuales y físicos, los cuales puedan contar con tecnología de punta.

## Bac2Corporate Office

Cada sala de Juntas estará abastecida con un video beam, además de los televisores, y tableros a los que también tendrán acceso todos los clientes.

Nuestra empresa contará con la oportunidad de transformar la infraestructura convirtiéndola en un recurso más valioso, al cubrir un rango de necesidades de rápido cambio:

- Entrega de datos y servicios en tiempo real
- Agilidad / capacidad de respuesta del sistema
- Limitaciones de espacio
- Flexibilidad de las operaciones
- Requerimientos de mayor desempeño
- Sistemas mejorados de seguridad
- Sustentabilidad



## ASPECTOS LEGALES

**Constitución Legal de la empresa:** Para la creación de ésta empresa se requiere realizar un proceso de análisis que permita conocer las ventajas e inconvenientes de cada modelo , los requisitos y formalidades de cada figura , escogiendo finalmente la que más se acomodará a los factores iniciales de la iniciativa , como el dinero a invertir , responsabilidad frente a terceros , número de socios , fiscalidad , entre otras , de tal forma que permita ejecutar las actividades propias del negocio como es la de realizar contratos, captar recursos , financieros, si no dispone de ellos , y ejercer derechos sobre los bienes ó servicios que produce.

Se determinó la Sociedad por Acciones Simplificada, como la forma jurídica más adecuada para el negocio.

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

**Características de entidades por Sociedad por Acciones Simplificadas:** La ley 1258 del 2008, estableció en su artículo 46, que a partir de su entrada en vigencia, no se podrán constituir sociedades unipersonales con base en el artículo 22 de la ley 1014 y las ya constituidas , tiene un plazo máximo de 6 meses , para transformarse en Sociedad por Acciones Simplificada.

**Requisitos de Constitución:** El artículo 5 de dela ley 1258 de 2008, indica que el documento de constitución deberá contener por lo menos los siguientes requisitos:

1. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad ó municipio donde residen).

2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificadas “, ó S.A.S.

3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales se deben establecer en el mismo acto de constitución.

4. 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 tiempo indefinido.

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

6. 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.

7. 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.

8. La falta de uno o más requisitos en el documento de constitución, impide la inscripción de la constitución y ocasiona la devolución de todos los documentos por parte de la Cámara de Comercio.

El capital social está constituido por los aportes iniciales de los socios declarado en el acto de constitución, el cual se podrá posteriormente aumentar, mediante nuevos aportes y reforma estatutaria.

- Este capital se deberá dividir en cuotas sociales de igual valor nominal.
- El capital social se integra con los aportes de los asociados, que deberá estar totalmente pagado en el momento de constituirse la sociedad. No se admiten pagos a plazo.

Estos aportes pueden consistir en:

- Dinero efectivo
- Bienes en especie, que deberán ser expresamente valorados con la aceptación de todos los socios.
- Bienes muebles o inmuebles dados en usufructo, valorado éste y aceptado por todos los asociados.

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

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

El órgano máximo de administración es la junta de socios cuyas funciones básicas son las siguientes: Dirección general de la sociedad; constitución de reservas; consideración y aprobación de las cuentas, balances y estados financieros; determinación sobre la distribución de las utilidades y la forma de su pago; retiro y admisión de nuevos socios y otras que la ley y los estatutos determinen.

El Representante legal es la persona que en los estatutos se determine y quien sea designado por la Junta de Socios. A él es a quien compete la celebración de contratos y la representación general de la sociedad, además de las funciones que la ley o los estatutos le señale. Deberá nombrarse uno o varios suplentes que lo remplacen en sus faltas transitorias o permanentes.

En los estatutos se podrán establecer otros órganos de administración y de control, como por ejemplo una junta directiva y un revisor fiscal en cuyo caso se deberá, también, establecer el modo de elección de sus miembros, su número, causales de remoción y las competencias.

La sociedad se disuelve cuando ocurren las causales establecidas en la ley o en los estatutos. Entre ellas, vencimiento del término de duración; decisión de los socios, tomada con el quórum mínimo favorable; decisión de autoridad competente (Superintendencia de Sociedades o la

Bac2Corporate Office

Bancaria, según el caso, o por sentencias dictadas por los jueces); ocurrir pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del 50% del capital.

A su régimen contable aplican las reglas del Código de Comercio y las del Reglamento General de la Contabilidad, decreto reglamentario 2649 de 1993.

### **Razón Social**

La razón social de la empresa será Bac2Corporation Office, como razón social de la empresa. Este nombre fue escogido teniendo en cuenta el tipo de negocio y el nicho del mercado al que apunta, y la inicial de los nombres de sus 3 socios.

### **Objeto Social**

La empresa Bac2Corporation Office tendrá como objeto social aprovisionamiento de espacios, tecnología, recurso humano, para facilitar la labor de los empresarios.

## **OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**

Bac2 Corporate Office tendrá su domicilio en la ciudad de Bogotá, por lo cual debe cumplir con las obligaciones tributarias establecidas dentro de esa jurisdicción al igual que las de carácter nacional.

Los impuestos que la empresa deberá pagar para desarrollar sus actividades de forma legal, son las siguientes:



Tabla 8. Obligaciones Tributarias

OBLIGACIONES	DETALLES
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS	SE APAGA ANUALMENTE, EXISTE ACTUALMENTE LA POSIBILIDAD DE DIFERIRLO EN DOS CUOTAS UNA MARZO Y LA OTRA EN JUNIO, EN CASO DE REQUERIRSE FINANCIACION PARA EL PAGO DEL IMPUESTO
DECLARACION BIMENSUAL DEL IVA	CADA BIMESTRE SE DECLARA ANTE LA DIAN EL IVA DEGENERADO EN LAS VENTAS, LOS SERVICIOS SON BIENES GRAVADOS A LA TARIFA GENERAL DEL 16%; DE IGUAL FORMA SE DESCONTARA DE LA DECLARACION EL IMPUESTO A FAVOR POR CONCEPTO DE IVA PAGADO.
DECLARACION MENSUAL DE RETENCION EN LA FUENTE	ANTE LA DIAN TODOS LOS MESES, SE DEBEN DECLARAR LOS DINEROS QUE SE HA RECAUDADO POR CONCEPTO DE RETENCION EN LA FUENTE. DEPENDIENDO DEL DIGITO DE VERIFICACION QUE SE NOS ASIGNE EN EL NIT, SE DETERMINARAN LAS FECHA EN LAS QUE SE DEBEN PRESENTAR LAS DECLARACIONES. CADA AÑO SE EXPEDIRA LOS CERTIFICADOS DE RETENCION EN LA FUENTE, A FAVOR DE LOS BENEFICIARIOS DE LAS RETENCIONES.
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	SE DECLARA Y PAGA ANUALMENTE JUNTO CON EL IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO, PUES TENDREMOS AVISOS PUBLICITARIOS EN NUESTRA FACHADA PRINCIPAL, SU TARIFA EN LA ACTUALIDAD ES DEL 15% DEL IMPUESTO MENSUAL DE INDUSTRI Y COMERCIO

Fuente: Elaboración Propia

## ESTUDIO FINANCIERO

### INDICADORES FINANCIEROS

FLUJO DE CAJA LIBRE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$	-13,963,912	\$ -27,677,482	\$ 1,549,118	\$ 14,242,679	\$ 25,602,111

TIR	21%
TIO	10%
VPN	\$ 16,333,215

RENTABILIDAD	Margen Neto	100%	100%	94%	88%	81%
	Margen Operacional	-59%	102%	42%	44%	43%
	Rentabilidad sobre el patrimonio	119%	-1%	72%	58%	58%
LIQUIDEZ	Razon Corriente	-	-	12.6	10.8	7.6
ENDEUDAMIENTO Y RIESGO	Endeudamiento total	0%	0%	5%	8%	12%
	Solvencia	100%	100%	95%	92%	88%

## CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el estudio, se concluye que existe un mercado potencial suficiente como para capturar un porcentaje que permita la rentabilidad del negocio soportado con unas condiciones financieras particulares.

Se logró mediante este proyecto identificar la necesidad latente de este tipo de negocios y el interés que suscita dentro del grupo objetivo la posibilidad de hacer extensiva esta tipo de oficina.

Se identificó que a pasar que en Bogotá existen oficinas de este tipo de servicio, el conocimiento de la demanda potencial es deficiente y en algún porcentaje equivoco la oficina virtual actualmente es relacionada con páginas que permiten realizar transacciones comerciales o bancarias. Se establece la necesidad de ejercer mayor fuerza en cuanto a publicidad y promoción de este tipo de servicio resaltando ante todo sus beneficios.

Se determinaron los activos que son necesarios para el montaje y funcionamiento de la empresa; también la estructura logística de cómo se manejara lo concerniente a la presentación del servicio

De acuerdo al análisis financiero se recomienda para la implementación de este negocio aumentar el aporte de socios que constituyen la sociedad para los gastos de puesta en marcha

Bac2Corporate Office

donde se establecería el centro de negocios y oficina virtual. Esto permitirá disminuir los costos fijos en un alto porcentaje.

## Referencias

- Business Suites. (Septiembre de 2018). <http://www.businesssuites.com.co/portafolio.html> . Obtenido de <http://www.businesssuites.com.co/portafolio.html> : <http://www.businesssuites.com.co/portafolio.html>
- Aprendizaje, S. N. (07 de 05 de 2015). *Ofice Enlace*. Obtenido de Office Enlace: <http://ofienlace.com.co/#/contacto/4554808794>
- Cantor, Ximena. (02 de 2011). <http://ximenacantor.blogspot.com/2011/02/pot-chapinero.html>. Obtenido de <http://ximenacantor.blogspot.com/2011/02/pot-chapinero.html>: <http://ximenacantor.blogspot.com/2011/02/pot-chapinero.html>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística . (2017). <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2017> . Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2017> : <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2017>
- Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Documento Conpes 3484, Política Nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado*. Bogotá D.C .
- <http://www.ofienlace.com.co/> . (14 de Septiembre de 2018). Obtenido de <http://www.ofienlace.com.co/> : <http://www.ofienlace.com.co/>
- <https://www.mapainteractivo.net/fotos/mapa-de-bogota.html> . (09 de 2014). Obtenido de <https://www.mapainteractivo.net/fotos/mapa-de-bogota.html> : <https://www.mapainteractivo.net/fotos/mapa-de-bogota.html>
- Office, V. (Septiembre de 2018). <http://www.e-vocs.com/#inicio> . Obtenido de <http://www.e-vocs.com/#inicio> : <http://www.e-vocs.com/#inicio>
- Regus . (Septiembre de 2018). <http://www.regus.com.mx/products/meeting-facilities/index.aspx> . Obtenido de <http://www.regus.com.mx/products/meeting-facilities/index.aspx> : <http://www.regus.com.mx/products/meeting-facilities/index.aspx>
- Spacio Oficinas Virtuales. (Septiembre de 2018). *Spacio Oficinas Virtuales*. Obtenido de Spacio Oficinas Virtuales: <http://www.wps-g.com/nuestras-instalaciones.html>
- Turismo, M. d. (09 de 2018). [www.mipymes.gov.co](http://www.mipymes.gov.co). Obtenido de [www.mipymes.gov.co](http://www.mipymes.gov.co): <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2734>

<b>RESUMEN EJECUTIVO DE LA EMPRESA BAC2 CORPORATE OFFICE</b>	
<b>FUNDAMENTOS</b>	Este sector es altamente heterogéneo en el valor agregado o complejidad en los servicios que ofrece, lo que implica que las empresas ofrecen tanto servicios tercerizados básicos como servicios de mayor valor agregado, que requieren capital humano más especializado. El objetivo es generar valor para las empresas en términos de reducción de costos, acceso a recursos humanos y tecnológicos de punta, aporte a la efectividad y eficiencia y mejoramiento del desempeño operacional.
<b>MERCADOS</b>	Dentro del mercado actual se encuentran personas emprendedoras que van enfocados a recibir productos y o servicios sin hacer uso de los medios tradicionales, ofreciéndoles aprovechar al máximo los nuevos mercados y como resultado de esto nuestros clientes tendrán la posibilidad de adquirir nuevos y más sofisticados servicios.
<b>TECNICO OPERACIONAL</b>	En esta estructura se describen los costos que tienen el montaje y puesta en marcha de los servicios de BAC-2 CORPORATE OFFICE identificando los insumos y materiales. Se proyecta situar la compañía, en la localidad de chapinero ya que a nivel comercial es el sector más próspero de Bogotá, contando con establecimientos de amplia trayectoria y comercialización para la economía de dicha localidad. Confiamos en nuestras estrategias de servicio que nos permitirán ganarnos el prestigio en el sector.
<b>ORGANIZACIÓN ADMIMISTRATIVA</b>	Estamos seguros que la meta organizacional es el estado deseado de los propósitos que queremos buscar, y a su vez representa el resultado ó punto final hacia el cual se van a dirigir todos nuestros esfuerzos organizacionales. Nuestra responsabilidad principal será determinar las metas, estrategia y diseño de la empresa y así adaptar a la organización a un entorno de constante cambio.
<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>	De acuerdo al análisis financiero se recomienda para la implementación de este negocio aumentar el aporte de socios que constituyen la sociedad para los gastos de puesta en marcha donde se establecería el centro de negocios y oficina virtual. Esto permitirá disminuir los costos fijos en un alto porcentaje.
<b>ANALISIS DE METAS</b>	El objetivo es genera valor para las empresa en términos de reducción de costos, acceso a recursos humanos y tecnología de punta, apotre a la efectividad y eficiencia y mejoramiento del desempeño operacional. Ofrecer propuestas y soluciones que se extiendan de manera transversal en diferentes tipos de mercado.