

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE MENSAOFFICE LTDA:  
EMPRESA QUE PRESTA SERVICIOS DE MENSAJERÍA A LAS EMPRESAS  
INDUSTRIALES, COMERCIALES Y DE SERVICIOS UBICADAS DENTRO DEL  
VALLE DEL ABURRÁ SUR**

CARLOS MARIO MONTOYA AGUDELO  
AIDA MARÍA RENDÓN MANRIQUE  
MARIA SENETH SALINAS OLARTE

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CONTADURÍA PÚBLICA  
ENVIGADO  
2005**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE MENSAOFFICE LTDA:  
EMPRESA QUE PRESTA SERVICIOS DE MENSAJERÍA A LAS EMPRESAS  
INDUSTRIALES, COMERCIALES Y DE SERVICIOS UBICADAS DENTRO DEL  
VALLE DEL ABURRÁ SUR**

CARLOS MARIO MONTOYA AGUDELO  
AIDA MARÍA RENDÓN MANRIQUE  
MARIA SENETH SALINAS OLARTE

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de  
Contador Público

Asesor Técnico  
DR. DURLANDY CHAVERRA MUÑOZ  
Economista  
Universidad de Antioquia

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CONTADURÍA PÚBLICA  
ENVIGADO  
2005**

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Ciudad: \_\_\_\_\_ día \_\_\_\_ mes \_\_\_\_ año \_\_\_\_\_

A través de los años me he convencido que existen personas que en algún momento tocan nuestras vidas y las transforman de manera muy provechosa; algunos dirían que es posible pensar en la existencia de ángeles guardianes enviados por Dios para hacernos la vida más sencilla y llevadera.

Mi vida ha sido bendecida con una familia que, a pesar de los inconvenientes propios del crecer, siempre me ha rodeado con su afecto y apoyo. Y entre ellos, la luz de una persona en especial me ha irradiado con fuerza y calidez: Alba Cecilia Agudelo Carvajal, mi madre.

Por la confianza, la generosidad, la bondad y el apoyo constante, dedico este Triunfo a mi Familia. Mi Sobrina y amigos que siempre confiaron en mí.

Carlos Mario Montoya A

A Dios, que me ha colmado de sabiduría para alcanzar las metas en mi vida.

A mi hija Isabela, otro premio que Dios me ha dado, más que una nueva vida, es la fuerza que me incita a seguir la lucha, es mi fortaleza y el mejor regalo de lo que he querido hacer de mi vida.

A mi madre Rubiela, por el apoyo en todos los instantes de mi vida, quien ha sabido alentarme en mis dificultades y ha gozado a mi lado de mis triunfos.

Gracias a mi tío, el Pbro. Carlos Alberto Rendón, por su ayuda a lo largo de mi carrera, padre espiritual y afectivo, su consejo y su aporte, han sido pilar de lo que hoy alcanzo.

Aída María Rendón Manrique

A mis Hijas Ana María y María Alejandra, por sembrar en mí, la semilla de la sensibilidad y la comprensión; por su cariño, por su amor y por enseñarme a que debemos tener la fortaleza de continuar hacia delante, no importa las circunstancias que la vida nos presenta.

A mi Madre, Georgina, por su apoyo, cariño, respeto y colaboración, durante todo este proceso. Por compartir las alegrías, las penas y por siempre tener palabras de aliento: porque junto a ella, la alegría compartida aumenta su proporción y la tristeza disminuye significativamente.

A todos mis amigos y hermanos; por siempre darme su apoyo y cariño; además de "darme siempre una manito" cuando la he necesitado.

María Seneth Salinas

## **AGRADECIMIENTOS**

La educación superior en Colombia es un privilegio del cual pocos disfrutamos. Y esto se debe, entre otras cosas, a los altos costos de las matrículas y al tiempo y el esfuerzo que requiere. Afortunadamente y por lo general, el estudiante no se encuentra solo en este proyecto: siempre se puede contar con un amigo, con un padre, una madre, con la familia y todos aquellos que creen en lo que se está haciendo. Todos, de una u otra manera, aportan su grano de arena para que el estudiante alcance las metas propuestas y logre pulir un futuro que avisara promisorio; porque la sola calidad de estudiante es una forma de decirle al mundo entero que hay esperanzas, sueños e ilusiones, y que el deseo es hacer parte activa de ese futuro. Es así como el grupo investigador agradece a quienes de una u otra forma intervinieron con su paciencia, colaboración y experiencia para llevar a feliz término este reto académico. Y específicamente a:

Dr. Durlandy Chaverra Muñoz, docente y asesor en creación de empresas de la Institución Universitaria de Envigado, porque con sus asesorías y conocimientos, permitió llevar a feliz culminación esta investigación.

Al Dr. Humberto Villegas, Administrador de la Cámara de Comercio Aburrá Sur, y sus funcionarios; por facilitar el acceso a sus bases de datos en cuanto a la información empresarial que se requería para determinar la muestra estadística de las empresas del sector industrial, comercial y de servicios del Valle de Aburrá Sur.

A las Empresas del Valle de la Aburrá Sur encuestadas, por permitir abrir sus puertas a este estudio y suministrar la información requerida en las encuestas.

A la Asesora Temática Cristina Botero Arango, Administradora de empresas y Asesora de Tesis, por su dedicación y empeño para poder sacar adelante este proyecto.

## RESPONSABLES

Los derechos de autor y demás contenidos en el presente trabajo de grado se rigen de conformidad con las leyes, decretos y reglamentaciones vigentes en la legislación Colombiana.

**La Institución Universitaria De Envigado**, en el Artículo 18, del Acuerdo 018 del 11 de Junio de 2004, establece de manera textual lo siguiente:

“Artículo 18: DERECHO DEL AUTOR, los derechos de autor y demás contenidos en el presente reglamento se regirán de conformidad con las leyes, decretos y reglamentaciones vigentes en la legislación Colombiana.

PARAGRAFO I. El derecho de autor de los trabajos de grado es del estudiante y de la entidad patrocinadora en caso que exista. El autor puede dejar constancia escrita de este hecho al entregar el trabajo.

PARAGRAFO II. Los Derechos morales se refieren a que el nombre del autor debe aparecer vinculado a su trabajo de grado y, sobre este derecho, no cabe cesión de ninguna especie. Los derechos patrimoniales o económicos, permiten al autor, mediante el ejercicio de un derecho exclusivo, realizar, autorizar o prohibir la reproducción, comunicación pública, distribución, transformación, o cualquier otra forma de explotación económica de la obra. Estos derechos son limitados en el tiempo y pueden ser restringidos en cuanto permiten, con fines de enseñanza, cultura e información, realizar ciertas utilizaciones sin que medie la expresa, autorización del autor o titular del derecho, ni se tenga que efectuar el pago de remuneración alguna por ellos.

Sujeto a la anterior reglamentación, los derechos de autor sobre el presente trabajo de grado, pertenecen a: Carlos Mario Montoya Agudelo, identificado con Cédula de Ciudadanía No 70.415.506; Aída María Rendón Manrique, identificada con Cédula de Ciudadanía No 42.897.531 y María Seneth Salinas Olarte, identificada con Cédula de Ciudadanía No 42.883.309, integrantes de la investigación.

En consecuencia, estos son, a la luz de la legislación vigente en materia de derecho de autor, los titulares de todas las prerrogativas y facultades que la misma conceda.

## GLOSARIO

**Actividad (económica):** utilizado en este contexto se refiere a un proceso productivo, es decir, a la combinación de acciones que conducen a la obtención de un conjunto dado de bienes y/o servicios.

**Administrador:** Es la persona que debe influenciar en los subordinados, para el logro de objetivos tanto personales como organizacionales o institucionales, este motivara efectivamente a los trabajadores y de él dependerá el rendimiento efectivo, él es el guía presta apoyo y da recompensas que van a contribuir a conseguir los objetivos y metas propuestas. Individuo que se encarga del mantenimiento de un sistema informático y tiene el control total sobre el mismo. También se encarga de la seguridad. Es la entidad designada para efectuar el seguimiento del préstamo y los cobros en nombre del titular del préstamo. Encargado de un sistema informático, tanto de su instalación como de su puesta a punto y mantenimiento, debiendo velar porque todo funcione de acuerdo con lo esperado. Además, el administrador tiene que hacer frente a cuantas incidencias se produzcan en el sistema, y establecer mecanismos de seguridad.

**Altero-producción:** es la producción que una organización hace para el beneficio ajeno, es decir, se produce para los demás.

**Auto-producción:** es el tipo de producción que una organización utiliza para producir a beneficio propio, o para sí mismo.

**Canales de distribución:** son un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.

**Capital fijo:** son aquellos recursos que se necesitan para la operación pero que no varían con la producción de las unidades o servicios.

**Costos:** son los recursos que están involucrados en la producción, administración y venta de bienes o servicios.

**Demanda:** volumen físico de productos o servicios que solicitan o están dispuestos a adquirir los consumidores.

**Emprenderismo:** Es el que está enfocado a la adquisición de los conocimientos, actitudes, habilidades, valores y atributos para obtener un compromiso generador, es decir, la creación de un nuevo proyecto de inversión, a partir de una idea o la detección de una oportunidad, la cual puede generar rendimientos o impacto social.

**Empresarismo:** es el tipo de emprenderismo que va enfocado directamente a la creación de una empresa u otras unidades de negocio.

**Estafetas:** oficinas de correos

**Factibilidad:** se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos: Operativo, Técnico y Económico. El éxito de un proyecto esta determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores. Es así como un estudio de factibilidad, sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

**Marketing:** rama de la economía que estudia las necesidades potenciales de los clientes y trata de satisfacerlas.

**Nomádico:** forma de vida, asociada al nomadismo, que involucraba el traslado constante de un lugar a otro para su subsistencia, en este modo de vida, el desplazamiento se hacía con sus familias, dejando atrás sus cultivos y cosechas que no les permitía conservar una economía constante.

**Oferta:** conjunto de productos o servicios que se encuentran disponibles en el mercado.

**Plan de negocios:** es un informe que se utiliza para analizar, evaluar y presentar un proyecto empresarial. Con él se analizan las alternativas para llevar adelante un negocio, evaluando la viabilidad del mercado (clientes), viabilidad técnica (servicios, procesos y requerimientos), viabilidad económica (recursos necesarios) y viabilidad financiera (resultados esperados).

**Prefactibilidad:** es la identificación de necesidades humanas dentro de un área geográfica, para establecer los objetivos, bajo ciertos parámetros que constituyen este estudio y que son: la cobertura poblacional, los recursos del programa, entre los que se encuentran los recursos humanos, financieros, la oferta de bienes y servicios, la localización y los ingresos esperados del proyecto

**Prefilatelia:** Estudio de las marcas, estampillas o señales similares que se utilizaron para franquear correspondencia antes de la invención de los sellos de correos.

**Productos sustitutos:** aquellos productos que cubren una misma necesidad pero que son rivales en cuanto a variaciones de precio y demanda.

**Sector:** es un conjunto de empresas o negocios que se engloban en un área diferenciada dentro de la actividad económica y productiva.

**sector comercial:** se entiende por actividad comercial, la destinada al expendio, compra- venta, o distribución de bienes o mercancías, tanto al por mayor como al por menor, y por las demás definidas como tales en el Código de Comercio, siempre y cuando no estén consideradas por la ley, como actividad industrial o de servicios.

**Sector industrial:** es la actividad industrial la producción, extracción, fabricación, confección, preparación, transformación, reparación, manufactura y ensamble de cualquier clase de materiales o bienes, y en general cualquier proceso de transformación por elemental que sea.

**Sector servicios:** es aquella destinada a satisfacer las necesidades de la comunidad, como las empresas destinadas a prestar servicios de mensajería y transporte de encomiendas.

**Viabilidad:** capacidad de generar recursos para atender obligaciones, inversiones y distribución de utilidades.

## **RESUMEN**

Este trabajo, nace de la idea de estudiar la viabilidad de crear una empresa de Mensajería, llamada MENSASERVICE LTDA, ubicada dentro del Valle de Aburrá Sur, para prestar sus servicios a las empresas Industriales, a las empresas comerciales y a las empresas de servicios, inscritas en la Cámara de Comercio del Aburrá Sur.

Inicialmente se recopiló información acerca de la historia, evolución y desarrollo de la mensajería en el Viejo Mundo, hasta la incursión en los mercados de Colombia.

Luego, se desarrolla el plan de negocio, a través de seis módulos: el resumen ejecutivo, el estudio de mercado y comercialización, el estudio técnico y operativo, el estudio organizacional y legal, el estudio financiero y el impacto del proyecto. Teniendo como base los resultados de las encuestas.

Las empresas que contraten los servicios de MENSASERVICE LTDA, tendrán un mejor aprovechamiento del tiempo, una disminución de los gastos de salario y una eficiente entrega de la información.

Con este proyecto, se espera en un futuro ser una aplicación empresarial, donde se pueda consolidar la experiencia académica, en la actividad profesional.

## SUMMARY

This type of work came out then the desire to study the viability to create massager company called: "MENSAOFFICCE LTDA" located in the South part of the Aburra Valley; to offer its services to the following enterprise as: industrial, commercial and general services. These enterprises must be registered in The Commerce Camera South Aburra Valley.

Initially, the information was collected regarding this project from the evaluation and development of the massager services from the old continent, and also reaching the Colombian market.

Afterwards, a business plan was development by means of six modules as executive resume, marketing and commerce search, operative and technical search, legal and management search, finance search ands impact. Taking in to account the survey results.

The companies interested in having the MENSAOFFICE's services will have a much better time management, expensive and salaries production and an efficient delivery information.

The expectation of this project are: in the near future could be apply in corporal lured; where the academic experience can be consolidated in the professional activity.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	20
PRIMERA PARTE: ASPECTOS GENERALES	23
1. ASPECTOS GENERALES	23
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	24
1.2 DELIMITACIÓN	24
1.2.1 Delimitación Espacial	24
1.2.2 Delimitación Temporal	25
1.3 JUSTIFICACIÓN	25
1.4 OBJETIVOS	26
1.4.1 Objetivo General	26
1.4.2 Objetivos Específicos	26
1.5 MARCO REFERENCIAL	27
1.5.1 Histórico	27
1.5.2 Contextual	37
1.5.3 Institucional	38
1.5.4 Legal	38
1.6 REFERENTE CONCEPTUAL	55
1.6.1 La empresa	55
1.6.2 Las Sociedades	57
1.6.3 Plan de empresa	58
1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	58
1.7.1 Tipo de Estudio	58
1.7.2 Universo, población y muestra	59
1.7.3 Unidad de análisis	60
1.7.4 Identificación y Definición de variables	60
1.7.5 Recolección de la información	62
1.7.6 Procesamiento y análisis de datos	63
1.7.7 Instrumentos de recolección	63
1.7.8 Consideraciones Éticas	63
1.8 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	64
1.9 PRESUPUESTO	64
SEGUNDA PARTE: LA MENSAJERÍA COMO HERRAMIENTA DE APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES	66
2. LA MENSAJERÍA COMO HERRAMIENTA DE APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES	67
2.1 HISTORIA DE LA MENSAJERÍA EN COLOMBIA	67

2.1.1 Mensajería	67
2.1.2 La Administración Postal Nacional, ADPOSTAL	74
2.2 IMPORTANCIA DE LA MENSAJERÍA A TRAVÉS DEL TIEMPO	75
2.3 FALENCIAS E INQUIETUDES PARA LA CONTRATACIÓN DE MENSAJERÍA	80
2.4 BENEFICIOS PARA EL QUE CONTRATA LOS SERVICIOS DE MENSAJERÍA	81
TERCERA PARTE: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA EMPRESA MENSASOFFICE LTDA	84
3. PLAN DE NEGOCIO	85
3.1 MÓDULO 1: RESUMEN EJECUTIVO	85
3.1.1 Concepto del negocio	85
3.1.2 Presentación del equipo emprendedor	87
3.1.3 Potencial del mercado en cifras	88
3.1.4 Ventajas competitivas y propuesta de valor	89
3.1.5 Análisis DOFA	90
3.1.6 Inversiones requeridas	91
3.1.7 Proyecciones de ventas y rentabilidad	92
3.2 MÓDULO 2: MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	92
3.2.1 Tabulación de encuestas	92
3.2.2 Análisis del sector	102
3.2.3 Análisis del mercado	104
3.2.4 Análisis del consumidor/cliente	105
3.2.5 Análisis de la competencia	107
3.2.6 Estrategia del mercado	107
3.3 MÓDULO 3: ANÁLISIS TÉCNICO- OPERATIVO	110
3.3.1 Ficha técnica del producto o servicio	110
3.3.2 Descripción del proceso	111
3.3.3 Necesidades y requerimientos	112
3.4 MÓDULO 4: ORGANIZACIÓN Y LEGAL	113
3.4.1 Concepto del negocio- función empresarial	113
3.4.2 Objetivos de la empresa	113
3.4.3 Análisis MECA	113
3.4.4 Grupo emprendedor	114
3.4.5 Estructura Organizacional	115
3.4.6 Constitución de la empresa y aspectos legales	117
3.5 MÓDULO 5: FINANCIERO	126
3.5.1 principales supuestos	126
3.5.2 Sistema de Financiamiento	127
3.5.3 Flujo de Caja y Estados Financieros	130
3.5.4 Evaluación del proyecto	138
3.6 MÓDULO 6: IMPACTO DEL PROYECTO	142
3.6.1 Impacto económico	142
3.6.2 Impacto regional	143

3.6.3 Impacto social	143
3.6.4 Impacto ambiental	143
CUARTA PARTE: CONCLUSIONES FINANCIERAS, EVALUACIÓN DE LA VIABILIDAD Y RECOMENDACIONES	144
4. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE LA VIABILIDAD	145
5. RECOMENDACIONES	147
BIBLIOGRAFÍA	149
ANEXOS	151

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Clasificación de las empresas	56
Tabla 2. Clasificación de la población	59
Tabla 3. Número de encuestas por municipio	60
Tabla 4. Operacionalización de variables	62
Tabla 5. Cronograma de actividades	64
Tabla 6. Presupuesto del proyecto	64
Tabla 7. Concepto del negocio	85
Tabla 8. El equipo emprendedor	87
Tabla 9. Mercado potencial presupuestado	88
Tabla 10. Variables DOFA	90
Tabla 11. Inversiones requeridas para la puesta en marcha	91
Tabla 12. Proyección de las ventas por servicios	92
Tabla 13. Actividades económicas a las que pertenecen las Pymes del Valle de Aburrá Sur encuestadas	93
Tabla 14. El modo como el servicio de mensajería enana empresa es considerado por las Pymes del Valle de Aburrá Sur	93
Tabla 15. El tipo de mensajería utilizado por las Pymes del Valle del Aburrá Sur	94
Tabla 16. Tipos de envío de mensajería enviados por las pymes del Valle del Aburrá Sur	95
Tabla 17. Cantidad de envíos que se efectúan por las Pymes del Valle del Aburrá Sur	96
Tabla 18. En cuál o cuáles jornadas tienen más movimiento de mensajería las Pymes del Valle del Aburrá Sur	97
Tabla 19. Los movimientos por las cuales las Pymes del Valle de Aburrá Sur, contratan los servicios de mensajería externa	97
Tabla 20. Servicios adicionales d mensajería que las Pymes del Valle de Aburrá Sur están dispuestas a contratar	98
Tabla 21. Dinero que las Pymes del Valle de Aburrá Sur están dispuestas a pagar para contratar servicios de mensajería	99
Tabla 22. Conocimiento de las Pymes del Valle del Aburrá Sur acerca e otras empresas de mensajería.	100
Tabla 23. Empresas de mensajería conocida por las Pymes del Valle de Aburrá Sur	101
Tabla 24. Informe de producción y consumo, dentro del sector de los servicios	103
Tabla 25. Mercado potencial por actividad económica	106
Tabla 26. Factores críticos del servicio	108
Tabla 27. Tasas predeterminadas para la asignación de precios	109

Tabla 28. Flujograma de procesos	111
Tabla 29. Necesidades y requerimientos	112
Tabla 30. Análisis MECA	114
Tabla 31. Aportes económicos del grupo emprendedor	114
Tabla 32. Organigrama	116
Tabla 33. Pasos para constituir una empresa	118
Tabla 34. Nómina mensual presupuestada	125
Tabla 35. Gastos de administración presupuestados	125
Tabla 36. Capital de trabajo	127
Tabla 37. Inversión	128
Tabla 38. Fuente de financiación	129
Tabla 39. Flujo de caja	130
Tabla 40. Balance General	131
Tabla 41. Estado de resultados	132
Tabla 42. Presupuesto de nómina	133
Tabla 43. Presupuesto de gastos administrativos	133
Tabla 44. Depreciación	135
Tabla 45. Diferidos	135
Tabla 46. Presupuesto de ingresos	136
Tabla 47. Proyección a tres años	136
Tabla 48. Flujo de caja con periodo de pagos descontables	137
Tabla 49. Evaluación financiera del proyecto	138
Tabla 50. Punto de Equilibrio	139
Tabla 51. Balance General Opción B	141
Tabla 52. Estado de Resultados opción B	142

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. mercado potencial presupuestado	89
Gráfica 2. Proyección de las ventas para los primeros cuatro años	92
Gráfica 3. Actividades económicas a las que pertenecen las Pymes del Valle de Aburrá Sur encuestadas	93
Gráfica 4. El modo como el servicio de mensajería enana empresa es considerado por las Pymes del Valle de Aburrá Sur	94
Gráfica 5. El tipo de mensajería utilizado por las Pymes del Valle del Aburrá Sur	95
Gráfica 6. Tipos de envío de mensajería enviados por las pymes del Valle del Aburrá Sur	95
Gráfica 7. Cantidad de envíos que se efectúan por las Pymes del Valle del Aburrá Sur	96
Gráfica 8. En cuál o cuáles jornadas tienen más movimiento de mensajería las Pymes del Valle del Aburrá Sur	97
Gráfica 9. Los movimientos por las cuales las Pymes del Valle de Aburrá Sur, contratan los servicios de mensajería externa	98
Gráfica 10. Servicios adicionales d mensajería que las Pymes del Valle de Aburrá Sur están dispuestas a contratar	99
Gráfica 11. Dinero que las Pymes del Valle de Aburrá Sur están dispuestas a pagar para contratar servicios de mensajería	100
Gráfica 12. Conocimiento de las Pymes del Valle del Aburrá Sur acerca e otras empresas de mensajería.	101
Gráfica 13. Empresas de mensajería conocida por las Pymes del Valle de Aburrá Sur	102
Gráfica 14. Evolución económica del sector postales y correos	103
Gráfica 15. Participación por sectores económicos del mercado potencial	106
Gráfica 16. Participación porcentual de cuentas del balance	140

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. Plan de empresa	152
Anexo B. Formato de encuesta	157
Anexo C. Portafolio de Servicios	159