



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Ecosistema de Inversiones SAS

Harol Fabián Monroy Suárez

Proyecto de emprendimiento

Para optar por el título de grado en Negocios Internacionales

Docente Miguel Antonio Alba Suárez

Universidad Santo Tomás

Bogotá

2021

Agradecimientos

Cuando inicié mi carrera profesional tenía un propósito claro y era el de ser un empresario, y no ser empleado, para así aportar y generar empleo. Tal vez en este momento no lo sea a gran escala, pero lo único que, si sé, es que voy por un buen camino, un poco montañoso, pero de gran bendición.

Este trabajo es una síntesis de años esfuerzo y dedicación pues, aunque fue construido en tan solo unos meses, es la suma de cientos de horas de clases, de experiencias laborales y profesionales, de subidas y bajadas resumidas en unas cuantas hojas.

En estas cortas líneas agradezco en primera instancia a nuestro Padre Eterno quien me dio la vida para llegar hasta acá, agradezco a mi padres Martín Monroy y Martha Suárez, quienes me han apoyado en todo sentido durante esta etapa, agradezco a mi hermana Vivieth Monroy por ser un ejemplo a seguir, agradezco a mi amada esposa Heidi Laura Méndez por su apoyo incondicional, también agradezco a Universidad y su grupo de docentes quienes me han formado académicamente durante estos años y por último agradezco al profesor Miguel Alba, director de trabajo de grado, quien aportó para que este trabajo sea realidad.

Resumen

El consumo de tecnología y la era digital han impactado el mundo de manera exponencial en los últimos años, vemos como los diferentes sectores económicos son apalancados bajo el mismo esquema, buscando automatizar los procesos y haciendo la vida de las personas más fácil. Por esta razón nace el proyecto Ecosistema de Inversiones SAS, un emprendimiento que permite una interacción del ser humano con la tecnología a través del suministro de equipos tecnológicos, apoyando al crecimiento del país y su desarrollo digital, contribuyendo a la búsqueda de una nación más educada, con personas capacitadas que estén a la par de las innovaciones tecnológicas, mejorando su calidad de vida y como consecuencia propender a la erradicación del hambre y cerrar las brechas económicas que existen.

Abstract

The consumption of technology and the digital era have exponentially impacted the world in recent years, we see how the different economic sectors are leveraged under the same scheme, seeking to automate processes and making people's lives easier. For this reason, the Ecosistema de Inversiones SAS project was born, an undertaking that allows human interaction with technology through the supply of technological equipment, supporting the country's growth and its digital development, contributing to the search for a more educated nation. , with trained people who are on a par with technological innovations, improving their quality of life and, as a consequence, promoting the eradication of hunger and closing the economic gaps that exist.

Palabras clave: Tecnología/ Emprendimiento/ Empleo / Innovación.

Keywords: Technology / Entrepreneurship / Employment / Innovation.

TABLA DE CONTENIDO

1. Ecosistema De Inversiones SAS.	11
2. Investigación de Mercados	11
2.1 Definición de objetivos	11
2.2 Justificación y antecedentes del proyecto	11
2.3 Análisis del sector	15
2.4 Análisis de mercado.....	29
2.5 Análisis de la competencia.	35
3. Estrategias de mercado.....	37
3.1 Concepto del producto o servicio.	52
3.2 Estrategias de distribución.....	54
3.3 Estrategias de precio.	56
3.4 Estrategias de promoción.	57
3.5 Estrategias de comunicación.....	57
3.6 Estrategias de servicio.....	57
3.7 Presupuesto de la mezcla de mercado.....	58
3.8 Estrategias de aprovisionamiento proyección de ventas.....	59
4. Proyección de ventas.....	60
4.1 Proyección mínima a cinco (5) años.....	60
4.2 Justificación de las ventas.	61
4.3 Política de cartera.....	64
5. Operación.....	65
5.1 Ficha técnica del producto o servicio.....	65
5.2 Estado de desarrollo.....	67
5.3 Descripción del proceso.....	70
5.4 Necesidades y requerimientos.	71
5.5 Plan de producción.	71
6. Plan de compras.....	72
7. Costos de Venta.....	72
8. Infraestructura.....	74
9. Estrategia organizacional.....	74
9.1 Análisis DOFA.....	74
9.2 Organismos de apoyo.....	75

10. Estructura organizacional	76
10.1 Organigrama de la empresa.....	76
11. Aspectos legales	76
11.1 Constitución empresa y aspectos legales.....	76
12. Costos administrativos.....	77
12.1 Gastos de personal.....	77
12.2 Gastos de puesta en marcha.....	78
12.3 Gastos anuales de administración.....	78
13. Ingresos	79
13.1 Recursos de capital.....	79
14. Egresos.....	80
15. Cronograma de actividades	81
16. Aportes al Plan Nacional o Regional de Desarrollo.....	81
17. Aportes al Clúster o cadena productiva.....	85
18. Impactos.....	86
18.1 Impacto Económico.....	86
18.2 Impacto Regional.....	87
18.3 Impacto Social.....	87
18.4 Impacto ambiental.....	89
19. Resumen ejecutivo.....	89
19.1 Concepto del negocio.....	91
19.2 Potencial del mercado en cifras.....	92
19.3 Ventajas competitivas y propuesta de valor.....	92
19.4 Resumen de las inversiones requeridas.....	93
19.5 Proyecciones de ventas y rentabilidad.....	94
19.6 Evaluación de viabilidad.....	94
20. Anexos y registros de formalización.....	94
20.1 Registro de existencia y representación legal expedido por la Cámara y Comercio.....	94
20.2 El registro de RUT.....	95
20.3 Registro RUES.....	95
20.4 El registro ante la DIAN.....	95
20.5 Nuevo Registro de Información Tributaria. (RIT).....	96
21. Bibliografía.....	97

Lista de Figuras.

Figura 1.....	17
Figura 2.....	19
Figura 3.....	24
Figura 4.....	25
Figura 5.....	26
Figura 6.....	27
Figura 7.....	28
Figura 8.....	31
Figura 9.....	32
Figura 10.....	35
Figura 11.....	40
Figura 12.....	41
Figura 13.....	42
Figura 14.....	43
Figura 15.....	44
Figura 16.....	45
Figura 17.....	45
Figura 18.....	46
Figura 19.....	48
Figura 20.....	49
Figura 21.....	49
Figura 22.....	50

Figura 23	54
Figura 24	61
Figura 25	65
Figura 26	66
Figura 27	66
Figura 28	69
Figura 29	70
Figura 30	72
Figura 31	73
Figura 32	75
Figura 33	76
Figura 34	83
Figura 35	95
Figura 36	95

Lista de Tablas.

Tabla 1.....	18
Tabla 2.....	22
Tabla 3.....	33
Tabla 4.....	33
Tabla 5.....	34
Tabla 6.....	34
Tabla 7.....	38
Tabla 8.....	52
Tabla 9.....	55
Tabla 10.....	58
Tabla 11.....	60
Tabla 12.....	61
Tabla 13.....	62
Tabla 14.....	63
Tabla 15.....	73
Tabla 16.....	74
Tabla 17.....	77
Tabla 18.....	78
Tabla 19.....	79
Tabla 20.....	80
Tabla 21.....	80
Tabla 22.....	81

Tabla 23 88

Tabla 24 94

Índice de abreviaturas

C.A: Cooperativas de Ahorro.

DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

DNP: Departamento Nacional de Planeación.

F.E: Fondos de empleados.

IPC: índice de precios al consumidor.

IPP: Índice de precios del productor.

ITU: Unión Internacional de Telecomunicaciones.

OIT: Organización Internacional del Trabajo.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

PIB: producto interno bruto.

PND: Plan Nacional de Desarrollo.

PNOTP: Plan Nacional de Ordenamiento Territorial.

TIC: Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

SUPERSOLIDARIA: La Superintendencia de Economía Solidaria.

1. Ecosistema De Inversiones SAS.

2. Investigación de Mercados

2.1 Definición de objetivos

Determinar la viabilidad comercial en la implementación de una línea tecnológica en el sector corporativo, tanto en los fondos de empleados para sus asociados, como en las diferentes compañías y los recursos que utilizan para sus operaciones.

Realizar un estudio de mercado acorde a la política expansiva del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Colombia (en adelante TIC), en la cual podamos impactar diferentes sectores de la economía como el sector salud, educación, construcción, manufactura, entre otros, por medio de la comercialización de equipos tecnológicos que van de la mano con la vanguardia del sector, de esta forma ayudar a reducir el índice de pobreza y de desigualdad que existe en la actualidad.

2.2 Justificación y antecedentes del proyecto

La presente investigación busca encontrar por medio de diferentes estudios de mercado cómo suplir la demanda de tecnología en el sector corporativo teniendo en cuenta la importancia que hoy en día tiene en la vida de las personas y el impacto que genera en cada labor que realizan. Para ello se realizará un pequeño análisis de algunos datos generados en el transcurso de los años, la proyección que ha tenido y la tendencia a la cual nos lleva.

Para nadie es un secreto que a medida que va pasando el tiempo vamos evolucionando en los diferentes aspectos de nuestra vida, de la forma en que vivimos, en la que trabajamos, en la que estudiamos, en la que nos comunicamos y definitivamente es muy diferente a las de hace 10, 20, 30 años o más, pero sobre todo en esta última década, donde el futuro digital juega un papel muy importante en nuestra vida, donde más del 50% de la población está en un cambio hacia la misma

vanguardia, ayudando en muchos casos al mismo ser humano, como por ejemplo; la inteligencia artificial a salvar vidas y a prolongarlas, en el campo de la educación ha tenido un cambio donde el estar en un aula física ya no es la única forma para informarse o capacitarse, sino que hoy en día, estamos a un clic de toda la información mundial.

Por otro lado, el futuro laboral ha cambiado drásticamente vemos que la población económicamente activa en una nueva generación con pensamientos más abiertos, más independientes, arriesgados, extrovertidos, con ganas de acaparar el mundo en tan solo unos años. Un claro ejemplo lo podemos ver por medio de los influenciadores en las diferentes redes sociales, donde alguien con tan solo subir una foto o un video puede impactar tantas personas que por ese motivo generen una remuneración.

Pero a su vez las personas desde cualquier ámbito laboral en el que se desenvuelvan, requieren un avance tecnológico para facilitar la labor y tener resultados en menos tiempo posible. Y es allí donde nos apalancamos en la tecnología y en los diferentes sistemas de datos.

Según el artículo denominado; la economía verde podría crear 24 millones de nuevos puestos de trabajo (Organización de las Naciones Unidas, 2019): indica que la Organización Internacional del Trabajo (en adelante OIT) estima que para el 2030 se podrían crear más de 24 millones de nuevos empleos orientado a una economía ecológica mediante la practicas sostenibles en el sector energético, como por ejemplo un cambio en los vehículos de transporte donde su consumo actual de gasolina está pasando a ser eléctrico.

En el caso colombiano, el sector primario ha sido el más explotado durante toda la historia, pero hoy en día podemos evidenciar que el posicionamiento en el sector secundario de servicios

ha impactado e impactará cada día más el Producto Interno Bruto (en adelante PIB) de nuestro país. Entre los datos más relevantes están:

- ✓ Según el secretario general de Organización de Naciones Unidas (en adelante ONU) (Secretary General high level panel, 2018) el panel de alto nivel sobre la cooperación digital se encuentra en una era donde se está generando una gran fractura entre las potencias, quienes buscan el control absoluto del mundo por medio de estrategias de la internet e inteligencia artificial, dando un vuelco al futuro cibernético posicionando las monedas digitales y todo lo que conlleva.
- ✓ Respecto a las estadísticas de las redes sociales (Cooper, 2020) “El 50 % de la población mundial está usando redes sociales, es decir, 3.8 mil millones de personas (un aumento del 9.2% desde 2019)” Por lo menos, logrando así una visualización y una conexión por medio de voz, datos y video.
- ✓ Ahora bien, con relación al marketing digital que es una rama de la tecnología, según el informe de We Are Social (Mendoza, 2018): “ Colombia ocupa el 5 puesto en marketing digital en Latinoamérica con una interacción del 63% de la población.”. Referente a los usuarios activos en internet (Medina, 2020): “El 69% de la población total de Colombia es usuaria activa de Internet”.
- ✓ Es importante resaltar que para hacer realidad el consumo de tecnología se requiere de dispositivos móviles tecnológicos, para Colombia la población de internautas comprende entre 16 y 64 años de edad, los cuales tienen un consumo de equipos tecnológicos entre los cuales encontramos, teléfono celular: 98% (cualquier referencia), Laptop u ordenador de escritorio (pc): 76.6%, TV inteligente para ver contenido en línea: 17.9%, entre otros. (Hootsuite, 2021).

- ✓ En redes sociales como Instagram se encuentra que al rededor del 44% de los usuarios son mujeres, logrando una vitrina para pautar y buscar temas de interés como productos belleza y moda, alcanzando un crecimiento anual del 20%.
- ✓ En el caso de YouTube (Marketing Digital, 2021) “el 99% de la audiencia ingresa a Youtube al menos 1 vez a la semana y 42,3% ya están escuchando podcast”. Adicionalmente se evidencia que el 78% de las búsquedas y de los videos vistos son para capacitación en la plataforma por medio de los diferentes podcasts llegando a 200 millones de videos vistos diariamente. Es como si cada persona en Colombia estuviera viendo 4.4 videos en el día.
- ✓ En el campo del E- Commerce o comercio electrónico, para el 2019 se reportó un crecimiento del 17% y el 56% que fueron realizadas con tarjetas de crédito, (Pastran, 2021) “para el año 2020 el E- Commerce creció 53% en Colombia, se proyecta hacia el año 2025 incremente 74%, representando 18% del crecimiento total de las ventas en retail del país”.

Eso sin contar con uno de los elementos que cambiará definitivamente la vida de las personas en Colombia; el 5G con respecto a las generaciones anteriores, desde la implementación en la telefonía móvil, impactando al sector empresarial, mejorando la conectividad de manera exponencial, tanto en velocidad, desempeño. Posicionándose en un mercado masivo que ninguna tecnología actualmente tiene.

La red 5G, se perfila para dar un cambio radical en la economía mundial a través de la cuarta revolución industrial, brindado un apoyo radical a algunas deficiencias que actualmente tenemos como es la educación, la salud, el hambre, la contaminación, la brecha económica, conocimiento y la renovación de los recursos. Según el Viceministro de Conectividad y Digitalización (Mantilla, 2019):

Se espera que por medio de la red 5G mejore el crecimiento de la productividad de factores múltiples en todos los sectores económicos, esto conllevaría a un crecimiento en el producto interno bruto (en adelante PIB) per cápita de 1300 a 2000 dólares, después de los primeros 10 años desde el lanzamiento esta tecnología ayudará a cerrar la brecha entre los centros urbanos y la ruralidad. Para el caso colombiano en el sector de la salud y educación serán los dos sectores de alto impacto y que permitirá una igualdad para todos a nivel digital.

Es importante saber que para que funcione la digitalización en la vida cotidiana para la comunicación instantánea, se requiere la utilización de equipos y periféricos para su correcta utilización, como, por ejemplo: el uso del Smart phone, las tabletas, los portátiles, los equipos de escritorio, las sillas gamer, las diademas telefónicas, cámaras web, estadísticas de Marketing Digital en Colombia – Siglo Data.

2.3 Análisis del sector

Se debe tener presente que los costos de la tecnología 4G son 8 veces más elevados que la tecnología 5G teniendo en cuenta el tráfico de datos que se avecina y que ayudará a la industria en el caso colombiano, por ejemplo: en la manufactura se puede incrementar la producción en un 90%, reducir consumo de energía en un 10% así como disminuir las fallas de las maquinas en un 70%.

Tanto la salud, la educación y la seguridad son los tres sectores básicos para el desarrollo social y productivo del país por este motivo tanto el gobierno como empresas privadas están apostándole a esta implementación con el fin de estar a la vanguardia como lo están las grandes potencias y no seguir relegados, teniendo en cuenta que en materia bancaria, Colombia es uno de los países con mayor avance en cuanto a monedas digitales, también en el sector educación por

medio de la realidad aumentada y virtual se tiene una retención de los alumnos en las diferentes instituciones educativas en un 900%.

Es importante aclarar que la red 5G debe ir de la mano de varios integrantes tecnológicos como son Inteligencia artificial, el big data, la robótica, la nube, el internet de las cosas, la ciberseguridad esto con el fin de explotar su máximo potencial. Pero esto no es un trabajo solamente de los proveedores de tecnología, sino de todos los que participamos en el ecosistema como salud, educación, sector productivo, sector financiero, sector público, entre otros. No obstante, este crecimiento de tecnología intangible, conlleva de la mano un crecimiento de tecnología tangible, como son equipos de datos, redes estructuradas, periféricos, productos masivos y corporativos.

Es importante resaltar que en la actualidad la OIT plantea el cambio de una economía con un aumento en la ecología proyectando que para el 2030, se crearían 24 millones de nuevos puestos de trabajo, en los sectores de energías tanto en vehículos como en los nuevos edificios y del futuro. Sin embargo, como hay avances tecnológicos para diferentes sectores de la economía, de acuerdo con la proyección de la ONU sobre su campaña más allá de 2020, sobre la influencias de las tecnologías digitales señala que (Organización de Naciones Unidas) también podemos evidenciar algunos reportes del grupo Mckinsey consultora estratégica global enfocada en resolver problemas concernientes a la administración estratégica, donde reportan que 800 millones de personas en el mundo podrían quedar sin empleo para el 2030, debido a la automatización.

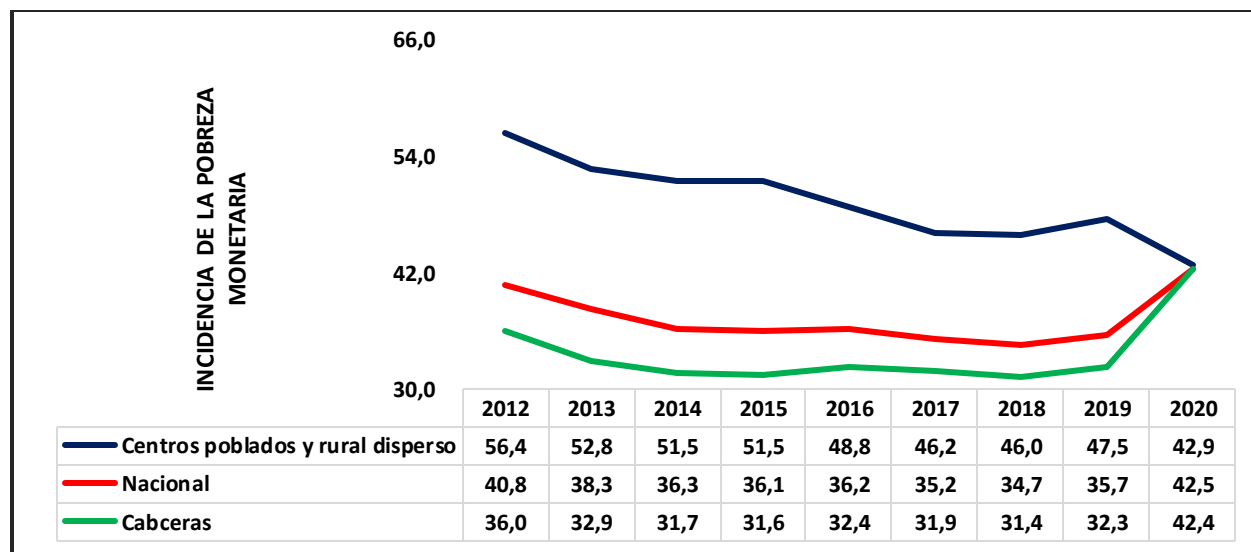
En el mundo las diferentes revoluciones industriales han generado cambios muy importantes para el ser humano y para el mismo planeta, han hecho que la mayoría de las personas del campo migren a las ciudades, potencializando así la población rural. Pero ahora con esta cuarta

revolución, lo que se busca es erradicar el hambre, trabajar por la equidad en la educación, cobijar al 100% la salud en nuestro territorio nacional, aumentar el de 1300 a 2300 el PIB, per cápita.

Esta cuarta revolución digital por medio de la red 5G impactará en Colombia en sectores como transporte, entretenimiento, energía, seguridad, agricultura y servicios financieros. Con esta red Colombia competirá en la productividad a nivel internacional generando más empleo en las regiones y potencializando el sector rural. El Departamento Nacional de Planeación (en adelante DNP) concluyó que el impacto en este sector reducirá el índice de Gini¹ disminuyendo así la desigualdad y la brecha de los ingresos:

Figura 1

Incidencia de la pobreza monetaria, total nacional, cabeceras, y centros poblados y rural disperso 2012-2020.



Nota. DANE, cálculos con base en la Gran Encuesta Integrada de Hogares 2012-2020. (https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2020/Comunicado-pobreza-monetaria_2020.pdf).

¹ El índice de Gini o coeficiente de Gini es una medida económica que sirve para calcular la desigualdad de ingresos que existe entre los ciudadanos de un territorio, normalmente de un país.

Tabla 1*Resumen Figura 1.*

Pobreza Monetaria			
Sectores	2019	2020	Diferencia
Pobreza Monetaria Nacional	35,7%	42,5%	6,8%
Cabeceras Municipales	32,3%	42,4%	10,10%
Centros Poblados y Rural	47,5%	42,9%	-4,6%

Nota: Elaboración propia, 2021.

Como podemos evidenciar en la figura 1 y la tabla 1, el sector menos afectado fue los centros poblados y rurales, esto se debe a que muchas personas que estaban en la capital migraron hacia el campo consecuencia de la pandemia lo que es un caso atípico, pero a raíz de ello y de acuerdo al Plan Nacional de Ordenamiento Territorial (en adelante PNOT) lo que se busca es generar mayor productividad, desarrollo y tecnificación en el agro; ya que por ser una país donde nuestra mayor competencia son productos primarios, se debe apostar al desarrollo del producto terminado pasando por toda la cadena de valor para poder ofertar al mundo y para el consumo nacional ofrecer un producto de alta calidad tipo exportación.

Por otro lado, muchas de las personas buscan volver a sus tierras natales con el sueño de poder trabajar desde allá en lo que hoy en día trabajan y aprendieron en sus universidades, muchos de ellos están vinculados laboralmente en las grandes ciudades y gracias a la tecnología pueden seguir trabajando desde sus ciudades de origen recibiendo el mismo ingreso, esto creará un desarrollo regional a través del avance tecnológico en los sectores remotos, una consolidación de

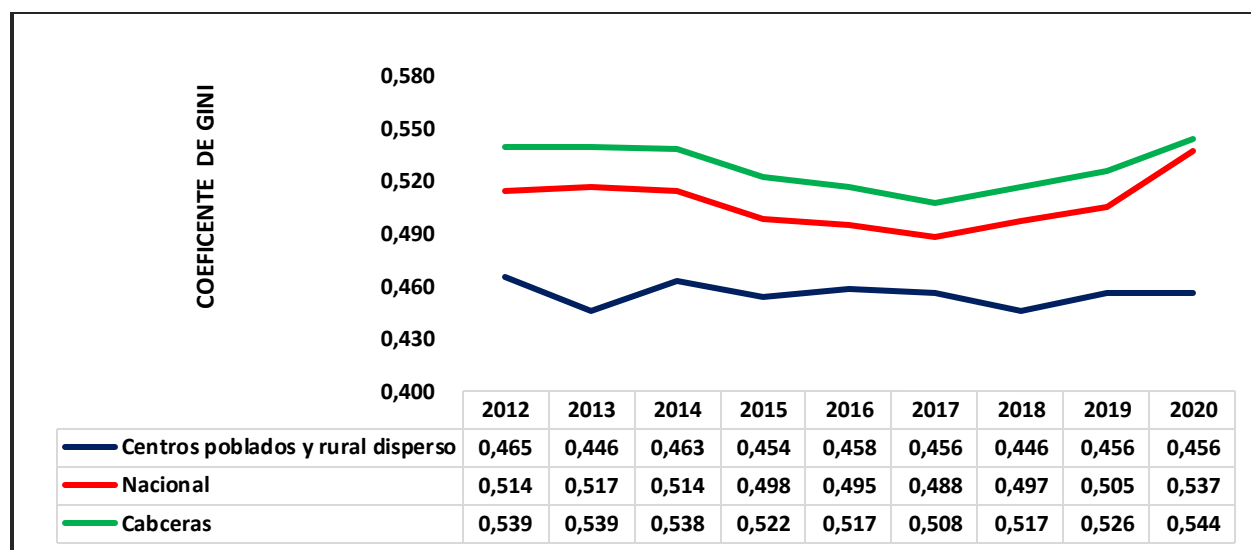
las familias, un aporte directo a los pueblos, regiones y veredas, una consolidación más rápida de los proyectos y definitivamente una distribución de los ingresos mejorando así la calidad de vida, que es el fin más importante.

Según el comunicado de prensa de Pobreza monetaria del año 2020 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (en adelante DANE):

Para el año 2020, el coeficiente de Gini para el total nacional fue 0,544; el año inmediatamente anterior había sido 0,526. Para el dominio de las cabeceras municipales, el coeficiente de Gini fue 0,537, frente a 0,505 presentado en 2019. Y para los centros poblados y rural disperso, dicho coeficiente en 2020 fue 0,456, el mismo valor registrado en el año anterior. (p.03).

Figura 2

Coeficiente Gini. Total, nacional, cabeceras, y centros poblados y rural disperso 2012-2019.



Nota. DANE, cálculos con base en la Gran Encuesta Integrada de Hogares 2012-2020. (https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2020/Comunicado-pobreza-monetaria_2020.pdf)

Cómo se puede ver en la figura 2, nos encontramos aún con un índice de Gini donde la desigualdad en el área urbana y rural aún es muy amplia, sin embargo, con el acontecimiento de la pandemia y los avances tecnológicos que no han parado, tenemos una gran oportunidad para cerrar esa brecha de desigualdad tecnificando completamente el país, aprovechando al máximo los recursos y llevando a esta nación a un país del primer mundo.

Referente a la tecnología se hace importante citar su definición para lo cual se trae a colación un artículo de tecnología de la página web Economipedia (s.f.) indica que:

La palabra tecnología proviene de la unión de dos palabras griegas: «tekne», que es técnica, arte y «logia», que significa destreza sobre algo. La tecnología es uno de los cuatro factores de la producción junto con el capital, la tierra y el trabajo. El hombre utiliza la para satisfacer sus necesidades lo que puede implicar, transformar su medio, resolver problemas, aumentar la eficiencia, mejorar la estética, etc.

De acuerdo con la definición anterior se deduce que la tecnología es un factor solucionador de necesidades que permite al ser humano tener una vida más fácil, es importante señalar que la tecnología se divide dos tipos, blanda y dura: la blanda relaciona todos servicios intangibles, como el internet, la telefonía, la administración de los recursos, los programas de software, las aplicaciones y los licenciamientos entre otros, por medio de ellos podemos navegar en el mundo digital, comunicarnos por voz, datos o video, también registrar legalmente nuestras maquinas o los programas que utilizamos, podemos, realizar pagos en tiempo real, realizar compras, jugar, trabajar, solucionar problemas, transmitir y recibir información. En conclusión, un mundo completamente digital. Pero a su vez y para que muchos de estos servicios funcionen y poder utilizarlos, debemos interactuar.

El segundo tipo de tecnología es la dura o tangible; que son equipos o productos que logran una conexión palpable con el ser humano para su utilización en las diferentes actividades diarias, en ellas encontramos desde computadoras, maquinas b2c, pasando por periféricos como, computadores, impresoras, memorias, teclados, mouse, equipos de sonido, cámaras, diademas, lectores, parlantes y demás. Todos estos elementos tecnológicos permiten la interacción con equipos físicos con el mundo digital, análogo o radial.

Es importante tener estos conceptos a la mano, sin embargo, revisemos un poco sobre los cambios que ha tenido el mundo y hacia donde nos llevara en los próximos años. Para ello se dará un vistazo en la línea de tiempo de que ha sucedido en materia digital y como se ha llegado hasta donde estamos.

El índice de desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante TIC) ha tenido un cambio radical en las últimas dos décadas en cuanto a evolución e implementación se trata, puesto que en la primera década de los 2000, se hablaba de conectividad a la infraestructura extendida en un país, para proveer internet, se buscaba medir un per cápita por cada acceso de internet y líneas telefónica fijas en los diferentes predios. Así mismo el cobro de los servicios y los consumos realizados en un canon mensual.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (en adelante ITU) es un organismo especializado en telecomunicaciones que hace parte de la ONU, la cual (Departamento Nacional de Planeación, 2020): “para el año 2008 en la necesidad de tener un índice el cual se pudiera medir a nivel mundial, la oferta del sector y la capacidad de las personas para utilizar las diferentes herramientas tecnológicas”, se definió el siguiente criterio:

- Medición y desarrollo de las TIC en los países, con el fin de tener resultados de las diferentes experiencias.

- Medición del nivel de progreso que tienen los países subdesarrollados.
- Medición de la brecha digital entre países.
- Medición del potencial que tienen el tic en los países.

Tabla 2

Metodología Índice de Medición (índice del IDI-2008).

Subíndice	Indicador de Medición	Valores de Referencia	(%)
Acceso a las TIC 40%	Suscripciones de telefonía por cada 100 habitantes	60	20
	Suscripciones de telefonía móvil por cada 100 habitantes	120	20
	Ancho de Banda de Internet (bit/s) por usuario en internet	2.158.212	20
	Porcentaje de hogares con computador	100	20
	porcentaje de hogares con acceso a internet	100	20
Uso de las TIC (40%)	Porcentaje de usuarios utilizando internet	100	33
	suscripciones de banda ancha fija por cada 100 habitantes.	60	33
	suscripciones de banda ancha móvil por cada 100 habitantes.	100	33
Habilidades para las TIC (20%)	Años promedio de escolarización	15	33
	Tasa de inscripción bruta en educación secundaria	100	33
	Tasa de inscripción bruta en educación superior	100	33

Nota: Tomado de Índice de desarrollo de las TIC regional para Colombia, de DNP, 2020. (<https://www.dnp.gov.co/DNPN/Documents/Indice%20de%20desarrollo%20de%20las%20TIC%20regional%20para%20Colombia.pdf>).

Con la medición señalada en la tabla 2 se encuentra información valiosa que determina el desarrollo de las TIC en los países con el fin de tener resultados de las diferentes experiencias, que buscan en primera instancia que avance tecnológico ha tenido y el impacto en la sociedad y sus generaciones.

Por otro lado, se detalla que la medición del nivel de progreso que tienen los países subdesarrollados, la cual ayuda a identificar la disponibilidad de los recursos tecnológicos, así como la óptima utilización de los mismos, desde equipos físicos, la destreza de navegación y la investigación en la nube, las consultas en internet y correcto manejo de aplicaciones.

Para todos es claro que todos los países no se encuentran en las mismas condiciones y facilidades de acceso a la tecnología, es por ello que esta medición ayuda a identificar la brecha digital entre países y las diferentes políticas que se deben tomar desde un ámbito global, pasando por una región y aterrizando en los países, para tomar las diferentes medidas de implementación con fin de tratar de equilibrar la balanza tecnológica mundial.

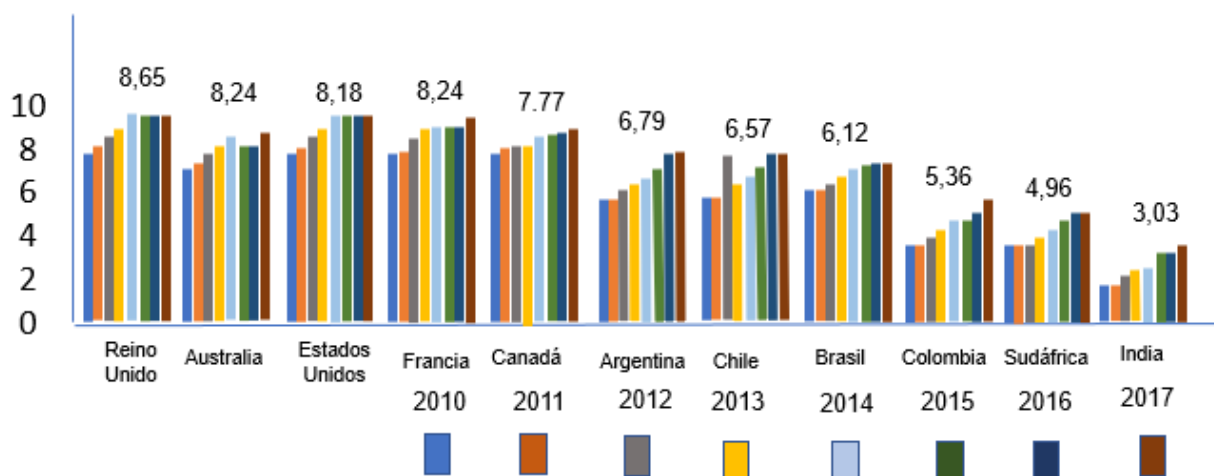
Adicionalmente se evidencia la medición del potencial que tienen las TIC en los países y la habilidad que tienen de implementación y en la acomodación en sus actividades.

En conclusión, en el plan de desarrollo mundial, trabaja para que estos tres ítems: acceso y cobertura de las TIC + uso de las TIC + habilidades de: Impacto poblacional, tengan una sincronía y se implementen progresivamente para que tenga un impacto en la sociedad.

Ahora bien, ¿cómo se realizó dicha muestra a nivel mundial para Colombia? ¿cómo fue su impacto?

Figura 3

Resultados IDI 2010-2017.



Nota. Tomado de Índice de desarrollo de las TIC regional para Colombia (p.10), de DNP, 2020. (<https://www.dnp.gov.co/DNPN/Documents/Indice%20de%20desarrollo%20de%20las%20TIC%20regional%20para%20Colombia.pdf>).

Según los datos contenidos en la figura 3, para la segunda muestra tomaron en cuenta datos del entre los años 2010 al 2017 en diferentes países incluyendo Colombia, colocando al país cafetero en un noveno lugar, frente a otros países como Reino Unido, Francia y Estados Unidos, pero con grandes expectativas ya que su análisis del entorno predecía un crecimiento en este campo por las diferentes circunstancias que atravesaba el país en este lapso de tiempo, como por ejemplo la apertura económica, las negociaciones de telefónica fija y móvil en el país, los cambios de administración de gobernantes y la facilidad de adaptación por parte de los mismos Colombianos.

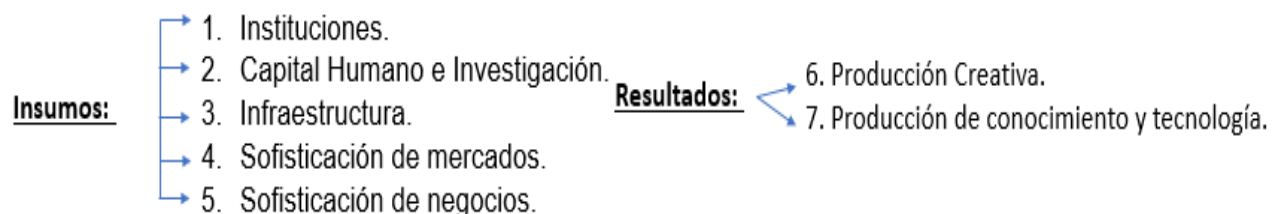
El Índice Departamental de Innovación para Colombia realizado por el DNP y el Observatorio Colombianos de Ciencias Tecnológicas en su propósito principal tiene como tarea esencial generar datos que proporcionen información entre la comparación de las capacidades de

innovación en los departamentos con el fin de identificar retos y oportunidades que se presentan en el país, esto con el fin de crear e implementa una política pública por lo general en expansión de inversión en ciencia, tecnología e innovación y de esta forma generar un ranking promoviendo la competencia y la colaboración entre departamentos.

Para el 2018 estas organizaciones realizaron algunos cambios donde tomaron en cuenta siete pilares que fueron clasificados de la siguiente forma: insumos y resultados.

Figura 4

Pilares –Ranking de competencia y colaboración entre departamentos.



Nota: Elaboración propia, 2021.

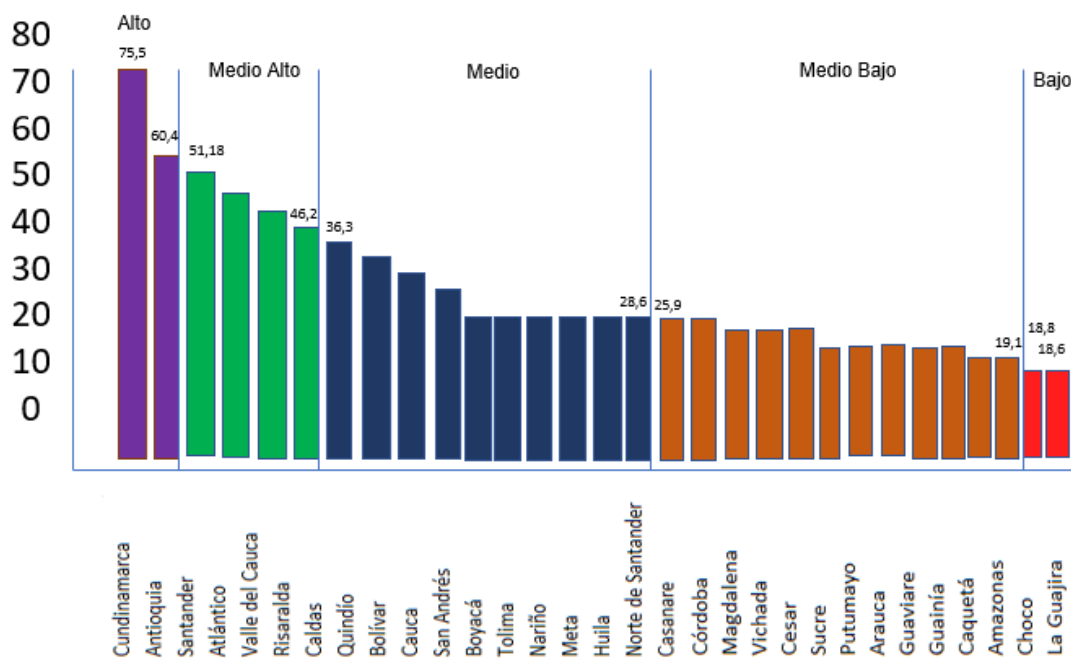
En esta medición fue realizado el análisis correspondiente para cada ítem, abarcando así los diferentes parámetros de cada pilar, medición de ítems por pilares:

1. Entorno político y regulatorio y el ambiente para los negocios.
2. Educación secundaria, media y superior, también investigación y desarrollo.
3. Desarrollo de infraestructura general y de TIC, sostenibilidad ambiental.
4. Acceso al crédito, capacidad de inversión, comercio y competencia.
5. Empleo intensivo en conocimiento, enlaces de innovación ya absorción de conocimiento.
6. Creación e impacto de difusión del conocimiento.
7. Producción de bienes y servicios, creativos e intangibles y la creatividad en línea.

Teniendo en cuenta los diferentes pilares de medición de innovación, este es el ranking arrojado por departamentos para el 2018.

Figura 5

Ranking del índice Departamental de innovación para Colombia 2018.



Nota. Tomado De Índice de desarrollo de las TIC regional para Colombia (p.19), de DNP, 2020. (<https://www.dnp.gov.co/DNPN/Documents/Indice%20de%20desarrollo%20de%20las%20TIC%20regional%20para%20Colombia.pdf>).

El resultado de este Ranking como lo muestra la figura 5, determinó el desarrollo integral de las ciudades, tanto en el ámbito social, ambiental económico, de seguridad e institucionalidad, convirtiéndola en una herramienta que refleja el estado en que se encuentra la región, logrando así, identificar la problemática y brechas existentes, con el fin de generar políticas progresistas para una evolución tecnológica que no para y que seguirá teniendo un auge día tras día.

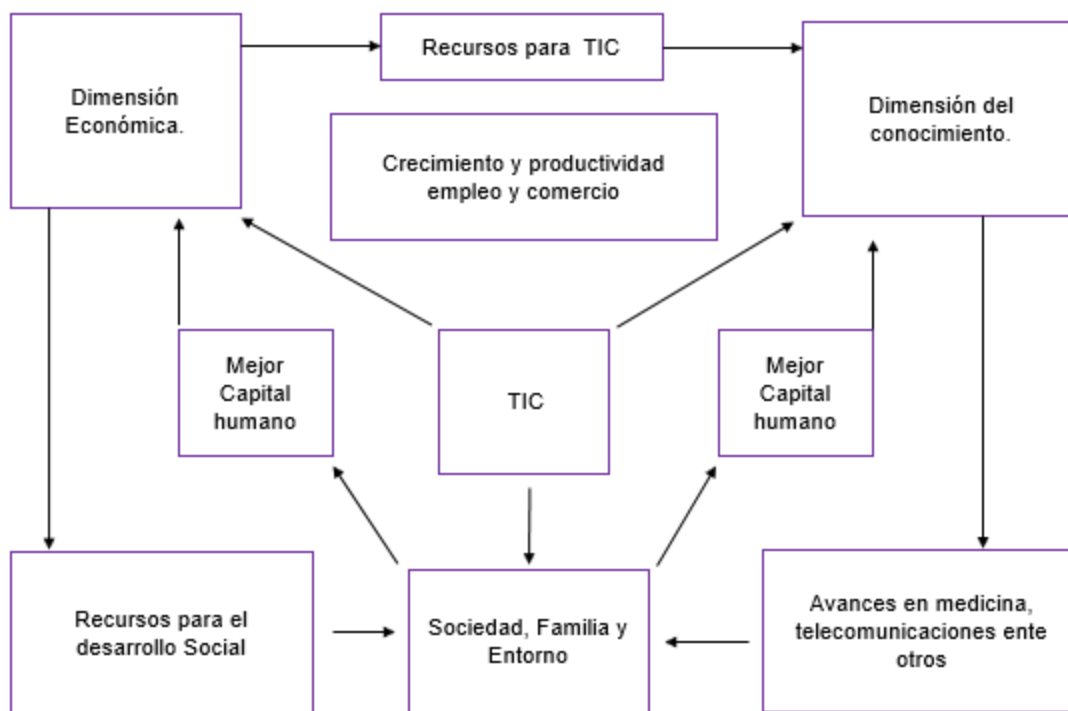
En la figura 5 correspondiente a la información de los 31 departamentos estudiados resalta la brecha tecnológica que existe entre la ciudad principal que es Bogotá y la más abandonadas como es la Guajira y los 56 puntos de diferencia que tiene una de la otra. En respuesta a esto como

colombianos hay una labor muy importante donde cada individuo de las grandes ciudades se apersone del país, brindando un enfoque para ayuda a las regiones más remotas y menos favorecidas económicamente, todo esto con ayuda del gobierno colombiano participando en los diferentes proyectos que se tienen en materia tecnológica.

Por otra parte, es de destacar la relación que tiene la dimensión económica y la dimensión del conocimiento, concluyendo que son directamente proporcionales y que las TIC juega un papel protagónico, esta afirmación tiene en cuenta el impacto en la productividad y producción en mayor disponibilidad de los recursos y si se permite mayor innovación en la sociedad colombiana se logrará un cambio tecnológico y una población con una dimensión del conocimiento más elevada y por ende una mejora en la calidad de vida.

Figura 6

Representación de dimensiones TIC: Económica, Sociedad y Conocimiento.

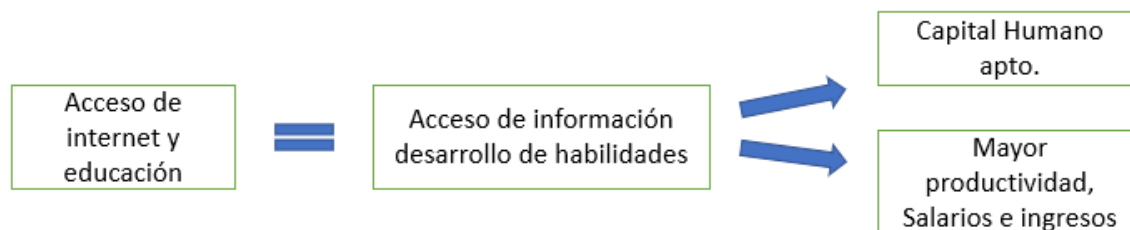


Nota. Tomado de Índice de desarrollo de las TIC regional para Colombia (p.120), de DNP, 2020. (<https://www.dnp.gov.co/DNPN/Documents/Indice%20de%20desarrollo%20de%20las%20TIC%20regional%20para%20Colombia.pdf>).

El contenido de la figura 6 es un claro ejemplo de la importancia que tiene la disponibilidad del acceso a la tecnología, pues en una alineación de tecnología en la misma circunstancia en los niveles poblacionales llevan a un panorama de igualdad, sin embargo, es claro que en la realidad no todos tienen acceso a las mismas oportunidades y es cuando se generan las barreras de desigualdad en todo aspecto sociocultural, dando cabida a brechas económicas marcadas por la inequidad y el no crecimiento y desarrollo en los diferentes aspectos de una región.

Figura 7

Importancia de tecnología en desarrollo sociocultural.



Nota: Elaboración propia, 2021.

Teniendo en cuenta esta sustentación de la figura 7 se detalla la importancia que tiene el país en materia tecnológica para el crecimiento de la nación y el desarrollo sociocultural de los habitantes, demostrando estar en un punto crucial de innovación, y que en los últimos dos años se han analizado teniendo en cuenta las consecuencias de la contingencia sanitaria mundial del Covid-19, Colombia no se detuvo si no que se vio en la necesidad de acelerar su desarrollo para adaptarse a las necesidades que la coyuntura generó.

Dichas circunstancias llevo a Colombia a generar un cambio radical en los procesos de automatización por ello que se ha venido capacitando durante todos estos años y que hoy en día tiene presente la importancia de dar pasos agigantados en esta industria para acceder a la información y estar a la vanguardia, es importante seguir implementando estrategias microeconómicas que ayuden a impulsar el sector de las TIC, por este motivo Ecosistema de Inversiones SAS, brinda una opción con un mar posibilidades de cómo podemos salir adelante y ayudar a tantas personas que lo necesitan y lograr dejar una huella en nuestro país

2.4 Análisis de mercado.

Teniendo en cuenta que la empresa Ecosistema de Inversiones SAS, se encuentra en una posición favorable en la escala de comercialización por los acuerdos y convenios realizados con empresas mayoristas determinando la estrategia de impacto en las dos modalidades de tecnología tangible e intangible, de acuerdo al estudio de mercado y a la experiencia comercial en el sector tecnológico, se tiene que comercialmente se manejan dos tipos de negocios, la primera que son los de consumo recurrente, que por lo general son de bajo costo y para lograr las metas propuestas para las empresas deben realizarse varias ventas en diferentes clientes de acuerdo al Funnel de ventas, el tiempo promedio de maduración de estos clientes puede estar entre una semana y 2 meses. La segunda son negocios a gran escala o proyectos, que por lo general tienen un tiempo de maduración entre 3 y 6 meses, inclusive 8 meses en algunos casos. Para lograr las metas establecidas por la empresa debe realizarse un mix de clientes donde mes a mes el área comercial maneje los negocios que son recurrentes versus los negocios de alto impacto o proyectos y para el caso del sector solidario de los fondos de empleados y cooperativas, será impactado el sector masivo gran parte como lo veremos a continuación.

Uno de los negocios más rentables en Colombia son los fondos de empleados y cooperativas de ahorro, ya que sus ventas por bienes y servicios reportan alrededor de USD 3.438.941.107 millones de dólares, según el informe de la Superintendencia de Economía Solidaria del 30 de septiembre de 2021, monto que genera un gran impacto a la economía del país.

¿Cómo funcionan los fondos de empleados y cooperativas de ahorro?

Las empresas destinan un dinero y un personal para crear una razón social hermana, la cual se encargará de brindar algunos beneficios a los empleados o colaboradores a través de la figura de fondo de empleados, corporaciones de ahorro o cooperativas y quienes se vinculan a ella, son las mismas personas que hacen parte de la organización principal, a este tipo de personas se les llama asociados y son quienes mantienen la organización por medio de aportes voluntarios, los cuales por lo general son entre un 5% a un 20 % del salario de la persona. Por medio de ella brindan a los asociados diferentes beneficios entre los que se encuentran facilidad de crédito en las siguientes líneas de negocios como: educativo, consumo, servicios empresariales, pagos de impuestos entre otros.

Para que todos estos productos y servicios que brindan a los asociados sean asequibles e interesante para todos, realizan convenios con las empresas proveedoras de estos productos, generando un puente de facilitador de adquisición y de apalancamiento financiero por medio de crédito no con la empresa proveedora; sino directamente con el fondo.

Figura 8

Esquema de comercialización en fondo de empleados.

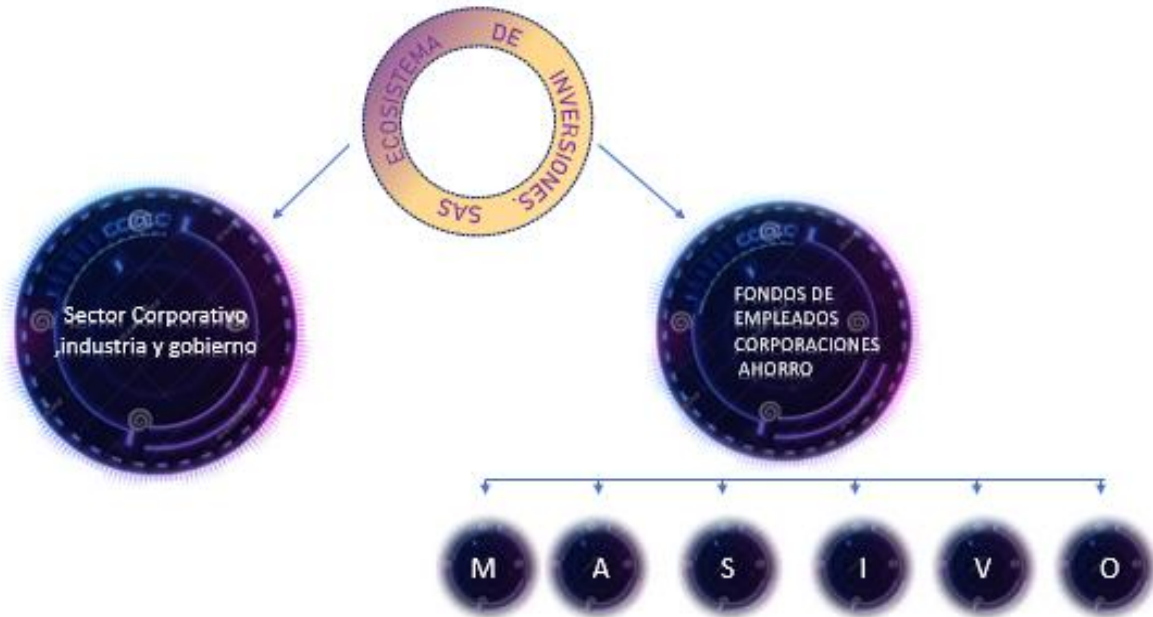


Nota: Elaboración propia, 2021.

Una vez entendida la forma de comercialización de los fondos de empleados, veremos en el análisis de la competencia que hacen parte de la cuarta y la quinta línea de comercialización, por una parte, canales como Ecosistema de Inversiones SAS, para el caso práctico de este proyecto se propone llegar a ser proveedor directo de estas entidades, pero a su vez entregará indirectamente producto o servicios a clientes masivos o individuales ya que la figura lo permite, para este segmento se debe tener en cuenta que los productos también serán del segmento hogar o masivo; como por ejemplo: celulares, tabletas, portátiles, manos libres, diademas de todo tipo, conectores, parlantes, más entre otros.

Figura 9

Segmentación corporativa de Ecosistemas de Inversiones SAS.



Nota: Elaboración propia, 2021.

Es importante a esta instancia tener en cuenta que la empresa tendrá dos segmentos corporativos, pero uno de ellos por su estructura manejará un sector masivo como lo podemos ver en la figura 9. Se considera que los productos para los dos sectores también son diferentes, en aleaciones, garantías, robustes y por supuesto en el precio.

Con el fin de llegar al mercado objetivo mencionado a continuación se reflejarán algunas cifras del sector a impactar, los siguientes datos es la distribución por categorías de acuerdo a los ingresos reportados en los últimos cinco años, allí encontrará el mercado objetivo focalizado.

Mercado objetivo. Fondos de empleados (en adelante F.E) y Cooperativas de Ahorro (en adelante C.A):

Tabla 3

Clasificación fondos de empleados por categorías.

CLASIFICACION FONDOS DE EMPLEADOS POR CATEGORIAS						
FORMATO DE ACTUALIZACIÓN ANUAL CATEGORIZACION DE FONDOS DE EMPLEADOS POR INGRESOS REPORTADOS FINANCIERAMENTE						
AÑO	IPC	Años Reportados	PLENA	INTERMEDIA		BASICA
			IGUAL O SUPERIOR A	SUPERIOR A	INFERIOR A	IGUAL O INFERIOR A
2015	6,77	2015	\$ 10.000.000.000	\$ 3.600.000.000	\$ 10.000.000.000	\$ 3.600.000.000
2016	5,75	2016	\$ 10.575.000.000	\$ 3.807.000.000	\$ 10.575.000.000	\$ 3.807.000.000
2017	4,09	2017	\$ 11.008.000.000	\$ 3.963.000.000	\$ 11.008.000.000	\$ 3.963.000.000
2018	3,18	2018	\$ 11.359.000.000	\$ 4.090.000.000	\$ 11.359.000.000	\$ 4.090.000.000
2019	3,80	2019	\$ 11.791.000.000	\$ 4.246.000.000	\$ 11.791.000.000	\$ 4.246.000.000
2020	1,61	2020	\$ 11.981.000.000	\$ 4.315.000.000	\$ 11.981.000.000	\$ 4.315.000.000

Nota: Elaboración propia, 2021. Usando datos de la Supersolidaria.

Referente a estas organizaciones es importante señalar que la Superintendencia de Economía Solidaria (en adelante SUPERSOLIDARIA) es una entidad descentralizada adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público cuya actividad principal es supervisar las actividades financieras de las cooperativas y fondos de empleados en Colombia, en dicha entidad se encuentran los estados financieros, las cantidades de fondos de empleados, cooperativas de ahorro y de asociados que tienen vigentes.

Mercado potencial.

Tabla 4

Mercado Potencial

FONDOS Y COOPERATIVAS	CANTIDAD FONDOS DE EMPLEADOS Y COOPERATIVAS DE AHORRO (F.E y C.A)	UND	Número de Asociados
	No de (F.E y C.A) En Colombia	1.508	5.765.748
	No de (F.E y C.A) BOGOTA	1.064	1.275.935

Nota: Elaboración propia, 2021. Usando datos de la Supersolidaria. Reporte fondo de empleados y cooperativas de ahorro en Colombia – SUPERSOLIDARIA.

La cantidad de F.E y C.A con un total de asociados es de 5.765.748. y para el caso de Bogotá se reporta un total de 1.064, el cual será el mercado objetivo a impactar, que cuenta con 1.275.935 de asociados activos en dichas entidades.

Tabla 5

Mercado objetivo.

Mercado Objetivo		
Mercado Potencial a Impactar	%	Numero Asociados
Mercado Potencial Objetivo Proyectado a 5 años	1%	12.759
Mercado Potencial Objetivo Proyectado el primer Año	0,16%	1.978

Nota: Elaboración propia, 2021. Usando datos de la Supersolidaria.

Para manejar un dato aterrizado del mercado objetivo al cual se pretende llegar, se tomará el 1% del mercado potencial, el cual registra un total de 12.759 asociados activos a los cuales se busca llegar en los próximos cinco años. Según la proyección de ventas, se espera alcanzar 1.978 personas que compren un solo producto en el año, para este caso, se toma como ejemplo tan solo cinco de los F.E y C.A que se encuentran en el Ranking del tres al siete de las entidades que más asociados tienen.

Tabla 6

Porcentaje de mercado objetivo proyectado.

Entidades Registrada ante la SUPERINTENDENCIA.	No de Asociados Actuales	% de Asociados que Compran	No Asociados que compran
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CREDIFLORES	56.671	1,0%	567
COOPERATIVA DEL SISTEMA NACIONAL DE JUSTICIA	44.022	1,0%	440
CASA NACIONAL DEL PROFESOR S.C.I.	43.753	1,0%	438
PROGRESSA ENTIDAD COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO	37.760	1,0%	378
CAJA COOPERATIVA PETROLERA	34.587	0,46%	157
TOTAL PROYECCION	216.793		1.979

Nota:

Según los datos plasmados en la tabla 6, el total de las personas a las que se llegaría durante los cinco años es de 9.897 a 12.759.

Para llegar a estas cifras fue tomada una muestra la cual ayudará a determinar diferentes variables como son: periodicidad de compra, rango de precios, medios de compra, medios de pago y el nivel de fidelización que tienen para los asociados o usuarios. Por medio de esta información se realizará un análisis de cómo lograr las metas planteadas según el mercado objetivo propuesto.

2.5 Análisis de la competencia.

El sector tecnológico está dividido en muchos subsectores como empresas del sector primario y secundario que son servicios, por ello se encuentra un sector netamente corporativo el cual representa a las empresas del país donde más de 166.000 corresponde a nuevas empresas que se crearon para el primer semestre del 2021, un crecimiento 26,2% en relación al año directamente anterior. Según el informe hecho por Cámara y Comercio de la ciudad de Cali *“El 53,3% de las empresas creadas entre enero y junio de 2021, son empleadoras, es decir creando al menos un empleo.”* Un ejemplo de ello es el caso de Ecosistema de Inversiones SAS, una empresa creada en el segundo semestre del 2021, inicialmente con el fin de generar empleo de una sola persona, su representante legal, pero en el tiempo ha crecido y su enfoque ha cambiado y se pronostica terminar el año 2021 con más de cinco empleados y así sucesivamente para los siguientes años.

Para tener más claro el panorama de distribución y comercialización de tecnología en el país y así poder determinar la competencia directa de la empresa Ecosistemas de Inversiones SAS se ahondará un poco de la secuencia de distribución.

Figura 10

Pirámide de competencia.



Nota: Elaboración propia, 2021.

En primera instancia están los mayoristas quienes son un grupo de empresas con un músculo financiero importante, las cuales se encargan de toda la importación de productos y equipos de tecnología que se van a vender y utilizar en el país, entre ellos encontramos a: INGRAM, MPS MAYORISTA, IMPRESISTEM, INTCOMEX, PYM, NEXSYS, UPSISTEMAS, CYC SOLUCIONES EMPRESARIALES, COMPUVISION, LTDA entre otras. Cabe aclarar que estas empresas no les venden a clientes finales, sino a las empresas que continúan en la cadena, un ejemplo de estas es ML3, PC FOR ALL, NORDATA, LINALCA, MACROTICS, CLONES Y PERIFERICOS, TECHNOLOGY STORE, SED INTERNATIONAL, APART, TEK SOLUTIONS, WONDERTECH, VIDEO NET, estas son algunas de las empresas más importantes en la línea de distribución quienes venden al cliente final o subdistribuidores y son conocidos como canales comerciales.

Finalmente se encuentran los subdistribuidores que están ubicados en la tercera línea de la comercialización, muchos de ellos venden al cliente final como empresa o tienen locales como por ejemplo en el sector de Unilago en Bogotá quienes venden a público en general, corporativo u hogar y están ubicados en una cuarta línea.

Ecosistema de Inversiones SAS, se encuentra en la segunda línea que corresponde a canales de distribución, para ello debió solicitar código y autorización, diligenciamiento de diferentes documentos e inscripción en las plataformas de los distribuidores, así podrá comercializar los diferentes productos y servicio al resto de sectores productivos y masivos. Por otro lado, la empresa Ecosistemas en su estrategia empresarial y para el caso práctico de este proyecto, se enfocará en impactar los dos sectores de la cuarta y la quinta línea donde se encuentra el **SECTOR SOLIDARIO**, que acobija los **FONDOS DE EMPLEADOS** y las **COOPERATIVAS AHORRO** que involucran directamente al **SECTOR HOGAR Y MASIVO**.

3. Estrategias de mercado.

Para llegar a los números establecidos y la captación de mercado fue obtenida una muestra que permita obtener resultados por medio del instrumento de recolección, el análisis teórico práctico y la interpretación de cada respuesta y así proyectar el alcance de la presente investigación en estudio.

Tabla 7Muestra

INSTRUMENTO (ENCUESTA)			
------------------------	--	--	--

¿Cada cuánto usted adquiere de la línea tecnológica?	Trimestral	Semestral	Anual
Productos periféricos como, computadores, impresoras, memorias, teclados, mouse, equipos de sonido, cámaras, diademas, lectores, parlantes y demás			
Licenciamiento Equipo			
Equipos			
Servicios en la nube			

¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar?	COP1500.000 – COP 2500.000	COP 2500.000 – COP 3.000.000	COP 3000.000 o más?
Portátil			
Memorias			
Teclados			
Equipos de sonido			
Cámaras Web			
Diademas profesionales			

¿Por qué medio compra tecnología?	
Por medio del fondo de empleados o de su empresa	
Almacenes de Cadena (Éxito, ktronix, Falabella, Alkosto etc.)	
por Internet.	
Presencialmente en el Sector de Unilago	

¿Cuáles son los medios de pago que utiliza para comprar Tecnología?	
Crédito con su fondo de empleados	
Crédito Condensa.	
Tarjeta de Crédito	
Efectivo - Consignación	

¿Del 1 al 10 que tanta confianza tienes de tu proveedor de Tecnología?

¿Tu proveedor de tecnología te dicta capacitación del buen uso de la misma?

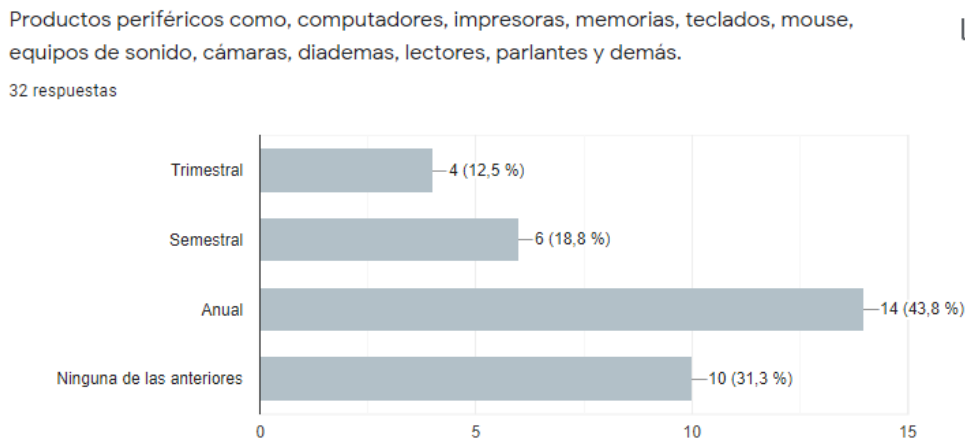
La población seleccionada para la toma de la muestra correspondió a personas que pertenecen a F.E y C.A. La herramienta utilizada fue un formulario de Google Drive y el medio de difusión fue por la aplicación whatsapp, con el fin de garantizar la veracidad de la información, el total de la persona evaluadas están ubicadas en la ciudad de Bogotá y el rango de edad esta entre 25 y 45 años, tomando así una población económicamente activa.

Esta recolección de datos se encuentra dividida en 5 ítems, los cuales permiten identificar la variable a evaluar, las dos primeras preguntas permiten verificar el tiempo de consumo de los diferentes productos tecnológicos de consumo masivo, de la pregunta 3 a la 8 aterriza el rango y promedio de precios al cual el público objetivo está dispuesto a pagar, las siguientes preguntas: 9 y 10 ayudan a identificar los lugares de compra y el medio de pago, con el fin de evaluar la competencia indirecta de la empresa Ecosistemas de Inversiones SAS, por último la pregunta 11 y 12, logra captar los niveles de conocimiento y de fidelización que hoy en día manejan los encuestados con sus clientes.

Por medio de este instrumento de recolección se aterrizarán las cifras de la población a la cual se desea llegar con el producto adecuado, el precio asequible y los niveles de atención que se debe tener en cuenta para fidelizar los clientes.

Figura 11

Pregunta 1 de la encuesta ¿Cada cuánto usted adquiere productos de la línea tecnológica?



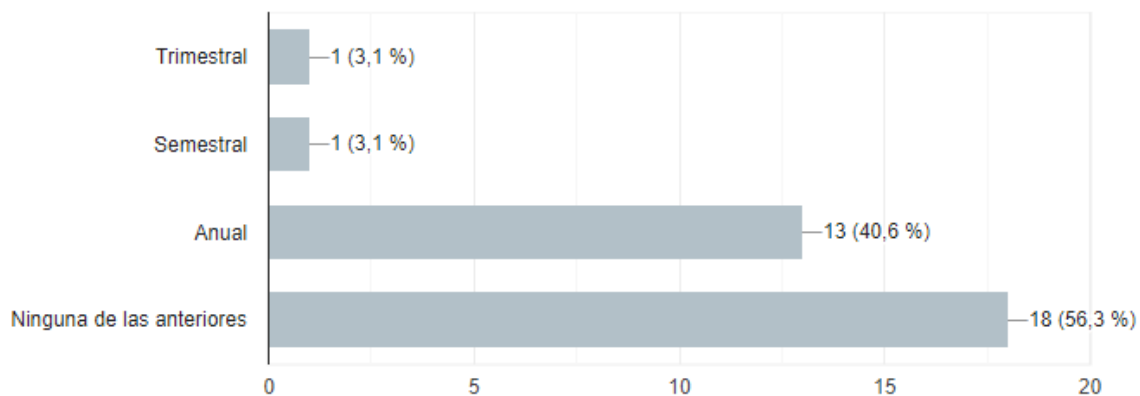
Nota: Elaboración propia, 2021.

Como se puede observar en la figura 11 referente a la primera pregunta de la encuesta, se incluyó el total de los diferentes productos de la línea de tecnología utilizada masivamente,

reflejando así que el 12,5% de las personas compra algún producto tecnológico cada trimestre, 18% de la población encuestada compra cada semestre, el 43,8% compra productos de la línea tecnológica cada año y por último el 31,3% de las personas encuestadas no adquieren productos o lo adquieren en un tiempo mayor a un año. Aquí se puede evidenciar un consumo masivo del 75,10 % de los encuestados frente a un 24,9% de las personas que se encuentran fuera del rango evaluado, haciendo énfasis en este 75,10% del total de población la cual será impactada, en uno o varios productos.

Figura 12

Pregunta 2 ¿Cada cuánto usted adquiere productos de la línea tecnológica? –específicamente licenciamiento de equipos.



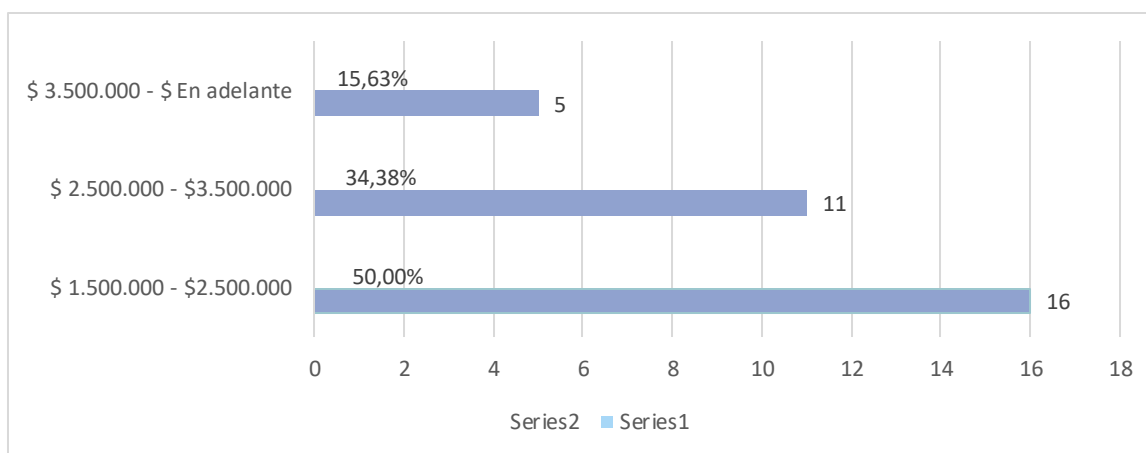
Nota: Elaboración propia, 2021.

La línea de licenciamiento que fue plasmada en la pregunta 2 y graficada en la figura 12, para muchos proveedores puede que sea poco relevante este producto en el mercado ya que en la mayoría de ocasiones los equipos adquiridos vienen con un licenciamiento propio de la marca y del mismo equipo, siendo así compatibles con otros dispositivos o programas. Por esta razón se encuentra que del 100 % de la población, el 18% no adquiere ningún licenciamiento porque no lo necesita o lo puede clonar con licenciamientos gratis o las llamadas licencia piratas.

Pero también se encontró que un 13% adquiere licencias legales para la utilización de los diferentes dispositivos o manejo de aplicaciones ya que cada día se tiene más conciencia de esto, teniendo en cuenta que corporativamente algunas licencias se vencen anualmente y requieren de una compra o consumo recurrente. Por este motivo y para esta población específicamente es importante manejar un tipo de recordación que hace parte de la fidelización para que el cliente siempre este en constante contacto con el proveedor de tecnología y que su recompra sea una variable constante.

Figura 13

Pregunta 3 ¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar? – producto: portátil.



Nota: Elaboración propia, 2021.

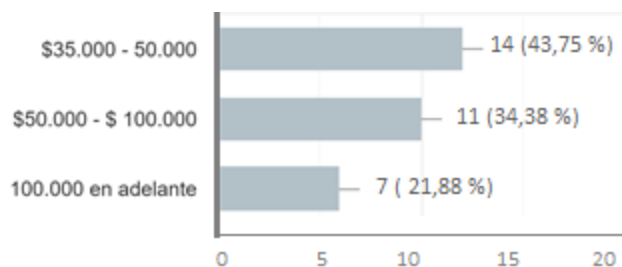
Para el caso de la compra en uno de los productos Premium en el área tecnológica encontramos los equipos portátiles, los cuales hoy en día juegan un papel fundamental en el trabajo y en el estudio, teniendo en cuenta que son la herramienta principal para el trabajo y el estudio. Por este motivo se detalla que su consumo es del 100% en sus diferentes precios y que la vida útil que le están dando a estos equipos están en un rango de 1 a 3 años, adicionalmente se observa que los ingresos de esta población como se evidencia en la figura 13, donde el 50% de los encuestados compraría un portátil gama media baja con el cual pueden realizar su labores

básicas y un poco avanzadas en su trabajo y estudio, en cuanto 34,38% de la población estaría dispuesta a comprar un equipo que se encuentra en el rango de 2.5MM a 3.5MM, este rango se da por tres razones importantes, la primera es que su trabajo o el tipo de carrera profesional se lo solicita, la segunda porque tienen un poder adquisitivo un poco mayor frente al primer segmento y en tercer lugar, porque de una u otra forma desea tener un equipo que marca un diferencial frente a un equipo básico en el mercado.

Para la población equivalente al 15,63% la tendencia se enmarca en personas con un poder adquisitivo mayor, con conocimiento más elevado por encima del promedio de las personas en cuanto a tecnología se refiere, adicionalmente su labor lo requiere y hoy en día la gran mayoría de personas que buscan un perfil gamer, están sobre este rango.

Figura 14

Pregunta 4 ¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar? – producto: memorias.



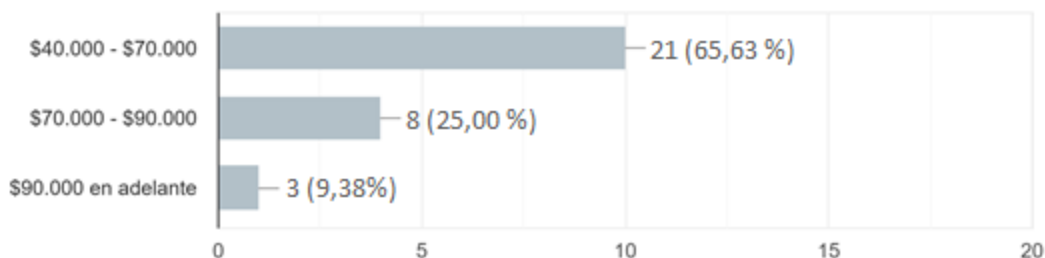
Nota: Elaboración propia, 2021.

Cabe señalar que las memorias se pueden clasificar en memorias USB o discos duros, las primeras son de consumo masivo, se podría decir que el 100 % de la población tiene una, las segundas son los discos duros; son aquellas memorias que requieren mayor capacidad para alojar información importante la cual es utilizada constantemente o que guardan para un futuro no mayor a 3 años, en el primer rango están las memorias USB, las cuales son de fácil acceso y comodidad de transporte, el 43,75% de los encuestados las utilizan como se detalla en la figura

14, en segunda instancia encontramos memorias UBS y algunos discos duros con precios en el mercado desde 50.000 hasta COP100.000 su diferenciación se encuentra en el posicionamiento y representación de la marca, por último, las memorias que tengan un precio por encima de COP100.000 por lo general son discos duros de mayor capacidad, las cuales se requieren para programas, imágenes robustas y corporativamente para alojamiento de programas como backup de las empresas.

Figura 15

Pregunta 5 ¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar? – producto: teclados.

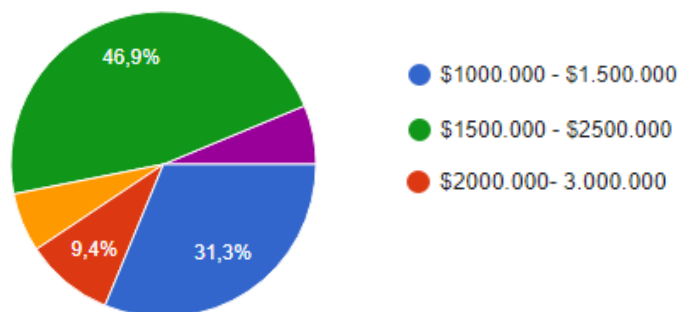


Nota: Elaboración propia, 2021.

Los teclados es uno de los productos que en los últimos años ha tenido un crecimiento exponencial debido a la pandemia, ya que muchas personas que tenían sus equipos PC en la oficina, pasaron a comprar este tipo de equipos junto con los mouses para lograr una ubicación perfecta desde su casa, también es un equipo que puede tener una vida útil de más de tres años y la compra por parte de las empresas se hace masivamente. Ahora bien, se debe tener en cuenta que en el segmento gamer, ha tenido bastante acogida, ya que este tipo de personas requieren de un equipo acorde al resto del equipo, como la torre y la pantalla.

Figura 16

Pregunta 6 ¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar? – producto: equipos de sonido.

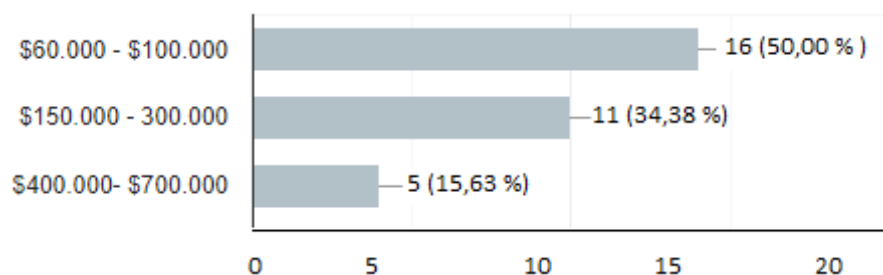


Nota: Elaboración propia, 2021.

Los equipos de sonido es uno de los productos básicos en los hogares, no obstante, han tenido algunas modificaciones en los últimos años, como son torres de reproducción o bafles tweeters, que sirven para ambientar lugares pequeños con sonido estéreo acordes a los espacios de los apartamentos, adicionalmente cuentan con las diferentes opciones de conexión como bluetooth y UBS. Como se logra ver en la figura 16, los encuestados no se inclinan por un valor bajo medio, donde el 46,9% de la población prefiere un amplificador de sonido con un precio acorde al poder adquisitivo de las personas, que finalmente cumple con la misma labor que uno de más potencia. Por otro lado, el 31,3% se inclina por un reproductor con algunas funciones diferentes que en el mercado tienen un valor adicional generando así un diferenciador en el mercado.

Figura 17

Pregunta 7 ¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar? – producto: cámaras web.



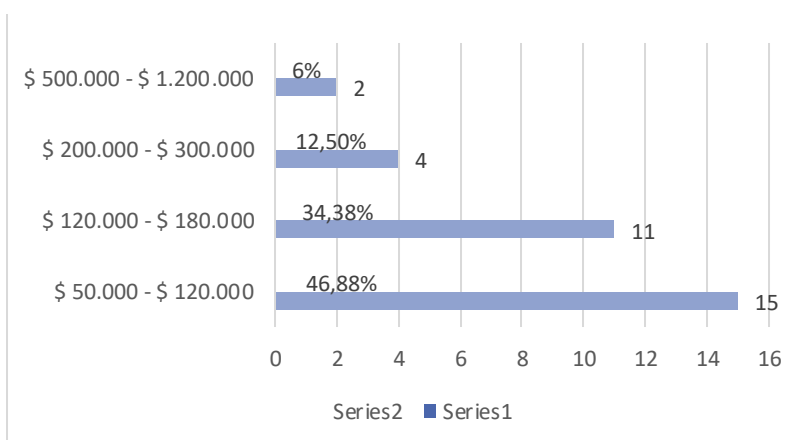
Nota: Elaboración propia, 2021.

De las cámaras web, han dicho que es uno de los artículos que ha tenido y que tendrá mayor acogida en los próximos años, ya que unos de los pilares principales a trabajar a nivel mundial según proyecciones para la red 5G es la seguridad, donde las cámaras virtuales juegan un papel importante para el rastreo y monitoreo, también el sector salud cada día le apuesta a este tipo de tecnología, donde se puedan realizar cirugías de manera remota y el acogimiento de usuarios llegue a ser más amplio. Por otra parte, las cámaras web juegan un papel fundamental en las video conferencias y en los ambientes de salas virtuales, que buscan cada día una resolución perfecta logrando una interacción de realidad virtual.

Según el grupo encuestado plasmado en la figura 17, el 50% de personas se inclinan por cámaras con un precio que oscila entre COP 60.000 y COP 100,000, estas son cámaras para trabajo o estudio desde casa, el cual paso en pandemia a un 90% y que después de la pandemia el home office y la educación virtual sigue teniendo acogida y preferencial por algunos cargos administrativos en el campo laboral y para el sector educación ha permitido una mayor acogida.

Figura 18

Pregunta 8 ¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar? – producto: diademas profesionales.



Nota: Elaboración propia, 2021.

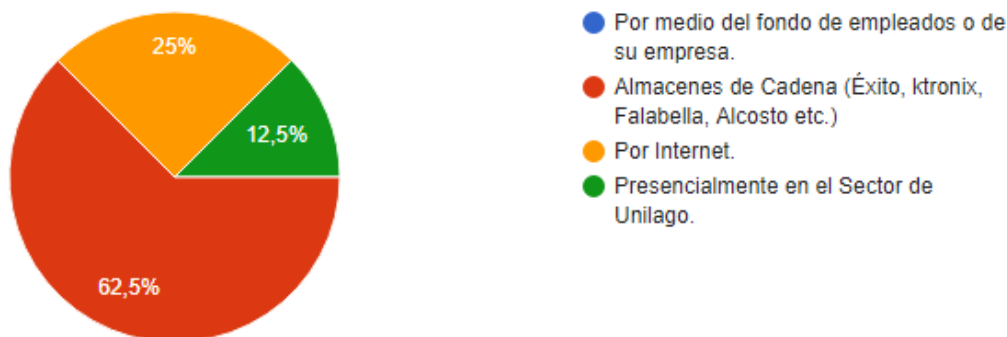
De diademas profesionales es menester señalar que en el mercado hay infinidad de diademas aunque según las tendencias internacionales, lo que se está buscando es cancelación de ruido siendo una de las características más valorada en cualquier marca, la figura 18 muestra una tendencia donde el precio juega un papel en la toma de decisión en la compra de estos dispositivos, aunque teniendo en cuenta que en un futuro una de las enfermedades más recurrentes será la pérdida de la audición, el enfoque tecnológico está inclinado hacia diademas con micrófonos con cancelación de ruido y un manejo adecuado de sonido hasta de 80 decibeles, según la norma interna nacional Osha².

Por este motivo se entiende que hoy en día el 100% de la población económicamente activa utiliza estos dispositivos bien sea en diadema o en auriculares, pero el foco principal para empresas como Ecosistema de Inversiones SAS, no es vender diademas a cualquier público, sino vender diademas que protejan la salud de las personas. Para ello esta empresa debe contar con un pool de expertos que brinden capacitación, generando así conciencia del cuidado de su audición y es allí, donde tendrá la acogida que se espera.

² La Administración de Seguridad y Salud Ocupacional cuyas siglas son OSHA, es organismo nacional de salud pública que se dedica a la defensa de que ningún trabajador debe tener que escoger entre la vida y el empleo.

Figura 19

Pregunta 9 ¿Por qué medio compra tecnología?



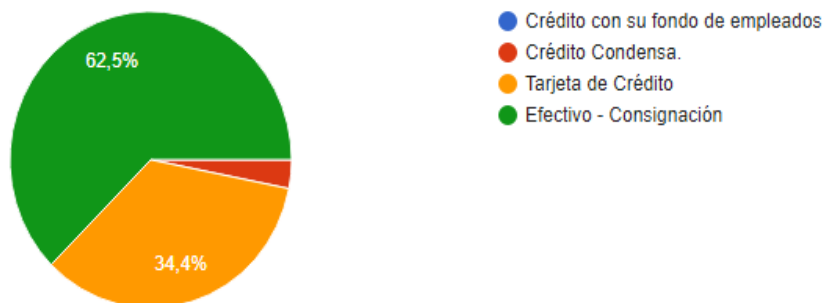
Nota: Elaboración propia, 2021.

Como se puede analizar en la gráfica de la figura 19 y según el estudio de mercado hecho para la presente investigación, los fondos de empleados, no tienen ningún registro por ende es un mercado completamente virgen por explorar, donde se puede incursionar contando con la facilidad que tienen todos los usuarios inmersos en el sistema de fondos de empleados de adquirir productos. Es importante rescatar, que almacenes de cadena como éxito o ktronix, manejan precios preferenciales pues en su pirámide comercial se encuentran como canal de ventas, por ende, sus productos son más bajos que el resto de empresas de la pirámide. Es allí donde se percibe una oportunidad importante para competir con este tipo de empresas.

Para el caso de Ecosistema de Inversiones SAS, impactaría una parte del 62,5% y al mismo tiempo debe realizar un trabajo digital importante con el fin de posicionar una página web e impactar en las redes sociales.

Figura 20

Pregunta 10 ¿Cuáles son los medios de pago que utiliza para comprar tecnología?

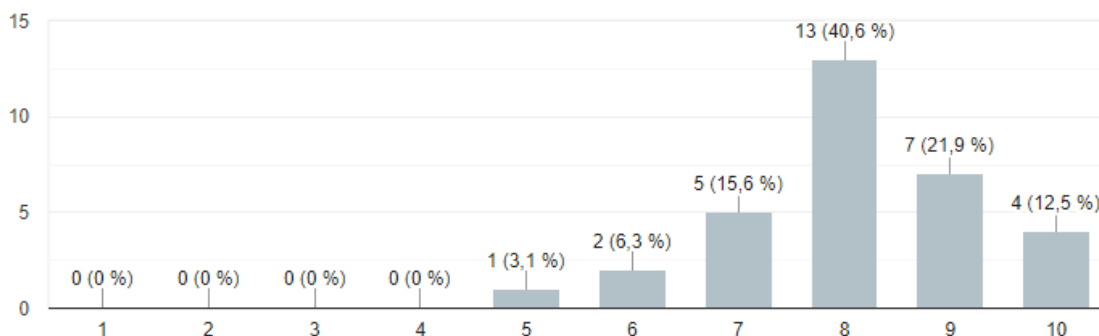


Nota: Elaboración propia, 2021.

En la figura 20 se logra ver que aún las personas prefieren un pago en efectivo, lo cual va directamente relacionado con los lugares de compra, es importante resaltar el crecimiento exponencial en pagos con crédito, ya que las personas buscan de una u otra forma diferir los pagos de sus equipos para no ver afectado su flujo de caja y tener solvencia disponible, por ende acuden a tarjetas de credito, pero si realizaran las compras de sus artículos tecnológicos por medio de los fondos de empleados, podrian tener mejores precios, un credito mas favorable, una asesoria y confiabilidad de la compra. Adicionalmente se debe tener en cuenta que los próximos años, el dinero se manejará netamente virtual y es donde la forma de pago en efectivo o con moneda fiat, va a perder poder de preferencia en el mercado.

Figura 21

Pregunta 11 ¿Del 1 al 11 que tanta confianza tienes de tu proveedor de tecnología?

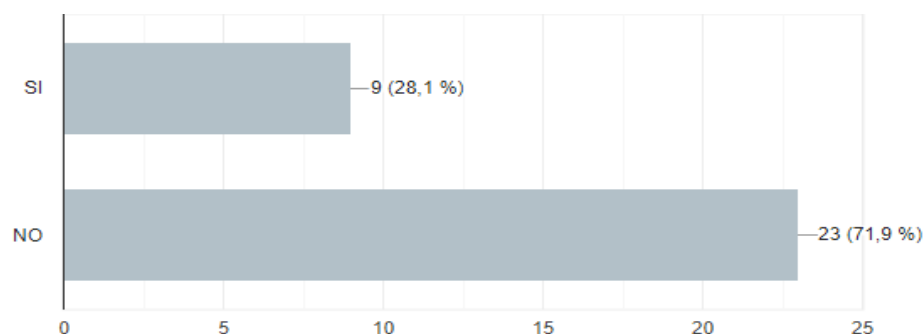


Nota: Elaboración propia, 2021.

Como se percibe en la gráfica de la figura 21, menos del 50% de las personas encuestadas logran tener un nivel de satisfacción alto por su proveedor de tecnología, por ende, hay un camino amplio por explorar ya que en el mercado hay muchas opciones, pero no hay una compañía que haga seguimiento a sus clientes después de la venta, esto para marcar un diferencial frente a la competencia, adicionalmente si tienen que realizar garantías o compra como accesorios, buscan a otro proveedor perdiendo contactabilidad y credibilidad frente a un responsable.

Figura 22

Pregunta 12 ¿Tú proveedor de tecnología te dicta capacitaciones del buen uso de la misma?



Nota: Elaboración propia, 2021.

La gráfica representada en la figura 22 muestra nuevamente un desacuerdo por parte de la población encuestada, donde tan solo un 28,1% frente a un 71,9% logra un grado mínimo de satisfacción con su proveedor de tecnología; esto se debe a la falta de seguimiento por parte de proveedor tecnológico y su estructura comercial, que no le permite fidelizar a sus clientes sino

vender en una sola vez sin tratar de generar un recurrente. Ampliando un poco esta información se tiene que, si un cliente se encuentra satisfecho por la adquisición de su producto y tiene seguimiento postventa y una fidelización constante, se logrará una recompra, pero también recomendación a sus más allegados.

Para el caso de los fondos de empleados tendrán siempre una constante y es el proveedor tecnológico y una variable que vendría siendo el producto, adicionalmente a esto la facilidad y confiabilidad que le brinda el acuerdo que exista entre las partes (Fondo de empleados – proveedor). Sumándole a ello la facilidad de pago, la constante retroalimentación de nuevos productos y el acompañamiento por parte de un asesor de servicios.

Análisis encuesta estrategia mercado.

De acuerdo a los datos arrojados por el instrumento de recolección se pudo establecer que del 100% de la población encuestada se puede evidenciar un consumo masivo anual del 75,10 % de los encuestados frente a un 24,9% de las personas que se encuentran fuera del rango evaluado, haciendo énfasis nuevamente en este 75,10% del total de población la cual será impactada, en uno o varios productos.

Ahora bien, si se genera una relación donde este 75,10% de la población encuestada es el equivalente al 1% del número de asociados del mercado objetivo, se establece por ende que la cantidad de personas que comprarían al menos un producto del portafolio durante el año sería de 1.979, cantidad esperada en ventas para el primer año.

Sin embargo, y de acuerdo a la estrategia, la población a impactar se puede ver en la siguiente tabla:

Tabla 8

Mercado objetivo potencial de compras a crédito.

Asociados Bogotá	Condición	% Compra	% Compradores	Cantidad	Población Impactada	% Población Impactada a crédito
1.275.935	No Compran	31,3%		399.368		
	Contado	68,7%	62,5%	876.567	333.096	4%
	Crédito		38%			

Nota: Elaboración propia, 2021.

De acuerdo con la tabla 7 la cantidad de asociados en Bogotá corresponde a 1.275.935 personas de las cuales el 68,7% compran un producto tecnológico, de esa cantidad 38% correspondiente 333,096 personas compran a crédito, en la estrategia de mercado planteada, se busca llegar al 4% de esta población, que en total son 12.759 personas, que son igual al mercado objetivo. Este 4% de la población impactada durante 5 años, es igual a la cantidad de personas que comprarían trimestralmente, según la encuesta.

3.1 Concepto del producto o servicio.

Retomando los dos conceptos nombrados al inicio sobre la división de tecnología blanda y dura o servicios tangibles o intangibles, encontramos para el caso práctico que Ecosistema de Inversiones SAS, tendrá en su portafolio de opciones un mix que involucran la comercialización de productos o equipos físicos, servicios de mantenimiento y capacitación de los mismos, abarcando así un nicho más robusto de clientes, generando fidelización y cubriendo las necesidades del cliente en un servicio integral.

Estos son algunos productos que se comercializarían, se informa que los productos que se encuentran resaltados en negrilla actualmente son los que se comercializan.

1. Producto y equipos: en esta sección encontrará un abanico de artículos tecnológicos, los cuales se dividen por categorías:

- Equipos de cómputo, que son **portátiles**, tabletas y computadores de escritorio.
Periféricos: **Diademas telefónicas, mouse - teclados**, parlantes, cámaras web, cámaras de seguridad, Speakers.
- Equipos de Oficina: Escritorios, routhers, Sillas, apoya pies, Sistema de ingreso, tarjetas de ingreso, lectores códigos de barras, toda la gama de impresoras y aprovisionamiento de productos gamer. Licenciamiento.
- Movilidad: Celulares, drones, gafas 3D.
- Cableado Estructurado: Cables, switches. Discos duros, almacenamiento.

2. Servicios:

- **Mantenimiento de equipos de cómputo.**
- Venta de partes de partes de equipos: **Flex, pantallas de portátiles, baterías, cargadores, teclados de portátiles.**
- **Mantenimiento de Diademas profesionales.**
- **Etiquetas e instalación de control de inventarios NFC**
- Venta de Accesorios de diademas: **Auriculares en Espuma**, Espuma para micrófono de voz, kit de desinfección, estuches de diademas.

3. Capacitaciones:

- **Capacitación del buen uso de las diademas.**
- **Capacitación de cuidado nuestro cuerpo en posturas laborales.**

- Capacitación de portátiles
- Capacitación en redes.

Para el caso de los F.E y C.H, los productos que se comercializar inicialmente son los siguientes:

- Diademas profesionales.
- Combo Mouse y teclado.
- Computadores portátiles
- Mantenimiento de computadores
- Mantenimiento de diademas

3.2 Estrategias de distribución.

Figura 23

Distribución y logística.



Nota: Elaboración propia, 2021.

Para la estrategia de distribución es importante rescatar el esquema de comercialización, para el caso de los F.E y C.H, Ecosistema de Inversiones SAS, se debe apalancar en la página web de los fondos de empleados, donde debe cargar la información de los nuevos productos, las promociones y participar en las diferentes ferias que realice los fondos y las corporaciones.

Tabla 9*Logística de entrega.*

LOGÍSTICA DE ENTREGA			
PEDIDOS	DIA	MES	AÑO
Cantidad Proyectada	9,7	242	2,906

Nota: Elaboración propia, 2021.

Teniendo en cuenta la proyección de ventas en los diferentes periodos, para el primer año la cantidad de pedidos entregados diariamente serán 24, los cuales se dividirán de 4,5 pedidos por jornada, teniendo en cuenta la política de entrega y proceso logístico.

Política de entrega y proceso logístico:

- El asociado realiza la cotización por la página del F.E o C.H.
- El asociado realiza la solicitud formal F.E o C.H.
- El F.E o C.H realiza la solicitud al proveedor tecnológico.
- El proveedor tecnológico le envía un correo de confirmación del pedido y cotización formal por la plataforma ALEGRA (facturador electrónico).
- El F.E o C.H, realiza el pago por los diferentes medios (transferencia electrónica).
- Una vez realizado el pago, por parte de F.E y C.H al proveedor tecnológico, el proveedor tecnológico realiza una orden de compra al mayorista para separar la mercancía y se realiza el pago por transferencia bancaria.
- Los compas que se realicen en la jornada de la mañana se entregarán en las horas de la tarde por parte del mayorista.

- Una vez la mercancía llegue a las instalaciones del Proveedor de Tecnología, se realizará el proceso de ingreso, se etiquetará y empacará para despacho.
- El tiempo de entrega para la ciudad de Bogotá será de uno o dos días y para otras ciudades de 3 a 4 días, hábiles.

Para el caso de mantenimiento de computadores, el tiempo de revisión es de media jornada después de la fecha de ingreso, la revisión no tiene ningún costo, después se envía un reporte elaborado por el área técnica donde se describe el paso a paso del proceso técnico a realizar. Una vez el cliente o el asociado acepte las condiciones, se procederá a realizar el proceso de facturación, recepción del pago y el producto se entrega en dos días. Para el caso de las diademas el periodo de entrega es de una semana por el volumen esperado en el sector empresas.

3.3 Estrategias de precio.

Los precios están establecidos de acuerdo a un sondeo del mercado, pero por lo general tendrán un incremento compra versus venta de un 15% fuera de impuestos.

Cálculo de definición de precio:

Compra individual:

- Precio de compra /,85: Precio de venta + impuestos: Valor Facturado

Compra Masiva:

- Precio de compra /,90: Precio de venta + impuestos: Valor Facturado.

3.4 Estrategias de promoción.

- Se debe realizar una estrategia de promoción que incluya producto, obsequios y descuentos para los F.E y C.H, esta estrategia debe ir acompañada de un plus que los beneficie, como descuento por compras masivas y pagos anticipados. Entre un 1% y un 3%.
- Se deben vender algunos productos en combo, por ejemplo, los teclados y los mouses, las diademas y el kit de desinfección, las diademas y el servicio NFC, dando un plus al cliente y realizando descuentos por comprar en combo.
- Para los F.E y C.H cada trimestre se les obsequiará productos a los empleados y al final del año, dependiendo de su comportamiento de ventas, un equipo de cómputo.

3.5 Estrategias de comunicación.

El proveedor tecnológico para este caso Ecosistema de Inversiones SAS, se apalancará en las diferentes páginas WEB creadas por los fondos o cooperativas donde se cargan los productos semanalmente, sin embargo, es importante que el cargue de imágenes de productos se realice dos o tres veces por semana, esto debido a la alta rotación de inventarios que genera este producto. Por otro lado, se buscará estrategias de promoción donde los F.E y C.H impulsen la venta de estos productos.

3.6 Estrategias de servicio.

Con el fin de mantener altos índices de servicios, el proveedor tecnológico (Ecosistema de Inversiones SAS) debe colocar a disposición los siguientes recursos con el fin de mantener una fidelización constante:

- Una línea de atención al cliente 5 x 8: cinco días de la semana, ocho horas laborales.
- Una línea de whatsapp con servicios 5 x 10: cinco días de la semana, diez horas laborales.
- Una línea fija virtual 5*8.

- Un día por semana un representante comercial del proveedor tecnológico estará una o media jornada laboral en las instalaciones del F.E y C.H, con el fin que puedan tener a la mano una persona que les ayude con las solicitudes, que realice algunas explicaciones del proceso y también pueda realizarse promoción y comercialización durante esa jornada.
- Se habilitará un zoom de hora y media semanal donde los asociados o empleados del F.E y C.H, puedan conectarse y tengan respuesta a sus solicitudes. Esto aplica también para ciudades.

3.7 Presupuesto de la mezcla de mercado.

Tabla 10

Gastos.

Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de personal en ventas	72.960.000	75.878.400	78.913.536	82.070.077	85.352.881
Hosting	960.000	998.400	1.038.336	1.079.869	1.123.064
Publicidad	1.200.000	1.248.000	1.297.920	1.349.837	1.403.830
Gestión en ventas	20.440.000	21.257.600	22.107.904	22.992.220	23.911.909
Total Presupuesto mezcla de mercadeo	95.560.000	99.382.400	103.357.696	107.492.004	111.791.684

Nota: Elaboración propia, 2021.

El presupuesto de la mezcla de mercado como se visualiza en la gráfica, es la discriminación del ítem de gastos de ventas que se encuentra al interior gastos operacionales de la proyección y en el PYG, para el caso de gestión de ventas las cifras proyectadas fueron:

- Investigación y desarrollo: 8.440.000
- Promoción: 3.600.000
- Muestras: 8.400.000

Para un total de 20.440.000 de gestión en ventas.

3.8 Estrategias de aprovisionamiento proyección de ventas.

Una de las estrategias importantes para obtener éxito en el negocio de tecnología consiste en tener unos buenos proveedores que brinden alternativas como precios competitivos, amplitud en los servicios, descuentos por volumen y crédito para el pago.

Adicional a esto, siempre estar en la búsqueda de proveedores que cumplan la misma función y que cada vez sea más cercano a la pirámide de producción, con el fin de buscar descuentos y un relacionamiento directo. Estos son los proveedores actuales:

- PYM
- MPS Mayorista
- Impresistem.
- Incomex.
- Ingram

Estos cuatro proveedores mayoristas realizan compras masivas a los proveedores y fabricantes directos en el exterior, algunas de las marcas que comercializan son: Jabra, Asus, Aruba, Lenovo, Dell, Epson, Adata, Cisco, entre otros. Los equipos de estas marcas, son las que se venden a cliente final.

Actualmente se tiene convenio con cada una de las empresas para comercializar todos los productos que se importan y se está negociando tener crédito a 30 días, para ello se requiere la demostración de un flujo constante de ventas, un buen comportamiento como cliente y el diligenciamiento de documentación respaldo, ítems que van con un buen rumbo cumpliendo los objetivos establecidos tanto para la política de cartera de crédito a 30 días, como para el aprovisionamiento de recursos y descuentos.

Es importante aclarar que el aprovisionamiento con los proveedores es el de manejar el inventario de ellos y no el de comprar inventario para tener en stock ya que esto requiere de una inversión con un riesgo alto a una baja rotación.

4. Proyección de ventas.

4.1 Proyección mínima a cinco (5) años.

La proyección de ventas en unidades como resultado de ingresos van a ser los siguientes:

Tabla 11

Proyección de productos vendidos anualmente.

Cantidad de bienes y servicios proyectados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Diademas	1.706	1.796	1.877	1.962	2.050
Unidades Mouse y teclado	240	253	264	276	288
Unidades Computadores portátiles	180	190	198	207	216
Unidades Mantenimiento de computadores	180	190	198	207	216
Unidades Mantenimiento de diademas	600	632	660	690	721

Nota: Elaboración propia, 2021.

Para la proyección de ventas se tuvo en cuenta un incremento anual calculando las siguientes variables macroeconómicas:

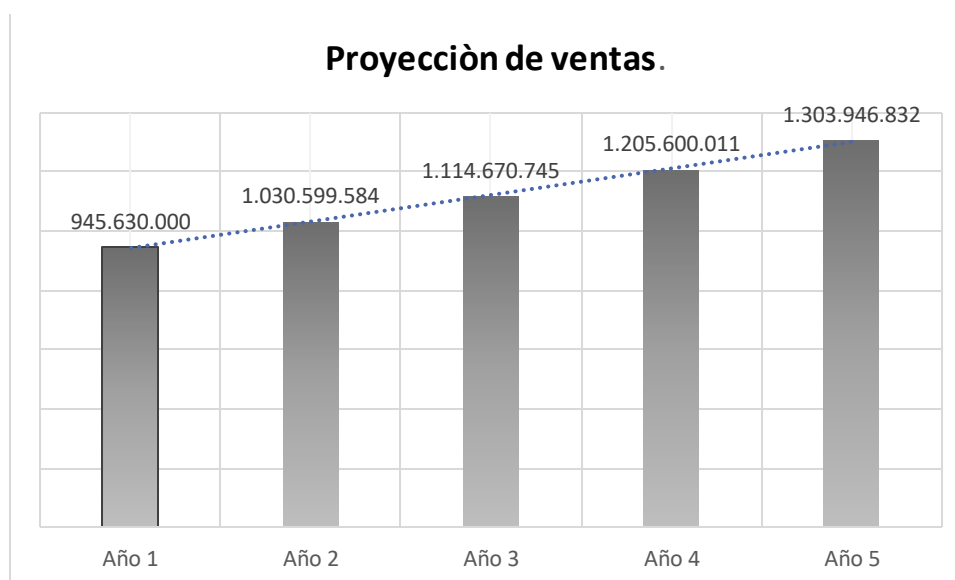
- Una inflación del 3,00% Promedio como *meta inflacionaria* según reporte del DANE y las expectativas del banco de la República. de los últimos cinco años, teniendo en cuenta que el promedio de *inflación* de dichos años se ha sido calculado en 3,35%
- Un Índice de precios del productor (en adelante IPP): anual del 4.00%: calculado con el promedio del Índice de Precios al Consumidor (en adelante IPC) que para el 2021 fue del 4,58, según el reporte publicado en la página del Banco de la Republica para octubre de 2021. Este dato es sugerido por el (DANE), ya que algunas entidades no alcanzan a reportar los precios del mes completo.

- Un crecimiento del PIB del 4,50% para el primer año y de 4.00%, según un artículo de economía publicado en la página Bloomberg Línea sobre el PIB de Colombia en 2021 es: “de 8% a 9,5% y de 3,2% a 3,5%”, llegando a la conclusión de un PIB del 4,5% promedio.

4.2 Justificación de las ventas.

Figura 24

Proyección de ventas.



Nota: Elaboración propia, 2021.

Tabla 12

Proyección de ventas.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	945.630.000	1.030.599.584	1.114.670.745	1.205.600.011	1.303.946.832

Nota: Elaboración propia, 2021.

Este análisis se toma de la experiencia de otros canales que hoy en día funcionan en el mercado, adicionalmente de la experiencia del proveedor tecnológico Ecosistema de Inversiones SAS, en su vigencia de 4 meses.

Para llegar a los números planteados en la proyección de ventas del estado de resultados, hay que tener en cuenta el siguiente análisis: un canal de tecnología maneja al interior una categorización de comerciales, segmentada por tipo de clientes y conocimiento u experiencia del mismo comercial, estas categorías son: *junior, master y senior*. A cada comercial categorizado se le entrega una base de clientes que están clasificados por tamaño y de acuerdo al crecimiento de sus ingresos año a año, para pronosticar cuanto es la meta promedio que el comercial puede vender, pero que el cliente también puede comprar.

Una vez entregada la proyección de ventas planteada para el año, se divide esta meta en cada uno de los comerciales, la cual será evaluada mensual, por Q (trimestral), anual y comparada año a año, con el fin de llegar a los números establecidos por la compañía.

Esta tabla es un rango de ventas promedio que se manejan en varios canales en el mercado.

Tabla 13

Rango de ventas promedio en canales comerciales.

Ventas Mensuales	
Categoría	Millones en Ventas
Junior	20MM - 40.MM
Master	50MM - 100 MM
Senior	100 MM - 150 MM

Nota: Elaboración propia, 2021.

Para este caso práctico se tomaron las ventas de una comercial categoría *master* donde el rango de ventas mensuales está entre 50 millones y 100 millones de pesos, ahora bien, si se promedia las ventas que realiza el comercial versus las ventas establecidas por la empresa para el primer año, el planteamiento quedaría de la siguiente forma:

- Ventas anuales: COP 945.630.000.
- Ventas trimestrales Q: COP 236.407.500.
- Ventas mes: COP **78.802.500.**

De acuerdo a este planteamiento se establece que el promedio de cumplimiento del comercial será del 79%, el cual se encuentra en el rango, teniendo en cuenta que las ventas no siempre son las mismas para todos los meses y que el comportamiento del mercado varía constantemente, adicionalmente permite un crecimiento constante del mismo comercial para establecerse sus propios objetivos.

Para llegar a las ventas de COP 78.802.500 mensuales, se proyecta el promedio de los servicios tangibles e intangibles que se venderán en el mes por unidad para llegar a la meta establecida.

Tabla 14

Precio en unidades de bienes y servicios.

Precio Por Producto	Año 1	Unidades	Valor Total
Precio Diademas	255.000	142	36.252.500
Precio Mouse y teclado	55.000	20	1.100.000
Precio Computadores portátiles	2.500.000	15	37.500.000
Precio Mantenimiento de computadores	160.000	15	2.400.000
Precio Mantenimiento de diademas	31.000	50	1.550.000
Total de Unidades y ventas en el mes		242	78.802.500

Nota: Elaboración propia, 2021.

Una vez identificadas las cantidades de ventas mensuales pronosticamos la cantidad de servicios a entregar, para ello esto es importante tener en cuenta la cantidad de ventas anuales proyectada en la tabla 11.

Ahora bien, para aterrizar dicho planteamiento se debe tomar a consideración que, según la Superintendencia de la Economía Solidaria, se encuentran activos en Colombia 1.508 fondos de empleados, solo en Bogotá 1064 y el número de asociados a estos fondos de empleados son de 1.275.935.

4.3 Política de cartera.

La política de cartera estará ajustada según el mercado de la siguiente forma:

Para compras del proveedor tecnológico Ecosistema de Inversiones SAS mantendrá una política de pagos para sus proveedores de 30 días, y para ventas proveedor tecnológico esta empresa mantendrá una política de cobro y rotación de cartera de 15 días en clientes categorizados.

La cartera de clientes establece un máximo de recuperación de cartera promedio de COP 46.670.393 por los cinco años y anualmente está dividido así:

- Año 1: COP 39.401.250
- Año 2: COP 42.941.649
- Año 3: COP 46.444.614
- Año 4: COP 50.233.334
- Año 5: COP 54.331.118

En estos dos ejemplos se deben realizar acuerdos marcos con los mayoristas y los clientes donde se hace un estudio de crédito según antigüedad de compras, antigüedad de constitución, estudio financiero y diligenciamiento de documentación.

5. Operación.

5.1 Ficha técnica del producto o servicio.

Relacionando los productos que tienen más acogida por parte de los clientes, a continuación, se describe las fichas técnicas de productos:

Figura 25

Diadema Telefónica Jabra Evolve 20 Monoaural

JABRA EVOLVE 30/20

Auriculares profesionales con cable. Productividad potenciada.

- Micrófono con cancelación de ruido que elimina el ruido ambiental. La persona con la que está hablando no tendrá dificultades para escuchar lo que dice.
- Funcionan desde el primer momento con todas las principales plataformas de UC. La instalación es tan fácil como conectarlo.
- Controlador de llamadas con botones grandes e indicadores LED, para facilitar la gestión de llamadas y de la música. Conteste o finalice llamadas, controle el volumen, o silénciese.
- Conéctelos a su PC mediante USB o use el jack 3.5 mm¹ para tener conectividad con un dispositivo personal - como un smartphone o una tablet - para trabajar o escuchar música cuando quiera.
- Almohadillas suaves de polipiel para comodidad durante todo el día. Incluidas con 30 y Evolve 20 Special Edition.

Ambiente de trabajo: Oficina

Funciona con: Software, dispositivos Android y Apple, smartphones y Tablets

Compatibilidad: 



EVOLVE 20
Versiones USB-A y USB-C disponibles

EVOLVE 30

Nota. Diadema Jabra Evolve 20. (2021) Tomado de catálogo de proveedor PYM Mayorista representantes de la marca Jabra en Colombia (p.33).

(file:///C:/Users/HP/Desktop/Ecosistema%20De%20Inversiones/Marketing/CATALOGO%20JABRA%202020.%20(2).pdf).

Figura 26

Combo Genius Teclado y Mouse.



Nota. Combo Teclado Mouse. (2021) Tomado de la página del proveedor Impresistem representantes de la marca Genius en Colombia.

(<https://www.impresistem.com/es/accesorios/7192-31010116100-1031721.html>).

- Material: 1040471 N/P: 31330001414
- Combo Genius KM-160 alámbrico, USB, resistente a salpicaduras de líquidos
- Teclas cóncavas, impresión láser para mayor duración en teclas,
- Indicador de mayúscula y teclado numérico.
- mouse óptico, 1000 DPI. 3 botones.
- Largo de cable 1.5 mts. Español.
- Compatible Windows 7, 8, 8.1, 10 o superior
- Mac OS X 10.8 o superior.
- Garantía 1 año.

Figura 27

Equipo de cómputo – portát



Nota. Computador portátil Marca Dell. (2021) Tomado de la página de proveedor Intcomex, representantes de la marca Dell en Colombia. <https://store.intcomex.com/es-XXMX/Product/Detail/359256>

- Portátil DELL INSPIRON
- Intel Core i3
- 15,6 pulgadas
- Memoria: 4BG
- Disco: 1 Tera.
- Sistema Operativo: Windows 10 home
- Single lenguaje español e inglés.

➤ *Mantenimiento de computadores*

- Cambio de partes.
- Mantenimiento Correctivo y predictivo
- Ensamble
- Limpieza
- Soporte técnico
- Instalación de programas
- Asesoría técnica

➤ *Mantenimiento de Diademas*

- Cambio de partes.
- Mantenimiento Correctivo y predictivo
- Ensamble
- Limpieza
- Soporte técnico
- Sincronización
- Capacitación del buen uso

5.2 Estado de desarrollo.

La empresa Ecosistema de Inversiones SAS fue registrada en Cámara y Comercio de Bogotá el 10 de agosto del 2021 y durante estos cuatro meses, se ha logrado consolidar en cinco

empresas importantes en Colombia como proveedor tecnológico. Actualmente cuenta con los siguientes ítems que ha venido desarrollando y mejorando en el tiempo:

- Hoy cuenta con un base de datos de 2000 clientes aproximadamente.
- También tramitó toda la documentación y el proceso para generar factura electrónica.
- A la fecha ha facturado más 50 millones de pesos en diferentes clientes en estos cuatro meses de actividad.
- Ha logrado incrementar los proveedores y consolidar una excelente relación comercial.
- Su oferta de servicio tuvo un cambio exponencial ampliando la gama de productos y servicios.
- El nivel de servicio a los clientes se encuentra en menos de 2 horas, brindando una solución acorde a la necesidad de los clientes.
- Se cuenta con un protocolo de mantenimiento de diademas y computadores, donde se estableció una política de servicio para cada producto, protocolizando su proceso.

Una demostración del crecimiento que ha tenido la compañía en este tiempo, se refleja en la figura 26 que corresponde a una evaluación realizada por parte de uno de los clientes más importantes que maneja el sector gobierno.

Figura 28

Evaluación de proveedores – ASD

ASD			Evaluación de proveedores
<p>Fecha 22/09/2021 Evaluación Selección de Proveedores de Bienes o Insumos, Maquinaria y Equipos Proveedor(es) ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS Proceso de compra ODC 6942</p>			
Aspecto	Criterios	Calificación	
ECONÓMICO	Precio Comparado con otros Proveedores	Intermedio	
	Facilidades de Pago	Contado (Aplica para pagos anticipados y saldos al final de la entrega a satisfacción)	
	Descuentos	Si	
	Tiempo de Garantía	Mayor a un año	
DOCUMENTAL	Documentación Legal	Presenta Documentación parcialmente completa, pero no está acorde a la necesidad	
	Especificaciones de Calidad	Posee Certificado de Calidad o de producto (certificaciones de casa matriz, cumplimiento de normatividad legal asociada)	
	Confirmación de Referencias Cumple con requisitos de SST	La validación fue positiva Presenta documentación completa, solicitada por SST (Fichas técnicas, certificados, manuales, etc)	
LOGISTICO	Facilidades de Entrega del Bien o Insumo	Se debe retirar en las instalaciones del Proveedor	
Puntaje			70
Nivel: APROBADO			
Interpretación: El proveedor cumple satisfactoriamente con lo requerido			
Retroalimentación adicional: El incumplir con cantidades solicitadas llega afectar la operación y los proyectos. Se recomienda el compromiso al momento de cotizar y confirmar las cantidades disponibles para no volver a incurrir en esta falta.			

ASD			Evaluación de proveedores
<p>Fecha 23/09/2021 Evaluación Control de Desempeño Proveedores de Bienes o Insumos y Maquinaria y Equipos Proveedor(es) ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS Proceso de compra ODC 6942</p>			
Aspecto	Criterios	Calificación	
COMERCIAL	Precios	El proveedor maneja precios acordes al mercado.	
	Oportunidad en la atención	Presenta una atención oportuna	
	Calidad en la atención	La respuesta a los requerimientos planteados es parcial a lo solicitado	
TÉCNICO	Cumplimiento de Especificaciones Requeridas	Cumple parcialmente corrigiendo No Conformidades	
	Cumple con requisitos de SST	Cumple con los requisitos de SST completa, solicitada por SST (Fichas técnicas, certificados, manuales, etc)	
LOGÍSTICO	Cumplimiento de Cantidades	Cumple parcialmente afectando el desarrollo del proceso	
	Oportunidad en la Entrega	El día pactado	
Puntaje			73

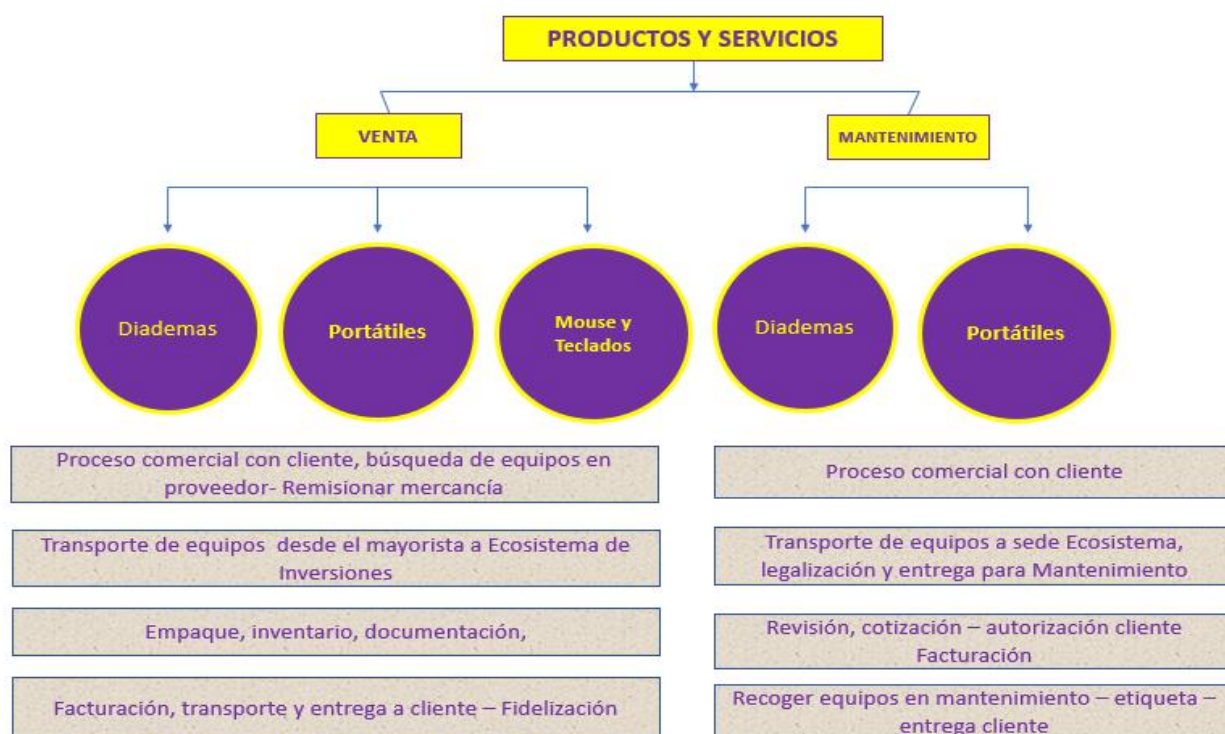
El valor arrojado muestra un nivel aprobado satisfactoriamente para los requerimientos del cliente, este dato también refleja que durante estos cuatro meses se han alcanzado logros a nivel logístico, administrativo y comercial, encontrando que se tiene una oportunidad gigante de crecimiento y que el proyecto va por un buen camino.

5.3 Descripción del proceso.

El siguiente diagrama describe el proceso comercial que actualmente realiza Ecosistema de inversiones SAS en los diferentes productos que maneja desde la cotización hasta la entrega del producto.

Figura 29

Proceso comercial Ecosistema de Inversiones SAS.



Nota: Elaboración propia, 2021.

5.4 Necesidades y requerimientos.

En función del crecimiento para la empresa, se requieren algunas inversiones que apuntan al confort y la comodidad del área comercial y gerencial, con equipos y herramientas de trabajo acorde a la labor administrativa a realizar.

Desde el balance general se registran en la casilla de muebles y enseres por un valor de COP 1.300.000, dinero que se destinarían para la compra de dos escritorios para oficina con sus respectivas sillas, cada uno por un valor de COP 650.000. También se requiere equipos de oficina por valor de COP 3.800.000. correspondientes a dos equipos de cómputo, uno para el área gerencial por valor de COP 2.000.000 y el otro para el área administrativa por valor de COP 1.800.000.

Adicional a esto dos ítems se reporta en el ítem de obligaciones financieras: un valor de COP 28.000.000 los cuales serán destinados para obtener liquidez en el ejercicio comercial de compra y venta con los proveedores y los clientes, generando así mayores volúmenes de venta.

El total de las necesidades y requerimientos es:

- Muebles y Enseres COP 1.300.000.
- Equipo de Oficina COP 3.800.000.
- Obligaciones Financieras COP 28.000.000

Total: COP33.100.000

5.5 Plan de producción.

A diferencia de algunas empresas que requieren un plan de producción como manufactura o desarrollo de producto, para el caso de Ecosistema de Inversiones SAS será el de implementación comercial, donde año a año el grupo comercial se incrementa teniendo un mayor conocimiento

técnico comercial y a su vez incrementen las ventas periódicamente, las cuales serán el insumo de la que será la producción constante.

A continuación, se expondrá el Funnel de ventas con las proyecciones que mes a mes un comercial debe manejar y con el que se debe medir teniendo en cuenta que realice una contactabilidad de 16 clientes diarios, uno cada 30 minutos, para llegar a los siguientes resultados:

Figura 30

Funnel de ventas



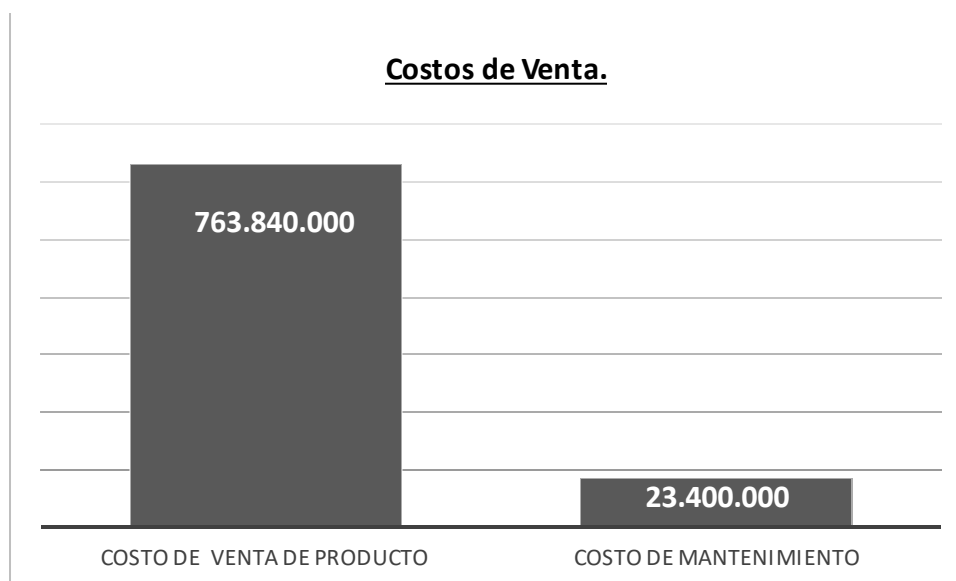
Nota: Elaboración propia, 2021.

6. Plan de compras.

Adquisición de las diademas y de los equipos periódicamente, a medida que los clientes van solicitando productos y servicios, Ecosistema va comprando a los importadores.

7. Costos de Venta.

Los costos totales de venta para el primer año son de: COP 358.320.000 divididos de la siguiente forma:

Figura 31*Costos de Venta*

Nota: Elaboración propia, 2021.

Como observamos en la figura 31 los costos de venta se dividen en costo de venta de producto que corresponde al valor de compra de los equipos antes de impuestos y los costos de mantenimiento que son todos aquellos que se realizan para computadores y diademas.

Tabla 15*Costos de venta de productos a comercializar.*

Costo Unitario de Equipos	Valor Unitario	Unidades Año 1	Valor Total
Costo Diademas	200.000	1.706	341.200.000
Costo Mouse y teclado	36.000	240	8.640.000
Costo Computadores portátiles	2.300.000	180	414.000.000
Total costo unitario de equipos		2.126	763.840.000

Nota: Elaboración propia, 2021.

Tabla 16*Costos de mantenimiento.*

Costo Unitario de Mantenimiento	Valor Unitario	Unidades Año 1	Valor Total
Costo Diademas	80.000	180	14.400.000
Costo Mouse y teclado	15.000	600	9.000.000
Total costo unitario de mantenimiento		780	23.400.000

Nota: Elaboración propia, 2021.**8. Infraestructura.**

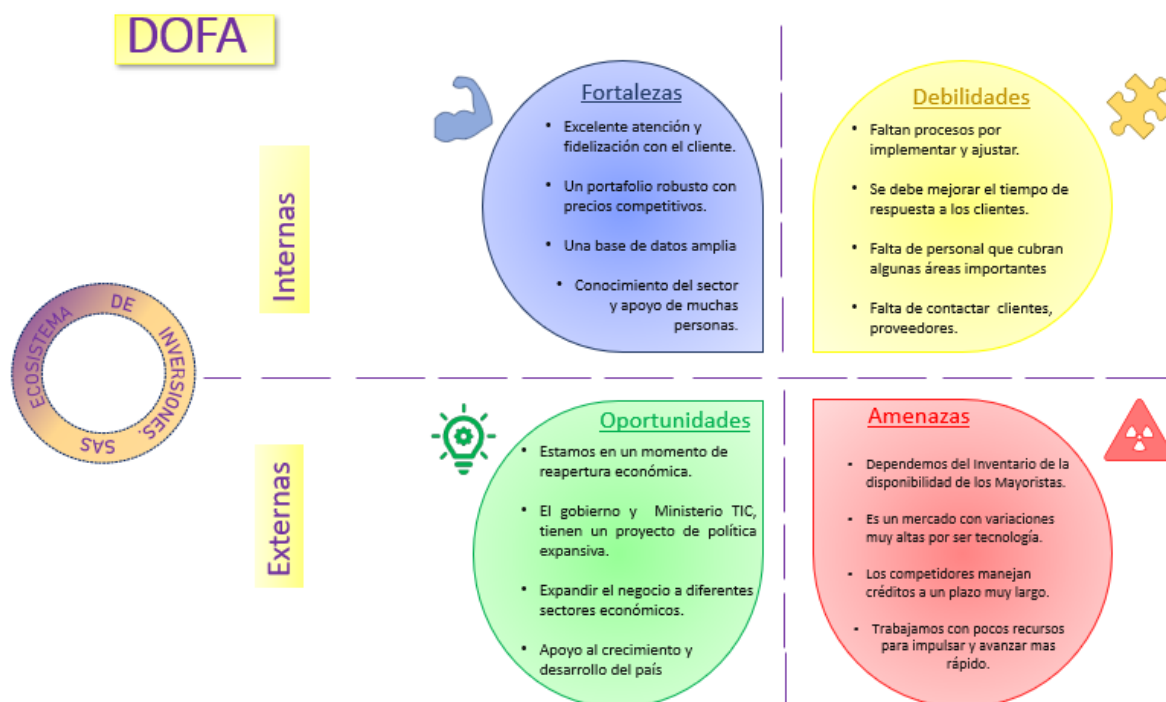
Para el desarrollo de las actividades al interior de Ecosistema de Inversiones SAS, se ha requerido de los siguientes elementos.

- Muebles y enseres por un valor de COP 1.300.000, representado en escritorios para oficina con sus respectivas sillas, cada uno por un valor de COP 650.000.
- También se utilizan equipos de oficina por valor de COP 3.800.000 correspondientes a dos equipos de cómputo para el gerente y el área administrativa por valor de COP 2.500.000 y dos celulares para las mismas áreas por valor de COP 650.000 de cada uno.

9. Estrategia organizacional.**9.1 Análisis DOFA.**

Figura 32

Dofa



Nota: Elaboración propia, 2021.

9.2 Organismos de apoyo.

Para el desarrollo e investigación de este proyecto se ha requerido ayuda de las siguientes entidades, Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomas, la Superintendencia de Economía Solidaria, el Ministerio de las TIC y proveedores mayoristas de tecnología.

También han contribuido las siguientes personas:

- Profesor - Miguel Antonio Alba, docente de la Universidad Santo Tomas: Tutor Principal.
- Abogada – Heidi Laura Méndez Riaño, Asesora Jurídica U. Nacional: Asesoría Legal.

- Profesor – Rodrigo Castelazo, docente de la Universidad Santo Tomas: Catedra y Directrices.

A futuro se requerirá las siguientes personas que sigan contribuyendo al proyecto:

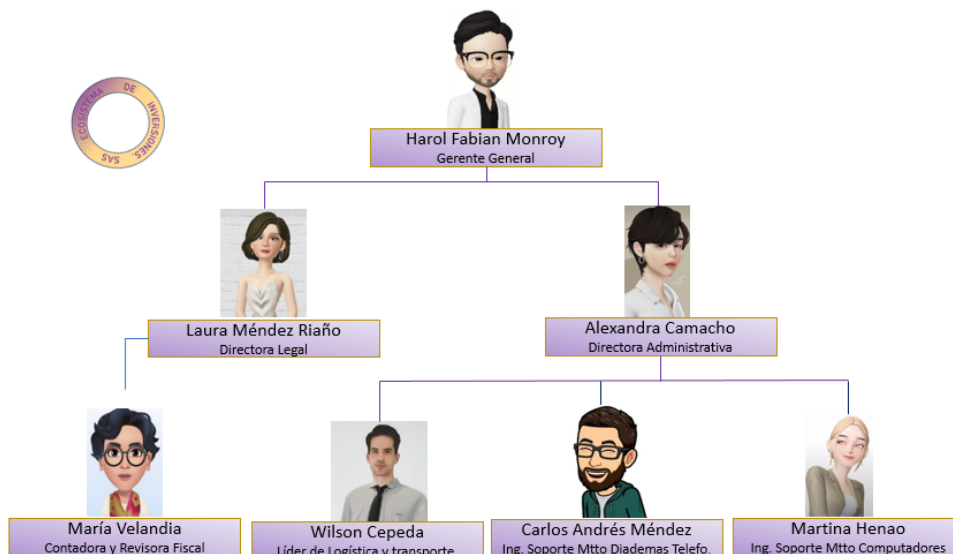
- Empleados, estudiantes SENA, apoyo de algunas entidades públicas y privada para dar continuidad al proceso.

10. Estructura organizacional

10.1 Organigrama de la empresa

Figura 33

Organigrama empresa Ecosistema de Inversiones SAS.



Nota: Elaboración propia, 2021.

11. Aspectos legales

11.1 Constitución empresa y aspectos legales

La empresa ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS como lo indica su sigla fue constituida como una sociedad por acciones simplificada de conformidad con la Ley 1258 del 5 de diciembre

de 2008³ norma que regula este tipo de sociedades, fue creada mediante documento privado del 09 de agosto de 2021 de asamblea de accionistas, inscrito en la Cámara y Comercio de Bogotá el 10 de agosto del mismo año con el No. 02732635 del Libro IX, el objeto social de la empresa tiene varios nichos de mercado como son construcción, belleza, alimentos y tecnología.

Sin embargo, para el desarrollo del proyecto solamente se tomará el nicho de mercado de tecnología correspondiente al Código CIU 4651: comercio al por mayor de computadores, equipo periférico y programas de informática.

12. Costos administrativos.

12.1 Gastos de personal.

Tabla 17

Gastos de personal

Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de personal en ventas	72.960.000	75.878.400	78.913.536	82.070.077	85.352.881
Gastos de personal administrativo	21.888.000	22.763.520	23.674.061	24.621.023	25.605.864
Total gastos de personal	94.848.000	98.641.920	102.587.597	106.691.101	110.958.745

Nota: Elaboración propia, 2021.

En los gastos de personal contenidos en la tabla 18 se encuentran relacionados en los gastos de ventas y corresponde a tres salarios del área comercial discriminados en un COP1.000.000, COP 1.500.000 y COP 1500.000 cada uno más la multiplicación por la carga prestacional que es 1,52, para un total mensual de COP **6.080.000**. Adicionalmente se encuentra el salario de una persona

³ Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada, artículo 1º. Constitución. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes (Ley 1258, 2008).

encargada del área administrativa con un salario de COP 1.200.000 más la multiplicación por la carga prestacional que corresponde a 1,52, para un total de **COP 1.824.000**.

12.2 Gastos de puesta en marcha.

Los gastos de puesta en marcha preoperativos están discriminados de la siguiente forma:

- asesoría legal: COP 300.000
- registro en Cámara y Comercio- DIAN: COP 120.000
- pago de facturador electrónico alegra. COP 60.000
- papelería: COP 180.000
- capacitación e investigación: COP 200.000
- adecuaciones de oficina COP 3.000.000

Total, de gastos preoperativos o puesta en marcha: COP 3.860.000

Mubles y enseres: 1.300.000

Equipos de Oficina: 3.800.000

12.3 Gastos anuales de administración.

Tabla 18

Gastos de administración por año

Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Honorarios contador	20.377.217	21.192.306	22.039.998	22.921.598	23.838.462
Asistente administrativo	21.888.000	22.763.520	23.674.061	24.621.023	25.605.864
Gastos de papelería	3.120.000	3.244.800	3.374.592	3.509.576	3.649.959
elementos de aseo	1.800.000	1.872.000	1.946.880	2.024.755	2.105.745
Monitoreo y seguridad	1.200.000	1.248.000	1.297.920	1.349.837	1.403.830
Total gastos administrativos	48.385.217	50.320.626	52.333.451	54.426.789	56.603.861

Nota: Elaboración propia, 2021.

En esta discriminación de gastos anuales de administración tenemos en cuenta el salario de un asistente administrativo y honorarios de contador.

13. Ingresos

Los ingresos están representados en el reporte de ventas y proyección anual de la siguiente forma:

Tabla 19

Ventas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	945.630.000	1.030.599.584	1.114.670.745	1.205.600.011	1.303.946.832

Nota: Elaboración propia, 2021.

El reporte de ventas esta discriminado anualmente, para el ejemplo se tomaron las ventas del primer año por valor de COP \$945.630.000 dividida en los 12 meses del año nos arroja un valor de COP \$78.802.500 en ventas mensuales, lo cuales están conformados como se discriminó en la tabla número 14.

El precio unitario de los bienes y servicios prestados en el mes, multiplicado por las cantidades proyectadas, nos arroja el valor total de las ventas mensuales.

13. 1 Recursos de capital.

Los recursos que se requieren para impulsar el negocio en forma masiva con empresas del sector corporativo y el sector solidario, manteniendo un flujo de caja constante generando mayores movimientos comerciales en descuentos en la separación de mercancía.

- Valor de recursos de capital: 28.000.000 COP, calculados en obligaciones financieras del pasivo en el balance general.

Sin embargo, para la puesta en marcha del proyecto se dio inicio con 8.960.000 consolidados en:

- Gastos Anticipados 3.860.000
- Muebles y Enseres 1.300.000
- Equipos de Oficina 3.800.000

14. Egresos.

Los egresos se encuentran relacionados en el PYG en gastos e intereses bancarios:

Tabla 20

Egresos

Egresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto de Ventas	95.560.000	99.382.400	103.357.696	107.492.004	111.791.684
Intereses Bancarios	6.376.655	5.101.324	3.825.993	2.550.662	1.275.331

Nota: Elaboración propia, 2021.

Su discriminación es la siguiente:

Tabla 21

Gastos

Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de personal en ventas	72.960.000	75.878.400	78.913.536	82.070.077	85.352.881
Hosting	960.000	998.400	1.038.336	1.079.869	1.123.064
Publicidad	1.200.000	1.248.000	1.297.920	1.349.837	1.403.830
Gestión en ventas	20.440.000	21.257.600	22.107.904	22.992.220	23.911.909

Nota: Elaboración propia, 2021.

Intereses de préstamo bancario por valor de COP 6.376.655 para movimientos de mercancía y flujo de caja por valor de COP 28.000.000, con una tasa de interés efectiva anual del 22,77%.

Educación

- Una cobertura del 67% en educación inicial, el reconocimiento a la excelencia académica, el duplicar la educación en los colegios oficiales.

Hogar.

- Beneficiar a 600 familias para que puedan tener una vivienda propia o en mejores condiciones.
- Cuadruplicar jóvenes en acción para llegar a 500 mil cupos.
- Duplicar la actualización catastral.

Salud.

- Elevar índice de desempeño de los hospitales públicos.

Sector Productivo

- Apoyos para las empresas productivas e iniciativa de nuevas empresas.

Empleo

- Pasar de un desempleo del 9,4% al 7,9%

Agro.

- Erradicar 280 hectáreas de cultivo ilícito.
- Reducir deforestación al 30%

Seguridad.

- Disminuir tasa de homicidio – 23,2 por cada 100 mil habitantes.

Emprendimiento.

- Dinamizar sectores de la economía naranja del 2,9% al 5,1%

Logística

- Aumentar la red férrea en operación Comercial.

TIC.

- Lograr cobertura de internet en un 70% de hogares colombianos.

- Duplicar inversión pública y privada en ciencia y tecnología al 1,5 del PIB.
- Energías Renovables.
- Pasar de generar e 22,4 MW a 1,500 MW

Pobreza.

- Sacar a 1,5 personas de la pobreza extrema monetaria y 2,9 de la pobreza monetaria.

Generación de energías limpias

Una vez identificados los proyectos y los planes de cada sector, se logra entender que hay una cierta similitud del Plan Nacional de Desarrollo (en adelante PND) y la visión general de Ecosistema de Inversiones SAS, ya que las dos tienen propósitos donde sus objetivos son los de contribuir al crecimiento y el desarrollo del país. Ahora bien, ¿cuáles son los aportes por parte de Ecosistema de Inversiones SAS hacia el PND.

Figura 34

Nuestro Ecosistema



Nota: Elaboración propia, 2021.

Para ello, se requiere hacer un recuento de la constitución de la empresa: Harol Fabián Monroy Suárez, Gerente General y futuro CEO, crea una compañía por la experiencia que ha tenido en diferentes negocios, en donde comercialmente aprendió de temas de tecnología, construcción, confección, educación, agricultura entre otros, pero su meta siempre fue la tener una empresa y ayudar a las personas, pero a medida que iba aprendiendo y ahondando en uno de los negocios, al mismo tiempo iba desarrollando los otros, en dicha actividad llegó a entregar en su vehículo personal hasta cinco pedidos en un día de diferentes negocios.

Por esta razón, decidió crear un ecosistema de negocios donde legalmente pudiera comercializar varios productos en diferentes nichos de mercado, sin embargo, sabía que uno de ellos era el que impulsaría al resto y ese es el de tecnología, se dio cuenta que a través de la tecnología podía incursionar en muchos sectores y al mismo tiempo ayudar a más personas. Por este motivo constituye Ecosistema de Inversiones SAS, una empresa colombiana que por medio de la comercialización de productos tecnológicos impactara varios sectores, como se describe a continuación:

Educación: la comercialización de productos tecnológicos que sirven como herramienta para educar a las personas, pero sobre todo a la juventud que hoy en día juegan y seguirán jugando un papel fundamental en la economía. Un claro ejemplo de estos es ver como los jóvenes de colegio tienen clases de programación, BIG DATA, robótica, inteligencia artificial, neuromarketing preparando así a las nuevas generaciones a un mundo completamente diferente. Adicionalmente el avance en la forma de educar y de aprender tiene cambios significativos, ya que todas las clases se pueden realizar de manera virtual.

De esta misma forma también estará inmerso el sector salud suministrando equipos tecnológicos que ayuden a realizar remotamente la atención a todas las personas que se encuentran aisladas y que están restringidos o limitadas al acceso de la salud.

Pero nada de los avances digitales puede ser posibles si no se tiene un terminal en donde aterrice la información, llámese computador, diadema, cámara de video, discos duros, drones y así sucesivamente. Es por ello que Ecosistemas de inversiones SAS, por medio de la comercialización ayudará a tener mayor cobertura en educación, a contribuir con equipos médicos que ayuden de una u otra forma hacer el trabajo más fácil por medio de equipos de videoconferencia, de la misma forma a reducir los índices de inseguridad y es allí donde los sistemas de video vigilancia como cámaras, DRP, circuitos, alarmas, detectores entre otros, facilitando el trabajo de la policía y la tranquilidad de las personas.

Por último, ayudará de forma directa e indirecta a erradicar el hambre contribuyendo a sistema de educación y por ende disminuir la desigual entre las personas.

17. Aportes al Clúster o cadena productiva.

Teniendo en cuenta que Ecosistema de Inversiones SAS cuenta con una estructura Clúster⁴, algunos de los beneficios que aportaría a la cadena productiva serán los siguientes:

- Mejora la posición competitiva ya que su labor va desde la compra a importadores directos, reduciendo así los intermediarios y beneficiando a clientes finales con mejores precios y brindando un portafolio más amplio,

⁴ Según Cámara y Comercio de Bogotá, Clusters: se define como una concentración de empresas e instituciones interconectadas en la actividad económica que desarrollan, cerca geográficamente unas de otras. Los actores del cluster trabajan de forma corresponsable y colaborativa en la identificación y el mejoramiento de las condiciones económicas, ambientales y sociales. Son una forma de materializar el principio de gobernanza.

- Tendrá acceso a nuevos mercados por diversidad de negocios y de productos que manejaría.
- Tendría un aprovechamiento al 100% de recursos de alto costo.
- Incrementaría la innovación y apoyaría al desarrollo de innovación.
- Por la diversidad de negocios, se tendría la realización de proyectos integrales y compartido.
- Ayudaría a la creación de nuevos negocios y empleos.

18. Impactos.

18.1 Impacto Económico.

El impacto económico que tendría este proyecto en el país, es llegar a una población superior 12.000 personas, estamos diciendo que 12.000 personas pueden acceder a un computador, a una plata forma virtual, a un trabajo remoto a capacitarse virtualmente y sobre todo a tener acceso a la información, que finalmente es la principal fuente en la educación.

Debemos tener en cuenta que muchas de las personas afiliadas al sector solidario, cuentan con ingresos de menos de dos salarios mínimos legales, donde sus hijos acceden beneficios del gobierno como educación o alimentación y es difícil que sus hijos puedan acceder a una computadora o a la información, por los bajos ingresos percibidos, pero a través de este proyecto, ya no será un problema que sus padres puedan brindar a sus hijos herramientas tecnológicas de fácil acceso.

Adicionalmente se contribuirá en varios aspectos como es aportar a la disminución de desempleo, pues en los próximos 5 años, se proyecta contratar a más de 30 personas entre

personal directo e indirecto, son 30 personas que aportaran económicamente a sus familias.

También contribuirá en las importaciones de tecnología y la implementación de la misma.

No obstante, se proyecta tener una compañía en el sector de las Tics con ventas superiores a los 2400 millones de pesos y con un patrimonio cerca a los 30 millones, aparte del sostenimiento de toda la operación.

Nota: todas las cifras reportadas son calculadas impactando tan solo el 1% del sector solidario.

18.2 Impacto Regional.

En Colombia hay reportadas 1508 entidades del sector solidario, 533 están localizadas en Bogotá y al interior de ellas están asociadas 1.275.935 personas, Ecosistema espera impactar a 0,78% equivalentes a 9.897 personas. en Bogotá.

Sabemos que muchos de las empresas de sector solidario que sede principal se encuentra en la Ciudad de Bogotá y que atiende al resto del país, por este motivo la cifra de personas es superior, pero lo significativo es que va hacer nuestro piloto para extendernos al resto del país.

Para el ejercicio académico seleccionamos tan solo 5 entidades y su número de asociados es de 433.586, Ecosistema de Inversiones llegará al 1% para aterrizar nuestras cifras financieras, pero sabemos que en la practica la cantidad impactada regional será superior.

18.3 Impacto Social.

El sector solidario en los últimos años ha tenido una acogida importante en las personas y las familias colombianas las cuales son parte esencial del funcionamiento de estas entidades, un total de 1.275.935 asociados según el último reporte de la superintendencia de Economía Solidaria. son pertenecientes algún fondo de empleados o cooperativa de ahorro, siendo partícipes no solamente del aporte mensual sino también de algunos beneficios que esta les brinda, pues para

estas personas se convierte en una gran tienda donde pueden acceder a la compra de diferentes productos o servicios, es por este motivo el foco para Ecosistema de Inversiones como empresa, es llegar a impactar este nicho de mercado que hoy reporta ingresos superiores a los 594 millones de dólares en Colombia.

Para Ecosistema de inversiones los fondos de empleados son el canal por el cual se puede acceder al 3% de la población colombiana, brindando soluciones tecnológicas que ayudan como herramienta al desarrollo intelectual de los asociados y a hacer la vida más fácil en el mundo digital que nos enfrentamos hoy.

Tabla 23

Aporte al PND

Metas establecidas según el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO	Población Impactada x Ecosistemas	% Población Impactada vs (PND)
Sacar a 1,5 millones de personas de la pobreza extrema monetaria	12.759	0,85%
sacar a 2,9 millones de personas de la pobreza monetaria.	12.759	0,44%
llegar a 2 millones de niños con educación inicial: aumento del 67%. Pasar de 5,3 millones de niños a 7 millones en el PAE.	12.759	0,64%
crear 1,6 millones de empleos y reducir el desempleo de 9,4% a 7,9%, el más bajo desde los noventa	12.759	0,80%

Nota: Elaboración propia, 2021.

Según el estudio de mercado se espera impactar alrededor de 12.759 personas en los próximos 5 años y si la comparamos con los datos proyectados y prometidos por el Plan Nacional de Desarrollo (PND), se identifica que de las metas propuestas vs la población impactada por Ecosistema de inversiones del 0,44% al 0,85% equivalente a 12.759 personas en los próximos 5 años. Son personas que van a tener la posibilidad de acceder a la tecnología con beneficios como descuentos por nomina, sin tener endeudarse en tarjetas de crédito o créditos innecesarios, pero

sobre todo van a poder crecer intelectualmente con las mismas condiciones que otros, aportando así a la reducción de desigualdad.

18.4 Impacto ambiental.

Para nadie es un secreto que la tecnología con los años va pasando y va generando una depreciación en los equipos utilizados para la misma, sin embargo, es importante aclarar que la misma industria y economía nos ha llevado a esto. Ahora bien, si solo nos fijamos en la cantidad de equipos que en el futuro van hacer desechos nunca lograremos avanzar en metas establecidas para este impacto ambiental ya que hoy son necesaria para la vida diaria.

Pero si damos la vuelta a la moneda y nos damos cuenta los grandes beneficios que ella trae sobre las personas, vemos como a través del uso de la tecnología en este proyecto, se podrán capacitar personas líderes en las diferentes industrias, también ayudaremos a formar y educar a quienes en el mañana serán ingenieros, abogados, arquitectos, doctores, empresarios, economistas, desarrolladores, diseñadores en fin, un sin números de perfiles profesionales, sin contar con todas las personas que están haciendo dinero a través de internet, que de una manera u otra es un estilo de vida y que en muchos casos ganan más dinero que el promedio de las personas, un claro ejemplo de ello son todos los influenciadores.

19. Resumen ejecutivo.

Para desarrollar el resumen ejecutivo se tendrán en cuenta las siguientes preguntas:

¿Problema detectado?

Muchas de las personas en Colombia que están vinculadas como asociados al sector solidario llámese Fondos de Empleados o Cooperativas de Ahorro, no cuentan con los recursos suficientes o disponibles para obtención de equipos tecnológicos que le permita una interacción y acceso a la

información, esto conlleva a trancar el desarrollo de sus habilidades tecnológicas y por consecuencia el reflejo de bajos estándares de capital humano apto, con baja productividad en los diferentes sectores económicos y como resultado de esto una brecha cada vez más amplia de desigualdad y pobreza frente a quienes sí lo tienen.

¿En qué consiste el proyecto?

Nuestro proyecto consiste en generar alianzas con las empresas del sector solidario, donde por medio de ellas, los asociados puedan acceder a productos tecnológicos, con beneficios y facilidades de pago, logrando así, una interacción y acceso directo a la información, aportando al desarrollo de habilidades, que conducirán a una mayor productividad, reducción en la pobreza y desigualdad económica.

¿Dónde está el negocio?

Las ganancias del negocio son el resultado de las ventas que se realizan a la población en masa de los asociados del sector solidario, apalancándonos de ellos para llegar a los asociados por los diferentes medios como páginas web que hoy en día son su medio de comunicación y de servicio.

¿Cuánto dinero se necesita para crearlo?

- COP28.000.000 flujo y rotación de cartera.
- COP8.960.000 capital inicial de socios.

¿En cuánto tiempo llegará a punto de equilibrio y que resultados económicos obtendrá?

- 2,68 meses

¿Qué equipo lo lleva a cabo?

La cantidad de personas para llevar a cabo este proyecto son seis, dos directos, cuatro indirectos contratados por obra labor.

Directos.

- Gerente General.
- Directora Legal.

Indirectos.

- Directora Administrativa.
- Contadora y revisor fiscal.
- Líder de logística y transporte.
- Ing. Soporte de Diademas Telefónicas.
- Ing. Soporte de Computadores.

¿Por qué creemos que tendrá éxito?

El proyecto Ecosistema de Inversiones SAS, tendrá éxito en primer lugar porque es un mercado que no está explorado, también por que va de la mano con los presupuestos del Plan Nacional de Desarrollo, adicionalmente por todos los cambios que vienen en materia tecnológica para el mundo y la expansión de la red 5G, donde se requiere equipos.

19.1 Concepto del negocio.

La comercialización de tecnología tangible e intangible a través fondos de empleados y cooperativas de ahorro, cubriendo el 1% de la población del sector solidario, apalancados por el sistema de financiación en beneficio a los asociados.

19.2 Potencial del mercado en cifras.

Por medio de este proyecto, se pretende cubrir en los próximos cinco años el 0,22% del total de la población del sector solidario en Colombia (5.765.748) y al 1% del total de asociados del mercado objetivo ubicado en la ciudad de Bogotá (1.275.935), equivalente a 12.759 personas.

19.3 Ventajas competitivas y propuesta de valor.

Nuestra propuesta de valor ofrece la posibilidad de acceder a tecnología por medio de los fondos de empleados y cooperativas de ahorro, aportando a una problemática captada en nuestro país, contribuyendo en siete aspectos primordiales para el crecimiento y el desarrollo del mismo, estos son:

- **Educación:** los hogares colombianos que estén en el sector solidario, tendrán la facilidad de adquisición de equipos de cómputo, diademas telefónicas y herramientas tecnológicas, que le permitan acceder a información y tener una juventud más preparada con estándares de capital humano apto para los nuevos retos que impone el mundo de hoy.
- **Empleo:** contribuir a la disminución de desempleo, creando nuevos puestos de trabajo directos e indirectos que aporten a este proyecto.
- **Seguridad:** Por medio de la compra de productos tecnológicos como cámaras de seguridad, DVR, entre otros, logran apoyar al rastreo y control de la inseguridad en nuestro país.
- **Tics:** A través comercialización de tecnología, se aportará a la implementación de la red 5G, que traerá nuevos cambios en los diferentes sectores de la economía.
- **Disminución de la pobreza monetaria:** lograr que el 1% del mercado objetivo pueda tener una mejor calidad de vida, a través de las nuevas herramientas tecnológicas y apalancarse en ellas como una fuente de ingreso.

Adicionalmente aportaremos a otra problemática que es la disminución en reportes de centrales de riesgo, por la compra de productos tecnológicos, ya que las personas adquirirán son productos por descuentos directos de nómina, sin afectar su capacidad de pago y liquidez.

También tendrán a la mano capacitaciones, del buen uso de la tecnología con profesionales como fonoaudiólogas con el fin de ayudar a su bienestar y su salud de los asociados.

Con Ecosistema de Inversiones SAS, los asociados gozaran de buenos precios, eliminación de intermediarios, facilidades de pago, confiabilidad de compra, garantía, respaldo de productos, facilidad de compra y un abanico de opciones por cada producto.

19.4 Resumen de las inversiones requeridas.

Se necesitan COP \$28.000.000 para mantener un flujo de caja y manejar un stock de inventario por días o en su defecto apoyar a la rotación de cartera mientras en el tiempo de compra de productos al proveedor y el pago del cliente COP \$8.960.000 capital inicial de socios.

Total, de COP \$36.960.000.

19.5 Proyecciones de ventas y rentabilidad.

Tabla 24

Indicadores financieros

Indicadores Financieros Proyectados						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez - Razón Corriente		1,11	1,16	1,22	1,23	1,29
Prueba Acida		1,74	1,61	1,54	1,26	1,22
Rotacion cartera (días),		15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Rotación Inventarios (días)		10,7	10,8	10,8	10,9	10,9
Rotacion Proveedores (días)		29,9	29,9	29,9	29,9	29,9
Nivel de Endeudamiento Total		87,1%	81,6%	79,3%	77,1%	75,0%
Rentabilidad Operacional		1,4%	1,6%	1,7%	1,9%	2,0%
Rentabilidad Neta		0,5%	0,7%	0,9%	1,1%	1,3%
Rentabilidad Patrimonio		32,8%	35,9%	42,7%	47,7%	50,7%
Rentabilidad del Activo		4,2%	6,6%	8,8%	10,9%	12,7%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación	0	14.444.783	16.615.607	18.346.837	20.227.176	22.088.087
Flujo de Inversión	-36.960.000	-1.934.954	-4.995.600	61.672	-4.908.746	112.530
Flujo de Financiación	36.960.000	-11.976.655	-10.701.324	-16.147.211	-17.601.153	-19.290.151
Flujo de caja para evaluación	-36.960.000	12.509.829	11.620.006	18.408.509	15.318.430	22.200.617
Tasa de descuento Utilizada		26%	26%	26%	26%	26%
Factor	1,00	1,26	1,59	2,00	2,52	3,18
Flujo de caja descontado	-36.960.000	9.928.436	7.319.228	9.202.524	6.077.600	6.990.566
Criterios de Decisión						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	26,00%					
TIR (Tasa Interna de Retorno)	29,05%					
VAN (Valor actual neto)	2.558.353					
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,31					
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes					
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	48 mes					

Nota: Elaboración propia, 2021.

19.6 Evaluación de viabilidad.

El proyecto genera una rentabilidad superior a cualquier instrumento financiero en Colombia, la tasa interna del proyecto es del 29,5% la cual es superior a un título de renta fija en Colombia cuya tasa promedio en Colombia 10% anual, que corresponde a un título de la tesorería general de la nación de fecha de vencimiento 24 julio del 2024 (el título más negociado en Colombia.)

20. Anexos y registros de formalización.

La siguiente documentación fue tramitada ante las entidades correspondientes en un periodo de cuatros meses, desde el 10 de agosto hasta la fecha.

20.1 Registro de existencia y representación legal expedido por la Cámara y Comercio.

Adjunto como anexo al presente proyecto.

20.2 El registro de RUT.

Adjunto como anexo al presente proyecto.

20.3 Registro RUES.

Figura 35

Registro Único Empresarial

Razon Social ó Nombre	Sigla	NIT o Núm id.	Estado	Cámara de Comercio	Matricula
ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS		NIT 901509959 - 2	ACTIVA	BOGOTA	3411679

Nota: Contenido descargado de la página de RÚES – <https://www.rues.org.co/>.

20.4 El registro ante la DIAN.

Figura 36.

Registro Mercantil.

Registro Mercantil	
Numero de Matricula	3411679
Fecha de Matricula	20210810
Fecha de Vigencia	Indefinida
Estado de la matricula	ACTIVA
Tipo de Sociedad	SOCIEDAD COMERCIAL
Tipo de Organización	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS
Categoría de la Matricula	SOCIEDAD ó PERSONA JURIDICA PRINCIPAL ó ESAL
Fecha Ultima Actualización	20210811

Nota: Contenido descargado de la página de RÚES – <https://www.rues.org.co/>

Registro en la DIAN y autenticación en la plataforma <https://muisca.dian.gov.co/> Registro como persona natural y como jurídica, ya que se requiere los dos para poder realizar cambios o actualizaciones en documentación desde la plataforma Muisca.

20.5 Nuevo Registro de Información Tributaria. (RIT).

Adjunto como anexo al presente proyecto.

21. BIBLIOGRAFÍA

- Banco de la República (2021). *Artículo Índice de precios al consumidor*
<https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>.
- Bloomberg. (2021). *PIB de Colombia en 2021 estaría sobre 9%: apuestas de analistas siguen alza*. Obtenido de <https://www.bloomberglinea.com.co/2021/10/21/pib-de-colombia-en-2021-estaria-sobre-9-apuestas-de-analistas-siguen-al-alza/>.
- Cámara y Comercio de Cali. (2021). *Más de 166 mil empresas se crearon en el país durante el primer semestre de 2021*. Obtenido en <https://www.ccc.org.co/ccc-166mil-empresas-creadas-en-colombia>.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f) Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters>.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-empresa>.
- Cooper, P. (20 de abril de 2020). *Hootsuite. 140 estadísticas de redes sociales que son importantes para los mercadólogos en 2020*. Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/>.
- Datosmacro.com. (s.f) *Datos PIB de Colombia cae un 2,4% en el segundo trimestre (2021)*
 Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/pib/colombia>.
- Departamento Nacional de Planeación. (mayo de 2020). *Índice de desarrollo de las Tic regional para Colombia*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Indice-de-desarrollo-de-las-TIC-regional-para-Colombia.aspx>.
- PYM (2021) catálogo de proveedor PYM Mayorista representantes para Colombia de la marca Jabra (p.33). Diadema Jabra Evolve 20. Obtenido de (file:///C:/Users/HP/Desktop/Ecosistema%20De%20Inversiones/Marketing/CATALOGO%20JABRA%202020.%20(2).pdf).
- Duque I. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022*. Obtenido en Plan Nacional de <https://colaboracion.dnp.gov.co>
- Hootsuite. (12 de abril de 2021). *Estadísticas de la situación en Colombia en el 2020-2021*.
 Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/>.
- Intcomex.WebStore. (2021) Computador portátil Marca Dell. Tomado de la página de proveedor Intcomex, representantes de la marca Dell en Colombia. Obtenido de <https://store.intcomex.com/es-XXM/Product/Detail/359256>.
- Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, *por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada*. Congreso de la República, Colombia, 05 diciembre de 2008.

- Marketing Digital. (22 de febrero de 2021). *Cifras estadísticas Marketing Digital en Colombia*. Obtenido de <https://marketingdigital.blog/marketing-digital/cifras-estadisticas-marketing-digital-colombia-2021/>.
- Medina, K. R. (17 de abril de 2020). *branch.com*. Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2019-y-2020/>.
- Mantilla, I. (30 de diciembre de 2019). Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/5g-las-vias-de-la-nueva-decada-447982>
- Naciones Unidas, (2020). Influencia de las tecnologías digitales <https://www.un.org/es/un75/impact-digital-technologies>.
- Organización de las Naciones Unidas. (03 de abril de 2019). *Sustainable Development Goals*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2019/04/green-economy-could-create-24-million-new-jobs/>.
- Organización de Naciones Unidas. (2020). *Influencia de las tecnologías digitales*. Obtenido de <https://www.un.org/es/un75/impact-digital-technologies>. nombre del artículo
- Pastran, A. (18 de septiembre de 2021). *larepublica.co*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/internet-economy/el-comercio-electronico-en-colombia-crecera-74-en-los-proximos-cinco-anos-3234428>.
- DANE, (2020). Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2020/Comunicado-pobreza-monetaria_2020.pdf.
- Roldán P.N.(21 de agosto, 2017) *Tecnología. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>.
- Secretary General high level panel. (2018). *The age of digital interdependence*. Obtenido de <https://www.un.org/en/pdfs/DigitalCooperation-report-for%20web.pdf>.
- Super Intendencia de la Economía Solidaria (2021). *Reporte de Estados Financieros de Entidades Solidarias*. Obtenido de <http://supersolidaria.gov.co/es/content/entidades-vigiladas-que-reportan-informacion-2021>.
- www.impresistem.com. (2021). Tomado de la página de proveedor Impresistem Mayorista representantes para Colombia de la Genius, Mouse genius dx-110 negro. Obtenido de <https://www.impresistem.com/es/accesorios/7192-31010116100-1031721.html>.

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 11 de agosto de 2021 Hora: 10:29:45
Recibo No. 0921059267
Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 921059267341C3

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificados/electronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Razón social: ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS
Nit: 901.509.959-2 Administración : Direccion
Seccional De Impuestos De Bogota
Domicilio principal: Bogotá D.C.

MATRÍCULA

Matrícula No. 03411679
Fecha de matrícula: 10 de agosto de 2021
Grupo NIIF: GRUPO III. Microempresas

El empresario cumple con los requisitos de pequeña empresa joven para acceder al beneficio que establece el artículo 3 de la Ley 1780 del 2 de mayo de 2016, y que al realizar la matrícula mercantil informó bajo gravedad de juramento los siguientes datos:

El empresario ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS realizó la matrícula mercantil en la fecha: 10 de agosto de 2021.

El número de trabajadores ocupados reportado por el empresario en la matrícula es de: 5.

UBICACIÓN

Dirección del domicilio principal: Cr 7 A Este No. 40 C 17
Municipio: Bogotá D.C.
Correo electrónico: harol.monroys@gmail.com
Teléfono comercial 1: 3187343973
Teléfono comercial 2: 3123836465
Teléfono comercial 3: No reportó.

Dirección para notificación judicial: Cr 7 A Este No. 40 C 17
Municipio: Bogotá D.C.
Correo electrónico de notificación: harol.monroys@gmail.com

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 11 de agosto de 2021 Hora: 10:29:45
Recibo No. 0921059267
Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 921059267341C3

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadoselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Teléfono para notificación 1: 3187343973
Teléfono para notificación 2: 3123836465
Teléfono para notificación 3: No reportó.

La persona jurídica SI autorizó para recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en los artículos 291 del Código General del Procesos y 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

CONSTITUCIÓN

Por Documento Privado del 9 de agosto de 2021 de Asamblea de Accionistas, inscrito en esta Cámara de Comercio el 10 de agosto de 2021, con el No. 02732635 del Libro IX, se constituyó la sociedad de naturaleza Comercial denominada ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS.

TÉRMINO DE DURACIÓN

La persona jurídica no se encuentra disuelta y su duración es indefinida.

OBJETO SOCIAL

Ecosistemas de negocios en varios nichos de mercado como son construcción, belleza, alimentos y tecnología.

CAPITAL

* CAPITAL AUTORIZADO *

Valor : \$1.700.000,00
No. de acciones : 850,00
Valor nominal : \$2.000,00

* CAPITAL SUSCRITO *

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 11 de agosto de 2021 Hora: 10:29:45
Recibo No. 0921059267
Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 921059267341C3

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadoselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Valor : \$1.700.000,00
No. de acciones : 850,00
Valor nominal : \$2.000,00

*** CAPITAL PAGADO ***

Valor : \$1.700.000,00
No. de acciones : 850,00
Valor nominal : \$2.000,00

REPRESENTACIÓN LEGAL

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales.

FACULTADES Y LIMITACIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

NOMBRAMIENTOS**REPRESENTANTES LEGALES**

Por Documento Privado del 9 de agosto de 2021, de Asamblea de Accionistas, inscrita en esta Cámara de Comercio el 10 de agosto de 2021 con el No. 02732635 del Libro IX, se designó a:

CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACIÓN
Representante Legal	Harol Fabian Monroy Suarez	C.C. No. 000001018405112

RECURSOS CONTRA LOS ACTOS DE INSCRIPCIÓN

De conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 11 de agosto de 2021 Hora: 10:29:45
Recibo No. 0921059267
Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 921059267341C3

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadosselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y la Ley 962 de 2005, los actos administrativos de registro, quedan en firme dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de inscripción, siempre que no sean objeto de recursos. Para estos efectos, se informa que para la Cámara de Comercio de Bogotá, los sábados NO son días hábiles.

Una vez interpuestos los recursos, los actos administrativos recurridos quedan en efecto suspensivo, hasta tanto los mismos sean resueltos, conforme lo prevé el artículo 79 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

A la fecha y hora de expedición de este certificado, NO se encuentra en curso ningún recurso.

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS - CIIU

Actividad principal Código CIIU: 4651
Actividad secundaria Código CIIU: 2396
Otras actividades Código CIIU: 4721, 1410

TAMAÑO EMPRESARIAL

De conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.13.2.1 del Decreto 1074 de 2015 y la Resolución 2225 de 2019 del DANE el tamaño de la empresa es Microempresa

Lo anterior de acuerdo a la información reportada por el matriculado o inscrito en el formulario RUES:

Ingresos por actividad ordinaria \$ 0

Actividad económica por la que percibió mayores ingresos en el período - CIIU : 4651

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Los siguientes datos sobre Planeación Distrital son informativos:
Fecha de envío de información a Planeación Distrital : 10 de agosto de 2021.

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 11 de agosto de 2021 Hora: 10:29:45
Recibo No. 0921059267
Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 921059267341C3

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadoselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Señor empresario, si su empresa tiene activos inferiores a 30.000 SMLMV y una planta de personal de menos de 200 trabajadores, usted tiene derecho a recibir un descuento en el pago de los parafiscales de 75% en el primer año de constitución de su empresa, de 50% en el segundo año y de 25% en el tercer año. Ley 590 de 2000 y Decreto 525 de 2009. Recuerde ingresar a www.supersociedades.gov.co para verificar si su empresa está obligada a remitir estados financieros. Evite sanciones.

El presente certificado no constituye permiso de funcionamiento en ningún caso.

Este certificado refleja la situación jurídica registral de la sociedad, a la fecha y hora de su expedición.

Este certificado fue generado electrónicamente con firma digital y cuenta con plena validez jurídica conforme a la Ley 527 de 1999.

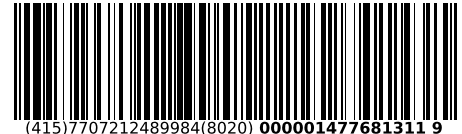
Firma mecánica de conformidad con el Decreto 2150 de 1995 y la autorización impartida por la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante el oficio del 18 de noviembre de 1996.



2. Concepto Inscripción

4. Número de formulario

14776813119



(415)7707212489984(8020) 000001477681311 9

5. Número de Identificación Tributaria (NIT)

6. DV

12. Dirección seccional

14. Buzón electrónico

9 0 1 5 0 9 9 5 9

2

Impuestos de Bogotá

3 2

IDENTIFICACIÓN

24. Tipo de contribuyente

Persona jurídica

25. Tipo de documento

1

26. Número de Identificación

27. Fecha expedición

Lugar de expedición

28. País

29. Departamento

30. Ciudad/Municipio

31. Primer apellido

32. Segundo apellido

33. Primer nombre

34. Otros nombres

35. Razón social

ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS

36. Nombre comercial

37. Sigla

UBICACIÓN

38. País

COLOMBIA

1 6 9

39. Departamento

Bogotá D.C.

1 1

40. Ciudad/Municipio

Bogotá, D.C.

0 0 1

41. Dirección principal

CR 7 A ESTE 40 C 17

42. Correo electrónico

harol.monroys@gmail.com

43. Código postal

44. Teléfono 1

3 1 8 7 3 4 3 9 7 3

45. Teléfono 2

3 1 2 3 8 3 6 4 6 5

CLASIFICACIÓN

Actividad económica

Ocupación

Actividad principal

Actividad secundaria

Otras actividades

46. Código

47. Fecha inicio actividad

48. Código

49. Fecha inicio actividad

50. Código

1 2

51. Código

52. Número establecimientos

4 6 5 1

2 0 2 1 0 8 1 0

2 3 9 6

2 0 2 1 0 8 1 0

4 7 2 1 1 4 1 0

Responsabilidades, Calidades y Atributos

53. Código

05- Impto. renta y compl. régimen ordinario

07- Retención en la fuente a título de renta

14- Informante de exogena

16- Obligación facturar por ingresos bienes

42- Obligado a llevar contabilidad

48 - Impuesto sobre las ventas - IVA

Obligados aduaneros

Exportadores

54. Código

55. Forma 56. Tipo Servicio 1 2 3
57. Modo
58. CPC

IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación

Para uso exclusivo de la DIAN

59. Anexos

SI

NO

60. No. de Folios:

61. Fecha

La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso.
Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016
Firma del solicitante:

Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.

Firma autorizada:

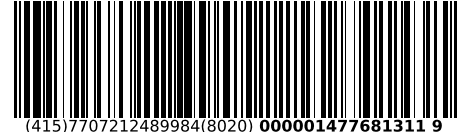
984. Nombre SONIA CASTILLO GALINDO

985. Cargo ABOGADO

Espacio reservado para la DIAN

4. Número de formulario

14776813119



(415)7707212489984(8020) 000001477681311 9

5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 1 5 0 9 9 5 9	6. DV 2	12. Dirección seccional Impuestos de Bogotá	14. Buzón electrónico 3 2
---	------------	--	------------------------------

Características y formas de las organizaciones

62. Naturaleza	2	63. Formas asociativas	1 2	64. Entidades o insitutos de derecho público de orden nacional, departamental, municipal y descentralizados	
65. Fondos		66. Cooperativas		67. Sociedades y organismos extranjeros	
68. Sin personería jurídica		69. Otras organizaciones no clasificadas		70. Beneficio	1

Constitución, Registro y Última Reforma

Composición del Capital

Documento	1. Constitución	2. Reforma		
71. Clase	0 4		82. Nacional	1 0 0 %
72. Número			83. Nacional público	0 . 0 %
73. Fecha	2 0 2 1, 0 8, 0 9		84. Nacional privado	1 0 0 . 0 %
74. Número de notaría			85. Extranjero	0 %
75. Entidad de registro	0 3		86. Extranjero público	0 . 0 %
76. Fecha de registro	2 0 2 1, 0 8, 1 0		87. Extranjero privado	0 . 0 %
77. No. Matrícula mercantil	0 0 0 3 4 1 1 6 7 9			
78. Departamento	1 1			
79. Ciudad/Municipio	0 0 1			
Vigencia				
80. Desde	2 0 2 1, 0 8, 0 9			
81. Hasta	9 9 9 9, 1 2, 3 1			

Entidad de vigilancia y control

88. Entidad de vigilancia y control

Estado y Beneficio

Item	89. Estado actual	90. Fecha cambio de estado	91. Número de Identificación Tributaria (NIT)	92. DV
1	4 9	2 0 2 1, 0 8, 1 0		-
2				-
3				-
4				-
5				-

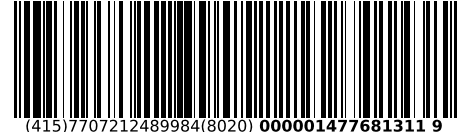
Vinculación económica

93. Vinculación económica	94. Nombre del grupo económico y/o empresarial	95. Número de Identificación Tributaria (NIT) de la Matriz o Controlante	96. DV.
97. Nombre o razón social de la matriz o controlante			
170. Número de identificación tributaria otorgado en el exterior	171. País	172. Número de identificación tributaria sociedad o natural del exterior con EP	
173. Nombre o razón social de la sociedad o natural del exterior con EP			

Espacio reservado para la DIAN

4. Número de formulario

14776813119



(415)7707212489984(8020) 000001477681311 9

5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 1 5 0 9 9 5 9 2	6. DV 2	12. Dirección seccional Impuestos de Bogotá	14. Buzón electrónico 3 2
---	------------	--	------------------------------

Representación

1	98. Representación REPRS LEGAL PRIN	1 8	99. Fecha inicio ejercicio representación 2 0 2 1 0 8 1 0
	100. Tipo de documento Cédula de Ciudadaní	1 3	101. Número de identificación 1 0 1 8 4 0 5 1 1 2
	104. Primer apellido MONROY	105. Segundo apellido SUAREZ	106. Primer nombre HAROL
	107. Otros nombres FABIAN	108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV
2	98. Representación		99. Fecha inicio ejercicio representación
	100. Tipo de documento	101. Número de identificación	102. DV 103. Número de tarjeta profesional
	104. Primer apellido	105. Segundo apellido	106. Primer nombre 107. Otros nombres
	108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV	110. Razón social representante legal
3	98. Representación		99. Fecha inicio ejercicio representación
	100. Tipo de documento	101. Número de identificación	102. DV 103. Número de tarjeta profesional
	104. Primer apellido	105. Segundo apellido	106. Primer nombre 107. Otros nombres
	108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV	110. Razón social representante legal
4	98. Representación		99. Fecha inicio ejercicio representación
	100. Tipo de documento	101. Número de identificación	102. DV 103. Número de tarjeta profesional
	104. Primer apellido	105. Segundo apellido	106. Primer nombre 107. Otros nombres
	108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV	110. Razón social representante legal
5	98. Representación		99. Fecha inicio ejercicio representación
	100. Tipo de documento	101. Número de identificación	102. DV 103. Número de tarjeta profesional
	104. Primer apellido	105. Segundo apellido	106. Primer nombre 107. Otros nombres
	108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV	110. Razón social representante legal



ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. HACIENDA

Secretaría de Hacienda

DIRECCIÓN DE IMPUESTOS DE BOGOTÁ
REGISTRO DE INFORMACIÓN TRIBUTARIA - RIT
INFORMACIÓN BÁSICA DEL CONTRIBUYENTE

Fecha: 25/10/2021

CONTRIBUYENTE N.I.T. 901509959

ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS

INFORMACIÓN BÁSICA

Dirección: KR 7 A ESTE 40 C 17
Teléfonos: 3028557002
Dirección electrónica: harol.
Ciudad: BOGOTÁ DC Municipio: BOGOTÁ, D.C.
Fecha de Inscripción: 25/10/2021 Soporte Inscripción: -

PERFIL TRIBUTARIO

Naturaleza Jurídica: PERSONA JURÍDICA Régimen tributario: COMUN Fecha desde: 10/08/2021
Matrícula Mercantil: 3411679 Fecha Inicio de Actividades: 10/08/2021 Fecha de cese de Actividades: NO No. Establecimientos: 0
Actividad 1: 1410 - Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
Actividad 2: 2396 - Corte, tallado y acabado de la piedra
Actividad 3: 4651 - Comercio al por mayor de computadores, equipo periférico y programas de informática
Actividad 4: 4721 - Comercio al por menor de productos agrícolas para el consumo en establecimientos especializados
Actividad 5:

ESTABLECIMIENTOS ACTIVOS

REPRESENTANTES ACTIVOS

Fecha Inicio	Tipo	Documento	NOMBRE	Tipo Representación
25/10/2021	C.C.	1018405112	HAROL FABIAN MONROY SUAREZ	REPRESENTANTE LEGAL

Señor Contribuyente: Esta es la información suministrada por usted y registrada en la
Secretaría de Hacienda Distrital.

Kr 30 25 90 Dirección Distrital de Impuestos Bogotá D.C. Colombia

Fuente: RIT-SHD



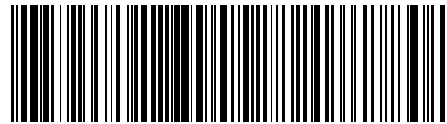
1. Año **2 0 2 1**

3. Período **5**

Espacio reservado para la DIAN

4. Número de formulario

3004640641161



(415)7707212489984(8020) 000300464064116 1

5. Número de Identificación Tributaria (NIT) **9 0 1 5 0 9 9 5 9** 6. DV **2** 7. Primer apellido 8. Segundo apellido 9. Primer nombre 10. Otros nombres

11. Razón social **ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS** 12. Cód. Dirección seccional **3 2**

24. Periodicidad de la declaración **Bimestral** Si es una corrección indique: 25. Cód. 26. No. Formulario anterior

Ingresos		Compras		Liquidación privada		Control de saldos	
Por operaciones gravadas al 5%	27	0	Impuesto Generado	En venta cerveza de producción nacional o importada	62	0	Liquidación privada (continuación)
Por operaciones gravadas a la tarifa general	28	58,903,000	Liquidación privada (continuación)	En venta de gaseosas y similares	63	0	
A.I.U por operaciones gravadas (base gravable especial)	29	0		En venta de licores, aperitivos, vinos y similares 5%	64	0	
Por exportación de bienes	30	0		En retiro de inventario para activos fijos, consumo, muestras gratis o donaciones IVA recuperado en devoluciones en compras anuladas, rescindidas o resueltas	65	0	
Por exportación de servicios	31	0		Total impuesto generado por operaciones gravadas	66	0	
Por ventas a sociedades de comercialización internacional	32	0		Por importaciones gravadas a tarifa del 5%	67	11,192,000	
Por ventas a zonas francas	33	0		Por importaciones gravadas la tarifa general	68	0	
Por juegos de suerte y azar	34	0		De bienes y servicios gravados provenientes de Zonas Francas	69	0	
Por operaciones exentas (Arts. 477, 478 y 481 del ET)	35	0		Por compras de bienes gravados a la tarifa 5%	70	0	
Por venta de cerveza de producción nacional o importada	36	0		Por compras de bienes gravados a tarifa general	71	0	
Por venta de gaseosas y similares	37	0		Por licores, aperitivos, vinos y similares	72	6,463,000	
Por venta de licores, aperitivos, vinos y similares	38	0	Por servicios gravados a la tarifa del 5%	73	0		
Por operaciones excluidas	39	0	Por servicios gravados a la tarifa general	74	0		
Por operaciones no gravadas	40	0	Por servicios gravados a la tarifa general	75	6,000		
Total ingresos brutos	41	58,903,000	Descuento IVA exploración hidrocarburos Art. 485-2 ET	76	0		
Devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resueltas	42	21,340,000	Total impuesto pagado o facturado	77	6,469,000		
Total ingresos netos recibidos durante el periodo	43	37,563,000	IVA retenido por servicios prestados en Colombia por no domiciliados o no residentes IVA resultante por devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resueltas	78	0		
Compras Nacionales	De bienes gravados a la tarifa del 5%	44	0	Ajuste impuestos descontables (perdidas, hurto o castigo de inventarios)	79	4,055,000	
	De bienes gravados a la tarifa general	45	0	Total impuestos descontables	80	0	
	De bienes y servicios gravados provenientes de Zonas Francas	46	0	Saldo a pagar por el periodo fiscal	81	10,524,000	
	De bienes no gravados	47	0	Saldo a favor del periodo fiscal	82	668,000	
	De bienes excluidos, exentos y no gravados provenientes de Zonas Francas	48	0	Saldo a favor del periodo fiscal anterior	83	0	
	De servicios	49	0	Retenciones por IVA que le practicaron	84	0	
	De bienes gravados a la tarifa del 5%	50	0	Saldo a pagar por impuesto	85	0	
	De bienes gravados a la tarifa general	51	34,016,000	Sanciones	86	668,000	
	De servicios gravados a la tarifa del 5%	52	0	Total saldo a pagar	87	0	
	De servicios gravados a la tarifa general	53	40,000	o Total saldo a favor	88	668,000	
De bienes y servicios excluidos, exentos y no gravados	54	20,000	Saldo a favor susceptible de devolución y/o compensación por el presente periodo	89	0		
Total compras e importaciones brutas	55	34,076,000	Saldo a favor susceptible de ser devuelto y/o compensado a imputar en el periodo siguiente	90	0		
Devoluciones en compras anuladas, rescindidas o resueltas en este periodo	56	0	Saldo a favor sin derecho a dev. y/o compensación susceptible de ser imputado en el periodo siguiente	91	0		
Total compras netas realizadas durante el periodo	57	34,076,000	Total saldo a favor a imputar al periodo siguiente	92	0		
Liquidación privada Impuesto Generado	A la tarifa del 5%	58	0	Anticipos IVA pagados Régimen Simple	93	0	
	A la tarifa general	59	11,192,000	Bimestre	4	0	
	Sobre A.I.U en operaciones gravadas (base gravable especial)	60	0	Bimestre	5	0	
	En juegos de suerte y azar	61	0	Bimestre	6	0	

101. No. Identificación signatario 102. DV Total anticipos IVA Régimen SIMPLE **100**

981. Cód. Representación
Firma del declarante o de quien lo representa

982. Código Contador o Revisor Fiscal
Firma Contador o Revisor Fiscal 994. Con salvedades

983. No. Tarjeta profesional

997. Espacio exclusivo para la entidad recaudadora

DIAN
POR UNA COLOMBIA MÁS JUSTA

2 0 2 2021-11-22 / 03:47:24 PM :2 4

Fecha Acuse de Recibo

Firmado

980. Pago total \$

996. Espacio para el número interno de la DIAN / Adhesivo

91000856406304

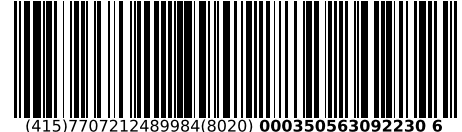
1. Año **2 0 2 1**

3. Período **1 0**

Espacio reservado para la DIAN

4. Número de formulario

3505630922306



(415)7707212489984(8020) **000350563092230 6**

Datos del declarante	5. Número de Identificación Tributaria (NIT)	6. DV	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres	
	9 0 1 5 0 9 9 5 9 2	2					
	11. Razón social ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS						12. Cód. Dirección seccional 3 2
Si es una corrección indique: 25. Cód.		26. No. Formulario anterior	96. Autorretenedores Personas Jurídicas exonerados de aportes (Art. 114-1 E.T.). Actividad económica principal			97. Tarifa	4

A título de impuesto sobre la renta y complementario

Concepto	Pase sujeta a retención para pagos o abonos en cuenta	Retenciones a título de renta
Rentas de trabajo	27 0	52 0
Rentas de pensiones	28 0	53 0
Honorarios	29 0	54 0
Comisiones	30 0	55 0
Servicios	31 0	56 0
Rendimientos financieros e intereses	32 0	57 0
Arrendamientos (Muebles e inmuebles)	33 0	58 0
Regalías y explotación de la propiedad intelectual	34 0	59 0
Dividendos y participaciones	35 0	60 0
Compras	36 0	61 0
Transacciones con tarjetas débito y crédito	37 0	62 0
Contratos de construcción	38 0	63 0
Enajenación de activos fijos de personas naturales ante notarios y autoridades de tránsito	39 0	64 0
Loterías, rifas, apuestas y similares	40 0	65 0
Otros pagos sujetos a retención	41 0	66 0
Autoretenciones		
Contribuyentes exonerados de aportes (art. 114-1 E.T.)	42 37,563,000	67 150,000
Ventas	43 0	68 0
Honorarios	44 0	69 0
Comisiones	45 0	70 0
Servicios	46 0	71 0
Rendimientos financieros	47 0	72 0
Pagos mensuales provisionales de carácter voluntario (hidrocarburos y demás productos mineros)	48 0	73 0
Otros conceptos	49 0	74 0
Pagos o abonos en cuenta al exterior a países sin convenio	50 0	75 0
Pagos o abonos en cuenta al exterior a países con convenio vigente	51 0	76 0
Menos retenciones practicadas en exceso o indebidas o por operaciones anuladas, rescindidas o resueltas		77 0
Total retenciones renta y complementario		78 150,000

Retenciones practicadas por otros impuestos

A título de IVA	A responsables del impuesto sobre las ventas	79 0
	Practicadas por servicios a no residentes o no domiciliados	80 0
	Menos retenciones practicadas en exceso o indebidas o por operaciones anuladas, rescindidas o resueltas	81 0
	Total retenciones IVA	82 0
Retenciones impuesto timbre nacional		83 0
Retenciones contribución laudos arbitrales		84 0
Total	Total retenciones	85 150,000
	Sanciones	86 0
	Total retenciones más sanciones	87 150,000

88. No. Identificación signatario	89. DV	980. Pago total \$	0
981. Cód. Representación	997. Espacio de sello de la DIAN (Fecha Acuse de Recibo)	996. Espacio para el número interno de la DIAN / Adhesivo	
Firma del declarante o de quien lo representa	2021-11-22 / 03:29:25 PM	91000856394431	
982. Código Contador o Revisor Fiscal	2 0 2 1	9:2 5	
Firma Contador o Revisor Fiscal	994. Con salvedades		
983. No. Tarjeta profesional			

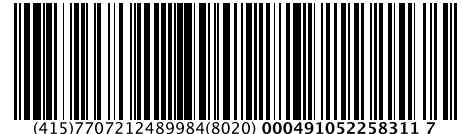
2 0 2 1 1 7 6 4 1 1 5 1 7 6

1. Año 2. Concepto 3. Período

Espacio reservado para la DIAN



4. Número de formulario **4910522583117**



(415)7707212489984(8020) 000491052258311 7

5. Número de Identificación Tributaria 6. DV 7. Primer apellido 8. Segundo apellido 9. Primer nombre 10. Otros nombres

11. Razón social **ECOSISTEMA DE INVERSIONES SAS** 12. Cód. Dirección seccional

24. Si es gran contribuyente, marque "X"

25. No. Título judicial 26. Fecha de depósito Año Mes Día 27. Cuota No 28. De 29. No. de formulario **3004640641161**

30. No. Acto oficial 31. Fecha del acto oficial AAAA MM DD 32. Fecha para el pago de este recibo AAAA MM DD 33. Cód. Título **USO OFICIAL**

Pagos	Valor pago sanción	34	0
	Valor pago intereses de mora	35	0
	Valor pago impuesto	36	668,000

37. Tipo de Documento 38. Número de Identificación Tributaria (NIT) 39. DV Apellidos y nombre del deudor solidario o subsidiario

40. Primer apellido 41. Segundo apellido 42. Primer nombre 43. Otros nombres

44. Razón social 45. Dirección 46. Teléfono 47. Cód. Dpto. 48. Cód. Ciudad/Municipio

988. Código deudor Firma deudor solidario o subsidiario

997. Espacio exclusivo para el sello de la entidad recaudadora
(Fecha efectiva de la transacción)
2 0 2 1 - 1 1 - 2 2 / 1 5 : 5 0 : 2 0

980. Pago total \$

996. Espacio para el número interno de la DIAN / Adhesivo

07998503821448