

Trabajo Final Especialización Gestión Para El Desarrollo Empresarial Proyecto De
Emprendimiento Empresa JCG Consultoría

Juan Carlos Gomez Ramírez

Universidad Santo Tomas De Aquino

Facultad De Ciencias Y Tecnologías

Especialización Gestión Para El Desarrollo Empresarial

Innovación e Investigación Modelo De Desarrollo Empresarial

2021-2

SUMMARY

The mipymes represent today for the economies of nations the largest source of employment generation, as well as they contribute a very important share in the GDP. These companies, which are the business fabric of any country, arise from the talent, initiative, effort and innovation of those who risk in one way or another to commit and allocate resources to generate wealth for those who invest, as well as for the people and markets they impact. In this work the author makes a proposal for entrepreneurship that integrates an innovative component, in order to focus on providing consulting services and commercial manager, to accompany and teach micro, small and medium entrepreneurs to realize the plans that were made in the provision of consulting services and thus train them in negotiation techniques to make more successful sales with new customers and new markets. After two academic semesters of studies, the idea of the present project of entrepreneurship materializes, which through the detailed and critical analysis, the review and evaluation of the information, as well as its processing, they manage to give it a high level of investigative rigor by the use of different sources and resources, as well as the permanent accompaniment of the academy. This entrepreneurship project reflected in this document becomes the first step to develop the innovative idea and thus create a company that will contribute to the strengthening of the Colombian business fabric.

Tabla de Contenido

	Pagina
1. Introducción	6
2. Análisis de Entornos / Sector	7
2.1. Análisis del Macro Entorno	7
2.2. Análisis del Micro Entorno	8
3. Estudio de Mercados	9
3.1. Investigación, Desarrollo e Innovación	9
3.2. Análisis Del Sector Económico	9
3.3. Análisis Del Mercado.	11
3.3.1. Descripción y Análisis del Producto	12
3.3.2. Análisis de la Demanda – Consumidor o Cliente	14
3.3.3. Segmentación objetivo del Proyecto	15
3.4. Análisis de la oferta y de la competencia	20
3.4.1. Análisis de los precios	25
3.5. Proyecciones De Venta	27
4. Estudio Técnico/Operacional	29
4.1. Ficha Técnica	29
4.2. Análisis de Procesos de Producción	30
4.3. Plan de Producción y de Compras	31
4.5. Análisis de Costos	31
4.6. Análisis de la Infraestructura.	31
5. Estudio Organizacional y Legal	33

	Página
5.1. Estructura Organizacional	33
5.2. Análisis de Cargos	35
5.3. Costos Administrativos	36
5.4. Tipos de Sociedades	39
5.5. Permisos, Licencias y Licencias	39
5.6. Impuestos y Tasas	40
6. Pensamiento Estratégico	42
6.1. Estrategias De Mercadeo	44
6.1.1. Estrategia de Precio	44
6.1.2. Estrategia de Producto	46
6.1.3. Estrategia de Plaza	47
6.1.4. Estrategia de Promoción y ventas	48
6.1.5. Estrategia de Prosumer	48
6.1.6. Estrategia de Posicionamiento	48
6.2. Estrategia Organizacional	52
6.3. Análisis de Procesos Organizacionales.	54
7. Formulación y Evaluación Financiera.	55
7.1. Estudio Económico	55
7.2. Costos y Presupuesto Gastos	57
7.3. Punto de Equilibrio	61
7.4. Estados financieros	62

	Pagina
7.4.1. Balance General	62
7.4.2. Estado de Pérdidas y Ganancias	63
7.7. Flujo de Caja, T.I.R., V.P.N. y T.I.O.	66
8. Conclusiones.	69
Bibliografía.	

1. Introducción

Las Mipymes son el tejido empresarial de la economía colombiana al representar el 90% del total de empresas registradas en las Cámaras de Comercio en nuestro país. Con la actual coyuntura económica de pandemia ha sido el sector que más ha sufrido el impacto negativo de este caos mundial.

Una gran mayoría de estas empresas tiene una estructura organizacional simple donde los propietarios o gerentes asumen toda la carga de crear la planeación y a la vez ser ejecutores de ella misma, donde sus conocimientos y competencias no están tan desarrolladas en unas áreas como en otras. Debido a esto hoy en día se ve el imperativo necesario de que estas mipymes tengan acceso a consultorías y asesorías especializadas en sus diferentes ramos para que brinden servicios que garanticen la sostenibilidad y supervivencia en un mercado muy competitivo para ellas.

Por lo anterior las consultorías se deben convertir en verdaderos instrumentos de apalancamientos del saber y saber hacer para que estas mipymes tengan las herramientas suficientes que garanticen su crecimiento, sean innovadoras, competitivas y sostenibles.

Actualmente existe una oferta amplia de consultorías para este sector, tanto a nivel privado, como institucional y de gobierno, donde se consiguen precios que van desde lo competitivo de acuerdo al good will de la consultoría hasta asesoramiento gratuito del sector oficial, ongs o instituciones de carácter educativo.

En el presente trabajo se le empieza a dar vida a un proyecto de emprendimiento empresarial donde se plantea desarrollar una propuesta innovadora en las áreas foco de la consultoría que son mercadeo y comercial para las mipymes, y muy diferente a lo que las actuales consultorías ofrecen, donde el alcance de sus servicios llega hasta la entrega de un plan de acción de cómo deben hacer las cosas.

2. Análisis de Entornos / Sector

2.1. Análisis del Macro Entorno

A continuación, se presenta un cuadro de los factores del entorno tanto externo como interno que debe afrontar el emprendimiento:

Tabla 1
Elementos del entorno Externo e Interno (Elementos PESTEL)

Entorno Externo	Entorno Interno
- Reactivación económica mundial, apertura de fronteras, pos vacunación de la población. (E) - Crecimiento del ecommerce a través de apps y plataformas tecnológicas. (T) - Auge a nivel mundial de apoyar startup (capital semilla) con el condicionamiento que deben estar alineadas con el tema TICs. (E-T) - Transformación digital a través del uso de las redes sociales y aprovechamiento de avances tecnológicos (5G, Big Data, etc.) - Necesidad de las empresas de Recurso humano con mayor soft skills (habilidades blandas). (T) - Mayor exigencia y estandarización a temas de sostenibilidad del planeta (objetivos OCDE) (S) - Mayor Tecnificación en la cadena de suministros aprovechando las tecnologías de avanzada. (T) - Clara influencia de las superpotencias productoras de la vacuna a nivel mundial. (P) - La evolución de las economías de mercados emergentes condicionados a sus expectativas de vacunación de su población. (S) - Barrera a las importaciones y exportaciones debido a los escasos de contenedores y súper congestión portuaria. (E) - Medidas de los gobiernos a quienes no se vacunen (nacionales como extranjeros). (P)	- Clima político pre electoral confuso y de incertidumbre. (P) - Expectativas de la economía con metas de crecimiento por encima del 7% para 2021, desborde de la inflación por encima del 4%, TRI rondando los \$4.000, precios elevados del café y petróleo. (E) - Economía en recuperación sin embargo dependiente del desarrollo de la vacunación. (S) - Apoyo del gobierno a las mipymes con legislación a favor del emprendimiento. (L) - Evolución positiva de los emprendimientos “startup” a nivel nacional y con apoyo estatal. (E) - La actual calificación de las agencias de riesgos a la economía del país. (E) - El paro nacional y las protestas, así como el orden público han puesto al gobierno en la mira de organizaciones DIH. Todo el sector productivo afectado por bloqueos. (S) - Reforma Tributaria que tiene como fin lograr equilibrio del gasto público y social que busca no tener un impacto negativo en la sociedad. (E) - Tejido social deteriorado por las manifestaciones y represión del estado. (S) - Poco visible la aplicación de la normatividad sobre RSE por las empresas del país. (L) - Cambios significativos en los gustos, preferencias y hábitos de consumo en los consumidores. (S) - Ecommerce y redes sociales alto impacto en la economía. (T)

Fuente: Elaboración propia

2.2. Análisis del Micro Entorno

En un artículo del diario la Republica titulado “Estudio reveló que las ventas de las Pymes en Colombia han bajado 65%” en plena pandemia y escrito por la periodista Ximena González, también destaca que "El sector de asesoramiento y consultoría presentó una mayor oportunidad de crecimiento frente a la crisis, pues 51 % de las empresas de este sector han vivido un incremento en facturación" (Gonzalez, 2020). Considerando lo anterior da validez a aquella famosa frase que dice “En las grandes crisis se encuentra grandes oportunidades”.

A continuación, entraremos a considerar el análisis de las 5 fuerzas de Porter, que como bien lo establece su autor, el potencial de rentabilidad de una empresa viene definido por estas cinco fuerzas.

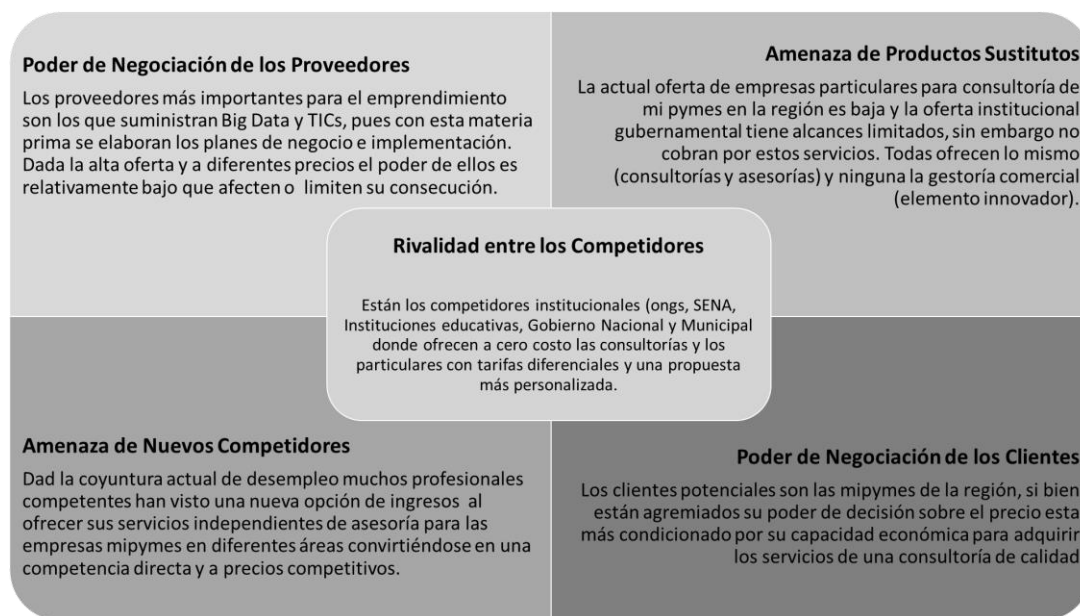


Ilustración 1

Las 5 fuerzas de Porter

3. Estudio de Mercados

3.1. Investigación, Desarrollo e Innovación

Indudablemente uno de las enseñanzas más importantes en la economía de pandemia fueron los cambios tecnológicos a los que se tuvieron que someter las mipymes como estrategia de supervivencia e inclusive de éxito innovador ante la eventualidad de la crisis.

En la actualidad estamos en plena revolución de la Industria 4.0 que implica la combinación de técnicas avanzadas de producción y operaciones con tecnologías inteligentes que se integrarán en las organizaciones, las personas y los activos. Inclusive ya se está empezando a especular sobre la industria 5.0, y asombra las aplicaciones que las empresas están emprendiendo en los últimos años, como:

- La computación en la nube, Big Data y Analytics.
- Inteligencia artificial e Internet de las cosas.
- Realidad aumentada.
- E – Learning

Por lo anterior el componente innovador ofrecido por el proyecto del emprendimiento a parte de la gestión comercial mediante el modelo de prima de éxito por nuevos clientes y negocios logrados, tienen contemplado en sus estrategias de mercadeo integrar el desarrollo de una APP con el fin de ofrecer diferentes servicios como los anteriormente mencionados.

3.2. Análisis Del Sector Económico

El actual entorno de la economía colombiana empieza a mostrar un panorama mucho más halagador después de pasar una segunda ola del pico de la pandemia,

asociada a toda una protesta social nacional donde el florero de Llorente fue la famosa reforma tributaria que quiso presentar el exministro Carrasquilla.

En la medida que la vacunación viene avanzando a nivel mundial y nacional, incentivando de esta manera la apertura de mercados, la puesta en operación del aparato productivo, mejorando la tendencia al incremento del consumo al haber más personas regresando a sus actividades diarias así como volviendo a desarrollar actividades de ocio, han permitido que nuevamente la economía se dinamice con ímpetu, permitiendo por fin mostrar números positivos, como crecimiento del consumo, y por ende el impacto en el PIB. Observamos como la economía colombiana en el segundo trimestre presenta un crecimiento del 17,1%, la inflación se desborda por encima de la meta para 2021 (3%) llegando al 5,3% acumulado anual y la tasa de desempleo sigue a la baja situándose en el 12,3%. Así mismo indicadores cualitativos como la confianza del consumidor y de los empresarios empiezan a mejorar significativamente.

Indudablemente las mipymes fueron las empresas que recibieron de frente y significativamente el impacto de economía de pandemia, donde un numero grande desapareció, otras se contrajeron y muy pocas (las que se reinventaron de manera innovadora e incorporaron la tecnología como activo tangible) lograron sobrevivir.

Las mi pyme “representan más del 90% del total de empresas, generan entre el 60% y el 70% del empleo y son responsables del 50% del Producto Interior Bruto (PIB) a nivel mundial” (EFE, 2018). En la actualidad, Colombia tiene 2.540.953 mipymes, que representan el 90% de las empresas del país, producen solo el 30% del PIB y emplean más del 65% de la fuerza laboral nacional (Fintech, 2021). Las mipymes son el pilar de la economía colombiana dado el alto número que hay y participan de nuestro PIB de manera importante. Muchas de ellas son emprendimientos con productos y servicios innovadores, pero que por su tamaño y estructura no cuenta con la organización, conocimientos y experticia en áreas como el mercadeo y comercialización de ellos, lo que las lleva a comprometer su crecimiento y futuro empresarial.

En la revista empresarial “Bitácora Económica” de Acopi, edición N°10 de diciembre de 2020, la Presidenta Ejecutiva destaca que el gran reto para el primer

semestre de 2021 es garantizar el funcionamiento de las empresas y con ello evitar la destrucción del tejido empresarial MiPyme (Castro, 2020).

El panorama después del segundo semestre de 2021 empieza a mejorar para la economía colombiana donde muestra un acelerado crecimiento, inclusive con indicadores que superan la expectativa de los más optimistas economista, pues de una meta inicial que se tenía del 6% de crecimiento, ya se habla que para 2021 superara el 8%. De acuerdo a un informe de 57 cámaras de comercio del país entre enero y marzo de este año ya se habían creado 96.431 empresas, un 9,3% más que en el mismo periodo de 2020 (Soto A. , larepublica.com, 2021) , recién empezaba en Colombia toda esta crisis de la pandemia.

Es así pues como con una economía que quiere despegar después de la recesión, consumidores habidos de volver a sus hábitos y costumbres que de una u otro modo habían dejado y empresas que lograron sobrevivir o en medio de la crisis con innovación surgieron como verdaderos ejemplos de éxito empresarial, las oportunidades para desarrollar emprendimientos están a la orden del día.

3.3. Análisis Del Mercado.

Consideremos los diferentes tipos de mercado que rodean al emprendimiento:

- **Mercado Proveedor:** Los proveedores del emprendimiento están circunscritos a empresas que ofrecen servicios de base de datos y registros de la economía de mercados local y nacional como Cámaras de Comercio, Sectores Gremiales de cada industria (Acopi, Fenalco, Andi, Fedesarrollo, etc.), instituciones gubernamentales de orden nacional, departamental y municipal, así como los diferentes programas de gobierno para las mipymes, las universidades, el internet como proveedor de información. A proveedores del orden tecnológico como empresas de suministros de software y hardware que se requieran cuando se vaya a realizar proyectos de marketing digital o mejoramiento y construcción de plataformas tecnológicas a implementar en las mipymes. También se

considera proveedores de servicios outsourcing de nómina y contratación en el momento que se requiera recursos del talento humano. Y por último proveedores de Back Office los cuales se encarguen de la logística y abastecimiento de recursos necesarios para el desempeño administrativo del emprendimiento.

- **Mercado Distribuidor:** La distribución del servicio se realiza de manera directa por el emprendimiento por lo que la intermediación y tercerización del servicio no está contemplada en la etapa inicial del proyecto.
- **Mercado Consumidor:** Los clientes de los servicios del emprendimiento son la mipymes, donde el consumidor que tiene el poder de decisión en una empresa de estas para comprar o adquirir este tipo de servicio son los Gerentes y/o Propietario de la mipyme.

3.3.1. Descripción y Análisis del Producto

Para definir el negocio nos plantearemos tres preguntas a las que dándole respuesta y a su vez comparándonos con el contexto de lo que hacen nuestros competidores, nos permite determinar claramente los que vamos a hacer y ofrecer a nuestros clientes:

Tabla 2 Definición del Negocio
Definición del negocio

Aspecto a concretar	Emprendimiento JCG	Competidores
Qué tipo de necesidades van a ser satisfechas (funciones del producto o servicio) (Qué)	Elaboración de planes de marketing, estructuración y fortalecimiento del área comercial, acompañamiento en la ejecución e implementación de ellos, coaching y capacitación al microempresario y empleados, Gestoría comercial (rol negociador free lance) en consecución de nuevos mercados y clientes. Servicios complementarios en otras área operativas a traves de aliados estrategicos.	Consultorías y asesorías en elaboraciones de planes de mercadeo y estrategias comerciales para mejorar las ventas de las mipymes, capacitación y formación a los microempresarios en diferentes temas empresariales.
Qué segmentos de consumidores van a ser atendidos por la empresa (segmentos y áreas geográficas); y con qué (A quién)	Mipymes de la ciudad de Pereira principalmente relacionadas con la actividad economica comercial y de servicios.	Mipymes de la ciudad de Pereira en general.
Qué tecnologías van a ser realizados los productos o servicios. (Como)	Canal Directo, venta de los servicios a los stakeholders clientes target (mipymes), a traves de marketing digital (APP, redes sociales, etc.), correo electronico y Marketing Referencial.	Se promocionan a traves de marketing digital (web, APP, redes, et.c), Publicidad en medios masivos (TV, Radio, Impresos), correo electronico y por demanda de potenciales clientes.

Fuete: Elaboración propia

El producto a desarrollar es un servicio, catalogado dentro de las categorías de “Producto Intangible” y que tiene las siguientes características básicas:

a) **Promesa básica de producto:**

- Servicio de consultoría en el área comercial y marketing.
- Asesoraría en la elaboración, construcción, desarrollo e implementación de planes de mercadeo a las mipymes.
- Estructuración y poner a funcionar el área comercial de la mipymes.
- Marketing digital, publicidad a través de medios ecommerce.
- Desarrollo APP para conectarse con el cliente y crear mercado digital.
- Capacitación y entrenamiento para el área comercial y fuerza de ventas.
- Consultoría en gestión de procesos empresariales de la cadena de valor de la mipyme.

- b) **Ventaja competitiva (idea innovadora):** Crear e implementar la figura de “Modelo de Gestoría Comercial”, volverse aliado estratégico del cliente. EL emprendimiento ofrecerá el servicio de “CONSULTOR-NEGOCIADOR” donde se tiene como objetivo por parte de la consultoría a través de la gestión de ventas y acompañamiento a las mipymes a lograr desarrollar nuevos clientes, nuevos mercados y a través del coaching-mentoring enseñarles negociación.

3.3.2. Análisis de la Demanda – Consumidor o Cliente

La encuesta de la Cámara de Comercio de Pereira (Briceño, 2020) que realizo entre el 14 de agosto al 31 de diciembre de 2020, a los empresarios (mipymes) de la ciudad, determino como una gran oportunidad que manifestaron como una necesidad a demandar y cubrir y es la que se muestra en el grafico a continuación (Figura N°1):

Tabla 3
Encuesta Censo Empresarial CCP

¿EN QUÉ TEMAS LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIONES DE LA
¿CÁMARA DE COMERCIO DE PEREIRA?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Comercial	10.699	53,28%
Mercadeo	9.397	46,80%
Financiera	7.035	35,03%
Gestión administrativa	4.918	24,49%
Laboral	3.854	19,19%
Contenidos Digitales	3.760	18,73%
Ninguno	3.581	17,83%
Tributaria - Impuestos	2.948	14,68%
Jurídica - Registral	2.542	12,66%
Comercio exterior	2.503	12,47%
Otra: Servicio al cliente, Facturación	131	0,65%

Las mipymes están hoy en día habidas a que se les capacite y asesore en áreas comerciales y mercadeo con el fin de recuperar su dinámica de flujo de ingresos para llegar a nuevos clientes y mercados de maneras innovadoras y diferentes

3.3.3. Segmentación objetivo del Proyecto

Los siguientes son los diferentes parámetros de segmentación del proyecto:

a) Segmentación geográfica: El área geográfica que cubrirá el proyecto de emprendimiento inicialmente será el mercado de mipymes de la ciudad de Pereira el cual tiene las siguientes características de tipo geográfico:

- País: Colombia
- Departamentos: Risaralda
- Ciudad capital: Pereira
- Ciudades: Inicialmente empezara operaciones con mipymes de la ciudad de Pereira, y Dosquebradas, con proyección a otras ciudades como Santa Rosa de Cabal y La Virginia.

b) Segmentación demográfica: Considerando que los clientes potenciales para el emprendimiento de la consultoría son empresas tanto personas naturales como jurídicas, la segmentación demográfica será con los siguientes parámetros:

- Tamaño de Empresa: La mipymes se clasifican por su número de empleados y de acuerdo a su valor de activos totales según el Decreto 957 de 2019 (Monterroso, 2020) de la siguiente manera:

Tabla 4
Clasificación mipymes Decreto

Sector	Micro	Pequeña	Mediana
Manufacturero	Inferior o Igual A 23.563 UVT.	Superior A 23.563 UVTE Inferior o Igual A 204.995 UVT.	Superior A 204.995 UVTE Inferior o Igual A 1'736.565 UVT.
Servicios	Inferior o Igual A 32.988 UVT.	Superior A 32.988 UVTE Inferior o Igual A 131.951 UVT.	Superior A 131.951 UVTE Inferior o Igual A 483.034 UVT.
Comercio	Inferior o Igual A 44.769 UVT.	Superior A 44.769 E Inferior o Igual A 431.196 UVT.	Superior A 431.196 UVTE Inferior o Igual A 2'160.692 UVT.

Por lo anterior la segmentación para el emprendimiento es el siguiente: “En cuanto a las pequeñas empresas que generan entre 11 y 50 empleos, estas representan el 4,21 % del mercado laboral (416 mipymes). Por otra parte, las medianas empresas hacen parte del 0,70 % de la oferta laboral de la región generando entre 51 y 200 empleos (69 mipymes).” De acuerdo a este indicador de empresas entre 11 a 200 empleados (4,91%) del total de la PYMES en el Eje Cafetero, nos focalizaremos en la ciudad de Pereira (9884 empresas) inicialmente, dándonos un mercado potencial de 485 posibles clientes a desarrollar (Diario E., 2020).

- Edad de la empresa: Proyectos de emprendimiento (desde el inicio de la idea), empresas con un mes de inicio de operación en adelante en el mercado regional.
- Nivel de Ingresos: Empresas con niveles de ingresos superiores a cincuenta millones de pesos año.
- Objeto Social: Empresas comercializadoras, de servicios y productoras de cualquier tipo de bienes y servicios.
- Número de Empleados: Entre 1 a 250 empleados
- Filiaciones: Que tengan o no, algún vínculo de afiliación con agremiaciones empresariales de la región, país o internacionales.
- Sector: Privado, público u organizaciones no gubernamentales.

c) Segmentación psicográfica: Las siguientes serán las características psicográficas de las empresas a las cuales se desea impactar:

- Empresas que no tengan un área de marketing y comercial muy estructurada.
- Que tengan una fuerza o equipo de ventas.
- Empresas de emprendedores con un nivel de formación académico intermedio o si tienen uno de nivel superior, no está relacionado o fortalecidos con la comercialización y mercadeo de los productos.
- Principalmente empresas que se dediquen a la comercialización de productos, bienes y servicios y si son del sector manufacturero que tengan necesidad de estructurar el área comercial.

d) Segmentación conductual: Se definen los siguientes criterios de acuerdo al comportamiento o conductas empresariales de las mipymes:

- Empresas que preferiblemente no hayan tenido o muy poca experiencia con una consultoría en área comercial y marketing.
- Que estén en la capacidad y deseo de invertir más de dos salarios mínimos mensuales legales vigentes (smmlv), durante un periodo mínimo de dos meses para el pago de la consultoría.
- Que tengan problemas con el posicionamiento de sus marcas y no estén cumpliendo los presupuestos de ventas o necesitan incrementarlas aún más.
- Empresas que van a lanzar nuevos productos/servicios o presentaciones como extensiones de línea.

e) Tamaño del Mercado: De acuerdo a un informe publicado en el diario La República (Soto, 2021) en Colombia existen 5.4 millones de mipymes, convirtiéndose en el tejido social empresarial al representar el 90% del sector productivo, generando el 40% del PIB, y el 80% del empleo formal en nuestro país (Unisaba, 2021). De este total 1.4 millones (26%) corresponden al sector comercio bienes y servicios, 1.1 millones (20%) al sector agrícola y 549 mil al sector manufacturero (10%) entre otros.

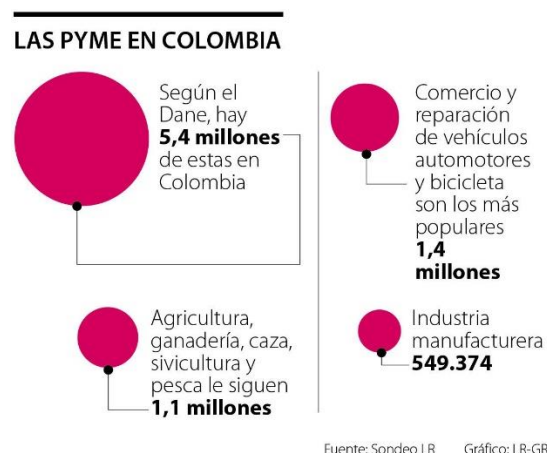


Ilustración 2
Número de mipymes en el año 2020

Revisando las ciras a nivel regional y de acuerdo al ultimo censo de la Camara de Comercio de Pereira 2020 las mipymes en la ciudad en total son 20.080 y de acuerdo a su actividad economica (CCP, 2020) se distribuyen de la siguiente manera:

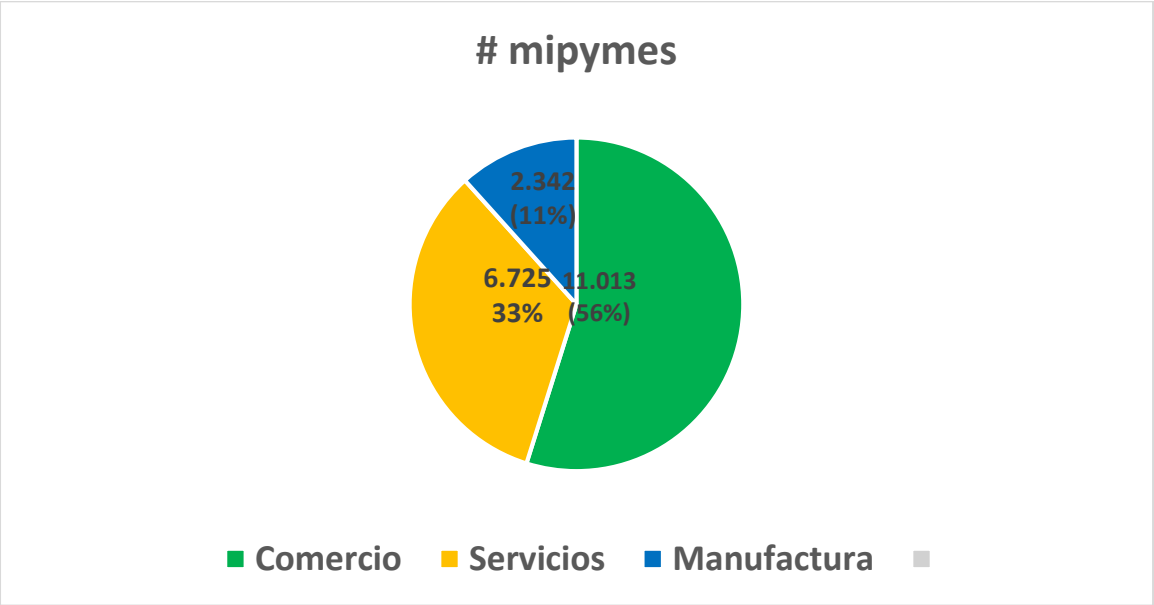


Ilustración 3
Número mipymes año 2020

La misma encuesta determina la participación de las mipymes de acuerdo al número de empleados que la conforman de la siguiente manera:

Tabla 5
Numero de mipymes por cantidad de empleados

Generación de empleo		
Rango de empleos generados	Comerciantes	Porcentaje
De 1 a 2	13.873	69,09%
De 3 a 6	4.597	22,89%
De 7 a 10	779	3,88%
De 11 a 20	448	2,23%
De 21 a 30	143	0,71%
De 31 a 50	99	0,49%
De 51 a 200	95	0,47%
Más de 200	46	0,23%
Total Encuestas	20.080	100%

Para establecer el tamaño de mercado usaremos la metodología TAM que por sus siglas en inglés, Total Addressable Market, es decir el mercado total asequible o disponible para nuestro proyecto (Conciencia, 2021)

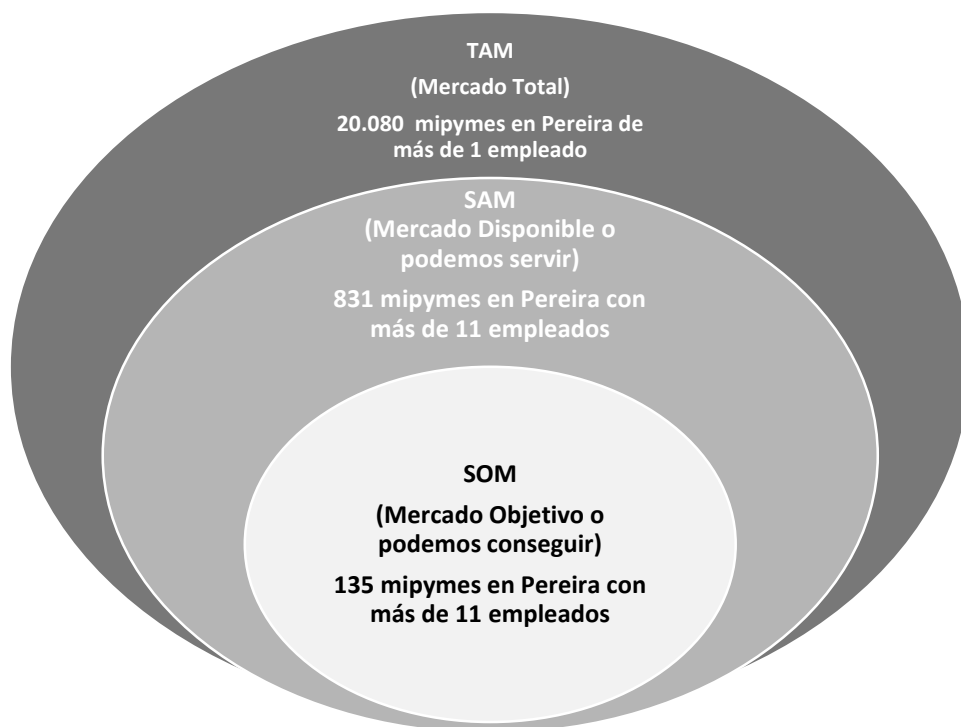


Ilustración 4

Tamaño del mercado TAM

- f) Participación en el Mercado:** Al no tener información de fuentes oficiales de carácter público y/o privado acerca de cómo está conformado el mercado participativo de las empresas consultoras para mipymes en la ciudad de Pereira se establece que del mercado target de mipymes al cual podemos servir (SAM) se pretende captura el 15% de ese número de empresas (135) lo cual significaría lograr tener 0,7% del total de mipymes que hay en la ciudad de Pereira.
- g) Demanda Potencial:** Para establecer nuestra demanda usamos a la fórmula:

$$Q = n \times p \times q$$

Tabla 6
Cálculo de la demanda potencial

Donde	Definición	Indicador
Q	Demanda potencial que se expresara en pesos Colombianos	Valor Total pesos Colombianos
n	El número de mipymes foco de la ciudad de Pereira potenciales compradores.	831
p	Como precio promedio que se establece del servicio a prestar son valor hora x 20 horas/año	Precio promedio hora asesoría \$ 101.000 X 20 horas/año= \$2.020.000 por mipyme
q	Cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado.	1 asesoría anual por mipyme

n	P	q	Q
831	\$ 2.020.000	1	\$ 1.678.620.000

Fuente: Elaboración propia

3.4. Análisis de la oferta y de la competencia

Con el fin de establecer el perfil competitivo del emprendimiento el estudiante implemento la elaboración de la matriz de perfil competitivo (MPC) tanto a nivel cualitativo como cuantitativo. Así mismo se estableció después de considerar, investigar en internet y solicitar la opinión de dos stakeholders, canal gobierno y privado, que son proveedores de servicios de consultoría para mipymes, que en la ciudad de Pereira (mercado target inicial del emprendimiento) las empresas que están más posicionadas a

nivel de mipymes y sede deben considerar inicialmente como competidores fuertes, son a nivel institucional el SENA y La Cámara de Comercio de Pereira y a nivel privado las empresas, Consultorías Empresariales para PYMES y Penty Consultoría, todas ellas radicadas en la ciudad. Existen otras empresas o personas naturales con este tipo de oferta de servicios sin embargo poco conocidas o no cuentan con un good will reconocido en el medio de las mipymes. También hay otros competidores considerados que están catalogados como “BIG CONSULTING COMPANY” en el mercado nacional (bien sea de origen colombiano o extranjero), sin embargo, no se tienen en cuenta por el momento como competidores directos dado sus altos precios a los que las mipymes les queda difícil acceder por considerarlos de un muy alto valor.

La matriz con la información cualitativa nos permite conocer acerca de los competidores y de nuestro emprendimiento, desde la perspectiva de que tipo de servicios se ofrecen, en que plazas o mercados (ciudades) desarrollan la actividad, y cuales se consideran sus fortalezas y debilidades y la matriz con la información cualitativa, de acuerdo a los factores claves elegidos por el estudiante y conociendo el contexto del proyecto de emprendimiento, determina cuales son importantes para evaluar en una escala de 1 a 10 y se le da una ponderación de acuerdo a la importancia con el fin de establecer un ranking acerca de la empresa que competitivamente puede ser más atractiva para las mipymes.

Tabla 7

Perfil competitivo cualitativo

PERFIL COMPETITIVO					
Empresa	Ubicación	Portafolio	Cobertura	Fortalezas	Debilidades
SENA	Pereira	1. Orientación: del Programa Fortalecimiento Empresarial 2. Diagnóstico: mediante la aplicación de una herramienta se evalúa la situación actual de su organización en cada una de sus áreas funcionales. 3. Formulación del plan de acción: se identifican las áreas de la empresa que requieren intervención, planteando acciones para lograr escalabilidad, crecimiento e impacto económico. 4. Plan de acción: se hace un acompañamiento para su implementación y mejora continua.	Risaralda	1. No tienen costo. 2. Programa del gobierno y subsidiado por este. 3. Posicionada como una institución insignia y bandera de programas de ayuda y apoyo a las mipymes. 4. Alta credibilidad como institución técnica de formación y calidad. 5. Amplias y sedes con planta de personal numerosa tanto internos como externos.	1. No se involucran en la negociación y consecución de nuevos clientes y mercados (gestoría comercial), simplemente en el asesoramiento. 2. Disponibilidad de tiempo para responder a solicitudes de manera inmediata o rápida, todo debe ser programado
Camara de Comercio Pereira	Pereira	1. Aseoria, capacitación y acompañamiento. 2. Big data (Información disponible de los diferentes sectores economicos). 3. Empresas asociadas que prestan servicios de consultoria.	Pereira	1. Recursos y presupuestos para capacitaciones y asesorias gratuitas. 2. Capacitadores, asesores y formadores con experiencia en el sector empresarial. 3. Manejo de TICs con plataforma web. 4. Oficinas e instalaciones con amplio personal administrativo.	1. Ciertas capacitaciones y asesorias tienen costos. 2. No tienen figura de negociador o gestor comercial para abrir mercados y clientes.
Consultoría Empresarial PYMES	Pereira	1. Diagnosticar el estado actual de la empresa, identificar la posición competitiva , proponer modelos para permanencia en el mercado y diseño de metodología . 2. Administración comercial y desarrollo de productos.	Regional	1. Perfil de formación academina MBA. 2. Estructura en la formación y creación de empresas en el área de comunicaciones.	1. Poco conocida en la región. 2. Su oferta en temas de mercadeo y comercial no es robusta 3. No presenta servicios a clientes mipymes reconocidos en la región. 3. No gestoria comercial. 4. Ninguna propuesta marketing digital. 5. No se promociona con marketing digital.
Penty Consultoria		1. Consultoria en creación de empresa, marca y planes de mercadeo. 2. Marketing Digital y publicidad 3. Capacitación en marketing digital	Regional	1. Conformado por profesionales preparados. 2. Experiencia en asesoramiento de pymes en la región. 3. Imagen de la marca moderna y joven. 4. Oferta de ortafolio de marketing digital	1. Empresa nueva dandose a conocer. 2. No presentan portafolio robusto en temas comerciales. 3. No son gestores comerciales acompañado a las mipymes a lograr nuevos clientes y mercados

Fuente: Elaboración propia

Para realizar la MPC (Matriz Perfil Competitivo) cuantitativa se escogió la que ofrecen los mismos servicios que el emprendimiento, asesoría y consultoría del sector

institucional (SENA) dado a que fue las que se consideró la más reconocidas a nivel de mipymes.

Tabla 8

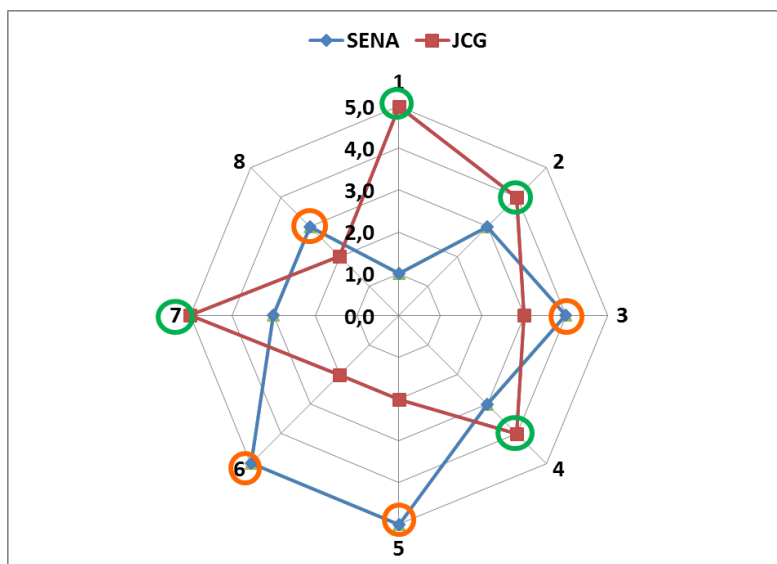
Perfil competitivo cuantitativo

<i>Factores clave de éxito (1)</i>	<i>Peso (2)</i>	<i>Calificación de la empresa SENA (3)</i>	<i>Calificación ponderada de la empresa SENA (4)</i>	<i>Calificación de la empresa EMPRENDIMIENTO JCG CONSULTORIA (5)</i>	<i>Calificación ponderada de la empresa EMPRENDIMIENTO JCG CONSULTORIA (6)</i>
		SENA	SENA	JCG	JCG
1. Propuesta Innovadora-Gestor Comercial	0,20	1,0	0,20	5,0	1,00
2. Disponibilidad tiempo y calidad asesoria	0,15	3,0	0,45	4,0	0,60
3. Portafolio servicios	0,10	4,0	0,40	3,0	0,30
4. Acompañamiento en campo	0,15	3,0	0,45	4,0	0,60
5. Precio	0,10	5,0	0,50	2,0	0,20
6. Experiencia	0,10	5,0	0,50	2,0	0,20
7. Capacitaciones y entrenamiento en ventas	0,10	3,0	0,30	5,0	0,50
8. Manejo TICs	0,10	3,0	0,30	2,0	0,20
TOTAL	1,00		3,10		3,60

Fuete: Elaboración propia

Tabla 9

Matriz MPC calificación de la empresa



Fuente: Elaboración propia

De las anteriores matrices y el respectivo gráfico de radar, que muestra los gaps que me permite visualizar que me alejan de nuestro competidor y que los aleja a ellos de nosotros, podemos concluir que el competidor de comparación más importante (SENA), nuestro emprendimiento mostro las siguientes ventajas competitivas (puntos en círculos verdes) como:

- 1. Propuesta Innovadora-Gestor Comercial
- 2. Disponibilidad tiempo y calidad asesoría
- 4. Acompañamiento en campo
- 7. Capacitaciones y entrenamiento en ventas

Y que nuestro competidor nos aventaja en (círculos naranjas):

- 3. Portafolio servicios
- 5. Precio
- 6. Experiencia
- 8. Manejo TIC
- Uno de los factores claves y que es determinante en el análisis es el componente INNOVADOR, el que tiene mayor peso ponderado porcentualmente, es el que da la **ventaja competitiva** al emprendimiento quien es el único de las tres empresas que ofrece el servicio de GESTOR COMERCIAL (servicio de negociador por prima de éxito para la mipyme).
- Otro factor a considerar como ventaja competitiva es la **disponibilidad y calidad de tiempo y respuesta** a requerimientos de la mipyme. Con el SENA todo debe ser solicitado, programado y acordado para citas, entrevistas, etc., y por su volumen de trabajo no son en el corto plazo (días) si no que se pueden demorar semanas y hasta meses para atender requerimientos o ellos mismo poner las condiciones de programación, y en el caso de Penty Consultoría, el tema se convierte es en precio del servicio al tener un mayor costo.
- Los factores **Capacitaciones y entrenamiento en ventas** van muy ligados al **acompañamiento** que se les ofrecen pues se convierten en plus para lograr la propuesta de ventaja competitiva que es la figura de Gestor Comercial.

- Los dos factores de más baja calificación para el emprendimiento fueron “Experiencia” y “Precio” en los cuales el SENA nos aventaja y en el gráfico de dispersión se ve una distancia significativa entre ellos (5 y 6), por lo que se deben

presentar propuestas que conlleven a mejorar estos factores en los procesos de construcción del emprendimiento y su plan estratégico.

3.4.1. Análisis de los precios

Para el análisis de precios vamos a revisar tres componentes importantes para desarrollar este proceso y son:

- **Clientes:** Los clientes de los servicios del emprendimiento son la mipymes, donde el consumidor que tiene el poder de decisión en una empresa de estas para comprar o adquirir este tipo de servicio son los Gerentes y/o Propietario de la mipyme. Por lo tanto, a continuación, definimos el arquetipo de este tipo de consumidor según la figura a continuación:

ARQUETIPO DE CLIENTE		
NOMBRE: ALBERTO ACUÑA		
METAS Y VALORES METAS: Darles la mejor educación a sus hijos Mantener un nivel de vida bueno y que no falte nada Le gustaría viajar fuera del país con su familia Darse ciertos lujos en sus gustos personales como vehículo y vivienda VALORES: Es muy importante el cumplimiento de horarios Le gusta rodearse de gente trabajadora y fiel Saber invertir bien el dinero y cultura del ahorro	Edad: 50 años Genero: Masculino Estado Civil: Casado Número y edad Hijos: 2 de 18 y 21 años Residencia: Pereira (Risarcaldá)  Ocupación: Empresario Puesto de Trabajo: Gerente Empresa Ingresos: \$ 5.000.000 mensuales	RETOS Y FRUSTACIONES RETOS: Mantener y ser el abastecedor de su familia y empresa Sacar el negocio o empresa adelante Darle trabajo a la gente y aportar a la economía del país FRUSTACIONES: Que no le alcance el tiempo del día para hacer lo que tiene en mente Que las tareas y actividades que se propone no se cumplan Que no le queda tiempo para compartir con su familia
FUENTES DE INFORMACION Libros: Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva Autor: Stephen R. Covey Revista: Semana, Dinero, Gerente Diarios y webs: El tiempo, La Republica, Portafolio Conferencias: Congresos Empresariales de gremios Redes Sociales: Facebook, Whatsapp, LinkedIn Afiliaciones: FENALCO, ANDI, FEDESARROLLO CAMARA COMERCIO		OBJECIONES Y ROL DE COMPRA OBJECIONES: Que se pague el precio justo por lo que adquiere La falta de conocimiento acerca del producto que comprara Que garantía y nivel de servicio tiene el producto que adquirira ROL DE COMPRA: Responsable de los resultados de la empresa Encargado de darle el direccionamiento a la compañía Toma la decisión final de comprar o adquirir los servicios de terceros

Ilustración 5

Arquetipo del cliente

- **Competencia:** Los competidores más fuertes y representativos en la zona son del sector institucional como la **Cámara de Comercio de Pereira** (CCP), sector gobierno, **SENA** con su programa **FONDO EMPRENDER**, programa **INNPULSA Colombia**, por el sector
- **Costos:** Realizando una revisión del modelo de precios de como son los honorarios de una consultoría se encontró que son dos: Valor hora de la consultoría y Valor por tamaño del proyecto. En Europa como referencia en el portal web de la empresa española Zaask, especializada en este sector, la elaboración de un Plan de Negocios, estrategia de marketing y ayuda en la definición de la estrategia del negocio, que es lo que el proyecto de emprendimiento se enfoca básicamente, la hora vale entre 39€/h (\$175.500.00 pesos colombianos) si la empresa ya es funcional la empresa a 65€/h (\$292.500.00 pesos colombianos) si es un proyecto que apenas se va a desarrollar (Zaask, 2021). En otro artículo se encontró como referencia, que *“el costo por hora variará entre 10 h (\$38. 867.00 pesos colombianos) y 200 USD (\$7.773. 400.00 pesos colombianos) según el país, industria en la que trabajes, años de experiencia, nivel de especialización y competencia, trayectoria, confianza, entre otros factores. (Según el nivel de especialización el costo por hora puede superar inclusive los 1.500 USD)”* (Ponce, 2021). Para el caso de Colombia y particularmente la ciudad de Pereira, donde se desarrollará el proyecto de emprendimiento, y de acuerdo a investigaciones realizadas con stakeholder gobierno (funcionario de la Secretaria de Desarrollo Municipal) y un stakeholder consultor particular que estuvo vinculado con la Cámara de Comercio de Pereira, las tarifas que se manejan para este tipo de servicios por hora pueden estar entre los \$ 65.000 (USD \$17 aproximadamente) y máximo \$ 200.000.00 (USD \$51 aproximadamente), valores que se ofertan para el sector mipymes y acorde con la capacidad de estas empresas de la región y que están dispuestas a sufragar por este tipo de servicios a contratar.

3.4. Proyecciones De Venta

A continuación, realizamos proyección de la venta de servicios a 5 años:

Tabla 10
Presupuesto de ventas 5 años

Estimacion de la demanda definida como de Horas Hombre de Asesoría de Servicios (Mes)															
años	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total horas año	Promedio mes	%Crec
año 1	30	30	30	40	40	40	50	50	50	60	60	60	540	45	
año 2	60	62	65	67	70	73	76	79	82	85	89	92	902	75	67%
año 3	92	96	100	104	108	112	117	122	126	131	137	142	1.388	116	54%
año 4	142	149	157	165	173	181	191	200	210	221	232	243	2.263	189	63%
año 5	243	258	273	290	307	325	345	366	388	411	436	462	4.103	342	81%

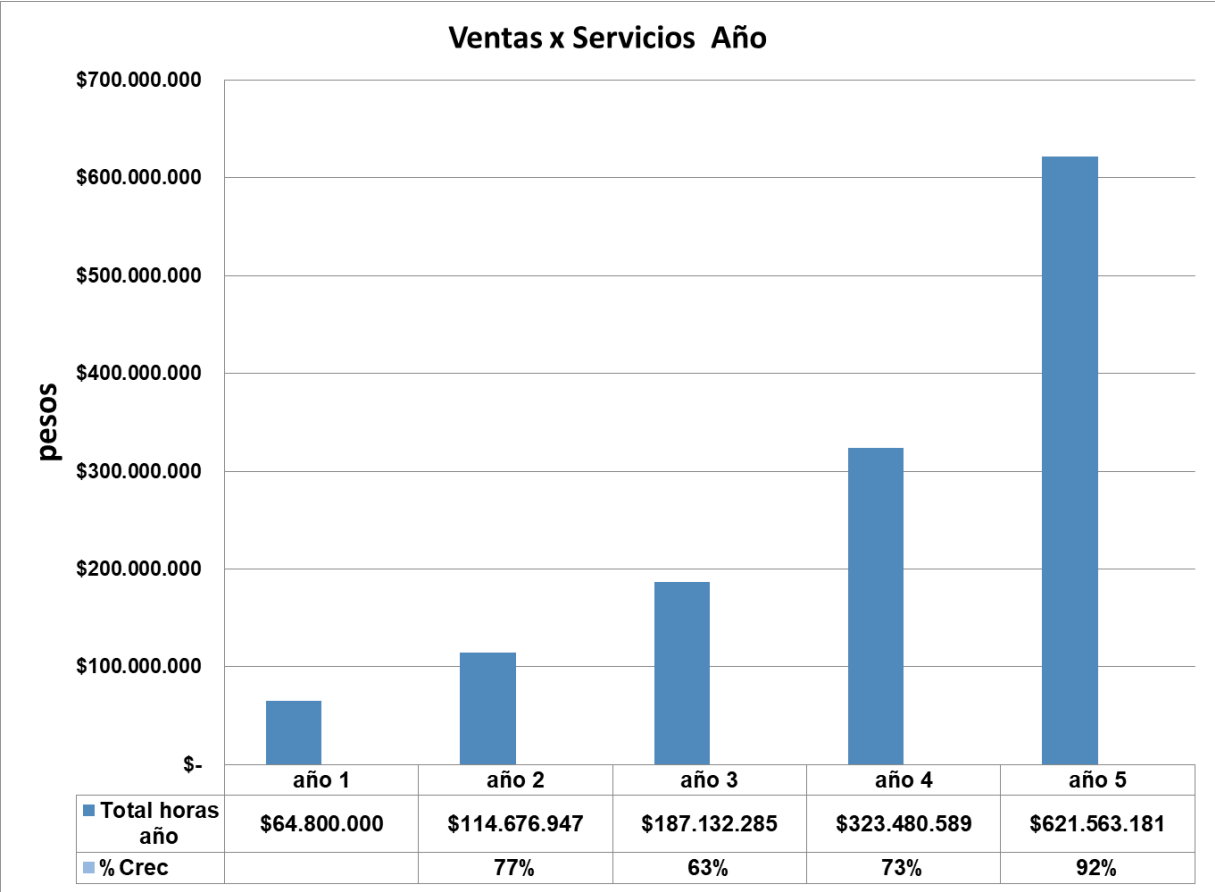
Año	de Crecimientos en % de Hrs de Asesoría mensual	Proyeccion de Crecimientos de Tarifa x Hrs Asesoría
1	-	120.000
2	4,0%	127.200
3	4,0%	134.832
4	5,0%	142.922
5	6,0%	151.497

Estimado de Ingresos Mensuales x Cobro de Asesorías (Según Tarifas x Año)															
años	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total horas año	Promedio mes	%Crec
año 1	\$ 3,6	\$ 3,6	\$ 3,6	\$ 4,8	\$ 4,8	\$ 4,8	\$ 6,0	\$ 6,0	\$ 6,0	\$ 7,2	\$ 7,2	\$ 7,2	\$ 64,8	\$ 5,4	
año 2	\$ 7,6	\$ 7,9	\$ 8,3	\$ 8,6	\$ 8,9	\$ 9,3	\$ 9,7	\$ 10,0	\$ 10,4	\$ 10,9	\$ 11,3	\$ 11,7	\$ 114,7	\$ 9,6	77%
año 3	\$ 12,5	\$ 13,0	\$ 13,5	\$ 14,0	\$ 14,6	\$ 15,2	\$ 15,8	\$ 16,4	\$ 17,0	\$ 17,7	\$ 18,4	\$ 19,2	\$ 187,1	\$ 15,6	63%
año 4	\$ 20,3	\$ 21,3	\$ 22,4	\$ 23,5	\$ 24,7	\$ 25,9	\$ 27,2	\$ 28,6	\$ 30,0	\$ 31,5	\$ 33,1	\$ 34,8	\$ 323,5	\$ 27,0	73%
año 5	\$ 36,8	\$ 39,1	\$ 41,4	\$ 43,9	\$ 46,5	\$ 49,3	\$ 52,3	\$ 55,4	\$ 58,7	\$ 62,2	\$ 66,0	\$ 69,9	\$ 621,6	\$ 51,8	92%

El siguiente grafico muestra cómo serán las ventas acumuladas por año en y su incremento ponderado:

Ilustración 6

Ventas por año cinco periodos



4. Estudio Técnico/Operacional

4.1. Ficha Técnica

La ficha técnica del servicio de consultoría y gestión se detalla a continuación:

Tabla 11
ficha técnica del servicio

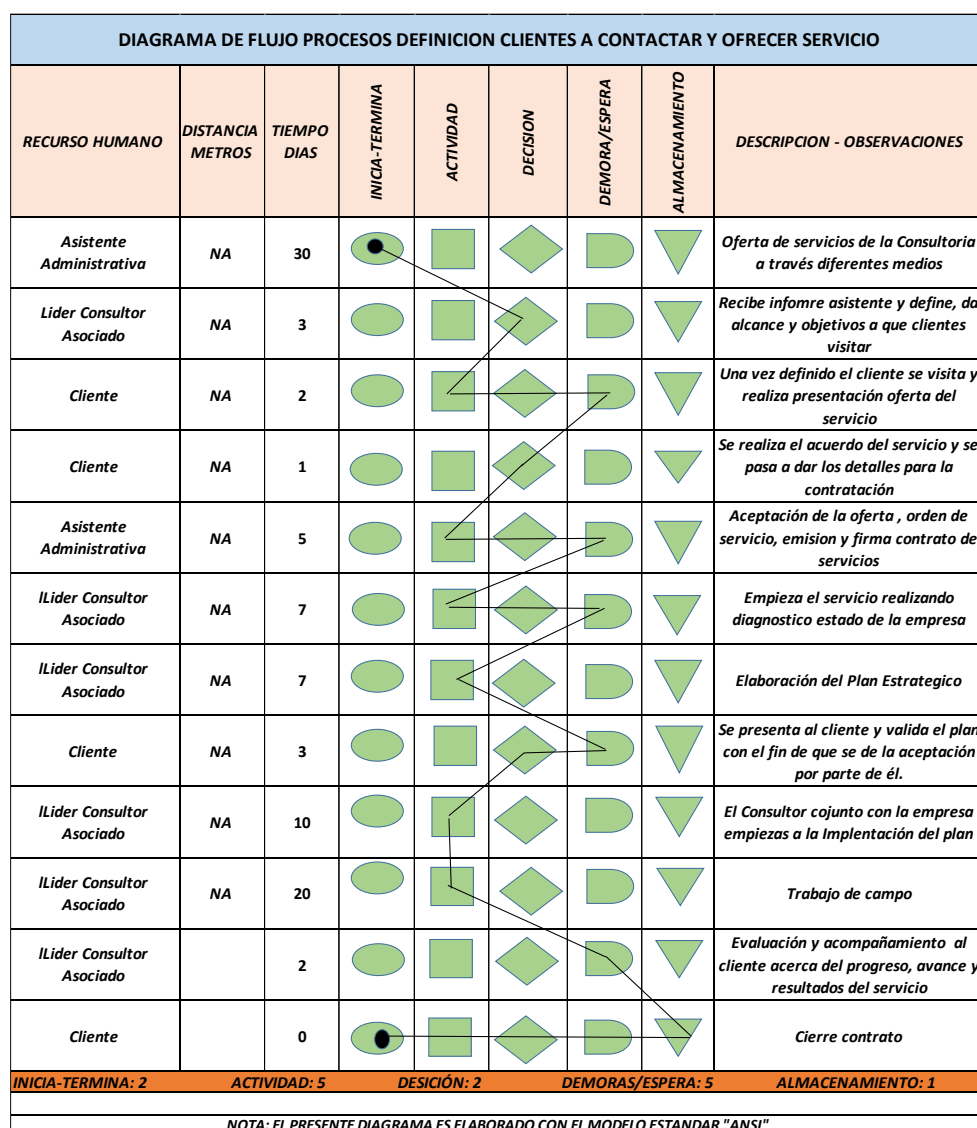
	JCG CONSULTORIA Y GESTORIA COMERCIAL SAS FICHA TECNICA CONSULTORIA		Código FTJCG-001 Página 1
NOMBRE DEL SERVICIO	<i>Asesorías y Consultoría</i>		
DESCRIPCION	<i>Servicio de consultoría y asesoría para las mipymes en temas comerciales y marketing</i>		
CLASIFICACION	<i>Codigo DIAN CIU Rev. 4 A.C. 7020</i>		
UNIDAD DE MEDIDA	<i>Hora de Consultoría y Asesoría</i>		
CARACTERISTICAS DEL SERVICIO	<i>Elaboración e implementación de planes de mercadeo. Estructuración del área comercial. Capacitación y entrenamiento de fuerzas de ventas. Gestoría comercial por prima de éxito.</i>		
Versión: 01	Firma	Nombre	Cargo
Elaborado por:			
Revisado Por:			
Aprobado por:			

Fuente: Elaboración propia

4.2. Análisis de Procesos de Producción

El proceso de análisis de producción es el del servicio de consultoría y gestoría a las mipymes, el cual inicia desde el momento que el cliente se expone a la marca a través de la promoción por algún medio publicitario o presencial a través de visitas y finaliza cuando se cierra la negociación con él, como se observa en el siguiente diagrama de flujo:

Tabla 12
Flujograma del proceso



Fuente: Elaboración propia

4.3. Plan de Producción y de Compras

El emprendimiento por ser una empresa de servicios de consultoría donde se presta un bien intangible no implementara un plan de producción ni de compras como tal. Cada servicio puede ser diferente, así como el producto que se debe entregar y adaptar a las necesidades de los clientes dado a que varían de acuerdo al sector y/o tipo de mipyme a las que se les venderá el servicio.

4.5. Análisis de Costos

Hablando en términos de costos del emprendimiento se definen como las horas hombre/consultor que se deben invertir para el desarrollo de un servicio, es decir cuantas horas se pagaran y a qué valor, al consultor líder del proyecto, bien si es un Consultor Asociado (socio del proyecto) o un Consultor externo bien sea Senior o Junior.

El presente análisis de costos hora/hombre/valor hora se determinó de acuerdo a las proyecciones de las ventas de los servicios y el crecimiento del emprendimiento esperado para 5 años, en el año 1 el valor de la hora/servicio que se paga a un consultor es alta en proporción a los ingresos esperados, pero a medida que se incrementan las ventas de servicios hay una mayor oc

Tabla 13
Análisis de costos hora/mes valor consultor

Descripción	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Horas de Servicio Presupuestadas x Periodo	540	902	1.388	2.263	4.103
Promedio hora mes	45	75	116	189	342
Costo x Hra de Servicios Prestado	\$ 129.560	\$ 92.142	\$ 75.350	\$ 71.441	\$ 47.253

Fuente: Elaboración propia

4.6. Análisis de la Infraestructura.

La empresa para empezar a operar tiene unos requerimientos mínimos de muebles enseres, personal e inmuebles. Debemos considerar que para el tema de

personal empezara con el Consultor Asociado o Gerente General, la Asistente Administrativa y el Asesor Tributario-Jurídico, en la medida que crece contratara los servicios de los Consultores Junior y Senior.

Tabla 14
Análisis de la infraestructura

MUEBLES	Cantidad	PERSONAL	Cantidad	INMUEBLES	Cantidad
Escritorios con cajones	3	Asistente Administrativo	1	Oficina en C. Comercial-Edificio	1
Sillas escritorios rodachines	3	Consultor Asociado	1	Baño	1
Mesa de juntas	1	Asesor Juridco-Tributario	1		
Sillas mesas de juntas	4	Consultor externo Junior	1		
Archivador	1	Consultor externo Senior	1		
Equipo computo escritorio	1				
Equipo computo lap top	2				
Impresora-Fotocopiadora	1				
Video Beam	1				
Extintor	1				
Sofa recepción	1				
Silla recepción	1				
Mesa recepción	1				
Telefonos celulares	3				
Telefonos fijos	2				
UPC	1				
Modem internet	1				
Cafetera	1				
Menaje Cafeteria	1				
Equipo de aseo	1				

Fuente: Elaboración propia

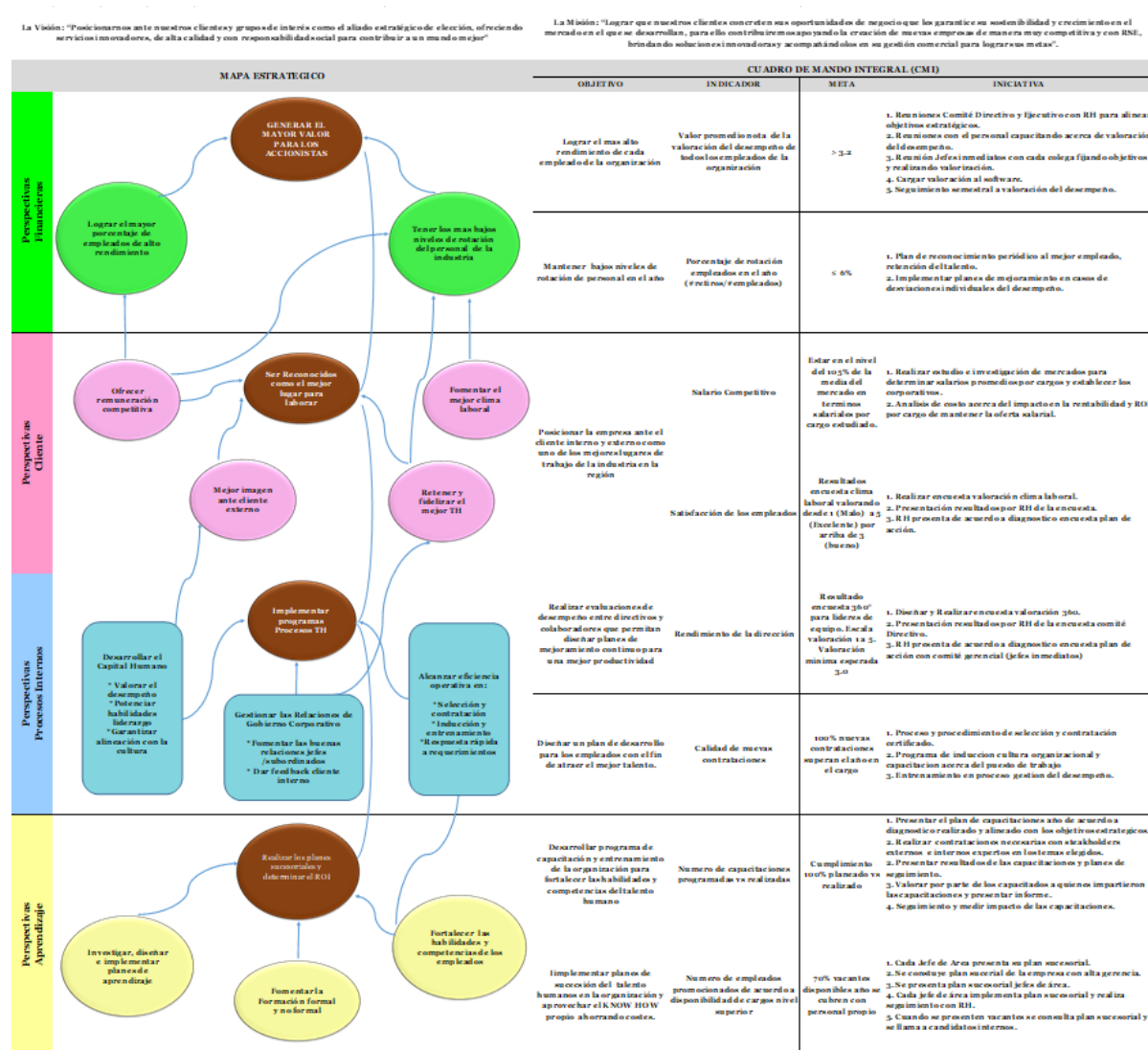
5. Estudio Organizacional y Legal

5.1. Estructura Organizacional

Es importante destacar que toda la organización debe estar comprometida con el direccionamiento estratégico y así poder decir que está completo el proceso en su totalidad.

Es de mencionar *“que Kaplan y Norton plantean cuatro perspectivas diferentes: la “Financiera”, de “Cliente”, de “Procesos” y de “Aprendizaje y Crecimiento”. Aunque existen variaciones también válidas a este estándar, como incluir una perspectiva relativa a la «Responsabilidad Social» o «Medio ambiente»* (Plaza, 2016). Podemos entonces definir que la organización no solo está enfocada en unos indicadores financieros si no que vas más allá de estos de manera integral y sistemática.

Tabla 15
Mapa Estratégico del talento humano



Fuente: Elaboración propia

Los integrantes del proyecto de emprendimiento que conformaran la empresa con modalidades de contratación por contrato a término indefinido para el caso del Gerente General y para el caso de la Asistente Administrativa contrato a término fijo. Para el Asesor Jurídico y Tributario y los Consultores Senior y Junior la contratación es de orden civil por contrato de prestación de servicios por lo que se consideran líneas staff para la organización.

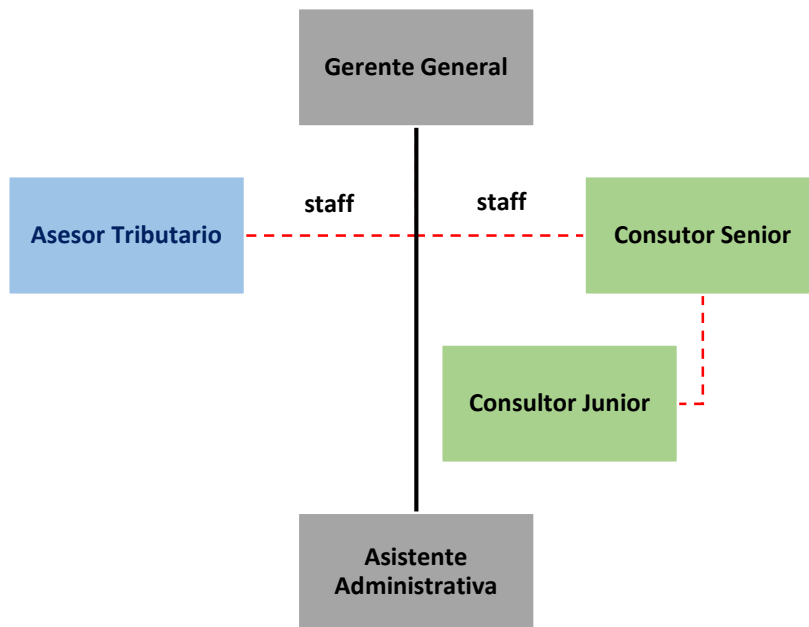


Ilustración 7
Organigrama de la empresa

5.2. Análisis de Cargos

Los cargos analizados son los con los que inicialmente empezaría el proyecto del emprendimiento y que son los del GERENTE GENERAL (emprendedor) y la ASISTENTE AMINISTRATIVA.

Para tal fin se utilizó un formato suministrado en el semestre anterior por la profesora del módulo de Gestión del Talento Humano y contiene los elementos necesarios para identificar las competencias transversales y funcionales del cargo, como temática de alta importancia que permite identificar las habilidades que han sido planeadas y alineadas al momento de realizar la visión y misión de la empresa.

A continuación, presentamos el formato del perfil del cargo para el Gerente y Asistente:

Tabla 16
Diseño Perfil del cargo Gerente Consultor Asociado



JCG CONSULTORIA Y GESTORIA COMERCIAL SAS

PERFIL DE CARGO GERENTE GENERAL					
FECHA:	SEDE:				
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
NIVEL: DIRECTOR	ASIGNACIÓN SALARIAL: \$				
DEPENDENCIA:					
2. MISIÓN DEL PUESTO					
Desarrollar e implementar la Visión y Misión de la empresa, ejecutando para ello el plan estratégico diseñado y aprobado, buscando que se garantice el crecimiento, sostenibilidad y posicionamiento en el mercado para así generar el mayor valor a los accionistas del emprendimiento.					
3. REQUISITOS MÍNIMOS					
3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA:					
Profesional en Administración de empresas, Economía, Ing. Industrial y/o en carreras de áreas administrativas con Especialización o MBA					
3.2 EXPERIENCIA LABORAL					
Mayor a 2 años en cargos similares de Dirección y como Líder de equipos de trabajo					
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES					
Convenciones	TIPO DE FUNCION PERIODICIDAD	Ejecución (e) Ocasional (o)	Análisis (a) Diaria (d)	Dirección (d) Mensual (m)	Control (c) Trimestral (t)
FUNCIONES		PERIODICIDAD			
Representar legalmente la empresa y con ésta, la de celebrar todo tipo de contratos necesarios para el adecuado funcionamiento de la misma y el desarrollo de su objeto social.		d			
Debe aprobar, previa preparación, revisión y discusión, la gestión estratégica de la empresa para los periodos que se definan.		t			
Definir políticas generales de administración.		d			
Le corresponde liderar la formulación y aplicación del plan de negocios.		t			
Dirigir y controlar el desempeño de todas las áreas de la empresa.		c			
Velar por el respeto de las normativas y reglamentos vigentes.		d			
Definir y aprobar el presupuesto general de compañía, así como revisar y hacer seguimiento a su ejecución y cumplimiento.		m			
Definir la planta de personal de la empresa, estableciendo sus funciones y escala salarial.		t			
Proporcionar a todo el personal las condiciones apropiadas para su trabajo, promoviendo y motivando su identificación con los objetivos corporativos. Retención del talento humano.		d			
Proponer los proyectos de desarrollo, así como los presupuestos anuales de ventas, gastos e inversiones derivadas de estos.		t			
Generar el plan anual de marketing para los productos y servicios.		t			
Gestionar la administración de la venta mensualmente para el logro de los objetivos de ventas y cartera.		e			
		m			
5. COMPETENCIAS					
5.1 GENERALES O TRANSVERSALES					
		A	B	C	
1	Capacidad de Organización	Verifica el trabajo de otros (datos y proyectos).	Da seguimiento a los proyectos controlando los plazos de las actividades y sus resultados; descubre inconsistencias o datos faltantes. Monitorea la calidad del trabajo de otros y se asegura de que los procedimientos sean seguidos.	Expresa una intención constante por incrementar el orden y la sistematicidad en los sistemas.	
2	Liderazgo	Entrega a la organización importantes contribuciones debido a su talento, maestría, conocimiento, habilidades, fortalezas y buenos hábitos de trabajo.	Está dispuesto a entregarlas al máximo para ayudar al equipo a lograr sus metas y resultados. Trabaja efectivamente con otros miembros del equipo. Tiene una gran capacidad de relaciones interpersonales y sabe cómo moverse efectivamente entre varios tipos de personas con diferentes personalidades, metas y objetivos.	Es capaz de transformar metas y objetivos en una visión clara que motive al equipo. Es un ejemplo en la organización por sus altos estándares de rendimiento. Es capaz de motivar a su equipo dándole libertad de acción para su desarrollo.	
3	Inteligencia Integradora	Identifica un problema clave dentro de una situación muy compleja.	Integra ideas, temas y observaciones en un modelo consistente	Aplica herramientas complejas; por ejemplo, análisis de causa - efecto, o modelos gráficos que dan cuenta de las relaciones entre diferentes factores componentes de un sistema. Simplifica la complejidad	
4	Orientación al logro	Cuenta con un historial de logro de metas retadoras.	Alienta a sus compañeros a tomar riesgos calculados.	Es persistente. Sostiene el esfuerzo a pesar de los obstáculos	
5.2 ESPECÍFICAS O FUNCIONALES					
		A	B	C	
1	Leves aplicables al régimen laboral.				
2	Normatividad vigente industria				
3	Sistema de Gestión de Calidad.				
4	Office a nivel usuario. Excel				
5	Manejo de Internet y correo				
6	Capacidad de Planificar				
7	Capacidad de negociación				
8	Costos y Finanzas				
6. RESPONSABILIDADES					
		ALTO	NIVEL MEDIO	BAJO	
a.	Responder por los activos de la organización como representante legal de ésta.				
b.	Velar por la integridad de los archivos físicos y digitales de la organización que contienen información de carácter confidencial				
c.	Generar clima organizacional optimo para lograr el bienestar y mejor desempeño de los colaboradores				
d.	Debe garantizar que cada jefe de área conozco sus roles y responsabilidades				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17
Perfil del cargo asistente administrativa



JCG CONSULTORIA Y GESTORIA COMERCIAL SAS

PERFIL DE CARGO ASISTENTE ADMINISTRATIVA					
FECHA: _____		SEDE: _____			
1. IDENTIFICACION DEL CARGO					
NIVEL: DIRECTOR		ASIGNACIÓN SALARIAL: \$ _____			
DEPENDENCIA: _____					
2. MISIÓN DEL PUESTO					
Coadyuvar debidamente a la gestión de la empresa mediante las labores asistenciales a fin de garantizar por parte de la administración una debida prestación del servicio a las diferentes áreas de la empresa.					
3. REQUISITOS MÍNIMOS					
3.1 FORMACION ACADEMICA:					
Técnico o Tecnólogo en áreas de Administración de Empresas, Mercadeo, Ingeniería Industrial, Economía, preferiblemente con cursos relacionados áreas Administrativas, Talento Humano, Servicio al Cliente.					
3.2 EXPERIENCIA LABORAL					
2 años en posiciones similares.					
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES					
Conveniones	TIPO DE FUNCION PERIODICIDAD	Ejecución (e) Ocasional (o)	Análisis (a) Diaria (d)	Dirección (d) Mensual (m)	Control (c) Trimestral (t)
FUNCIONES		PERIODICIDAD		TIPO	
Organiza la Agenda (visitas, teléfono, citas, etc.) de su jefe.		d		c	
Realiza registro contable en medios magnéticos y físicos diariamente.		d		e	
Brinda apoyo y gestión al Contador para generar los informes financieros que se requieran periódicamente o a solicitud de las diferentes áreas.		d		e	
Mantener al día el archivo físico y digital de la empresa de acuerdo a los estándares de calidad solicitados.		d		e	
Brinda soporte y apoyo en la gestión de procesos de cobro de cartera con los clientes.		d		e	
Manejo de caja menor, incluyendo las compras autorizadas por este rubro.		d		c	
Realiza la relación de los pagos pertinentes a los compromisos adquiridos con vencimientos mensuales, seguimiento y verificación de pago e informar al beneficiario del pago.		m		e	
Tramita las afiliaciones y desvinculaciones de empleados en cuanto a la normatividad laboral de seguridad social, pensiones y cesantías y ARL.		o		e	
Elaboración del Informe semanal para el Comité Gerencial.		m		a	
Encargada de elaborar de manera oficial toda la correspondencia escrita y por medios magnéticos que le solicitan las diferentes áreas de la empresa		d		e	
5. COMPETENCIAS					
5.1 GENERALES O TRANSVERSALES					
		NIVEL			
		A	B	C	
1	Capacidad de organización	Determinar cuáles son las tareas a realizar y sus prioridades con el fin de evaluar las acciones, el tiempo y los recursos necesarios para alcanzar cumplir con lo planeado.	Usa la gestión del tiempo logrando trabajar de manera organizada y se focaliza en separar lo fundamental de lo menos relevante	Muestra una preocupación general por el orden y la claridad: busca clarificar roles, procedimientos y metas. Insiste en contar con datos exactos y operar por escrito.	
2	Servicio al cliente (interno y externo)	Atiende con rapidez las necesidades del cliente interno y externo brindando soluciones eventuales a los problemas siempre que esté a su alcance.	Actúa para mejorar el servicio: acomoda el servicio a las necesidades específicas de los clientes o propone y ejecuta mejoras en los procesos de servicio. Asimismo, involucra a otros en acciones no rutinarias para mejorar el servicio al cliente	Establece una relación a largo plazo para resolver sus necesidades, no duda en sacrificar en algunas ocasiones beneficios inmediatos en función del provecho futuro. Busca obtener beneficios a largo plazo para el cliente (y los clientes de sus clientes).	
3	Atención al detalle	Actúa de manera alerta y permanece concentrado en sus actividades minimizando riesgos en la calidad de su trabajo y tareas	Se inquieta por los errores descubiertos no solo determinando la causa si no el efecto que implica para su gestión	Implementa gestión del riesgo aplicando metodologías que le garantizan el mínimo de error en su trabajo valorándolo con altos estándares de calidad	
4	Iniciativa	Es capaz de enfrentar y resolver crisis, define planes de acción a la hora de enfrentar una crisis. Genera propuestas de mejora a corto plazo a través de una buena capacidad de pensamiento analítico.	Es capaz de emprender acciones por iniciativa propia asumiendo la responsabilidad. Consigue minimizar los problemas potenciales. Crea nuevas oportunidades para la organización. Genera propuestas de mejora a largo plazo.	Hace más de lo requerido, va más allá de la descripción del puesto, asume tareas extra o complementarias, asume y conduce nuevos proyectos.	
5.2 ESPECIFICAS O FUNCIONALES					
		NIVEL			
		A	B	C	
1	SGSST				
2	Paquete Office				
3	Internet				
4	Software sistemas contables				
5	SILGO (Programas contables)				
6	Normatividad básica tributaria				
6. RESPONSABILIDADES		NIVEL			
		ALTO	MEDIO	BAJO	
a. Manejo archivos digitales y físicos					
b. Manejo de dineros y movimientos bancarios (consignaciones, retiros, cobros y pagos en efectivo, etc.)					
Control y seguimiento a la agenda del Gerente General					
Registro digital y físico de movimiento contables, financieros, etc., y elaboración de informes requeridos.					
Inventario y control de activos de la empresa					

Fuente: Elaboración propia

5.3. Costos Administrativos

A continuación, detallamos los costos correspondientes a las horas consultoría a presupuestados:

Tabla 18
Cuadro de costos y gastos presupuestados para el primer año de operación

Gastos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Honorarios Consultor Asociado	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 22.298.000
Honorarios Consultor Senior (Despues 4 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Asistente Consultoria Junior (Despues 3 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Asistente Admon (Full Prestaciones)	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 21.098.000
Servicios Publicos (Agua / Luz)	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 1.920.000
Arriendo	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Publicidad	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Planes Mobile Telefonía e Internet	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 1.620.000
Gastos Admon /Aseo / Cafeteria	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 720.000
Mtto /Papeleria/Equipos Of /Host Pag Web	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Gastos Movilizacion	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Honorarios Aseosoria Juridica Contable	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Polizas y Seguros	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 600.000
Licencias Equipos Computo	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 960.000
Correos / Mensajería	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 360.000
Gastos de Representacion	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 840.000
Gastos Bancarios Prestamo 25 millones	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 6.673.334
Gastos de Registro y creacion de la Sociedad	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800.000
Depreciaciones	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 1.033.333
Total Costos y Gastos Fijos Incurridos en el Periodo	\$ 6.563.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 5.763.556	\$ 69.962.668

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19
Cuadro estimaciones salariales y apropiaciones a cinco años por cargo

2.- Consultor Asociado	Factor Prestac	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuart Año	Quinto Año
Salario Base		\$ 1.200.000	\$ 1.700.000	\$ 2.500.000	\$ 4.000.000	\$ 5.000.000
Saud	8,5%	\$ 93.500	\$ 144.500	\$ 212.500	\$ 340.000	\$ 425.000
Pension	12,0%	\$ 132.000	\$ 204.000	\$ 300.000	\$ 480.000	\$ 600.000
Caja Compr /Sena/ICBF	9,0%	\$ 99.000	\$ 153.000	\$ 225.000	\$ 360.000	\$ 51.000
Primas	8,3%	\$ 91.667	\$ 141.667	\$ 208.333	\$ 333.333	\$ 416.667
Cesantias	8,3%	\$ 91.667	\$ 141.667	\$ 208.333	\$ 333.333	\$ 416.667
l Cesantias	1,0%	\$ 11.000	\$ 17.000	\$ 25.000	\$ 40.000	\$ 50.000
Subsidio Transporte	8,8%	\$ 106.000	\$ 150.167	\$ 220.833	\$ 353.333	\$ 441.667
Dotaciones	2,8%	\$ 33.333	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Factor Prestacional	58,8%	\$ 1.858.167	\$ 2.652.000	\$ 3.900.000	\$ 6.240.000	\$ 7.401.000

Fuente: Elaboración propia

Se debe considerar también que la contratación de la Asistente Admirativa la cual es contrato a término fijo y con todas las garantías prestacionales como se muestran en el siguiente tabla:

Tabla 20
Estimación salarios Asistente con prestaciones ley

1.- Asistente Admon	Salario	Factor %
Salario Base	\$ 1.100.000	
Saud	\$ 93.500	8,5%
Pension	\$ 132.000	12,0%
Caja Compr /Sena/ICBF	\$ 99.000	9,0%
Primas	\$ 91.667	8,3%
Cesantias	\$ 91.667	8,3%
I Cesantias	\$ 11.000	1,0%
Subsidio Transporte	\$ 106.000	9,6%
Dotaciones	\$ 33.333	3,0%
Factor Prestacional	\$ 1.758.167	59,8%

Fuente: Elaboración propia

5.4. Tipos de Sociedades

EL proyecto **JCG Consultoría y Gestoría Comercial S.A.S.** se constituirá, como su nombre lo indica, como una Sociedad Anónima Simplificada y de acuerdo a su abreviatura será una S.A.S., figura esta creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de junio de 2009, basándose en la antigua ley de emprendimiento 1014 de 2006.

5.5. Permisos y Licencias

A continuación detallamos los requisitos necesarios para realizar la apertura y registro de una empresa ante los diferentes entes del estado (VUE, 2021)

- Definir un Nombre de la Marca (Registro Marcario) ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).
- Creación de Estatutos de la Empresa -Acta constitución Cámara de Comercio de Pereira.

- Formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES ante la Cámara de Comercio de Pereira.
- Registro Ante la Cámara de Comercio-Registro Mercantil ante la Cámara de Comercio de Pereira.
- Registro Ante la DIAN (RUT y NIT) ante el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacional (DIAN).
- Cuenta Bancaria Empresarial ante la Entidad Financiera.
- Solicitud de Facturación a la DIAN ante el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacional (DIAN).
- Registro Ante el Sistema de Seguridad Social a través de la Planilla Integrada de Liquidación de Aportes (PILA).
- Uso de Suelos (No aplica según artículo 85 de la Ley 1801 de 2016, Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana) ante la Alcaldía-Planeación Municipal.
- Registro Nacional de Medidas Correctivas (RNMC) (No aplica El Código de Seguridad y Convivencia Ciudadana vigente desde el 30 de enero de 2017, solo personas naturales) ante la Cámara de Comercio de Pereira a través de la VUE.
- Comunicación apertura establecimiento (Requisito del RNMC, si se realiza a través de Ventanilla Única Empresarial (VUE) de la CCP quien reporta a la Policía Nacional) ante la Cámara de Comercio de Pereira a través de la VUE.
- Inscripción en RIP (El RIT es el mecanismo de identificación, ubicación y clasificación de los contribuyentes del impuesto de industria y comercio, que en algunos municipios o distritos tienen como complementarios avisos y tableros (ICA) y sobretasa bomberil ante la Cámara de Comercio de Pereira a través de la VUE.
- Libros de Comercio electrónicos ante la Cámara de Comercio de Pereira a través de la VUE.
- Plataforma Compra Lo Nuestro (La plataforma Compra Lo Nuestro es la red social y directorio empresarial más grande de América Latina, liderada por MinCIT y Colombia Productiva) Inscripción en la plataforma www.compralonuestro.co del MinCIT.

- Portal Innovamos (portal web encargado de conectar el talento colombiano con las convocatorias de competitividad e innovación de acuerdo normatividad del Decreto 1651 de 2019. Artículo 2.1.8.4.3.). Inscripción de la plataforma <https://www.innovamos.gov.co/>

5.6. Impuestos y Tasas

A continuación, detallamos las obligaciones tributarias de la S.A.S las cuales tienen las mismas obligaciones tributaria que cualquier otra sociedad comercial:

Tabla 21
Impuestos y tasas

Impuesto de Renta	Tasa	Periodicidad
Impuesto Industria y Comercio ICA. Clasificación 301 Consultores y similares (Decreto 205 de 12 marzo 2021)	5,5x1000	Bimestral
Impuesto al Valor Agregado IVA	19%	Bimestral y Cuatrimestral
Impuesto de Renta	31%	Anual
Gravamen a los Movimientos Financieros	4x1000	Cada vez que realizas una transacción financiera.
Retención en la Fuente (Retefuente)	De acuerdo a tabla año gravable 2021 DIAN	Mensual

Fuente: Elaboración propia

6. Pensamiento Estratégico

Consideremos plantear los preceptos de la cultura organizacional en la que se basa el emprendimiento:

- Misión: “Posicionarnos ante nuestros clientes y grupos de interés como el aliado estratégico de elección, ofreciendo servicios innovadores, de alta calidad y con responsabilidad social para contribuir a un mundo mejor”.
- Visión: “Lograr que nuestros clientes concreten sus oportunidades de negocio que les garantice su sostenibilidad y crecimiento en el mercado en el que se desarrollan, para ello contribuiremos apoyando la creación de nuevas empresas de manera muy competitiva y con RSE, brindando soluciones innovadoras y acompañándolos en su gestión comercial para lograr sus metas”.
- Valores Corporativos: Los pilares éticos que se definieron para darle propósito al emprendimiento y deben orientar las actitudes y conductas las personas que integren el emprendimiento, así como las partes interesadas con las que se relaciona con el fin de mantenerlos vinculados a objetivos comunes y que permitan lograr la máxima expresión de la misión y visión de la empresa son:
 - Innovación: Mantener una constante actitud hacia el desarrollo de hacer las cosas de manera eficiente y diferente, estimulando la creación de ideas innovadoras que brinden valor agregado a nuestras partes interesada con las que nos relacionamos.
 - Logro: No nos rendiremos ni desfalleceremos hasta cumplir los sueños y metas tanto de nuestros clientes como los de la organización.
 - Competitividad: Nuestra diferencia no solamente está basada en la calidad del servicio sino también en la manera innovadora como nuestros clientes pagaran por ella a través de las primas de éxito y logro bajo el modelo de Gestores Comerciales que se ofrece como nuestra ventaja competitiva clave para cerrar los negocios de nuestros clientes.
 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Estamos comprometidos como organización y con nuestros clientes a la promoción e instauración de

estrategias y planes que conlleven al cumplimiento de los 17 objetivos de la ODC y toda la aplicabilidad del concepto de RSE.

- Respeto: Valoramos, reconocemos y aceptamos las diferencias de todo tipo, propendemos por el dialogo y participación abierta con el fin de escuchar nuestras diferencias para llegar a acuerdos lo más justos para las partes.
- Integridad: La organización debe relacionarse con las personas de una manera auténtica y cumpliendo todos los estándares éticos y de transparencia, de acuerdo a las normas, códigos de ética, leyes y políticas, tanto corporativas, sociales, legales y las establecidas por nuestros stakeholders con los que nos relacionamos.

Es importante mencionar que dentro de los objetivos estratégicos tenemos:

- A largo plazo, posicionarnos como la empresa de consultoría y asesoría para la mipymes que brinda valor a través de la gestión y logro del desarrollo de nuevos mercados y clientes que garanticen el aumento de su facturación y crecimiento.
- A mediano plazo, Apoyar y asesorar en la creación de nuevas empresas, particularmente a jóvenes emprendedores para que sus proyectos se conviertan en el corto plazo en startups.
- A corto plazo, Penetrar el mercado de las consultorías para mipymes regional en el primer año, logrando contratar con 13 empresas de estas empresa (el target de acuerdo a la segmentación es de 485 potenciales empresas mipymes potencial en la región, es decir contratar con el 3% de este target), de manera competitiva con innovación tecnológica y ofreciendo a parte de los servicios consultoría y asesoría, también los de gestión comercial donde nos hacemos partícipes de las ventas de nuestros clientes.
- Desarrollar herramientas tecnológicas de marketing para nuestros clientes y el modelo de GESTOR COMERCIAL, con el fin de garantizar que sus productos se comercialicen en mercados más grandes y de potencial.

6.1. Estrategias De Mercadeo

6.1.1. Estrategia de Precio

Para establecer la estrategia de “pricing” tengamos en cuenta las siguientes variables:

- Si el producto se encuentra en una fase inicial considerar empezar con un precio competitivo y mejor que el de la competencia.
- El precio de venta sea lo suficiente para cubrir los gastos fijos y operativos y que además te permita un margen de ganancia que te asegure rentabilidad a tu negocio.
- Con el fin de escoger cual es la estrategia de pricing que más se ajusta a las necesidades del consumidor, del mercado y del emprendimiento (Correa, 2017), debemos considerar los siguientes modelos:
 - a) Precios basados en la oferta y la demanda
 - b) Precios basados en los costos
 - c) Precios basados en el mercado
 - d) Precios basados en la competencia
 - e) Precios basados en las expectativas del cliente
 - f) Precios basados en la demanda

La estrategia de “pricing” para el primer año se basará en el modelo de costos (cubrir los gastos y dejar rentabilidad) logrando ser competitivos frente a precios que ofertan los competidores que van desde la gratuidad (como es el caso del SENA). Así mismo serán tres estrategias de precio detalladas a continuación:

Tabla 22

Estrategia de precio

Valor de la Consutoria por horas	
horas	Vr Hora
10 a 20	\$ 120.000
21 a 30	\$ 110.000
31 a 50	\$ 100.000
más de 50	\$ 75.000

Valor de la Consutoria por Proyectos	
Vr Proyecto	Vr Hora
10 millones a 20 milllones	15%
21 a 30	13%
31 a 50	10%
más de 50	8%

Valor de la Consutoria por Prima de Éxito	
Vr Negociación	Vr Hora
10 millones a 20 milllones	15%
21 a 30	13%
31 a 50	10%
más de 50	8%

Fuente: Elaboración propia

6.1.2. Estrategia de Producto

El producto a desarrollar es un servicio, catalogado dentro de las categorías de “Producto Intangible” y que tiene las siguientes características básicas:

c) **Promesa básica de producto:**

- Servicio de consultoría en el área comercial y marketing.

- Asesoraría en la elaboración, construcción, desarrollo e implementación de planes de mercadeo a las mipymes.
 - Estructuración y poner a funcionar el área comercial de la mipymes.
 - Marketing digital, publicidad a través de medios ecommerce.
 - Desarrollo APP para conectarse con el cliente y crear mercado digital.
 - Capacitación y entrenamiento para el área comercial y fuerza de ventas.
 - Consultoría en gestión de procesos empresariales de la cadena de valor de la mipyme.
- d) **Ventaja competitiva (idea innovadora):** Crear e implementar la figura de “Modelo de Gestión Comercial”, volverse aliado estratégico del cliente. EL emprendimiento ofrecerá el servicio de “CONSULTOR-NEGOCIADOR” donde se tiene como objetivo por parte de la consultoría a través de la gestión de ventas y acompañamiento a las mipymes a lograr desarrollar nuevos clientes, nuevos mercados y a través del coaching-mentoring enseñarles negociación.

6.1.3. Estrategia de Plaza (distribución)

La ubicación donde se producirá y comercializara el bien o servicio inicialmente es en la ciudad de Pereira y área metropolitana Dosquebradas, para el mercado de esa zona geográfica particularmente con expectativas de crecer a otros municipios una vez se consolide una base de clientes inicial en la ciudad sede. Para la estrategia de plaza se han elegido, uno el modelo de **canal de distribución directo**, donde la consultoría será la responsable de entregar el servicio al cliente sin necesidad de la intervención de terceros en la cadena de abastecimiento de manera directa al cliente, es decir el consumidor adquiere el producto y paga por el directamente al productor del bien o servicio.

6.1.4 Estrategia de Promoción y ventas

Para promocionar el emprendimiento los medios para promocionar el producto y servicios serán:

- **Venta directa:** visitas programadas y en “frio” a los clientes potenciales usando los diferentes medios de comunicación para contactarlos (visita personalizada, teléfono, emails, WhatsApp, redes, etc.)
- **Marketing Referencial-Relaciones públicas-Mar:** implementar la estrategia de construcción de relaciones estratégicas con los stakeholders claves del sector para que a través de la voz a voz se conozca el emprendimiento.
- **Publicidad:** Entrega de Brochure, publicidad en redes sociales (Facebook, instagram, etc.), envío de correos y mensajes, uso de las APP, material POP, etc.

6.1.5. Estrategia de Prosumer

Una vez elaborado y definido el **arquetipo de consumidor** de nuestro producto, identificar los clientes o consumidores que se convierte en productor de contenido de nuestros servicios. A través de la APP y manejo de redes realizar seguimiento a aquellos clientes que no solamente consumen sino también recomiendan el servicio del emprendimiento y a su vez aporta en la mejoría en la calidad del servicio o producto consumido de acuerdo a su opinión o experiencia entorno a éste.

6.1.6. Estrategia de Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento está en la propuesta de valor del slogan de la marca, **“Tu negocio nuestro negocio”**, queremos que nuestros clientes sientan que nuestro servicio no es para un tercero, sino que lo vivimos y sentimos como nuestro

propio negocio, que todo lo que realice nuestra marca por lograr alcanzar las metas propuestas en conjunto será un triunfo compartido.

Queremos despertar la emoción de nuestros clientes cada vez que vea o escuche mencionar nuestra marca como el aliado, hermano o socio que los ayudo a salir adelante y crecer como empresa.



Ilustración 8
Branding de la marca

6.1.7. Estrategia de Marketing Digital

Para 2020, el comercio electrónico creció 53% en Colombia y se espera que hacia 2025 incremente 74%, representando 18% del crecimiento total de las ventas en retail del país (Pastrán, 2021). Por lo tanto, es un hecho quien no este hoy en día con una sólida propuesta estratégica de ecommerce en sus planes de mercadeo y comercial le será muy difícil tener mejores crecimientos que sus competidores, ofrecer un buen perfil competitivo dado que daría una imagen a sus clientes y competidores un poco retrograda, así como llegar a nuevos mercados y mayor número de clientes.

Si bien es cierto se podría pensar que el marketing digital puede ser algo frio y alejado del plano del contacto físico necesario que se requiere con el cliente para entender sus necesidades, conocer sus deseos y emociones que lo llevan a tomar decisiones, hoy en día el marketing digital ha avanzado tanto que ya el internet se encuentra en su versión web 5.0 (Redondo, 2020), basada en el reconocimiento de las

emociones, el cual es el resultado de la evolución dada a partir de su nacimiento, y el uso generalizado y frecuente de los consumidores que ya no solo se comunican a través de ellas si no que comercian adquiriendo y vendiendo productos, donde a través de sus comentarios, publicaciones, compras, frecuencia de uso de una aplicación, se empiezan a determinar gustos y preferencias para crear una gran base de datos que después se usara con fines comerciales y de mercadeo.

En el informe de gestión censo empresarial del 14 de agosto al 31 de diciembre de 2020 realizado por la Cámara de Comercio de Pereira (Briceño, 2020), alguna de las preguntas que se les realizó a los encuestados (comerciantes propietarios de mipymes) alineadas con el concepto, interés y potencial para desarrollar este tipo de que dan soporte para implementar este tipo de estrategias que tiene el emprendimiento, son las siguientes con su respectivas respuestas y tabulación:

Tabla 23
Estrategia de marketing digital

ítem	Definición
1. Público objetivo:	Focalizarnos en la ciudad de Pereira inicialmente, donde de acuerdo al estudio de segmentación que se realizó (target definido, empresas que tienen entre 11 a 200 empleados) existe un mercado potencial de 485 (4,91% del total de mipymes) posibles clientes a desarrollar.
2. Definición de metas:	Lograr impactar una audiencia mínimo del 30% del mercado target específico (485 mipymes), es decir llegar a contactar 145 empresas con una frecuencia mensual con una efectividad de visualización del 100%.
3. La competencia	Como potencial empresario mipyme accederé a las estrategias de ecommerce de ellos para conocer cómo se promocionan, al suscribirme a sus redes y/o programas, así también buscar alianzas estratégicas con ellos para acceder a más clientes y mercados.
4. Herramientas TIC a usar:	• APP: JCG Consultoría, creada con contenido específico de los temas relacionados con la consultoría y gestión comercial para ser desarrollada para clientes y potenciales clientes. • Facebook. Adquisición de paquetes de publicidad. • Whatssap: Directorio de potenciales mercados y clientes para promocionar y comunicar los servicios y productos de la consultoría. • Página Web: Construcción de página para ofrecer los servicios, así como desarrollar y crear contenido de servicios acerca de las asesorías a ofrecer y también las mipymes clientes realicen consultas y seguimientos de sus proyectos.
5. Objetivos de marketing digital:	1. Lograr en el primer año de promoción a través de redes, la consecución de 10 a 12 contratos de consultoría. 2. Por cada contacto y visualización efectiva a través de redes buscar la recomendación y replicación del mensaje, mínimo de dos más (marketing referencial) para así duplicar la audiencia y exposición de la marca del emprendimiento. 3. Reconocimiento de la marca (JCG Consultoría) del emprendimiento. 4. Capturar nuevos clientes a parte de los medios convencionales de promoción face to face y búsqueda personalizada con visitas.
6. Seguimiento al impacto de las herramientas web:	Se establecerán KPI's para tener en cuenta dentro de proceso del BSC organizacional para medir sus costos, productividad, impacto y ROI.

Fuente: Elaboración propia

6.2. Estrategia Organizacional

Revisando la teoría acerca de cuál es la estrategia corporativa más conveniente a implementar, encontramos que para tener un criterio acertado y tomar una decisión correcta, existen diferentes herramientas (matrices) que se brindan para elegirla. Entre ella están la Matriz de crecimiento-participación (Boston Consulting Group-BCG), McKinsey-General Electric y Matriz de dirección del crecimiento de Ansoff es también conocida como matriz Producto/Mercado o Vector de crecimiento.

Para la idea del proyecto del emprendimiento se selecciona la Matriz de Ansoff dado a que su objetivo principal es buscar penetrar y crecer en un mercado en el que actualmente participan ya existen varios competidores o la oportunidad en otros mercados aún no explorados

Tabla 24
Definición del negocio

Estrategias	Productos Actuales	Productos Nuevos
	Penetración de Mercados	Desarrollo de Productos
Mercado Actual	1. Crear base de datos mipymes TARGET a contactar y realizar proceso de SEGMENTACION. 2. Realizar investigación profunda de la competencia para desarrollo de portafolio propio. 3. Destacar el valor agregado de la experiencia (know how) comercial y de negociador del emprendedor propietario de la consultoría	1. Innovar al ofrecer la figura de GESTOR COMERCIAL o NEGOCIADOR ALIADO a la mipyme. 2. Desarrollar APP para posicionar la marca de la consultoría, así como tener presencia en redes sociales. 3. Integrar en el portafolio de servicios como producto a ofrecer la cultura de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como herramienta de desarrollo empresarial
Mercado Nuevo	Desarrollo de Mercados	Diversificación
	1. Acceder a capitales semilla o entidades del gobierno para financiamiento del proyecto y ampliar cobertura. 2. Lograr convenios con stakeholders proveedores de Big Data y TICs (software y Hardware) para acceder a potenciales cliente y mercados 3. Lograr diseñar una estructura de costos eficiente que garantice un precio razonable, justo, competitivo y que ofrece ventaja competitiva para ganar participación de mercado (Market Share).	1. Conformar equipo negociadores "partnership" que trabajen modelo "free lance" para la consultoría en diferentes regiones buscando oportunidades de negocio. 2. Alianza con stakeholder de servicios financieros y tributarios para consultoría en otras áreas. 3. "Invertir en uno mismo". Seguir con la formación académica formal o no formal para mejorar las habilidades gerenciales y ver nuevas oportunidades de negocios Y mercados (otro tipo de consultorías o modelo "INTERIM MANAGER" para la Industria en general)

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detallan cada una de las estrategias funcionales que ayudaran al emprendimiento a definir cómo usar y administrar los recursos y habilidades de la forma más eficiente en cada una de sus áreas de operación, para poder alcanzar las metas establecidas:

Tabla 25
Estrategias Funcionales

Tipo Estrategia Funcional	Estrategias
Estrategia de marketing.	1. Destacar ventaja competitiva con la figura del GESTOR COMERCIAL y como valor agregado ofrecer la implementación de la RSE como servicios, que potencializa el plan de marketing y comercial al ser parte del logro de los objetivos propuestos. 2. Realizar SEGMENTACION de Clientes para llegar a los clientes TARGET potenciales consumidores.
Estrategia Operativa	1. Implementar el sistema de GESTION DE PROCESOS del emprendimiento para establecer la cadena de valor y de esta manera lograr una operación organizacional mas eficiente, rentable y de alta calidad.
Estrategia de investigación y desarrollo.	1. Crear alianzas con stakeholders de otras áreas (financiera, tributaria, producción, legal, publicidad, tecnología, etc.) con el fin de ampliar el portafolio de servicios de consultoría y asesoría, para no solo limitarlo al área comercial y mercadeo. 2. Realizar investigación profunda de la competencia para desarrollo de portafolio propio, considerando la figura del PROSUMER en el emprendimiento.
Estrategia de sistemas de información.	1. Lograr convenios con stekholders proveedores de Big Data y TICs (software y Hardware) para ofrecer servicios de calidad y con las ultimas tendencias tecnológicas de acuerdo a la necesidad del consumidor para el desarrollo de su negocio. 2. Desarrollar APP para posicionar la marca de la consultoría, así como tener presencia en redes sociales.
Estrategia de recursos humanos.	1. "Invertir en uno mismo". Seguir con la formación académica formal o no formal para mejorar las habilidades gerenciales que generen valor para el emprendimiento que permiten darle good will a la marca por la transferencia del conocimiento a los clientes y consumidores target.
Estrategia Financiera	1. Desarrollar estructura de costos eficientes con el fin de lograr establecer una "ESTRATEGIA DE PRICING", que ofrezca mayor valor que los competidores. 2. Lograr apalancamiento financiero de fuentes externas con bajos costos (capital semilla, prestamos organizaciones gubernamentales, etc.)

Fuente: Elaboración propia

6.3. Análisis de Procesos Organizacionales.

El siguiente es el diagrama del proceso de cadena de valor del proyecto:

Ilustración 9
La Cadena de Valor de la empresa



Fuente: Elaboración propia

7. Formulación y Evaluación Financiera.

7.1. Estudio Económico

Debemos de partir que el tipo de producto a prestar es un servicio , específicamente de asesorías comerciales y marketing , por ende no hay consumo de materias primas , no hay procesos de producción que implique el uso de maquinaria y equipo y por tal motivo el plan de producción no contempla una explosión de materiales que nos lleve a determinar un plan de compras o abastecimiento de inventario alguno de productos terminados , igualmente no hay un plan logístico de distribución a nivel nacional así como el almacenamiento de inventarios que comprometan un dinero en capital de trabajo en la compañía , Realice una proyección mensual de las horas de asesoría a 60 meses con resúmenes a 5 años , esta proyección como vienen a ser el equivalente del plan de producción o prestación de servicio , es de aclarar que el servicio ofrecido es una hora de asesoría , como tal la compañía incurre en una serie de gastos fijos en el mes para poder prestar este servicio por lo que el costo de prestación del servicio esta referenciado gastos fijos x hora de prestación del servicio ; Un concepto muy importante es que independientemente del costo de prestación de servicio que se preste el precio de venta del servicio lo da el mercado ; hago énfasis aquí ya que las proyecciones de los 60 meses de horas de prestación de servicio son variables .

Como punto de partida se realizo la proyección a 60 meses de las horas de servicio que tenemos como meta prestar mes a mes durante los 5 años pronosticado; en el año 4, mes de diciembre, ocuparía la máxima capacidad de horas que puede asesorar una sola persona por lo que en el estudio de recursos consideramos reforzar a finales del año 4 un asesor más junior el cual será reemplazado en el mes 5 por un asesor senior para cubrir las horas de asesoría presupuestadas. (Ver Proyección de Gastos en dichos años)

Tabla 26
Proyección de demanda horas servicio/mes

Proyeccion de la demanda definida como Horas de servicio de asesoria prestadas por mes															
años	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total horas año	Promedio mes	%Crec
año 1	30	30	30	40	40	40	50	50	50	60	60	60	540	45	
año 2	60	62	65	67	70	73	76	79	82	85	89	92	902	75	67%
año 3	92	96	100	104	108	112	117	122	126	131	137	142	1.388	116	54%
año 4	142	149	157	165	173	181	191	200	210	221	232	243	2.263	189	63%
año 5	243	258	273	290	307	325	345	366	388	411	436	462	4.103	342	81%

Fuente: Elaboración propia

Para el primer año se realizó una estimación puntual con horas de asesoría constantes trimestralmente, a partir del segundo año aplicamos unas tasas de crecimiento o metas de penetración mes a mes después del primer mes de dicho año y así sucesivamente; abajo la tabla de crecimientos proyectadas después del segundo año.

Tabla 27
Proyeccion de crecimiento horas servicio/tarifa

Año	Proyeccion de Crecimientos en % de Hrs de Asesoria mensual	Proyeccion de Crecimientos Tarifa x Hrs Asesoria
1	-	120.000
2	4,0%	127.200
3	4,0%	134.832
4	5,0%	142.922
5	6,0%	151.497

Fuente: Elaboración propia

También se estableció una estimación del precio de venta por la hora de asesoría, el primer año el precio de venta tiene un valor de \$120.000 con porcentajes de crecimiento cada año del 6%; de las horas presupuestadas y el valor de la tarifa abajo muestro la proyección de ingresos mensuales por la prestación del servicio.

7.2. Costos y Presupuesto de Gastos

Como se mencionado anteriormente la característica de este negocio por ser servicios de asesoría se limita a la proyección de gastos fijos de operación durante 60 meses (5 años) de evaluación del proyecto, abajo la tabla resumen de la sumatoria de los gastos anuales incurridos por cada uno de los rubros de gastos; igualmente se deja como soporte anexo (anexos 1, 2 y 3) los gastos incurridos en cada uno de los meses para los 5 años ya que el cálculo de la TIR, VNA y la TIO se definieron y calcularon sobre los flujos de efectivo mensuales por lo que se entenderá que los valores dados en porcentajes son mes.

Tabla 28
Presupuestos de costos y gastos

Gastos	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Honorarios Consultor Asociado	\$ 22.298.000	\$ 31.824.000	\$ 46.800.000	\$ 74.880.000	\$ 88.812.000
Honorarios Consultor Senior (Despues 4 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 36.000.000
Asistente Consultoria Junior (Despues 3 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.800.000	\$ -
Asistente Admon (Full Prestaciones)	\$ 21.098.000	\$ 22.363.880	\$ 23.705.713	\$ 25.128.056	\$ 26.635.739
Servicios Publicos (Agua / Luz)	\$ 1.920.000	\$ 2.035.200	\$ 2.157.312	\$ 2.286.751	\$ 2.423.956
Arriendo	\$ 4.200.000	\$ 4.452.000	\$ 6.600.000	\$ 6.996.000	\$ 7.415.760
Publicidad	\$ 1.800.000	\$ 1.908.000	\$ 2.022.480	\$ 2.143.829	\$ 2.272.459
Planes Mobile Telefonía e Internet	\$ 1.620.000	\$ 1.717.200	\$ 1.820.232	\$ 1.929.446	\$ 2.045.213
Gastos Admon /Aseo / Cafeteria	\$ 720.000	\$ 763.200	\$ 808.992	\$ 857.532	\$ 908.983
Mtto /Papelería/Equipos Of /Host Pag Web	\$ 1.200.000	\$ 1.272.000	\$ 1.348.320	\$ 1.429.219	\$ 1.514.972
Gastos Movilización	\$ 1.440.000	\$ 2.160.000	\$ 3.000.000	\$ 3.960.000	\$ 4.749.800
Honorarios Aseosoria Juridica Contable	\$ 2.400.000	\$ 3.600.000	\$ 4.800.000	\$ 7.200.000	\$ 8.400.000
Polizas y Seguros	\$ 600.000	\$ 636.000	\$ 674.160	\$ 714.610	\$ 757.486
Licencias Equipos Computo	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000
Correos / Mensajería	\$ 360.000	\$ 381.600	\$ 404.496	\$ 428.766	\$ 454.492
Gastos de Representacion	\$ 840.000	\$ 890.400	\$ 943.824	\$ 1.000.453	\$ 1.060.481
Gastos Bancarios Prestamo 25 millones	\$ 6.673.334	\$ 7.073.734	\$ 7.498.158	\$ 7.948.048	\$ 8.424.931
Gastos de Registro y creacion de la Sociedad	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333
Impuesto de Renta (35%)	\$ 1.756.533	\$ 11.062.240	\$ 28.894.343	\$ 56.624.592	\$ 149.692.752
Total presupuesto gastos	\$ 71.719.201	\$ 94.132.788	\$ 133.471.363	\$ 218.320.633	\$ 343.562.356

Fuente: Elaboración propia

Importante las siguientes consideraciones: Los salarios del Consultor asociado así como los de la Asistente administrativo están proyectados full con toda la carga prestacional legal , anexamos los cálculos de los factores prestacionales , para la Asistente Administrativa se proyecta crecimiento en los salarios del 6% anual cada año y para el Consultor asociado un salario diferencial por año siendo el inicio más benévolo para la Cía. por el nivel de operación bajo ; es de aclarar que el Asesor asociado devenga aparte de su salario las utilidades de la compañía.

Tabla 29
Presupuesto Salarios de nomina

1.- Asistente Admon	Salario	Factor %
Salario Base	\$ 1.100.000	
Saud	\$ 93.500	8,5%
Pension	\$ 132.000	12,0%
Caja Compr /Sena/ICBF	\$ 99.000	9,0%
Primas	\$ 91.667	8,3%
Cesantias	\$ 91.667	8,3%
I Cesantias	\$ 11.000	1,0%
Subsidio Transporte	\$ 106.000	9,6%
Dotaciones	\$ 33.333	3,0%
Factor Prestacional	\$ 1.758.167	59,8%

2.- Consultor Asociado	Factor Prestac	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuart Año	Quinto Año
Salario Base		\$ 1.200.000	\$ 1.700.000	\$ 2.500.000	\$ 4.000.000	\$ 5.000.000
Saud	8,5%	\$ 93.500	\$ 144.500	\$ 212.500	\$ 340.000	\$ 425.000
Pension	12,0%	\$ 132.000	\$ 204.000	\$ 300.000	\$ 480.000	\$ 600.000
Caja Compr /Sena/ICBF	9,0%	\$ 99.000	\$ 153.000	\$ 225.000	\$ 360.000	\$ 51.000
Primas	8,3%	\$ 91.667	\$ 141.667	\$ 208.333	\$ 333.333	\$ 416.667
Cesantias	8,3%	\$ 91.667	\$ 141.667	\$ 208.333	\$ 333.333	\$ 416.667
I Cesantias	1,0%	\$ 11.000	\$ 17.000	\$ 25.000	\$ 40.000	\$ 50.000
Subsidio Transporte	8,8%	\$ 106.000	\$ 150.167	\$ 220.833	\$ 353.333	\$ 441.667
Dotaciones	2,8%	\$ 33.333	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Factor Prestacional	58,8%	\$ 1.858.167	\$ 2.652.000	\$ 3.900.000	\$ 6.240.000	\$ 7.401.000

Fuente: Elaboración propia

Dentro de los Gastos mes se consideró un préstamo bancario por valor de \$25.000.000 los cuales se invierten así: \$7.000.000 para invertir en equipos y mobiliario \$18.000.000 para financiar los gastos de operación mensual y evitar que el flujo de caja nos arroje negativos y llegase a Faltar dinero para cubrir la operación durante los primeros meses , esto es una medida para evitar que pueda llevar a la quiebra o insolvencia la compañía; lo expondré en el flujo de caja ; para este préstamo le

corresponde una cuota fija a una tasa de interés mensual del 1% ; abajo el cálculo de la cuota mensual fija durante los 60 meses ; utilizamos la formula pago del Excel para el respectivo calculo.

Tabla 30
Préstamo bancario tasa y plazo

Capital	\$ 25.000.000
Tasa EA	1,0%
Meses	60
Cuota Mes	\$556.111,19

Fuente: Elaboración propia

Se tiene presupuestado \$7.000.000 en Inversiones de acuerdo al cuadro anexo y contiguo a este el cálculo de la depreciación mensual requerida durante los 60 meses:

Tabla 31
Inversiones

Inversiones Requeridas	Cantidad	Valor Unt	Total	Años Depreciacion	Depreciacion Mensual
Equipo Computo e Impresión	2	\$ 1.900.000	\$ 3.800.000	6	\$ 52.778
Mobiliario	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	10	\$ 16.667
Video Beam	1	\$ 1.700.000	\$ 1.200.000	6	\$ 16.667
			\$ 7.000.000		
			Gastos de Depreciacion x Mes		\$ 86.111

Fuente: Elaboración propia

Como tenemos un gasto total mensual fijo con estimación de los 60 meses , lo que haremos es la sumatoria cada año de todos los gastos y costos incurridos en dicho año ,

seguidamente lo dividiremos entre todas las horas presupuestadas de asesoría en ese año para poder así determinar un costo de prestación del servicio por hora de asesoría prestada ; en el cuadro abajo vemos que el primer año nos arroja una perdida ya que los gastos incurridos en ese año son grandes en comparación con las horas presupuestadas de asesoría pero para los siguientes años en la medida que crecen la horas de asesoría el costo tiende a bajar sucesivamente debido al mayor nivel de operación , igualmente hay que considerar que los gastos anuales son más fuertes para los años 4 y 5 donde se refuerza con más salarios a los asesores ya que el nivel mensual de operación del servicio excede las 200 horas disponibles del asesor asociado.

Tabla 32
Análisis de costos

Análisis de Costos x Hora de Consultoría	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Total Costos y Gastos Fijos Incurridos en el Periodo	\$ 69.962.668	\$ 83.070.548	\$ 104.577.021	\$ 161.696.042	\$ 193.869.604
Horas de Servicio Presupuestadas x Año	\$ 540	\$ 902	\$ 1.388	\$ 2.263	\$ 4.103
Costo x Hra de Servicios Asesoría	\$ 129.560	\$ 92.142	\$ 75.350	\$ 71.441	\$ 47.253
Precio de Venta de la Hora de Servicio	\$ 120.000	\$ 127.200	\$ 134.832	\$ 142.922	\$ 151.497
Margen de Utilidad x Hra de Servicio	-8,0%	27,6%	44,1%	50,0%	68,8%

Fuente: Elaboración propia

Aquí es difícil determinar un costo directo ya que todos los gastos son fijos y no viajan directamente proporcional al insumo de horas de asesoría prestados, se podrían prestar en un mes 100 o 500 horas de asesoría y los gastos no viajarían en esta misma proporción por ser de naturaleza fija como lo explique, pero es la mejor manera de acertar en un costo de la labor; igualmente en los PyG dejamos las utilidades anuales dadas el nivel de operación presupuestado.

7.3. Punto de Equilibrio

Por ser una empresa de servicios y como lo mencionado anteriormente aquí no hay costos variables , todo se resumen a la sumatoria de gastos anuales incurridos en la prestación del servicio de asesoría por lo que sería lógico expresar que el punto de equilibrio estaría representado en la cantidad de horas que se debieran facturar a la tarifa establecida para que los ingresos por venta de servicios de asesoría sean igual a la sumatoria de gastos de ese periodo , aquí saldríamos con una utilidad cero donde diríamos que este sería el punto de equilibrio ; como el nivel de gastos incurridos por año es diferente entre uno y otro entonces determinaremos un punto de equilibrio en cada uno de los 5 años de operación del proyecto , es de aclarar que la tarifa de prestación del servicio también es diferencial por año y esta es la naturaleza de hacerlo anualizado.

Tabla 33
Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio x Año	Valor Hra Consultoria	Total Gastos Fijos Incurridos en el Año	PE en Horas al año de Consultoria
1 año	\$ 120.000	\$ 69.962.668	583
2 año	\$ 127.200	\$ 83.070.548	653
3 año	\$ 134.832	\$ 104.577.021	776
4 año	\$ 142.922	\$ 161.696.042	1.131
5 año	\$ 151.497	\$ 193.869.604	1.280

Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó en el primer año debiéramos alcanzar por lo menos 583 horas de servicio de asesoría facturadas a una tarifa de 120.000 la hora para cubrir todos los gastos de ese primer año pero como el nivel de operación presupuestada en este año es solo de 540 horas de asesoría por eso en este primer año se obtiene una perdida , no es tan fácil de decir que subiríamos el presupuesto a 580 horas para que no se genere esta pérdida aunque debiera ser lo lógico pero es de entender que en el arranque de la compañía el plan de 540 horas anuales de asesoría es ambicioso , más sin embargo es un buen punto de referencia y de control para lograr el objetivo.

7.4. Estados Financieros

7.4.1. Balance General

A continuación, se presentan los estados financieros del balance general del primer año de operación:

JCG CONSULTORA ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DE: 2021 Expresado en pesos colombianos (COP)			
ACTIVOS	2.021	PASIVOS	2.021
ACTIVO CORRIENTE		PASIVOS Y PATRIMONIO	
Efectivo	5.799.105	PASIVO CORRIENTE	
Equivalentes del efectivo	10.840.938	Obligaciones financieras	0
Deudores	5.500.000	Impuestos, gravámenes y tasas	1.756.533
		Beneficios a empleados	
Total Activo Corriente	22.140.043	Pasivos estimados y provisiones	
		Otros pasivos	658.167
ACTIVO NO CORRIENTE		Total Pasivo Corriente	
Propiedad planta y equipo neto	7.000.000	PASIVO LARGO PLAZO	
Menos Depreciación	1.033.333	Obligaciones financieras	20.000.000
Total Activo No Corriente	5.966.667		
TOTAL ACTIVOS	28.106.710	TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	22.414.700
		TOTAL PASIVOS	22.414.700
PATRIMONIO			
Capital Autorizado			
Capital autorizado suscrito y pagado	5.000.000		
Reserva legal	691.920		
Revalorización del patrimonio	0		
TOTAL PATRIMONIO	5.691.920		
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	28.106.620		

Ilustración 10

Balance General primer año operación

En este primer año de operación los activos no son muy grande debido a que apenas está empezando la operación la empresa.

7.4.2. Pérdidas y Ganancias (P&G)

De acuerdo a lo mencionado anteriormente los ingresos corresponden a la tarifa de servicios presupuestada por año por las horas presupuestadas de asesoría , es de entender que el primer año arranca con un perdida debido al nivel bajo de horas presupuestadas de servicio por ser el arranque del negocio y mientras se logra una penetración en el mercado, cabe destacar que los gastos a este nivel de operación en el primer año también s minimizaron de tal manera que se pudiera cubrir el faltante para el siguiente año , la madurez del negocio se viene dando a partir del 3 año de estar participando en el mercado donde se espera un nivel de penetración mayor en horas de asesoría. Aunque el primer año es crítico y parte de la operación inicial se financia con un préstamo bancario de 25 millones de pesos el negocio es viable y muy rentable , es de aclarar que lo que se está ofreciendo como servicio es el conocimiento , dicho esto es entendible que el conocimiento no tiene grandes esfuerzos de colocación de materias primas , pagos de empleados directos , servicios , esfuerzos de cartera , pago a proveedores y demás los cuales son altamente intensivos en recursos de Capital de Trabajo , por eso este negocio para mí es muy interesante. Cuando hagamos la evaluación del VNA, la TIR nos daremos cuenta de lo mencionado anteriormente.

Tabla 34
Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Perdidas y Ganancias Proyectado por Año					
Año =====>	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ingresos x Servicios Prestados	\$ 64.800.000	\$ 114.676.947	\$ 187.132.285	\$ 323.480.589	\$ 621.563.181
Gastos					
Honorarios Consultor Asociado	\$ 22.298.000	\$ 31.824.000	\$ 46.800.000	\$ 74.880.000	\$ 88.812.000
Honorarios Consultor Senior (Despues 4 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 36.000.000
Asistente Consultoria Junior (Despues 3 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.800.000	\$ -
Asistente Admon (Full Prestaciones)	\$ 21.098.000	\$ 22.363.880	\$ 23.705.713	\$ 25.128.056	\$ 26.635.739
Servicios Publicos (Agua / Luz)	\$ 1.920.000	\$ 2.035.200	\$ 2.157.312	\$ 2.286.751	\$ 2.423.956
Arriendo	\$ 4.200.000	\$ 4.452.000	\$ 6.600.000	\$ 6.996.000	\$ 7.415.760
Publicidad	\$ 1.800.000	\$ 1.908.000	\$ 2.022.480	\$ 2.143.829	\$ 2.272.459
Planes Mobile Telefonía e Internet	\$ 1.620.000	\$ 1.717.200	\$ 1.820.232	\$ 1.929.446	\$ 2.045.213
Gastos Admon /Aseo / Cafeteria	\$ 720.000	\$ 763.200	\$ 808.992	\$ 857.532	\$ 908.983
Mtto /Papeleria/Equipos Of /Host Pag Web	\$ 1.200.000	\$ 1.272.000	\$ 1.348.320	\$ 1.429.219	\$ 1.514.972
Gastos Movilizacion	\$ 1.440.000	\$ 2.160.000	\$ 3.000.000	\$ 3.960.000	\$ 4.749.800
Honorarios Aseosoria Juridica Contable	\$ 2.400.000	\$ 3.600.000	\$ 4.800.000	\$ 7.200.000	\$ 8.400.000
Polizas y Seguros	\$ 600.000	\$ 636.000	\$ 674.160	\$ 714.610	\$ 757.486
Licencias Equipos Computo	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000
Correos / Mensajería	\$ 360.000	\$ 381.600	\$ 404.496	\$ 428.766	\$ 454.492
Gastos de Representacion	\$ 840.000	\$ 890.400	\$ 943.824	\$ 1.000.453	\$ 1.060.481
Gastos Bancarios Prestamo 25 millones	\$ 6.673.334	\$ 7.073.734	\$ 7.498.158	\$ 7.948.048	\$ 8.424.931
Gastos de Registro y creacion de la Sociedad	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333
Total Costos y Gastos Fijos Incurridos en el Periodo	\$ 69.962.668	\$ 83.070.548	\$ 104.577.021	\$ 161.696.042	\$ 193.869.604
Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 5.162.668	\$ 31.606.400	\$ 82.555.265	\$ 161.784.547	\$ 427.693.577
Impuesto de Renta (35%)	\$ -	\$ 11.062.240	\$ 28.894.343	\$ 56.624.592	\$ 149.692.752
Utilidad Neta	-\$ 6.919.201	\$ 20.544.160	\$ 53.660.922	\$ 105.159.956	\$ 278.000.825

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta el estado de resultados integral o P&G resumido:

JCG CONSULTORA
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE: 2022
Expresado en pesos colombianos (COP)

	2.021
	AÑO 1
Ingresos Operacionales	64.800.000
Menos:	
Costos de operación	0
Excedente bruto	64.800.000
Menos:	
Gastos de Operación	68.929.335
Excedente operacional	(4.129.335)
Más:	
Ingresos no operacionales	0%
Menos:	
Gastos no operacionales	0
Menos:	
Depreciación	1.033.333
	16%
Excedente (perdida) antes de impuestos	(5.162.668)
Impuesto de renta	1.756.533
UTILIDAD DEL EJERCICIO O (PERDIDA) NETO DEL EJERCICIO	(6.919.201)

Ilustración 11
Estados de resultados integral primer año (P&)

7.5. Flujos de Caja, T.I.R., V.P.N., T.I.O.

Abajo el resumen del flujo de caja mensual durante 60 meses, definimos una tasa de oportunidad TIO de 0.5% de interés mensual equivalente a un 6% de rendimiento anual del capital; esta tasa de oportunidad es mayor a la que me podría dar una inversión de un CDT anual si colocara el dinero en un título valor de este tipo, considero que es una inversión segura ya que estaría cubriendo la inflación del año tasada a un valor del 4.5% anual para 2021, más un rendimiento extra del 1.5%. A este nivel de TIO el Valor Actual Neto de los flujos de caja futuro se convertirían o tendrían un valor presente de \$ 554.107.265 por lo que considero en mi opinión que es un negocio bastante rentable, conveniente y aconsejable para mí ya que aparte de darme un salario mensual el proyecto tendría un valor tasado en la cifra anteriormente citada, es enormemente mayor que cero, muy conveniente.

La TIR del proyecto es 17,2%, por lo mencionado que es un servicio de asesoría, cuando el VAN es \$0 la tasa es la TIR, es la tasa de rentabilidad del proyecto la cual es alta y conveniente, no creería que en el mercado haya un producto que me rente a esta tasa, el nivel de riesgo aquí es muy bajo por la baja demanda de capital esto ahondando en el valor positivo del van y la tasa TIR súper alta es una inversión que vale la pena a toda costa.

Dejamos como soporte anexo los flujos de caja mensuales durante los 5 años que se tomaron como soporte para el cálculo de él VAN y la TIR. Se trabaja con un impuesto de renta del 34% para el ejercicio.

Tabla 35
Flujo de caja con entradas y egresos 5 años

Ingresos	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Ingresos x Servicios Prestados	\$ 64.800.000	\$ 114.676.947	\$ 187.132.285	\$ 323.480.589	\$ 621.563.181
Gastos		\$ -	\$ -	-	-
Honorarios Consultor Asociado	\$ 22.298.000	\$ 31.824.000	\$ 46.800.000	\$ 74.880.000	\$ 88.812.000
Honorarios Consultor Senior (Despues 4 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 36.000.000
Asistente Consultoria Junior (Despues 3 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.800.000	\$ -
Asistente Admon (Full Prestaciones)	\$ 21.098.000	\$ 22.363.880	\$ 23.705.713	\$ 25.128.056	\$ 26.635.739
Servicios Publicos (Agua / Luz)	\$ 1.920.000	\$ 2.035.200	\$ 2.157.312	\$ 2.286.751	\$ 2.423.956
Arriendo	\$ 4.200.000	\$ 4.452.000	\$ 6.600.000	\$ 6.996.000	\$ 7.415.760
Publicidad	\$ 1.800.000	\$ 1.908.000	\$ 2.022.480	\$ 2.143.829	\$ 2.272.459
Planes Mobile Telefonía e Internet	\$ 1.620.000	\$ 1.717.200	\$ 1.820.232	\$ 1.929.446	\$ 2.045.213
Gastos Admon /Aseo / Cafeteria	\$ 720.000	\$ 763.200	\$ 808.992	\$ 857.532	\$ 908.983
Mtto /Papeleria/Equipos Of /Host Pag Web	\$ 1.200.000	\$ 1.272.000	\$ 1.348.320	\$ 1.429.219	\$ 1.514.972
Gastos Movilizacion	\$ 1.440.000	\$ 2.160.000	\$ 3.000.000	\$ 3.960.000	\$ 4.749.800
Honorarios Aseosoria Juridica Contable	\$ 2.400.000	\$ 3.600.000	\$ 4.800.000	\$ 7.200.000	\$ 8.400.000
Polizas y Seguros	\$ 600.000	\$ 636.000	\$ 674.160	\$ 714.610	\$ 757.486
Licencias Equipos Computo	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000
Correos / Mensajería	\$ 360.000	\$ 381.600	\$ 404.496	\$ 428.766	\$ 454.492
Gastos de Representacion	\$ 840.000	\$ 890.400	\$ 943.824	\$ 1.000.453	\$ 1.060.481
Gastos Bancarios Prestamo 25 millones	\$ 6.673.334	\$ 7.073.734	\$ 7.498.158	\$ 7.948.048	\$ 8.424.931
Gastos de Registro y creacion de la Sociedad	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333	\$ 1.033.333
Total Costos y Gastos Fijos Incurridos en el Periodo	\$ 69.962.668	\$ 83.070.548	\$ 104.577.021	\$ 161.696.042	\$ 193.869.604
Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 5.162.668	\$ 31.606.400	\$ 82.555.265	\$ 161.784.547	\$ 427.693.577
Impuesto de Renta (35%)	\$ 1.756.533	\$ 11.062.240	\$ 28.894.343	\$ 56.624.592	\$ 149.692.752
Utilidad Neta	-\$ 6.919.201	\$ 20.544.160	\$ 53.660.922	\$ 105.159.956	\$ 278.000.825

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36
Para estimar la TIR y VPN

TIO Mes		0,50%
Valor Actual Neto (VPN)	\$	554.107.265
TIR		17,2%
Flujos de Caja par Calculo de la TIR y VAN		
Inversion	-\$	7.000.000
1	\$	11.436.444
2	-\$	5.763.556
3	\$	5.036.444
4	-\$	5.763.556
5	-\$	5.763.556
6	\$	8.636.444
7	-\$	5.763.556
8	-\$	5.763.556
9	\$	12.236.444
10	-\$	5.763.556
11	-\$	5.763.556
12	\$	15.836.444
13	-\$	6.922.546
14	-\$	6.922.546
15	\$	16.901.506
16	-\$	6.922.546
17	-\$	6.922.546
18	\$	19.876.272
19	-\$	6.922.546
20	-\$	6.922.546
21	\$	23.222.479
22	-\$	6.922.546
23	-\$	6.922.546
24	\$	26.986.508
25	-\$	8.714.752
26	-\$	8.714.752
27	\$	30.161.842
28	-\$	8.714.752
29	-\$	8.714.752
30	\$	35.016.130
31	-\$	8.714.752
32	-\$	8.714.752
33	\$	40.476.542
34	-\$	8.714.752
35	-\$	8.714.752
36	\$	46.618.764
37	-\$	13.474.670
38	-\$	13.474.670
39	\$	50.592.959
40	-\$	13.474.670
41	-\$	13.474.670
42	\$	60.691.619
43	-\$	13.474.670
44	-\$	13.474.670
45	\$	72.382.080
46	-\$	13.474.670
47	-\$	13.474.670
48	\$	85.915.250
49	-\$	16.109.784
50	-\$	16.159.984
51	\$	101.137.908
52	-\$	16.159.984
53	-\$	16.159.984
54	\$	123.543.683
55	-\$	16.159.984
56	-\$	16.159.984
57	\$	150.229.318
58	-\$	16.159.984
59	-\$	16.159.984
60	\$	182.012.337

Fuente: Elaboración propia

8. Conclusiones

- Las condiciones actuales de la economía donde la recuperación empieza a generar indicadores de crecimiento optimistas, están brindando un entorno económico favorable para desarrollar proyectos de emprendimiento que brinden propuestas innovadoras a los clientes.
- Por muy pequeña que sea una empresa (micros y pequeñas), la gestión de proyectos y de desarrollo empresarial tiene cualquier validez como si fuera a emplearse en una mediana o gran empresa, porque es la garantía, si se usan de manera adecuada y eficiente las herramientas que nos brindan estas disciplinas, en que será un emprendimiento sostenible.
- Desarrollar una visión sistemática es lo que ha permitido la actual formación adquirida, donde un emprendedor no debe solamente enfocarse en valorar su empresa desde la perspectiva financiera si no de manera integral y holística, para poder tener éxito.
- Después de realizar un estudio profundo acerca del proyecto de emprendimiento, usando las herramientas, técnicas, capacidad de investigación, conocimientos y análisis adquiridos, va a garantizar que cuando se llegue al árbol de decisiones se tomaran las más eficaces y certeras para emprender el plan establecido.

Bibliografía.

Ximena González. 22 de mayo de 2020. La Republica [LR]. “Estudio reveló que las ventas de las Pymes en Colombia han bajado 65% “. <https://www.larepublica.co/empresas/estudio-revelo-que-las-ventas-de-las-pymes-en-colombia-han-bajado-65-2996017>

Heidy Monterrosa Blanco. La Republica [LR]. Agosto 31 d 2019. “Mipymes representan 96% del tejido empresarial y aportan 40% al PIB “. <https://www.larepublica.co/economia/mipymes-representan-96-del-tejido-empresarial-y-aportan-40-al-pib-2903247>

Valentina Acosta Fonseca. La Republica [LR]. Febrero 24 de 2021. “En medio de la pandemia por covid-19, cerraron 509.370 micro negocios en Colombia”. <https://www.larepublica.co/economia/en-medio-de-la-pandemia-por-covid-19-cerraron-509370-micronegocios-en-colombia-3130382>

Acis. Diciembre 2021. “En Colombia las MiPymes representan el 80% del empleo del país y el 90% del sector productivo nacional “. <https://acis.org.co/portal/content/noticiasdeinteres/en-colombia-las-mipymes-representan-el-80-del-empleo-del-pa%C3%ADs-y-el-90-del-sector-productivo>

Xavier Plaza. Noviembre 2 de 2016. “Proyectos y Gestión”. <https://www.pgconocimiento.com/la-importancia-del-mapa-estrategico/>

Cámara de Comercio de Pereira. Diciembre 2020. Censo Empresarial 2020. <https://www.camarapereira.org.co/es/censoempresarial>

Diego Alejandro Ríos. Diciembre 2021. “Modelo de Consultoría Empresarial para MiPymes del Sector Confecciones”. <https://repositorio.uco.edu.co/bitstream/handle/123456789/872/ARTICULO%20FINAL%2010%2008N%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Juan Pablo Del Alcázar Ponceh. Diciembre 2021. “¿CÓMO TARIFAR SERVICIOS DE ASESORÍA Y GESTIÓN?”. <https://blog.formaciongerencial.com/como-tarifar-servicios-de-asesoria/>
Megías, Javier. Octubre 2021. “ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO MERCADO TAM, SAM, SOM”. <https://www.emprendeconciencia.com/analisis-mercado-tam-sam-som>

Ventanilla Única Empresarial [VUE]. Diciembre 2021. “Preguntas frecuentes “. <https://www.vue.gov.co/pereira/informese/preguntas-frecuentes/comunicacion-apertura-de-establecimiento>

Gerencie. Septiembre 3 de 2021. “Obligaciones tributarias de una S.A.S “. <https://www.gerencie.com/aspectos-tributarios-de-la-sociedad-por-acciones-simplificada-s-a-s.html>

Fintech. (2021). El 62% de las pymes colombianas no tiene acceso a financiamiento. <https://www.colombiafintech.co/novedades/el-62-de-las-pymes-colombianas-no-tiene-acceso-a-financiamiento>

Quintero, Rosmery. Bitácora Económica Acopi, diciembre 2.020. “Perspectivas económicas MIPYMES 2021”. <https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/12/PERSPECTIVAS-ECONOMICAS-2021.pdf>

Contreras, Diana. 9 de junio de 2020. “LA CONSULTORÍA Y ASESORÍA: ALIADA ESTRATÉGICA PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA”. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/5608/6419>

Pastrán, Alejandro. La Republica [LA]. 18 de septiembre 2021. "El comercio electrónico en Colombia crecerá 74% en los próximos cinco años". <https://www.larepublica.co/internet-economy/el-comercio-electronico-en-colombia-crecera-74-en-los-proximos-cinco-anos-3234428>

Pitre Redondo, R. C., Builes Zapata, S. E., & Hernández Palma, H. G. (2021). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40), 1-20. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9114>

Briceño, Luz Enid. Diciembre 2020. Cámara de Comercio de Pereira. (2020). "Informe de gestión censo empresarial del 14 de agosto al 31 de diciembre de 2020". https://s3.pagegear.co/3/contents/2021/censo_empresarial/informe_de_gestion_censo_empresarial_al_31_de_diciembre_2020_ca%CC%81mara_de_comercio_2.pdf

Cámara de Comercio de Pereira. Diciembre 2020. "INFORME DE GESTIÓN CENSO EMPRESARIAL DEL 14 DE AGOSTO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020". https://s3.pagegear.co/3/contents/2021/censo_empresarial/informe_de_gestion_censo_empresarial_al_31_de_diciembre_2020_ca%CC%81mara_de_comercio_2.pdf

Monterrosa, Heidy. La Republica [LR]. 7 de mayo de 2020. "Conozca las condiciones de debe cumplir una empresa para ser considerada Pyme ". <https://www.larepublica.co/empresas/conozca-las-condiciones-de-debe-cumplir-una-empresa-para-ser-considerada-pyme-3002771>

Listado de empresas por localización departamento de Risaralda. Octubre 2021. <https://guiaempresas.universia.net.co/departamento/RISARALDA/>

El Diario [ED]. 11 de febrero de 2020. "Microempresas mueven el mercado laboral en Risaralda". <https://www.eldiario.com.co/noticias/economia/microempresas-mueven-el-mercadolaboral-en-risaralda/>

Correa, Dayhana. 11 de octubre de 2017. "Técnicas de Pricing. Cómo definir tu política de Precios". <https://escuela-emprended.ores.alegra.com/ventas/tecnicas-de-pricing-como-definir-tu-politica-de-precios/>

Álvarez Contreras_ Diana Esther. 9 de junio 2020. La Consultoría Y Asesoría: Aliada Estratégica Para El Fortalecimiento Empresarial De Las Mipymes En Colombia. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/5608/6419>

Salomón Asmar Soto. Lunes, 26 de abril de 2021. "En Colombia se crean un total de 93 micro negocios diarios en el comienzo de 2021". <https://www.larepublica.co/especiales/reactivacion-de-las-pyme/en-colombia-se-crean-un-total-de-93-micronegocios-diarios-en-el-comienzo-de-2021-3159461>

Campus Unisabana. 2021." Pymes en tiempo de coronavirus". <https://www.unisabana.edu.co/portaldenoticias/al-dia/que-pasa-con-las-pymes-en-tiempos-de-cuarentena/>

<https://www.emprendeaconciencia.com/blog-herramientas/tamano-mercado-tam-sam-som>

Gastos Mes a Mes Año 1

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total Año 1
Gastos													
Honorarios Consultor Asociado	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 1.858.167	\$ 22.298.000
Honorarios Consultor Senior (Despues 4 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Asistente Consultoria Junior (Despues 3 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Asistente Admon (Full Prestaciones)	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 1.758.167	\$ 21.098.000
Servicios Publicos (Agua / Luz)	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 1.920.000
Arriendo	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Publicidad	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Planes Mobile Telefonía e Internet	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 1.620.000
Gastos Admon /Ases / Cafeteria	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 720.000
Mtto /Papeleria/Equipos Of /Host Pag Web	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Gastos Movilizacion	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Honorarios Asesoría Juridica Contable	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Polizas y Seguros	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 600.000
Licencias Equipos Computo	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 960.000
Correos / Mensajería	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 360.000
Gastos de Representacion	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 840.000
Gastos Bancarios Prestamo 25 millones	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 556.111	\$ 6.673.334
Gastos de Registro y creacion de la Sociedad	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800.000
Depreciaciones	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 1.033.333
Total Costos y Gastos Fijos Incurred en el Periodo	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 6.563.556	\$ 69.962.868

Gastos Mes a Mes Año 2

Mes	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	Total Año 2
Gastos													
Honorarios Consultor Asociado	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 2.652.000	\$ 31.824.000
Honorarios Consultor Senior (Despues 4 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Asistente Consultoria Junior (Despues 3 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Asistente Admon (Full Prestaciones)	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 1.863.657	\$ 22.363.880
Servicios Publicos (Agua / Luz)	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 169.600	\$ 2.035.200
Arriendo	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 371.000	\$ 4.452.000
Publicidad	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 159.000	\$ 1.908.000
Planes Mobile Telefonía e Internet	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 143.300	\$ 1.717.200
Gastos Admon /Ases / Cafeteria	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 63.600	\$ 763.200
Mtto /Papeleria/Equipos Of /Host Pag Web	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 306.000	\$ 3.672.000
Gastos Movilizacion	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 2.160.000
Honorarios Asesoría Juridica Contable	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Polizas y Seguros	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 53.000	\$ 636.000
Licencias Equipos Computo	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 960.000
Correos / Mensajería	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 31.800	\$ 381.600
Gastos de Representacion	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 74.200	\$ 890.400
Gastos Bancarios Prestamo 25 millones	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 580.478	\$ 7.073.734
Gastos de Registro y creacion de la Sociedad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 1.033.333
Total Costos y Gastos Fijos Incurred en el Periodo	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 6.922.546	\$ 83.070.548

Anexo 2

Gastos Mes a Mes Año 3

Mes	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	Total Año 3
Gastos													
Honorarios Consultor Asociado	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 46.800.000
Honorarios Consultor Senior (Despues 4 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Asistente Consultoria Junior (Despues 3 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Asistente Admon (Full Prestaciones)	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 1.975.476	\$ 23.705.713
Servicios Publicos (Agua / Luz)	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 179.776	\$ 2.157.312
Arriendo	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 6.600.000
Publicidad	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 168.540	\$ 2.022.480
Planes Movile Telefonía e Internet	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 151.686	\$ 1.820.232
Gastos Admon /Aseo / Cafeteria	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 67.416	\$ 808.992
Mtto /Papeleria/Equipos Of /Host Pag Web	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 112.360	\$ 1.348.320
Gastos Movilizacion	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Honorarios Asesoría Jurídica Contable	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Polizas y Seguros	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 56.180	\$ 674.160
Licencias Equipos Computo	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 960.000
Correos / Mensajería	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 33.708	\$ 404.496
Gastos de Representación	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 78.652	\$ 943.824
Gastos Bancarios Prestamo 25 millones	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 624.847	\$ 7.498.158
Gastos de Registro y creacion de la Sociedad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 1.033.333
Total Costos y Gastos Fijos Incurridos en el Periodo	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 8.714.752	\$ 104.577.021

Gastos Mes a Mes Año 4

Mes	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	Total Año 4
Gastos													
Honorarios Consultor Asociado	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 74.880.000
Honorarios Consultor Senior (Despues 4 Año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Asistente Consultoria Junior (Despues 3 Año)	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 22.800.000
Asistente Admon (Full Prestaciones)	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 2.094.005	\$ 25.128.056
Servicios Publicos (Agua / Luz)	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 190.563	\$ 2.286.751
Arriendo	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 583.000	\$ 6.996.000
Publicidad	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 178.652	\$ 2.143.829
Planes Movile Telefonía e Internet	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 160.787	\$ 1.929.446
Gastos Admon /Aseo / Cafeteria	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 71.461	\$ 857.532
Mtto /Papeleria/Equipos Of /Host Pag Web	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 119.102	\$ 1.429.219
Gastos Movilizacion	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 3.960.000
Honorarios Asesoría Jurídica Contable	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Polizas y Seguros	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 59.551	\$ 714.610
Licencias Equipos Computo	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 960.000
Correos / Mensajería	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 35.730	\$ 428.766
Gastos de Representación	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 83.371	\$ 1.000.453
Gastos Bancarios Prestamo 25 millones	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 662.337	\$ 7.948.048
Gastos de Registro y creacion de la Sociedad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 1.033.333
Total Costos y Gastos Fijos Incurridos en el Periodo	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 13.474.670	\$ 161.696.040

Anexo 3

Gastos Mes a Mes Año 5

Mes	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	Total Año 5
Gastos													
Honorarios Consultor Asociado	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 7.401.000	\$ 88.812.000
Honorarios Consultor Senior (Despues 4 Año)	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000
Asistente Consultoria Junior (Despues 3 Año)													\$ -
Asistente Admin (Full Prestaciones)	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 2.219.645	\$ 26.635.736
Servicios Publicos (Agua / Luz)	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 201.996	\$ 2.423.956
Arriendo	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 617.980	\$ 7.415.760
Publicidad	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 189.372	\$ 2.272.456
Planes Mobile Telefonía e Internet	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 170.434	\$ 2.045.213
Gastos Admin /Alimo / Cafeteria	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 75.749	\$ 908.983
Mtro /Papeleria/Equipos Of /Host Pag Web	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 126.248	\$ 1.514.972
Gastos Movilizacion	\$ 349.800	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 4.749.800
Honorarios Asesoría Juridica Contable	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 8.400.000
Polizas y Seguros	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 63.124	\$ 757.486
Ucencias Equipos Computo	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 960.000
Correos / Mensajería	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 37.874	\$ 454.492
Gastos de Representacion	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 88.373	\$ 1.060.481
Gastos Bancarios Prestamo 25 millones	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 702.078	\$ 8.424.931
Gastos de Registro y creacion de la Sociedad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 86.111	\$ 1.033.333
Total Costos y Gastos Fijos Incuירים en el Periodo	\$ 36.309.794	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 36.159.984	\$ 393.809.804

