

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL GRUPO DE DESARROLLO E
INNOVACIÓN EMPRESARIAL ATENEA



DIEGO ALEJANDRO OCAMPO RODRIGUEZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO

2025

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL GRUPO DE DESARROLLO E
INNOVACIÓN EMPRESARIAL ATENEA

DIEGO ALEJANDRO OCAMPO RODRIGUEZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Ingeniero Industrial

Asesor

Mg. DIANA PAOLA GUTIERREZ ROMERO

Magíster en Dirección y Administración de Empresas

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO
2025

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O. P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTES GALLEGO, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O. P.

Rector Sede Villavicencio

P. Adrián Mauricio GARCIA PEÑARANDA, O.P

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Mg. Víctor Andrés RINCÓN GONZÁLEZ

Decano de la Facultad de Ingeniería Industrial

Contenido

	Pág.
Resumen	10
Abstract.....	11
Glosario.....	12
Introducción.....	14
Nombre de la Empresa y Actividad Económica.....	16
Descripción de la Oportunidad de Negocio Identificada	16
Lienzo Canvas.....	18
Árbol de Problemas.....	19
Árbol de Objetivos.....	21
Objetivos.....	23
Objetivo General	23
Objetivos Específicos.....	23
Alcance del servicio.....	24
Justificación	25
Matriz DOFA.....	27
Estudio de Mercado	30
Análisis del Servicio.....	30
Áreas de Enfoque	31
Servicios Ofertados	33
Servicios en el Área de Talento Humano	34
Servicios en el Área de Operaciones.....	36
Servicios en el Área de Marketing y Ventas	37
Servicios en el Área de Finanzas.....	39
Servicios en el Área de Servicio al Cliente	40
Servicios en el Área de Servicio al Cliente	42
Enfoque Metodológico del Grupo Atenea en Inteligencia Empresarial (BI).....	44
Análisis del Sector Industrial	45

Actividad Económica	46
Tamaño x Número de Empleados	47
Tiempo en Funcionamiento de la Empresa	48
Definición y análisis del Mercado Objetivo.....	49
Análisis de la Competencia	50
Competencia Directa	50
Competencia Indirecta.....	51
Análisis de Canales de Distribución	52
Definición y Análisis de Estrategias de Precio	52
Tarifa por hora	53
Tarifa por Proyecto	53
Tarifa por Suscripción	54
Definición y Análisis de Estrategias de Promoción.	55
Definición y análisis de estrategias de comunicación (física y virtual).....	58
Comunicación Física	58
Comunicación Virtual	59
Pronóstico de la Demanda	61
Cálculo del Pronostico de la Demanda	64
Estimación de la demanda mes a mes	69
Ecuación de la estimación de la demanda potencial	71
Presupuesto de las estrategias definidas anteriormente (Marketing Mix).....	73
Estudio Técnico	76
Análisis de Proveeduría (proveedores y materia prima)	76
Análisis de Proveedores	77
Proveedor Oficial de Software: Microsoft.....	77
Office 365 E5.....	77
Proveedor de plataforma WebSite: WIX.....	80
Estudio de Requerimientos de Maquinaria, Equipos y Tecnología.....	82
Cálculo de la Depreciación de Maquinaria y Equipo.....	83
Descripción del proceso productivo o del servicio.....	85
Diseño y Análisis de Capacidad de Producción.....	91

Diseño y Análisis de Planta	92
Plan de Producción.....	92
Estimación mes a mes del servicio de consultoría	97
Estudio Organizacional.....	100
Misión.....	100
Visión	100
Valores	100
Objetivos Estratégicos.....	101
Objetivos a Corto Plazo (3 meses – 6 meses).....	101
Crear una página web profesional para la empresa de consultoría 4.0.....	104
Objetivos a largo plazo	105
Desarrollo de Soluciones Digitales Automatizadas.....	107
Estructura Orgánica del Grupo Atenea.....	109
Manual de Funciones	111
Estudio Financiero	117
Ingresos proyectados	117
Conclusión de Ingresos Proyectados	118
Referencias	120

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Competencia Directa.....	51
Tabla 2. Competencia Indirecta.	51
Tabla 3. Clientes potenciales en Villavicencio	64
Tabla 4. Valor estimado del servicio por mes.....	65
Tabla 5. Valor estimado del servicio por frecuencia de contratación.	67
Tabla 6. Pronóstico de la demanda anual 2025.....	68
Tabla 7. Pronóstico de la demanda mes a mes 2025.....	69
Tabla 8. Presupuesto de estrategias de marketing Mix anual.	74
Tabla 9. Presupuesto de estrategias de marketing Mix mes a mes.	75
Tabla 10. Presupuesto de Maquinaria, Equipos y Tecnología.	82
Tabla 11. Depreciación de Maquinaria y Equipo.	84
Tabla 12. Número de servicios por tipo de proyecto.	94
Tabla 13. Número de servicios en el año.	95
Tabla 14. Valor total anual 2025.....	96
Tabla 15. Valor total del servicio.....	97
Tabla 16. Estimación de la producción mes a mes.	98

Lista de Figuras

	Pág.
<i>Figura 1. Lienzo Canvas del modelo de negocio</i>	18
Figura 2. Árbol de Problemas	19
Figura 3. Cuadro Árbol de Problemas.	20
<i>Figura 4. Árbol de Objetivos</i>	21
Figura 5. Cuadro Árbol de Objetivos	22
Figura 6. Análisis DOFA Factores Internos.	27
Figura 7. Análisis DOFA Factores Externos.	27
Figura 8. Estrategias DOFA Cruzadas	28
Figura 9. Matriz DOFA.	28
Figura 10. Áreas de Enfoque,	31
Figura 11. Servicios Ofertados.	34
Figura 12. Servicios en el Área de Talento Humano	34
Figura 13. Servicios en el Área de Operaciones	36
Figura 14. Servicios en el Área de Marketing y Ventas.	37
Figura 15. Servicios en el Área de Finanzas	39
Figura 16. Servicios en el Área de Servicio al Cliente.	40
Figura 17. Servicios en el Área de Servicio al Cliente.	42
Figura 18. Actividad Económica.	46
Figura 19. Número de Empleados.	47
Figura 20. Tiempo en Funcionamiento	48
Figura 21. Canales de contacto y promoción	55
Figura 22. Preferencia en redes sociales.	56
Figura 23. Precio por mes en la modalidad de suscripción.	61
Figura 24. Frecuencia de contratación del servicio.	62
Figura 25. Disposición a contratar el servicio.	63
Figura 26. Pronóstico de la demanda mes a mes 2025.	70
Figura 27. Presupuesto de Materiales, Maquinaria y Equipo.	83

Figura 28. Diagrama de Flujo para la Prestación de Servicios de Consultoría.	85
Figura 29. Diseño de la planta de producción.	92
Figura 30. Valor anual por tipo de proyecto.	97
Figura 31. Estimación de la producción mes a mes.	99

Resumen

Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea es una firma de consultoría empresarial especializada en el desarrollo integral, la optimización y la innovación de empresas y organizaciones. Ofrece asesoría especializada en áreas clave como finanzas, procesos, talento humano, servicio al cliente y marketing, entre otras. Su enfoque se centra en el análisis de datos e inteligencia empresarial para recolectar, limpiar, transformar y analizar información relevante para la organización. A través de este análisis, se compromete a identificar patrones, tendencias y resultados que permitan identificar áreas de mejora y proponer e implementar proyectos de desarrollo. La propuesta de Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea se distingue por la adaptación de soluciones a los desafíos específicos de las empresas, buscando optimizar su rendimiento, fomentar la innovación e impulsar el crecimiento. Haciendo uso de herramientas avanzadas como Power BI, Tableau y Excel para el análisis de datos, junto con metodologías de cultura organizacional como Kaizen, Lean Manufacturing y Six Sigma, garantiza así la excelencia y eficiencia en cada proyecto que emprende. Con un equipo altamente calificado y sólidos conocimientos en ingeniería industrial, Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea propone un enfoque integral para el desarrollo empresarial, ofreciendo soluciones innovadoras y efectivas para las empresas en la ciudad de Villavicencio.

Palabras Clave: Consultoría Empresarial, Modelo de Consultoría, Análisis de Datos, Inteligencia Empresarial (BI), Creación de empresa, Emprendimiento.

Abstract

Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea is a business consulting firm specialized in the comprehensive development and innovation of companies and organizations. It offers specialized advice in key areas such as finance, processes, human resources, customer service, and marketing. Its focus is on data analysis and business intelligence to collect, clean, transform, and analyze relevant information for the organization. Through this analysis, it is committed to identifying patterns, trends, and results that allow for the identification of areas for improvement and the proposal and implementation of development projects. The proposal of Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea stands out for its adaptation of solutions to the specific challenges of companies, seeking to optimize their performance, promote innovation, and drive their growth. By using advanced tools such as Power BI, Tableau, and Excel for data analysis, along with organizational culture methodologies such as Kaizen, Lean Manufacturing, and Six Sigma, it guarantees excellence and efficiency in each project it undertakes. With a highly qualified team and solid knowledge in industrial engineering, Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea proposes a comprehensive approach to business development, offering innovative and effective solutions for companies in the city of Villavicencio.

Keywords: *Business Consulting, Consulting Model, Data Analysis, Business Intelligence (BI), Business Creation, Entrepreneurship.*

Glosario

- **Análisis de Datos:** Proceso de examinar, limpiar y modelar datos con el objetivo de descubrir información útil, llegar a conclusiones y apoyar la toma de decisiones.
- **Análisis DOFA:** Herramienta de planificación estratégica que evalúa las **Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas** de una organización.
- **Business Intelligence (BI):** Conjunto de estrategias y herramientas enfocadas en la transformación de datos en conocimiento para optimizar la toma de decisiones empresariales.
- **Canvas (Lienzo de Modelo de Negocio):** Herramienta visual que describe los elementos clave de un modelo de negocio: propuesta de valor, clientes, canales, fuentes de ingreso, etc.
- **Clientes Potenciales:** Empresas o personas que, por sus características y necesidades, podrían beneficiarse del servicio ofrecido y convertirse en compradores.
- **Consultoría Empresarial:** Actividad profesional que brinda asesoría especializada para mejorar el rendimiento, estrategia y procesos de una empresa.
- **Cultura Organizacional:** Conjunto de valores, creencias y normas que definen el comportamiento dentro de una organización.
- **Desarrollo Organizacional:** Proceso planificado para mejorar la eficacia de una organización mediante la gestión del cambio y la mejora continua.
- **Estrategia de Precio:** Modelo que define cómo se fijan los precios de los productos o servicios en función del valor percibido, los costos y la competencia.
- **Gestión del Cambio:** Proceso de ayudar a las organizaciones a adaptarse a transformaciones estructurales, tecnológicas o estratégicas.
- **Indicadores Financieros:** Medidas cuantitativas que permiten evaluar el rendimiento económico y financiero de una empresa (ROI, TIR, VPN, etc.).
- **Inteligencia Empresarial:** Ver Business Intelligence (BI).
- **Kaizen:** Filosofía japonesa de mejora continua mediante pequeños cambios constantes en los procesos.
- **Lean Manufacturing:** Metodología para optimizar procesos eliminando desperdicios y mejorando la eficiencia.
- **Mercado Objetivo:** Segmento de clientes al que va dirigido un producto o servicio.

- **Modelo de Negocio:** Estructura que define cómo una empresa crea, entrega y captura valor.
- **Optimización de Procesos:** Mejora de procedimientos operativos para aumentar la eficiencia, reducir costos y mejorar la calidad.
- **Plan de Negocios:** Documento que describe un proyecto empresarial en sus dimensiones de mercado, técnicas, organizativas y financieras.
- **Propuesta de Valor:** Beneficio o solución que una empresa ofrece a sus clientes para resolver sus necesidades.
- **ROI (Return on Investment):** Indicador que mide la rentabilidad de una inversión.
- **Six Sigma:** Metodología de gestión que busca la mejora de procesos mediante la reducción de la variabilidad y los defectos.
- **Startup:** Empresa emergente que busca introducir productos o servicios innovadores con alto potencial de crecimiento.
- **Suscripción (modelo):** Estrategia de pago donde el cliente abona una cantidad periódica (mensual, anual) por acceso a un servicio.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** Indicador financiero que estima la rentabilidad de una inversión proyectada.
- **Valor Presente Neto (VPN):** Indicador que calcula el valor actual de los flujos de caja futuros descontados a una tasa determinada.

Introducción

La consultoría empresarial es un servicio de asesoría profesional independiente que ayuda a las empresas a alcanzar objetivos, solucionar problemas, identificar y evaluar oportunidades, mejorar el aprendizaje y lograr la implementación de cambios. Se realiza por una o más personas en una entidad u organización para contribuir a la solución de problemas o mejorar el desempeño Aponte, L. (2015). Durante este proceso, hay un intercambio de conocimientos, habilidades y aptitudes entre el consultor y los miembros de la organización, lo que permite reunir conocimientos para el correcto cumplimiento de los objetivos de desarrollo. La consultoría proporciona conocimientos teóricos y técnicas profesionales que sirven para resolver problemas prácticos de gestión.

Esto se logra a través de un enfoque sistemático y estructurado que permite identificar, analizar y abordar los desafíos específicos que enfrenta una empresa. Los consultores empresariales utilizan su experiencia y conocimientos especializados para desarrollar soluciones a medida que se alinean con los objetivos y la visión estratégica de la empresa cliente. Además, la consultoría de empresas también desempeña un papel crucial en el desarrollo de nuevas habilidades y capacidades en el equipo directivo y los empleados, lo que contribuye a mejorar la eficiencia y la eficacia de la organización en su conjunto. Aponte, L. (2015)

En la actualidad, el concepto de consultoría incluye al consultor en el diseño y la implementación de acciones de mejora, capacitando y entrenando en el terreno empresarial. La consultoría se entiende como transferencia de información tecnológica y práctica al cliente. Es importante estudiarla como proceso organizacional que arroja resultados favorables en las organizaciones. Su análisis crítico sobre su metodología y planeación para proponer un modelo de consultoría es esencial (Mas, 2008).

Ser competitivo implica ahora, no solo tener mayor y mejor tecnología, o cambiar constantemente la estructura; eso no es suficiente, implica organizaciones flexibles con individuos que aprendan más rápido y de manera permanente, que trabajen integrados, jefes que sin dejar su responsabilidad, tengan suficiente confianza en sus subordinados como para delegarles toma de decisiones, y empleados con suficiente confianza en la organización como para participar, innovar y cambiar. Implica un flujo de información en todos los sentidos que permita estar delante de la competencia, quedan atrás los secretos y el guardarse información como herramienta de poder. El

conocimiento, y por ende el ser humano que lo posee, es el recurso más importante en las organizaciones. Díaz Barrios, Jazmín. (2005).

El propósito de este documento es crear y especificar el modelo de negocio del Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea, una empresa consultora especializada en el desarrollo integral de empresas y organizaciones. Se busca establecer las bases para el funcionamiento de la empresa, definiendo claramente su propuesta de valor, mercado objetivo, estructura organizativa y caracterización de su modelo de negocio.

En el estudio de mercado, se analizarán las tendencias del mercado relevantes para el negocio de consultoría, así como la competencia existente, el público objetivo y las estrategias de marketing necesarias para llegar a ellos. Este análisis proporcionará información crucial para la definición de la estrategia comercial de la empresa.

El estudio técnico abordará aspectos relacionados con los proveedores necesarios para la operación de la empresa, los requerimientos de maquinaria y tecnología, la descripción detallada del proceso productivo en caso de ser relevante, y el diseño de la planta en caso de ser necesario. Este estudio asegurará que la empresa cuente con los recursos necesarios para ofrecer sus servicios de manera eficiente y efectiva.

El estudio organizacional definirá la estructura legal de la empresa, su misión, visión y objetivos estratégicos a corto y mediano plazo. También se establecerá la estructura orgánica de la empresa, definiendo los roles y responsabilidades de cada miembro del equipo, así como un manual de funciones que guíe las actividades diarias de la organización.

Finalmente, el estudio financiero será crucial para determinar la viabilidad económica del negocio. Se realizará un análisis de la inversión inicial requerida, los presupuestos de ingresos y egresos, el estado de ganancias y pérdidas, el balance general, y se calcularán indicadores financieros clave como el periodo de recuperación de la inversión, el punto de equilibrio, el retorno sobre la inversión (ROI), el valor presente neto (VPN) y la tasa interna de retorno (TIR) para proyectar la rentabilidad del negocio a tres años.

Este documento proporcionará una visión integral del modelo de negocio de Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea, permitiendo una comprensión clara de su propuesta de valor, su mercado objetivo, su estructura organizativa y sus proyecciones financieras, entre otros aspectos clave.

Nombre de la Empresa y Actividad Económica

Nombre de la Empresa: Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea.

Actividad Económica: Actividades de consultoría de gestión.

Código CIU: 7020

Descripción de la Oportunidad de Negocio Identificada

Hoy en día, la sociedad se encuentra inmersa en una era caracterizada por el riesgo y la inestabilidad. Factores como la globalización y las nuevas tecnologías han generado un impacto significativo en el entorno empresarial, lo que ha generado preocupación entre los altos directivos sobre el futuro de sus compañías (Reeves y Deimler, 2011).

Las nuevas circunstancias han dado lugar a la aparición de nuevos desafíos para las empresas locales, incluyendo la llegada de nuevos competidores, el avance de tecnologías emergentes y modificaciones en las regulaciones que rigen la competencia en diversas industrias. Estos cambios han generado presión sobre las organizaciones, obligándolas a ajustarse para evitar la pérdida de competitividad e incluso el riesgo de desaparecer del mercado. El cambio es una parte fundamental del escenario organizacional actual. Existen diferentes tipos de cambios que presionan a las empresas, y una serie de variables que influyen el cambio, como el avance tecnológico, la globalización, la apertura de nuevos mercados, nuevos modelos de negocios, los nuevos sistemas de producción, entre otros (Raineri, 2001).

El cambio organizacional implica una transformación en varios aspectos de una empresa, como su estructura, estrategia, cultura y tecnología, entre otros, que puede afectar a una parte o a la totalidad de la organización (Labarca, Ferrer y Villegas, 2006; Gómez, 2009). El cambio organizacional se refiere a una serie de modificaciones, tanto en la estructura como en el comportamiento, que requieren para que las empresas se adapten a los diversos contextos del entorno. Esta definición resalta la importancia de la flexibilidad y la capacidad de adaptación de las empresas para enfrentar los desafíos del mercado actual. En un entorno empresarial cada vez más competitivo y cambiante, las organizaciones que pueden abrazar el cambio y ajustar sus estructuras y procesos para alinearse con las demandas del mercado tienen mayores posibilidades

de éxito a largo plazo. La resistencia al cambio puede llevar a la obsolescencia y al estancamiento, por lo que es crucial que las empresas estén dispuestas a evolucionar y adaptarse constantemente.

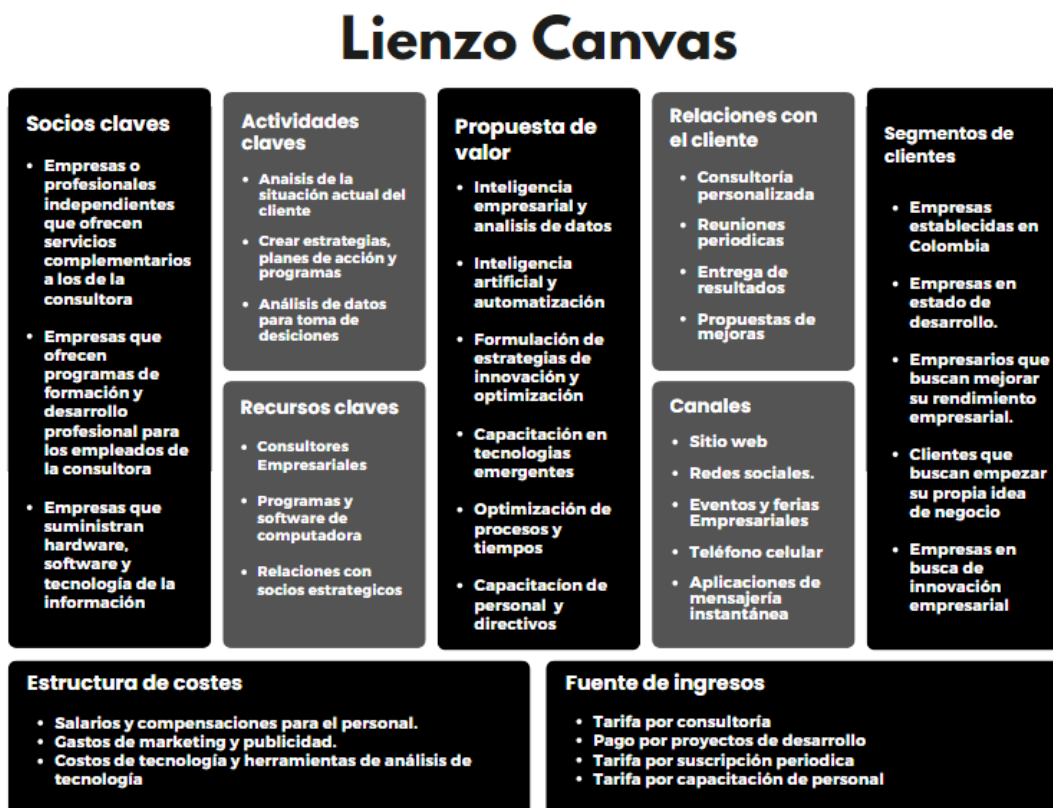
La capacidad de innovar y adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado es esencial para la supervivencia empresarial, ya que la competencia en todos los sectores se intensifica constantemente. Las empresas que no pueden mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías corren el riesgo de quedarse atrás. Además, optimizar las operaciones y reducir costos es una preocupación constante, y la ineficiencia en los procesos internos puede afectar negativamente la rentabilidad y la calidad del servicio al cliente.

La oportunidad de negocio identificada radica en la necesidad imperante de las empresas de adaptarse a un entorno empresarial cada vez más competitivo y cambiante. La falta de innovación puede llevar al fracaso a empresas que en su momento fueron líderes mundiales, pero que no lograron ajustarse a las condiciones del mercado y a los nuevos estilos de vida de la sociedad. Por lo tanto, existe una clara oportunidad para aquellas empresas que puedan ofrecer soluciones innovadoras y adaptarse rápidamente a las demandas del mercado.

La consultoría empresarial consiste en un proceso de acompañamiento profesional en el cual expertos externos colaboran directamente con las empresas para identificar obstáculos que limitan su crecimiento, proponer soluciones efectivas y apoyar la implementación de mejoras. Este servicio permite a los negocios fortalecer sus capacidades de gestión, definir objetivos claros, optimizar procesos internos y mejorar áreas como contabilidad, mercadeo y planificación estratégica, impulsando así su desempeño y sostenibilidad a largo plazo. Bruhn, M. , Karlan, D. & Schoar A (2018)

Lienzo Canvas

Figura 1. Lienzo Canvas del modelo de negocio



El lienzo Canvas del Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea representa un modelo de negocio integral para una consultora especializada en ofrecer servicios de consultoría empresarial a empresas en Colombia. Este

lienzo identifica los elementos clave del negocio, incluyendo socios clave, propuesta de valor, recursos clave, segmentos de clientes, actividades clave, relaciones con los clientes, canales, estructura de costos y fuentes de ingresos. A través de este lienzo, se puede entender cómo Atenea aborda las necesidades del mercado y cómo planea generar valor para sus clientes y rentabilidad para la empresa.

El Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea es una consultora especializada que ofrece servicios de consultoría empresarial a empresas establecidas y en desarrollo en Colombia, así como a empresarios individuales que buscan mejorar su rendimiento empresarial y a clientes interesados en iniciar su propio negocio y buscar innovación empresarial. La empresa cuenta con consultores altamente calificados y ofrece servicios personalizados que incluyen análisis de la

situación actual del cliente, creación de estrategias y planes de acción, análisis de datos para la toma de decisiones, y propuestas de mejoras.

Utiliza una variedad de canales de comunicación, como su sitio web, redes sociales, eventos empresariales y aplicaciones de mensajería instantánea, para interactuar con sus clientes. Su estructura de costos incluye salarios y compensaciones para el personal, gastos de marketing y publicidad, costos de tecnología y herramientas de análisis de datos, y gastos operativos generales. La empresa genera ingresos a través de tarifas por consultoría, pago por proyectos de desarrollo, tarifas por suscripción periódica y tarifas por capacitación de personal.

El modelo Canvas del Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea presenta una propuesta de valor sólida y diferenciada en el mercado de consultoría empresarial. Su enfoque en consultores altamente calificados, análisis de datos y soluciones personalizadas demuestra un compromiso con la excelencia y la calidad en el servicio. En general, el modelo Canvas de Atenea sugiere que la empresa está bien posicionada para ofrecer servicios de consultoría de alto valor y lograr un impacto positivo en sus clientes.

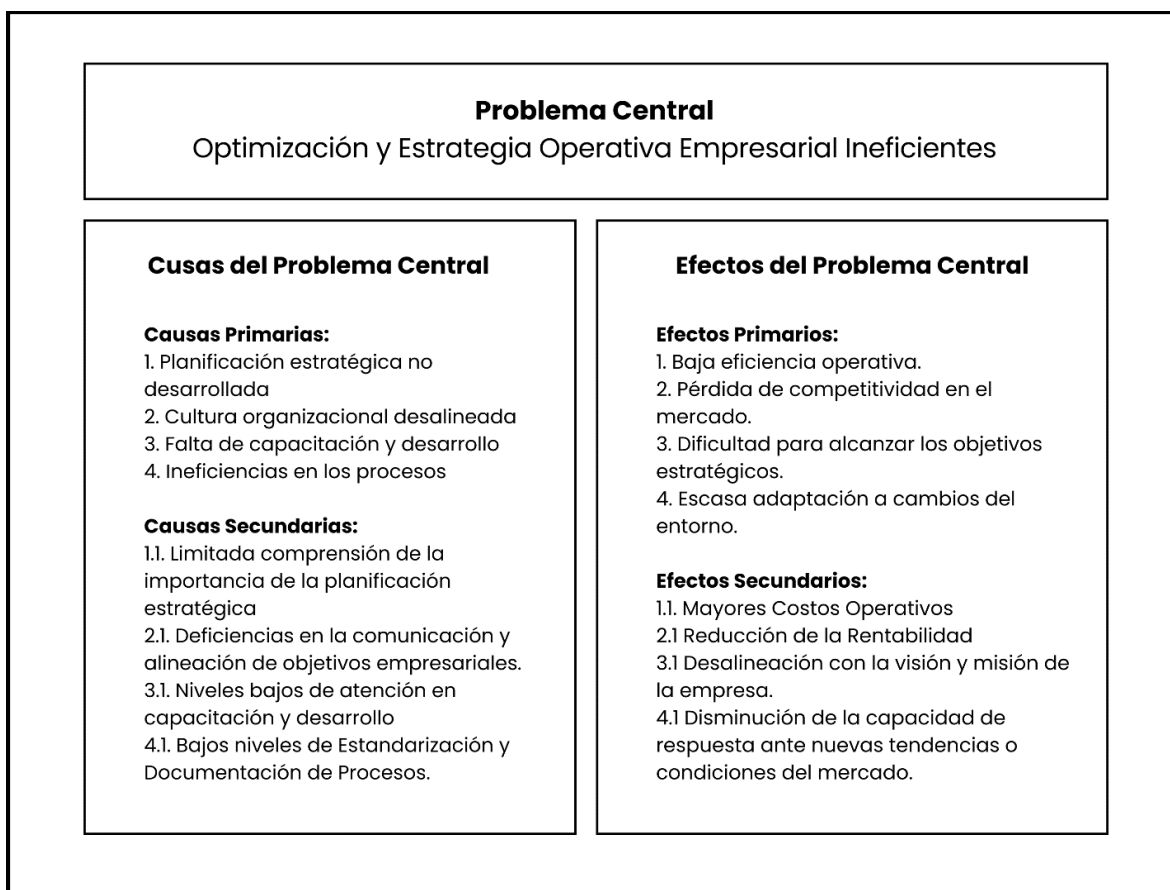
Árbol de Problemas

Figura 2. Árbol de Problemas



El árbol de problemas es una herramienta utilizada en análisis de proyectos y planificación estratégica para identificar y visualizar las causas y efectos de un problema central. El árbol de problemas del grupo de desarrollo e innovación empresarial Atenea identifica las causas y efectos del problema central que pueden enfrentar un gran número de empresas clientes potenciales, que es la optimización y estrategia operativa empresarial ineficientes. La siguiente Figura presentará la información del árbol de problemas de una manera más simplificada.

Figura 3. Cuadro Árbol de Problemas.

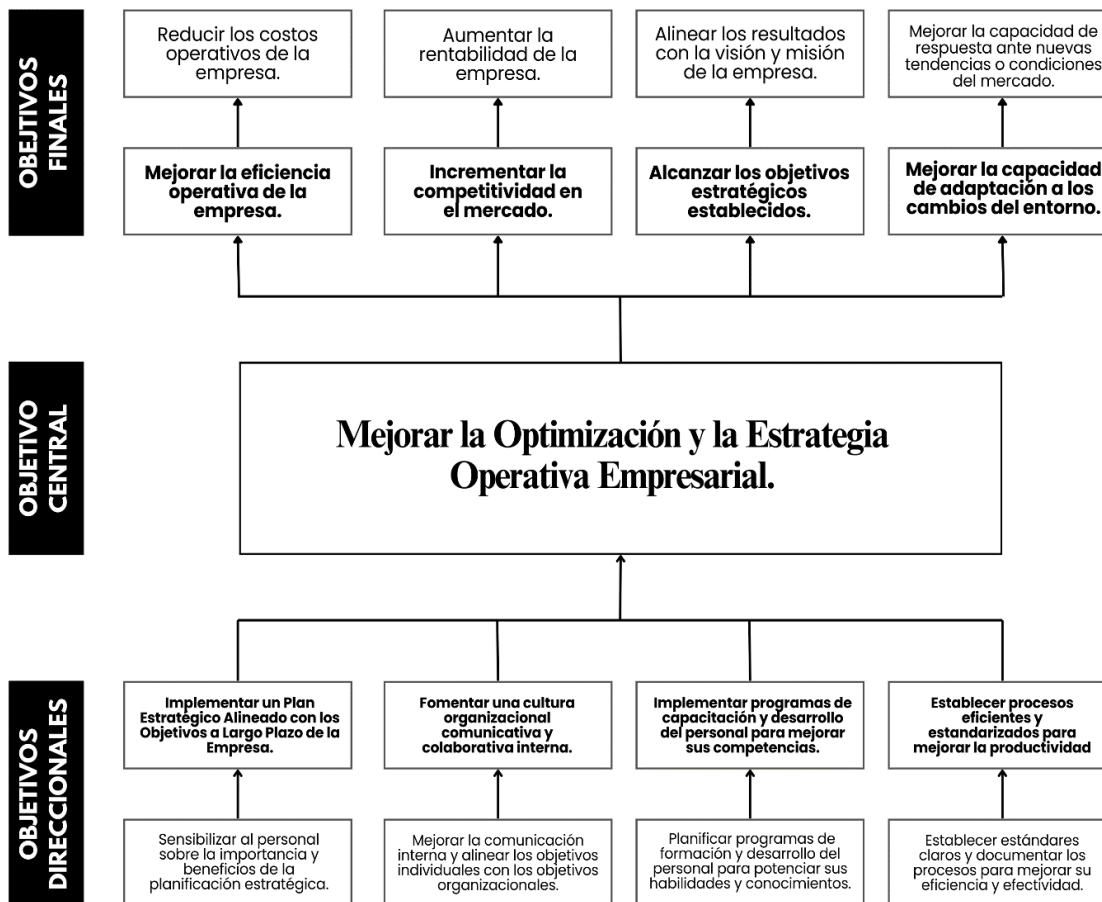


El problema central de optimización y estrategia operativa ineficientes se debe a causas primarias como la falta de planificación estratégica desarrollada, una cultura organizacional desalineada, la escasez de capacitación y desarrollo, y las ineficiencias en los procesos. Estas causas generan efectos negativos primarios, como baja eficiencia operativa, pérdida de competitividad en el mercado, dificultad para alcanzar objetivos estratégicos y escasa adaptación a cambios en el entorno. Además, se observan efectos secundarios como mayores costos

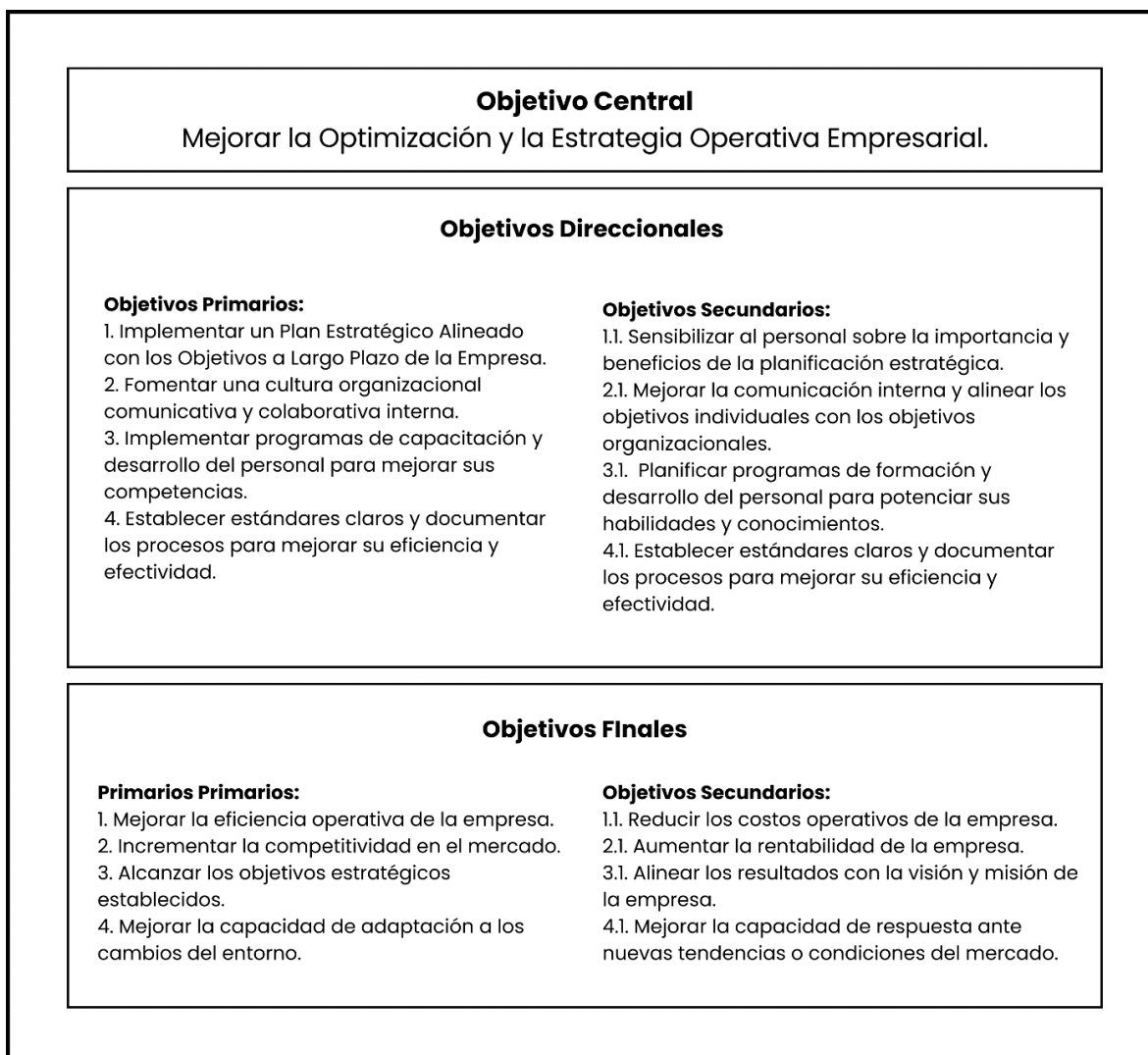
operativos, reducción de rentabilidad, desalineación con la visión y misión de la empresa, y disminución de la capacidad de respuesta ante nuevas tendencias o condiciones del mercado.

Árbol de Objetivos

Figura 4. Árbol de Objetivos



El árbol de objetivos del grupo Atenea identifica claramente las áreas clave que requieren mejora para optimizar y fortalecer su estrategia operativa. El árbol de objetivos del grupo de desarrollo e innovación empresarial Atenea se enfoca en mejorar la optimización y la estrategia operativa empresarial. Para lograr esto, se proponen una serie de objetivos direccionales y finales. El siguiente Figura presentará la información del árbol de objetivos de una manera más simplificada.

Figura 5. Cuadro Árbol de Objetivos.

El árbol de objetivos identifica y organiza los objetivos principales y secundarios las empresas para abordar la problemática central de deficiencias en la optimización y la estrategia operativa empresarial. Este árbol proporciona una estructura clara y jerárquica de los objetivos que la empresa debe perseguir para abordar las deficiencias y potenciar sus resultados empresariales de sus clientes.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación del Grupo de Desarrollo E Innovación Empresarial ATENEA en Villavicencio 2024.

Objetivos Específicos

1. Realizar un estudio de mercado empresarial en Villavicencio sobre los servicios de consultoría empresarial y análisis de datos que ofrece el Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial ATENEA.
2. Desarrollar un estudio técnico y organizacional para la empresa Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial ATENEA.
3. Desarrollar un estudio financiero de la empresa Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial ATENEA.

Alcance del servicio

El servicio de consultoría del Grupo Atenea ofrece diagnóstico organizacional, diseño e implementación de estrategias, metodologías y sistemas, dirección estratégica, gestión del cambio, capacitación y desarrollo, optimización de procesos, gestión del talento, mejora de calidad, desarrollo de liderazgo, análisis de datos e inteligencia empresarial, y planificación financiera, adaptados a las necesidades empresariales para mejorar la eficiencia y productividad del cliente.

Justificación

Existe un acuerdo unánime en que las organizaciones deben destacar en la creación, aprovechamiento, aplicación y movilización del conocimiento. En ese empeño están implicados aspectos tales como el modo en que las organizaciones se estructuran para impulsar la creación y movilización de conocimiento, y cómo se crea una cultura y se priorizan políticas y prácticas de gestión de recursos humanos que aprovechen el conocimiento y lo potencien hasta alcanzar sus objetivos comerciales. Davenport, T. y Prusak, L. (1998).

La respuesta a la oportunidad de negocio identificada, que surge de la necesidad imperante de las empresas de adaptarse a un entorno empresarial cada vez más competitivo y cambiante, se encuentra en la creación del Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea. Esta empresa consultora especializada en el desarrollo integral de empresas y organizaciones tiene como objetivo principal ofrecer soluciones innovadoras y adaptarse rápidamente a las demandas del mercado.

La justificación de este negocio se fundamenta en la capacidad de respuesta que ofrece a las empresas frente a los desafíos actuales. La globalización y las nuevas tecnologías han generado un impacto significativo en el entorno empresarial, lo que ha generado preocupación entre los altos directivos sobre el futuro de sus compañías. En este contexto, el Grupo Atenea se posiciona como un aliado estratégico para las empresas que buscan adaptarse y prosperar en este nuevo escenario. Las empresas que pueden adaptarse rápidamente a las cambiantes condiciones del mercado y capitalizar nuevas oportunidades están mejor posicionadas para prosperar. La falta de optimización puede generar resistencia al cambio y estancamiento, poniendo en peligro la capacidad de una empresa para evolucionar con éxito.

En un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo, las empresas deben estar preparadas para ajustarse rápidamente a las nuevas tendencias, tecnologías y demandas del mercado. Aquellas organizaciones que no logran optimizar sus operaciones y procesos corren el riesgo de volverse obsoletas y perder relevancia en su industria. La optimización no solo implica mejorar la eficiencia y reducir costos, sino también estar abiertos a la innovación y a la adopción de nuevas formas de trabajar. Aquellas empresas que pueden adaptarse de manera efectiva a los cambios pueden identificar y capitalizar nuevas oportunidades de crecimiento, lo que les permite mantener su competitividad y crecer de manera sostenible. Además, la optimización puede ayudar

a las empresas a superar la resistencia al cambio interna, ya que una vez que los empleados ven los beneficios de las mejoras en los procesos, es más probable que acepten y apoyen los cambios necesarios para mantener la empresa competitiva.

A través de la consultoría empresarial, el Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea se enfoca en ayudar a las empresas y organizaciones de Villavicencio a potenciar sus resultados empresariales. Esto se logra mediante la mejora de sus resultados, la optimización de sus procesos y la capacitación para sobrevivir en un entorno de alta competencia. Según Porter, M. E. (1985), la mayor ventaja competitiva que una empresa puede tener es ser capaz de aprender, adaptarse y hacerlo más rápido que la competencia. Por lo tanto, la función principal del Grupo Atenea es preparar, capacitar y guiar a los gerentes, líderes y administradores ejecutivos para que puedan adaptarse y destacarse en un entorno empresarial competitivo y en constante cambio.

El Grupo Atenea se distingue por ofrecer soluciones personalizadas y estratégicas que se adaptan a las necesidades específicas de cada empresa u organización. A través de un enfoque integral, el Grupo Atenea trabaja en colaboración con sus clientes para identificar áreas de mejora, implementar soluciones efectivas y medir los resultados obtenidos.

Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea emerge como una solución pertinente a la imperante necesidad de transformación y excelencia en el ámbito empresarial. Su propuesta de servicios de consultoría especializada en el desarrollo integral de empresas y organizaciones se erige como un recurso invaluable para aquellas entidades que buscan adaptarse y triunfar en un entorno empresarial cada vez más complejo y dinámico.

Al centrarse en la innovación, la optimización y el desarrollo del talento humano, Grupo Atenea ofrece soluciones completas y eficaces que permiten a las empresas alcanzar sus metas y mantenerse a la vanguardia en sus respectivas industrias. Su compromiso con la satisfacción del cliente, la creatividad y la mejora continua asegura que sus servicios estén alineados con las demandas y desafíos actuales del mercado, consolidándolos como un aliado estratégico fundamental para el éxito empresarial.

Matriz DOFA

Figura 6. Análisis DOFA Factores Internos.

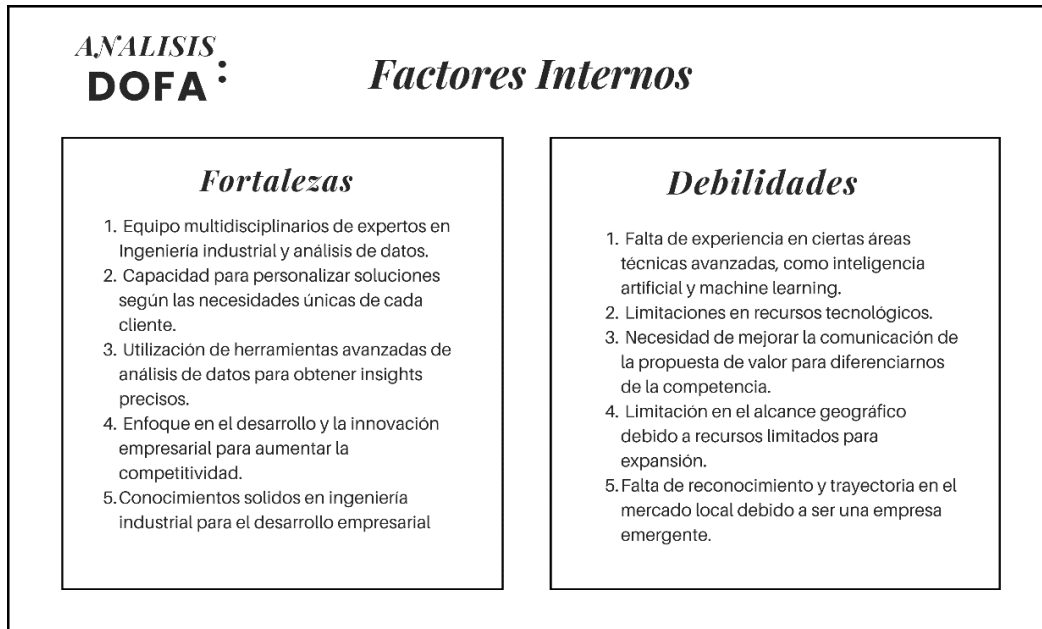


Figura 7. Análisis DOFA Factores Externos.

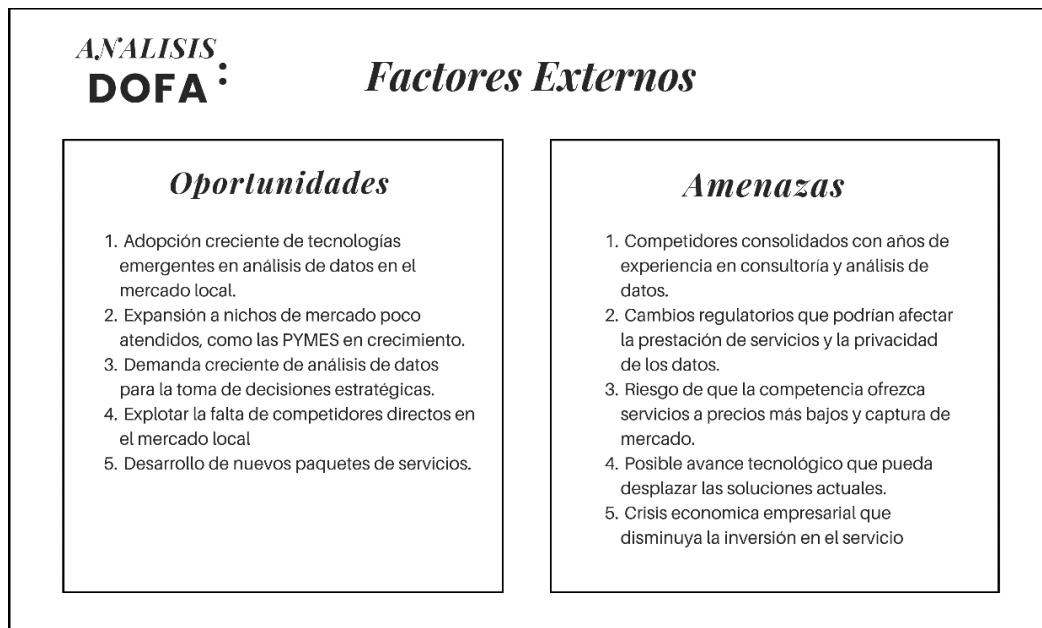


Figura 8. Estrategias DOFA Cruzadas.

<p>ANÁLISIS DOFA</p> <p>Estrategia Cruzada</p>	
<p>Fortalezas-Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capitalizar en la adopción de tecnologías emergentes al desarrollar soluciones avanzadas de análisis de datos que aprovechen la experiencia del equipo. 2. Ofrecer paquetes de servicios personalizados que satisfagan las crecientes demandas del mercado local en análisis de datos. 3. Fortalecer la comunicación de la propuesta de valor para destacar la combinación única de experiencia y herramientas avanzadas. 	<p>Fortalezas-Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Colaborar con competidores consolidados en proyectos conjuntos que aprovechen la experiencia combinada en consultoría y análisis de datos. 2. Diferenciarse de la competencia mediante servicios de mayor valor agregado y soluciones a medida. 3. Mantenerse al tanto de los avances tecnológicos y adaptar continuamente las soluciones para mantener la relevancia.
<p>Debilidades-Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar al equipo en áreas técnicas avanzadas, como inteligencia artificial y machine learning, para aprovechar la adopción creciente de tecnologías emergentes. 2. Asociarse con otras empresas o expertos externos para compensar las limitaciones de recursos tecnológicos. 3. Mejorar la comunicación de la propuesta de valor a través de estrategias de marketing y branding efectivas. 	<p>Debilidades-Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar asociaciones estratégicas o fusiones con competidores para enfrentar la competencia consolidada. 2. Diversificar la cartera de servicios para ser menos vulnerable a los posibles avances tecnológicos que podrían desplazar las soluciones actuales. 3. Establecer estrategias de precios competitivos y eficiencia operativa para contrarrestar la competencia que ofrece servicios a precios más bajos.

Figura 9. Matriz DOFA.

<p>ANÁLISIS DOFA</p>		<p>Factores Externos</p>	
		<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adopción creciente de tecnologías emergentes en análisis de datos en el mercado local. 2. Expansión a nichos de mercado poco atendidos, como las PYMES en crecimiento. 3. Demanda creciente de análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas. 4. Explotar la falta de competidores directos en el mercado local 5. Desarrollo de nuevos paquetes de servicios. 	<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competidores consolidados con años de experiencia en consultoría y análisis de datos. 2. Cambios regulatorios que podrían afectar la prestación de servicios y la privacidad de los datos. 3. Riesgo de que la competencia ofrezca servicios a precios más bajos y captura de mercado. 4. Posible avance tecnológico que pueda desplazar las soluciones actuales. 5. Crisis económica empresarial que disminuya la inversión en el servicio
<p>Factores Internos</p>	<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Equipo de expertos multidisciplinarios que combina ingeniería industrial, análisis de datos. 2. Capacidad para personalizar soluciones según las necesidades únicas de cada cliente. 3. Utilización de herramientas avanzadas de análisis de datos para obtener insights precisos. 4. Enfoque en el desarrollo y la innovación empresarial para aumentar la competitividad. 5. Conocimientos sólidos en ingeniería industrial para el desarrollo empresarial 	<p>Fortalezas-Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capitalizar en la adopción de tecnologías emergentes al desarrollar soluciones avanzadas de análisis de datos que aprovechen la experiencia del equipo. 2. Ofrecer paquetes de servicios personalizados que satisfagan las crecientes demandas del mercado local en análisis de datos. 3. Fortalecer la comunicación de la propuesta de valor para destacar la combinación única de experiencia y herramientas avanzadas. 	<p>Fortalezas-Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Colaborar con competidores consolidados en proyectos conjuntos que aprovechen la experiencia combinada en consultoría y análisis de datos. 2. Diferenciarse de la competencia mediante servicios de mayor valor agregado y soluciones a medida. 3. Mantenerse al tanto de los avances tecnológicos y adaptar continuamente las soluciones para mantener la relevancia.
	<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de experiencia en ciertas áreas técnicas avanzadas, como inteligencia artificial y machine learning. 2. Limitaciones en recursos tecnológicos. 3. Necesidad de mejorar la comunicación de la propuesta de valor para diferenciarnos de la competencia. 4. Limitación en el alcance geográfico debido a recursos limitados para expansión. 5. Falta de reconocimiento y trayectoria en el mercado local debido a ser una empresa emergente. 	<p>Debilidades-Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar al equipo en áreas técnicas avanzadas, como inteligencia artificial y machine learning, para aprovechar la adopción creciente de tecnologías emergentes. 2. Asociarse con otras empresas o expertos externos para compensar las limitaciones de recursos tecnológicos. 3. Mejorar la comunicación de la propuesta de valor a través de estrategias de marketing y branding efectivas. 	<p>Debilidades-Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar asociaciones estratégicas o fusiones con competidores para enfrentar la competencia consolidada. 2. Diversificar la cartera de servicios para ser menos vulnerable a los posibles avances tecnológicos que podrían desplazar las soluciones actuales. 3. Establecer estrategias de precios competitivos y eficiencia operativa para contrarrestar la competencia que ofrece servicios a precios más bajos.

Basándose en el análisis DOFA, Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea cuenta con una posición sólida en el mercado local de consultoría empresarial, especialmente en

el área de análisis de datos y desarrollo empresarial. Sus fortalezas clave, como un equipo multidisciplinario de expertos, la capacidad de personalizar soluciones y utilizar herramientas avanzadas de análisis de datos, le permiten ofrecer servicios de alta calidad y diferenciarse de la competencia.

Las oportunidades identificadas, como la adopción creciente de tecnologías emergentes en el mercado local y la demanda creciente de análisis de datos, le brindan la posibilidad de expandir su alcance y capturar nuevos segmentos de mercado. Además, su enfoque en el desarrollo y la innovación empresarial la posiciona como un socio estratégico para las empresas que buscan mejorar su competitividad y adaptarse a un entorno empresarial cambiante.

Sin embargo, también enfrenta algunas amenazas, como la competencia consolidada en el mercado de consultoría empresarial y los posibles cambios regulatorios que podrían afectar sus operaciones. Es crucial que esté atenta a estos desafíos y desarrolle estrategias para mitigar su impacto en la empresa. Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea parece estar bien posicionado para aprovechar las oportunidades del mercado y superar los desafíos. Continuar enfocándose en sus fortalezas clave, como la innovación y la personalización de servicios, le permitirá seguir creciendo y destacándose en el mercado de consultoría empresarial.

Estudio de Mercado

El Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea reconoce la importancia de realizar un análisis exhaustivo del mercado para comprender mejor las necesidades y expectativas de sus clientes potenciales en Villavicencio. Por ello, diseñó una encuesta detallada dirigida a empresarios, administradores, gerentes y dueños de negocios en la ciudad de Villavicencio. Esta encuesta aborda diversos aspectos del servicio de consultoría empresarial, como la percepción de la calidad, la demanda de servicios específicos, las preferencias en cuanto a la forma de entrega de los servicios, las áreas de negocio que más requieren apoyo, entre otros.

Al recopilar información a través de la encuesta, el Grupo Atenea podrá identificar patrones y tendencias en el mercado local, lo que le permitirá comprender mejor el comportamiento de sus clientes potenciales y adaptar sus servicios para satisfacer sus necesidades de manera más efectiva. Además, al evaluar la competencia, el Grupo Atenea podrá identificar fortalezas y debilidades en su oferta de servicios en comparación con otras empresas del sector, lo que le permitirá diferenciarse y destacarse en el mercado.

La encuesta también proporcionará datos valiosos para ajustar las estrategias de marketing y desarrollo del servicio. Con esta información, el Grupo Atenea podrá diseñar campañas de marketing más efectivas que lleguen a su público objetivo de manera más precisa. Asimismo, podrá identificar oportunidades de crecimiento en el mercado y desarrollar nuevos servicios que satisfagan las necesidades emergentes de los clientes. Este enfoque centrado en el cliente y respaldado por datos sólidos permitirá al Grupo Atenea tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias efectivas para posicionarse como líder en el mercado de consultoría empresarial en Villavicencio.

Análisis del Servicio

La consultoría empresarial es un servicio profesional altamente especializado que se enfoca en brindar asesoramiento estratégico a las empresas para mejorar su rendimiento y lograr sus objetivos comerciales. Los consultores empresariales son expertos externos que aportan una perspectiva objetiva y conocimientos especializados a la empresa cliente. Su objetivo principal es

identificar áreas de oportunidad y proponer soluciones prácticas y efectivas que impulsen el crecimiento y la rentabilidad del negocio Aponte, L. (2015)

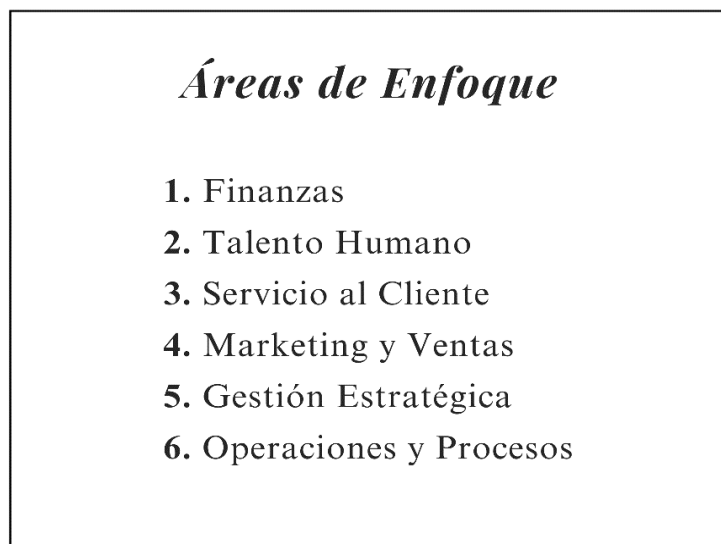
Los consultores empresariales del Grupo Atenea trabajan en estrecha colaboración con la dirección y el personal de la empresa cliente para comprender a fondo su funcionamiento interno, sus desafíos y sus metas. Utilizan una variedad de herramientas y técnicas de análisis para evaluar la situación actual de la empresa y desarrollar estrategias personalizadas que aborden sus necesidades específicas.

Uno de los aspectos más importantes de la consultoría empresarial del Grupo Atenea es su enfoque en el cambio y la mejora continua. Los consultores no solo identifican problemas y proponen soluciones, sino que también ayudan a implementar esas soluciones y a monitorear su efectividad a lo largo del tiempo. Esto garantiza que la empresa pueda adaptarse a un entorno empresarial en constante evolución y mantener su competitividad a largo plazo.

La consultoría empresarial es un servicio esencial para las empresas que buscan maximizar su potencial y superar los desafíos del mercado. Al ofrecer un asesoramiento experto y personalizado, los consultores empresariales pueden ayudar a las empresas a alcanzar nuevos niveles de éxito y crecimiento.

Áreas de Enfoque

Figura 10. Áreas de Enfoque,



El servicio de consultoría empresarial del Grupo Atenea se distingue por su enfoque integral y especializado en el análisis de datos y la ingeniería industrial para brindar soluciones efectivas a las empresas. Este servicio se define como un proceso sistemático y colaborativo en el que un equipo de expertos externos trabaja en estrecha colaboración con la empresa cliente para identificar áreas de mejora, desarrollar estrategias e implementar soluciones que impulsen su desempeño y competitividad en el mercado. El Grupo de Desarrollo e Innovación Empresarial Atenea se especializa en ofrecer servicios de consultoría en seis áreas clave para el éxito empresarial, estas áreas son: Talento Humano, Operaciones y Procesos, Finanzas, Servicio al Cliente, Marketing y Ventas, y Gestión Estratégica.

Talento Humano: El área de Talento Humano se enfoca en gestionar de manera estratégica el recurso humano de una empresa u organización. Esto incluye reclutamiento y selección de personal, desarrollo de competencias y habilidades, evaluación del desempeño, diseño de planes de carrera y sucesión, gestión del clima laboral, entre otros aspectos relacionados con el bienestar y desarrollo de los empleados. La gestión efectiva del talento humano busca no solo cubrir las necesidades actuales de la organización, sino también garantizar su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Operaciones y Procesos: El área de Operaciones y Procesos se centra en mejorar la eficiencia y la efectividad de las actividades operativas de una empresa u organización. Esto implica analizar y optimizar los procesos existentes, identificar áreas de mejora, implementar cambios para aumentar la productividad, reducir costos y tiempos de entrega, mejorar la calidad de los productos o servicios, y garantizar la satisfacción del cliente. También puede incluir la implementación de tecnologías y sistemas de información para mejorar la gestión de operaciones.

Finanzas: El área de Finanzas se enfoca en la gestión eficiente de los recursos financieros de una empresa u organización. Esto incluye la elaboración y análisis de estados financieros, la planificación y el control presupuestario, la gestión de riesgos financieros, la evaluación de inversiones y la optimización del capital de trabajo. El objetivo es asegurar la estabilidad financiera, maximizar la rentabilidad y el valor de la empresa, y tomar decisiones financieras estratégicas basadas en datos y análisis sólidos.

Servicio al Cliente: El área de Servicio al Cliente se enfoca en la creación y mantenimiento de relaciones sólidas con los clientes. Esto incluye la atención al cliente, la gestión de quejas y reclamaciones, la mejora continua de la experiencia del cliente, la identificación de nuevas oportunidades de negocio a través del feedback de los clientes, y la construcción de una reputación

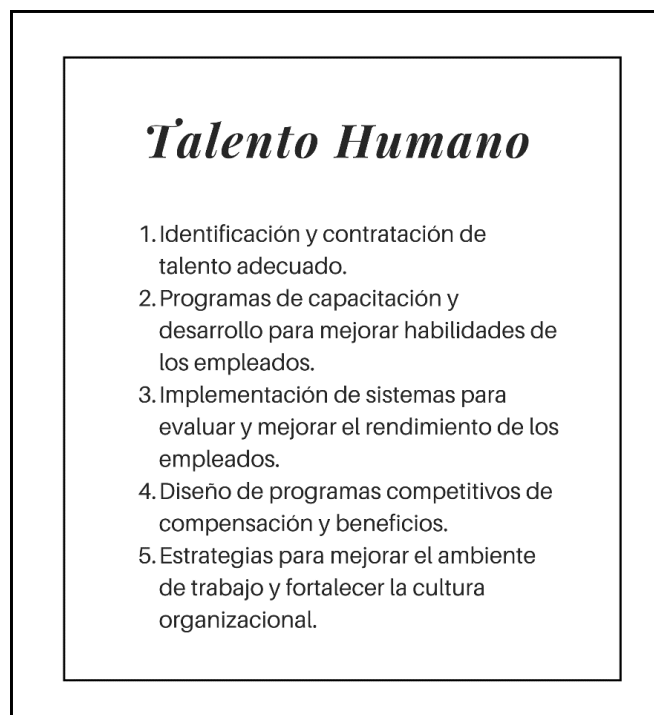
positiva de la empresa en el mercado. El objetivo es garantizar la satisfacción del cliente, fomentar la fidelidad y generar recomendaciones positivas que impulsen el crecimiento y la reputación de la empresa.

Marketing y Ventas: El área de Marketing y Ventas se centra en la promoción y comercialización efectiva de los productos o servicios de la empresa. Esto implica la identificación de mercados objetivo, la elaboración de estrategias de marketing, la creación de campañas publicitarias, la gestión de la presencia en medios digitales y sociales, y la generación de oportunidades de venta. Además, incluye la gestión del ciclo de ventas, el seguimiento de clientes potenciales, el desarrollo de estrategias de promoción, y la colaboración con otras áreas para garantizar la coherencia y efectividad de las acciones de marketing y ventas. El objetivo es aumentar la visibilidad de la marca, generar leads cualificados y cerrar ventas exitosas que impulsen el crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

Gestión Estratégica: La Gestión Estratégica se enfoca en el desarrollo y ejecución de estrategias que permitan a la empresa alcanzar sus objetivos a largo plazo y mantenerse competitiva en su industria. Esto implica analizar el entorno empresarial, identificar oportunidades y amenazas, definir metas y objetivos claros, y diseñar planes de acción para alcanzarlos. Además, implica la evaluación constante de los resultados, la adaptación de las estrategias según sea necesario y la alineación de todas las áreas de la empresa para trabajar hacia un objetivo común.

Servicios Ofertados

El Grupo Atenea se distingue por ofrecer una amplia gama de servicios especializados en diversas áreas empresariales. Estos servicios están diseñados para abordar las necesidades y desafíos únicos que enfrentan las organizaciones en cada aspecto de su funcionamiento. El Grupo Atenea propone una consultoría integral que abarca distintas áreas fundamentales para casi cualquier organización. Esta variedad de servicios permite a las empresas obtener una visión completa de su situación y desarrollar estrategias efectivas para mejorar su desempeño y alcanzar sus objetivos empresariales. Cabe aclarar que los servicios que puede llegar a ofrecer el grupo Atenea no se limitan a únicamente los mencionados a continuación.

Figura 11. Servicios Ofertados.***Servicios en el Área de Talento Humano*****Figura 12. Servicios en el Área de Talento Humano.**

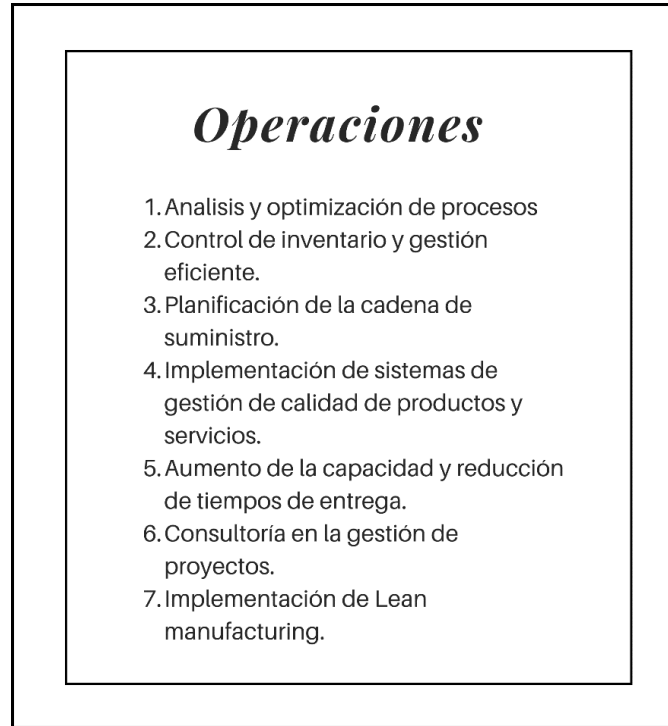
En el área de Talento Humano, el Grupo Atenea se especializa en brindar servicios que buscan potenciar el capital humano de las organizaciones. Para ello, se enfoca en identificar y contratar el talento adecuado para cada puesto, asegurando un proceso de selección eficiente y acorde a las necesidades específicas de la empresa y el mercado laboral. Además, ofrece programas de capacitación y desarrollo diseñados para mejorar las habilidades y competencias de los empleados, permitiéndoles alcanzar su máximo potencial y contribuir de manera más efectiva al éxito de la organización.

Otro aspecto fundamental en el área de Talento Humano es la implementación de sistemas para evaluar y mejorar el rendimiento de los empleados. Esto incluye el diseño de procesos de evaluación del desempeño que sean objetivos y transparentes, permitiendo identificar fortalezas y áreas de mejora en el desempeño de cada colaborador. Asimismo, el Grupo Atenea desarrolla programas competitivos de compensación y beneficios, adaptados a las necesidades y expectativas de los empleados, con el objetivo de fomentar la motivación, el compromiso y la retención del talento en la organización.

Además, el Grupo Atenea trabaja en el diseño de estrategias para mejorar el ambiente de trabajo y fortalecer la cultura organizacional. Esto implica crear un entorno laboral favorable, donde los empleados se sientan valorados, motivados y comprometidos con los valores y objetivos de la empresa. A través de estas estrategias, el Grupo Atenea busca promover un clima laboral positivo, que favorezca la productividad, la creatividad y el bienestar de todos los colaboradores. Grupo Atenea tiene como objetivo un enfoque integral en el área de Talento Humano, ofreciendo servicios que van desde la identificación y contratación de talento adecuado, hasta programas de capacitación y desarrollo, implementación de sistemas de evaluación del rendimiento, diseño de programas de compensación y beneficios, y estrategias para mejorar el ambiente de trabajo y fortalecer la cultura organizacional. Estas acciones buscan potenciar el capital humano de las organizaciones, promoviendo un entorno laboral favorable que contribuya al éxito y la productividad de la empresa.

Servicios en el Área de Operaciones.

Figura 13. Servicios en el Área de Operaciones.



El Grupo Atenea se destaca por su enfoque integral en las operaciones empresariales, ofreciendo servicios especializados que abarcan desde el análisis y la optimización de procesos hasta la implementación de Lean manufacturing. En el análisis y optimización de procesos, el grupo se dedica a identificar áreas de mejora y diseñar soluciones eficientes que permitan a las empresas operar de manera más efectiva y rentable. Además, el control de inventario y la gestión eficiente son fundamentales para garantizar un flujo de trabajo sin problemas y una gestión adecuada de los recursos.

La planificación de la cadena de suministro es otro aspecto clave de los servicios ofrecidos por el Grupo Atenea. Esto implica diseñar estrategias para garantizar que los productos y servicios lleguen a los clientes de manera oportuna y eficiente, minimizando los costos y maximizando la satisfacción del cliente. La implementación de sistemas de gestión de calidad es fundamental para garantizar que los productos y servicios cumplan con los estándares de calidad exigidos por los clientes y las regulaciones.

Además, el Grupo Atenea ofrece servicios de consultoría en gestión de proyectos, lo que permite a las empresas llevar a cabo proyectos de manera más eficiente y efectiva, cumpliendo con los plazos y presupuestos establecidos. Finalmente, la implementación de estrategias como Lean manufacturing o six sigma es fundamental para optimizar los procesos de producción y reducir el desperdicio, lo que se traduce en una mejora significativa en la eficiencia y la rentabilidad de las empresas.

Grupo Atenea se posiciona como un aliado estratégico para las empresas que buscan mejorar sus operaciones y aumentar su rentabilidad. Con un enfoque integral en las operaciones empresariales, el grupo ofrece una amplia gama de servicios especializados que van desde la optimización de procesos hasta la implementación de estrategias de Lean manufacturing. Estos servicios están diseñados para ayudar a las empresas a mejorar su eficiencia, reducir costos y maximizar la satisfacción del cliente. Con su experiencia y enfoque centrado en resultados, el Grupo Atenea se destaca como un líder en el campo de la consultoría empresarial, ofreciendo soluciones innovadoras y efectivas para las necesidades de sus clientes.

Servicios en el Área de Marketing y Ventas

Figura 14. Servicios en el Área de Marketing y Ventas.



El Grupo Atenea se destaca por su enfoque estratégico en el área de Marketing y Ventas, ofreciendo servicios que van más allá de la simple promoción de productos o servicios. Su análisis de mercado se centra en identificar no solo las oportunidades de crecimiento, sino también en comprender a fondo las necesidades y deseos de los clientes, lo que permite desarrollar planes de marketing y ventas altamente efectivos y personalizados en un formato tradicional o llevado a la digitalización y redes sociales.

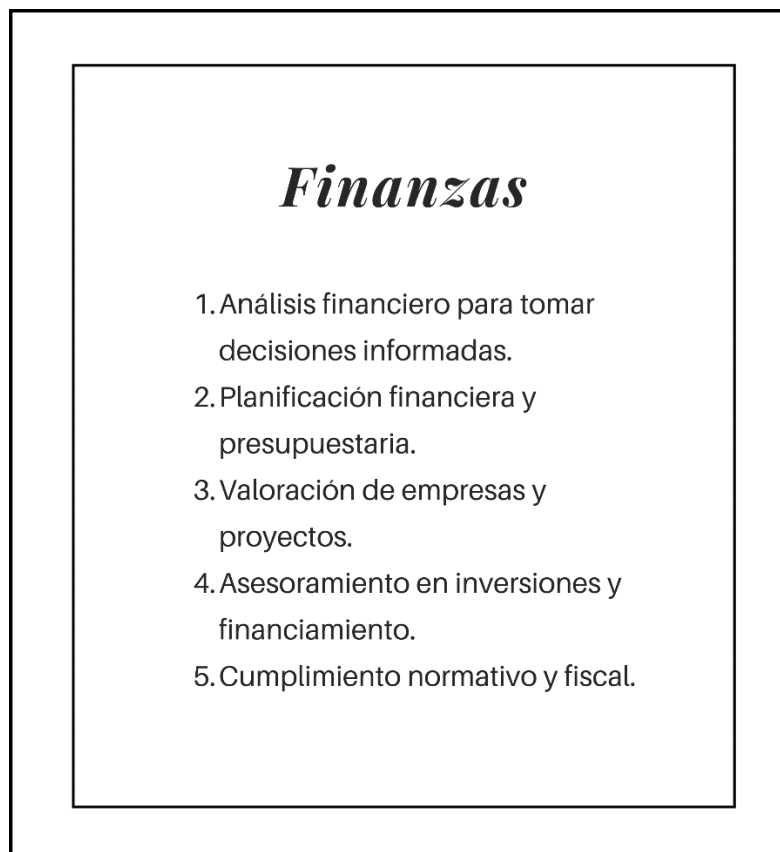
En cuanto a la gestión de la marca y la creación de identidad corporativa, el Grupo Atenea se enfoca en desarrollar una imagen de marca sólida y coherente que resuene con el público objetivo, diferenciándose de la competencia. La implementación de estrategias de marketing digital y redes sociales es fundamental en la era digital actual, y el Grupo Atenea ofrece soluciones innovadoras y creativas para llegar a los clientes de manera efectiva a través de estos canales.

La capacitación y desarrollo de equipos de ventas son clave para maximizar el rendimiento y la eficacia de las estrategias de ventas. El Grupo Atenea ofrece programas diseñados específicamente para mejorar las habilidades y competencias de los equipos de ventas, asegurando que estén alineados con los objetivos y valores de la empresa. Finalmente, el seguimiento y análisis de resultados permiten ajustar las estrategias según sea necesario, garantizando un enfoque continuo en la mejora y la adaptación a un entorno empresarial en constante cambio.

Grupo Atenea ofrece un conjunto integral de servicios en el área de Marketing y Ventas, destacándose por su enfoque estratégico y personalizado. Desde el análisis de mercado hasta la implementación de estrategias de marketing digital y redes sociales, la empresa se compromete a comprender a fondo las necesidades del cliente y desarrollar soluciones efectivas para alcanzar los objetivos comerciales. Además, la capacitación y desarrollo de equipos de ventas garantizan que los recursos humanos estén alineados con la visión y valores de la empresa, maximizando así el impacto de las estrategias implementadas. Con un enfoque continuo en el seguimiento y análisis de resultados, el Grupo Atenea se posiciona como un socio estratégico confiable para empresas que buscan destacarse en un mercado competitivo y en constante evolución.

Servicios en el Área de Finanzas

Figura 15. Servicios en el Área de Finanzas.



El Grupo Atenea se especializa en brindar servicios financieros que permiten a las empresas tomar decisiones informadas y estratégicas en su gestión financiera. El análisis financiero que ofrecen va más allá de simplemente revisar los estados financieros; se enfocan en identificar tendencias, evaluar el rendimiento pasado y proyectar escenarios futuros para guiar las decisiones financieras.

La planificación financiera y presupuestaria es fundamental para establecer metas claras y asegurar que la empresa esté en camino de alcanzarlas. El Grupo Atenea trabaja estrechamente con sus clientes para desarrollar planes financieros realistas y detallados que aborden sus necesidades específicas y se alineen con sus objetivos a largo plazo.

Además, el Grupo Atenea ofrece servicios de valoración de empresas y proyectos para ayudar a sus clientes a determinar el valor real de sus activos y tomar decisiones informadas sobre inversiones y financiamiento. Este servicio es especialmente útil en momentos de expansión o adquisición, donde la precisión en la valoración es crucial.

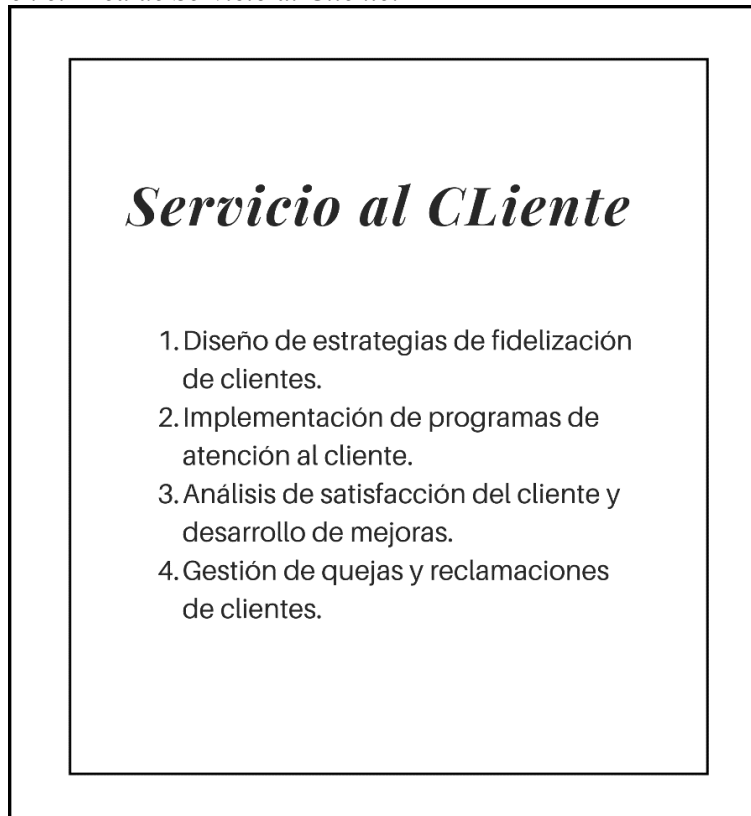
El asesoramiento en inversiones y financiamiento es otro aspecto importante de los servicios financieros de Grupo Atenea. Ayudan a sus clientes a identificar las mejores oportunidades de inversión y a estructurar sus finanzas de manera eficiente para maximizar el retorno de la inversión y minimizar los riesgos financieros.

Finalmente, el cumplimiento normativo y fiscal es fundamental en el entorno empresarial actual. El Grupo Atenea se asegura de que sus clientes cumplan con todas las regulaciones y obligaciones fiscales vigentes, lo que les permite operar de manera legal y evitar posibles sanciones o problemas legales.

Grupo Atenea ofrece una amplia gama de servicios financieros que van desde el análisis financiero hasta el cumplimiento normativo y fiscal. Su enfoque integral y personalizado ayuda a las empresas a gestionar sus recursos financieros de manera eficiente, tomar decisiones informadas y estratégicas, y cumplir con las regulaciones vigentes. Con un enfoque centrado en el cliente, el Grupo Atenea se posiciona como un aliado clave para las empresas que buscan optimizar su gestión financiera y alcanzar sus objetivos comerciales.

Servicios en el Área de Servicio al Cliente

Figura 16. Servicios en el Área de Servicio al Cliente.



El Grupo Atenea se destaca en el área de Servicio al Cliente por su enfoque centrado en el cliente y su compromiso con la excelencia en el servicio. Entiende la importancia del cliente dentro de la organización y es por eso que sus servicios van más allá de simplemente resolver problemas o inquietudes; se enfocan en construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes, fomentando la lealtad y la satisfacción.

El diseño de estrategias de fidelización de clientes es fundamental para mantener la lealtad de los clientes existentes. Esto implica entender las necesidades y preferencias de los clientes y ofrecer soluciones personalizadas que generen valor añadido y fortalezcan la relación.

La implementación de programas de atención al cliente es clave para brindar un servicio eficiente y de calidad. Esto incluye capacitación para el personal de atención al cliente, el uso de herramientas tecnológicas para agilizar el proceso de atención y la creación de canales de comunicación efectivos para facilitar la interacción con los clientes.

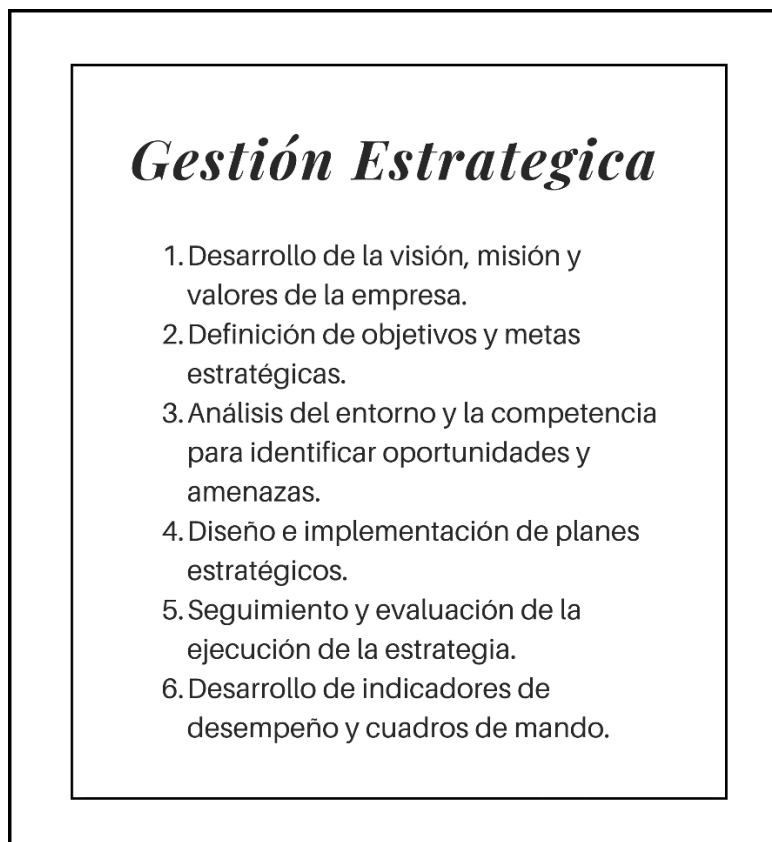
El análisis de satisfacción del cliente y el desarrollo de mejoras continuas son aspectos esenciales para asegurar la calidad del servicio. El Grupo Atenea realiza encuestas y estudios de satisfacción para identificar áreas de mejora y desarrollar soluciones que permitan satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes de manera más efectiva.

La gestión de quejas y reclamaciones de clientes se realiza de manera profesional y eficiente, buscando resolver los problemas de forma rápida y satisfactoria para mantener la confianza del cliente en la marca. Se implementan procesos claros y transparentes para gestionar las quejas, asegurando que cada cliente se sienta escuchado y valorado.

A través del diseño de estrategias de fidelización, la implementación de programas de atención, el análisis de satisfacción y la gestión de quejas, el Grupo Atenea se compromete a ofrecer un servicio excepcional que supere las expectativas de los clientes. Su enfoque en la mejora continua y la adaptación a las necesidades cambiantes del mercado aseguran que cada interacción con el cliente sea una oportunidad para fortalecer la relación y agregar valor a la experiencia del cliente.

Servicios en el Área de Servicio al Cliente

Figura 17. Servicios en el Área de Servicio al Cliente.



El Grupo Atenea comprende la importancia de la gestión estratégica como un pilar fundamental para el éxito empresarial a largo plazo. Por ello, ofrece servicios especializados que abarcan desde el desarrollo de la visión, misión y valores de la empresa hasta la definición de objetivos y metas estratégicas. Este enfoque integral garantiza que las empresas tengan una base sólida sobre la cual construir su estrategia y establecer su dirección futura.

Uno de los aspectos clave de los servicios en Gestión Estratégica es el análisis del entorno y la competencia para identificar oportunidades y amenazas. Este análisis proporciona a las empresas una comprensión profunda del mercado en el que operan, permitiéndoles tomar decisiones informadas y adaptar sus estrategias para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas.

Además, el Grupo Atenea se especializa en el diseño e implementación de planes estratégicos, que son fundamentales para traducir la visión y los objetivos de la empresa en

acciones concretas y medibles. Estos planes incluyen la definición de iniciativas clave, la asignación de recursos y la creación de un marco de seguimiento y evaluación para garantizar que la estrategia se implemente de manera efectiva.

El seguimiento y evaluación de la ejecución de la estrategia son aspectos críticos para asegurar que la empresa esté en camino de alcanzar sus objetivos. El Grupo Atenea desarrolla indicadores de desempeño y cuadros de mando que permiten a las empresas monitorear su progreso y tomar medidas correctivas si es necesario. De esta manera, las empresas pueden mantenerse ágiles y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado, asegurando su éxito a largo plazo.

Grupo Atenea ofrece una amplia gama de servicios en Gestión Estratégica diseñados para ayudar a las empresas a desarrollar una visión clara, establecer objetivos significativos y ejecutar estrategias efectivas. Su enfoque integral abarca desde el análisis del entorno y la competencia hasta la implementación y evaluación de planes estratégicos. Con un enfoque en la excelencia y la adaptabilidad, el Grupo Atenea se destaca por su capacidad para guiar a las empresas hacia el éxito a largo plazo en un entorno empresarial dinámico y competitivo.

Enfoque Metodológico del Grupo Atenea en Inteligencia Empresarial (BI)

Atenea, como grupo de desarrollo e innovación, adopta un enfoque metodológico integral en el campo de la inteligencia empresarial (Business Intelligence, BI). Nuestra metodología se centra en la recopilación, análisis y presentación de información clave para apoyar la toma de decisiones estratégicas de nuestros clientes. A través de un enfoque metodológico riguroso y orientado a resultados, ayudamos a nuestros clientes a transformar datos en insights accionables que impulsen el crecimiento y la innovación.

En este documento, se presenta el enfoque metodológico de Atenea en Business Intelligence, destacando nuestras prácticas y herramientas clave en la recopilación, análisis y presentación de datos. Nuestra metodología se basa en años de experiencia y en las mejores prácticas de la industria, y está diseñada para proporcionar a nuestros clientes soluciones personalizadas y efectivas que impulsen su éxito empresarial.

Recopilación de Datos: Para recopilar datos, implementamos un proceso estructurado que abarca la identificación de fuentes de información pertinentes y la extracción de datos de múltiples fuentes, como bases de datos internas, sistemas de gestión empresarial y fuentes externas como redes sociales, sitios web y bases de datos públicas. Utilizamos herramientas y técnicas para garantizar la calidad y la integridad de los datos recopilados, como la limpieza de datos y la validación cruzada.

Análisis de Datos: Nuestro enfoque en el análisis de datos se basa en técnicas avanzadas y herramientas especializadas para extraer información significativa y relevante de los datos recopilados. Empleamos técnicas de análisis descriptivo, predictivo y prescriptivo para identificar patrones, tendencias y relaciones en los datos que pueden proporcionar insights valiosos para nuestros clientes. Además, utilizamos técnicas de visualización de datos para presentar los resultados de manera clara y comprensible.

Presentación de Resultados: La presentación de los resultados de nuestro análisis es crucial para garantizar que nuestros clientes comprendan y puedan utilizar la información de manera efectiva. Utilizamos dashboards interactivos, informes detallados y presentaciones visuales para comunicar los insights derivados del análisis de datos. Estas herramientas permiten a nuestros clientes explorar los datos por sí mismos y tomar decisiones informadas y estratégicas.

Apoyo a la Toma de Decisiones: Nuestra metodología en BI está diseñada para proporcionar apoyo integral a la toma de decisiones estratégicas de nuestros clientes. Al ofrecer información oportuna, relevante y basada en datos, ayudamos a nuestros clientes a anticipar cambios en el mercado, identificar nuevas oportunidades de negocio y optimizar sus operaciones existentes. Además, brindamos asesoramiento personalizado y recomendaciones basadas en evidencia para ayudar a nuestros clientes a tomar decisiones informadas y efectivas.

En Atenea, nuestra filosofía se centra en la excelencia y la innovación en el campo de la inteligencia empresarial. Adoptamos un enfoque metodológico riguroso, basado en las mejores prácticas y en la aplicación de las últimas tecnologías y herramientas en análisis de datos. Nos comprometemos a ofrecer soluciones personalizadas y efectivas que se adapten a las necesidades específicas de cada cliente, con el objetivo de ayudarles a alcanzar sus metas comerciales y superar sus desafíos. Nuestra metodología se distingue por su enfoque orientado a resultados, donde cada paso del proceso de BI está diseñado para generar insights accionables y proporcionar a nuestros clientes una ventaja competitiva. Nos esforzamos por ofrecer un servicio de calidad excepcional, basado en la transparencia, la integridad y la colaboración con nuestros clientes, para garantizar que cada proyecto sea un éxito y cumpla con las expectativas más exigentes.

Análisis del Sector Industrial

El análisis del sector industrial es una herramienta fundamental para comprender la dinámica y las tendencias que afectan a las empresas dentro de un determinado sector. Este análisis proporciona información clave sobre factores como la competencia, la demanda del mercado, las regulaciones gubernamentales y las tendencias tecnológicas, entre otros.

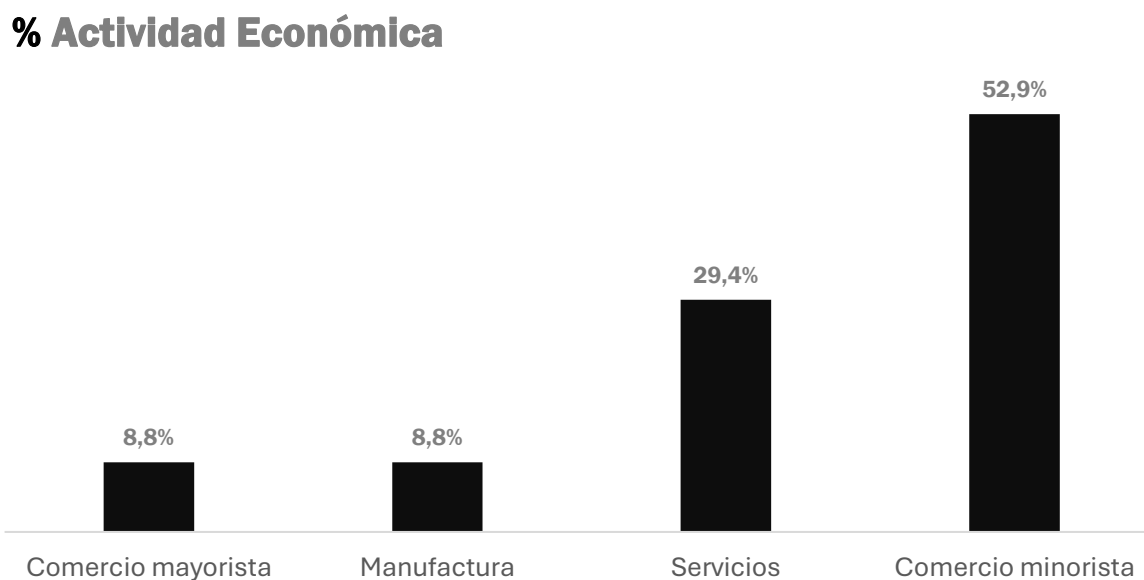
Al examinar estos factores, la empresa puede identificar oportunidades de crecimiento, anticipar posibles amenazas y tomar decisiones informadas sobre cómo posicionarse en el mercado. Además, el análisis del sector industrial ayuda a las empresas a comprender mejor a sus clientes, adaptar sus estrategias de marketing y ventas, y mejorar su competitividad en el mercado.

El análisis del sector industrial es una herramienta valiosa para las empresas que desean mantenerse al día con las tendencias del mercado y tomar decisiones estratégicas que impulsen su crecimiento y éxito a largo plazo.

Este análisis implica la recopilación, el análisis y la interpretación de datos relacionados con el sector específico en el que opera el cliente. El Grupo Atenea recopila la información del sector industrial a través de diversas fuentes, entre ellas, encuestas a clientes potenciales, administradores, gerentes y dueños de negocios de la ciudad de Villavicencio. Estas encuestas nos permiten identificar las preferencias de los clientes y obtener información detallada sobre su negocio, incluidos sus desafíos, necesidades y expectativas. Con esta información, podemos realizar un análisis más completo y personalizado del sector industrial en el que operan nuestros clientes, lo que nos permite ofrecer soluciones y recomendaciones más precisas y efectivas. Los resultados de la encuesta son los siguientes:

Actividad Económica

Figura 18. Actividad Económica.

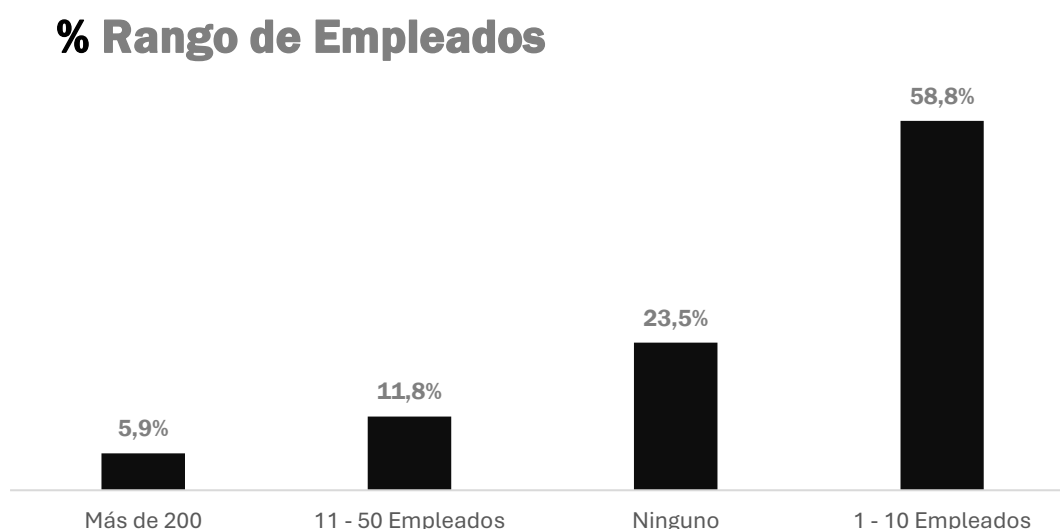


La encuesta reveló que la actividad económica predominante entre las empresas encuestadas es el comercio minorista, con un impresionante 52.9% de representación. Este hallazgo destaca la importancia y el alcance significativo de este sector en el mercado estudiado. Por otro lado, las empresas dedicadas a servicios también tienen una presencia notable, representando el 29.4% de las encuestadas. En contraste, tanto el comercio mayorista como la

manufactura tienen una participación más modesta, con un 8.8% cada uno. Estos resultados subrayan la diversidad de actividades económicas presentes en el mercado, destacando la importancia de adaptar las estrategias empresariales a las tendencias y necesidades específicas de cada sector.

Tamaño x Número de Empleados

Figura 19. *Número de Empleados.*

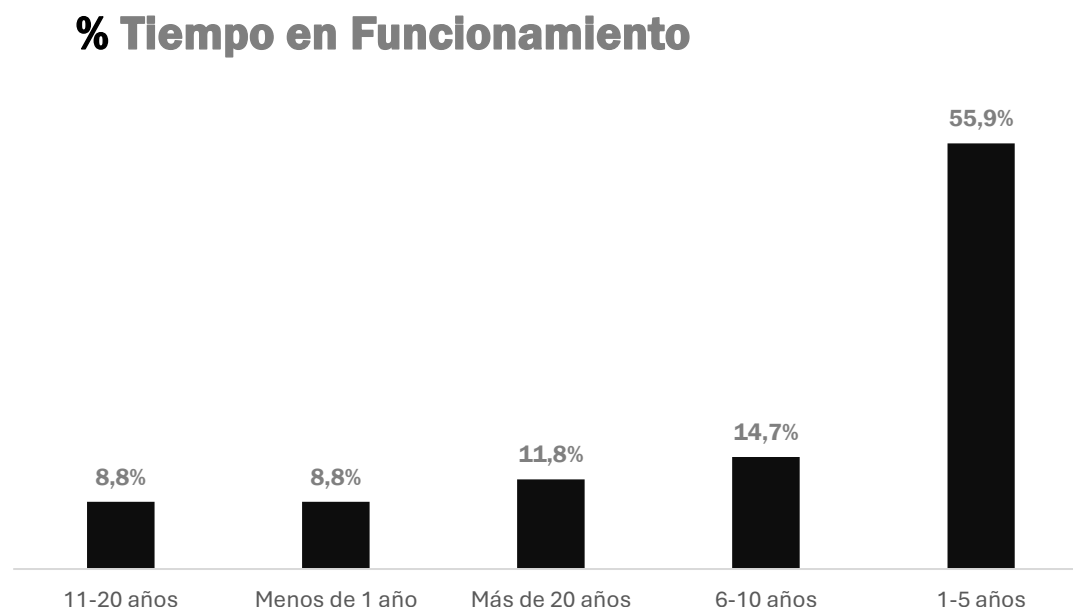


La encuesta reveló que la mayoría abrumadora de empresas en el mercado estudiado son microempresas, con un 58.8% que tienen entre 1 y 10 empleados. Este hallazgo resalta la naturaleza predominantemente microempresarial de la economía local, sugiriendo un entorno empresarial donde las pequeñas empresas desempeñan un papel crucial. Además, un notable 23.5% de los encuestados son negocios autónomos, lo que subraya la presencia significativa de emprendedores individuales en el mercado. Por otro lado, las empresas con 11 a 50 empleados representan el 11.8% de los encuestados, lo que indica que un número moderado de empresas tiene una plantilla un poco más grande. Solo un pequeño porcentaje, el 5.9%, de las empresas encuestadas tienen más de 200 empleados, lo que sugiere que las empresas grandes son menos comunes en este mercado. Estos resultados proporcionan una visión detallada de la estructura

empresarial del mercado estudiado, destacando la importancia de las pequeñas y medianas empresas en su dinámica económica.

Tiempo en Funcionamiento de la Empresa

Figura 20. Tiempo en Funcionamiento.



La mayoría abrumadora, con un 55.9%, han estado en funcionamiento entre 1 y 5 años, lo que sugiere una fuerte presencia de empresas relativamente nuevas. Por otro lado, un 14.7% de las empresas han estado en funcionamiento entre 6 y 10 años, indicando la presencia de empresas más establecidas, pero aún en su etapa de crecimiento. Además, las empresas con más de 20 años en funcionamiento representan el 11.8% de los encuestados, mostrando la presencia de empresas con una trayectoria sólida en el mercado. En contraste, un 8.8% de las empresas encuestadas han estado en funcionamiento menos de 1 año, reflejando la entrada de nuevas empresas en el mercado. Finalmente, las empresas con 11 a 20 años en funcionamiento representan otro 8.8% de los encuestados, lo que muestra un grupo significativo de empresas con una trayectoria moderadamente larga en el mercado. Estos resultados proporcionan una visión detallada de la estructura temporal del mercado.

Definición y análisis del Mercado Objetivo

Con base en la información proporcionada por los resultados de la encuesta, se puede determinar que el mercado objetivo del grupo Atenea se compone principalmente de microempresas de comercio minorista y servicios que han estado en funcionamiento entre 1 y 5 años y tienen entre 1 y 10 empleados. Estas empresas representan la mayoría de los encuestados entre las categorías, lo que sugiere que son el segmento más relevante y numeroso del mercado al que Atenea podría dirigirse.

Dado que la mayoría de estas empresas son relativamente nuevas, entre 1 y 5 años de antigüedad, es probable que estén en una etapa crucial de crecimiento y expansión. En este sentido, el grupo Atenea puede enfocar sus esfuerzos en ofrecer servicios y soluciones que aborden las necesidades específicas de estas empresas en términos de desarrollo empresarial y estrategia de mercado.

Además, dado que muchas de estas empresas son de tamaño pequeño, con 1 a 10 empleados, es probable que enfrenten desafíos en términos de gestión de recursos humanos y optimización de procesos. En este sentido, el grupo Atenea puede ofrecer servicios de consultoría en gestión empresarial que ayuden a estas empresas a mejorar su eficiencia operativa y a desarrollar estrategias de crecimiento sostenible.

El mercado objetivo del grupo Atenea se compone de empresas jóvenes, principalmente en los sectores de comercio minorista y servicios, que buscan crecer y desarrollarse. Al ofrecer soluciones y asesoramiento especializados para estas empresas, Atenea puede posicionarse como un socio estratégico clave en su camino hacia el éxito empresarial.

Análisis de la Competencia

Competencia Directa

Tabla 1. Competencia Directa.

Competencia Indirecta	Descripción	Fortalezas	Debilidades
EAFIT Consultora	Empresa colombiana que ofrece servicios de consultoría en áreas como gestión empresarial, desarrollo organizacional y tecnología de la información.	Su conexión con la Universidad EAFIT le proporciona un respaldo académico sólido y acceso a expertos en diversas áreas.	Podría enfrentar desafíos en términos de alcance y reconocimiento en comparación con firmas de consultoría más grandes y establecidas en el mercado colombiano.
CINTEL	Empresa colombiana especializada en servicios de consultoría en tecnologías de la información y comunicaciones (TIC)	Cuenta con una sólida experiencia en el sector de las TIC y un profundo conocimiento de las tecnologías emergentes.	Podría enfrentar limitaciones en su capacidad para ofrecer servicios más amplios de consultoría empresarial fuera del ámbito de las TIC.
ESCALA	Empresa colombiana especializada en consultoría empresarial, capacitación y desarrollo organizacional.	Su enfoque integral y su experiencia en diferentes áreas de consultoría empresarial le permiten ofrecer soluciones personalizadas y efectivas.	Puede enfrentar desafíos en términos de competir con firmas más grandes y reconocidas en el mercado colombiano
BMC Consultores	Firma colombiana de consultoría empresarial especializada en servicios de gestión estratégica, desarrollo organizacional y transformación digital.	Equipo de consultores altamente capacitados y con experiencia en diferentes sectores le brinda la capacidad de ofrecer servicios personalizados.	Una posible debilidad podría ser su tamaño en comparación con firmas de consultoría más grandes y establecidas.

Competencia Indirecta

Tabla 2. Competencia Indirecta.

Competencia Directa	Descripción	Fortalezas	Debilidades
Deloitte Colombia	Deloitte es una de las firmas de servicios profesionales más grandes del mundo, ofreciendo una amplia gama de servicios en áreas como consultoría, auditoría, impuestos y asesoramiento financiero.	Amplia experiencia global y local, servicios integrales que abarcan múltiples áreas de negocio, enfoque en la innovación y la tecnología, y una sólida reputación en el mercado.	Posible percepción de ser costosa para algunas empresas, y la complejidad de sus servicios puede resultar abrumadora para algunos clientes más pequeños.
PwC Colombia	PwC es otra firma global de servicios profesionales, con un enfoque en auditoría, impuestos y consultoría.	Amplia red global y local, profundo conocimiento sectorial, servicios integrales, y enfoque en la calidad y la ética.	Puede ser percibida como costosa para algunas empresas, y la complejidad de sus servicios puede ser un desafío para algunos clientes.
EY Colombia (Ernst & Young):	EY es una firma global de servicios profesionales, con un enfoque en auditoría, impuestos, consultoría y transacciones.	Consultoría empresarial, amplia red global y local, enfoque en la innovación y la tecnología, y experiencia sectorial profunda	Atención menos centrada en las necesidades y preocupaciones específicas de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs).
KPMG Colombia:	KPMG es una firma global de servicios profesionales que ofrece, auditoría, impuestos y consultoría.	Amplia experiencia global y local, enfoque en la innovación y la tecnología, y una sólida reputación en el mercado.	Falta de atención personalizada para clientes más pequeños o regionales.

Análisis de Canales de Distribución

El Grupo Atenea ha establecido la venta directa como su principal canal de distribución para ofrecer servicios de consultoría a empresas clientes a través de sesiones presenciales. La venta directa es un canal de distribución en el que la consultora establece una relación directa con las empresas que requieren servicios de asesoramiento. Este enfoque implica un contacto personalizado y directo entre la consultora y el cliente, lo que puede resultar en una mayor comprensión de las necesidades específicas de cada empresa y una oferta de servicios más adaptada y efectiva.

Una de las ventajas clave de la venta directa es la posibilidad de ofrecer un servicio altamente personalizado y enfocado en las necesidades individuales de cada cliente. La consultora puede trabajar estrechamente con la empresa para comprender sus desafíos y objetivos específicos, lo que le permite ofrecer soluciones a medida que realmente agreguen valor y generen resultados positivos. Además, la venta directa también puede facilitar la construcción de relaciones sólidas y duraderas con los clientes. Al establecer una comunicación directa y personalizada, la consultora puede desarrollar una mayor confianza y credibilidad con el cliente, lo que puede llevar a relaciones comerciales a largo plazo y a recomendaciones positivas a otros clientes potenciales.

Por otro lado, la venta directa también puede presentar desafíos. Requiere un esfuerzo considerable en términos de tiempo y recursos para identificar, contactar y cerrar acuerdos con clientes potenciales. Además, el éxito en la venta directa puede depender en gran medida de las habilidades de venta y negociación del equipo de la consultora, así como de su capacidad para ofrecer servicios de alta calidad y generar resultados tangibles para los clientes.

Definición y Análisis de Estrategias de Precio

El Grupo Atenea ha tomado la decisión estratégica de diseñar su oferta de servicios y estructura de precios en torno a tres modelos distintos, con el objetivo de ofrecer flexibilidad y adaptabilidad a las necesidades y preferencias de sus clientes. Estos modelos de precios han sido cuidadosamente seleccionados y diseñados para reflejar tanto el valor de los servicios de consultoría ofrecidos como para asegurar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. Cada uno de estos modelos, la tarifa por hora, la tarifa por proyecto y la tarifa por suscripción, tiene sus

propias características y beneficios únicos, lo que permite al Grupo Atenea abordar una amplia gama de necesidades y situaciones de sus clientes de manera efectiva.

Tarifa por hora

La tarifa por hora es un modelo de fijación de precios que se basa en el tiempo que los consultores dedican a un proyecto específico. En este modelo, los clientes pagan una tarifa por cada hora de trabajo de consultoría. Esta tarifa puede variar según la experiencia y especialización del consultor, así como la complejidad del proyecto.

Para el Grupo Atenea, la tarifa por hora puede ser una opción atractiva en situaciones donde los proyectos varían en complejidad y duración, ya que permite una mayor flexibilidad en la facturación. Además, este modelo puede ser beneficioso cuando se requiere un nivel variable de consultoría a lo largo del tiempo, ya que los clientes solo pagan por las horas efectivamente utilizadas.

Una de las principales ventajas de la tarifa por hora es su transparencia. Los clientes pueden ver claramente cuánto están pagando por el tiempo y el esfuerzo dedicados a su proyecto, lo que puede generar confianza y claridad en la relación comercial. Además, este modelo permite una facturación precisa basada en el tiempo real dedicado a cada proyecto, lo que puede ser beneficioso tanto para la consultora como para el cliente.

Sin embargo, la tarifa por hora también tiene algunas desventajas. Para los clientes, puede resultar costosa si el proyecto requiere una cantidad significativa de horas de consultoría, lo que puede llevar a preocupaciones sobre el presupuesto. Para la consultora, existe el desafío de maximizar la eficiencia y productividad de los consultores para garantizar que el tiempo se utilice de manera efectiva y rentable.

Tarifa por Proyecto

En el Grupo Atenea, la tarifa por proyecto es otra estrategia de fijación de precios que puede resultar beneficiosa tanto para la consultora como para sus clientes. En este modelo, se establece un precio fijo para todo el proyecto, independientemente del tiempo o los recursos necesarios para completarlo. El precio se determina considerando factores como la complejidad del proyecto, el alcance del trabajo y el valor percibido por el cliente.

Para el Grupo Atenea, la tarifa por proyecto puede ofrecer una mayor previsibilidad en cuanto a costos para los clientes, ya que estos saben exactamente cuánto pagarán por el proyecto completo. Además, este modelo puede ser atractivo para los clientes porque elimina la preocupación por los costos adicionales si el proyecto lleva más tiempo del esperado.

Sin embargo, la tarifa por proyecto también presenta algunas desventajas potenciales. Por ejemplo, existe el riesgo de subestimar el tiempo y los recursos necesarios para completar el proyecto, lo que podría afectar negativamente la rentabilidad de la consultora. Además, este modelo puede ser menos flexible en términos de ajustar el alcance del proyecto una vez que se ha acordado el precio.

La tarifa por proyecto puede ser una estrategia de fijación de precios efectiva para el Grupo Atenea en proyectos con un alcance y una duración claramente definidos, pero es importante realizar una evaluación cuidadosa de cada proyecto para determinar el precio adecuado y garantizar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

Tarifa por Suscripción

En Grupo Atenea, la tarifa por suscripción es una estrategia de fijación de precios que ofrece a los clientes la posibilidad de pagar una tarifa fija regularmente (por ejemplo, mensual o anual) para acceder a servicios de consultoría durante un período determinado. Esta tarifa puede incluir un paquete de servicios específicos o acceso ilimitado a servicios durante el período de suscripción. La tarifa por suscripción puede ser beneficiosa tanto para el Grupo Atenea como para sus clientes. Para los clientes, esta estrategia proporciona una relación costo-beneficio constante, ya que les permite acceder a servicios de consultoría de manera regular sin preocuparse por costos imprevistos. Además, esta tarifa puede ser atractiva para los clientes que requieren consultoría de forma continua, ya que les ofrece una forma conveniente y predecible de acceder a los servicios del Grupo Atenea.

Para el Grupo Atenea, la tarifa por suscripción puede generar ingresos recurrentes y establecer relaciones a largo plazo con los clientes. Además, esta estrategia puede proporcionar una mayor estabilidad financiera al negocio, ya que los ingresos de las suscripciones pueden ser más predecibles que los ingresos de proyectos individuales.

Definición y Análisis de Estrategias de Promoción.

Figura 21. Canales de contacto y promoción.

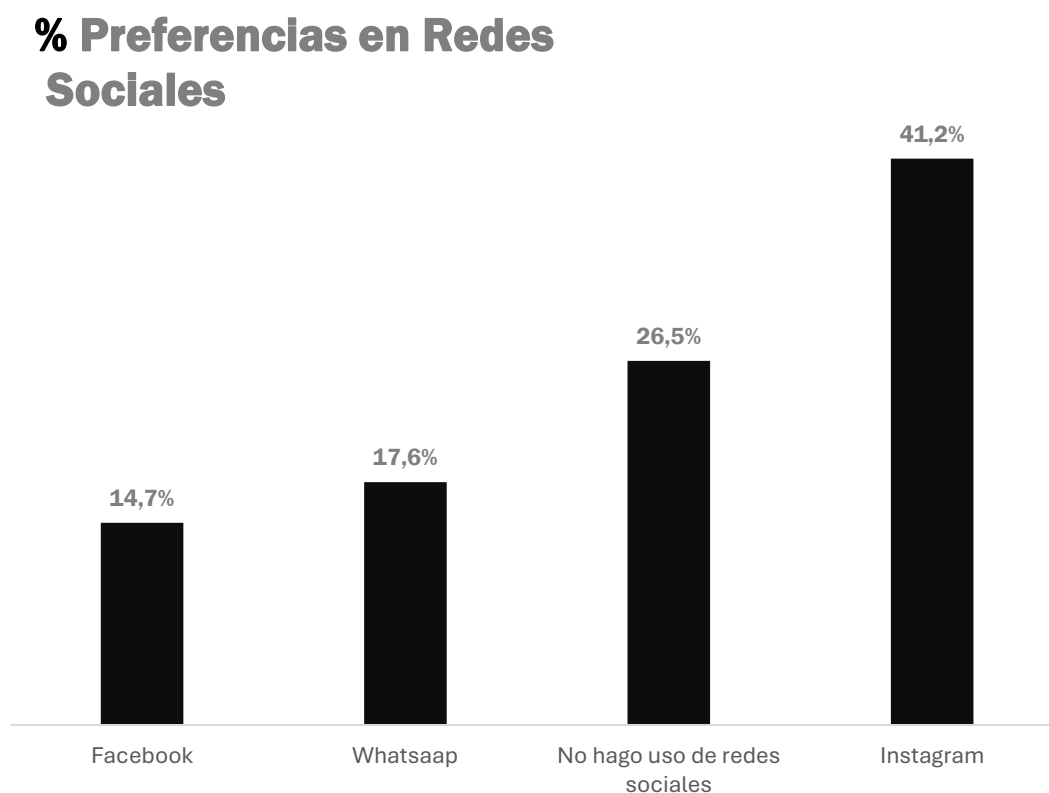


Los resultados de la encuesta muestran que las redes sociales son el canal preferido por el 32.4% de las empresas encuestadas para el contacto y la promoción de servicios. Esto indica la importancia de las plataformas digitales en la estrategia de promoción de las empresas en el mercado estudiado. En segundo lugar, el correo electrónico es un canal popular, con un 29.4% de preferencia, lo que sugiere que el email marketing sigue siendo una herramienta efectiva para llegar a las empresas objetivo. Las llamadas directas también son un medio importante, con un 23.5% de preferencia, lo que destaca la importancia del contacto personalizado en la promoción de servicios. Por otro lado, el sitio web de la empresa y los eventos o ferias empresariales tienen una preferencia más baja, con un 8.8% y 5.9% respectivamente, lo que sugiere que estos canales pueden ser menos utilizados en la estrategia de promoción de las empresas encuestadas.

Los resultados de la encuesta ofrecen importantes insights para el grupo Atenea en cuanto a las estrategias de promoción de sus servicios. Dado que las redes sociales son el canal preferido por la mayoría de las empresas encuestadas, Atenea puede enfocar sus esfuerzos en fortalecer su

presencia en estas plataformas y en desarrollar estrategias efectivas de marketing digital. El correo electrónico y las llamadas directas también son canales importantes, por lo que Atenea puede considerar el uso de campañas de email marketing y estrategias de contacto directo para llegar a su público objetivo. Por otro lado, el bajo nivel de preferencia por el sitio web de la empresa y los eventos empresariales sugiere que estos canales pueden ser menos efectivos y que Atenea puede necesitar explorar otras opciones para llegar a las empresas encuestadas. Dado que las redes sociales son el canal preferido por la mayoría de las empresas encuestadas, a continuación, veremos las preferencias en redes sociales por parte de las empresas encuestadas.

Figura 22. *Preferencia en redes sociales.*



De acuerdo con los resultados de la encuesta, las empresas encuestadas tienen preferencias variadas en cuanto al uso de redes sociales para el contacto y promoción. Instagram es la plataforma más popular, con un 41.2% de preferencia, lo que indica que es un canal importante para llegar a estas empresas. WhatsApp también es un canal popular, con un 17.6% de preferencia,

lo que sugiere que las empresas valoran la comunicación directa que ofrece esta plataforma. Facebook, por otro lado, tiene una preferencia más baja, con un 14.7%, lo que indica que puede ser menos relevante en la estrategia de redes sociales de las empresas encuestadas. Además, un 28.5% de las empresas encuestadas indicaron que no hacen uso de redes sociales, lo que sugiere que todavía hay un segmento importante de empresas que no han adoptado estas plataformas en su estrategia de comunicación y promoción.

Los resultados de la encuesta muestran que Instagram y WhatsApp son canales importantes para llegar a las distintas empresas en la ciudad de Villavicencio y mantener una comunicación continua. Por lo tanto, el grupo Atenea puede considerar el uso de estas plataformas en su estrategia de redes sociales para llegar a su público objetivo de manera efectiva. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que un segmento significativo de empresas no hace uso de redes sociales, por lo que Atenea necesitará explorar otras opciones de comunicación y promoción para llegar a estas empresas.

Definición y análisis de estrategias de comunicación (física y virtual).

El Grupo Atenea, consciente de la importancia de una comunicación efectiva y cercana con sus clientes, ha desarrollado una estrategia integral que combina la interacción física y virtual. Esta estrategia se ha diseñado con el objetivo de garantizar que la comunicación sea accesible, efectiva y se adapte a las necesidades y preferencias de la audiencia.

Comunicación Física

La comunicación física con los clientes es un aspecto fundamental de la estrategia del Grupo Atenea, ya que permite establecer un contacto directo y personalizado que contribuye a fortalecer la relación con los clientes y a brindar un servicio de alta calidad.

En primer lugar, las consultorías y reuniones programadas son momentos clave de comunicación física con los clientes. Durante estas reuniones, los consultores de Grupo Atenea tienen la oportunidad de interactuar directamente con los clientes, conocer sus necesidades y expectativas, y brindarles asesoramiento y soluciones personalizadas. Además, los clientes tienen la posibilidad de agendar reuniones presenciales comunicándose con su consultor o con los administrativos del Grupo Atenea. Esta flexibilidad en la agenda permite a los clientes programar reuniones en función de su disponibilidad y necesidades específicas, lo que contribuye a una comunicación más eficiente y satisfactoria.

Por otro lado, el cliente también puede dirigirse al establecimiento oficial del Grupo Atenea si necesita una atención a la cliente más inmediata. En este sentido, el Grupo Atenea ha habilitado un espacio físico en sus instalaciones donde los clientes pueden acudir para recibir asistencia, resolver dudas o realizar consultas de manera presencial. Esta atención personalizada y cercana contribuye a generar confianza y a fortalecer la relación con los clientes. La comunicación física con los clientes es un elemento clave de la estrategia del Grupo Atenea, ya que permite establecer un contacto directo y personalizado que contribuye a fortalecer la relación con los clientes y a brindar un servicio de alta calidad.

Comunicación Virtual

La comunicación virtual del Grupo Atenea se basa en el uso de diversos medios digitales que permiten una comunicación continua y efectiva con los clientes. Entre estos medios se encuentran las redes sociales, el correo electrónico, el sitio web de la empresa y las llamadas directas. Las redes sociales juegan un papel fundamental en la estrategia de comunicación, ya que permiten al Grupo Atenea mantenerse en contacto con sus clientes de manera constante. A través de plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn, la empresa comparte contenido relevante, informa sobre eventos y promociones, y responde a las consultas y comentarios de los clientes de forma rápida y personalizada.

El correo electrónico es otro canal importante de comunicación que el Grupo Atenea utiliza para mantener una comunicación directa y personalizada con sus clientes. A través del correo electrónico, la empresa envía boletines informativos, promociones exclusivas y otra información relevante para mantener a los clientes informados y comprometidos. Además de las redes sociales y el correo electrónico, el sitio web de la empresa es un punto de contacto clave para los clientes. En el sitio web, los clientes pueden encontrar información detallada sobre los servicios ofrecidos por el Grupo Atenea, así como formas de contacto y acceso a recursos útiles.

Por último, las llamadas directas son otro medio importante de comunicación que el Grupo Atenea utiliza para mantenerse en contacto con sus clientes. A través de llamadas telefónicas, la empresa puede brindar asistencia personalizada, resolver dudas y consultas, y mantener una comunicación cercana con los clientes.

La comunicación virtual del Grupo Atenea se basa en el uso de diversos medios digitales que permiten una comunicación constante y efectiva con los clientes, lo que contribuye a fortalecer la relación con los clientes y a mejorar la experiencia general del cliente con la empresa. En conjunto, esta estrategia integral de comunicación del Grupo Atenea busca no solo informar y promocionar sus servicios, sino también establecer una relación de confianza y fidelidad con sus clientes. La combinación de la comunicación física y virtual permite a la empresa adaptarse a las preferencias y necesidades de su audiencia, garantizando una experiencia satisfactoria y enriquecedora para todos los clientes.

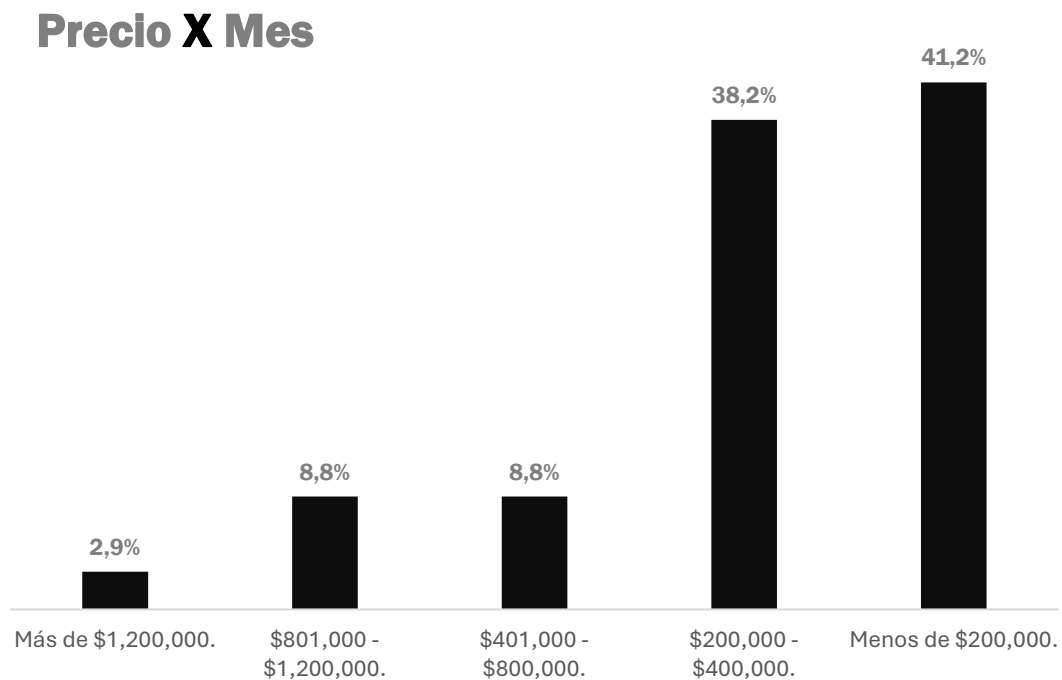
En conclusión, el Grupo Atenea ha desarrollado una estrategia de comunicación sólida y completa que abarca tanto la comunicación física como la virtual con sus clientes. La combinación

de consultorías y reuniones presenciales con el uso de medios digitales como redes sociales, correo electrónico y llamadas directas permite una comunicación efectiva y continua con los clientes. Esta estrategia refleja el compromiso del Grupo Atenea de brindar un servicio de calidad, adaptado a las necesidades y preferencias de sus clientes, y de mantener una relación cercana y duradera con ellos.

Pronóstico de la Demanda

Con el propósito de realizar un pronóstico preciso de la demanda en el mercado de Villavicencio, el grupo Atenea se ha basado en los resultados detallados de la encuesta del estudio de mercado. Esta encuesta proporciona información crucial sobre el comportamiento y las preferencias de las empresas en la región, centrándose en tres aspectos clave: el precio mensual del servicio en modalidad de suscripción, la frecuencia de contratación del servicio y la disposición general de las empresas a contratar servicios de consultoría externa. Estos datos son fundamentales para comprender las necesidades y preferencias del mercado objetivo, lo que permitirá al grupo Atenea desarrollar estrategias efectivas y orientadas a satisfacer las demandas específicas de las empresas en Villavicencio.

Figura 23. Precio por mes en la modalidad de suscripción.

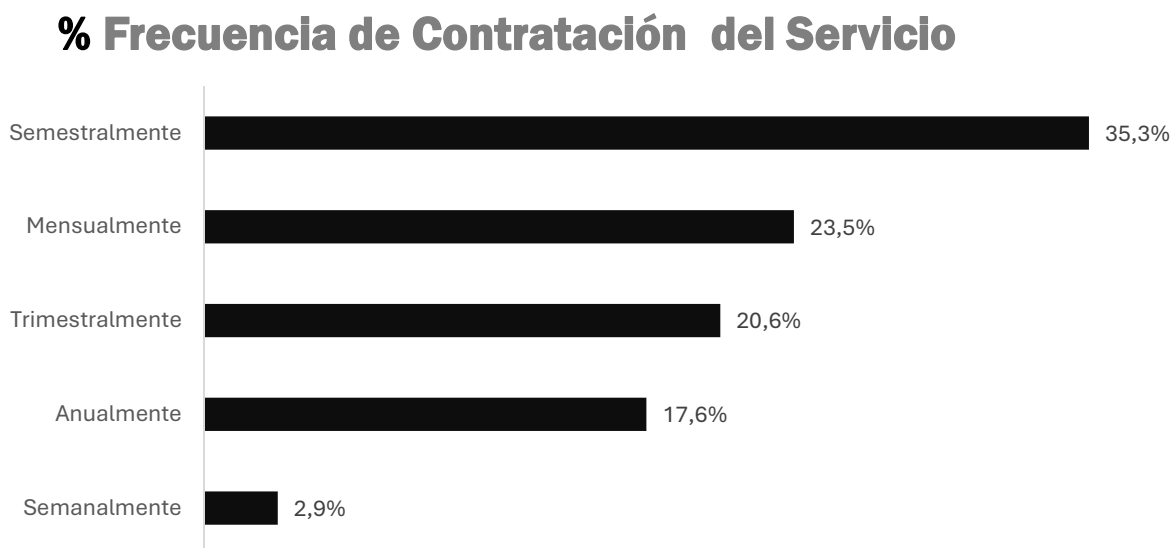


Los resultados muestran que la mayoría de las empresas encuestadas están dispuestas a pagar precios mensuales relativamente bajos por un servicio en modalidad de suscripción. Un 41.2% está dispuesto a pagar menos de \$200,000 al mes, mientras que un 38.2% está dispuesto a

pagar entre \$200,000 y \$400,000. Por otro lado, un 8.8% está dispuesto a pagar entre \$401,000 y \$800,000, y otro 8.8% está dispuesto a pagar entre \$801,000 y \$1,200,000. Solo un pequeño porcentaje, 2.9%, está dispuesto a pagar más de \$1,200,000 al mes.

Basándonos en estos resultados, podemos inferir que la mayoría de las empresas encuestadas tienen un presupuesto limitado para servicios en modalidad de suscripción. El hecho de que la mayoría esté dispuesta a pagar menos de \$200,000 al mes sugiere que un servicio con un precio mensual en este rango tendría una demanda potencialmente alta. Por otro lado, un precio mensual por encima de \$800,000 podría limitar la demanda, ya que solo un pequeño porcentaje está dispuesto a pagar cantidades más altas. Esto es importante tenerlo en cuenta al pronosticar la demanda del servicio, ya que el precio mensual puede influir significativamente en la cantidad de empresas dispuestas a contratarlo.

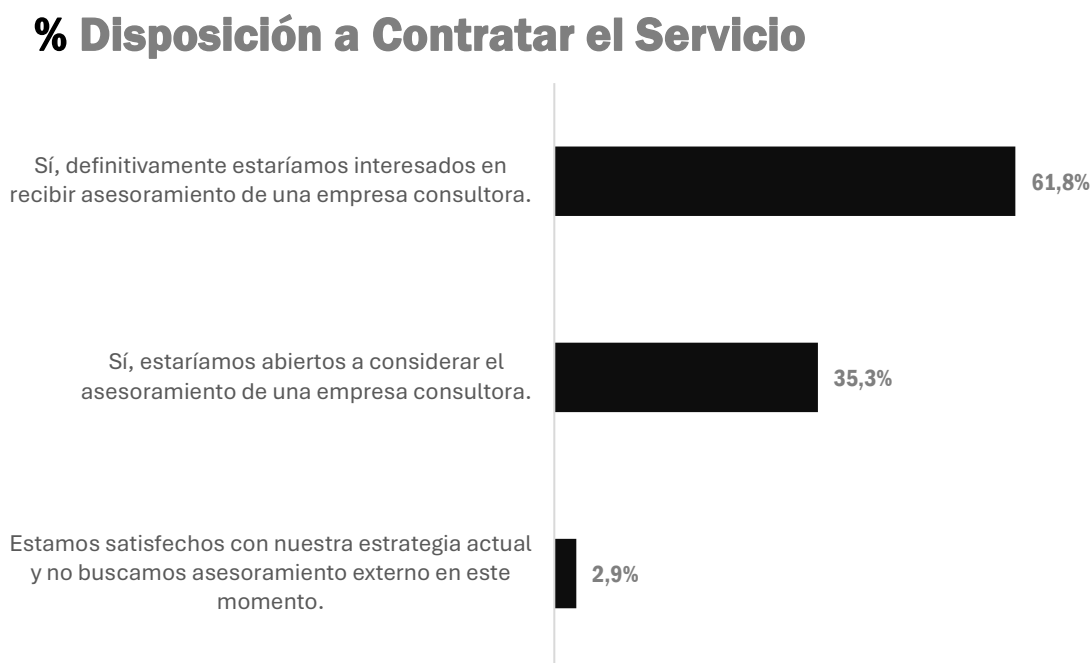
Figura 24. Frecuencia de contratación del servicio.



Los resultados muestran que las empresas encuestadas tienen preferencias variadas en cuanto a la frecuencia de contratación del servicio. La mayoría prefiere contratar el servicio de forma semestral, con un 35.3% de preferencia. Le sigue la contratación mensual, con un 23.5%, y la contratación trimestral, con un 20.6%. La contratación anual tiene una preferencia del 17.6%, mientras que la contratación semanal tiene la preferencia más baja, con un 2.9%.

Estos resultados indican que la mayoría de las empresas encuestadas prefieren contratar el servicio de forma semestral, seguido de cerca por la contratación mensual y trimestral. Esto sugiere que un modelo de negocio que ofrezca opciones de contratación semestral podría tener una demanda potencialmente alta. Sin embargo, también es importante considerar que un porcentaje significativo de empresas prefiere la contratación mensual y trimestral, por lo que ofrecer opciones flexibles de contratación podría ser beneficioso para atraer a un mayor número de clientes.

Figura 25. Disposición a contratar el servicio.



Los resultados muestran que la mayoría de las empresas encuestadas están abiertas a considerar el consejo de una empresa consultora. Un 61.8% indicó que definitivamente estarían interesados en recibir asesoramiento de una empresa consultora, mientras que un 35.3% estaría abierto a considerar el consejo de una empresa consultora. Solo un pequeño porcentaje, 2.9%, indicó que están satisfechos con su estrategia actual y no buscan asesoramiento externo en este momento.

Estos resultados sugieren que hay una alta disposición por parte de las empresas encuestadas a buscar asesoramiento externo de una empresa consultora. Esto indica una oportunidad potencial para el grupo Atenea, ya que existe una demanda clara de servicios de consultoría en el mercado estudiado. Al ofrecer servicios que satisfagan esta demanda y aborden

las necesidades específicas de las empresas encuestadas, Atenea puede posicionarse como un socio estratégico clave para estas empresas en su búsqueda de mejorar sus estrategias y desempeño empresarial.

Cálculo del Pronóstico de la Demanda

Para calcular la demanda potencial, el grupo Atenea, empleando los resultados obtenidos de la encuesta, (que refleja el comportamiento de la población) multiplicó el porcentaje de empresas dispuestas a contratar el servicio por el total de empresas constituidas en Villavicencio, que es de 11,687. El resultado fue un total de 11,343 empresas potenciales interesadas en los servicios ofrecidos. En la siguiente tabla se presenta la información de manera más clara.

Tabla 3. Clientes potenciales en Villavicencio

Disposición de Contratar el Servicio	%	Número de Empresas
Estamos satisfechos con nuestra estrategia actual y no buscamos asesoramiento externo en este momento.	2,9%	343,7
Sí, estaríamos abiertos a considerar el asesoramiento de una empresa consultora.	35,3%	4.124,8
Sí, definitivamente estaríamos interesados en recibir asesoramiento de una empresa consultora.	61,8%	7.218,4
Clientes Potenciales en Villavicencio	97,1%	11.343,3

Total de Empresas en Villavicencio: 11.687

Los resultados muestran que solo un pequeño porcentaje de empresas encuestadas, un 2.9%, están satisfechas con su estrategia actual y no buscan asesoramiento externo en este momento. Esto representa un total de aproximadamente 343.7 empresas en Villavicencio. Por otro lado, un 35.3% de las empresas encuestadas estaría abierta a considerar el asesoramiento de una empresa consultora, lo que equivale a aproximadamente 4,124.8 empresas. Finalmente, la mayoría, un 61.8%, estaría definitivamente interesada en recibir asesoramiento de una empresa consultora, lo que representa un total de aproximadamente 7,218.4 empresas en la ciudad de Villavicencio. Posteriormente, se realizó una sumatoria de las empresas que estarían abiertas a considerar el servicio de consultoría, junto con aquellas que definitivamente están interesadas en adquirirlo. Esto

resultó en un total de 11,343.3 empresas potenciales, lo que representa aproximadamente el 97.1% del total de empresas en la ciudad de Villavicencio. Este alto porcentaje indica un mercado potencial considerable para el grupo Atenea en la región, lo que sugiere una oportunidad significativa para la expansión y el crecimiento de sus servicios de consultoría en Villavicencio.

Al haber encontrado un total de 11,343.3 empresas potenciales, el grupo Atenea se enfrenta a la decisión crucial de fijar el precio por su servicio de consultoría. Para determinar este precio, se comparan los resultados de precio por mes obtenidos en la encuesta, considerando la preferencia de las empresas encuestadas en términos de precios. La decisión final sobre el precio se basará en alcanzar un equilibrio entre maximizar la participación en el mercado y garantizar ingresos suficientes para cubrir los costos y generar ganancias. La tabla a continuación presenta los datos obtenidos.

Tabla 4. Valor estimado del servicio por mes

Precio X Mes	%	Número de Empresas
Más de \$1,200,000.	2,9%	333,63
\$801,000 - \$1,200,000.	8,8%	1000,88
\$401,000 - \$800,000.	8,8%	1000,88
\$200,000 - \$400,000.	38,2%	4337,13
Menos de \$200,000.	41,2%	4670,76
Precio Estimado para el Servicio por Mes		\$200.000

Los resultados de la encuesta sobre el precio mensual en la modalidad de suscripción muestran una distribución significativa en las preferencias de las empresas encuestadas. Un 41.2% de las empresas están dispuestas a pagar menos de \$200,000 al mes por el servicio, lo que representa la mayor parte de las empresas encuestadas en términos de cantidad, con un total de 4670.76 empresas. Le sigue un 38.2% de empresas dispuestas a pagar entre \$200,000 y \$400,000 mensuales, con un total de 4337.13 empresas. En contraste, un pequeño porcentaje de empresas, solo un 2.9%, está dispuesto a pagar más de \$1,200,000 al mes, lo que equivale a aproximadamente 333.63 empresas. Las categorías intermedias, de \$801,000 a \$1,200,000 y de \$401,000 a \$800,000, tienen una proporción similar del 8.8% cada una, representando 1000.88 empresas

respectivamente. Estos resultados indican una diversidad significativa en las capacidades de pago de las empresas encuestadas, con una tendencia mayoritaria hacia precios mensuales más bajos.

Según los resultados obtenidos y teniendo en cuenta la preferencia de precios por parte de las empresas encuestadas, el grupo Atenea determina que el valor del servicio de consultoría mensual será de \$200,000. Esta decisión se basa en el hecho de que el 41.2% de las empresas encuestadas están dispuestas a pagar este monto o menos por el servicio, lo que sugiere que este precio sería aceptable y atractivo para la mayoría del mercado objetivo en Villavicencio. Además, al fijar el precio en \$200,000, Atenea puede alcanzar un equilibrio entre generar ingresos suficientes y mantenerse competitivo en el mercado.

Posteriormente, el grupo Atenea debe calcular el número de empresas con preferencias en la frecuencia estimada de contratación del servicio. Esto implicará analizar los datos de la encuesta para determinar cuántas empresas prefieren contratar el servicio semanalmente, mensualmente, trimestralmente, semestralmente o anualmente. Una vez que se haya determinado el número de empresas en cada categoría de frecuencia de contratación, el grupo Atenea deberá determinar el valor del servicio para cada una de estas frecuencias estimadas. Este paso es crucial para ajustar la estrategia de precios y asegurarse de que el servicio sea atractivo y accesible para las empresas en función de sus necesidades y preferencias de contratación. Al ofrecer diferentes opciones de frecuencia de contratación con precios adaptados a cada una, Atenea puede maximizar su alcance en el mercado y satisfacer las necesidades específicas de cada cliente potencial. La tabla a continuación presenta los datos obtenidos.

Tabla 5. Valor estimado del servicio por frecuencia de contratación.

Frecuencia de Contratación Servicio	de del	%	Número de Empresas	Valor del Servicio
Semanalmente		2,9%	333,6	\$ 50.000,00
Anualmente		17,6%	2.001,8	\$ 2.400.000,00
Trimestralmente		20,6%	2.335,4	\$ 600.000,00
Mensualmente		23,5%	2.669,0	\$ 200.000,00
Semestralmente		35,3%	4.003,5	\$ 1.200.000,00

Los resultados de la encuesta sobre la frecuencia de contratación del servicio muestran una distribución significativa en las preferencias de las empresas encuestadas. En términos de número de empresas, la mayoría prefiere contratar el servicio semestralmente, con un 35.3% de preferencia y un total de aproximadamente 4,003.5 empresas. Le sigue la contratación mensual, con un 23.5% de preferencia y un total de aproximadamente 2,669.0 empresas. La contratación trimestral tiene una preferencia del 20.6%, representando aproximadamente 2,335.4 empresas, mientras que la contratación anual tiene una preferencia del 17.6%, con un total de aproximadamente 2,001.8 empresas. La contratación semanal tiene la preferencia más baja, con un 2.9% y un total de aproximadamente 333.6 empresas.

En cuanto al valor del servicio para cada frecuencia de contratación, se observa que el precio varía según la frecuencia. El servicio semanal tiene un valor de \$50,000.00, el mensual de \$200,000.00, el trimestral de \$600,000.00, el semestral de \$1,200,000.00 y el anual de \$2,400,000.00. Estos resultados muestran que el precio del servicio está directamente relacionado con la frecuencia de contratación, siendo más alto para las contrataciones menos frecuentes y más bajo para las contrataciones más frecuentes.

Para determinar el valor total del pronóstico de la demanda para el año 2025, primero multiplicamos el número de empresas de cada frecuencia por el valor del servicio estimado para cada una. Luego, hallamos el número de compras en un año para cada tipo de frecuencia. Por ejemplo, la frecuencia anual hace una compra al año, la frecuencia semestral hace dos compras al año, y así sucesivamente. Multiplicamos el número de compras por año por el número de empresas

por el valor del servicio y sumamos los totales para obtener el valor total del pronóstico de la demanda para el año 2025. La tabla a continuación presenta los datos obtenidos.

Tabla 6. Pronóstico de la demanda anual 2025

Frecuencia de Contratación del Servicio	#Empresas X Valor del Servicio	Número de compras en un año	Total Anual
Semanalmente	\$ 16.681.271,63	48	\$800.701.038
Anualmente	\$ 4.804.206.228,37	1	\$4.804.206.228
Trimestralmente	\$ 1.401.226.816,61	4	\$5.604.907.266
Mensualmente	\$ 533.800.692,04	12	\$6.405.608.304
Semestralmente	\$ 4.804.206.228,37	2	\$9.608.412.457
		TOTAL	\$27.223.835.294,12

Los resultados del total anual por frecuencia de suscripción del servicio de consultoría muestran que la mayor parte de la demanda proviene de las frecuencias mensual y semestral, con valores de \$6,405,608,304.00 y \$9,608,412,457.00 respectivamente. Le siguen la frecuencia trimestral con \$5,604,907,266.00, la frecuencia anual con \$4,804,206,228.00 y la frecuencia semanal con \$800,701,038.00. Estos resultados indican que la mayoría de las empresas prefieren contratar el servicio de consultoría de forma mensual o semestral, lo que representa una gran oportunidad de mercado para el grupo Atenea en 2025.

En cuanto al total del pronóstico de la demanda para 2025, es de \$27,223,835,294.12, esta cifra representa el valor estimado de todas las contrataciones de servicios de consultoría realizadas por las empresas en Villavicencio durante el año 2025. Esta cantidad es significativa y muestra el potencial del mercado para los servicios ofrecidos por el grupo Atenea. La empresa tiene la oportunidad de capturar una parte importante de este mercado y lograr un crecimiento significativo en su negocio.

Estimación de la demanda mes a mes

Para concluir, realizaremos el cálculo de la estimación de la demanda mes a mes para el año 2025. Para ello, tomaremos el resultado de la multiplicación del número de empresas por frecuencia de contratación por el valor estimado del servicio de cada uno, y lo acomodaremos en la estimación de cada mes según el caso. Por ejemplo, la frecuencia anual, al ser una contratación al año, se registrará en el mes de enero, que es el inicio del año. Para la frecuencia semestral, se registrará en los meses de enero y junio. En el caso de la frecuencia mensual, se registrará durante los 12 meses del año, y así sucesivamente para cada frecuencia de contratación. Al hacer la suma de cada valor según su frecuencia de contratación, obtendremos una estimación mensual precisa de la demanda para el año 2025, lo que nos permitirá planificar y gestionar adecuadamente nuestros recursos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes de manera eficiente y oportuna. La siguiente tabla presenta los datos obtenidos:

Tabla 7. Pronóstico de la demanda mes a mes 2025

MES	2025
Enero	\$ 11.610.165.051,90
Febrero	\$ 600.525.778,55
Marzo	\$ 600.525.778,55
Abril	\$ 2.001.752.595,16
Mayo	\$ 600.525.778,55
Junio	\$ 5.404.732.006,92
Julio	\$ 2.001.752.595,16
Agosto	\$ 600.525.778,55
Septiembre	\$ 600.525.778,55
Octubre	\$ 2.001.752.595,16
Noviembre	\$ 600.525.778,55
Diciembre	\$ 600.525.778,55
TOTAL	\$ 27.223.835.294,12

Los resultados de la estimación de la demanda mes a mes para el año 2025 muestran una distribución variada en la demanda de los servicios de consultoría ofrecidos por el grupo Atenea. En enero, se observa el mayor valor de demanda, con un total de \$11,610,165,051.90, lo que indica un fuerte inicio de año en términos de contrataciones de servicios. Febrero, marzo, mayo, agosto, septiembre, noviembre y diciembre muestran valores más bajos y similares, con \$600,525,778.55 cada uno, lo que sugiere una demanda más estable a lo largo del año con algunos picos menores. Abril, julio y octubre muestran valores más altos que los meses anteriores, con \$2,001,752,595.16 cada uno, indicando posiblemente momentos de mayor actividad en ciertos sectores o empresas. Junio muestra el segundo valor más alto de demanda, con \$5,404,732,006.92, lo que podría deberse a eventos específicos o momentos clave en el año para la contratación de servicios de consultoría. Estos resultados proporcionan una visión detallada del patrón de demanda a lo largo del año, lo que permitirá al grupo Atenea planificar y gestionar sus recursos de manera eficiente para satisfacer las necesidades de sus clientes. En el diagrama a continuación se evidencian los resultados obtenidos de manera gráfica.

Figura 26. Pronóstico de la demanda mes a mes 2025.



Como ya lo habíamos mencionado, el total estimado de la demanda para el final del año 2025, es de \$27,223,835,294.12, este valor representa una oportunidad significativa para el grupo Atenea en el mercado de consultoría. Este monto refleja la cantidad total de ingresos potenciales que la empresa podría generar durante el año si logra captar y satisfacer la demanda de sus servicios. Para aprovechar al máximo esta oportunidad, Atenea debe centrarse en desarrollar estrategias efectivas de marketing, mejorar la calidad de sus servicios y mantener una gestión eficiente de sus recursos. Con un enfoque sólido en estas áreas, Atenea puede posicionarse como un líder en el mercado de consultoría y lograr un crecimiento significativo en su negocio.

Ecuación de la estimación de la demanda potencial

Existen diversas ecuaciones estandarizadas para el cálculo de la estimación de la demanda potencial en diferentes contextos y sectores. Una de las ecuaciones más comunes utilizadas en el ámbito de la economía y el marketing es la siguiente:

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

Donde:

Q = Demanda Total de Mercado

n = Cantidad de compradores en el mercado

q = Cantidad Comprada por el Usuario Promedio por año

p = Precio de una Unidad Promedio.

Al multiplicar estas tres variables, la ecuación proporciona una estimación de la demanda total de mercado en términos de unidades vendidas en un año. Este cálculo es fundamental para las empresas, ya que les permite comprender el tamaño del mercado y planificar su producción, distribución y estrategias de marketing en consecuencia. La precisión de la estimación depende de la calidad de los datos utilizados para determinar n, q y p, así como de la consideración de otros factores que puedan afectar la demanda, como la competencia y las preferencias de los consumidores. Para el caso de la estimación de la demanda de los servicios de consultoría empresarial en la ciudad de Villavicencio se hará uso de los siguientes datos:

Q representa la Demanda Total de Mercado, es decir, la cantidad total de unidades de un producto o servicio que se espera que se vendan en un año. **n** es igual a 11,343.3, que representa la Cantidad de Compradores en el Mercado, es decir, el número total de individuos o empresas que están dispuestos y tienen la capacidad de adquirir el producto o servicio. **q** es igual a 12, que representa la Cantidad Comprada por el Usuario Promedio por año, es decir, la cantidad promedio de unidades del producto o servicio que un comprador típico adquiere en un año. **p** es igual a 200,000, que representa el Precio de una Unidad Promedio, es el precio medio al que se vende una unidad del producto o servicio en el mercado. Al multiplicar estos valores, la ecuación nos da una estimación de la demanda total de mercado en términos de unidades vendidas en un año.

$$Q = 11.343,3 \times 12 \times 200.000$$

$$Q = \$27,223,800,000$$

Por lo tanto, la estimación de la demanda total de mercado en este caso sería de 27,223,800,000 unidades vendidas en un año. La ecuación proporciona al Grupo Atenea una forma eficaz y simplificada de estimar la demanda total de mercado, considerando el número de compradores potenciales, la cantidad promedio comprada por cada uno y el precio promedio de venta de sus servicios de consultoría. Además, el hecho de que el resultado obtenido coincida con el pronóstico de la demanda previamente calculado valida la precisión y utilidad de esta ecuación para el Grupo Atenea en su planificación estratégica.

Presupuesto de las estrategias definidas anteriormente (Marketing Mix).

El Grupo Atenea elaboró un presupuesto detallado para sus estrategias de promoción y comunicación previamente mencionados, con un enfoque específico en la presencia digital y la publicidad impresa tradicional en la ciudad de Villavicencio. Reconociendo la importancia de adaptarse a las preferencias y comportamientos de su audiencia, el presupuesto se diseñará con el objetivo de maximizar el impacto y la efectividad de las acciones promocionales.

En cuanto a las estrategias digitales, se asignará un presupuesto específico para cada plataforma relevante. Instagram, al ser la plataforma más popular según los resultados de la encuesta, recibirá una inversión significativa para fortalecer la presencia de Atenea en esta red social. Se destinarán recursos para la creación de contenido atractivo, la promoción de publicaciones y la interacción con la audiencia a través de comentarios y mensajes directos.

Facebook también recibirá una parte del presupuesto, aunque menor en comparación con Instagram. Estas plataformas seguirán siendo importantes para alcanzar a segmentos específicos de la audiencia y para fortalecer la presencia de Atenea en el ámbito profesional. En cuanto a Google Ads, se asignará un presupuesto para campañas publicitarias pagadas en la plataforma de búsqueda de Google, con el objetivo de aumentar la visibilidad de Atenea en línea y captar la atención de clientes potenciales que buscan servicios similares.

A pesar de que LinkedIn no haya sido mencionado como uno de los canales preferidos en la encuesta, el Grupo Atenea asignará un presupuesto específico para esta plataforma. LinkedIn es una red social profesional que permite conectar con un público especializado de profesionales y empresas interesados en servicios de consultoría y desarrollo empresarial. Por lo tanto, se utilizará esta plataforma para ampliar el alcance de las acciones promocionales y establecer relaciones con clientes potenciales que buscan servicios especializados como los ofrecidos por Atenea. Por otro lado, se destinará un presupuesto para publicidad impresa tradicional, con el fin de ubicar anuncios en lugares clave de la ciudad de Villavicencio. Se considerarán opciones como vallas publicitarias, carteles en puntos estratégicos y anuncios en periódicos locales para asegurar una presencia física palpable en la comunidad.

El presupuesto para las estrategias de promoción y comunicación del Grupo Atenea se enfocará en optimizar la presencia en plataformas digitales relevantes, así como en aprovechar la publicidad impresa tradicional para llegar a la audiencia local de manera efectiva. Este presupuesto

se diseñará cuidadosamente para garantizar el máximo retorno de la inversión y fortalecer la posición de Atenea en el mercado de Villavicencio. El presupuesto anual para estas estrategias de promoción y comunicación se reflejan en la tabla a continuación.

Tabla 8. *Presupuesto de estrategias de marketing Mix anual.*

Categorías	Presupuesto Total
Instagram	\$ 400.000,00
Facebook	\$ 200.000,00
LinkedIn	\$ 400.000,00
Google ADS	\$ 200.000,00
Impresos (Vallas, Carteles etc)	\$ 400.000,00
Total	\$ 1.600.000,00

La tabla presenta una distribución detallada del presupuesto anual asignado a diversas categorías dentro del marketing Mix del Grupo Atenea. En primer lugar, se destina un total de \$400,000 a Instagram, lo que representa una fuerte inversión en esta plataforma como parte central de la estrategia de marketing digital. Esto indica la importancia que la empresa otorga a la promoción a través de redes sociales, reconociendo el alcance y la influencia de Instagram en la audiencia objetivo. Por otro lado, se asignan \$200,000 a Facebook, lo que indica que, si bien esta plataforma sigue siendo relevante, podría no ser tan prioritaria como Instagram en términos de presupuesto.

LinkedIn, con una asignación igualmente significativa de \$400,000, demuestra que el Grupo Atenea reconoce la importancia de llegar a profesionales y empresas a través de esta red, lo que sugiere una estrategia enfocada en audiencias corporativas y de negocios. Google Ads, con \$200,000 asignados, muestra que la empresa también invierte en publicidad de pago por clic, aunque posiblemente no con la misma prioridad que las redes sociales y LinkedIn. Por último, se asignan \$400,000 a medios impresos, como vallas y carteles, lo que indica que el Grupo Atenea valora la publicidad física como parte de su estrategia de marketing mix, reconociendo la importancia de llegar a audiencias fuera del ámbito digital. En conjunto, el presupuesto total de \$1,600,000 refleja una estrategia integral y equilibrada que busca aprovechar una variedad de canales y medios para alcanzar y comprometerse con su audiencia objetivo de manera efectiva.

Una vez que el Grupo Atenea ha establecido el presupuesto anual para sus diferentes estrategias de marketing, es fundamental desglosar este presupuesto en asignaciones mensuales para cada estrategia. Esta distribución mensual permite una gestión más efectiva de los recursos y una adaptación ágil a las necesidades y condiciones cambiantes del mercado a lo largo del año. Es fundamental realizar un seguimiento constante del rendimiento de cada estrategia y ajustar el presupuesto en consecuencia para garantizar que se esté utilizando de manera óptima. La tabla a continuación presenta los datos del presupuesto mensual.

Tabla 9. Presupuesto de estrategias de marketing Mix mes a mes.

Categorías	Instagram	Facebook	LinkedIn	Google ADS	Impresos (Vallas, Carteles, etc.)	Total
Enero	\$ 100.000	-	-	\$ 50.000	-	\$150.000
Febrero	-	\$ 50.000	-	-	\$ 100.000	\$150.000
Marzo	-	-	\$ 100.000	-	-	\$100.000
Abril	\$ 100.000	-	-	\$ 50.000	-	\$150.000
Mayo	-	\$ 50.000	-	-	\$ 100.000	\$150.000
Junio	-	-	\$ 100.000	-	-	\$100.000
Julio	\$ 100.000	-	-	\$ 50.000	-	\$150.000
Agosto	-	\$ 50.000	-	-	\$ 100.000	\$150.000
Septiembre	-	-	\$ 100.000	-	-	\$100.000
Octubre	\$ 100.000	-	-	\$ 50.000	-	\$150.000
Noviembre	-	\$ 50.000	-	-	\$ 100.000	\$150.000
Diciembre	-	-	\$ 100.000	-	-	\$100.000

La distribución del presupuesto mensual para las diferentes estrategias de marketing del Grupo Atenea refleja una planificación estratégica dinámica y adaptable a lo largo del año. Para Instagram, se asignan \$100,000 en los meses de enero, abril, julio y octubre, mientras que los demás meses no tienen asignaciones, indicando una posible reevaluación estratégica en esos periodos. En Facebook, se asignan \$50,000 en febrero, mayo, agosto y noviembre, mostrando una inversión constante en esos meses. Para LinkedIn, se asignan \$100,000 en marzo, junio, septiembre y diciembre, con un enfoque similar de inversión constante. En Google Ads, se asignan \$50,000 en enero, abril, julio y octubre, con los demás meses sin asignaciones presupuestarias. En cuanto a impresos (vallas, carteles, etc.), se asignan \$100,000 en febrero, mayo, agosto y noviembre, con una estrategia similar de inversión constante en esos meses.

Estudio Técnico

El estudio técnico es una fase crucial en la evaluación de la viabilidad de un proyecto empresarial, ya que permite determinar la factibilidad operacional del negocio. En el caso del Grupo Atenea, este estudio se enfoca en analizar diversos aspectos clave que impactan directamente en la producción y prestación de servicios, garantizando así su eficiencia y rentabilidad a largo plazo. Entre los elementos que se abordan en este estudio se encuentran el análisis de proveedores y materia prima, el estudio de los requerimientos de maquinaria, equipos y tecnología, la descripción detallada del proceso productivo o del servicio, incluyendo diagramas que ilustren estos procesos, así como el diseño y análisis de la capacidad de producción.

Además, se realiza un análisis exhaustivo del diseño y distribución de la planta. con el objetivo de establecer el espacio de trabajo requerido para un trabajo efectivo por parte del grupo Atenea. Asimismo, se elabora un plan de producción detallado que permita cumplir con la demanda del mercado de manera eficaz y oportuna. Por último, se realiza un costeo completo de la producción, que incluye la estimación de los costos de materia prima, mano de obra, maquinaria, equipos, tecnología y otros gastos asociados a los servicios de consultoría empresarial ofrecidos por el grupo Atenea. Además de analizar la viabilidad operativa, este estudio técnico también tiene como objetivo identificar posibles riesgos y oportunidades para el Grupo Atenea. Al evaluar cuidadosamente cada aspecto del proceso productivo o del servicio, se pueden anticipar posibles problemas y establecer estrategias efectivas para mitigarlos. Asimismo, al identificar oportunidades de mejora en la eficiencia y la calidad, el Grupo Atenea puede posicionarse de manera más competitiva en el mercado, ofreciendo productos y servicios que satisfagan las demandas y expectativas de sus clientes.

Análisis de Proveeduría (proveedores y materia prima)

El análisis de proveeduría es un componente fundamental en la evaluación de la factibilidad operacional de cualquier negocio. En el caso del Grupo Atenea, este análisis se enfoca en examinar detalladamente tanto a los proveedores como a la materia prima necesaria para la producción de bienes o la prestación de servicios. Un abastecimiento eficiente y confiable de materias primas y servicios es esencial para garantizar la calidad y continuidad de las operaciones, así como para

mantener la competitividad en el mercado.

Análisis de Proveedores

Proveedor Oficial de Software: Microsoft



Microsoft es reconocido mundialmente como un proveedor líder de software empresarial, ofreciendo una amplia gama de soluciones que pueden beneficiar significativamente las operaciones y la productividad del Grupo Atenea. Microsoft, con su vasta experiencia y reconocimiento mundial, se destaca como un pilar en el mundo del software empresarial. Su amplia gama de soluciones abarca desde aplicaciones de productividad cotidianas hasta plataformas de nube avanzadas y herramientas de análisis de datos de vanguardia. Estas soluciones están diseñadas para impulsar la eficiencia, la colaboración y la innovación en las organizaciones, proporcionando al Grupo Atenea las herramientas necesarias para alcanzar sus objetivos de manera efectiva y eficiente. Además, la reputación de Microsoft por ofrecer productos fiables, seguros y escalables garantiza que el Grupo Atenea pueda confiar en estas soluciones para respaldar sus operaciones críticas y mantenerse a la vanguardia en un entorno empresarial cada vez más competitivo y en constante evolución.

Office 365 E5



Office 365 E5 es la solución integral de productividad y colaboración de Microsoft, diseñada para satisfacer las necesidades de las empresas modernas. Esta suite de aplicaciones y

servicios ofrece una amplia gama de herramientas poderosas que permiten a los equipos trabajar de manera más inteligente, eficiente y colaborativa. Algunas de las herramientas clave incluidas en Office 365 E5 son:

Word, Excel, PowerPoint, Outlook, OneDrive, Microsoft Access, Microsoft Publisher, Exchange, SharePoint, Viva Engage, Viva Insights, Microsoft Bookings, OneNote, Delve, Microsoft Stream, Sway, Microsoft Forms, Power Apps, Power Automate, Microsoft Planner, Microsoft To Do y Power BI Pro.

El Grupo Atenea ha seleccionado cuidadosamente Office 365 E5 como una parte fundamental de su infraestructura tecnológica para garantizar la excelencia en la prestación de sus servicios de consultoría. Esta decisión se basa en el reconocimiento de la calidad y fiabilidad de las herramientas y servicios incluidos en Office 365 E5, que son indispensables para optimizar las operaciones internas y externas del Grupo Atenea.

Al adoptar Office 365 E5, el Grupo Atenea se beneficia de una suite completa de aplicaciones y servicios diseñados específicamente para mejorar la productividad, la colaboración y la seguridad en el entorno empresarial. Con herramientas como Word, Excel, PowerPoint, Outlook, OneDrive, Exchange, SharePoint y muchas más, el Grupo Atenea puede crear, compartir, gestionar y analizar información de manera eficiente y efectiva, lo que se traduce en una mejora significativa en la calidad y eficacia de sus servicios de consultoría.

Principalmente, Office 365 E5, con herramientas como Excel y Power BI, juega un papel crucial en el análisis de datos del Grupo Atenea. Excel, como una de las aplicaciones más utilizadas en el mundo empresarial, proporciona capacidades avanzadas de análisis y visualización de datos que permiten al Grupo Atenea organizar, calcular y analizar grandes conjuntos de datos de manera eficiente. Por otro lado, Power BI ofrece capacidades de análisis de datos más avanzadas, permitiendo al Grupo Atenea crear informes interactivos, paneles de control y visualizaciones de datos en tiempo real que proporcionan información valiosa para la toma de decisiones estratégicas. La combinación de Excel y Power BI en Office 365 E5 brinda al Grupo Atenea las herramientas necesarias para realizar análisis de datos complejos y obtener insights significativos que impulsen su negocio hacia adelante.

Además, Office 365 E5 ofrece funcionalidades avanzadas de seguridad y cumplimiento normativo que ayudan al Grupo Atenea a proteger sus datos y mantener la confidencialidad de la información de sus clientes. Con características como la protección avanzada contra amenazas, el

cifrado de datos y el control de acceso, el Grupo Atenea puede operar con tranquilidad sabiendo que su información está protegida.

El Grupo Atenea ha asumido un compromiso mensual de 35.75 dólares para acceder a las poderosas herramientas y servicios de Office 365 E5. Este pago, que equivale a aproximadamente 141.135,64 pesos colombianos al tipo de cambio actual, se traduce en una inversión estratégica para la consultora. Al adoptar Office 365 E5, el Grupo Atenea no solo está adquiriendo acceso a una suite completa de aplicaciones y servicios empresariales líderes en el mercado, sino que también está invirtiendo en su propia productividad, eficiencia y capacidad para ofrecer servicios de consultoría de alta calidad a sus clientes. Esta inversión mensual representa un compromiso continuo del Grupo Atenea con la excelencia y la innovación en la prestación de servicios de consultoría, y demuestra su disposición a utilizar herramientas tecnológicas de vanguardia para impulsar su negocio hacia adelante.

La elección de Office 365 E5 como materia prima es un testimonio del compromiso del Grupo Atenea con la excelencia y la innovación en la prestación de servicios de consultoría. Al aprovechar las herramientas y servicios avanzados de Office 365 E5, el Grupo Atenea puede ofrecer soluciones de consultoría de alta calidad que satisfacen las necesidades y expectativas de sus clientes de manera eficiente y efectiva.

Proveedor de plataforma WebSite: WIX



Wix es una plataforma líder en la creación de sitios web que permite a los usuarios crear sitios web profesionales de manera fácil y rápida, sin necesidad de tener conocimientos técnicos. Con una variedad de plantillas diseñadas profesionalmente y una interfaz intuitiva de arrastrar y soltar, Wix ofrece a los usuarios la flexibilidad y la libertad para diseñar y personalizar sus sitios web de acuerdo a sus necesidades y gustos.

Además de las herramientas de diseño, Wix ofrece una amplia gama de características y funcionalidades, incluyendo opciones de comercio electrónico, herramientas de marketing integradas, blogs, formularios de contacto, galerías de imágenes, integración con redes sociales, entre otros. Esto hace que Wix sea una opción popular tanto para usuarios individuales como para pequeñas empresas que buscan crear una presencia en línea efectiva y atractiva.

La plataforma también ofrece servicios de alojamiento web confiables y seguros, lo que significa que los usuarios no tienen que preocuparse por la gestión técnica de su sitio web. Con su enfoque en la facilidad de uso y la calidad del diseño, Wix ha ganado una sólida reputación en la industria y se ha convertido en una opción popular para aquellos que buscan crear sitios web impresionantes y funcionales sin complicaciones.

El Grupo Atenea ha tomado la decisión estratégica de asociarse con Wix como su proveedor de plataforma Website para la formación, desarrollo y mantenimiento de su página web empresarial. Esta elección se basa en la reconocida capacidad de Wix para ofrecer soluciones de diseño web intuitivas y efectivas, que permiten a las empresas crear sitios web profesionales y atractivos sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.

Al optar por Wix, el Grupo Atenea se beneficia de una plataforma que ofrece una amplia variedad de plantillas modernas y personalizables, así como herramientas de diseño flexibles que facilitan la creación de un sitio web adaptado a las necesidades específicas de la empresa. Además, Wix proporciona funcionalidades adicionales como integración con redes sociales, optimización

para dispositivos móviles y herramientas de análisis de tráfico web, que permiten al Grupo Atenea maximizar el impacto y la eficacia de su presencia en línea.

Además, gracias a que Wix ofrece servicios de alojamiento web confiables y seguros, así como un soporte técnico excepcional, garantiza que el sitio web del Grupo Atenea esté siempre disponible y funcione sin problemas. Con esta asociación, el Grupo Atenea está posicionando su presencia en línea de manera sólida y profesional, lo que le permitirá destacar en un mercado cada vez más competitivo y digitalmente centrado.

El Grupo Atenea ha asumido un compromiso mensual de 14 dólares para acceder a los servicios de Wix como su proveedor de plataforma Website. Este pago mensual, que equivale a aproximadamente 54,572.14 pesos colombianos al tipo de cambio actual, representa una inversión estratégica en la presencia en línea de la empresa. Al invertir en Wix, el Grupo Atenea está asegurando un acceso constante a una plataforma líder en la creación de sitios web, lo que le permite mantener una presencia en línea profesional y efectiva sin la necesidad de invertir grandes sumas de dinero en desarrollo web personalizado.

Estudio de Requerimientos de Maquinaria, Equipos y Tecnología

Este estudio tiene como objetivo identificar las herramientas y recursos tecnológicos que permitirán al Grupo Atenea mejorar su eficiencia, productividad y capacidad de ofrecer soluciones innovadoras y de alta calidad a sus clientes. A través de esta iniciativa, el Grupo Atenea busca consolidar su posición como líder en el sector de consultoría, ofreciendo soluciones innovadoras y de alta calidad que agreguen valor tanto a sus clientes como a su propio negocio. En la tabla a continuación se presenta la información de la maquinaria, equipos y tecnología requeridos por el grupo Atenea para la prestación del servicio de consultoría.

Tabla 10. Presupuesto de Maquinaria, Equipos y Tecnología.

Cantidad	Bienes y herramientas esenciales	Precio	Total
2	Caja de bolígrafos Faber-Castell X 12 unidades	\$ 13,600.00	\$ 27,200.00
3	Resma de papel natural carta de 500 hojas	\$ 21,900.00	\$ 65,700.00
1	Cafetera BLACK+DECKER 5 tazas CM0701B Negro	\$ 119,900.00	\$ 119,900.00
2	Tablero Acrílico Blanco 120 X 80cm Marco Aluminio	\$ 122,900.00	\$ 245,800.00
1	Escritorio Sencillo MADERKIT Louis Rovere-Blanco	\$ 229,900.00	\$ 229,900.00
1	Silla de Oficina TUKASA 6104 Negra	\$ 229,900.00	\$ 229,900.00
1	Impresora Multifuncional HP 520 Smart Tank Blanca	\$ 779,900.00	\$ 779,900.00
1	Computador All In One LENOVO	\$ 1,499,000.00	\$ 1,499,000.00
1	iPad Air	\$ 1,793,084.00	\$ 1,793,084.00
		Total	\$ 4,990,384

El Grupo Atenea ha adquirido una variedad de maquinaria y equipo para respaldar sus operaciones diarias. Esto incluye suministros de oficina como bolígrafos y papel, así como muebles como escritorios y sillas de oficina. Además, han invertido en equipos tecnológicos como una cafetera, una impresora multifuncional y un computador All In One para garantizar un entorno de trabajo eficiente y productivo. El total a pagar para la primera adquisición de estos materiales y equipos es de 3'197.300 pesos. En la siguiente grafica se muestran las compras más significativas en términos de inversión económica.

Figura 27. Presupuesto de Materiales, Maquinaria y Equipo.

La adquisición de esta maquinaria y equipo demuestra el compromiso del Grupo Atenea con la calidad y la eficiencia en el lugar de trabajo. Al proporcionar a su equipo las herramientas necesarias para realizar su trabajo de manera efectiva y profesional, el Grupo Atenea está posicionando su negocio para el éxito a largo plazo. Estas inversiones no solo mejoran la productividad interna, sino que también contribuyen a una experiencia laboral más cómoda y satisfactoria para el equipo de la consultora.

Cálculo de la Depreciación de Maquinaria y Equipo

La depreciación anual de maquinaria y equipo es un proceso contable que refleja la disminución del valor de un activo a lo largo de su vida útil. A continuación, se proporciona una descripción de la información de depreciación anual para cada uno de los equipos mencionados:

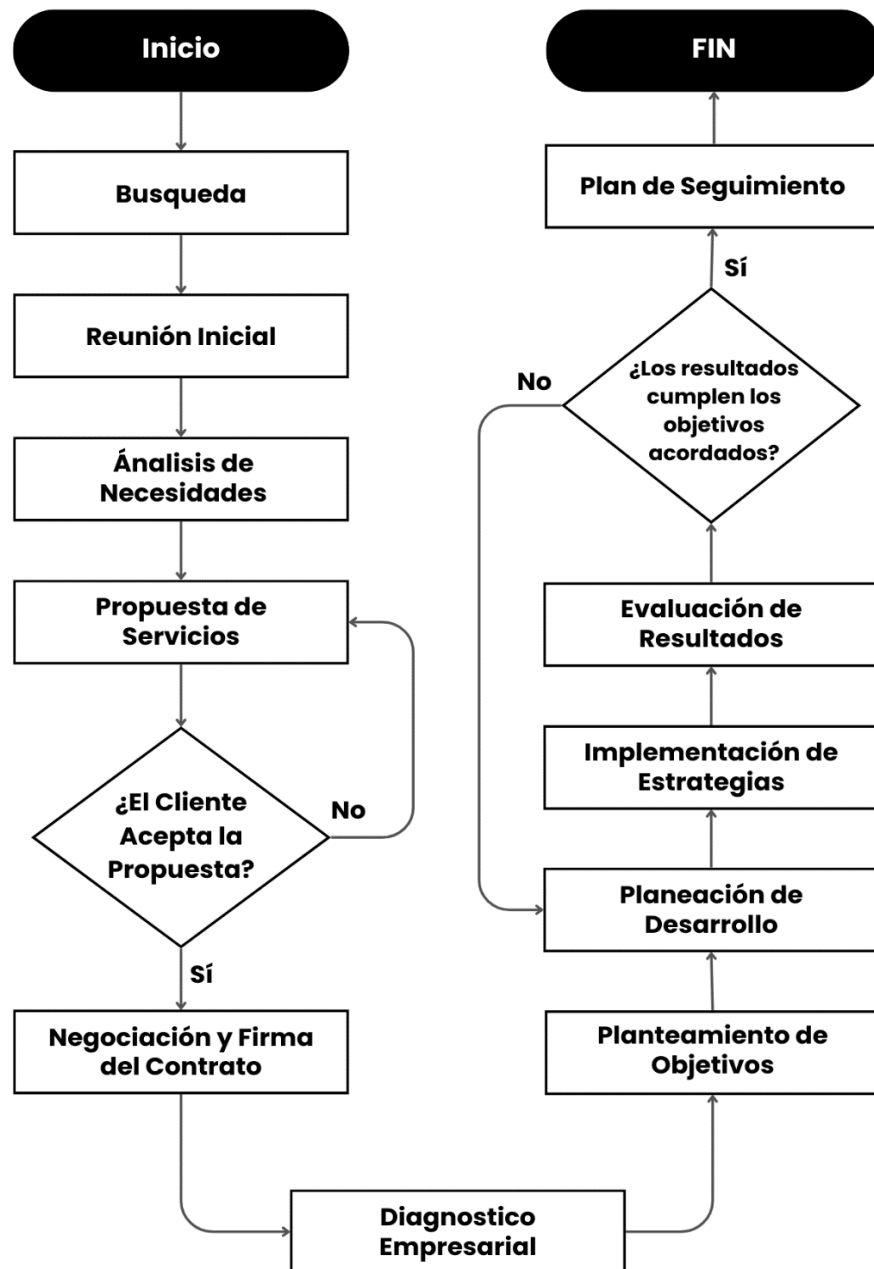
Tabla 11. Depreciación de Maquinaria y Equipo.

Maquinaria y Equipo	Costo Total	Promedio de Vida (Años)	Depreciación Anual
Cafetera BLACK+DECKER 5 tazas CM0701B Negro	\$ 119,900.00	3	\$ 39,966.67
Impresora Multifuncional HP 520 Smart Tank Blanca	\$ 779,900.00	4	\$ 194,975.00
Computador All In One LENOVO	\$ 1,499,900.00	6	\$ 249,983.33
Apple iPad Air	\$ 1,793,084.00	6	\$ 298,847.33

Después de adquirir el computador All In One LENOVO por un costo total de \$1,499,900.00, se estima que su vida útil será de 6 años. Por lo tanto, la depreciación anual de este equipo se calcula en \$249,983.33. La impresora multifuncional HP 520 Smart Tank Blanca, adquirida por un costo total de \$779,900.00, se espera que tenga una vida útil de 4 años. En consecuencia, la depreciación anual de este equipo se estima en \$194,975.00. La cafetera BLACK+DECKER 5 tazas CM0701B Negro, comprada por un total de \$119,900.00, se proyecta que tenga una vida útil de 3 años. Por lo tanto, la depreciación anual de este equipo se calcula en \$39,966.67. El iPad Air de Apple, adquirido por un costo total de \$1,793,084.00, se estima que tenga una vida útil de 6 años. Por lo tanto, la depreciación anual de este dispositivo se calcula en \$298,847.33.

Descripción del proceso productivo o del servicio

Figura 28. Diagrama de Flujo para la Prestación de Servicios de Consultoría.



La metodología de Grupo Atenea es un enfoque sistemático y estructurado para brindar servicios de consultoría empresarial. Se compone de once pasos que guían el proceso desde la identificación del cliente hasta la evaluación final del proyecto y un plan de seguimiento. Cada paso está diseñado para asegurar un análisis exhaustivo, una planificación efectiva, una implementación eficiente y una evaluación rigurosa de las estrategias y acciones propuestas. Esta metodología se basa en la búsqueda constante de la excelencia y la mejora continua, con el objetivo de ofrecer soluciones innovadoras y efectivas que impulsen el desarrollo y el crecimiento de las organizaciones. Se detallará cada fase a continuación:

Búsqueda (Nuevo Cliente, Cliente Potencial): En esta etapa, se busca activamente a nuevos clientes o clientes potenciales que puedan beneficiarse de los servicios de consultoría ofrecidos por Grupo Atenea. Esto puede implicar la identificación de empresas en un nicho de mercado específico, el análisis de su situación actual y la determinación de cómo los servicios de consultoría pueden ayudarles a alcanzar sus objetivos empresariales. Se establecen estrategias para acercarse a estos clientes potenciales y se inicia el proceso de contacto y negociación.

Reunión Inicial: Una vez identificados los clientes potenciales, se lleva a cabo una reunión inicial para conocer más a fondo sus necesidades y objetivos empresariales. En esta reunión, se establece una comunicación directa con los representantes de la empresa para comprender sus desafíos, expectativas y áreas de mejora potencial. Esta etapa es fundamental para establecer una relación de confianza con el cliente y para recopilar la información necesaria para proceder con el diagnóstico inicial.

En la reunión inicial, se busca crear un ambiente de confianza y colaboración con el cliente, donde se fomente la comunicación abierta y se establezca una relación sólida. Es importante escuchar atentamente las necesidades y objetivos del cliente, así como comprender los desafíos específicos que enfrenta su empresa. Durante esta etapa, se pueden identificar áreas de oportunidad y posibles soluciones que el Grupo Atenea puede ofrecer.

La reunión inicial es clave para recopilar información relevante sobre la empresa del cliente, como su historia, estructura organizativa, cultura empresarial, y cualquier dato relevante que pueda influir en el proceso de consultoría. Esta información será fundamental para el desarrollo del diagnóstico inicial y la propuesta de servicios personalizada que se presentará al cliente. La reunión inicial sienta las bases para una colaboración efectiva y exitosa entre el Grupo Atenea y su cliente.

Análisis de Necesidades (Diagnóstico Inicial): Basándose en la información recopilada durante la reunión inicial, se realiza un análisis preliminar de las necesidades de la empresa cliente. Este análisis se centra en identificar las áreas clave que requieren atención y mejora, sin profundizar demasiado en cada una. El objetivo es tener una visión general de los desafíos y oportunidades que enfrenta la empresa, para poder proponer soluciones y proyectos que la ayuden a alcanzar sus metas.

Durante esta etapa, se evalúa cómo pueden abordarse estas necesidades identificadas y se comienza a esbozar los proyectos y acciones que podrían implementarse para lograrlo. Este análisis se realiza de manera superficial, sin entrar en detalles complejos, pero proporcionando una guía inicial sobre las acciones que podrían ser necesarias para mejorar la situación de la empresa cliente para impulsar el crecimiento y la mejora continua de la empresa.

Propuesta del Servicio: Con base en el análisis de necesidades realizado en la etapa anterior, el Grupo Atenea elabora una propuesta detallada de los servicios que se ofrecerán al cliente. Esta propuesta incluye una descripción clara de los servicios a realizar, los objetivos preliminares que se esperan alcanzar, los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, el cronograma de trabajo y los costos asociados. La propuesta del servicio se presenta al cliente en una reunión específica, donde se discuten los detalles y se pueden hacer ajustes según las necesidades o requerimientos del cliente. Es fundamental que la propuesta sea clara, precisa y personalizada, de modo que el cliente pueda comprender fácilmente los beneficios que recibirá al contratar los servicios del Grupo Atenea. Una vez que la propuesta es aceptada por el cliente, se procede a la siguiente etapa, que es la negociación y firma del contrato.

Negociación y Firma del Contrato: En esta etapa, se establece una comunicación directa con el cliente para negociar los términos y condiciones del contrato de prestación de servicios. El objetivo es llegar a un acuerdo mutuamente beneficioso que defina claramente los alcances del proyecto, los plazos de entrega, los costos involucrados y las responsabilidades de ambas partes. Durante la negociación, el Grupo Atenea se esfuerza por entender las necesidades específicas del cliente y adaptar su propuesta para satisfacerlas de la mejor manera posible. Una vez que se han acordado todos los términos, se procede a la firma del contrato por ambas partes. La firma del contrato formaliza la relación entre el Grupo Atenea y el cliente, y establece las bases para la ejecución del proyecto. Es importante que el contrato refleje de manera precisa y detallada todos los acuerdos alcanzados durante la negociación, para evitar malentendidos o conflictos en el futuro.

Con el contrato firmado, se da inicio a la fase de diagnóstico empresarial, donde el Grupo Atenea recopila información detallada sobre la empresa cliente.

Diagnóstico Empresarial: Esta etapa constituye el punto de partida del proyecto de consultoría empresarial. El diagnóstico empresarial es un proceso clave que implica analizar a fondo todos los aspectos relevantes de la empresa cliente. Esto incluye examinar su estructura organizativa, sus procesos internos, su cultura empresarial, su situación financiera, su posicionamiento en el mercado y su relación con los clientes y proveedores. Para llevar a cabo este análisis, el Grupo Atenea utiliza una variedad de herramientas y técnicas, como entrevistas con el personal clave, análisis de documentos y registros, revisión de datos financieros y evaluación de indicadores de desempeño.

Uno de los objetivos principales del diagnóstico empresarial es identificar las áreas de la empresa que requieren mejoras y las oportunidades de crecimiento que pueden ser aprovechadas. Por ejemplo, se puede detectar la necesidad de optimizar los procesos internos para aumentar la eficiencia operativa, mejorar la gestión financiera para garantizar la sostenibilidad económica, o fortalecer la relación con los clientes para aumentar la fidelización y las ventas. Además, el diagnóstico empresarial también permite identificar posibles amenazas y riesgos que la empresa debe abordar para garantizar su viabilidad a largo plazo.

Planteamiento de Objetivos: En esta etapa, se establecen los objetivos específicos que se buscan alcanzar a través de la consultoría empresarial. Estos objetivos deben ser claros, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido (SMART). Para ello, se lleva a cabo un análisis detallado de la información recopilada durante el diagnóstico empresarial, identificando las áreas de oportunidad y los desafíos que enfrenta la empresa. En el Planteamiento de Objetivos, se inicia una fase crucial donde se definen las metas concretas que guiarán el trabajo de consultoría empresarial. Estos objetivos no solo deben ser claros y específicos, sino que también deben cumplir con ciertos criterios para garantizar su efectividad y alcanzabilidad.

Para empezar, es fundamental que los objetivos sean medibles, es decir, que se puedan cuantificar de alguna manera para evaluar su progreso y logro. Esto implica establecer indicadores o métricas que permitan monitorear el avance hacia la meta. Además, los objetivos deben ser alcanzables, es decir, realistas y factibles de cumplir dentro del contexto y recursos disponibles de la empresa. Es crucial también que los objetivos sean relevantes, es decir, que estén alineados con la visión y misión de la empresa, así como con sus necesidades y desafíos actuales. Deben abordar

áreas de oportunidad identificadas durante el diagnóstico empresarial, y estar diseñados para generar un impacto positivo en el rendimiento y la competitividad de la empresa.

Por último, los objetivos deben estar definidos en un tiempo específico, siguiendo el principio de temporalidad. Esto implica establecer plazos y fechas límite para lograr cada objetivo, lo que ayuda a mantener el enfoque y la disciplina en el proceso de consultoría. El Planteamiento de Objetivos es una etapa crítica donde se establece la dirección y el rumbo del proyecto de consultoría empresarial, asegurando que las metas sean claras, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido para su logro.

Planeación de Desarrollo: En el Plan de Acción, se define la estrategia y las acciones específicas que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos establecidos. Esta etapa requiere un enfoque meticuloso y detallado, donde se delinear las actividades, los recursos necesarios, los responsables de cada tarea y los plazos de ejecución.

Para desarrollar un Plan de Acción efectivo, se deben considerar varios aspectos. En primer lugar, es fundamental identificar las acciones concretas que se deben realizar para alcanzar cada objetivo. Estas acciones deben ser claras, específicas y estar alineadas con los objetivos establecidos previamente.

Además, es importante asignar los recursos necesarios para llevar a cabo cada acción. Esto incluye recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales. Asimismo, se debe designar a los responsables de cada tarea, especificando claramente sus roles y responsabilidades. Otro aspecto clave en el Plan de Acción es establecer los plazos de ejecución para cada acción. Es importante definir fechas límite realistas y factibles, que permitan un seguimiento efectivo del progreso y aseguren que las acciones se completen a tiempo.

Plan de Acción debe incluir un sistema de seguimiento y control para monitorear el avance del proyecto. Esto puede incluir reuniones regulares de seguimiento, informes de progreso y la identificación temprana de posibles desviaciones para tomar medidas correctivas. Plan de Acción es una etapa crucial donde se define cómo se llevarán a cabo las acciones necesarias para alcanzar los objetivos establecidos. Requiere un enfoque detallado y preciso, asegurando que todas las actividades estén alineadas con los objetivos y que se asignen los recursos necesarios para su ejecución.

Implementación de Estrategias: En la etapa de Implementación de Estrategias, se llevan a cabo las acciones necesarias para poner en práctica las decisiones tomadas en la etapa de

Planeación. Es un momento clave donde se materializan los planes diseñados para alcanzar los objetivos establecidos.

Para garantizar el éxito en esta fase, es esencial contar con un liderazgo fuerte y comprometido, capaz de motivar y guiar a los equipos hacia la consecución de los objetivos. Además, la comunicación juega un papel fundamental, ya que es necesario informar y capacitar de manera clara y efectiva a todos los miembros de la organización sobre los cambios y mejoras que se van a implementar.

Durante la implementación, se deben establecer mecanismos de seguimiento y control para evaluar el progreso y detectar posibles desviaciones. Esto permite tomar medidas correctivas de manera oportuna y garantizar que se cumplan los plazos y presupuestos establecidos. La etapa de Implementación de Estrategias es fundamental para transformar las decisiones estratégicas en acciones concretas que conduzcan al logro de los objetivos empresariales. Requiere un enfoque disciplinado, una gestión eficaz y una comunicación abierta y transparente para asegurar el éxito de la implementación.

Evaluación de Resultados: El siguiente punto es la Evaluación de Resultados. Aquí se analiza el impacto de las estrategias implementadas en relación con los objetivos establecidos. Se recopilan datos y se comparan con los indicadores previamente definidos para determinar si se han alcanzado los resultados esperados.

Durante esta fase, se evalúa la efectividad de las acciones tomadas, identificando los aspectos que han funcionado bien y aquellos que requieren ajustes. Es importante realizar un análisis exhaustivo y objetivo para obtener conclusiones precisas sobre el desempeño de las estrategias implementadas.

La evaluación de resultados permite aprender de la experiencia y mejorar continuamente. Los resultados obtenidos sirven de base para futuras decisiones y acciones, ayudando a la empresa a mantenerse competitiva y adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio.

Plan de Seguimiento: En el último paso de la metodología de prestación de servicios de consultoría empresarial del Grupo Atenea, se lleva a cabo el Plan de Seguimiento. Esta etapa es crucial para garantizar que los cambios implementados continúen siendo efectivos a largo plazo y que la empresa cliente logre mantener y mejorar su desempeño.

El Plan de Seguimiento implica establecer mecanismos y procesos para monitorear de manera continua el cumplimiento de los objetivos, así como el impacto de las acciones tomadas. Se definen indicadores clave de desempeño (KPIs) y se establecen herramientas y sistemas para

recopilar datos relevantes. Durante esta fase, se realizan revisiones periódicas para evaluar el progreso y realizar ajustes si es necesario. Se identifican nuevas áreas de oportunidad y se implementan mejoras adicionales para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento continuo de la empresa cliente.

El Plan de Seguimiento también incluye la comunicación regular con el cliente, proporcionando informes de avance y resultados, así como asesoramiento y apoyo continuo para enfrentar nuevos desafíos y oportunidades que puedan surgir en el futuro. El Plan de Seguimiento asegura que los beneficios obtenidos a través de la consultoría empresarial se mantengan a lo largo del tiempo, permitiendo a la empresa cliente alcanzar sus metas y objetivos a largo plazo.

Diseño y Análisis de Capacidad de Producción

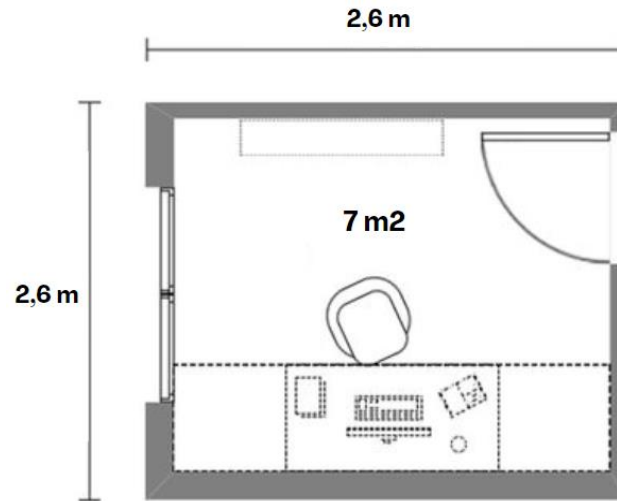
La capacidad de producción de servicios es un aspecto fundamental para el Grupo Atenea, ya que determina la cantidad de consultorías empresariales que pueden ofrecer en un período determinado sin comprometer la calidad de sus servicios.

Dado que el tiempo requerido para completar una consultoría puede variar según las necesidades y la complejidad de cada cliente, resulta más eficiente calcular cuántas consultorías podemos gestionar simultáneamente en un día sin que ello afecte la calidad de nuestros servicios. Este cálculo nos brindará una estimación de nuestra capacidad de trabajo semanal. En un día típico de trabajo, un consultor puede realizar hasta 3 reuniones con 3 clientes distintos.

Estas reuniones pueden corresponder a diferentes etapas de la consultoría, tales como la entrevista inicial, la presentación de la propuesta de planificación, la revisión de avances o la presentación de resultados finales, entre otras. Significa que el consultor atenderá a los diferentes clientes de manera simultánea, pero no necesariamente en la misma parte del proceso. Al poder atender a 3 clientes diarios, podemos calcular que, en una semana laboral estándar de 5 días, podremos gestionar hasta 15 clientes diferentes sin sobrecargar a ningún consultor. Es importante que cada consultor elabore un horario semanal detallado para atender a cada cliente, asegurando así un servicio de calidad y una distribución equitativa de la carga de trabajo. De esta manera, el Grupo Atenea tiene la capacidad de ofrecer 15 servicios de consultoría empresarial por consultor durante la duración de cada proyecto. Una vez finalizado un servicio, el consultor puede agregar otro siempre que tenga disponibilidad, permitiendo así una gestión eficiente de la capacidad de trabajo del equipo.

Diseño y Análisis de Planta

Figura 29. Diseño de la planta de producción.



La primera oficina del grupo Atenea es un espacio compacto y funcional, diseñado para maximizar la eficiencia en un área limitada. Con dimensiones de 2,6 metros por lado, esta oficina tiene un área total de 7 metros cuadrados. En un costado de la habitación se encuentra un escritorio, que sirve como el punto focal de trabajo. Este escritorio proporciona un espacio adecuado para colocar un computador y realizar tareas administrativas y el uso de herramientas digitales para las actividades de consultoría; al frente y al lado de este escritorio se encuentran colgados dos tableros. Para garantizar la comodidad durante las horas de trabajo, la oficina está equipada con una silla de oficina ergonómica, que brinda un soporte adecuado para la espalda y los brazos. Además, la oficina cuenta con una cómoda que sirve para almacenar elementos de oficina, como documentos, útiles de escritura y otros materiales necesarios para el trabajo diario. Sobre la cómoda, se encuentra una cafetera y una impresora, facilitando así el acceso a bebidas calientes y la impresión de documentos de forma rápida y sencilla.

Plan de Producción

El grupo Atenea se basa en la capacidad de producción y en los resultados de la encuesta para diseñar su plan de producción. La frecuencia con la que las empresas contratan los servicios de consultoría determina la duración de cada proyecto. Por ejemplo, si una empresa contrata

servicios mensuales, esto implica un proyecto mensual por cada contratación, estos proyectos son renovados según las especificaciones y necesidades del cliente, pueden ser proyectos recurrentes como un análisis financiero periódico; o no recurrente como sería la implementación de una propuesta de desarrollo diferente por cada contratación. De esta manera, el plan de producción de Grupo Atenea se adapta a las necesidades específicas de cada cliente, garantizando un enfoque personalizado y eficiente en cada proyecto.

El plan de producción de Grupo Atenea busca determinar la cantidad de servicios que la empresa llevará a cabo cada año, dividiéndolos en diferentes tipos de proyectos según su frecuencia y demanda. Para lograr esto, se utilizarán los resultados de la encuesta sobre la preferencia de las empresas en la contratación de servicios de consultoría. Esta encuesta proporciona una aproximación al comportamiento de la población de empresas en Villavicencio, lo que permite a Grupo Atenea calcular su oferta de servicios para satisfacer las necesidades del mercado de manera más precisa y eficiente.

La encuesta muestra que la mayoría de las empresas encuestadas prefieren contratar servicios de consultoría para proyectos semestrales, representando el 35,30% de las contrataciones. Le sigue la contratación mensual con un 23,50%, lo que indica que un cuarto de las empresas prefiere proyectos de consultoría que se extiendan por un mes. Los proyectos trimestrales también son populares, con un 20,60% de las contrataciones, seguidos de los proyectos anuales con un 17,60%. Los proyectos semanales tienen la menor preferencia, con solo un 2,90% de las contrataciones.

Con base en los resultados de la encuesta, podemos determinar el número de empresas por cada tipo de proyecto que un consultor manejará de forma simultánea. Si consideramos que un consultor puede manejar hasta 15 empresas simultáneamente, podemos distribuir esta capacidad de acuerdo con la preferencia de contratación de las empresas en cada tipo de proyecto. Por ejemplo, si el 35,30% de las empresas prefieren proyectos semestrales, un consultor podría manejar aproximadamente 5 empresas con proyectos semestrales al mismo tiempo. De manera similar, si el 23,50% de las empresas prefieren proyectos mensuales, un consultor podría manejar alrededor de 4 empresas con proyectos mensuales simultáneamente. Este enfoque permite a Grupo Atenea asignar de manera efectiva a sus consultores, asegurando que cada uno tenga una carga de trabajo equilibrada y pueda brindar un servicio de calidad a sus clientes. La siguiente tabla ilustrará los datos obtenidos.

Tabla 12. *Número de servicios por tipo de proyecto.*

Tipo de Proyecto	Porcentaje de contratación	Servicios X Consultor
Semanal	2,90%	0,435
Anual	17,60%	2,64
Trimestral	20,60%	3,09
Mensual	23,50%	3,525
Semestral	35,30%	5,295

Esta tabla muestra el número aproximado de servicios por tipo de proyecto que un consultor puede manejar simultáneamente, basado en la capacidad de un consultor para manejar hasta 15 empresas al mismo tiempo. El cálculo se realiza multiplicando 15 por el porcentaje de contratación de cada tipo de proyecto.

La tabla proporciona una representación clara de cómo se distribuye la capacidad de un consultor en función de diferentes tipos de proyectos de consultoría. Cada entrada en la tabla muestra el número aproximado de servicios que un consultor puede manejar simultáneamente para cada tipo de proyecto. La suma de los resultados de la tabla da como resultado 15, lo que indica que la capacidad total de un consultor se distribuye de manera equitativa entre los diferentes tipos de proyectos.

Para determinar el total de servicios por tipo de proyecto en un año, se multiplicará la cantidad de servicios determinada por tipo de proyecto, por la frecuencia con la que este servicio se renueva en el año. Este enfoque permite calcular cuántos servicios de cada tipo se completarán en el transcurso de un año, considerando tanto la capacidad de los consultores como la duración de cada proyecto. Por ejemplo, si un consultor puede manejar hasta 3 proyectos trimestrales simultáneamente y un proyecto trimestral se renueva cuatro veces en un año, entonces el total de servicios por tipo de proyecto en el año sería 3 (proyectos trimestrales por consultor) multiplicado por 4 (renovaciones en el año), lo que resulta en 12 servicios trimestrales en el año.

Este cálculo se repetirá para cada tipo de proyecto y para cada consultor, lo que proporcionará una visión clara del total de servicios que Grupo Atenea puede manejar y completar en un año en función de la capacidad de sus consultores y la demanda de los diferentes tipos de

proyectos. La tabla a continuación presenta la información dada. En la tabla a continuación se presenta de manera más precisa el número estimado de servicios de consultoría realizados en el año por cada tipo de proyectos.

Tabla 13. Número de servicios en el año.

Tipo de Proyecto	Servicios X Consultor	Renovación de contratación en un año	Total de servicios en el año
Semanal	0,435	48	20,88
Anual	2,64	1	2,64
Trimestral	3,09	4	12,36
Mensual	3,525	12	42,3
Semestral	5,295	2	10,59

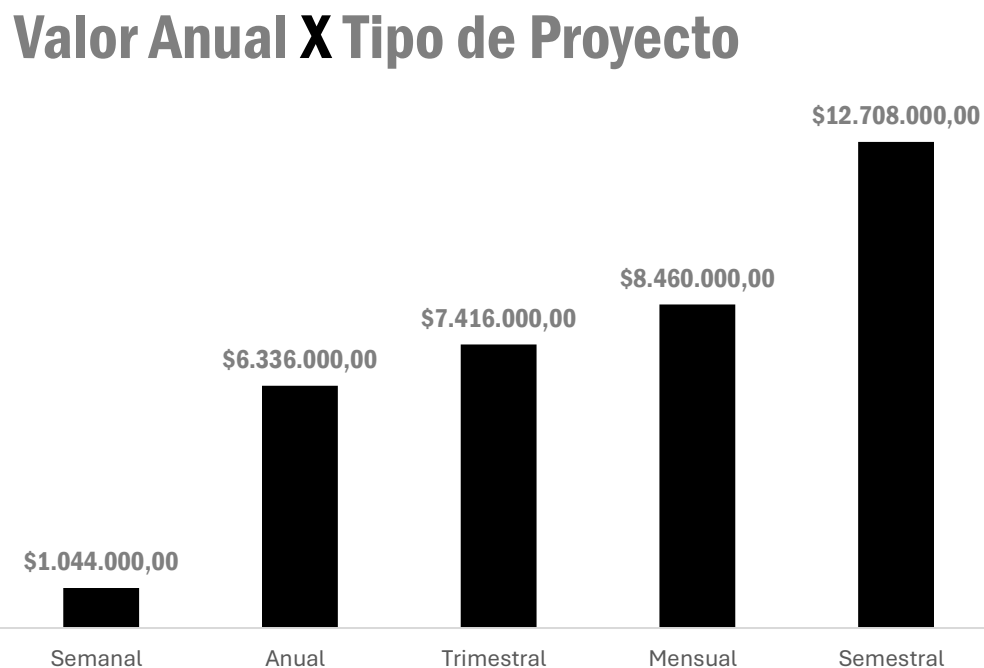
La tabla proporciona una visión detallada del total de servicios por tipo de proyecto que un consultor del Grupo Atenea puede manejar en un año, considerando la capacidad de los consultores y la frecuencia de renovación de cada tipo de proyecto. Según los resultados, para proyectos semanales se estima un total de 20,88 servicios en el año, mientras que para proyectos anuales se estima un total de 2,64 servicios. Los proyectos trimestrales suman un total de 12,36 servicios anuales, y los proyectos mensuales alcanzan un total de 42,3 servicios por año. Por último, los proyectos semestrales tienen un total de 10,59 servicios en el año. Estos datos proporcionan a Grupo Atenea información crucial para la planificación de recursos y la gestión eficiente de proyectos, permitiéndoles satisfacer la demanda del mercado de manera efectiva. Por lo tanto, un solo consultor del grupo Atenea puede prestar sus servicios a más de 88 empresas en total.

Para determinar el valor total anual para cada tipo de proyecto, se multiplicará el total de servicios en el año por el valor de cada servicio. Este enfoque permite calcular cuánto ingreso generará Grupo Atenea por cada tipo de proyecto en un año, considerando tanto la cantidad de servicios como su valor individual. La tabla a continuación presenta los resultados del cálculo.

Tabla 14. Valor total anual 2025.

Tipo de Proyecto	Total de servicios en el año	Valor del Servicio	Valor Total Anual
Semanal	20,88	\$ 50.000,00	\$ 1.044.000,00
Anual	2,64	\$ 2.400.000,00	\$ 6.336.000,00
Trimestral	12,36	\$ 600.000,00	\$ 7.416.000,00
Mensual	42,3	\$ 200.000,00	\$ 8.460.000,00
Semestral	10,59	\$ 1.200.000,00	\$ 12.708.000,00
TOTAL			\$ 35.964.000,00

Los resultados muestran el valor total anual generado por cada tipo de proyecto para Grupo Atenea. Para proyectos semanales, el valor total anual es de \$1.044.000,00, lo que refleja el ingreso generado por la prestación de servicios de consultoría en base a la demanda semanal estimada. En cuanto a proyectos anuales, el valor total anual asciende a \$6.336.000,00, lo que indica un ingreso significativo debido a la duración prolongada de estos proyectos. Los proyectos trimestrales generan un valor total anual de \$7.416.000,00, mostrando una sólida contribución al ingreso total de la empresa. Por otro lado, los proyectos mensuales aportan un valor total anual de \$8.460.000,00, lo que refleja una demanda constante y significativa a lo largo del año. Finalmente, los proyectos semestrales generan el mayor valor total anual, alcanzando los \$12.708.000,00, lo que sugiere una demanda sólida y una duración intermedia en comparación con otros tipos de proyectos. En total, un consultor generará aproximadamente \$ 35.964.000,00 de pesos para finalizar el año 2025. Estos resultados proporcionan una visión clara del impacto financiero de cada tipo de proyecto en los ingresos totales de Grupo Atenea, lo que les permite tomar decisiones informadas y estratégicas para el crecimiento y la gestión eficiente de la empresa. Los resultados se ilustran en la siguiente gráfica.

Figura 30. Valor anual por tipo de proyecto.

Estimación mes a mes del servicio de consultoría

Para estimar la oferta mensual de un solo consultor de Grupo Atenea, se multiplicará el número máximo de servicios que un consultor puede ofrecer para cada tipo de proyecto por el valor del servicio. Este enfoque permitirá calcular cuánto ingreso puede generar un consultor en un mes en función de la capacidad de producción y el valor de los servicios. Este cálculo se repetirá para cada tipo de proyecto, lo que proporcionará una visión detallada de la capacidad de producción mensual de un consultor y su contribución al ingreso total de Grupo Atenea. Los resultados obtenidos se evidencian en la siguiente tabla.

Tabla 15. Valor total del servicio.

Tipo de Proyecto	Servicios X Consultor	Valor del Servicio	Total del valor del servicio
Semanal	0,4350	\$ 50.000,00	\$ 21.750
Anual	2,6400	\$ 2.400.000,00	\$ 6.336.000
Trimestral	3,0900	\$ 600.000,00	\$ 1.854.000
Mensual	3,5250	\$ 200.000,00	\$ 705.000
Semestral	5,2950	\$ 1.200.000,00	\$ 6.354.000

Con la información disponible, es posible calcular el valor mes a mes a lo largo del año, ingresando el valor de cada tipo de proyecto en el momento en que se reciben los pagos según su frecuencia. Por ejemplo, los proyectos anuales requerirán un único pago en el año, por lo que este será registrado en el mes de enero. En el caso de los proyectos trimestrales, estos se registrarán cada 3 meses, reflejando los pagos correspondientes en los meses de enero, abril, julio y octubre. De manera similar, los proyectos mensuales se registrarán cada mes, mientras que los proyectos semestrales se registrarán cada 6 meses. Este enfoque permitirá a Grupo Atenea tener una visión clara de sus ingresos mensuales a lo largo del año, lo que facilitará la planificación financiera y la toma de decisiones estratégicas para el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa. Los valores estimados se presentan en la siguiente tabla. Posteriormente se ilustrarán los datos a través de una gráfica que describa su comportamiento a lo largo del año.

Tabla 16. *Estimación de la producción mes a mes.*

	2025
Enero	\$ 15.336.000
Febrero	\$ 792.000
Marzo	\$ 792.000
Abril	\$ 2.646.000
Mayo	\$ 792.000
Junio	\$ 7.146.000
Julio	\$ 2.646.000
Agosto	\$ 792.000
Septiembre	\$ 792.000
Octubre	\$ 2.646.000
Noviembre	\$ 792.000
Diciembre	\$ 792.000
TOTAL	\$ 35.966.025,00

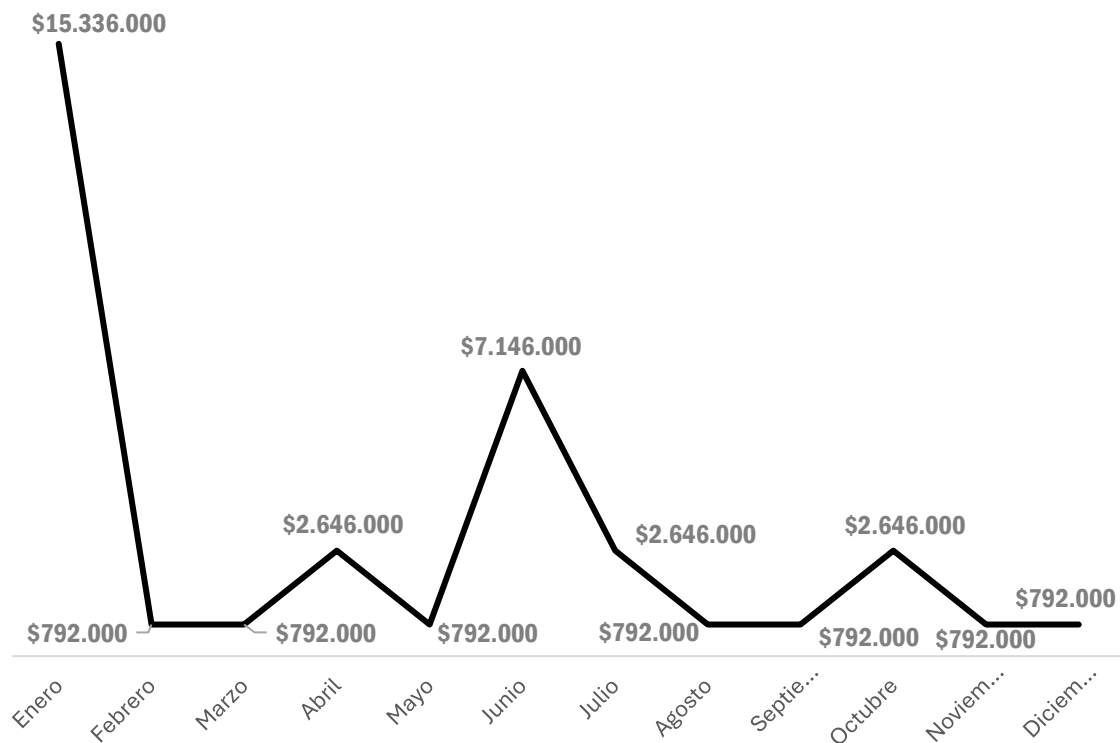
Los resultados muestran el valor mensual estimado que Grupo Atenea recibirá durante el año 2025 por la prestación de servicios de consultoría. En enero, se espera recibir un total de \$15.336.000, lo que corresponde principalmente a los pagos por proyectos anual, trimestral,

mensual y semanal. Los meses de febrero, marzo, abril, mayo, agosto, septiembre, noviembre y diciembre muestran un valor constante de \$792.000, que representan pagos por proyectos solo mensuales y semanales. En abril, julio y octubre, se esperan ingresos más altos de \$2.646.000, lo que corresponde a los pagos por proyectos trimestrales. El mes de junio muestra un valor más alto con \$7.146.000, lo que sugiere que es cuando se reciben los pagos por proyectos semestrales. Se recalca que cada mes se ingresan los valores mensuales y semanales.

Estos resultados proporcionan a Grupo Atenea una visión detallada de sus ingresos mensuales esperados a lo largo del año, lo que les permite planificar y gestionar sus recursos de manera eficaz. La siguiente figura ilustra la estimación de la producción mes a mes a lo largo del año 2025.

Figura 31. Estimación de la producción mes a mes.

Estimación de la Producción 2025



Estudio Organizacional

Misión

Nuestra misión es impulsar la transformación digital de las empresas mediante la implementación de soluciones innovadoras basadas en los principios de la Industria 4.0. Nos comprometemos a optimizar procesos, mejorar la eficiencia operativa y aumentar la competitividad de nuestros clientes a través de tecnologías avanzadas como el internet de las cosas (IoT), la inteligencia artificial, el big data y la automatización inteligente. Trabajamos con un enfoque personalizado y estratégico para acompañar a las organizaciones en su evolución hacia la era digital.

Visión

Convertirnos en líderes globales en consultoría 4.0, con presencia en cinco continentes y en más de 50 países para el primero de enero de 2045. Nuestro objetivo es ofrecer un portafolio innovador de servicios, productos y modelos de negocio basados en tecnologías disruptivas, diseñados para transformar digitalmente organizaciones, impulsar su crecimiento y contribuir al desarrollo de un entorno industrial más eficiente y conectado a nivel mundial.

Valores

1. **Innovación Transformadora:** Nos comprometemos a ser líderes en la implementación de tecnologías disruptivas que revolucionan los modelos de negocio. A través de la adopción de herramientas como inteligencia artificial, automatización y análisis de big data, ayudamos a nuestros clientes a reimaginar sus procesos, creando un impacto positivo y duradero en su competitividad y crecimiento.
2. **Estrategia Creativa:** Nuestra filosofía combina el rigor del análisis con el poder de la creatividad. Desarrollamos soluciones estratégicas innovadoras y adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente. Este enfoque nos permite abordar problemas complejos con

originalidad, generando ideas frescas que llevan a nuestros clientes a nuevos niveles de éxito y diferenciación en el mercado.

3. **Pasión y Libertad:** Nos impulsa la pasión por lo que hacemos, y creemos en el poder de la libertad para innovar y explorar nuevas posibilidades. Fomentamos un entorno en el que nuestros colaboradores y clientes se sientan empoderados para crear, desafiar los límites y tomar decisiones audaces que transformen su realidad empresarial.
4. **Colaboración con el Medio Ambiente:** Reconocemos la importancia de la sostenibilidad en la era digital y nos comprometemos a integrar soluciones tecnológicas que respeten y protejan el medio ambiente. Trabajamos de la mano con nuestros clientes para desarrollar estrategias que minimicen el impacto ecológico y promuevan un desarrollo empresarial responsable, fomentando un equilibrio entre progreso y preservación.
5. **Simplicidad y Belleza:** Creemos que las soluciones más efectivas son también las más simples. Diseñamos estrategias y procesos claros, eficientes y fáciles de implementar, sin sacrificar la estética ni el diseño. Nos esforzamos por ofrecer soluciones elegantes que combinen funcionalidad y belleza, haciendo que la tecnología compleja sea accesible y atractiva para todos.

Objetivos Estratégicos

Objetivos a Corto Plazo (3 meses – 6 meses)

1. **Crear y desarrollar una presencia activa en redes sociales (Instagram, LinkedIn y Facebook).**

Descripción SMART:

- **Específico:** Crear perfiles profesionales en Instagram, LinkedIn y Facebook para promocionar servicios de consultoría, análisis de datos y automatización, y generar contenido valioso que aumente el reconocimiento de marca y atraiga clientes potenciales.
- **Medible:** Alcanzar 500 seguidores combinados en las tres plataformas, lograr una tasa de interacción (likes, comentarios, shares) de al menos el 5% y publicar al menos 4 veces por semana en cada plataforma.

- **Alcanzable:** Es factible con una estrategia de contenido clara y constante, utilizando herramientas de programación de publicaciones y creando contenido atractivo.
- **Relevante:** Establecer una presencia sólida en redes sociales es fundamental para generar confianza, interactuar con clientes potenciales y destacar como un profesional en consultoría 4.0, análisis de datos y automatización.
- **Tiempo definido:** Lograr estos objetivos en un plazo de 3 a 6 meses.

Plan de acción detallado por meses:

Mes 1 (Semana 1-4):

- **Semana 1-2:**
 - Crear perfiles profesionales en Instagram, LinkedIn y Facebook.
 - Diseñar logos y elementos visuales que unifiquen la imagen de la marca.
 - Publicar la primera biografía en cada plataforma, destacando quienes somos, qué hacemos, y cómo podemos ayudar a las organizaciones con nuestros servicios de consultoría 4.0.
 - Publicar una presentación personal con foto, describiendo la experiencia y objetivos del empresario.
 - Publicar una primera pieza de contenido en cada red (artículo en LinkedIn, foto o video en Instagram y Facebook).
- **Semana 3-4:**
 - Definir un calendario de contenido para los próximos 2 meses.
 - Empezar a generar contenido en torno a temas como el análisis de datos, automatización, uso de herramientas como Excel, Power BI, Python, etc.
 - Publicar al menos 2 veces por semana en cada red social: una publicación educativa (ejemplos de cómo el análisis de datos puede transformar una empresa) y una publicación de presentación o engagement (interactuar con la audiencia, hacer preguntas, encuestas, etc.).

Mes 2 (Semana 5-8):

- **Semana 5-6:**
 - Aumentar la frecuencia de publicaciones a 4 veces por semana en cada plataforma.

- Participar activamente en grupos de LinkedIn y páginas de Facebook relevantes (consultoría, análisis de datos, startups).
- Analizar los primeros resultados de engagement: identificar qué tipo de contenido tiene más éxito.
- **Semana 7-8:**
 - Iniciar campañas pequeñas de anuncios en Instagram y Facebook para llegar a un público más amplio, con un presupuesto inicial limitado.
 - Empezar a crear contenido en video (reels en Instagram, tutoriales en LinkedIn, videos cortos en Facebook).
 - Continuar interactuando con los seguidores y agradecer los comentarios/interacciones.

Mes 3 (Semana 9-12):

- **Semana 9-10:**
 - Evaluar el crecimiento en seguidores y engagement. Ajustar el tipo de contenido basado en las métricas.
 - Desarrollar una estrategia de crecimiento orgánico en LinkedIn, conectando con profesionales del sector.
 - Publicar estudios de caso de proyectos o ejemplos prácticos donde el análisis de datos haya generado resultados.
- **Semana 11-12:**
 - Mantener la frecuencia de publicaciones y ajustar las campañas de anuncios.
 - Crear una estrategia de colaboración con influencers o figuras relevantes dentro del sector (por ejemplo, repostear contenido de profesionales de datos, comentar en sus publicaciones).

Mes 4-6 (Semana 13-24):

- Aumentar la inversión en anuncios según el retorno observado en las primeras campañas.
- Explorar contenido de mayor valor agregado como webinars, guías descargables o ebooks para atraer clientes potenciales.
- Crear y medir retos o concursos para aumentar el engagement (ej. "Retos de datos de 7 días").

Crear una página web profesional para la empresa de consultoría 4.0

Descripción SMART:

- **Específico:** Diseñar y lanzar una página web profesional que describa los servicios ofrecidos, muestre casos de éxito, tenga un blog sobre temas de análisis de datos y automatización, y ofrezca una manera fácil para que los clientes se contacten con la empresa
- **Medible:** La página debe tener al menos 5 secciones: Inicio, Sobre mí, Servicios, Blog y Contacto, y generar al menos 100 visitas al mes en los primeros 3 meses después de su lanzamiento.
- **Alcanceable:** Es factible utilizando plataformas como WordPress, Wix o Squarespace, o delegando el diseño a un freelance.
- **Relevante:** Una página web profesional será la tarjeta de presentación online de la empresa, mejorando la credibilidad y facilitando la captación de clientes.
- **Tiempo definido:** Lograr el lanzamiento en un plazo de 3 meses.

Plan de acción detallado por meses:

Mes 1 (Semana 1-4):

- **Semana 1-2:**
 - Elegir una plataforma para el desarrollo de la web (ej. WordPress, Wix).
 - Comprar un dominio y elegir un hosting.
 - Esbozar el contenido para cada página:
 - **Inicio:** Descripción clara y concisa de los servicios.
 - **Sobre mí:** Experiencia, visión y objetivos.
 - **Servicios:** Detallar los servicios que ofreces (consultoría de datos, automatización, etc.).
 - **Blog:** Plan de contenido con al menos 3 artículos iniciales sobre temas de análisis de datos y consultoría 4.0.
 - **Contacto:** Formularios, email y enlaces a redes sociales.
- **Semana 3-4:**
 - Contratar o diseñar plantillas básicas y empezar a desarrollar la web.

- Definir los colores, tipografía y estilo visual que unificará tu presencia online.
- Crear una landing page temporal mientras completas el desarrollo completo.

Mes 2 (Semana 5-8):

- **Semana 5-6:**

- Continuar agregando contenido a la página web (finalizar las secciones de inicio, sobre mí y servicios).
- Redactar los primeros artículos del blog.
- Hacer pruebas de funcionalidad, usabilidad y diseño en dispositivos móviles y de escritorio.

- **Semana 7-8:**

- Finalizar el diseño y contenido de todas las secciones.
- Revisar y mejorar el SEO de la página para mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda.
- Hacer pruebas beta con personas cercanas para recibir feedback.

Mes 3 (Semana 9-12):

- **Semana 9-10:**

- Lanzar la página oficialmente.
- Promocionar la página en redes sociales y enviar notificaciones a tus contactos profesionales.
- Comenzar a monitorear el tráfico y la interacción de los usuarios.

- **Semana 11-12:**

- Publicar al menos 2 artículos de blog adicionales.
- Evaluar métricas y optimizar el contenido según la interacción.

Objetivos a largo plazo

1. Expansión Nacional y Consolidación del Mercado

- Meta: Establecer presencia en **5 ciudades principales de Colombia** (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga) para ofrecer servicios de consultoría empresarial.
- Específica: Abrir al menos una oficina en cada ciudad, con un equipo de consultores locales que trabajen bajo los lineamientos de Grupo Atenea.

- **Medible:** Tener una cartera de **al menos 50 clientes** activos en cada ciudad, y generar ingresos anuales de **al menos \$1.5 mil millones COP** por ciudad.
- **Alcanzable:** Usar los resultados exitosos de Villavicencio como modelo y replicar la estrategia, ampliando la oferta de servicios y aprovechando contactos locales en cada ciudad.
- **Relevante:** Expandir a nivel nacional permite diversificar ingresos y reforzar la marca en el sector de consultoría.

Tiempo: Alcanzar esta meta en un plazo de **5 años**.

Plan de acción detallado por años:

En el **primer año**, el Grupo Atenea se centrará en realizar un exhaustivo estudio de mercado en las cinco ciudades objetivo: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Durante este tiempo, también se definirá el modelo de negocio específico para cada ciudad, tomando en cuenta las características del mercado local. Asimismo, se establecerán alianzas estratégicas con proveedores locales para facilitar la entrada en estos nuevos mercados.

En el **segundo año**, se abrirán las primeras oficinas en Bogotá y Medellín. Esto incluirá la contratación y capacitación de consultores locales para operar bajo los estándares del Grupo Atenea. Al mismo tiempo, se lanzarán campañas de marketing para captar los primeros clientes, con el objetivo de alcanzar al menos 20 clientes activos en cada ciudad antes de finalizar el año.

El **tercer año** estará dedicado a la expansión hacia Cali, con la apertura de una oficina en esta ciudad. Mientras tanto, los equipos en Bogotá y Medellín continuarán creciendo y se trabajará para aumentar la base de clientes a 50 en total entre ambas ciudades. En Cali, se buscará alcanzar al menos 20 clientes antes de fin de año, consolidando la presencia de la empresa en esta nueva región.

Para el **cuarto año**, el Grupo Atenea abrirá oficinas en Barranquilla y Bucaramanga, completando así su expansión hacia las cinco ciudades objetivo. En este punto, el objetivo será asegurar una base de al menos 50 clientes activos en cada ciudad y afianzar los equipos de consultores locales. También se implementarán estrategias de fidelización de clientes para fortalecer las relaciones comerciales en las ciudades ya establecidas.

En el **quinto año**, el enfoque estará en la consolidación y evaluación del rendimiento en cada ciudad. Se espera tener una cartera activa de 50 clientes por ciudad y generar ingresos

anuales de al menos \$1.5 mil millones COP por cada oficina. Además, se revisarán las operaciones y se planificarán posibles expansiones hacia otras regiones de Colombia, dependiendo de los resultados obtenidos.

Desarrollo de Soluciones Digitales Automatizadas

Descripción SMART:

- **Meta:** Crear y lanzar una plataforma digital de análisis de datos y consultoría automatizada que permita a las PYMEs acceder a recomendaciones personalizadas basadas en inteligencia artificial.
- **Específica:** Desarrollar una plataforma SaaS (Software as a Service) que automatice los procesos básicos de consultoría, incluyendo el análisis de datos financieros y operativos.
- **Medible:** Tener más de 1,000 suscripciones activas en la plataforma y generar al menos \$2 millones COP mensuales en ingresos recurrentes para el final del año 5.
- **Alcanzable:** Utilizar la experiencia y los conocimientos del equipo en BI e inteligencia empresarial para desarrollar la plataforma, junto con alianzas tecnológicas estratégicas.
- **Relevante:** Digitalizar los servicios permitirá escalar el negocio y ofrecer soluciones accesibles a empresas con presupuestos limitados.
- **Tiempo:** Completar el desarrollo y lanzamiento en 3 años, y alcanzar las metas de suscripción e ingresos en 5 años.

Plan de acción detallado por años:

En el **primer año**, el Grupo Atenea comenzará con la investigación del mercado para identificar las necesidades tecnológicas de las PYMEs que podrían beneficiarse de una plataforma de análisis de datos automatizada. Paralelamente, se definirá el concepto general de la plataforma y se buscarán alianzas estratégicas con desarrolladores y proveedores de tecnología que puedan ayudar en la creación del software.

Durante el **segundo año**, se desarrollará un prototipo básico de la plataforma SaaS. Este prototipo será probado internamente con algunas empresas piloto para identificar posibles errores y mejorar las funcionalidades. Además, se establecerá una estructura de precios para el servicio, lo que permitirá preparar el terreno para el lanzamiento oficial.

En el **tercer año**, se llevará a cabo el lanzamiento oficial de la plataforma al mercado. Se ofrecerán precios promocionales para captar a los primeros 200 usuarios. Para generar tráfico hacia la plataforma, se implementarán campañas de marketing digital, incluidas estrategias de SEO y publicidad en redes sociales, que atraerán a empresas interesadas en los beneficios de la automatización de datos.

Durante el **cuarto año**, el enfoque será en la expansión de la base de usuarios, buscando llegar a 500 suscriptores activos. Para este momento, se ampliarán las funcionalidades de la plataforma según las sugerencias y comentarios de los usuarios iniciales, lo que permitirá mejorar la personalización de las recomendaciones basadas en inteligencia artificial.

Finalmente, en el **quinto año**, la meta será alcanzar al menos 1,000 suscriptores activos en la plataforma y generar ingresos recurrentes de al menos \$2 millones COP mensuales. Para agregar valor adicional, se introducirán funcionalidades premium que ofrezcan beneficios exclusivos a los clientes. Al final del quinto año, se evaluará el rendimiento de la plataforma y se considerarán posibles expansiones o mejoras adicionales para seguir creciendo en el mercado digital.

Estructura Orgánica del Grupo Atenea

La estructura organizativa del Grupo Atenea estará diseñada para maximizar la eficiencia y permitir un manejo adecuado de sus múltiples áreas de servicios, así como para responder a sus necesidades operativas en constante evolución. Dado que la empresa ofrece una amplia gama de soluciones en consultoría empresarial, desarrollo tecnológico, análisis de datos, y gestión estratégica, la organización se estructurará de manera **jerárquica y funcional**. Esto significa que cada departamento cumplirá un rol especializado dentro de la empresa, alineado con las áreas de servicio que ofrece el Grupo Atenea, lo que garantizará que cada función se gestione de manera óptima y con un enfoque claro hacia los objetivos estratégicos de la empresa.

Cada departamento estará liderado por un gerente especializado, responsable de supervisar las actividades de su equipo, garantizar la calidad del trabajo, y reportar directamente al director general. Este enfoque jerárquico facilita una comunicación eficiente y asegura que las decisiones estratégicas fluyan desde la alta dirección hacia las operaciones diarias. Al mismo tiempo, la estructura funcional permitirá que cada área se concentre en su especialidad, asegurando que los proyectos se desarrollen con la máxima calidad y que los clientes reciban soluciones adaptadas a sus necesidades específicas.

De esta manera, el Grupo Atenea podrá mantener un enfoque integral pero organizado en todas sus áreas de negocio, desde la consultoría hasta el desarrollo de tecnologías y la atención al cliente, asegurando su crecimiento sostenible y su consolidación en el mercado de Villavicencio y otras ciudades del país. A continuación, se presenta el requerimiento de personal dentro de la estructura orgánica de la empresa:

1. Director General

El director general es la figura central en la estructura organizativa del Grupo Atenea, responsable de liderar la empresa hacia el cumplimiento de sus metas estratégicas y el crecimiento sostenido. Como máximo responsable de la toma de decisiones clave, el director general establece la dirección a largo plazo de la empresa, definiendo las estrategias y objetivos que guiarán el desarrollo del negocio. Esta persona debe tener una visión clara y holística de la industria, así como la capacidad de anticipar oportunidades y desafíos en el entorno empresarial.

Además de supervisar el funcionamiento general de la empresa, el director general es el encargado de representar al Grupo Atenea ante socios estratégicos, inversionistas y clientes de alto

nivel, fortaleciendo relaciones comerciales y forjando alianzas clave para el crecimiento y la expansión. Esta figura no solo se ocupa de la planificación a largo plazo, sino también de asegurar que los proyectos más importantes se ejecuten con éxito, alineando todos los recursos y departamentos de la empresa en función de los objetivos estratégicos definidos.

2. Departamento de Consultoría:

- **Gerente de Consultoría:** Supervisa el equipo de consultores y se asegura de que los proyectos de consultoría empresarial se lleven a cabo con eficiencia y calidad. También se encarga de coordinar el diagnóstico y la implementación de soluciones personalizadas para los clientes.
- **Consultores Especializados:** Profesionales divididos por áreas de expertise (finanzas, operaciones, talento humano, marketing, etc.), responsables de asesorar a las empresas clientes, analizar datos y proponer mejoras.
- **Analista de Datos:** Encargado de la recolección, limpieza, análisis y visualización de datos empresariales, utilizando herramientas como Power BI y Tableau para generar informes para los consultores y clientes.

3. Departamento de Desarrollo de Soluciones Digitales

- **Gerente de Desarrollo de Tecnología:** Encargado del diseño y supervisión de la plataforma SaaS y cualquier herramienta tecnológica que la empresa implemente. Trabaja en conjunto con los analistas y desarrolladores.

- **Equipo de Desarrolladores:** Programadores y diseñadores especializados en el desarrollo de la plataforma de análisis de datos e inteligencia empresarial que Grupo Atenea ofrecerá a los clientes.

- **Especialista en Inteligencia Artificial:** Responsable de implementar técnicas avanzadas de IA para mejorar las funcionalidades de la plataforma y proporcionar recomendaciones personalizadas.

4. Departamento de Finanzas y Administración

- **Gerente Financiero:** Supervisa las finanzas de la empresa, maneja el presupuesto, controla costos y evalúa las inversiones. Además, se encarga de la planificación financiera a largo plazo.
- **Contador:** Responsable de la contabilidad diaria, elaboración de estados financieros y cumplimiento de las obligaciones fiscales de la empresa.

5. Departamento de Marketing y Ventas

- Gerente de Marketing y Ventas: Diseña estrategias de marketing y ventas, supervisa las campañas de marketing digital, redes sociales y generación de leads.
- Equipo de Marketing Digital: Especialistas en redes sociales, SEO y campañas publicitarias digitales. Trabajan para aumentar la visibilidad de la marca y atraer clientes.
- Ejecutivo de Ventas: Encargado de gestionar relaciones comerciales, atender a clientes potenciales y cerrar contratos de consultoría.

6. Departamento de Atención al Cliente

- Gerente de Atención al Cliente: Supervisa la relación con los clientes, asegurando la satisfacción y el seguimiento continuo de los proyectos.
- Representantes de Servicio al Cliente: Profesionales responsables de responder a las consultas de los clientes, gestionar quejas y reclamaciones, y coordinar el soporte técnico y administrativo.

Manual de Funciones

1. Director General

- **Objetivo del Cargo:** Liderar la dirección estratégica de la empresa, tomando decisiones clave para el crecimiento sostenible y la expansión.
- **Funciones Principales:**
 - Definir y ejecutar la estrategia general de la empresa.
 - Tomar decisiones clave en relación con la visión, misión y objetivos a largo plazo.
 - Supervisar el desempeño de los departamentos y garantizar el alineamiento con las metas de la empresa.
 - Representar a la empresa ante socios estratégicos, inversionistas y clientes de alto nivel.
 - Evaluar oportunidades de crecimiento y planificar la expansión a nuevas ciudades o mercados.

2. Gerente de Consultoría

- **Objetivo del Cargo:** Coordinar y supervisar los proyectos de consultoría, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad y las expectativas del cliente.

- **Funciones Principales:**

- Supervisar el equipo de consultores y coordinar los proyectos en curso.
- Asignar recursos a cada proyecto según las necesidades y capacidades del equipo.
- Asegurar la entrega oportuna de los proyectos y que los resultados sean acordes a los objetivos del cliente.
- Desarrollar nuevas metodologías y enfoques para optimizar los procesos de consultoría.
- Mantener comunicación constante con los clientes para garantizar su satisfacción.

3. Consultores Especializados

- **Objetivo del Cargo:** Proporcionar soluciones personalizadas en áreas clave como finanzas, operaciones, talento humano, marketing, etc.

- **Funciones Principales:**

- Realizar diagnósticos detallados de las necesidades del cliente.
- Desarrollar planes estratégicos y soluciones a medida para mejorar los procesos y el rendimiento del cliente.
- Implementar soluciones prácticas y realizar seguimiento para evaluar su efectividad.
- Colaborar con otros consultores para integrar soluciones multidisciplinarias.
- Generar reportes de avance y resultados para los clientes y el gerente de consultoría.

4. Analista de Datos

- **Objetivo del Cargo:** Analizar y transformar datos para proporcionar información relevante que ayude a la toma de decisiones.

- **Funciones Principales:**

- Recolectar, limpiar y analizar datos de las empresas clientes.
- Crear dashboards y visualizaciones usando herramientas como Power BI y Tableau.
- Identificar patrones y tendencias que ayuden a los consultores a proponer soluciones.
- Producir informes y análisis detallados para apoyar la toma de decisiones estratégicas.

5. Gerente de Desarrollo de Tecnología

- **Objetivo del Cargo:** Liderar el desarrollo tecnológico de la empresa, supervisando la creación de soluciones digitales.
- **Funciones Principales:**
 - Coordinar el desarrollo y mantenimiento de la plataforma SaaS de la empresa.
 - Supervisar al equipo de desarrollo y establecer prioridades en los proyectos tecnológicos.
 - Asegurar que las soluciones tecnológicas sean eficientes y estén alineadas con las necesidades del mercado.
 - Mantener la calidad y seguridad de las plataformas tecnológicas.
 - Identificar nuevas oportunidades de innovación tecnológica para la empresa.

6. Desarrolladores de Software

- **Objetivo del Cargo:** Desarrollar y mantener las herramientas digitales y plataformas tecnológicas que la empresa ofrece a sus clientes.
- **Funciones Principales:**
 - Programar y desarrollar funcionalidades para la plataforma SaaS.
 - Realizar pruebas de calidad para asegurar el correcto funcionamiento de las herramientas.
 - Implementar mejoras continuas basadas en las necesidades de los clientes.
 - Colaborar con el equipo de diseño y el gerente de desarrollo para garantizar la eficiencia de las soluciones.

7. Especialista en Inteligencia Artificial

- **Objetivo del Cargo:** Implementar soluciones de inteligencia artificial que mejoren las recomendaciones automatizadas para los clientes.
- **Funciones Principales:**
 - Desarrollar modelos de IA que analicen datos y ofrezcan recomendaciones personalizadas.
 - Optimizar los algoritmos utilizados para garantizar la precisión y eficiencia de las predicciones.
 - Colaborar con el equipo de analistas y consultores para integrar las soluciones de IA en los proyectos.
 - Realizar mantenimiento y mejoras continuas a los sistemas de IA.

8. Gerente Financiero

- **Objetivo del Cargo:** Gestionar la planificación y análisis financiero de la empresa para asegurar su estabilidad y crecimiento económico.
- **Funciones Principales:**
 - Preparar y supervisar los presupuestos de la empresa.
 - Controlar los costos operativos y maximizar la rentabilidad.
 - Evaluar inversiones y gestionar riesgos financieros.
 - Producir informes financieros periódicos para la alta dirección.
 - Garantizar el cumplimiento de todas las normativas fiscales y contables.

9. Contador

- **Objetivo del Cargo:** Gestionar las actividades contables diarias de la empresa, asegurando el cumplimiento fiscal y la correcta gestión de los recursos financieros.
- **Funciones Principales:**
 - Registrar todas las transacciones contables y preparar los estados financieros.
 - Gestionar el pago de impuestos y cumplir con las obligaciones fiscales.
 - Mantener actualizados los libros contables de la empresa.
 - Colaborar con el gerente financiero para la elaboración de presupuestos y análisis contables.

10. Administrador

- **Objetivo del Cargo:** Gestionar los aspectos operativos y administrativos de la empresa, asegurando la eficiencia en el uso de los recursos.
- **Funciones Principales:**
 - Coordinar la logística diaria de la empresa (compras, mantenimiento, suministros).
 - Supervisar los procesos administrativos y asegurar su cumplimiento.
 - Administrar los contratos con proveedores y negociar condiciones favorables.
 - Organizar eventos y capacitaciones internas para el personal.

11. Gerente de Marketing y Ventas

- **Objetivo del Cargo:** Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing y ventas para captar clientes y posicionar la marca en el mercado.
- **Funciones Principales:**
 - Planificar y supervisar las campañas de marketing digital y tradicional.

- Identificar oportunidades de mercado y ajustar las estrategias de ventas.
- Desarrollar relaciones comerciales y cerrar acuerdos con clientes.
- Gestionar el equipo de ventas y marketing, asegurando el cumplimiento de metas.
- Analizar los resultados de las campañas y ajustar las tácticas para maximizar los resultados.

12. Equipo de Marketing Digital

- **Objetivo del Cargo:** Aumentar la presencia online del Grupo Atenea y atraer clientes potenciales a través de campañas digitales.
- **Funciones Principales:**
 - Gestionar las redes sociales de la empresa (Instagram, LinkedIn, Facebook, etc.).
 - Crear contenido publicitario y campañas SEO para mejorar la visibilidad en buscadores.
 - Implementar y gestionar campañas publicitarias pagas (Google Ads, Facebook Ads).
 - Monitorizar y analizar los resultados de las campañas para optimizar las estrategias.

13. Ejecutivo de Ventas

- **Objetivo del Cargo:** Gestionar el proceso de ventas y mantener relaciones comerciales con los clientes, asegurando el cumplimiento de las metas de ventas.
- **Funciones Principales:**
 - Identificar clientes potenciales y generar leads.
 - Presentar los servicios de la empresa a prospectos y negociar contratos.
 - Mantener relaciones comerciales a largo plazo con los clientes.
 - Cumplir con los objetivos de ventas establecidos por la empresa.

14. Gerente de Atención al Cliente

- **Objetivo del Cargo:** Supervisar la relación con los clientes y garantizar su satisfacción con los servicios de la empresa.
- **Funciones Principales:**
 - Establecer y coordinar los protocolos de atención al cliente.
 - Supervisar al equipo de representantes de atención al cliente.
 - Resolver conflictos y gestionar quejas de los clientes.
 - Implementar estrategias de fidelización de clientes.

15. Representantes de Servicio al Cliente

- **Objetivo del Cargo:** Atender las consultas y solicitudes de los clientes, garantizando una excelente experiencia en cada interacción.
- **Funciones Principales:**
 - Responder a las consultas de los clientes de manera oportuna y eficiente.
 - Gestionar reclamaciones y asegurar la satisfacción del cliente.
 - Proporcionar asistencia técnica y administrativa a los clientes cuando sea necesario

Estudio Financiero

Un estudio financiero completo para el Grupo Atenea tiene como objetivo evaluar la viabilidad económica de la empresa y diseñar un plan financiero sólido que asegure su sostenibilidad a largo plazo. Este análisis se basa en proyecciones de ingresos, costos y flujos de efectivo, así como en la identificación de los puntos de equilibrio y rentabilidad. A continuación, se presenta una descripción detallada de los componentes clave del análisis:

A continuación, se desglosa el análisis:

Ingresos proyectados

La tabla refleja que el Grupo Atenea ofrece cinco tipos de proyectos: semanal, anual, trimestral, mensual y semestral, cada uno con un valor asignado por servicio y una frecuencia determinada. El total anual estimado de ingresos asciende a **\$35,964,000**, con los siguientes aportes destacados:

- Los proyectos semanales generan **\$1,044,000**, una cantidad proporcionalmente baja debido a su menor valor unitario y cantidad limitada.
- Los proyectos anuales aportan **\$6,336,000**, mostrando un ingreso significativo a pesar de la baja cantidad de servicios (2.64) debido al alto valor por servicio (\$2,400,000).
- Los proyectos trimestrales, con **\$7,416,000**, y los mensuales, con **\$8,460,000**, reflejan una demanda más constante en el mercado.
- Los proyectos semestrales son la mayor fuente de ingresos, generando **\$12,708,000**, destacándose como el segmento más valioso por su combinación de frecuencia intermedia y valor elevado.

El análisis de los ingresos proyectados del Grupo Atenea permite identificar no solo las fuentes principales de generación de ingresos, sino también la importancia estratégica de cada tipo de proyecto para la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa. El desglose muestra un modelo diversificado y estructura biendo, donde cada servicio contribuye al ingreso anual con una función específica:

1. **Proyectos Semanales:** Estos servicios, aunque generan únicamente **\$1,044,000** anuales, representan una opción accesible para los clientes que buscan consultorías puntuales o de menor duración. Esto puede ser útil para atraer a pequeñas empresas o nuevos clientes que

deseen probar los servicios de Grupo Atenea antes de comprometerse con proyectos de mayor envergadura. Este segmento funciona como una puerta de entrada al portafolio de servicios de la empresa, contribuyendo al crecimiento del mercado base.

2. **Proyectos Anuales:** A pesar de representar una baja frecuencia (2.64 servicios al año), estos proyectos generan ingresos significativos gracias a su alto valor por servicio (**\$2,400,000**). Su contribución de **\$6,336,000** al total anual demuestra la importancia de cerrar contratos de largo plazo con clientes estratégicos, como grandes empresas o instituciones que requieren un acompañamiento continuo. Estos servicios garantizan estabilidad en los ingresos y ayudan a cubrir costos fijos.
3. **Proyectos Trimestrales y Mensuales:** Los proyectos trimestrales (**\$7,416,000**) y mensuales (**\$8,460,000**) reflejan una demanda constante y sostenida en el mercado. Su frecuencia moderada permite a los clientes acceder a soluciones más regulares, alineándose con necesidades recurrentes de consultoría. Además, estos proyectos ofrecen un flujo de caja más consistente, lo cual es crucial para la operatividad diaria de la empresa. Ambos segmentos destacan por su versatilidad, ya que pueden adaptarse a empresas de diferentes tamaños y sectores.
4. **Proyectos** **Semestrales**
Este tipo de servicio es la fuente principal de ingresos del Grupo Atenea, generando **\$12,708,000** al año. La combinación de una frecuencia adecuada (10,59 servicios al año) y un valor por servicio alto (**\$1,200,000**) los posiciona como el segmento más rentable y estratégico. Estos proyectos probablemente sean contratados por clientes medianos y grandes que buscan consultorías estructuradas, pero con una frecuencia menor que los servicios mensuales.

Conclusión de Ingresos Proyectados

El portafolio de servicios está diseñado para aprovechar diferentes nichos de mercado. Por un lado, los servicios de menor frecuencia, como los anuales y semestrales, son altamente rentables y aportan estabilidad financiera. Por otro lado, los servicios más frecuentes, como los mensuales y trimestrales, garantizan un flujo constante de ingresos y fortalecen la relación con los clientes a través de interacciones regulares.

La baja participación de los proyectos semanales puede ser una oportunidad para desarrollar estrategias que incrementen su demanda, como paquetes promocionales o servicios adicionales. Asimismo, mantener un equilibrio entre los diferentes tipos de proyectos será clave para evitar una excesiva dependencia de un solo segmento, reduciendo así el riesgo financiero y potenciando la sostenibilidad a largo plazo.

Si el Grupo Atenea logra consolidar esta estructura, podrá responder de manera flexible a cambios en la demanda del mercado y garantizar un crecimiento continuo en sus ingresos.

2. Distribución y Diversificación de Servicios

La diversidad en los tipos de servicios permite al Grupo Atenea mitigar los riesgos financieros asociados con la dependencia de un único flujo de ingresos. La combinación de proyectos frecuentes (mensuales, trimestrales) y de alto valor (anuales, semestrales) equilibra la generación de ingresos, asegurando tanto estabilidad como rentabilidad.

3. Proyecciones de Rentabilidad

Con un ingreso anual proyectado de **\$35,964,000** , es posible cubrir tanto los costos fijos como los variables, garantizando excedentes que pueden ser reinvertidos para el crecimiento del negocio. Suponiendo un margen operativo de aproximadamente el 40%, el beneficio neto anual podría alcanzar alrededor de **\$14,385,600** , lo cual posiciona a la empresa en un estado financiero favorable.

4. Factibilidad y Sostenibilidad

El modelo de ingresos presentado es sostenible, ya que está respaldado por un equilibrio entre cantidad de servicios y precios establecidos. Sin embargo, será fundamental monitorear el comportamiento del mercado y ajustar la estrategia de precios y servicios para mantener la competitividad.

5. Estrategias de crecimiento

- **Incrementar la cantidad de servicios:** Para maximizar el valor total, se pueden desarrollar campañas de marketing dirigidas a captar más clientes, especialmente para servicios mensuales y trimestrales.
- **Optimización de costos:** Analizar la estructura de costos y reducir gastos innecesarios podría mejorar el margen de beneficio.
- **Innovación en servicios:** Diversificar aún más los servicios, como la inclusión de nuevas modalidades de consultoría, fortalecerá la posición de mercado del Grupo Atenea.

Referencias

- Aponte, L. (2015). 182101702-La-Consultoria-de-Empresas-Milan-Kubr. Unilibrebog. https://www.academia.edu/11514899/182101702_La_Consultoria_de_Empresas_Milan_Kubr.
- Bruhn, M., Karlan, D. & Schoar A (2018). The impact of consulting services on small and medium enterprises: Evidence from a randomized trial in Mexico. *Journal of Political Economy*, 126(2), 635-687. https://www.povertyactionlab.org/sites/default/files/publications/The-Impact-of-Consulting-Services-on-SME_Schoar-et-al_March2018.pdf.
- Davernport, T. y Prusak, L. (1998). La gestión del conocimiento: en busca de una agenda transcultural. <https://www.redalyc.org/pdf/2313/231318274006.pdf>
- De Catalunya Departament D'Organització D'Empreses, U. P., False, & Miquel, S. T. (2009, 5 marzo). Modelo de sistema basado en los factores clave para el diseño e implementación de proyectos de Gestión del Conocimiento. Aplicación al sector de la consultoría. [Tesis Doctoral, Universitat Politècnica de Catalunya]. Repositorio Institucional. <https://www.tdx.cat/handle/10803/6788#page=1>
- Díaz Barrios, Jazmín. (2005). Cambio organizacional: Una aproximación por valores. *Revista Venezolana de Gerencia*, 10(32), 605-627. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842005000400005&lng=es&tlng=es.
- Labarca, Nelson, Ferrer, Juliana, & Villegas, Esmeralda. (2006). Cambio organizacional: Aspecto trascendental para las instituciones de educación superior en Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000100006&lng=es&tlng=es.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. <https://id.lib.harvard.edu/alma/990004736830203941/catalog>
- Raineri, A. (2001). Administración del cambio organizacional en empresas chilenas. *Estudios de Administración*, 8(2), 1-40. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/127067/Administracion%20del%20Cambio%20Organizacional%20REAV8N2.pdf?sequence=1>
- Reeves, M., & Deimler, M. S. (2011). Adaptability: The new competitive advantage. *Harvard Business Review*, 89(7/8), 134-141. <https://2009-2017.state.gov/documents/organization/169764.pdf>