

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE LA EMPRESA
TICBOOK SOLUTIONS

DANIELA ORDOÑEZ JIMENEZ
LAURA TORRES TERREROS



UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES
LENGUAS MODERNAS
BOGOTÁ, JUNIO 2013

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE LA EMPRESA
TICBOOK SOLUTIONS

DANIELA ORDOÑEZ JIMENEZ
LAURA TORRES TERREROS

TESIS DE GRADO

TUTOR
EDGAR MAURICIO RODRIGUEZ

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES
LENGUAS MODERNAS
BOGOTÁ, JUNIO 2013

DEDICATORIA

Desde el comienzo de nuestras vidas hasta este momento tan importante hemos contado con la inmensa compañía de Dios y el apoyo incondicional de nuestras familias, quienes nos han sabido guiar tanto en los buenos como en los malos momentos que hemos pasado, quienes nos han dado el amor y las fuerzas necesarias para convertirnos en las personas que somos hoy y quienes, como nosotras, tienen el sueño de querer vernos salir adelante siempre.

Es a ellos a quienes dedicamos con orgullo este gran logro y ciclo que estamos cerrando en nuestras vidas profesionales, los cuales sabemos que también los toman como suyos, ya que han sido parte de este proceso de principio a fin.

Por ellos y por más razones continuaremos trabajando arduamente por aquellos logros que aún quedan por cumplir.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar queremos agradecer a Dios por darnos la oportunidad de empezar y terminar con éxito esta etapa tan importante para nuestras vidas. Asimismo, expresamos nuestro inmenso agradecimiento y cariño a nuestros padres, por todo el sacrificio, comprensión, amor y esfuerzo que han puesto sobre nosotras, ya que por ellos hemos llegado a dónde estamos y sin su apoyo habría sido difícil culminar este proceso.

Agradecemos a nuestros hermanos y hermanas por convertirse todos estos años en nuestros más aliados amigos, en quienes hemos podido confiar hasta en los momentos más difíciles.

Gracias a la Universidad EAN, a nuestros profesores y compañeros, quienes nos han enseñado el valor de nuestra vida como estudiantes y ahora, de nuestra vida como profesionales. Igualmente, agradecemos enormemente a nuestro tutor de tesis por su total e incondicional acompañamiento en el desarrollo de este proyecto que ha significado tanto para nosotras.

Nuestros más sinceros agradecimientos a todas aquellas personas que de una u otra manera hicieron parte de nuestro camino, que nos vieron crecer como personas y que también nos verán crecer como profesionales.

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo	1
2. Introducción	3
3. Objetivos	4
3.1 Objetivo general	4
3.2 Objetivos específicos	4
3.3 Objetivos de la empresa <i>TicBook Solutions</i>	5
3.3.1 Objetivos a corto plazo	5
3.3.2 Objetivos a mediano plazo	5
3.3.3 Objetivos a largo plazo	5
4. Justificación	6
5. Generalidades	7
5.1 Tipo de sociedad y sus características	7
5.2 Nombre de la empresa	7
5.3 Misión	8
5.4 Visión	8
5.5 Logo	8
5.6 Slogan	9
5.7 Logosímbolo	9
5.8 Valores corporativos	10
6. Perfil de las emprendedoras	11
7. Estudio de mercado	12
7.1 Análisis del sector	12
7.1.1 Definición del sector	12
7.1.2 Características del sector	12
7.1.3 Sector servicios en Colombia	13
7.1.4 Estudio de Movimiento Económico	

del Sector Servicios en Colombia	13
7.2 Competencia	20
7.2.1 Empresas consultoras para mejoras de contenido web	20
7.2.2 Empresas de traducción de contenidos	23
7.2.3 DOFA de la competencia	26
7.2.4 Conclusiones del análisis de la competencia	28
7.3 Estudio de mercado	29
7.3.1 Mercado Objetivo	29
7.3.2 Características del mercado objetivo	32
7.3.4 Resultados de la encuesta	33
7.3.5 Conclusiones de la encuesta	40
7.4 Estrategia de mercado	42
7.4.1 Estrategia de servicio	42
7.4.2 Estrategia de precio	43
7.4.3 Estrategia de promoción	45
7.4.3.1 Marketing Offline	45
7.4.3.2 Marketing Online	46
8. Estudio operacional	49
8.1 Proceso del Servicio	49
8.1.1 Diagrama del proceso	49
8.1.2 Etapas del proceso	50
8.2 Espacio requerido	50
8.3 Abastecimiento	50
9. Estudio organizacional	52
9.9 Pasos, costos y documentación	52
9.9.1 Pasos, costos y documentos	

ante la cámara de comercio	52
9.9.2 Pasos, costos y documentos ante la DIAN	53
9.10 Requerimientos de operación de la empresa	54
9.10.1 Impuestos	54
9.11 Recursos Humanos	54
9.11.1 Organigrama	54
9.11.2 Cargos, perfiles y responsabilidades	55
9.12 DOFA <i>TicBook Solutions</i>	59
9.12.1 Estrategias cruzadas de DOFA	60
10. Análisis financiero	61
10.1 Inversión inicial	61
10.1.1 Constitución de capital	61
10.2 Proyección de ventas	61
10.3 Costos	64
10.3.1 Nómina personal administrativo	64
10.3.2 Administrativos	69
10.3.3 Costo maquinaria y equipos	71
10.4 Balance General y estado de resultados	73
10.5 Flujo de caja	79
10.6 Indicadores financieros	82
10.7 Punto de equilibrio	84
10.8 Conclusiones financieras	87
11. Responsabilidad social empresarial	89
12. Conclusiones	90
13. Recomendaciones del trabajo	91
Referencias bibliográfica	92

Lista de Tablas

Tabla I. Bogotá. Número de establecimientos por nivel educativo.	
Educación Básica Media	29
Tabla II. Bogotá. Número de establecimientos por nivel educativo.	
Educación Superior	30
Tabla III. Bogotá. Instituciones educación superior.	30
Tabla IV. Número de colegios de Bogotá	
por categoría y tipos de Colegio.	31
Tabla V. Ficha Técnica encuesta.	34
Tabla VI. Precio competencia en consultoría.	43
Tabla VII. Precio competencia en traducciones corporativas.	44
Tabla VIII. Maquinaria y equipos.	51
Tabla IX. Tamaño Mercado Potencial	61
Tabla X. Cálculo Mercado Potencial y Proyección de Ventas.	62
Tabla XI. Productos y Servicios Ofertados (Mix de ventas)	63
Tabla XII. Ingreso por venta	63
Tabla XIII. Nómina personal administrativo.	64
Tabla XIV. Relación de aportes parafiscales y	
prestaciones sociales personal de planta.	65
Tabla XV. Total nómina a cargo de la empresa	66
Tabla XVI. Total de cesantías, intereses de cesantías,	

primas, vacaciones, caja de com. – SENA – ICBF, EPS-ARP y fondo de pensiones.	68
Tabla XVII. Costos administrativos.	69
Tabla XVIII. Costos administrativos Secundarios.	70
Tabla XIX. Costos administrativos (marketing)	71
Tabla XX. Maquinaria y equipos.	71
Tabla XXI. Balance y estado de resultados momento 0.	73
Tabla XXII. Balance y estado de resultados momento 1.	74
Tabla XXIII. Balance y estado de resultados momento 2.	75
Tabla XXIV. Balance y estado de resultados momento 3.	76
Tabla XXV. Balance y estado de resultados momento 4.	77
Tabla XXVI. Balance y estado de resultados momento 5.	78
Tabla XXVII. Flujo de caja.	79
Tabla XXVIII. Indicadores financieros.	82
Tabla XXIX. Indicadores financieros.	83
Tabla XXX. Punto de equilibrio.	84
Tabla XXXI. Margen de Contribución Promedio Ponderada.	84
Tabla XXXII. Costos y gastos fijos.	85
Tabla XXXIII. Punto de equilibrio en unidades.	85
Tabla XXXIV. Punto de Equilibrio.	85
Tabla XXXV. Datos del gráfico.	86

Lista de figuras

Figura 1: Logo	8
Figura 2: Slogan	9
Figura 3: Logosímbolo	9
Figura 4: Generación de empleo, sector servicios en Colombia	14
Figura 5: Participación en la economía nacional, sector servicios en Colombia	15
Figura 6: Ventas (US\$) anuales. Servicios (BPO, KPO, ITO)	16
Figura 7: Sector servicios frente al PIB en Colombia (2011)	17
Figura 8: Crecimiento sector consultoría	18
Figura 9: Ventas TI América Latina	19
Figura 10: Platino WEB	20
Figura 11: Distecno WEB	21
Figura 12: L&A Ecommerce grupo de negocios	22
Figura 13: Traducciones WOT	23
Figura 14: Crear traducciones	24
Figura 15: AC Traducciones.	25
Figura 16: LAS traducciones.	26
Figura 17: DOFA de la competencia	27
Figura 18: Calidad de la página web	33
Figura 19: Disposición frente al servicio de consultoría ofrecido	34

Figura 20: Conocimiento frente a la competencia	35
Figura 21: Necesidad anual del servicio	36
Figura 22: Mejora de contenido de la página web.	37
Figura 23: Mejora de contenido de la página web.	37
Figura 24: Capacitación al personal	38
Figura 25: Presentación de la página web en varios idiomas	39
Figura 26: Servicios complementarios en la página web	40
Figura 27: Precios <i>TicBook Solutions</i>	44
Figura 28: Marketing offline	46
Figura 29: Website	47
Figura 30: Facebook	48
Figura 31: Twitter	48
Figura 32: Secuencia de actividades en el proceso del servicio	49
Figura 33: Impuestos en Colombia	54
Figura 34: Organigrama	54
Figura 35: Análisis DOFA	59
Figura 36: Análisis de estrategias cruzadas DOFA	60
Figura 37: Punto de equilibrio	86

1. Resumen ejecutivo

TicBook Solutions es una empresa de consultoría dedicada a la prestación de servicios en asesoría y traducción de páginas web para los institutos, colegios e instituciones universitarias en la ciudad de Bogotá. Ofrecemos mejora de contenido e imagen corporativa en páginas web y presentación de la misma en varios idiomas; lo interior incluye actualizaciones periódicas de dichos idiomas ya sea inglés, francés y/o portugués según se requiera.

La empresa se proyecta para ser líder en la prestación de dichos servicios tecnológicos, para así convertirse en pionera para el 2014.

Para tener una noción precisa de la cantidad de posibles consumidores se realizó un estudio de mercado que en líneas generales proyectó datos favorables que indican una alta demanda del servicio ofrecido, ya que según el DANE Bogotá cuenta con aproximadamente 8.796 instituciones educativas. *TicBook Solutions* es una empresa innovadora que cuenta con la capacidad de satisfacer las necesidades del mercado objetivo.

En relación al estudio operacional, la empresa ha diseñado un sistema factible que genera una excelente comunicación entre la empresa y el cliente. El proceso del servicio fue diseñado para obtener resultados positivos en la realización de las metas y objetivos planteados por la organización y asimismo generar confiabilidad y fidelidad en los usuarios del servicio.

El estudio de la competencia indica que hay pocas empresas de consultoría para la mejora de contenidos web en comparación con las empresas que prestan el servicio de traducción. Los servicios que ofrece resulta ser para *TicBook Solutions* una ventaja competitiva, ya que en el mercado no se encuentra una empresa que preste los dos servicios que ésta presta a sus clientes.

De acuerdo a lo anterior, se fijarán precios razonables y acordes con los servicios que se prestará a las instituciones educativas que lo requieran, principalmente teniendo en

cuenta que la empresa trabaja fundada en la excelencia, el empeño, el compromiso y la calidad.

TicBook Solutions es una empresa del sector de servicios, el cual hoy en día está marcando diferencia en la economía del país. Además de esto, es una sociedad por acciones simplificada, este tipo de regulación es flexible y le permite a la empresa diseñar mecanismos de direccionamiento para lograr cumplir a cabalidad con los propósitos planteados de acuerdo con las necesidades cambiantes del mercado.

La gestión de la empresa es indispensable para el desarrollo institucional de las pymes educativas y para garantizar la efectividad en la comunicación externa que éstas manejan.

Una de las principales estrategias de *TicBook Solutions* para una obtener una mayor captación de clientes potenciales es la inversión en marketing, tanto Offline (medios impresos) como Online (medios virtuales). Este último actualmente es el más utilizado, ya que con él se ayuda a crear y mantener un acercamiento más profundo con los clientes, lo que genera una comunicación constante para el continuo mejoramiento en aspectos que la empresa deba tener en cuenta para prestar un mejor servicio.

TicBook Solutions se basó en el tamaño potencial de mercado en la ciudad de Bogotá para el año 2012 (2,953 instituciones educativas), estimando un creciendo porcentual del 1,8: empezando así en el 2013 con 3,007 instituciones y continuando hasta el 2018 con 3,292. *TicBook Solutions* supone una captación de mercado de 5% cada año, empezando en el 2013 con una captación del 10% y continuando hasta el 2018 con una captación del 35%.

Se requerirá una inversión inicial de **\$13,895,743** para compra en activos fijos (maquinaria, equipos de oficina), los gastos de constitución y el servicio de Hosting, dominio (www.ticbooksolutions.com), creación y diseño de la página web. Esta inversión será aportada por las dos socias fundadoras y según los resultados financieros será recuperada en el periodo 3, con una rentabilidad de **23%** superior a la esperada.

2. Introducción

El fenómeno de la internet hoy en día supone un reto para las empresas, ya que el no tener una página web significa no expandir el mercado. Actualmente, la internet es la fuente de consulta más utilizada no solamente por las empresas sino también por los consumidores en general, lo que sugiere a los negocios estar actualizados y contextualizados con los avances tecnológicos para poder hacer frente a la excesiva competencia y de igual manera satisfacer las necesidades del mercado.

Las páginas web empresariales hoy son la clave para lograr una estrategia de comunicación eficaz que no solo reduce barreras y genera confiabilidad sino que a su vez reduce costos operativos, teniendo en cuenta los altos costos que el marketing suponía para las empresas.

El presente documento pretende dar una guía para el desarrollo del plan de negocios de la empresa *TicBook Solutions*, cuyo objetivo principal es la prestación de servicios en el área de tecnología para los institutos, colegios e instituciones universitarias (Pymes educativas). Ofrecemos mejora de contenido e imagen corporativa en páginas web y presentación de la misma en varios idiomas. Lo anterior incluye actualizaciones periódicas de dichos idiomas ya sea inglés, francés y/o portugués.

Se detallan los objetivos y el impacto que generará esta herramienta para el mercado y el fortalecimiento institucional siempre desde la visión de la educación y la inclusión de varios idiomas como claves para el éxito del individuo y de la sociedad en general.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Evaluar la viabilidad y pertinencia de la empresa *TicBook Solutions* cuyo objetivo principal es la prestación de servicios en el área de tecnología para los institutos, colegios e instituciones universitarias. Se ofrece mejora de contenido e imagen corporativa en páginas web y presentación de la misma en varios idiomas, lo interior incluye actualizaciones periódicas de dichos idiomas ya sea inglés, francés o portugués.

3.2 Objetivos específicos

1. Realizar un estudio de mercado que permita analizar aspectos tales como: el cliente, la competencia, el sector y el entorno.
2. Realizar un estudio técnico que permita analizar aspectos tales como: equipos requeridos, mano de obra, localización de instalaciones e inversión requerida.
3. Realizar un estudio organizacional que permita definir aspectos tales como: tipo de sociedad de la empresa, misión, visión, valores corporativos, requisitos de constitución, requerimientos operaciones, aspectos legales.
4. Evaluar la viabilidad financiera del proyecto.

3.3 Objetivos de la empresa *TicBook Solutions*

3.3.1 Objetivos a corto plazo

1. Aumentar las ventas en un 45% para la evaluación anual de 2014.
2. Visitar clientes potenciales de acuerdo a la segmentación del mercado.
3. Adquisición vía leasing de computadores para la sede del negocio.
4. Selección y contratación de nuevos empleados.

3.3.2 Objetivos a mediano plazo

1. Aumentar las ventas en un 25% para la evaluación anual de 2016.
2. Fidelizar clientes de 2014 y 2015.
3. Captación de nuevos clientes de acuerdo con cuadro de visitas de 2014 y 2015.
4. Capacitación de empleados.

3.3.3 Objetivos a largo plazo

1. Aumentar las ventas en un 18% para la evaluación anual de 2018.
2. Introducción de bonos de desempeño a empleados destacados dentro de la empresa.
3. Viajes al exterior para capacitación de empleados destacados dentro de la empresa.
4. Otorgar descuentos a clientes fieles.

4. Justificación

El siguiente plan de negocios surge como respuesta al fenómeno de la globalización en el mundo, las empresas en general hoy en día buscan expandirse y posicionarse debido a que la competencia es cada vez mayor. Una de las herramientas más eficaces para lograr mayor participación de las empresas dentro del mercado es la página web, ya que es la tarjeta de presentación de la misma y es utilizada como una estrategia definitiva para atraer clientes, teniendo en cuenta que además de esto reduce costos operativos y está disponible para el usuario las 24 horas del día los 7 días a la semana. Por consiguiente, mejora la competitividad y productividad dentro de las empresas que finalmente contribuyen al crecimiento económico del país.

TicBook Solutions no sólo ofrece mejorar el contenido e imagen corporativa de las páginas web a Pymes educativas, teniendo en cuenta que la educación es la solución a los problemas sociales y económicos que afectan nuestro país, sino que a su vez ofrece la traducción de la misma en varios idiomas, partiendo de la necesidad empresarial del manejo de varios idiomas para lograr mayor impacto en el público y en el mercado global. Además, en Colombia cada vez es más creciente la demanda hacia profesionales y empresas que manejen varios idiomas para ofertar sus productos y servicios.

Por esta razón, la creación de una empresa de consultoría que brinde soluciones web a Pymes educativas no sólo genera crecimiento económico sino que además tiene un impacto social en las personas que se deben cualificar permanentemente logrando calidad en su formación y mayores oportunidades laborales, sino que también logra fortalecer la capacidad productiva y el posicionamiento empresarial bajo los estándares de excelencia que le permitan competir frente a un mercado global como el del presente.

5. Generalidades

5.1 Tipo de sociedad y sus características

Para legalizar la empresa se va a constituir una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS). De acuerdo con la ley 1258 de 2008, esta sociedad introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.

TicBook Solutions decide constituirse bajo este modelo de sociedad porque permite comenzar la empresa con bajo presupuesto y además de esto simplifica trámites lo cual reduce costos.

Disposiciones Generales de acuerdo con la ley 1258 de 2008

- Constitución.- La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.
- Personalidad jurídica.- La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Naturaleza.- La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

5.2 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa **TicBook Solutions**, surge desde el quehacer profesional de las fundadoras, ya que esto genera identidad con la labor que desempeñan como profesionales en Lenguas Modernas.

La identidad de la empresa debe ser representada por un icono que contemple la idea de “tecnología y educación” por eso se escogió de isotipo un pictograma que simboliza la tecnología. Dicho icono debe ser acompañado de una palabra que complemente el objetivo principal de la empresa, por esta razón se eligió “TicBook Solutions”, Tic (Tecnologías de la información y comunicación) Book, (“libro”, en inglés, nuestra empresa va dirigida a pymes educativas) Solutions (es una empresa de consultoría).

5.3 Misión

Ser una empresa líder en consultoría, dedicada a la prestación de servicios de asesoría y traducción de páginas web para los institutos, colegios y universidades, buscando satisfacer siempre a nuestros clientes y además esmerándonos por transmitirles nuestros valores corporativos para así ganarnos su confianza.

5.4 Visión

En el 2015 ser pioneros en la prestación de servicios con excelencia, en la asesoría y traducción de páginas web para institutos colegios y universidades a nivel Bogotá.

5.5 Logo

Figura 1: Logo



Fuente: Autoras

5.6 Slogan

Figura 2: Slogan

TICBOOK SOLUTIONS
Soluciones web para Pymes educativas

Fuente: Autoras

5.7 Logosímbolo

Figura 3: Logosímbolo



Fuente: Autoras

Los colores son un factor fundamental en la identidad de *TicBook Solutions*. Se elige el color morado y azul que denotan sabiduría, ya que la empresa está dirigida a pymes educativas que es donde se construye conocimiento. A su vez, el color azul denota madurez.

Igualmente, la tipografía es un componente esencial de la identidad visual de *TicBook Solutions*. La topografía utilizada, tanto en el logo como en el logotipo, es *Hobo std*.

5.8 Valores corporativos

Responsabilidad

Somos una empresa que se compromete a satisfacer a sus clientes, la sociedad y basados en valores éticos y principios morales.

Excelencia en el servicio

Nos consideramos una empresa competente por esta razón brindamos la mejor calidad en nuestros productos para lograr la completa satisfacción de nuestros clientes.

Eficiencia

Utilizamos de forma adecuada los medios y recursos con los cuales contamos y además creemos en la capacidad que tenemos para lograr los objetivos planteados.

Compromiso

Cumplimos a cabalidad con la entrega de nuestros productos, manifestando calidad, esfuerzo, empeño y seriedad para lograr resultados exitosos en nuestro trabajo.

6. Perfil de las emprendedoras

Estudiantes de Lenguas Modernas de la Universidad EAN con visión estratégica y emprendedora, con capacidad y habilidad para comunicarse en lenguas extranjeras como el inglés, francés y portugués en el mundo de los negocios, mediante la traducción de diferentes documentos empresariales y contenidos web. Enfocadas al uso y gestión de las tecnologías de la información y la comunicación TIC para favorecer la comunicación, tanto interna como externa, y el constante contacto con los clientes y demás entorno de la organización.

Cuentan con conocimiento en el desarrollo y la gestión de contenidos para la creación de páginas web multilingües, así como en la asesoría de la imagen corporativa de organizaciones que así lo requieran, lo que ayuda a mejorar cada vez más el contacto con quienes hacen parte de ella, directa o indirectamente.

Profesionales íntegras que generan un valor agregado en aspectos tales como la mejora en la comunicación organizacional y la aplicación de sistemas de información, tanto en lenguas extranjeras como en su lengua materna. Asimismo, actúan con liderazgo, compromiso y responsabilidad en el momento de desarrollar oportunidades de negocio y proyectos innovadores que contribuyen al crecimiento social y económico.

El emprendimiento juega uno de los papeles más importante en el perfil de las emprendedoras, ya que de él nace el sueño y la oportunidad de crear empresa, teniendo la visión de convertirla, a nivel nacional y también internacional, en una empresa innovadora y competitiva dentro del mundo de los negocios que cada día evoluciona a pasos agigantados y que siempre trae experiencias unidas a nuevos retos y asimismo, a nuevos conocimientos.

7. Estudio de mercado

7.1 Análisis del sector

7.1.1 Definición del sector

Según Ayén F (2012), el sector de servicios se refiere a la distribución y comercialización (puesta en ventas) de bienes y servicios.

Teniendo en cuenta lo citado, el sector terciario se refiere a los bienes intangibles, es decir, aquellas cosas o productos inmateriales o invisibles que buscan satisfacer las diversas necesidades del mercado.

Dentro del sector servicios se identifican actividades tales como: transporte, comunicaciones, hotelería y comercio, salud, educación, entre otras; estas a su vez aportan de manera significativa en el crecimiento del PIB de los países en general, generando empleo y participando en la economía nacional en pro del desarrollo de los mismos.

7.1.2 Características del sector

El sector servicios es el principal pilar de la economía en las economías de los países desarrollados. Incluye actividades tan variadas como la educación, el comercio, el turismo o los servicios personales. El sector servicios es el que más volumen de puestos de trabajo crea y el que más transacciones comerciales registra. Serrano J.C (2011).

Con referencia a lo mencionado por el autor, el sector servicios es un sector que ofrece variabilidad, ofreciendo múltiples opciones para la generación de ingresos; teniendo en cuenta las necesidades de los individuos, respondiendo desde la calidad en la satisfacción de las mismas. Es por esta razón que en la actualidad el sector servicios está en pleno crecimiento ya que no sólo tiene un impacto en el mercado de las personas naturales sino también en el ámbito empresarial y sus diferentes áreas.

7.1.3 Sector servicios en Colombia

Según el grupo de investigación ITE, de la Universidad Militar Nueva Granada, a nivel de la región Bogotá - Cundinamarca, los servicios que más importancia generan en el desarrollo económico y competitivo son: Turismo, Salud de Alta Complejidad, Servicios Empresariales y Profesionales, e Informática, Desarrollo de Software y Telecomunicaciones.

Citando a la misma entidad, el sector de servicios en la economía colombiana, en los últimos años ha adquirido una importancia significativa, como consecuencia de la rápida expansión de los bienes intangibles, basados en el conocimiento y el crecimiento comercial de los servicios en general. De esta manera, el sector servicios contribuye al estímulo de variables tales como el empleo, la investigación y el desarrollo.

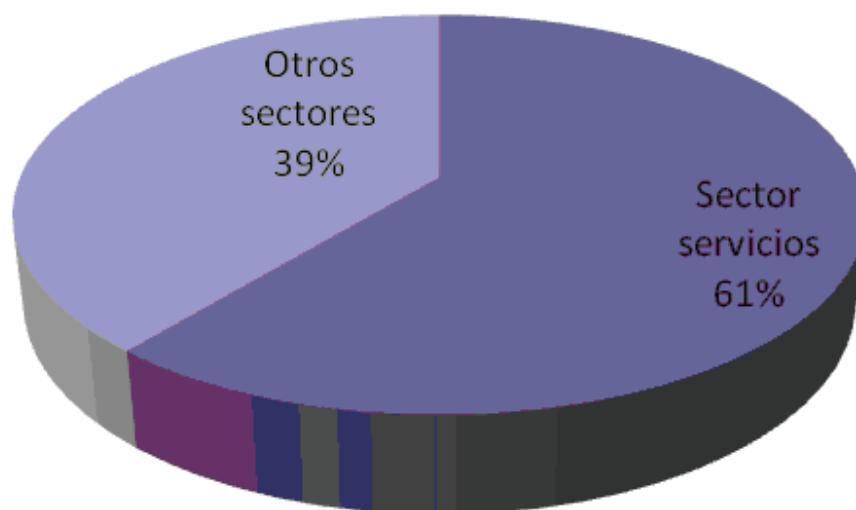
Con base en el grupo de investigación se observa que en Colombia el sector terciario ha tenido un gran impacto en la economía del país por la heterogeneidad de servicios tanto privados como públicos.

7.1.4 Estudio de Movimiento Económico del Sector Servicios en Colombia

- ✓ Según Proexport en su informe de “oportunidades en la industria de servicios de BPO en Colombia 2012, el sector de telecomunicaciones también está impulsando el sector de ITO, enfocado a servicios de soporte técnico y tecnológico. Este crecimiento mantendrá una tendencia creciente gracias a los esfuerzos de Mintic.

- ✓ Según el viceministro de Comercio Exterior, Gabriel Duque Mildenberg, el 69% de los empleos del país los aporta el sector servicios en campos como servicios públicos, construcción, comercio, hoteles, restaurantes, transporte, e intermediación financiera, entre otros.

Figura 4: Generación de empleo, sector servicios en Colombia

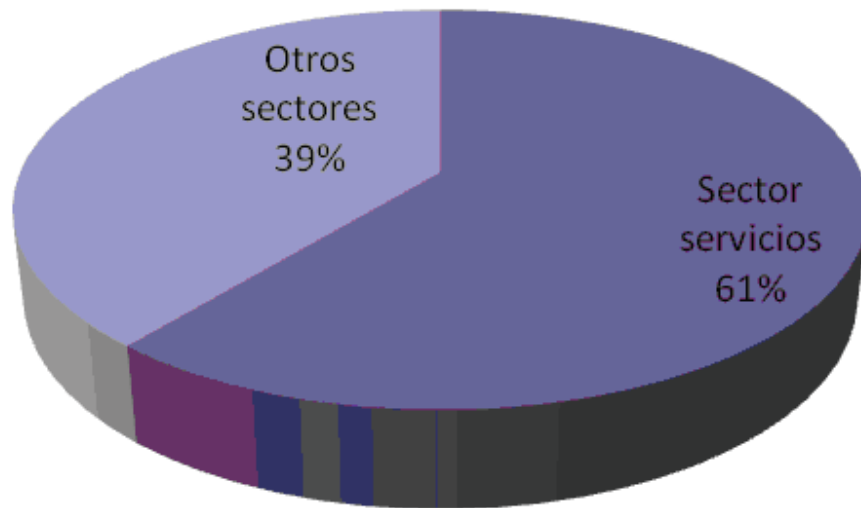


Fuente: Autoras, 2013.

En la gráfica 1 se observa que el sector servicios ha disminuido significativamente el desempleo en Colombia con un 61% mientras que los demás servicios han contribuido a la generación de empleo en un 39%, lo anterior genera optimismo y confiabilidad en el sector; ya que en el país según el DANE la tasa de desempleo en enero de 2013 a nivel nacional fue 12,1% contra 12,5% de año anterior.

- ✓ Según el viceministro de Comercio Exterior, Gabriel Duque Mildenberg, el año pasado, este mercado en Colombia fue de US\$203.000 millones* con un 61% de participación en la economía nacional.

Figura 5: Participación en la economía nacional, sector servicios en Colombia

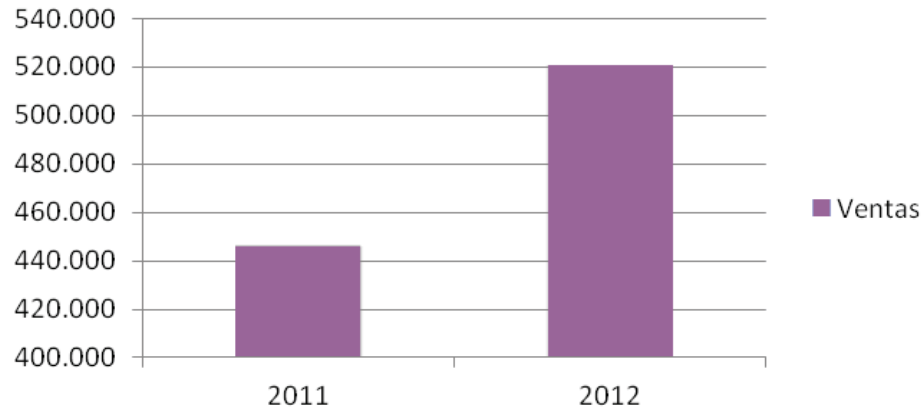


Fuente: PROEXPORT Gráfica: Autoras, 2013.

En la gráfica 2 se observa la participación del sector servicios en Colombia con un 61% mientras que los servicios restantes sólo participan en 39% dentro del mercado. La importancia y el impacto que genera el sector frente a la economía colombiana que actualmente crece de manera significativa mejorando así la calidad de vida de muchos ciudadanos y aportando crecimiento económico.

- ✓ Según el periódico el Mundo.com en su edición del 7 de Diciembre del 2013, el mercado mundial de tercerización de servicios (BPO-KPO-ITO) contó durante el 2012 con ventas cercanas a los 520.000 millones de dólares.

Figura 6: Ventas (US\$) anuales. Servicios (BPO, KPO, ITO)

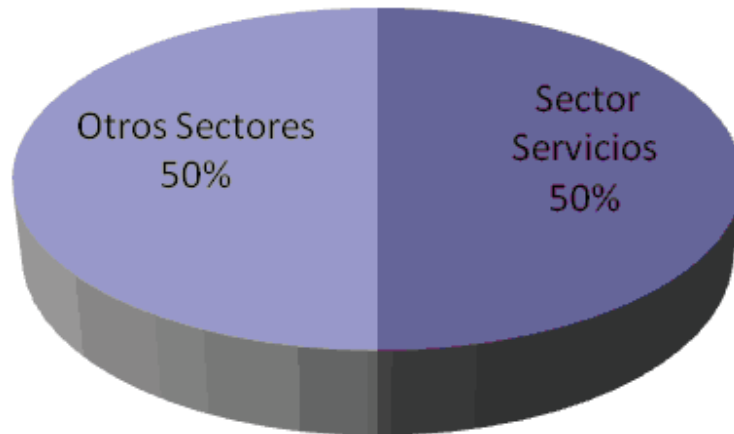


Fuente: PERIODICO ELMUNDO.COM Gráfica: Autoras, 2013.

En la gráfica 3 se observa un incremento en ventas del año 2011 con cerca de 440 millones de dólares en ventas al año 2012 con ventas cercanas a los 520 millones de dólares. El avance de la tercerización de la economía mundial, fenómeno conocido en economías desarrolladas y actualmente con un gran crecimiento en Colombia.

- ✓ Según el informe económico semanal de Skandia Colombia en su edición del 1 de Abril de 2011, en ese mismo año en Colombia el sector servicios representa cerca del 50% del PIB, por debajo de la participación promedio del sector en América Latina, que corresponde a niveles cercanos al 60%.

Figura 7: Sector servicios frente al PIB en Colombia (2011)



Fuente: PERIODICO EL MUNDO.COM Gráfica: Autoras, 2013.

En la gráfica 4 se observa como el sector servicios aporta con un 50% al igual que el resto de sectores en el desarrollo del país. Vale la pena mencionar que el PIB es la medida de valor económico más importante de una nación.

- ✓ Según el servicio de información on-line Benchmark y su análisis de los sectores, el sector de la consultoría en Colombia crecerá \$100 millones en el período 2009-2013. Con el ritmo de crecimiento registrado durante los 2 últimos, se espera que para 2013 Colombia reemplace a Argentina como el cuarto mayor sector de consultoría de América Latina.

Figura 8: Crecimiento sector consultoria.



Fuente: BENCHMARK Gráfica: Autoras, 2013.

En esta gráfica se identifica un crecimiento significativo durante los últimos 5 años en el sector de consultoría del país, éste es clave para impulsar el progreso y el auge económico a nivel mundial y nacional.

- ✓ Según el servicio de información on-line Benchmark y su análisis de los sectores, en el sector de la consultoría; se encuentran las firmas que vienen del mundo de la auditoría. Están las grandes empresas de servicios profesionales en el mundo, como Ernst & Young, KPMG, Deloitte y Price Water House Coopers y también empresas producto de la escisión de negocios de estas gigantes como IBM - GBS (Global Business Services) y Accenture.
- ✓ De acuerdo con el servicio de información Benchmark la competencia frente a firmas de este tamaño y trayectoria no es sencilla y ha llevado a que las compañías locales se vuelvan más internacionales al pertenecer a redes y salir a prestar servicios al exterior. Alrededor de una tercera parte de las compañías obtiene algún porcentaje de sus ingresos de servicios prestados principalmente

en países de Suramérica. Lo anterior también ha sido el caso de firmas de abogados.

- ✓ Según el servicio de información on-line Benchmark y su análisis de los sectores, en el sector de la consultoría, los países de mayor participación en este sector en América Latina son: Brasil y México. El resto de la demanda de este tipo de servicios es suplida por Argentina, Chile, Venezuela y Colombia.

Figura 9: Ventas TI América Latina



Fuente: IDC, 2012

En este gráfico se observa que Latinoamérica mantiene un buen lugar en el sector. Colombia con US\$ 6.119, mantiene su tendencia al auge y al crecimiento. Ocupando el 4 lugar por debajo de Argentina con una inversión de US\$ 7.725.

7.2 Competencia

Para la empresa *TicBook Solutions* es de mucha importancia analizar e identificar aquellas empresas que directa e indirectamente compiten con ella, con el fin de obtener referencias que puedan ayudar a mejorar aspectos en los que se pueda estar en desventaja. Es por tal razón que se debe estudiar quienes son sus competidores, cuáles son sus características y cómo actúan.

Para este análisis se escogieron tres empresas que compiten con *TicBook Solutions* frente al servicio de consultoría para mejoras de contenidos web: *Platino web*, *Distecno web* y *L&A Ecommerce Grupo de negocios*. Asimismo, se escogieron 4 empresas de Traducción de contenidos web: *Crear Traducciones*, *Traducciones WOT*, *AC Traducciones* y *LAS Traducciones*.

7.2.1 Empresas consultoras para mejoras de contenido web

> Platino Web

Figura 10: Platino WEB.

PLATINO WEB		
¿Quiénes son? ¿Dónde se ubican?	Comunicación con sus clientes	Precio promedio servicio consultoría
Platino Web es una empresa que se dedica al desarrollo y administración de sitios web. Ayuda a la construcción de tiendas virtuales para empresas que la requieran y brinda el servicio de consultoría para la mejora y posicionamiento de las	Platino web brinda sus servicios principalmente por medio de su página web, donde informan sobre la localización de su empresa y sus números telefónicos. Igualmente, posee cuentas en las	\$1'075.000

páginas web. Esta empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá.	diferentes redes sociales más utilizadas actualmente como lo son Facebook y Twitter; sin embargo por lo que se observó, sus cuentas no son actualizadas constantemente.	
---	---	--

Fuente: Autoras, 2013.

> Distecno Web

Figura 11: DISTECNO WEB.

DISTECNO WEB		
¿Quiénes son? ¿Dónde se ubican?	Comunicación con sus clientes	Precio promedio servicio consultoría
<p>Distecno Web es una empresa que crea y rediseña sitios web. Ayuda a las empresas a diseñar sitios optimizados para dispositivos móviles y crea plataformas para construir tiendas virtuales. Asimismo, ofrece asesoría para la mejora y posicionamiento de las páginas web.</p> <p>Esta empresa se encuentra ubicada en las ciudades de Cali y Bogotá.</p>	<p>Distecno web posee cuentas en las diferentes redes sociales más utilizadas actualmente como lo son Facebook y Twitter, agregando Google+, una red social que está en crecimiento. Esto genera contacto permanente y directo con sus clientes.</p> <p>Igualmente, brinda sus servicios principalmente por medio de su página web, donde informan sobre la localización de su empresa, teléfonos y correos electrónicos.</p>	\$1'050.000

Fuente: Autoras, 2013.

> **L&A Ecommerce grupo de negocios**

Figura 12: L&A Ecommerce grupo de negocios.

L&A ECOMMERCE GRUPO DE NEGOCIOS		
¿Quiénes son? ¿Dónde se ubican?	Comunicación con sus clientes	Precio promedio del servicio de consultoría
<p>Esta empresa enfoca sus servicios a la consultoría web dirigida a Pymes principalmente, brindándoles asesorías y soluciones, generando estrategias efectivas que ayudan a posicionar dichas Pymes en la web.</p> <p>Esta empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá.</p>	<p>L&A Ecommerce Grupo de negocios maneja su publicidad por medio de las redes sociales como Facebook, Twitter y Viadeo, una red social profesional similar a LinkedIn, lo que genera un amplio lazo para captar clientes potenciales, pues es utilizada por un amplio número de empresas en el mundo.</p> <p>Se comunica con sus clientes por medio de dichas redes sociales y por medio de envío de consultas desde su página web.</p>	<p>\$1'250.000</p>

Fuente: Autoras, 2013.

7.2.2 Empresas de traducción de contenidos

> Traducciones WOT

Figura 13: Traducciones WOT

TRADUCCIONES WOT		
¿Quiénes son? ¿Dónde se ubican?	Comunicación con sus clientes	Precio promedio
<p>Esta empresa tiene 20 años de experiencia en la traducción oficial y técnica de documentos. Igualmente, realiza traducciones para páginas web.</p> <p>Se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá.</p>	<p>Su comunicación con los clientes es por medio de las redes sociales aunque no es la más efectiva, ya que no las mantienen actualizadas. Su posicionamiento web no ayuda a la empresa a encontrarse fácilmente en un buscador.</p> <p>Hay comunicación por medio de cotizaciones y/o correos virtuales.</p>	<p>\$98 por palabra</p>

Fuente: Autoras, 2013.

> **Crear Traducciones**

Figura 14: Crear traducciones.

CREAR TRADUCCIONES		
¿Quiénes son? ¿Dónde se ubican?	Comunicación con sus clientes	Precio promedio
<p>Esta empresa, con 20 años de experiencia, aparte de contar con traducciones de textos y de páginas web, cuenta con traducciones simultáneas e intérpretes.</p> <p>Se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá.</p>	<p>Tienen una constante actualización por medios virtuales (sociales), medios por los cuales se comunican mayormente con sus clientes.</p> <p>Hay comunicación por medio de cotizaciones y/o correos virtuales.</p>	<p>\$165 por palabra</p>

Fuente: Autoras, 2013.

> AC Traducciones

Figura 15: AC Traducciones.

AC TRADUCCIONES		
¿Quiénes son? ¿Dónde se ubican?	Comunicación con sus clientes	Precio promedio
<p>Esta empresa, con más de 10 años de experiencia, trabaja con traducciones oficiales, técnicas, legales y corporativas. Tienen clientes nacionales e internacionales.</p> <p>Se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá.</p>	<p>No poseen cuentas en redes sociales, por lo que su comunicación con los clientes se da por medio de su página web e internamente por medio de su correo corporativo.</p>	<p>\$88 por palabra</p>

Fuente: Autoras, 2013.

> LAS Traducciones

Figura 16: LAS traducciones.

LAS TRADUCCIONES		
¿Quiénes son? ¿Dónde se ubican?	Comunicación con sus clientes	Precio promedio
<p>Con más de 10 años de experiencia, esta empresa ha venido trabajando dentro y fuera de Colombia. Dentro de sus servicios se encuentran la traducción e interpretación.</p> <p>Se sitúan físicamente en Bogotá pero se puede comunicar con ellos en Cartagena y New York.</p>	<p>No poseen cuentas en redes sociales, por lo que su comunicación con los clientes se da por medio de su página web e internamente por medio de su correo corporativo.</p>	<p>\$200 por palabra</p>

Fuente: Autoras, 2013.

7.2.3 DOFA de la competencia

Dentro del análisis que se le realiza a la competencia, es preciso elaborar un DOFA con el fin de determinar de qué manera se pueden plantear estrategias competitivas y eficaces que ayuden a lograr ventajas frente a otras empresas que funcionan en el área de consultoría para mejoras de contenidos web.

Figura 17: DOFA de la competencia.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las empresas escogidas demuestran tener una amplia experiencia en mejora de contenidos web y traducciones. ✓ El número de clientes es alto. ✓ Ofrecen una amplia línea de servicios web. ✓ Están dirigidos no solamente a Pymes sino también a grandes empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bajo o poco posicionamiento de marca dentro de redes sociales, como lo es el caso de las empresas Platino web y Traducciones WOT. ✓ Dos de las empresas de traducción no poseen cuentas en redes sociales; medios actualmente más utilizados en el mundo. ✓ Falta de Chats virtuales dentro de las páginas web de las 7 empresas para una comunicación rápida.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Complementando su portafolio de servicios, las empresas de mejoras para contenido web podrían agregar el servicio de traducción de páginas web a diferentes idiomas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La entrada de nuevas empresas al sector de las Tecnologías de la Información. ✓ La internet actualmente demanda el uso de las aplicaciones y redes que brinda, como es el caso de las redes sociales. Por tanto, las empresas que no estén en ellas corren el riesgo de perder aumento en sus ventas y, además, de perder atención por parte de sus clientes.

Fuente: Autoras, 2013.

7.2.4 Conclusiones del análisis de la competencia

- Las empresas de consultoría y traducciones web, poseen una amplia línea de servicios adicionales a los que TicBook Solutions ofrece, lo que crea una gran desventaja para la empresa al momento de competir, ya que, por ejemplo, las empresas de traducción tienen en promedio más de 10 años de experiencia.
- En el análisis pudimos observar que dentro del mercado de estas empresas se manejan pequeñas, medianas y grandes empresas de diferentes sectores, diferenciándose de la nuestra que se orienta únicamente a Pymes educativas.
- El uso de redes sociales genera ventajas a la hora de querer obtener retroalimentación por parte de los clientes. Estos son espacios ideales para facilitar la investigación de mercado y las necesidades de sus clientes, sin embargo estas empresas analizadas no las aprovechan al máximo para ese fin.
- Las redes sociales son una de las formas más importantes y estratégicas de comunicación dentro de las empresas. Actualmente, son estas quienes ayudan a mejorar sus estrategias de negocios y no contar con ellas, ya que tienen una gran demanda actual, puede resultar riesgoso tanto en la comunicación con sus clientes como a la hora de querer obtener más ventas.
- Además de las redes sociales es útil poseer Chats virtuales que aceleren la comunicación con los clientes. Sin embargo, las empresas analizadas no los tienen, por lo que los clientes que requieran información inmediata de precios o de algún servicio no van a obtenerlo, ya que tienen que comunicarse vía celular o por medio de correos electrónicos.
- La competencia, en cuanto a mejoras de contenido web, manejan precios de acuerdo al trabajo que tenga que realizarse a los contenidos de las páginas web de sus clientes.
- Los precios de la competencia, en cuanto a traducciones, son razonables al servicio realizado, debido a que toda traducción debe ser precisas y trabajada con excelencia.

7.3 Estudio de mercado

7.3.1 Mercado Objetivo

La empresa TICBOOK SOLUTIONS está dirigida a microempresas educativas que enseñen una segunda lengua a nivel Bogotá y que estén interesadas en mejorar la comunicación organizacional por medio de las TIC.

A continuación se presentan algunos datos que contextualizan las instituciones educativas en el país:

De acuerdo con el boletín de prensa elaborado por el DANE en Agosto de 2012 De los establecimientos (jornadas) reportados en el año 2011, 55 935 ofrecen el nivel de Básica Primaria y 45 478 el nivel Preescolar. Los niveles Básica Secundaria y Media son ofrecidos por una menor cantidad de establecimientos; 19 552 establecimientos ofrecen Básica Secundaria y 14 642 ofrecen Media.

Tabla I

Bogotá. Número de establecimientos por nivel educativo. Educación Básica Media

NIVEL EDUCATIVO	TOTAL	OFICIAL	NO OFICIAL
Preescolar	2.637	918	1.719
Primaria	2.559	1.195	1.364
Secundaria	1.837	760	1.077
Media	1.677	691	986

Fuente: DANE.

Tabla II

Bogotá. Número de establecimientos por nivel educativo. Educación Superior

Carácter	Oficial	No Oficial	Régimen Especial	Total
Universidad	31	49	1	81
Institución universitaria/Escuela tecnológica	15	93	12	120
Institución tecnológica	6	38	6	50
Institución técnica profesional	9	28	0	37
Total general	61	208	19	288

Nota: Fuente: Dato preliminar sujeto a modificación. Fuente: MEN-Sistema Nacional de Información de Educación Superior

Tabla III

Bogotá. Instituciones educación superior.

**Instituciones por carácter académico
Educación Superior**

Año	Institución técnica profesional	Institución tecnológica	Institución universitaria/escuela tecnológica	Universidad	Total
2000	20	17	32	27	96
2001	20	17	39	27	103
2002	19	16	43	27	105
2003	19	16	44	29	108

2004	19	16	44	29	108
2005	20	17	44	29	110
2006	20	16	43	29	108
2007	21	16	42	29	108
2008	21	17	43	29	110
2009	21	19	45	29	114
2010*	21	19	46	29	115

Nota: Dato preliminar sujeto a modificación. Fuente: MEN-SNIES

Tabla IV

Número de colegios de Bogotá por categoría y tipos de Colegio

AÑO	Oficial Distrital	Convenio	No oficial	Concesión	Total
2008	538	248	615	28	1429
2009	553	230	610	28	1421
2010	581	234	642	28	1485
2011	609	247	670	29	1555

Nota. Fuente: dirección de evaluación de la educación SED.

Mercado objetivo:

Microempresas educativas que enseñen una segunda lengua a nivel Bogotá y que estén interesadas en mejorar la comunicación organizacional por medio de las TIC.

Segmentación del mercado:

A nivel Bogotá existen 8.796 establecimientos educativos tanto oficiales como no oficiales. Su clasificación según su nivel educativo es la siguiente: 2.637 preescolar, 2.559 primaria, 1.837 secundaria, y 288 instituciones universitarias, escuelas tecnológicas, institución tecnológica e institución técnica profesional.

- ❖ En base a lo anterior, el mercado potencial para la ejecución del proyecto corresponde a **2953** establecimientos educativos, descontando las instituciones no oficiales, ya que son establecimientos no regulados por la ley.

7.3.2 Características del mercado objetivo

Conocer el mercado objetivo de la empresa es uno de los principales aspectos que se debe tener en cuenta.

1. Ubicación geográfica: Bogotá.
2. La población objeto de la investigación pertenece a todos los estratos.
3. La población a la cual se dirige la empresa comprende tanto hombres como mujeres pertenecientes a la gerencia de la microempresa educativa.
4. Las edades consideradas están entre los 27 años y los 50 años
5. Ocupación: Gerente educativo.
6. Este mercado es usuario de internet. Utiliza páginas web para el posicionamiento estratégico de la empresa y dentro de sus programas académicos enseña una segunda lengua.

Selección de la muestra

Según Palma L (2011) existen 2 tipos de muestreo para utilizar a la hora de realizar una investigación:

Muestreo probabilístico: es aquella donde todos los elementos del colectivo tienen una probabilidad conocida de ser incluidos en la muestra y esta probabilidad es distinta de 0 o de 1. Debe garantizar la aleatoriedad y debe regirse por el zar y por las leyes probabilísticas.

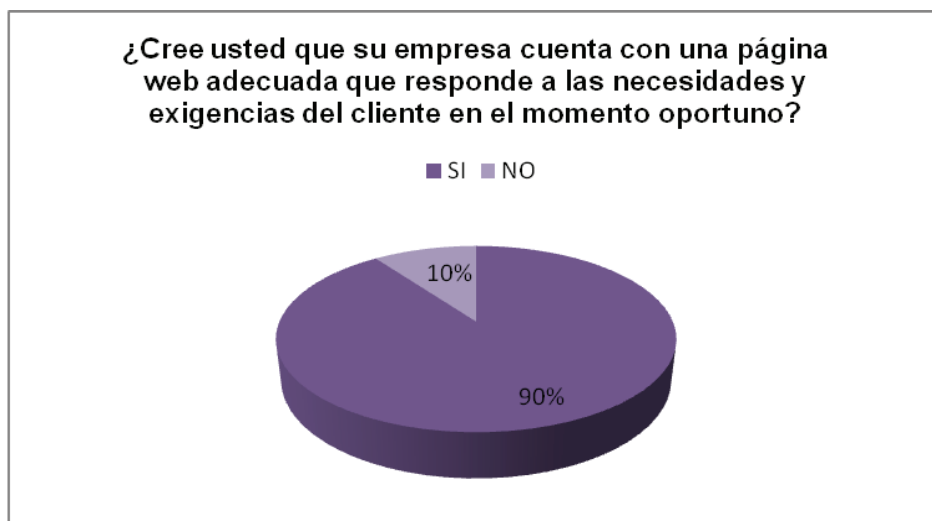
Muestreo no probabilístico: se rigen por algún sistema que garantice el azar y además no permiten la generalización de los resultados, es decir, no permiten generalizar los resultados de la muestra a la población extraídos de dicha muestra.

- El tipo de muestreo en la investigación, es el muestreo no probabilístico ya que la muestra se constituye únicamente por el grupo de personas que decidan participar de la encuesta que se realizará.

7.3.4 Resultados de la encuesta

Para conocer directamente las características y necesidades de las empresas educativas en cuanto al manejo y posicionamiento de las páginas web que utilizan para su comunicación externa, TicBook Solutions aplica una encuesta a 20 establecimientos educativos ubicados en la ciudad de Bogotá y obtiene los siguientes resultados:

Figura 18: Calidad de la página web



Fuente: Autoras

En relación a la primera pregunta el 90% de las instituciones encuestas considera que su página web responde a las necesidades del mercado, mientras que el 10% restante piensa que ésta no responde oportunamente a las exigencias demandadas por el mercado. Este fenómeno es positivo si se analiza que en el presente se comienza a dar importancia a este tipo de herramientas que antes no se conocían ni se tenían en cuenta para el desarrollo empresarial.

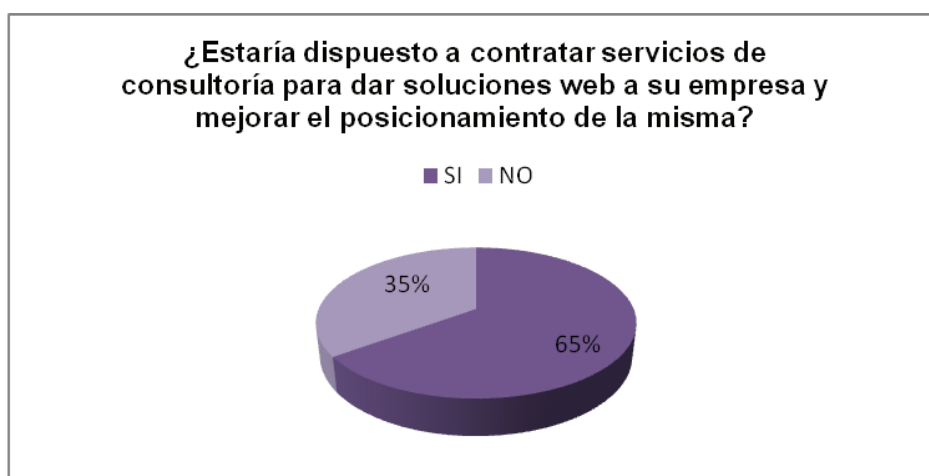
Tabla V

Ficha Técnica encuesta

FICHA TÉCNICA ENCUESTA	
Población	Pymes educativas
Ámbito geográfico muestral	Bogotá, Colombia
Proceso de muestro	No probabilístico
Encuestas realizadas	20
Fecha de realización	Del 1 de Mayo al 17 de Mayo de 2013

Nota. Fuente: Autoras

Figura 19: Disposición frente al servicio de consultoría ofrecido



Fuente: Autoras

La pregunta 2 establece el porcentaje de empresas dispuestas a contratar servicios de consultoría para dar soluciones web, de las 20 empresas encuestas el 65% considera que estarían dispuestas a contratar este tipo de servicio mientras que el 35% no lo haría. Lo cual refleja claramente la viabilidad y pertinencia del objetivo de TicBook Solutions, ya que las empresas hoy en día quieren invertir en el desarrollo tecnológico de su institución como estrategia de innovación y competitividad en el mercado.

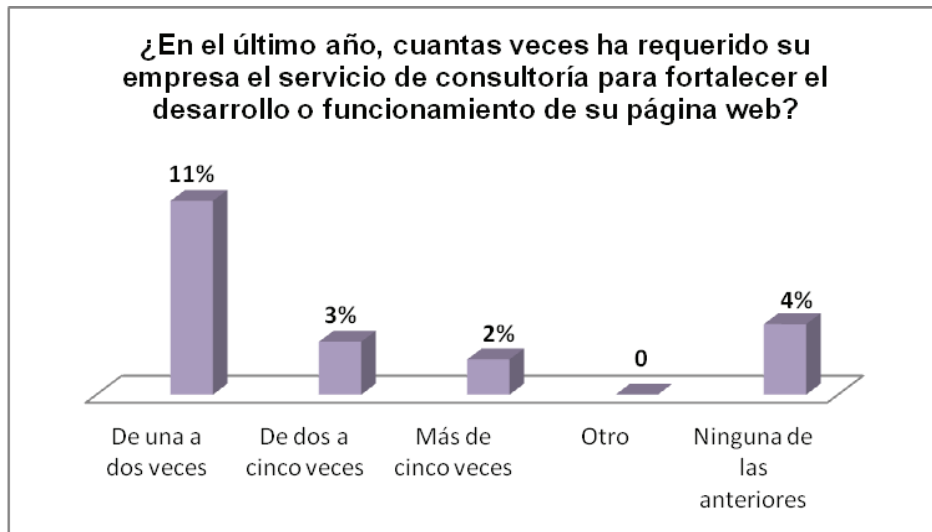
Figura 20: Conocimiento frente a la competencia



Fuente: Autoras

En cuanto a las respuestas obtenidas a esta pregunta observamos que el 75% de las instituciones educativas no conoce empresas de consultoría que den soluciones a su página web y aunque el 25% conoce o ha escuchado de alguna empresa únicamente mencionaron dos empresas: Mercuri pro y Soluciones informáticas. Lo cual representa un reto en el posicionamiento de este tipo de ayudas en el mercado colombiano y una oportunidad de negocios aun naciente en el país.

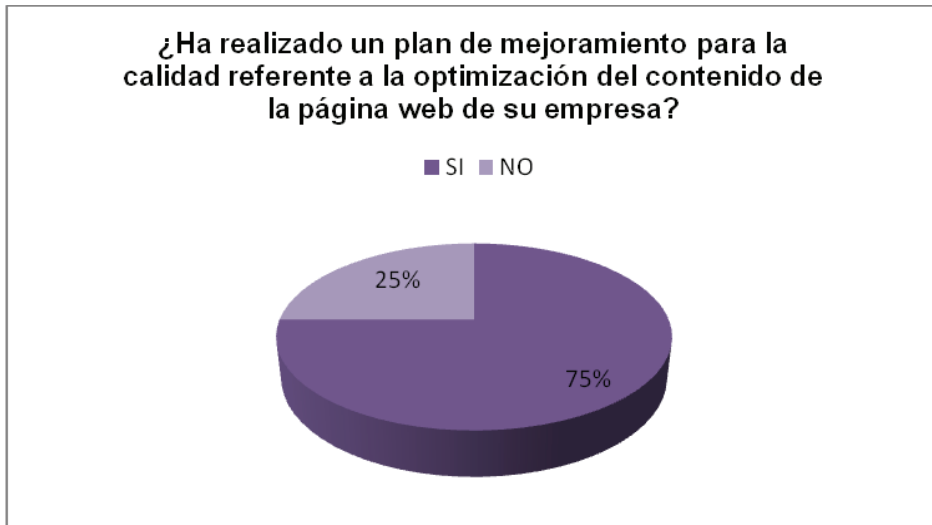
Figura 21: Necesidad anual del servicio.



Fuente: Autoras

En la gráfica 4 se identifica que el 11% de las pymes educativas ha requerido servicio de consultoría para fortalecer el desarrollo de su página web de una a dos veces al año, el 3% de dos a cinco veces, el 2% más de cinco veces y finalmente el 4% responde que no ha necesitado de este tipo de servicio. Esto refleja que las tendencias, los servicios, los productos y todo lo que ofrece la empresa es dinámico y va cambiando con el tiempo, por eso el tema de actualización en la calidad de la tecnología es primordial para el crecimiento empresarial.

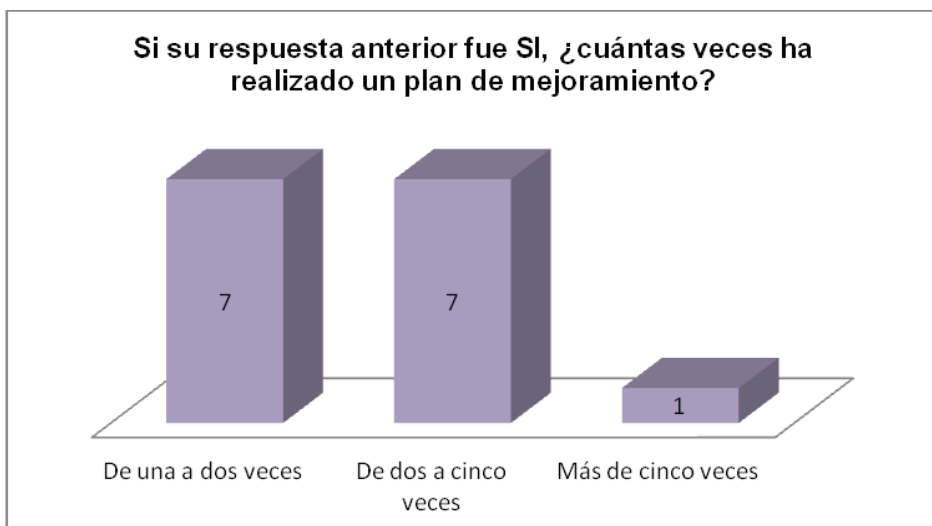
Figura 22: Mejora de contenido de la página web.



Fuente: Autoras

En relación a la pregunta 5 el 75% de los establecimientos educativos ha realizado un plan de mejora de contenido a la página web, mientras que 25% no lo ha hecho. Lo cual indica que las instituciones vienen mejorando todos sus procesos dando respuesta a la calidad en el servicio prestado.

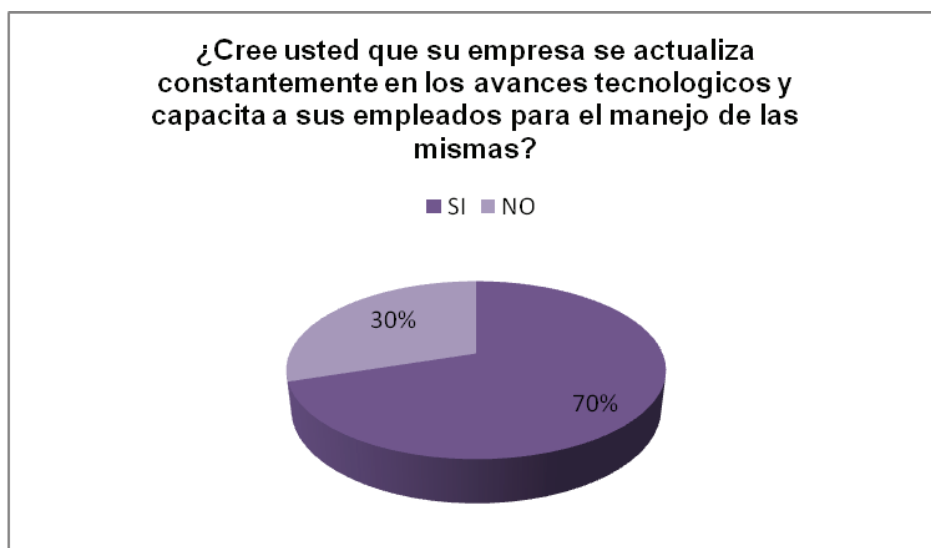
Figura 23: Mejora de contenido de la página web.



Fuente: Autoras

Esta pregunta está directamente relacionada con la pregunta número 5, la cual indica que de los establecimientos encuestados 7 realizan mejoras de a una a dos veces, 7 de dos a cinco veces y únicamente una institución ha realizado plan de mejoramiento para la optimización del contenido de la página web más de cinco veces. Lo cual puede indicar el deseo de las empresas a actualizar constantemente y fortalecer esta herramienta o también puede ser una señal de alerta frente al servicio prestado por aquellas entidades que han sido contratadas para dar soluciones en esta área.

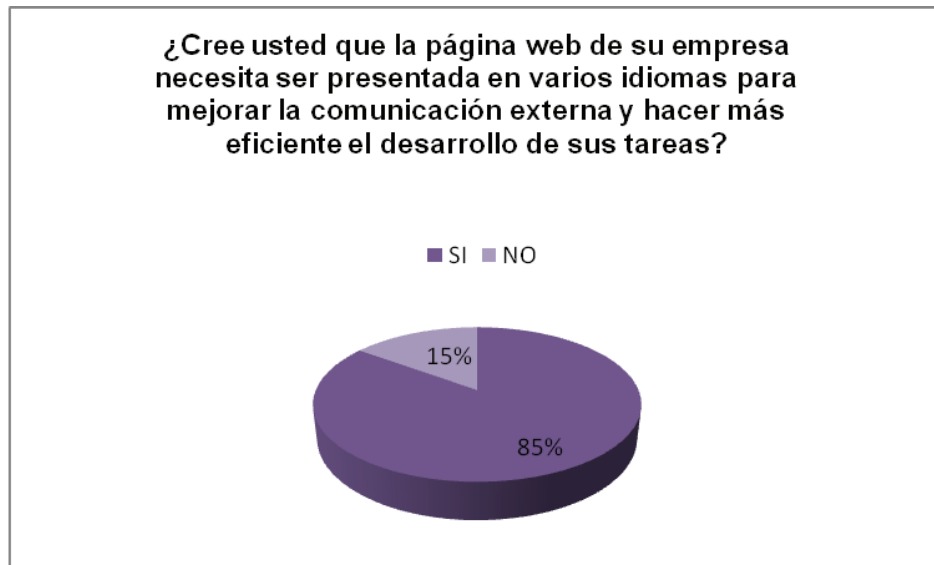
Figura 24: Capacitación al personal



Fuente: Autoras

En cuanto a la pregunta 6 que hace referencia a la capacitación tecnológica al personal de las empresas el 70% instruye al personal, sin embargo un 30% aún no lo hace. Es un porcentaje alto que traduce un cambio en la visión empresarial que busca día a día fomentar crecimiento en su cliente interno generando cualificación profesional para el máximo aprovechamiento del recurso humano en la institución

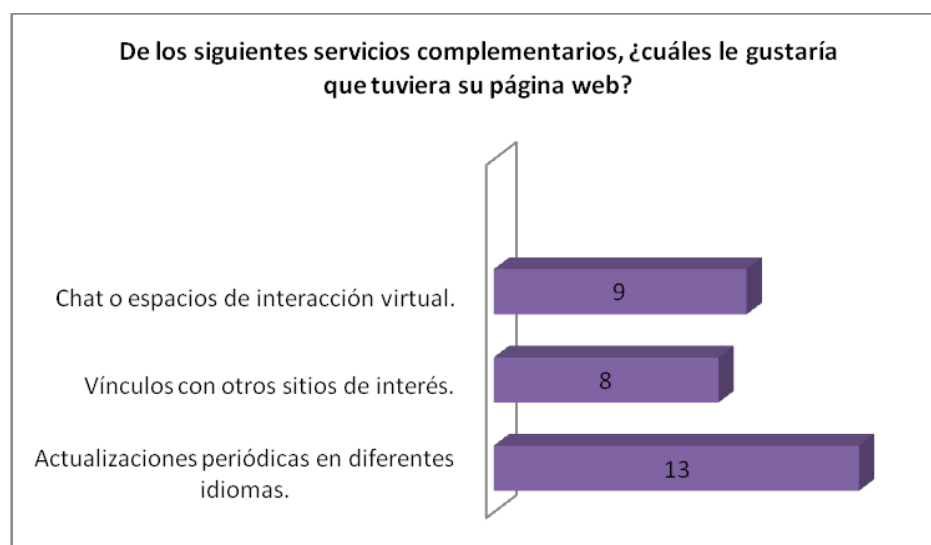
Figura 25: Presentación de la página web en varios idiomas



Fuente: Autoras

Con respecto a la opinión de las empresas de presentar la página web en varios idiomas un 85% de ellas considera que es preciso para mejorar la comunicación externa, en cambio un 15% no lo cree necesario. Es indiscutible cómo el mundo actual exige una globalización en el uso de estas herramientas generando interacciones diferentes y exitosas mediante el uso del lenguaje.

Figura 26: Servicios complementarios en la página web.



Fuente: Autoras

Por lo que se refiere a servicios adicionales demandados por el mercado, las actualizaciones periódicas en diferentes idiomas fue elegido en un 13%, vínculos con otros sitios de interés 8% y chat o espacios de interacción virtual 9%.

7.3.5 Conclusiones de la encuesta

- ✓ Responder oportunamente a las necesidades del mercado por medio de la comunicación efectiva y eficaz a través de las TIC es una de las prioridades actualmente de las empresas, esto se debe en gran parte al efecto de la globalización que vemos hoy en día. El 90% de los establecimientos educativos considera que su página web sí responde oportunamente a las necesidades del mercado sin embargo el 10% de las mismas aún no establece estrategias de comunicación eficientes.
- ✓ Lo anterior sugiere que el servicio ofrecido genera un alto impacto, en donde la oferta institucional frente a este tipo de servicios será alta debido a la importancia que tienen las páginas web para el posicionamiento de una empresa dentro del mercado de hoy; el cual exige competencia permanente, el 65% de las entidades

estarían dispuestas a contratar servicios de consultoría para mejorar el contenido de la misma.

- ✓ En cuanto a la competencia, se observa que TicBook Solutions no posee una competencia directa, lo cual es una ventaja significativa para la empresa debido a que hoy en día la excesiva competencia es uno de los principales problemas que estas enfrentan. Sin embargo al ser una de las pioneras en la prestación de este tipo de servicio supone un desafío en la calidad e integralidad de los servicios ofrecidos.
- ✓ En Bogotá la mayoría de las instituciones educativas no tiene conocimiento de las ventajas que trae para su organización el contratar un consultor externo. Un asesor no solo resuelve problemas o crea estrategias sino que también aumenta la capacidad de las empresas para mejorar sus utilidades. Es por esta razón que el 11% de los encuestados solo requiere este tipo de servicios de una a dos veces al año.
- ✓ Debido a la importancia de las páginas web empresariales para extenderse y además de esto teniendo en cuenta que el costo de publicidad es relativamente bajo el 75% de los encuestados ha realizado un plan de mejora a la página web de la empresa, esto sugiere que esta herramienta está en auge y crece cada día más.
- ✓ El 85% de los establecimientos encuestados considera que la presentación de la página web en el idioma Inglés es fundamental para lograr posicionamiento en el mercado, por tanto el servicio de traducción ofrecido por TicBook Solutions adquiere bastante demanda, pero también se observa la necesidad de crear cultura frente a otros idiomas como lo son el alemán, el portugués y el francés que actualmente son lenguas empleadas para los negocios pero en menor magnitud que el idioma universal; el inglés.
- ✓ En relación a los servicios complementarios es evidente que las actualizaciones periódicas en varios idiomas es un servicio adicional innovador que sirve como valor agregado de la empresa ya que el chat y los vínculos con otros sitios de interés son servicios con los que las empresas en su gran mayoría ya cuentan.

- ✓ Durante la realización tanto presencial como por vía telefónica de la encuesta se observó que los establecimientos educativos son muy reservados con la información que manejan respecto a sus páginas web, lo cual puede ser una barrera para la ampliación de la institución hacia el mercado.

7.4 Estrategias de mercado

7.4.1 Estrategia de servicio

Se actualizarán constantemente los medios virtuales utilizados para dar a conocer a nuestros clientes potenciales la calidad y efectividad de nuestro servicio. Durante las asesorías se enfatizará en la importancia de tener una página web que posea un contenido completo y coherente con lo que las pymes educativas con las que trabajamos quieren transmitir.

Para la estrategia de servicio se dedicarán días y horas específicos para la revisión de nuestras redes sociales y para las actividades de mercadeo.

Políticas del servicio

Adicionalmente a la prestación de servicio de consultoría y/o traducción de las páginas web, TicBook Solutions, ofrece a sus clientes las siguientes ventajas:

- Horarios de atención que van de 8:00 am a 5:00 pm de lunes a viernes en nuestra oficina, por vía telefónica y por medio de un chat virtual incorporado en nuestra página web.
- Ofrecer servicio postventa, en donde el cliente tiene la posibilidad de seguir recibiendo gratuitamente nuestras asesorías hasta tres meses después de haber recibido los servicios de *TicBook Solutions*.
- Atender reclamos y sugerencias por medio de las redes sociales Facebook y Twitter o por medio del correo electrónico empresarial y no tardar más de 48 horas en responder y dar solución.

Ventaja competitiva

- *TicBook Solutions* posee dos servicios que ninguna otra ofrece en el mercado, mejoras de contenido web más traducciones web.
- Ofrece una atención efectiva y rápida por medios virtuales (chat virtual, redes sociales), brindándole al cliente una comunicación eficaz con la empresa, comodidad y fácil acceso a nuestros servicios. Esto hace que tenga una ventaja frente a la competencia, ya que como se especificó en *Análisis de la competencia*, estas no poseen dentro de sus páginas web un chat que pueda agilizar las dudas que sus clientes tengan de la empresa y/o de los servicios que esta presta.
- Le ahorra tiempo y dinero a los clientes, ya que no se tienen que trasladar de un lugar a otro para buscar el servicio que desean.

7.4.2 Estrategia de precio

Antes de definir una estrategia de precio, es importante realizar un análisis sobre los precios de la competencia. Para éste, se escogieron 3 empresas que trabajan consultorías para páginas web: *L&A Ecommerce Grupo de negocios*, **Platino web** y *Distecno web* y 4 empresas que trabajan con traducciones corporativas (páginas web):

Tabla VI

Precio competencia en consultoría.

EMPRESAS CONSULTORÍA	CARACTERISTICAS DEL SERVICIO	PRECIO		PRECIO PROMEDIO
		MÍNIMO	MÁXIMO	
<i>Distecno web</i>	Asesoría para la mejora de páginas web para diferentes empresas (grandes y	\$550.000	\$1'550.000	\$1'050.000
<i>Platino web</i>		\$500.000	\$1'650.000	\$1'075.000
<i>L&A Ecommerce Grupo de</i>		\$650.000	\$1'850.000	\$1'250.000

<i>negocios</i>	pequeñas)			
-----------------	-----------	--	--	--

Nota. Fuente: Autoras

Tabla VII

Precio competencia en traducciones corporativas.

EMPRESAS TRADUCCIÓN	CARACTERISTICAS DEL SERVICIO	PRECIO		PRECIO PROMEDIO
		MÍNIMO	MÁXIMO	
<i>Traducciones WOT</i>	Además de poseer el servicio de traducción de diferentes tipos de textos, también realizan traducciones corporativas, entre ellas páginas web.	\$80	\$115	\$98
<i>Crear Traducciones</i>		\$130	\$200	\$165
<i>AC Traducciones</i>		\$70	\$105	\$88
<i>Las Traducciones</i>		\$150	\$250	\$200

Nota. Fuente: Autoras

TicBook Solutions quiere manejar un precio razonable para sus clientes garantizando calidad y confiabilidad en los servicios. Es por eso que, teniendo en cuenta los anteriores precios de la competencia y promediándolos, *TicBook Solutions* tendrá los siguientes precios para sus servicios:

Figura 27: Precios *Ticbook Solutions*

TICBOOK SOLUTIONS	
SERVICIO	PRECIO PROMEDIO
<i>Mejora de contenidos web</i>	\$1'125.000
<i>Traducción</i>	\$138 por palabra

Fuente: Autoras

El diagnóstico sobre el estado de los contenidos web de las Pymes educativas será totalmente gratuito, así como la cotización para las traducciones que los clientes necesiten.

- **Servicio de mejora de contenidos web:** el precio se ajustara a la necesidad del cliente, es decir, el precio varía dependiendo de las mejoras que hayan que realizarle a su página, ya sea de imagen y redacción, o solo de redacción, etc. Según esto, *TicBook Solutions* ajusta un precio razonable para los clientes.
- **Servicio de traducciones web:** por 3.000 palabras o menos por traducir, *TicBook Solutions* cobrará un precio de \$108*. Asimismo, por una traducción de 6.000 palabras o más por traducir, se cobrará un precio de \$168*, dando como promedio un precio de \$138* que se cobrarán por un promedio de 5000 palabras que tienen la mayoría de Pymes educativas investigadas en sus páginas web.

(*) Precio por palabra

7.4.3 Estrategia de promoción

Dentro de la estrategia de promoción de la empresa, se invertirá en Marketing Online (medios virtuales) y Marketing Offline (medios impresos).

7.4.3.1 Marketing Offline

- Publicidad boca a boca
- Tarjetas de presentación
- Merchandising (Agendas, esferos, etc.)

Figura 28: Marketing offline



Fuente: Autoras

7.4.3.2 Marketing Online

- *Social Media Marketing*: página web y redes sociales (Facebook y Twitter)
- *Marketing de fidelización*: actualización de nuestra página, boletines virtuales, noticias, promociones y cupones de descuento

TicBook Solutions contratará los servicios de una agencia web que proveerá el hosting (almacenamiento), diseño y dominio (www.ticbooksolutions.com) para nuestra página web.

- Mapa de navegación de nuestra página web:

1. Inicio
2. TicBook Solutions
3. Nuestros servicios
4. Contacto
5. Noticias

Figura 29: Website



Fuente: Autoras

- Un grupo activo en la red social Facebook que permitirá:
 1. Generar un voz a voz fuerte por medio de referidos
 2. Construir una relación estrecha entre la empresa y los consumidores.
 3. Mantener a los clientes informados y actualizados de todo lo que pasa con la marca (promociones/eventos/etc.)
 4. Recibir feedback por parte de los clientes.
 5. Dar a conocer nuestros servicios en otros países.

Figura 30: Facebook



Fuente: Autoras

- La creación de una cuenta en esta red social ayudara a la empresa a mantener una constante relación con nuestros clientes, en la que estaremos informándoles de los descuentos, promociones y precios de nuestros servicios por medio de mensajes cortos.

Figura 31: Twitter



Fuente: Autoras

8. Estudio operacional

8.1 Proceso del Servicio

Para mejorar la comunicación organizacional, es necesario hacer un análisis del uso de las TIC en la empresa, para poder determinar las falencias existentes en la página web y de esta forma, diseñarla de manera que se ajuste a las necesidades de los clientes, presentándola en varios idiomas como un elemento adicional que ayudará a lograr posicionamiento dentro de un mercado global y cada vez más competitivo.

8.1.1 Diagrama del proceso

Figura 32: Secuencia de actividades en el proceso del servicio



Fuente: Autoras

8.1.2 Etapas del proceso

La figura 1 muestra el proceso que se desarrollará para poder ofrecer el servicio. A continuación se presentará el ciclo que tiene el servicio ofrecido por *TicBook Solutions*:

1. El cliente se comunica con la empresa para requerir el servicio.
2. Se realiza la visita a la empresa para conocer la página web de la misma y la idea que se quiere transmitir por medio de ella.
3. De acuerdo con el punto anterior, se analiza la página web para diseñar una mejor estrategia de comunicación externa.
4. Se presenta la estrategia y propuesta de la página web presentada en varios idiomas.
5. Se firma del acuerdo entre empresa educativa y *TicBook Solutions*.
6. Se concreta el plan de trabajo según los requerimientos del cliente y teniendo en cuenta la estrategia a implementar.
7. Se implementa la mejora de contenido en página web e imagen corporativa y traducción de la misma a uno o más idiomas.

8.2 Espacio requerido

TicBook Solutions estará ubicado en la ciudad de Bogotá. La empresa contará con una oficina debidamente condicionada para el buen desarrollo de las funciones, la cual cuenta con un espacio 100 metros cuadrados. Su costo mensual es de \$1.000.000.

Esta oficina cuenta con los servicios domiciliarios requeridos como lo son: energía, teléfono, internet y agua.

8.3 Abastecimiento

Para tener un servicio de calidad y lograr la satisfacción de los clientes *TicBook Solutions* requiere de la siguiente maquinaria y equipos.

Tabla VIII

Maquinaria y equipos.

ESPECIFICACION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipo			
Computadores	5	\$ 1,169,000.00	\$ 5,845,000.00
Licencias Office	5	\$ 500,000.00	\$ 2,500,000.00
Teléfonos	2	\$ 49,900.00	\$ 99,800.00
Multifuncional	2	\$ 209,000.00	\$ 418,000.00
Papelería Inicial	1	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00
Oficina			
Escritorios	5	\$ 119,900.00	\$ 599,500.00
Sillas oficina	5	\$ 119,900.00	\$ 599,500.00
Sillas clientes	5	\$ 119,900.00	\$ 599,500.00
Decoración (Cuadros, florero)	2	\$ 200,000.00	\$ 400,000.00
Total maquinaria y equipo			\$11,361,300.00
Total maquinaria, planta y equipo			\$11,361,300.00

Nota. Fuente: autoras

9. Estudio organizacional

9.1 Pasos, costos y documentación

9.1.1 Pasos, costos y documentos ante la cámara de comercio

De acuerdo con la cámara de comercio de Bogotá los pasos para constituir la empresa ante dicha entidad son los siguientes:

a) Definición nombre de la empresa:

Definir el nombre de la empresa y registrarlo ante la Cámara de Comercio de Bogotá es muy importante debido a que puede presentarse “homonimia”, concepto definido según el diccionario de la Real Academia Española como: *“Dicho de dos o más personas o cosas: Que llevan un mismo nombre”*.

La Cámara de Comercio de Bogotá ejerce un control para que no se presenten este tipo de casos de homonimia ya que se encuentra estipulado en el artículo 35 del Código de Comercio: “las cámaras de comercio se abstendrán de matricular a un establecimiento de comercio con el mismo nombre del otro ya inscrito, mientras este no sea cancelado por orden de autoridad competente o a solicitud de quien haya obtenido la matrícula”.

b) Determinación de la actividad de la empresa:

Este punto hace referencia a definir la actividad económica de la empresa. Luego de tener clara la actividad, se procede a verificar el código de dicha actividad con base a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIN), dicho código se determina en la página institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá.

c) Verificación del uso del suelo:

La ubicación de la empresa debe estar en un lugar permitido, para saber si el lugar es apto se consulta en la Curaduría de la localidad donde se pretender establecer el negocio.

d) Proceso de formalización o legalización de la actividad mercantil o empresarial:

- ✓ Elaboración del documento privado de constitución o escritura pública.
- ✓ Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) administrado por la dirección de impuestos y aduanas nacionales.
- ✓ Registro mercantil en la cámara de comercio.
- ✓ Registro de factura y resolución.

e) Realizar la matricula mercantil del establecimiento de comercio:

- ✓ Según el diccionario virtual económico de Yahoo, el registro mercantil es donde se inscriben los actos comerciales, la constitución de sociedades, modificaciones estatutarias, etc. La inversión inicial requerida para la empresa *TicBook Solutions* es de **\$ 13.895.000** millones, lo cual según el informe de tarifas de servicios de registros públicos de 2013 es de **\$ 169.000** a pagar.

f) Libros Comerciales:

Es requisito obligatorio para la empresa llevar la contabilidad de la misma por medio de los libros comerciales exigidos por la ley.

9.1.2 Pasos, costos y documentos ante la DIAN

De acuerdo con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para diligenciar el RUT se requieren los siguientes documentos:

- Identificación
- Constitución
- Representación
- Revisoría fiscal

- Establecimientos de comercio
- Matrícula mercantil, y demás documentos pertinentes dependiendo de las características del obligado y las responsabilidades que tenga frente a la DIAN.

9.2 Requerimientos de operación de la empresa

9.2.1 Impuestos

Según Casale M (2012), los impuestos de carácter nacional son para todas las personas naturales o jurídicas residentes en el país, es decir, para la creación de la empresa TicBook Solutions es necesario tener en cuenta los impuestos o contribuciones establecidas por ley que se deben pagar en Colombia:

Figura 33: Impuestos en Colombia

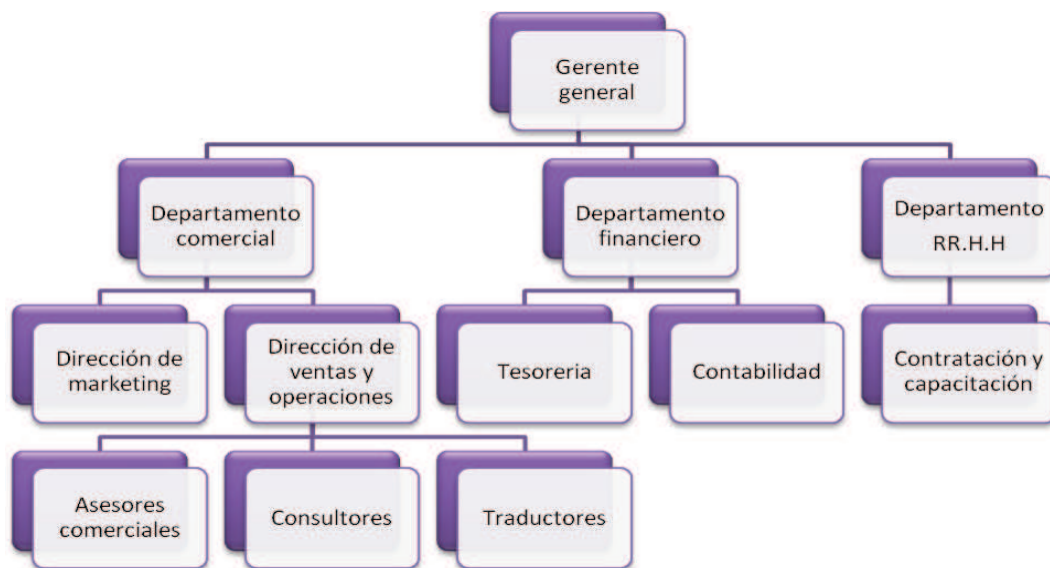
IVA (Impuesto sobre las ventas)	16%
Impuesto sobre la renta	33%
Impuesto a las transacciones financieras	0,4%
Impuesto de industria y comercio	entre 0,2% y 1%

Fuente: Autoras

9.3 Recursos Humanos

9.3.1 Organigrama

Figura 34: Organigrama



Fuente: Autoras

9.3.2 Cargos, perfiles y responsabilidades

❖ Director de marketing

PERFIL

- Capacidad de comunicación y motivación
- Orientación a resultados de corto, mediano y largo plazo
- Dominio de, mínimo, una segunda lengua (inglés, francés y/o portugués)
- Innovador, creativo y eficiente
- Capacidad de análisis

RESPONSABILIDADES

- Desarrollo e implementación de estrategias y campañas de marketing en el desarrollo de los servicios de *Tic Book Solutions*
- Coordinación de las estrategias de comunicación de la empresa, tanto interna como externa
- Gestión del equipo bajo su responsabilidad

❖ Director de ventas y operaciones

PERFIL

- Dominio de, mínimo, una segunda lengua (inglés, francés y/o portugués)
- Toma y ejecuta decisiones que favorecen el proceso de ventas y, por ende, el desarrollo de la empresa
- Motiva y guía las fuerzas de venta y de operaciones, garantizando un servicio de calidad

RESPONSABILIDADES

- Seguimiento y análisis de resultados de planes establecidos
- Preparación de planes y presupuestos de venta
- Establecer metas y objetivos de ventas
- Evaluar del desempeño de la fuerzas de venta y de operación
- Gestión del equipo bajo su responsabilidad

❖ Director financiero

PERFIL

- Dominio de, mínimo, una segunda lengua (inglés, francés y/o portugués)
- Conocimiento en procesos contables
- Planificación financiera
- Conocimiento avanzado en excel
- Gestión de equipos

RESPONSABILIDADES

- Controlar el flujo de caja que entra y sale de la empresa
- Elaboración de presupuestos
- Proyección financiera y análisis de resultados
- Preapración e interpretación de informes contables y financieros
- Análisis de la inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas

❖ **Director de recursos humanos**

PERFIL

- Planifica, coordina y lidera el desarrollo profesional de los empleados
- Experiencia en el trato y manejo de personal
- Conocimientos en psicología
- Capacidad para organizar
- Dominio de, mínimo, una segunda lengua (inglés, francés y/o portugués)

RESPONSABILIDADES

- Reclutar, seleccionar y capacitar al personal
- Planeación y organización
- Incentivar las buenas relaciones del personal y su intergración
- Revisión de las novedades del personal, como memorandos, etc.
- Presentación de indicadores de gestión

❖ **Asesor comercial**

PERFIL

- Dominio de, mínimo, una segunda lengua (inglés, francés y/o portugués)
- Compromiso con las metas y objetivos propuestos por la empresa
- Experiencia en atención al cliente
- Sentido de pertenencia con la empresa
- Excelente comunicación oral
- Proactivo y orientado al logro

RESPONSABILIDADES

- Conocer muy bien los servicios de la empresa
- Asesorar objetivamente a los clientes de acuerdo a sus necesidades
- Mantener una búsqueda permanente de nuevos clientes
- Mantener un contacto continuo con los clientes
- Promover la buena imagen de la empresa
- Reporte de las oportunidades de mejoramiento en los servicios prestados que expresen los clientes

❖ Traductor

PERFIL

- Dominio de, mínimo, una segunda lengua (inglés, francés y/o portugués)
- Carrera: Traductor, profesional en Lenguas Modernas
- Trabajo en grupo
- Capacidad de comprensión y criterio
- Dominio de las diferentes técnicas de traducción
- Evalúa su trabajo y propone mejoras

RESPONSABILIDADES

- Realización de trabajos de calidad
- Organización de su tiempo
- Entrega oportuna del trabajo asignado

❖ Consultor

PERFIL

- Dominio de, mínimo, una segunda lengua (inglés, francés y/o portugués)
- Trabajo en grupo
- Capacidad de comprensión y criterio
- Evalúa su trabajo y propone mejoras

RESPONSABILIDADES

- Realización de trabajos de calidad
- Organización de su tiempo
- Entrega oportuna del trabajo asignado

9.4 DOFA *TicBook Solutions*

Figura 35: Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de innovación. 2. Calidad en el servicio. 3. Brindar a nuestros clientes actualizaciones periódicas en diferentes idiomas a sus páginas web. 4. Fortalecimiento en desarrollo empresarial educativo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de experiencia en manejo de contenidos web. 2. Nuestra empresa no cuenta con reconocimiento en el mercado. 3. Debido a ser una empresa nueva, nuestro flujo de fondos es bajo en comparación con la competencia.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Demanda del servicio 2. Posibilidad de expansión del servicio a nivel nacional. 3. El sector de servicios de consultoría está en expansión. 4. Brindar a nuestros clientes software para el aprendizaje del idioma francés. 5. Brindar a nuestros clientes un software para el aprendizaje del idioma portugués. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia de grandes empresas que ofrecen servicios similares al nuestro. 2. Limitación financiera.

Fuente: Autoras

9.4.1 Estrategias cruzadas de DOFA

Figura 36: Análisis de estrategias cruzadas DOFA

FORTALEZAS / OPORTUNIDAD	DEBILIDAD / OPORTUNIDAD
<p>F1 O1 Aprovechar la demanda del servicio para ofrecer nuevos o mejores productos gracias a la capacidad de innovación que tiene la empresa.</p> <p>F4 O3 04 05 Aprovechar el fortalecimiento empresarial educativo para ofrecer software en diferentes idiomas y reforzar dicho crecimiento institucional.</p>	<p>D2 O2 Debido a que tenemos la posibilidad de expandir nuestra marca a nivel nacional ya que es una empresa viable podemos obtener reconocimiento en el mercado a largo plazo.</p>
FORTALEZA /AMENAZA	
<p>F3 A1 Ofrecer un producto novedoso y demandado como los son las actualizaciones periódicas en diferentes idiomas podemos reducir la amenaza de la competencia que ofrece 2 de nuestros productos: mejora de contenido e imagen corporativa y traducción en páginas web.</p>	

Fuente: Autoras

10. Análisis financiero

10.1 Inversión inicial

10.1.1 Constitución de capital

Para su inversión inicial, la empresa *TicBook Solutions* requiere una inversión de **\$13,895,743**, el cual será aportado por las dos socias fundadoras, quienes esperan obtener como rentabilidad un mínimo de 10%.

10.2 Proyección de ventas

Para calcular la proyección de ventas evaluada a 5 años, *TicBook Solutions* se basó en el tamaño potencial de mercado en la ciudad de Bogotá para el año 2012 (2,953 instituciones educativas), estimando un crecimiento porcentual del 1,8: empezando así en el 2013 con 3,007 instituciones y continuando hasta el 2018 con 3,292. *TicBook Solutions* supone una captación de mercado de 5% cada año, empezando en el 2013 con una captación del 10% y continuando hasta el 2018 con una captación del 35%.

Tabla IX

Tamaño Potencial de Mercado

2012	
Tamaño Potencial de Mercado	2,953
% Crecimiento Anual	1.8%

Nota. Fuente de autoras

Tabla X

Cálculo Mercado Potencial y Proyección de Ventas

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
# Instituciones Educativas	3,007	3,062	3,118	3,175	3,233	3,292
Supuesto: Proyección de ventas						
% Captación de Mercado	10%	15%	20%	25%	30%	35%
# Instituciones Educativas Capturadas	300	459	623	793	969	1,152
# Instituciones Educativas/ Mes	25	38	51	66	80	96
Asesorías de Contenidos Web/ Año	60	91	124	158	193	230
Traducción / Año	240	368	499	635	776	922
Personal Requerido						
Consultores/ Año	3	2	3	4	5	5
Traductores / Año	4	3	4	5	6	7
Asesores Comerciales	2	2	2	3	3	3
Total	9	7	9	12	14	15

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XI

Productos y Servicios Ofertados (Mix ventas)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Asesoría de contenidos web	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Traducción	80%	80%	80%	80%	80%	80%

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XII

Ingreso por venta

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Asesoría de contenidos web	\$67,500,000	\$103,275,000	\$140,175,000	\$178,425,000	\$218,025,000	\$259,200,000
Traducción	\$165,000,000	\$252,450,000	\$ 342,650,000	\$ 436,150,000	\$532,950,000	\$633,600,000
Total Ingreso por Venta	\$ 232,500,000	\$355,725,000	\$482,825,000	\$614,575,000	\$750,975,000	\$892,800,000

Nota. Fuente: Autoras

10.3 Costos

10.3.1 Nómina personal administrativo

Tabla XIII: Nómina personal administrativo

CANTIDAD	CARGO	TURNO	SUELDO BASICO	SUELDO TOTAL	NOMINA ANUAL	NOMINA TOTAL
1	Gerente	8:00 am - 5:00 pm	\$ 2,500,000.00	\$ 3,922,090.00	\$ 47,065,080.00	\$ 47,065,080.00
1	Director de Marketing	8:00 am - 5:00 pm	\$ 2,000,000.00	\$ 3,137,672.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00
1	Director de Ventas	8:00 am - 5:00 pm	\$ 2,000,000.00	\$ 3,137,672.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00
1	Director Financiero	8:00 am - 5:00 pm	\$ 2,000,000.00	\$ 3,137,672.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00
1	Director de Recursos Humanos	8:00 am - 5:00 pm	\$ 2,000,000.00	\$ 3,137,672.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00
3	Asesores Comerciales	8:00 am - 5:00 pm	\$ 1,500,000.00	\$ 2,353,254.00	\$ 28,239,048.00	\$ 84,717,144.00
5	Consultores de Contenido Web	8:00 am - 5:00 pm	\$ 1,500,000.00	\$ 2,353,254.00	\$ 28,239,048.00	\$141,195,240.00
7	Traductores	8:00 am - 5:00 pm	\$ 1,500,000.00	\$ 2,353,254.00	\$ 28,239,048.00	\$197,673,336.00
TOTAL NOMINA PLANTA						\$621,259,056.00

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XIV

Relación de aportes parafiscales y prestaciones sociales personal de planta

% Ap. EPS			4.00%				
% Ap. Fondo Pensiones			4.00%				
Cargo	Sueldo Base	Tarifa/hora	Nomina bruta	Aportes EPS	Ap. Fondo Pensiones	Total en Descuento	Nomina Neta
Gerente	\$2,500,000.00	\$14,204.55	\$ 2,500,000.00	\$100,000.00	\$100,000.00	\$ 200,000.00	\$2,300,000.00
Director de Marketing	\$2,000,000.00	\$11,363.64	\$ 2,000,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 160,000.00	\$1,840,000.00
Director de Ventas	\$2,000,000.00	\$11,363.64	\$ 2,000,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 160,000.00	\$1,840,000.00
Director Financiero	\$2,000,000.00	\$11,363.64	\$ 2,000,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 160,000.00	1,840,000.00
Director de Recursos Humanos	\$2,000,000.00	\$11,363.64	\$ 2,000,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 160,000.00	\$1,840,000.00
Asesores Comerciales	\$1,500,000.00	\$ 8,522.73	\$ 1,500,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 120,000.00	\$1,380,000.00
Consultores de Contenido Web	\$1,500,000.00	\$ 8,522.73	\$ 1,500,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 120,000.00	\$1,380,000.00
Traductores	\$1,500,000.00	\$ 8,522.73	\$ 1,500,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 120,000.00	\$1,380,000.00
TOTAL	\$15,000,000.00	\$85,227.27	\$15,000,000.00	\$600,000.00	\$600,000.00	\$1,200,000.00	\$13,800,000.00

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XV

Total nómina a cargo de la empresa

% Cesantías		8.33%							
% Intereses de cesantías		1.00%							
% Primas		8.33%							
% Vacaciones		14.17%							
% Dotación		2.00%							
% Caja compensación (4%) -SENA (2%) - ICBF (3%)		9.00%							
% EPS-ARP		9.00%							
% Fondo de pensiones		12.00%							
Cargo	Sueldo básico	Total devengado	Cesantías	Intereses cesantías	Primas	Vacaciones	Caja comp. -SENA-ICBF	EPS-ARP	Fondo de pensiones
Gerente	\$2,500,000.00	\$2,300,000.00	\$191,590.00	\$23,000.00	\$191,590.00	\$325,910.00	\$ 207,000.00	\$ 207,000.00	\$276,000.00
Director Marketing	\$2,000,000.00	\$1,840,000.00	\$153,272.00	\$18,400.00	\$153,272.00	\$260,728.00	\$ 165,600.00	\$ 165,600.00	\$220,800.00
Director Ventas	\$2,000,000.00	\$1,840,000.00	\$153,272.00	\$18,400.00	\$153,272.00	\$260,728.00	\$ 165,600.00	\$ 165,600.00	\$220,800.00
Director Financiero	\$2,000,000.00	\$1,840,000.00	\$153,272.00	\$18,400.00	\$153,272.00	\$260,728.00	\$ 165,600.00	\$ 165,600.00	\$220,800.00
Director Recursos Humanos	\$2,000,000.00	\$1,840,000.00	\$153,272.00	\$18,400.00	\$153,272.00	\$260,728.00	\$ 165,600.00	\$ 165,600.00	\$220,800.00

Asesor Comercial	\$1,500,000.00	\$1,380,000.00	\$114,954.00	\$13,800.00	\$114,954.00	\$195,546.00	\$ 124,200.00	\$ 124,200.00	\$165,600.00
Consultor Contenido Web	\$1,500,000.00	\$1,380,000.00	\$114,954.00	\$13,800.00	\$114,954.00	\$195,546.00	\$ 124,200.00	\$ 124,200.00	\$165,600.00
Traductor	\$1,500,000.00	\$1,380,000.00	\$114,954.00	\$13,800.00	\$ 114,954.00	\$ 195,546.00	\$ 124,200.00	\$ 124,200.00	\$ 165,600.00
TOTAL	\$15,000,000.00	\$13,800,000.00	\$1,149,540.00	\$138,000.00	\$,149,540.00	\$1,955,460.00	\$1,242,000.00	\$1,242,000.00	\$1,656,000.00
TOTAL ANUAL	\$180,000,000.00	\$165,600,000.00	\$13,794,480.00	\$1,656,000.00	\$13,794,480.00	\$23,465,520.00	\$14,904,000.00	\$14,904,000.00	\$19,872,000.00

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XVI

Total de cesantías, intereses de cesantías, primas, vacaciones, caja de com. – SENA – ICBF, EPS-ARP y fondo de pensiones

Cargo	Total	% sobre el salario básico
Gerente	\$ 1,422,090.00	0.62
Director de Marketing	\$ 1,137,672.00	0.62
Director de Ventas	\$ 1,137,672.00	0.62
Director Financiero	\$ 1,137,672.00	0.62
Director de Recursos Humanos	\$ 1,137,672.00	0.62
Asesores Comerciales	\$ 853,254.00	0.62
Consultores de Contenido Web	\$ 853,254.00	0.62
Traductores	\$ 853,254.00	0.62
TOTAL	\$ 8,532,540.00	
TOTAL ANUAL	\$ 102,390,480.00	

Nota: Se asume que el número de días por mes es de 22. Fuente: Autoras

10.3.2 Administrativos

Tabla XVII

Costos administrativos

Servicios Públicos	Consumo Estimado Mensual	Costo Anual
Agua	\$ 150,000	\$ 1,800,000
Luz	\$ 250,000	\$ 3,000,000
Telefonía	\$ 300,000	\$ 3,600,000
Total	\$ 700,000	\$ 8,400,000
Alquiler de Oficina*	\$ 1,000,000	\$ 12,000,000

Nota: Oficina ubicada en estrato socioeconómico 3. Fuente: Autoras

Tabla XVIII

Costos administrativos Secundarios

	Costo Anual
Servicio de Hosting y Dominio	\$ 317,608
Mantenimiento web	\$ 400,000
Gasto del programa de capacitación y desarrollo	\$ 2'000,000
Gastos del programa de reclutamiento, selección, inducción y contratación	\$ 2'000,000
Registro mercantil	\$ 169,000
Total	\$ 4'886,608
Diseño y creación Página web*	\$ 2,006,800

Nota. El costo de diseño y creación página web se paga únicamente para el año 2013 (periodo 0). Fuente: Autoras

Tabla XIX

Costos administrativos (Marketing)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Plan de Marketing y Publicidad *	3%	3%	2%	2%	2%	2%
Marketing Online	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Marketing Offline	30%	30%	30%	30%	30%	30%

Nota: Porcentajes sobre los ingresos generados. Fuente: Autoras

10.3.3 Costo maquinaria y equipos

Tabla XX

Maquinaria y equipos

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR SALVAMENTO	D/NA	Valor Salvamento	Valor a Depreciar	Valor Anual Depreciación
Maquinaria y equipo								
Computadores	5	\$1,169,000.00	\$5,845,035.00	20%	D	\$1,169,007.00	\$4,676,028.00	\$ 935,205.60
Licencias Office	5	\$ 500,000.00	\$2,500,000.00	0%	NA	\$ -	\$ -	\$ -
Teléfonos	2	\$ 49,900.00	\$ 99,800.00	20%	D	\$ 19,960.00	\$ 79,840.00	\$ 15,968.00
Multifuncional	2	\$ 209,000.00	\$ 418,000.00	20%	D	\$ 83,600.00	\$334,400.00	\$ 66,880.00
Papelería Inicial	1	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	0%	NA	\$ -	\$ -	\$ -
Oficina								

Escritorios	5	\$ 119,900.00	\$ 599,500.00	20%	D	\$119,900.00	\$479,600.00	\$ 95,920.00
Sillas oficina	5	\$ 119,900.00	\$ 599,500.00	20%	D	\$119,900.00	\$479,600.00	\$ 95,920.00
Sillas clientes	5	\$ 119,900.00	\$ 599,500.00	20%	D	\$119,900.00	\$479,600.00	\$ 95,920.00
Decoración (Cuadros, florero)	2	\$ 200,000.00	\$ 400,000.00	0%	NA	\$ -	\$ -	\$ -
Total maquinaria y equipo			\$11,361,300.00					
Total maquinaria, planta y equipo			\$11,361,300.00			\$1,632,260.00	\$6,529,040.00	\$1,305,808.60

Nota: D= Depreciable. NA= No aplica Fuente: Autoras

10.4 Balance General y estado de resultados

Tabla XXI: Balance y estado de resultados momento 0

ESTADO DE RESULTADOS MOMENTO 0		BALANCE GENERAL MOMENTO 0 (2013)			
Ingresos por Ventas	\$ 232,500,000.00	Activo Corriente		Pasivo Corriente	
(-) Costo de ventas	\$ 6,975,000.00	Caja	\$ 0.00	Gastos por pagar	\$ 61,832,856.00
(=) Utilidad Bruta	\$ 225,525,000.00	Bancos	\$ 0.00		
(-) Gastos de Ventas	\$ 263,564,448.00	Total Activo Corriente	\$ 0.00	Pasivo Largo Plazo	
(-) Gastos de Administración	\$ 23,793,408.00	Activo Fijo Depreciable		Obligaciones Largo Plazo	\$ 0.00
(=) Utilidad operacional	-\$ 61,832,856.00	Computadores	\$ 5,845,000.00		
(-) Gastos Financieros	\$ 0.00	Artículos de Oficina	\$ 3,016,300.00	Patrimonio	
(-) Otros Egresos	\$ 0.00	Total Activo Fijo	\$ 8,861,300.00	Utilidades Del Ejercicio	-\$ 61,832,856.00
(+) Otros Ingresos	\$ 0.00	Activo No depreciable		Capital	\$ 11,361,300.00
(=) Utilidad antes de Impuestos	-\$ 61,832,856.00	Software	\$ 2,500,000.00	Total Patrimonio	-\$ 50,471,556.00
(-) Impuestos	\$ 0.00	Total Activos Intangibles	\$ 2,500,000.00	Total Pasivo y Patrimonio	\$ 11,361,300.00
(=) Utilidad Después De Impuestos	-\$ 61,832,856.00	Total Activo	\$ 11,361,300.00		

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXII

Balance y estado de resultados momento 1

ESTADO DE RESULTADOS MOMENTO 1		BALANCE GENERAL MOMENTO 1 (2014)			
Ingresos por Ventas	\$ 355,725,000.00	Activo Corriente		Pasivo Corriente	
(-) Costo de ventas	\$ 10,671,750.00	Caja	\$ 0.00	Gastos por pagar	\$ 137,874,791.01
(=) Utilidad Bruta	\$ 345,053,250.00	Bancos	\$ 0.00		
(-) Gastos de Ventas	\$ 395,346,672.00	Total Activo Corriente	\$ 0.00	Pasivo Largo Plazo	
(-) Gastos de Administración	\$ 24,442,705.01	Activo Fijo Depreciable		Obligaciones Largo Plazo	\$ 0.00
(-) Gastos x Depreciación	\$ 1,305,808.00	Computadores	\$ 5,845,000.00		
(=) Utilidad operacional	-\$ 76,041,935.01	Artículos de Oficina	\$ 3,016,300.00	Patrimonio	
(-) Gastos Financieros	\$ 0.00	Depreciación Acumulada	\$ 1,305,808.00	Utilidades Del Ejercicio	-\$ 76,041,935.01
(-) Otros Egresos	\$ 0.00	Total Activo Fijo	\$ 7,555,492.00	Utilidad del Ejercicio Anterior	-\$ 61,832,856.00
(+) Otros Ingresos	\$ 0.00	Activo No depreciable			
(=) Utilidad antes de Impuestos	-\$ 76,041,935.01	Software	\$ 2,500,000.00	Capital	\$ 10,055,492.00
(-) Impuestos	\$ 0.00	Total Activos Intangibles	\$ 2,500,000.00	Total Patrimonio	-\$ 127,819,299.01
(=) Utilidad Después De Impuestos	-\$ 76,041,935.01		\$ 10,055,492.00	Total Pasivo y Patrimonio	\$ 10,055,492.00
		Total Activo			

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXIII

Balance y estado de resultados momento 2

ESTADO DE RESULTADOS MOMENTO 2		BALANCE GENERAL MOMENTO 2 (2015)			
Ingresos por Ventas	\$ 482,825,000.00	Activo Corriente		Pasivo Corriente	
(-) Costo de ventas	\$ 9,656,500.00	Caja	\$ 0.00	Gastos por pagar	\$ 142,644,912.92
(=) Utilidad Bruta	\$ 473,168,500.00	Bancos	\$ 0.00		
(-) Gastos de Ventas	\$ 451,824,768.00	Total Activo Corriente	\$ 0.00	Pasivo Largo Plazo	
(-) Gastos de Administración	\$ 24,808,045.91	Activo Fijo Depreciable		Obligaciones Largo Plazo	\$ 0.00
(-) Gastos x Depreciación	\$ 1,305,808.00	Computadores	\$ 5,845,000.00		
(=) Utilidad operacional	-\$ 4,770,121.91	Artículos de Oficina	\$ 3,016,300.00	Patrimonio	
(-) Gastos Financieros	\$ 0.00	Depreciación Acumulada	\$ 2,611,616.00	Utilidades Del Ejercicio	-\$ 4,770,121.91
(-) Otros Egresos	\$ 0.00	Total Activo Fijo	\$ 6,249,684.00	Utilidad del Ejercicio Anterior	-\$ 137,874,791.01
(+) Otros Ingresos	\$ 0.00	Activo No depreciable			
(=) Utilidad antes de Impuestos	-\$ 4,770,121.91	Software	\$ 2,500,000.00	Capital	\$ 8,749,684.00
(-) Impuestos	\$ 0.00	Total Activos Intangibles	\$ 2,500,000.00	Total Patrimonio	-\$ 133,895,228.92
(=) Utilidad Después De Impuestos	-\$ 4,770,121.91	Total Activo	\$ 8,749,684.00	Total Pasivo y Patrimonio	\$ 8,749,684.00

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXIV

Balance y estado de resultados momento 3

ESTADO DE RESULTADOS MOMENTO 3		BALANCE GENERAL MOMENTO 3 (2016)			
Ingresos por Ventas	\$ 614,575,000.00	Activo Corriente		Pasivo Corriente	
(-) Costo de ventas	\$ 12,291,500.00	Caja	\$ 32,786,520.94	Gastos por pagar	\$ 142,644,912.92
(=) Utilidad Bruta	\$ 602,283,500.00	Bancos	\$ 0.00		
(-) Gastos de Ventas	\$ 536,541,912.00	Total Activo Corriente	\$ 32,786,520.94	Pasivo Largo Plazo	
(-) Gastos de Administración	\$ 25,404,207.45	Activo Fijo Depreciable		Obligaciones Largo Plazo	\$ 0.00
(-) Gastos x Depreciación	\$ 1,305,808.00	Computadores	\$ 5,845,000.00		
(=) Utilidad operacional	\$ 39,031,572.55	Artículos de Oficina	\$ 3,016,300.00	Patrimonio	
(-) Gastos Financieros	\$ 0.00	Depreciación Acumulada	\$ 3,917,424.00	Utilidades Del Ejercicio	\$ 32,786,520.94
(-) Otros Egresos	\$ 0.00	Total Activo Fijo	\$ 4,943,876.00	Utilidad del Ejercicio Anterior	-\$ 142,644,912.92
(+) Otros Ingresos	\$ 0.00	Activo No depreciable			
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 39,031,572.55	Software	\$ 2,500,000.00	Capital	\$ 7,443,876.00
(-) Impuestos	\$ 6,245,051.61	Total Activos Intangibles	\$ 2,500,000.00	Total Patrimonio	-\$ 102,414,515.98
(=) Utilidad Después De Impuestos	\$ 32,786,520.94	Total Activo	\$ 40,230,396.94	Total Pasivo y Patrimonio	\$ 40,230,396.94

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXV

Balance y estado de resultados momento 4

ESTADO DE RESULTADOS MOMENTO 4		BALANCE GENERAL MOMENTO 4 (2017)			
Ingresos por Ventas	\$ 750,975,000.00	Activo Corriente		Pasivo Corriente	
(-) Costo de ventas	\$ 15,019,500.00	Caja	\$ 97,115,437.51	Gastos por pagar	\$ 109,858,391.98
(=) Utilidad Bruta	\$ 735,955,500.00	Bancos	\$ 0.00		
(-) Gastos de Ventas	\$ 593,020,008.00	Total Activo Corriente	\$ 97,115,437.51	Pasivo Largo Plazo	
(-) Gastos de Administración	\$ 26,016,067.91	Activo Fijo Depreciable		Obligaciones Largo Plazo	\$ 0.00
(-) Gastos x Depreciación	\$ 1,305,808.00	Computadores	\$ 5,845,000.00		
(=) Utilidad operacional	\$ 115,613,616.09	Artículos de Oficina	\$ 3,016,300.00	Patrimonio	
(-) Gastos Financieros	\$ 0.00	Depreciación Acumulada	\$ 5,223,232.00	Utilidades Del Ejercicio	\$ 97,115,437.51
(-) Otros Egresos	\$ 0.00	Total Activo Fijo	\$ 3,638,068.00	Utilidad del Ejercicio Anterior	-\$ 109,858,391.98
(+) Otros Ingresos	\$ 0.00	Activo No depreciable			
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 115,613,616.09	Software	\$ 2,500,000.00	Capital	\$ 6,138,068.00
(-) Impuestos	\$ 18,498,178.57	Total Activos Intangibles	\$ 2,500,000.00	Total Patrimonio	-\$ 6,604,886.47
(=) Utilidad Después De Impuestos	\$ 97,115,437.51	Total Activo	\$ 103,253,505.51	Total Pasivo y Patrimonio	\$ 103,253,505.51

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXVI

Balance y estado de resultados momento 5

ESTADO DE RESULTADOS MOMENTO 5		BALANCE GENERAL MOMENTO 5 (2018)			
Ingresos por Ventas	\$ 892,800,000.00	Activo Corriente		Pasivo Corriente	
(-) Costo de ventas	\$ 17,856,000.00	Caja	\$ 189,617,480.05	Gastos por pagar	\$ 12,742,954.47
(=) Utilidad Bruta	\$ 874,944,000.00	Bancos	\$ 0.00		
(-) Gastos de Ventas	\$ 621,259,056.00	Total Activo Corriente	\$ 189,617,480.05	Pasivo Largo Plazo	
(-) Gastos de Administración	\$ 26,644,040.70	Activo Fijo Depreciable		Obligaciones Largo Plazo	\$ 0.00
(-) Gastos x Depreciación	\$ 1,305,808.00	Computadores	\$ 5,845,000.00		
(=) Utilidad operacional	\$ 225,735,095.30	Artículos de Oficina	\$ 3,016,300.00	Patrimonio	
(-) Gastos Financieros	\$ 0.00	Depreciación Acumulada	\$ 6,529,040.00	Utilidades Del Ejercicio	\$ 189,617,480.05
(-) Otros Egresos	\$ 0.00	Total Activo Fijo	\$ 2,332,260.00	Utilidad del Ejercicio Anterior	-\$ 12,742,954.47
(+) Otros Ingresos	\$ 0.00	Activo No depreciable			
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 225,735,095.30	Software	\$ 2,500,000.00	Capital	\$ 4,832,260.00
(-) Impuestos	\$ 36,117,615.25	Total Activos Intangibles	\$ 2,500,000.00	Total Patrimonio	\$ 181,706,785.58
(=) Utilidad Después De Impuestos	\$ 189,617,480.05	Total Activo	\$ 194,449,740.05	Total Pasivo y Patrimonio	\$ 194,449,740.05

Nota. Fuente: Autoras

10.5 Flujo de caja

Tabla XXVII: Flujo de caja

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos por venta	\$ 232,500,000	\$ 355,725,000	\$ 482,825,000	\$ 614,575,000	\$ 750,975,000	\$ 892,800,000
Asesoría de contenidos web	\$ 67,500,000	\$ 103,275,000	\$ 140,175,000	\$ 178,425,000	\$ 218,025,000	\$ 259,200,000
Traducción	\$ 165,000,000	\$ 252,450,000	\$ 342,650,000	\$ 436,150,000	\$ 532,950,000	\$ 633,600,000
Patrimonio						
Compra de Activos Fijos	\$11,361,300.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Computadores	\$ 5,845,000.00					
Licencias Office	\$ 2,500,000.00					
Teléfonos	\$ 99,800.00					
Multifuncional	\$ 418,000.00					
Papelería Inicial	\$ 300,000.00					
Oficina	\$ 2,198,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Escritorios	\$ 599,500.00					
Sillas oficina	\$ 599,500.00					
Sillas clientes	\$ 599,500.00					
Decoración (Cuadros, florero)	\$ 400,000.00					
Costos	\$294,332,856.00	\$430,461,127.01	\$486,289,313.91	\$574,237,619.45	\$634,055,575.91	\$665,759,096.70

Nómina	\$263,564,448.00	\$395,346,672.00	\$451,824,768.00	\$536,541,912.00	\$593,020,008.00	\$621,259,056.00
Gerente	\$ 27,454,630.00	\$ 47,065,080.00	\$ 47,065,080.00	\$ 47,065,080.00	\$ 47,065,080.00	\$ 47,065,080.00
Director de Marketing	\$ 21,963,704.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00
Director de Ventas	\$ 21,963,704.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00
Director Financiero	\$ 21,963,704.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00
Director de Recursos Humanos	\$ 21,963,704.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00	\$ 37,652,064.00
Asesores Comerciales	\$ 32,945,556.00	\$ 56,478,096.00	\$ 56,478,096.00	\$ 84,717,144.00	\$ 84,717,144.00	\$ 84,717,144.00
Consultores de Contenido Web	\$ 49,418,334.00	\$ 56,478,096.00	\$ 84,717,144.00	\$112,956,192.00	\$141,195,240.00	\$141,195,240.00
Traductores	\$ 65,891,112.00	\$ 84,717,144.00	\$112,956,192.00	\$141,195,240.00	\$169,434,288.00	\$197,673,336.00
Gastos Administrativos	\$ 23,793,408.00	\$ 24,442,705.01	\$ 24,808,045.91	\$ 25,404,207.45	\$ 26,016,067.91	\$ 26,644,040.70
Pago de Servicios Públicos	\$ 4,900,000.00	\$ 8,621,200.00	\$ 8,627,024.93	\$ 8,854,203.26	\$ 9,087,363.94	\$ 9,326,664.53
Servicios de Hosting y Dominio	\$ 317,608.00	\$ 325,971.68	\$ 334,555.60	\$ 343,365.56	\$ 352,407.52	\$ 361,687.59
Diseño y Creación página web	\$ 2,006,800.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento web	\$ 400,000.00	\$ 410,533.33	\$ 421,344.04	\$ 432,439.44	\$ 443,827.01	\$ 455,514.45

Gasto del programa de capacitación y desarrollo.	\$ 2,000,000.00	\$ 2,000,000.00	\$ 2,000,000.00	\$ 2,000,000.00	\$ 2,000,000.00	\$ 2,000,000.00
Gastos del programa de reclutamiento, selección, inducción y contratación.	\$ 2,000,000.00	\$ 600,000.00	\$ 615,800.00	\$ 632,016.07	\$ 648,659.16	\$ 665,740.51
Registro mercantil	\$ 169,000.00	\$ 169,000.00	\$ 169,000.00	\$ 169,000.00	\$ 169,000.00	\$ 169,000.00
Alquiler de Oficina	\$ 12,000,000.00	\$ 12,316,000.00	\$ 12,640,321.33	\$ 12,973,183.13	\$ 13,314,810.28	\$ 13,665,433.62
Plan de Marketing y Publicidad	\$ 6,975,000.00	\$ 10,671,750.00	\$ 9,656,500.00	\$ 12,291,500.00	\$ 15,019,500.00	\$ 17,856,000.00
Marketing Online	\$ 4,882,500.00	\$ 7,470,225.00	\$ 6,759,550.00	\$ 8,604,050.00	\$ 10,513,650.00	\$ 12,499,200.00
Marketing Offline	\$ 2,092,500.00	\$ 3,201,525.00	\$ 2,896,950.00	\$ 3,687,450.00	\$ 4,505,850.00	\$ 5,356,800.00
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Resultado de Ejercicio	-73,194,156.00	-74,736,127.01	-3,464,313.91	40,337,380.55	116,919,424.09	227,040,903.30
Costos Fijos	\$172,048,410.00	\$278,594,137.01	\$278,959,477.91	\$307,794,687.45	\$308,406,547.91	\$309,034,520.70
Costos Marketing	\$ 6,975,000.00	\$ 10,671,750.00	\$ 9,656,500.00	\$ 12,291,500.00	\$ 15,019,500.00	\$ 17,856,000.00
Ingresos por venta	\$ 232,500,000	\$ 355,725,000	\$ 482,825,000	\$ 614,575,000	\$ 750,975,000	\$ 892,800,000

Nota. Fuente: Autoras

10.6 Indicadores financieros

Tabla XXVIII

Indicadores financieros

	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Periodo	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos por venta	\$232,500,000.00	\$355,725,000.00	\$482,825,000.00	\$614,575,000.00	\$750,975,000.00	\$892,800,000.00
Costos	\$294,332,856.00	\$ 431,766,935.01	\$ 487,595,121.91	\$581,788,479.06	\$653,859,562.49	\$ 703,182,519.95
Resultado de Ejercicio	\$(61,832,856.00)	\$(76,041,935.01)	\$(4,770,121.91)	\$32,786,520.94	\$97,115,437.51	\$189,617,480.05

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXIX

Indicadores financieros

INVERSIÓN	\$ 13,854,708
Compra de Activos Fijos	\$ 11,361,300
Servicios de Hosting y Dominio	\$ 317,608
Diseño y Creación página web	\$ 2,006,800
Gastos de Constitución	\$ 169,000

Fuente de autoras

TIR	23%
VAN	\$67,088,680.22
Recuperación de Inversión	PERIODO 3

Nota. Fuente: Autoras

10.7 Punto de equilibrio

Tabla XXX

Punto de equilibrio

Producto	Ventas Totales	Precio de Venta	Costo de Producción	Margen de Contribución Unitario	Participación Porcentual en las Ventas
Asesorías	\$ 67,500,000	\$1,125,000	\$ 823,639	\$ 301,361	20.00%
Traducciones	\$ 165,000,000	\$ 687,500	\$ 274,546	\$ 412,954	80.00%
Total de Ventas	\$ 232,500,000				

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXXI

Margen de Contribución Promedio Ponderada

Producto	Asesorías	Traducciones
Margen de Contribución Unitario	\$ 301,361	\$ 412,954
Participación Porcentual en las Ventas	20.00%	80.00%
Margen Ponderado	\$ 60,272.22	\$ 330,362.96
Total Margen de Contribución Promedio	\$ 390,635.18	

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXXII

Costos y gastos fijos

Total Costos y Gastos Fijos	\$ 179,023,410.00
------------------------------------	--------------------------

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXXIII

Punto de equilibrio en unidades

Punto de Equilibrio en Unidades	458
---------------------------------	------------

Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXXIV

Punto de Equilibrio

Cantidad a Vender		
Punto de Equilibrio		
<i>Asesorías</i>	92	183
<i>Traducciones</i>	366	733
Total Unidades	458	917

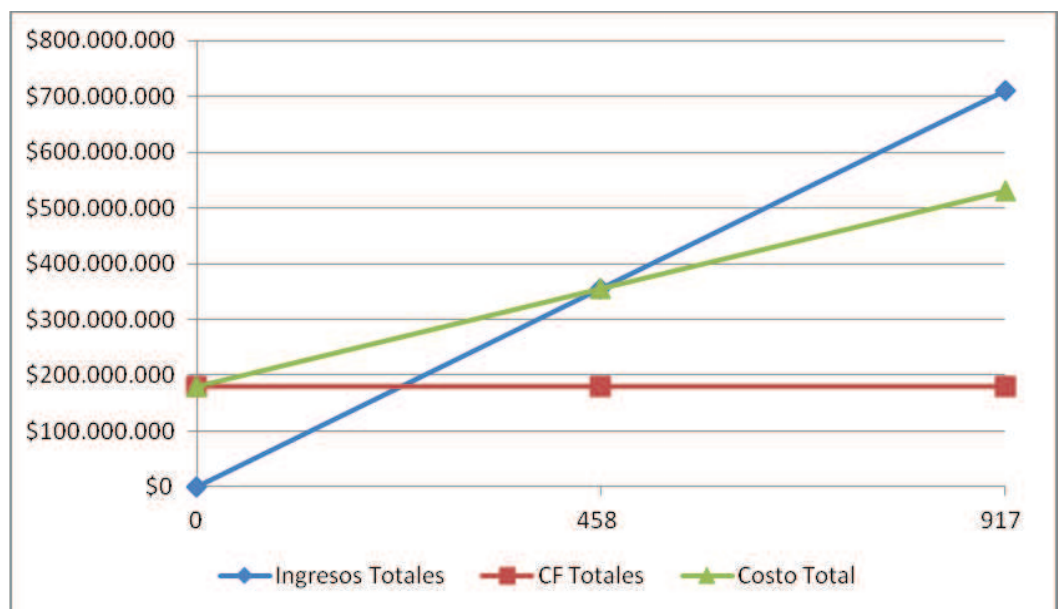
Nota. Fuente: Autoras

Tabla XXXV: Datos del gráfico

Datos del Gráfico			
Unidades Vendidas	0	458	917
Ingresos Totales	0	\$355,173,189.34	\$ 710,346,378.69
CF Totales	\$ 179,023,410.00	\$179,023,410.00	\$ 179,023,410.00
CV Totales	\$ -	\$176,149,779.34	\$ 352,299,558.69
Costo Total	\$ 179,023,410.00	\$355,173,189.34	\$ 531,322,968.69
Utilidad	\$(179,023,410.00)	\$ -	\$ 179,023,410.00

Nota. Fuente: Autoras

Figura 37: Punto de equilibrio



Fuente: Autoras

10.8 Conclusiones financieras

- Dentro del Mix de ventas, la empresa tendrá en asesorías de contenidos web un 20% en ventas, mientras que las traducciones tendrá un 80%, ya que esta tiene más fuerza en el mercado por encima de las asesorías.
- Los ingresos por venta están estimados según el promedio de precio para cada uno de los servicios que se consideró en la *Estrategia de precio*. El promedio de ingresos por venta para el servicio de Traducciones se tasó al promediar el costo por palabra para una página web educativa que tiene en promedio 5.000 palabras.
- *TicBook Solutions* supuso que este proyecto se pondría en marcha en el año 2013 (periodo 0) en el mes de Mayo, es por eso que la nómina, solo para este periodo, está calculada para los 7 meses restantes del año. La nómina para cada periodo evaluado es diferente, ya que para cada uno de ellos el número de personal como asesores comerciales, consultores y traductores aumenta debido al número de servicios vendidos, el cual se puede observar en la Tabla X: Cálculo Mercado Potencial y Proyección de Ventas.
- Los costos administrativos como servicios públicos, registro mercantil, servicio de Hosting y Dominio, mantenimiento web, programas de capacitación, desarrollo, reclutamiento, selección, inducción y contratación, están estimados para todos los periodos evaluados en el proyecto, mientras que el costo del diseño y creación de la página web para la empresa será pagado únicamente el primer año de funcionamiento.
- Los gastos en los planes de Marketing tanto Online (medios virtuales) como Offline (medios impresos) se harán de acuerdo a los ingresos generados. Es decir, para cada periodo se estimarán porcentajes específicos dependiendo de los ingresos de la empresa para invertir en dichos planes (Tabla XIX: Costos administrativos de Marketing).

- El punto de equilibrio de la empresa, en donde se puede observar el área de pérdidas y el área de ganancias, se encuentra en 458 unidades mínimas para no generar dichas pérdidas, siendo 92 unidades para el servicio de asesorías y 366 unidades para el servicio de traducción (esto teniendo en cuenta el mix de ventas planteado para la proyección de ventas). En este punto la empresa puede cubrir los costos y gastos con los ingresos obtenidos.
- Se tendrá una inversión inicial de **\$13,854,708** que, como se afirmó anteriormente, serán aportados por las socias fundadoras con una rentabilidad mínima del 10%. Luego de realizar los balances generales de la empresa para los periodos evaluados, se concluye que la inversión se recupera en el periodo 3 con una tasa interna de retorno (TIR) del **23%**, porcentaje superior al esperado.
- El valor actual neto (VAN) de la empresa *TicBook Solutions*, tiene un valor de **\$67,088,680.22**. Este es el flujo de fondos del proyecto al cual se le descuenta la inversión, lo que genera una rentabilidad mínima aceptada por las socias, considerando así a la empresa como una oportunidad para invertir.
- *TicBook Solutions* a mediano plazo logrará ser una empresa rentable y con grandes oportunidades para entrar en un mercado competitivo.

11. Responsabilidad social empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial debe responder a unos programas y proyectos de calidad que realmente impacten positivamente no solamente al cliente interno de las empresas sino también al usuario, es por esto que el cualificar la herramienta de difusión de las instituciones educativas aporta ese componente cualitativo indispensable para que la empresa se dirija y proyecte hacia el crecimiento integral.

El término responsabilidad Social tiene muchas conceptualizaciones, sin embargo la Responsabilidad Social Empresarial se usa por primera vez en Europa. La RSE hace alusión a la forma de actuación responsable de la empresa creada no solamente con el cliente interno, que en este caso serían las instituciones a las cuales se les fortalece su página web, sino también con el cliente externo o la sociedad en general. El objetivo de la empresa a crear, supone un cambio positivo a nivel ambiental y ecológico ya que al fortalecer la herramienta comunicativa de la institución como es la página web, no sólo se cualifica la empresa sino también se reduce el costo y los materiales como papel, tinta, impresiones, que se utilizan en la comercialización de los servicios y productos de la misma.

Esto fortalece el recurso humano y lo lleva a tomar conciencia ambiental que es indispensable para el planeta y su recuperación.

Por otro lado y desde una mirada ética, el objetivo educativo de la empresa es incluir a la población vulnerable que no tiene o no conoce el internet como herramienta educativa, lo cual se hará promocionando entre las empresas a las que se les presta el servicio, un valor agregado adicional que es la inclusión de Niños, Niñas y Adolescentes pertenecientes a estratos de vulnerabilidad socioeconómica en el conocimiento de la página de su institución y la inclusión a los servicios, donaciones y programas que muchas de ellas ofrecen como parte de su responsabilidad hacia el país y el desarrollo del mismo.

12. Conclusiones

- *TicBook Solutions* se plantea como una estrategia viable dentro del mercado y del sector Servicios pues en el estudio realizado a nivel empresarial el interés manifiesto por cualificarse en materia de TIC y de calidad en el servicio es de más del 90% de la población, lo cual supone una alta demanda del mercado y una proyección de crecimiento a mediano y largo plazo.
- Es una estrategia innovadora, que en el presente haría que la empresa fuera pionera en el desarrollo de alternativas de mejoramiento en calidad de las páginas web de las instituciones dando además expansión de los idiomas y fortalecimiento de estos en el personal colombiano, lo cual es una debilidad en el mercado en este momento.
- Al ser una estrategia de innovación y cualificación, los índices de rentabilidad y ganancia de la empresa superarían las expectativas de las socias lo cual, a largo plazo, impactaría el mercado no sólo en lo local sino también en lo nacional, logrando así la visión que propone: Ser en el 2015 pionera en la prestación de servicios en asesorías para mejoras de páginas web y en traducción de las mismas para las instituciones educativas.
- La empresa al poseer una ventaja competitiva frente a otras, estará marcando un diferencial en el mercado no solo por sus servicios, sino por los valores que quiere transmitir a sus clientes para generar en ellos aceptación y confianza hacia una empresa que trabajará por ser cada vez mejor.
- El fortalecimiento del recurso humano colombiano frente al mercado mundial, plantea un reto y una necesidad en el aspecto del idioma, ya que con la llegada de acuerdos como el TLC y la visión global del mercado colombiano, es indispensable que las instituciones del país se cualifiquen y respondan a las necesidades y demandas del mismo. Con *TicBook Solutions* la necesidad en el cliente interno de expandir sus productos hará también que el personal perteneciente a la empresa se acerque a los idiomas extranjeros en su proceso de identidad empresarial y como parte de su cualificación profesional y laboral.

13. Recomendaciones del trabajo

De acuerdo con lo anterior se recomienda llevar a cabo el plan de negocio ya que *TicBook Solutions* es una empresa rentable que nace de la iniciativa de dos emprendedoras que mediante un estudio exhaustivo dan cuenta de la viabilidad de la idea de negocio por medio de estrategias eficaces que le permiten a la empresa tener un futuro prometedor.

La idea de negocio denominada *TicBook Solutions* se transforma en una estrategia empresarial rentable, ya que nace desde la creatividad, el emprendimiento y el cumplimiento riguroso de un estudio de mercado serio, con énfasis a dar cuenta de la viabilidad de la misma, proyectándose no sólo a corto sino a mediano y largo plazo, teniendo así una visión prometedora de lo que puede llegar a ser una idea innovadora en cuanto a la aplicación de las TIC en el contexto empresarial con fortalecimiento bilingüe en el mercado colombiano.

Los objetivos del estudio planteados en el estudio investigativo dan cuenta de la asertividad en la elección de esta propuesta que no sólo lleva a un fortalecimiento institucional interno sino que además se convierte en un apoyo y solución educativa para el empleador, el cliente interno y el cliente externo generando una sinergia en el fortalecimiento social y en el crecimiento del país con este tipo de soluciones innovadoras.

Referencias bibliográficas

Ayén, F (2012) Sector terciario, resumen y actividades. Recuperado el 5 de marzo de 2013, de <http://www.profesorfrancisco.es/2012/06/sector-terciario-resumen-y-actividades.html>

Cano, L (2012) Sector servicios. Recuperado el 5 de marzo de 2013, de <http://www.slideshare.net/gondomar/sector-servicios-caractersticas>

Casale, M (2012). DIAN 2013. Recuperado el 20 de marzo de 2013, de <http://inflacion.com.co/dian-2013.html>

Financial red (2012). Artículos relacionados con impuestos en Colombia. Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://inflacion.com.co/tag/impuestos>

Ministerio de comercio, industria y turismo (2012). Sectores servicios en Colombia generan el 69% de los empleos. Recuperado el 1 de abril de 2013, de <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=3901>

Palma, L (2012). Metodología de las ciencias sociales, tema: muestreo. Recuperado el 20 de marzo de 2013, de <http://www.slideshare.net/leonardopalma/tipos-de-muestras-8047461>

Periódico El mundo (2012). Colombia fortalecerá sector de servicios. Recuperado el 10 de abril de 2013, de http://www.elmundo.com/porta/noticias/economia/colombia_fortalecera_sector_de_servicios.php

Proexport (2012). Oportunidades en la Industria de Servicios de BPO en Colombia. Recuperado el 15 de marzo de 2013, de http://www.inviertaencolombia.com.co/images/Proexport%20-%20Oportunidades_industria_servicios%20BPO%20Colombia%20-%20Junio%20-%202012.pdf

Revista Dinero (2012). Mincomercio pone al día sector de servicios. Recuperado el 10 de abril de 2013, de <http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/mincomercio-pone-dia-sector-servicios/165828>

Serrano, J.C (2011). El sector servicios en la economía global: transformaciones y consecuencias. Recuperado el 8 de marzo de 2013, de <http://clio.rediris.es/n37/oposiciones2/tema08.pdf>

Skandia (2011). Informe económico semanal. Recuperado el 10 de abril de 2013, de <http://www.slideshare.net/SkandiaColombia/skandia-colombia-informe-econmico-semanal-marzo-25-a-abril-01-de-2011>

Universidad Militar Nueva Granada (2012). Sector servicios en Colombia. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de http://mapatecnologico.umng.edu.co/index.php?option=com_content&task=view&id=21&Itemid=39

Varela, R. (2001). Innovación empresarial. Bogotá: Pearson Educación.