



iGeeK CONSULTING S.A.S

Benjamín Miguel Chamorro Quevedo

Universidad EAN
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa. Maestría en Innovación
Bogotá D.C., Colombia
Año 2020

iGeeK CONSULTING S.A.S

Benjamín Miguel Chamorro Quevedo

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:
Magister en Innovación

Director (a):

William Fernando Penagos Balcazar

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad EAN

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa. Maestría en Innovación

Bogotá D.C., Colombia

Año 2020.

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá D.C. 15 - 11 – 2020

Dedicatoria

Esta tesis, en el que se resumen todos los conocimientos y experiencias adquiridos hasta ahora en esta Maestría. Como primera medida se lo dedico a Dios por mantenerme con ese entusiasmo, entereza, resiliencia para cumplir con mis metas y objetivos propuestos, a mi esposa Alcira, a mis queridos hijos Liz, Jean, Santiago, David, por ser siempre mi motor permanente de vida, a mi madre que ya no está y siento que siempre ha estado conmigo, a mi padre y a mis hermanos porque todos me han apoyado en esta larga travesía, quienes me animaron siempre a seguir adelante.

Agradecimientos

A todos nuestros queridos maestros por su labor muchas veces es subestimada y los cuales se dedican en preservar y cuidar los saberes del mundo, a todos mis compañeros de la maestría y en especial a Dagmar, Yeimi, Gabriela, Paula, Gustavo que siempre compartimos y vivimos la experiencia de adquirir conocimiento y la amistad duradera que construimos, a todas las directivas y el personal operativo de la universidad por esa disposición de siempre ayudarnos.

A mi tutor de trabajo de grado, William Penagos Balcazar, por el tiempo dedicado a las revisiones, sus valiosos comentarios, y por ayudarme con su experiencia a moldear y definir mi trabajo adecuadamente.

En esta ocasión agradezco a todos aquellos que, durante toda mi etapa de adquirir conocimiento, me ayudaron a vivir el sueño de superarnos y cumplir nuestras expectativas, y de siempre ir por la constante mejora, para ser mejores seres humanos. Les agradezco por ayudarme a lograr esta nueva meta, mi maestría.

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar el plan de negocio para poner en funcionamiento la empresa **iGeeK CONSULTING S.A.S**, creada en cámara de comercio de Bogotá el 1 de octubre de 2020 y la cual se lanzará al mercado a partir de marzo de 2021 para atender las necesidades de los clientes en el campo de descritas en el RUT. Inicialmente nos dedicaremos a la actividad de **Otras Actividades de Tecnologías de Información y Actividades de Servicios Informáticos** para los sectores público y privado en Bogotá. La consultoría e integración en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) nos llevará a realizar recomendaciones para que el empresario decida de acuerdo con su viabilidad, tiempos, recursos financieros y humanos, mejorar su estrategia corporativa y de innovación cumpliendo con el objetivo de incrementar sus ventas, crear valor económico, medioambiental y social para asegurar su continuidad y posicionamiento.

Las características actuales y la tendencia de la economía colombiana en materia de empleo visibilizan un panorama poco halagador. Según el DANE (2020), para el mes de diciembre de 2020, la tasa de desempleo fue 13,4%, lo que significó un aumento de 3,9 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (9,5%). La tasa global de participación se ubicó 61,7%, lo que representó una reducción de 1,9 puntos porcentuales frente a diciembre del 2019 (63,6%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 53,4%, presentando una disminución de 4,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes del 2019 (57,5%). En el transcurso de la pandemia la situación ha sido también crítica.

Tomando en cuenta lo expresado anteriormente y buscando proyectar nuestra vida personal y profesional hacia nuevas oportunidades de generación de ingresos, **iGeek CONSULTING S.A.S.**, será un centro de integración TIC y consultoría especializada, con metodologías para la innovación y transformación organizacional, mediante la investigación de acción participativa (IAP), (Balcazar, 2003), y procesos de gestión éticos y de excelencia, que aseguren el “aprendizaje organizacional”, a partir de la solución creativa de los problemas y de la generación de aliados estratégicos en todos los servicios que prestará a sus clientes.

Palabras clave: (Innovación, aprendizaje organizacional, cambio climático, TIC, integración, consultoría, modelo de negocio).

Abstract

The present work aims to develop the business plan to put into operation the company iGeek CONSULTING S. A. S, created in the Chamber of Commerce of Bogotá on October 1, 2020 and which will be launched to the market from January 1, 2021 to meet the needs of customers in the field of described in the RUT. Initially we will be engaged in the activity of Other Information Technology Activities and Information Services Activities for the public and private sectors in Bogotá. The consultancy and integration in Information and Communication Technologies (ICT) will lead us to make recommendations for the entrepreneur to decide according to their viability, time, financial and human resources, improve their corporate strategy and innovation meeting the objective of increasing sales, create economic value, environmental and social to ensure its continuity and positioning.

The current characteristics and the trend of the Colombian economy in terms of employment show a not very flattering panorama. According to DANE (2020), for the month of December 2020, the unemployment rate was 13. 4%, which meant an increase of 3. 9 percentage points compared to the same month of the previous year (9. 5%). The overall participation rate stood at 61. 7%, down 1. 9 percentage points from December 2019 (63. 6%). Finally, the employment rate was 53. 4%, presenting a decrease of 4. 1 percentage points compared to the same month of 2019 (57. 5%). During the course of the pandemic the situation has also been critical.

Taking into account the above and seeking to project our personal and professional life towards new opportunities for income generation, iGeek CONSULTING S. A. S. , will be a center for ICT integration and specialized consulting, with methodologies for innovation and organizational transformation, through participatory action research (IAP), (Balcazar, 2003), and ethical management processes and excellence, to ensure "organizational learning", from the creative solution of problems and the generation of strategic allies in all services provided to its customers.

Keywords: Innovation, organizational learning, climate change, TIC, integration, consultancy, business model.

Tabla de contenido

	<u>Pág.</u>
LISTA DE FIGURAS.....	11
LISTA DE TABLAS.....	12
1. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. PROBLEMA Y OPORTUNIDAD.....	14
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	15
1.3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	15
1.4. OBJETIVO GENERAL.....	16
1.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
2. MODELO DE NEGOCIO Y VALIDACIÓN.....	17
3. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	19
3.1. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR.....	20
3.2. FUNCIONAMIENTO SECTORIAL.....	21
3.3. COMPORTAMIENTO.....	24
3.4. ANÁLISIS PESTEL.....	25
3.5. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	28
3.6. CURVA DE VALOR.....	31
3.7. ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL.....	32
4. ESTUDIO PILOTO DE MERCADO.....	36
4.1. ANÁLISIS Y ESTUDIO DE MERCADO:.....	36
4.2. TENDENCIAS DEL MERCADO.....	39
4.3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO OBJETIVO.....	40
4.4. DESCRIPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES.....	41
4.5. TAMAÑO DEL MERCADO.....	41
4.6. RIESGOS Y OPORTUNIDADES DE MERCADO.....	43
4.7. DISEÑO DE LAS HERRAMIENTAS DE ESTUDIO PILOTO DE CLIENTES.....	45
4.8. METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES.....	46
4.9. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	46
4.10. ESTRATEGIA Y PLAN DE INTRODUCCIÓN DE MERCADO.....	47
5. ASPECTOS TÉCNICOS.....	50
5.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	50
5.2. DEFINA LOS REQUERIMIENTOS EN: INFRAESTRUCTURA - ADECUACIONES, MAQUINARIA Y EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES, Y DEMÁS ACTIVOS.....	50
5.3. ¿PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO, ES NECESARIO UN LUGAR FÍSICO DE OPERACIÓN? (SI / NO, JUSTIFICACIÓN).....	51
5.4. IDENTIFIQUE LOS REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN:.....	51
5.5. ¿CUÁL ES EL PROCESO QUE SE DEBE SEGUIR PARA LA PRODUCCIÓN DEL BIEN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO?.....	52
5.6. ¿CUÁL ES LA CAPACIDAD PRODUCTIVA DE LA EMPRESA? (CANTIDAD DE BIEN O SERVICIO POR UNIDAD DE TIEMPO).....	52

5.7.	EQUIPO DE TRABAJO: ¿QUÉ CARGOS REQUIERE LA EMPRESA PARA SU OPERACIÓN (PRIMER AÑO)?	53
6.	ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES.....	54
6.1.	MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA	54
6.1.1.	MISIÓN	54
6.1.2.	VISIÓN	54
6.2.	ANÁLISIS DOFA	55
6.2.1.	MATRIZ IFAS	55
6.2.2.	MATRIZ EFAS	56
6.2.3.	MATRIZ DOFA.....	57
6.2.4.	ESTRATEGIAS - MATRIZ DAFO / FODA.....	57
6.2.4.1.	ESTRATEGIAS OFENSIVAS: FORTALEZAS + OPORTUNIDADES.....	58
6.2.4.2.	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS: FORTALEZAS + AMENAZAS.	59
6.2.4.3.	ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN: DEBILIDADES + OPORTUNIDADES.	59
6.2.4.4.	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA: DEBILIDADES + AMENAZAS.	59
6.2.4.5.	ANÁLISIS DE LA POSICIÓN ESTRATÉGICA – DAFO.	59
6.3.	NORMATIVIDAD EMPRESARIAL (CONSTITUCIÓN EMPRESA) *	60
6.4.	NORMATIVIDAD TRIBUTARIA	60
6.5.	NORMATIVIDAD TÉCNICA (PERMISOS, LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO, REGISTROS, REGLAMENTOS).....	60
6.6.	NORMATIVIDAD LABORAL.....	60
6.7.	NORMATIVIDAD AMBIENTAL	61
6.8.	REGISTRO DE MARCA – PROPIEDAD INTELECTUAL	62
7.	ASPECTOS FINANCIEROS	63
7.1.	¿CUÁL ES EL PERÍODO DE ARRANQUE DEL PROYECTO (MESES)?	63
7.2.	¿CUÁL ES EL PERÍODO IMPRODUCTIVO (MESES) QUE EXIGE EL PRIMER CICLO DE PRODUCCIÓN?	63
7.3.	PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	63
7.4.	PROYECCIÓN DE COSTOS	63
7.5.	PROYECCIÓN DE GASTOS	64
7.6.	INVERSIONES	64
7.7.	CAPITAL DE TRABAJO	64
7.8.	INDICADORES FINANCIEROS.....	65
7.8.1.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	65
7.8.2.	TIR	65
7.8.3.	VPN.....	65
7.9.	FUENTES DE FINANCIACIÓN	66
7.10.	EVALUACIÓN FINANCIERA	66
7.11.	RESUMEN FUENTES DE FINANCIACIÓN	68
7.12.	EN CASO DE QUE LA IDEA NO SEA EXITOSA, ¿CUÁL ES MI PLAN DE SALIDA DE LA INVERSIÓN?	68
7.13.	EN CASO DE QUE LA IDEA SEA EXITOSA, ¿CUÁL ES MI PLAN DE SALIDA DE LA INVERSIÓN?	68
8.	ENFOQUE HACIA LA SOSTENIBILIDAD	69
8.1.	DIMENSIÓN SOCIAL	69
8.2.	DIMENSIÓN AMBIENTAL.....	69
8.3.	DIMENSIÓN ECONÓMICA.....	70
8.4.	DIMENSIÓN DE GOBERNANZA.....	70

9. CONCLUSIONES.....	72
10. REFERENCIAS	73

Lista de figuras

	<u>Pág.</u>
<i>Figura 1. Modelo de Negocio</i>	17
<i>Figura 2. Visión del Sector.</i>	20
<i>Figura 3. Cadena de valor de Hardware.</i>	22
<i>Figura 4. Cadena de valor de Software.</i>	22
<i>Figura 5. PIB de Aparatos Electrónicos y Productos Informáticos.</i>	23
<i>Figura 6. PIB Información y Comunicaciones.</i>	23
<i>Figura 7. Exportaciones Por Segmentos de la Informática Miles USD.</i>	24
<i>Figura 8. Importaciones Por Segmentos de la Informática Miles USD.</i>	25
<i>Figura 9. Resumen PESTEL - PORTER.</i>	31
<i>Figura 10. Curva de Valor.</i>	32
<i>Figura 11. Matriz ERIC.</i>	33
<i>Figura 12. Matriz de Interés e Influencia.</i>	33
<i>Figura 13. Lienzo Propuesta de Valor.</i>	35
<i>Figura 14. Arquetipo de Clientes.</i>	36
<i>Figura 15. Proceso Arquetipo de Clientes.</i>	37
<i>Figura 16. Mapa de Empatía.</i>	38
<i>Figura 17. Contratos con Mipymes por año SECOP II.</i>	40
<i>Figura 18. Pensamiento de Diseño - Empatía.</i>	46
<i>Figura 19. Análisis posición FODA.</i>	59
<i>Figura 20. Resumen fuentes de Financiación.</i>	68

Lista de tablas

	<u>Pág.</u>
<i>Tabla 1. Ventas del Sector TIC.....</i>	21
<i>Tabla 2. Exportaciones de Servicios - Mapa Regional de Oportunidades - Maro. Cifras en miles de dólares.....</i>	21
<i>Tabla 3. Análisis Entorno Externo PESTEL.....</i>	26
<i>Tabla 4. Amenazas y nuevos entrantes.....</i>	28
<i>Tabla 5. Fuerzas de los clientes.....</i>	29
<i>Tabla 6. Fuerza de Proveedores.....</i>	29
<i>Tabla 7. Servicios Sustitutos.....</i>	30
<i>Tabla 8. Rivalidad Competitiva.....</i>	30
<i>Tabla 9. Curva de Valor.....</i>	32
<i>Tabla 10. Distribución del Tamaño del Mercado en Bogotá.....</i>	42
<i>Tabla 11. Distribución del Tamaño del Mercado Entidades Distritales.....</i>	42
<i>Tabla 12. Competencia.....</i>	46
<i>Tabla 13. Presupuesto de Ventas.....</i>	48
<i>Tabla 14. Estrategia de Promoción.....</i>	48
<i>Tabla 15. Estrategia de Comunicación.....</i>	48
<i>Tabla 15. Estrategia de Distribución.....</i>	49
<i>Tabla 17. Estrategia de Distribución.....</i>	50
<i>Tabla 18. Requerimiento de Inversión.....</i>	51
<i>Tabla 19. Proceso Producción del Servicio.....</i>	52
<i>Tabla 20. Unidades Mensuales, punto de equilibrio.....</i>	52
<i>Tabla 21. Equipo de Trabajo.....</i>	53
<i>Tabla 22. Matriz IFAS.....</i>	55
<i>Tabla 23. Matriz EFAS.....</i>	56
<i>Tabla 24. Matriz D.A.F.O.....</i>	57
<i>Tabla 25. Matriz D.A.F.O.....</i>	58
<i>Tabla 26. Proyección de Ingresos.....</i>	63
<i>Tabla 27. Proyección de Costos.....</i>	63
<i>Tabla 28. Proyección de Gastos.....</i>	64
<i>Tabla 29. Inversiones.....</i>	64
<i>Tabla 30. Capital de Trabajo.....</i>	64
<i>Tabla 31. Punto de Equilibrio.....</i>	65
<i>Tabla 32. Periodo de recuperación de Capital - Flujo de Caja Libre.....</i>	65
<i>Tabla 33. Fuentes de Financiación – Aportes de Socios.....</i>	66
<i>Tabla 34. Evaluación Financiera - Valor de la Empresa.....</i>	66
<i>Tabla 35. Evaluación Financiera - Valor de la Acción.....</i>	66
<i>Tabla 36. Evaluación Financiera – Indicadores Financieros.....</i>	67
<i>Tabla 37. Evaluación Financiera – Simulador de Venta de la Empresa.....</i>	67

Tabla 38. Junta Directiva. 70
Tabla 39. Gerente General y Representante Legal, Principal y Suplente. 71

1. Introducción

El presente trabajo tiene como finalidad analizar la viabilidad financiera, operativa y de mercado para la puesta en marcha de una empresa en Consultoría e integración en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en la ciudad de Bogotá, permitiendo realizar la consultoría estratégica en las organizaciones para luego realizar integración de las soluciones TIC con el fin de ayudarles a generar Capacidades Dinámicas en la Organización (Zapata Rotundo, Gerardo J.; Mirabal Martínez, Alberto BERNAL, 2018), en un ambiente de personalización, confianza, calidad y garantía, aportando valor al recibir asesoría en las estrategias corporativas de cada organización.

El entorno empresarial actual, tan lleno de cambios y altamente competitivo, conlleva a que las empresas analicen y evalúen nuevas formas de sobresalir en el mercado. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) han sido claves en el cambio de los modelos de los negocios a nivel mundial donde el manejo y transmisión de grandes cantidades de información en tiempos cada vez más cortos son fundamentales, su utilización y desarrollo han promovido cambios estructurales en los modelos de producción y la forma en que se articulan, permitiendo que las diferentes partes de un proceso productivo y administrativo se lleven a cabo desde diferentes lugares del mundo. El sector de las TICs es de gran atractivo para la inversión y es un generador de alto valor agregado en casi todos los sectores productivos de la economía, su impacto incide en las condiciones económicas regionales y locales que se reflejan directamente en la calidad de vida de sus pobladores.

Es indudable que, en las organizaciones modernas, dados su complejidad y los retos que les presentan el entorno cambiante e incierto, sienten cada vez más la necesidad de buscar herramientas o compañías de Apoyo en el área de las TICs que faciliten y orienten su camino a la ampliación de mercados.

1.1. Problema y oportunidad.

En la actualidad, los seres humanos viven en un mundo muy dinámico, en el que se cuenta con innumerables herramientas tecnológicas que les permiten estar al día con temas de interés. Cuando se plantea hacer esfuerzos conjuntos con el cliente o llevar a cabo una estrategia de ventas personalizadas donde verdaderamente se vea valioso un servicio diferenciador que agregue valor a las empresas que se intervienen, lo primero que se debe tener en cuenta es escuchar a los clientes y generar respuestas lo más rápido posible, para que ellos se sientan bien atendidos e importantes. Es aquí donde hay una gran

oportunidad de negocio dado que se genera el desconocimiento de una estrategia de venta de servicios en un entorno de 360° del cliente, basado en la construcción de soluciones creativas con personal especializado en la integración de TIC y Consultorías en Innovación y Transformación organizacional, con el fin de entregar servicios que agreguen valor a cada uno de los negocios de los clientes que se intervienen. Con base en lo anterior, surge la siguiente pregunta: ¿Cómo aumentar la productividad y continuidad operativa en las organizaciones mediante el uso eficiente de las TIC?.

1.2. Justificación.

El sector de las TIC y Consultoría se ha constituido en uno de los más dinámicos del comercio en el país, esto obedece al auge que adquirió el rubro de las tecnologías de la información a partir de la década de los 90. incrementándose en forma extraordinaria en los últimos años. Se trata de un emprendimiento que no tiende a perder si se administra inteligentemente el negocio y se aplica estrategia eficaz de ventas.

1.3. Descripción general de la idea de negocio.

iGeek CONSULTING S.A.S., surge a partir de la necesidad de la familia compuesta por mi esposa e hijos para buscar ingresos adicionales y, además, no ser empleados, y, es por ellos que se brindará consultoría y asesoría de acuerdo a las necesidades y deseos de cada cliente, teniendo como política la calidad del servicio al cliente en cada uno de los servicios que se ofrecerán, con un recurso humano de alto perfil e interdisciplinario, mediante procesos de gestión éticos y de excelencia, con una visión de flexibilidad y eficiencia, siendo esta la mejor fortaleza frente a la competencia, con una orientación innata para que los proyectos sean innovadores y orientados desde el primer momento a convertirse en productos y/o en nuevas áreas de negocio o incluso empresas, por consiguiente, se promueve la realización de negocios de forma óptima y beneficiosa, generando una desventaja competitiva a nivel empresarial y organizacional para nuestro país.

iGeek CONSULTING S.A.S., es una empresa especializada en integración TIC, innovación y transformación digital, donde algunos de los socios tienen más de 25 años optimizando y escalando infraestructura tecnológica. Ofrecemos “Un servicio único y exclusivo para usted”, con un recurso humano de alto perfil e interdisciplinario, con procesos éticos, con excelencia y con visión de flexibilidad y eficiencia, un servicio personalizado de acuerdo con las necesidades de cada cliente, éticos en cada negocio con todos los stakehold

1.4. Objetivo general

Crear un plan de negocio para la puesta en marcha de una empresa de consultoría para la integración y gestión en proyectos de TIC, consultoría en innovación y en estrategia Organizacional, en Bogotá D.C.

1.5. Objetivos específicos.

- Determinar la mezcla de mercado que permita a la empresa alcanzar sus objetivos.
- Determinar de acuerdo con la naturaleza de la empresa, la estructura organizacional necesaria para su funcionamiento eficiente.
- Diseñar la mejor forma de prestar los servicios ofrecidos por la empresa
- Diseñar el estudio financiero que muestre la viabilidad de la puesta en marcha de la empresa.

2. Modelo de Negocio y Validación

Figura 1. Modelo de Negocio



Fuente: Elaboración propia.

iGeek CONSULTING S.A.S., ha basado su modelo de negocio en libro “Generación de modelos de negocio” (Business Model Generation) escrito por Alex Osterwalder e Yves Pigneur, 2010. Este libro se caracteriza por ser una guía para «visionarios, revolucionarios y retadores» que quieren desafiar los modelos de negocio tradicionales y diseñar las empresas del futuro. iGeek CONSULTING S.A.S., ha construido esta herramienta dinámica que nos ayudará estar constantemente actualizado en este mercado cambiante.

- Segmento de mercado.** Nuestro segmento está enfocado principalmente en el sector privado para pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Bogotá D.C., y el sector público para las entidades distritales den Bogotá D.C., y Bogotá región. También dejamos planteados intervenir aquellos emprendimientos donde necesiten apoyo de nuestros servicios como una labor social para impulsar nuevas compañías en Colombia.
- Propuesta de valor.** La propuesta de valor de iGeek CONSULTING S.A.S es “Un servicio único y exclusivo para usted”, apoyada con un Recurso humano de alto perfil e interdisciplinario, unos Procesos éticos y de excelencia y con una visión de flexibilidad y eficiencia. Cada cliente debe sentirse único en la atención y en las soluciones que se les ofrece con conversaciones estratégicas con cada uno de ellos.

3. **Canales.** iGeek CONSULTING S.A.S usará aquellos canales de distribución que le agreguen valor a los clientes de una manera efectiva y eficiente con el fin de llegar y dar soluciones a sus deseos y necesidades de una manera muy rápida.
4. **Relación con clientes.** Uno de los focos estratégicos de iGeek CONSULTING S.A.S es la omnicanalidad para que nuestros clientes puedan ser atendidos por diferentes medios de comunicación que a la mano de la Compañía y las social Media, sin embargo, estos canales de interacción con el cliente siempre estarán muy personalizado con un recurso humano bien preparado con habilidades blandas.
5. **Fuentes de ingreso.** iGeek CONSULTING S.A.S centra su atención en las personas y es por ello cuenta con un equipo multidisciplinario capacitado en ventas consultivas y con mentalidad de servicio al cliente y por la profesionalización como consultores para entender las estrategias, deseos, necesidades y los retos de cada cliente en particular y con base a ello, proponer soluciones que generen valor a sus compañías de una manera simple y rápida en las áreas de Consultoría e integración en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y Consultoría en Innovación y/o Estrategia Organizacional. Inicialmente se espera el ingreso por la línea de integración de TIC.
6. **Recursos Claves.** iGeek CONSULTING S.A.S para desarrollar su objeto social y su actividad económica, hará una Inversión inicial, contará con Recurso humano especializado, Pagina WEB interactiva, Línea de atención al cliente, Herramientas tecnológica, Acceso a Internet y la omnicanalidad.
7. **Actividades Claves.** iGeek CONSULTING S.A.S constantemente como actividades nucleares articula su estrategia organizacional con su estrategia de innovación y su cultura organizacional, con el fin de establecer relaciones comerciales con fabricantes, mayoristas y socios, Lanzamiento de la marca y el portafolio de servicios, Gestión de contratos y órdenes de servicio, Plan de marketing, plan de comunicaciones.
8. **Socios Claves.** Estratégica e inteligentemente iGeek CONSULTING S.A.S integra dentro de su modelo de negocio Partner y socios de negocios, Fabricantes, Mayoristas, Intermediarios, empresas del sector público y privado, consultores asociados, vendedores freelance, y, también participará en Ferias y eventos donde se puedan hacer ruedas de negocios, con el fin de hacer posible el funcionamiento del modelo de negocio para que este sea sostenible en el tiempo.
9. **Estructura de costos.** Inicialmente iGeek CONSULTING S.A.S tiene dentro de su modelo de negocios los costos que implican mantener actividades claves, los recursos claves y socios claves tales como comercialización directa, equipos de ventas consultivas, vendedores freelance, redes sociales, portal web interactivo, herramientas de multicanalidad, marketing digital SEM (marketing en buscadores web) / SEO (Posicionamiento en buscadores), convenios de marketing.

3. Análisis del sector

Las pequeñas y medianas empresas Pymes, contribuyen cada vez más en forma significativa a la economía local, regional y nacional, no sólo en términos de rubros generados sino también por el elemento humano que involucra generando empleo. Debido al mercado globalizado en que se encuentran inmersas las Pymes, estamos convocados a contribuir en este cambio empresarial en pos de la competitividad internacional del país

En Colombia el segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en el Decreto 957 del 05 de junio 2019, "por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011".

1. Para sector manufacturero:

- **Microempresa:** aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a 23.563 UVT.
- **Pequeña empresa:** aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a 23.563 UVT e inferiores o iguales a 204.995 UVT.
- **Mediana empresa:** aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a 204.995 UVT, e iguales o inferiores a 1.736.565 UVT.

2. Para sector servicios:

- **Microempresa:** aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a 32.988 UVT.
- **Pequeña empresa:** aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a 32.988 UVT e inferiores o iguales a 131.951 UVT.
- **Mediana empresa:** aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a 131.951 UVT e inferiores o iguales a 483.034 UVT.

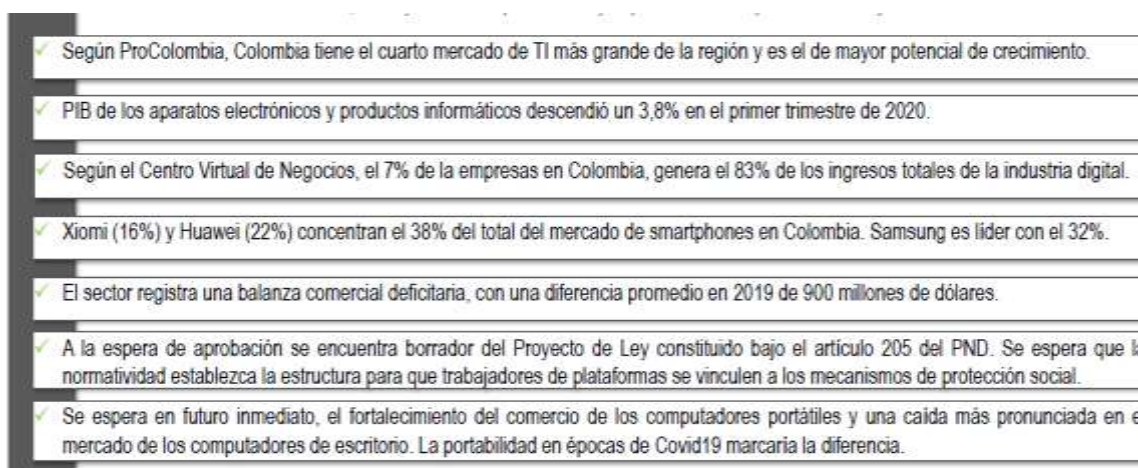
3. Para el sector comercio:

- **Microempresa:** aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a 32.988 UVT.
- **Pequeña empresa:** aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a 32.988 UVT e inferiores o iguales a 131.951 UVT.
- **Mediana empresa:** aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a 131.951 UVT e inferiores o iguales a 483.034 UVT.

3.1. Caracterización del sector

El PIB del sector hardware y software para el primer trimestre de 2020 presentó un desempeño marcado al descenso, derivado del impacto inmediato de la pandemia Sin embargo, si el dato incluyera información de los meses posteriores, su registro debería ser creciente como se puede observar en otras variables que cuentan con mediciones a mayo, caso del índice de personal ocupado y del índice de ingresos nominales, que presentaron incrementos significativos posteriores a marzo, derivado del acondicionamiento al comercio electrónico, el mayor uso de aplicaciones y el proceso de adaptación al trabajo remoto.

Figura 2. Visión del Sector.



Fuente: Tomado del Informe sector hardware y software junio 2020. Portal Sectorial.

El desempeño del sector TIC ha sido positivo pues se encuentra entre los rubros de la economía con mejores datos de crecimiento, con tasas superiores al 10% en los últimos años y representando cerca del 8% del PIB nacional, pero la coyuntura económica reciente afectó el mercado por contracciones en la oferta y la demanda, aunque, según el presidente de la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT), las empresas seguirán adquiriendo productos del sector pues sin importar el comportamiento de otras variables del mercado las inversiones en tecnología son prioritarias para que las empresas por sus niveles de competitividad.

El mercado a nivel nacional ha presentado tasas de crecimiento promedio a doble dígito y de su tamaño el hardware representa el 58%, servicios un 30% y software un 11%.

Tabla 1. Ventas del Sector TIC.

CIU Rev.3 A.C	2018	2019	Var %	Departamento	2018	2019	Var %
Consultores en programas de informática, elaboración y suministro de programas de informática	75.868	84.637	11,6	Bogotá, D.C.	47.599	50.515	6,1
Procesamiento de datos	7.762	6.278	-19,1	Antioquia	18.006	21.010	16,7
Consultores en equipo de informática	2.649	4.452	68,1	Valle del Cauca	6.803	6.388	-6,1
Otras actividades de informática	1.829	1.801	-1,5	Atlántico	2.842	4.033	41,9
Actividades relacionadas con base de datos y distribución en línea de contenidos electrónico	756	1.466	93,9	Cundinamarca	1.868	3.592	92,3

Fuente: Elaboración propia adaptado desde <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>.

Tabla 2. Exportaciones de Servicios - Mapa Regional de Oportunidades - Maro. Cifras en miles de dólares.

Descripción CABPS	País	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	ENE-JUN 2019	ENE-JUN 2020
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Costa Rica	0	0	601,57	0	899,6	0	0	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Chile	0	1148,21	328,5	0	0	0	0	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Ecuador	2887,33	3577,28	4492,69	2722,61	4272,03	1780,6	0	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Estados Unidos	118,07	1685,2	0	5796,48	24575,74	24738,43	15267,61	7133,89	5758,63
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Guatemala	101,99	141,76	212,56	837,76	109,48	0	0	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	México	636,71	1073,21	432,8	235,62	242,26	138,4	0	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Panamá	628,68	814,13	1069,3	1733,33	2200,35	1800,59	440,07	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Perú	1286,6	1533,85	0	0	910,23	336,33	0	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Puerto Rico	1458,91	776,76	1495,54	0	0	0	0	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	República Dominicana	27,03	408,24	2393,39	1040,78	924,72	789,46	0	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Venezuela	0	2888,34	59,1	0	164,81	0	0	0	0
Licencias para reproducir y/o distribuir programas informáticos	Demás Países	19374,51	11282,4	11749,38	13592,79	10556,7	13274,6	14771,14	8343,35	5472,2
Servicios de informática	Alemania	834,07	1111,87	497,94	1051,61	499,76	1268,55	589,16	292,75	232,58
Servicios de informática	Argentina	6499,15	4582,9	4106,73	3145,28	5038,25	5961,07	5345,9	2514,25	2199,45
Servicios de informática	Australia	0	0	0	48,57	0	0	0	0	0
Servicios de informática	Barbados	0	0	0	14,95	0	0	0	0	0
Servicios de informática	Bélgica	61,16	0	0	135,26	375,29	0	0	0	0
Servicios de informática	Bolivia	1972,65	1068,79	441,79	452,98	647,51	693,43	481,4	88,59	125,38
Servicios de informática	Brasil	5018,86	4963,22	4747,14	5825,58	4476,81	4264,5	4911,82	2042,36	2638,64
Servicios de informática	Canadá	616,23	1459,57	1141,09	799,58	2961,38	2849,4	3798,25	1556,41	2337,76
Servicios de informática	Costa Rica	4664,59	5870,72	4288,46	3950,56	3445,31	5122,34	6190,39	1986,71	1967,64
Servicios de informática	Chile	10622,65	12804,28	10861,76	9948,38	9766,95	13188,33	10272,76	5365,07	3531,73
Servicios de informática	Ecuador	25923,58	27549,85	23501,47	22443	26449,75	32086,33	32337,28	14842,72	16170,96
Servicios de informática	El Salvador	1788,56	2213,44	1686,96	3005,08	2938,49	3213,78	2903,49	1122,71	1440,07
Servicios de informática	España	33083,03	33634,06	23204,86	21717,88	21958,5	21571,15	14672,98	7154,62	5451,49
Servicios de informática	Estados Unidos	64458,59	49134,7	57689,39	60396,18	60263,85	65744,75	75647,18	34391,57	35537,9
Servicios de informática	Francia	0	704,91	351,26	20,95	20,25	0	0	0	0
Servicios de informática	Guatemala	881,09	1540,71	1179,38	1776,43	1887,18	1852,01	1760,86	770,92	564,14
Servicios de informática	Honduras	1235,76	946,77	479,51	817,21	765,5	1636,97	1331,81	505,25	346,18
Servicios de informática	Irlanda	0	0	0	0	764,69	4146,11	1847,48	0	2887,62
Servicios de informática	Italia	0	0	0	0	0	0	55,6	0	64,17
Servicios de informática	Luxemburgo	0	0	0	0	0	2335,49	0	0	0
Servicios de informática	México	19006,56	19750,82	17829,55	15941,13	16522,52	17461,6	18970,39	8477	7670,36
Servicios de informática	Nicaragua	400,56	505,07	268,54	429,7	313,19	367,84	299,41	103,79	76,86
Servicios de informática	Noruega	0	0	64,93	0	0	0	0	0	0
Servicios de informática	Países Bajos	6915,63	3119,05	180,01	329,51	95,28	1534,28	694,81	694,81	589,6
Servicios de informática	Panamá	3595,98	4294,35	5417,34	13492,66	9156,79	10069,83	6699,98	3396,66	2334,94
Servicios de informática	Paraguay	495,97	349,95	392,98	310,83	886,66	76,79	338,7	187,26	143,34
Servicios de informática	Perú	10883,28	12349,65	9835,47	9773,82	10368,26	10035,01	9732,27	3664,39	3655,92
Servicios de informática	Puerto Rico	4017,7	5485,49	5769,96	4695,85	5151,5	3378,37	2622,12	1298,51	1624,29
Servicios de informática	Reino Unido	5625,31	1678,2	2387,71	2528,18	2100	1715,49	1453,02	655,37	344,33
Servicios de informática	República Dominicana	3417,96	2388,12	2788,81	3698,64	4411,05	2489,64	2247,6	1179,06	1048,3
Servicios de informática	Suiza	4139,33	3561,06	4072,34	2597,45	1248,66	1696,19	3788,93	1931,6	1877,19
Servicios de informática	Trinidad y Tobago	147,85	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios de informática	Uruguay	640,92	694,71	727,8	764,11	241,35	952,11	616,13	446,9	354,67
Servicios de informática	Venezuela	6273,36	6258,97	7571,99	6150,97	5335,3	4937,48	3303,64	1712,95	2452,47
Servicios de informática	Demás Países	15130,13	16980,89	15431,76	15216,74	15910,53	14032,22	17261	7325,27	7155,11

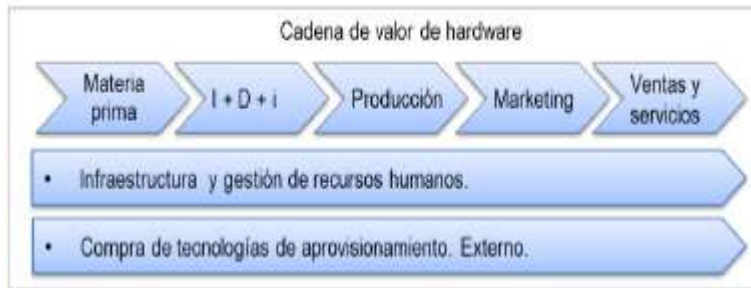
Fuente: Muestra Trimestral de Comercio Exterior de Servicios (MTCES) - DANE. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva.

3.2. Funcionamiento Sectorial

El hardware está relacionado con las partes tangibles de un sistema informático, como los componentes eléctricos, electromecánicos y mecánicos. Por su parte, el soporte intangible es el software, que

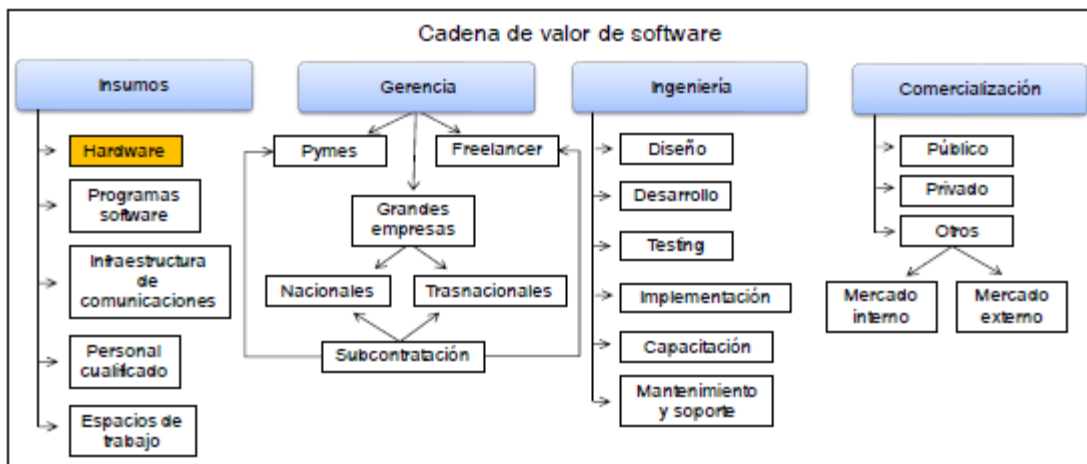
corresponde al conjunto de instrucciones que las computadoras emplean para manipular datos e información.

Figura 3. Cadena de valor de Hardware.



Fuente: Tomado del Informe sector hardware y software junio 2020. Portal Sectorial.

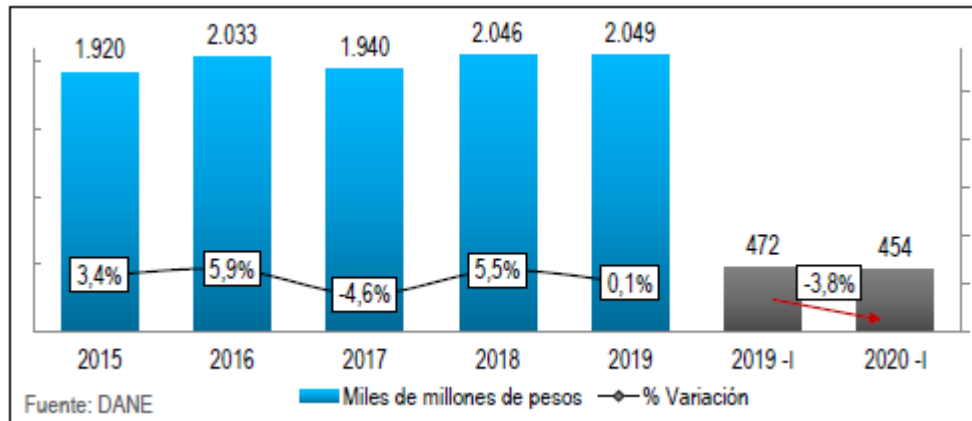
Figura 4. Cadena de valor de Software.



Fuente: Tomado del Informe sector hardware y software junio 2020. Portal Sectorial.

Según el portal sectorial, el PIB de aparatos electrónicos y productos informáticos cayó en el primer semestre de 2020 en un 3,8 ubicándose en 454 mil millones de pesos. Las restricciones en el comercio internacional y el impacto inmediato de la pandemia en el comercio local explican este comportamiento. Cabe indicar, que si bien, en Colombia las restricciones relacionadas al actual Covid-19 iniciaron en marzo, el mercado extranjero ya tenía restricciones desde antes, específicamente el de China, origen del virus, que había cerrado puertos desde mediados de enero y siguiendo en febrero, el cierre de puntos importantes para el comercio en Europa y posteriormente las restricciones en EE.UU.

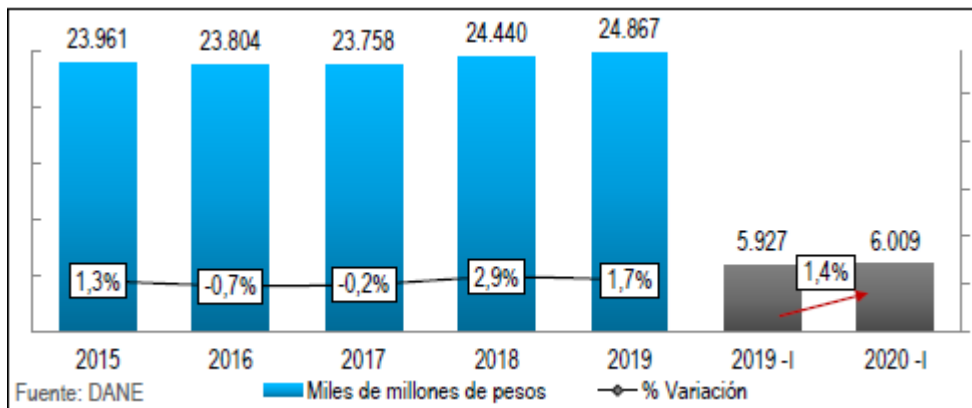
Figura 5. PIB de Aparatos Electrónicos y Productos Informáticos.



Fuente: Tomado del Informe sector hardware y software junio 2020. Portal Sectorial.

Por otra parte, el PIB de la información y las comunicaciones para el primer trimestre del año registró un incremento del 1,4%. El hecho deriva de que el impacto de la pandemia fue menos fuerte al tratarse precisamente de una línea que incluye la conectividad, segmento que se ha venido fortaleciendo dada la situación actual y cuyo crecimiento, así como el del PIB del gráfico 1 seguramente se verá reflejado en el segundo trimestre del año, teniendo en cuenta dos factores el fortalecimiento del comercio electrónico y el trabajo en casa, que incrementa el uso de internet y de productos y servicios del sector.

Figura 6. PIB Información y Comunicaciones.

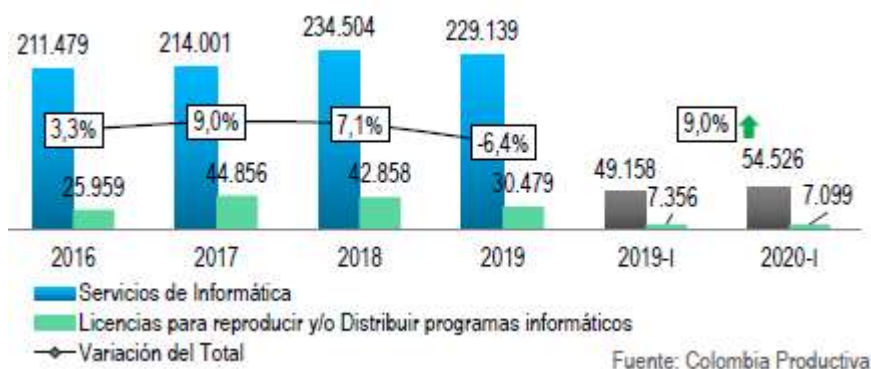


Fuente: Tomado del Informe sector hardware y software junio 2020. Portal Sectorial.

3.3. Comportamiento

Evaluando toda la industria digital, la balanza comercial es ampliamente deficitaria, el desbalance alcanza en promedio anual los 900 millones de dólares. Evaluando por líneas, los servicios informáticos son los que más mueven la balanza, representando el 79 de las exportaciones del sector, seguido de las licencias del software con un 11 mientras que otros servicios de la industria representan el 10 restante. Así, para el primer trimestre de 2020 las exportaciones de los servicios informáticos incrementaron y la de las licencias cayeron, generando un acumulado al alza del 9. Cabe anotar, que desde el 2017 la línea de las licencias viene perdiendo valor en el extranjero.

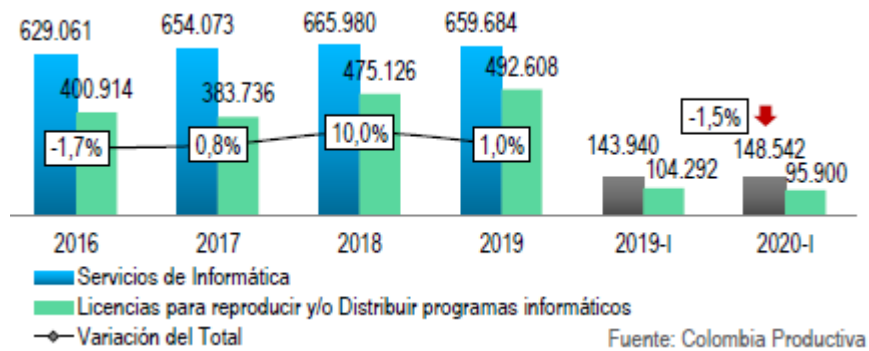
Figura 7. Exportaciones Por Segmentos de la Informática Miles USD.



Fuente: Tomado del Informe sector hardware y software junio 2020. Portal Sectorial.

En el caso de las importaciones, las licencias de software perdieron en valor un 8 durante el primer semestre del año. En el mismo periodo, las importaciones de servicios informáticos aumentaron un 3,2 lo que en general llevó a una caída en las importaciones del 1,5. Evaluando por líneas, los servicios informáticos representan el 56 de las importaciones, las licencias del software el 41 y el restante 3 otros servicios informáticos. Contrario al caso de las exportaciones, desde el 2017 la importación de licencias de software vienen ganando participación en el mercado nacional.

Figura 8. Importaciones Por Segmentos de la Informática Miles USD.



Fuente: Tomado del Informe sector hardware y software junio 2020. Portal Sectorial.

Los investigadores analizaron el vínculo entre TIC y productividad en las empresas de Argentina, Chile, Colombia, Perú y Uruguay, poniendo énfasis en la complementariedad de las TIC con otros factores determinantes para el desempeño económico de las firmas, como la calidad del capital humano, las capacidades innovadoras y los cambios organizacionales. Los resultados obtenidos indican que el impacto de las TIC sobre las actividades de las firmas parece ser fundamentalmente indirecto, principalmente vía reducción de costos, actividades innovadoras y complementariedades con el capital humano; este efecto sería válido no sólo a nivel de las firmas, sino que también a nivel agregado de la economía. Esta característica intrínseca de las TIC constituye una de las mayores dificultades para evaluar empíricamente el efecto directo de la introducción de las TIC en las empresas.

En la última década Colombia ha mostrado un significativo incremento en materia de incorporación de las TIC en su economía lo indica que hay oportunidades de negocios para ayudar a todas las industrias en implementar solución de TIC que le aporten valor y eficacia de manera simple y sin complicaciones.

3.4. Análisis PESTEL

PESTEL, también conocido como PESTAL o PEST es un análisis descriptivo del entorno de la empresa. Cuando hablamos del entorno o contexto de la empresa, nos referimos a todos aquellos factores externos que son relevantes para la organización, por lo que su análisis resulta vital para la generación de estrategias o campañas a corto y largo plazo.

El presente análisis de Entorno se enfoca en investigar e indagar los factores externos que influyen en el desarrollo de nuestro modelo de negocio, para ello enfocaremos el estudio en dos partes el Entorno General y el Entorno Específico; Lo cual nos permitirá conocer las tendencias que podrán tener un impacto en el sector TIC, mediante el Análisis PESTEL y las 5 fuerzas de PORTER.

Se pretende averiguar el impacto sobre el sector de las Tecnologías de la información y la comunicación, de factores de nuestro Entorno General: políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales. Para ello emplearemos el análisis PESTEL.

Tabla 3. Análisis Entorno Externo PESTEL

Análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico (Medioambientales), Legal)										iGeek CONSULTING
Análisis de los factores externos descriptivo del entorno de iGeek Consulting										
Factor	Impacto en el Entorno			Respuesta de iGeek		Plazo			Impacto	
	Amenaza	Oportunidad	Ponderación	Calificación	Justificación	Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo		
Político	Cambios de Presidencia y gabinete ministerial que influyen en la toma de decisiones institucionales.	X		20%	1	La elección presidencial es una variable exógena a la Empresa.		X		Indiferente
	Tipo de contratación conforme a los lineamientos de Colombia compra eficiente(CCE).		X	40%	4	Se debe diseñar una estrategia para justificar porque que no contratar por CCE.	X			Positivo
	Política de inversión extranjera.		X	10%	3	Se deben aprovechar las nuevas oportunidades de negocio que se generan en el sector de las TIC			X	Positivo
	Legislación tributaria.	X		30%	2	En el plan de negocio se debe tener en cuenta estas variables con el fin de no tener pérdidas	X			Negativo
	Totales ==>			100%	10					
Económico	Fluctuación de precios por el cambio del dólar.	X		30%	2	En el plan de negocio se debe tener el cambio de la TRM con el fin de no tener pérdidas	X			Negativo
	Reformas tributarias.	X		20%	2	En el plan de negocio se debe tener en cuenta estas variables con el fin de no tener pérdidas		X		Negativo
	Aumento de la tasa de Interés.	X		10%	2	En el plan de negocio se debe tener en cuenta estas variables con el fin de no tener pérdidas	X			Negativo
	Aumento de las exportaciones.		X	40%	4	Se deben aprovechar las nuevas oportunidades de negocio que se generan en el sector de las TIC			X	Positivo
	Totales ==>			100%	10					

Social	Megatendencias del Consumidor.		X	40%	3	En el plan para realizar vigilancias al cambio de las tendencias sociales del consumidor.	X			Positivo
	Cambio Generacional.		X	20%	2	En el plan para realizar vigilancias al cambio de los hábitos de consumo del consumidor.		X		Positivo
	Cambio estilo de vida.		X	10%	2	En el plan para realizar vigilancias al cambio de los hábitos de consumo del consumidor.		X		Positivo
	Patrones de consumo.		X	10%	2	En el plan para realizar vigilancias al cambio de los hábitos de consumo del consumidor.		X		Positivo
	Dificultad en la adquisición de tecnología de punta.	X		20%	1	En el plan para realizar vigilancias al cambio de los hábitos de consumo del consumidor.			X	Negativo
Totales ==>				100%	10					
Tecnológico	Tecnologías Emergentes.		X	20%	1	La elección presidencial es una variable exógena a la Empresa.			X	Positivo
	Vigilancia tecnológica.		X	30%	4	Crear un proceso de vigilancia de nuevas oportunidades de negocio.	X			Positivo
	Transformación digital.		X	20%	2	Crear un proceso de vigilancia de nuevas oportunidades de negocio.	X			Positivo
	Gobierno en línea.	X		20%	1	Crear un proceso de vigilancia de nuevas oportunidades de negocio.			X	Negativo
	Control para el seguimiento y adquisición de nueva tecnología.		X	10%	2	Crear un programa permanente de vigilancia tecnológica		X		Positivo
Totales ==>				100%	10					
Ecológico (Medioambientales)	Reducción de Huella de carbono.		X	10%	2	La Empresa creará un manual y/o instructivo para en cada venta se entregue a cada cliente para su implementación y se hará seguimiento de la aplicabilidad.	X			Positivo
	Reducción de los Residuos.		X	10%	1	Contribuir en la disminución de huella de carbono en el uso de centros de cómputo y equipos obsoletos		X		Negativo
	Lineamientos del Estado respecto a uso de servicios en la Nube.		X	20%	1	Contribuir en la disminución de huella de carbono en el uso de centros de cómputo y equipos obsoletos		X		Positivo
	Políticas medioambientales.	X		30%	3	La Empresa creará un plan para aportar a la sostenibilidad ambiental a nivel nacional			X	Negativo
	Tratados mundiales medioambientales.	X		30%	3	La Empresa creará un plan para aportar a la sostenibilidad ambiental a nivel mundial			X	Negativo
Totales ==>				100%	10					

Legal	Cambios de legislación de las TIC por MINTIC que influyen en las tomas de decisiones de las organizaciones y entidades publicas.		X	30%	3	La Empresa creará un plan para buscar nuevas oportunidades de negocios a nivel nacional, en las regiones y en el campo.		X		Positivo
	Estrategia de Gobierno en Línea a política de Gobierno Digital.		X	25%	3	La Empresa creará un plan para buscar nuevas oportunidades de negocios.	X			Positivo
	Ley de Austeridad Gubernamental.	X		20%	1	La Empresa creará un plan para buscar nuevas oportunidades de negocios.			X	Negativo
	Gestión Estratégica de la Ciudad Región.		X	25%	3	La Empresa creará un plan para buscar nuevas oportunidades de negocios.	X			Positivo
Totales ==>				100%	10					

Fuente: Elaboración propia.

Los factores tecnológicos y sociales del país tienen un gran impacto sobre los objetivos planteados en el modelo de negocio de iGeek Consulting como compañía, pues las estrategias y la inteligencia competitiva dado por la vigilancia tecnológica y las mega tendencias sociales implican nuevas estrategias y objetivos, llevándonos a replantear constante los OKR estratégicos que nos llevará a potencializar cada día nuestro modelo de negocio.

3.5. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter


iGeek Consulting aprovechará las oportunidades de negocio que tiene en el sector de las TIC, teniendo en cuenta la trayectoria y experiencia de los socios en el sector, la cual debe ser potencializada para poder ampliar su mercado, su mayor amenaza en este momento son los productos que ofrecen sus competidores y la cantidad de inversión requerida en investigación e infraestructura de tecnología la cual le permitirá diversificar su portafolio y ampliar su mercado objetivo en el largo plazo.

Tabla 4. Amenazas y nuevos entrantes

COMPETENCIA				
ID	Factor	Peso	Calificación	Calificación ponderada
1.	Los miembros de la industria no pueden oponerse al ingreso de recién llegados.	0,30	4	1,20
2.	Los miembros de la industria buscan ampliar mercado al entrar en segmentos de Producto o áreas geográficas en que no tienen presencia.	0,20	3	0,60
3.	La demanda del comprador crece con rapidez y los recién llegados anticipan utilidades atractivas sin provocar una fuerte reacción de las empresas ya presentes.	0,15	3	0,45
4.	Lealtad a la marca del comprador	0,20	2	0,40
5.	Los miembros de la industria buscan ampliar mercado.	0,15	2	0,30
Totales ==>		1,00		2,95


Fuente: David, F. (2014). Free excel student template. Recuperado de: <http://strategyclub.com/free-student-template/>.

Tabla 5. Fuerzas de los clientes

CLIENTES				
ID	Factor	Peso	Calificación	Calificación ponderada
1.	Los costos de cambiar a productos competidores son bajos	0,30	2	0,60
2.	Los productos de la industria están estandarizados o no están diferenciados.	0,10	3	0,30
3.	Los compradores son grandes y pocos en relación con el número de vendedores en la industria.	0,10	2	0,20
4.	Los compradores están bien informados sobre la calidad, precios y costo de los vendedores.	0,35	3	1,05
5.	Los compradores son sensibles al precio.	0,15	4	0,60
Totales ==>		1,00		2,75


Fuente: David, F. (2014). Free excel student template. Recuperado de: <http://strategyclub.com/free-student-template/>.

Tabla 6. Fuerza de Proveedores

PROVEEDORES				
ID	Factor	Peso	Calificación	Calificación ponderada
1.	Los productos o servicios del proveedor son escasos, lo que permite que los proveedores lleven la delantera para fijar precios.	0,20	2	0,40
2.	Los productos o servicios del proveedor son diferenciados.	0,10	1	0,10
3.	Los miembros de la industria incurren en altos costos al cambiar proveedores.	0,10	3	0,30
4.	Los productos o servicios del proveedor son cruciales para el proceso de producción de los miembros de la industria.	0,30	4	1,20
5.	La industria de los proveedores está más concentrada que la industria a la que vende y está dominada por unas cuantas grandes compañías.	0,30	3	0,90
Totales ==>		1,00		2,90


Fuente: David, F. (2014). Free excel student template. Recuperado de: <http://strategyclub.com/free-student-template/>.

Tabla 7. Servicios Sustitutos

SUSTITUTOS				
ID	Factor	Peso	Calificación	Calificación ponderada
1.	Hay buenos sustitutos fácilmente disponibles o aparecen nuevos.	0,20	2	0,40
2.	Los sustitutos tienen precios atractivos	0,30	2	0,60
3.	Los sustitutos tienen un desempeño comparable o mejor.	0,10	2	0,20
4.	Los buenos sustitutos no están disponibles con facilidad o no existen.	0,15	2	0,30
5.	Los usuarios finales incurren en costos altos al cambiar a los sustitutos.	0,25	2	0,50
Totales ==>		1,00		2,00

Fuente: David, F. (2014). Free excel student template. Recuperado de: <http://strategyclub.com/free-student-template/>.

Tabla 8. Rivalidad Competitiva

RIVALIDAD				
ID	Factor	Peso	Calificación	Calificación ponderada
1.	La demanda del comprador crece con lentitud.	0,10	2	0,20
2.	Los costos de cambio de marca son bajos para el comprador.	0,10	2	0,20
3.	Los competidores son numerosos o más o menos del mismo tamaño y fuerza competitiva.	0,20	2	0,40
4.	Los costos fijos y almacenamiento son bajos.	0,30	3	0,90
5.	El tamaño, la fuerza, los objetivos, las estrategias y países de origen de los miembros de la industria son relativamente homogéneo.	0,30	4	1,20
Totales ==>		1,00		2,90

Fuente: David, F. (2014). Free excel student template. Recuperado de: <http://strategyclub.com/free-student-template/>.

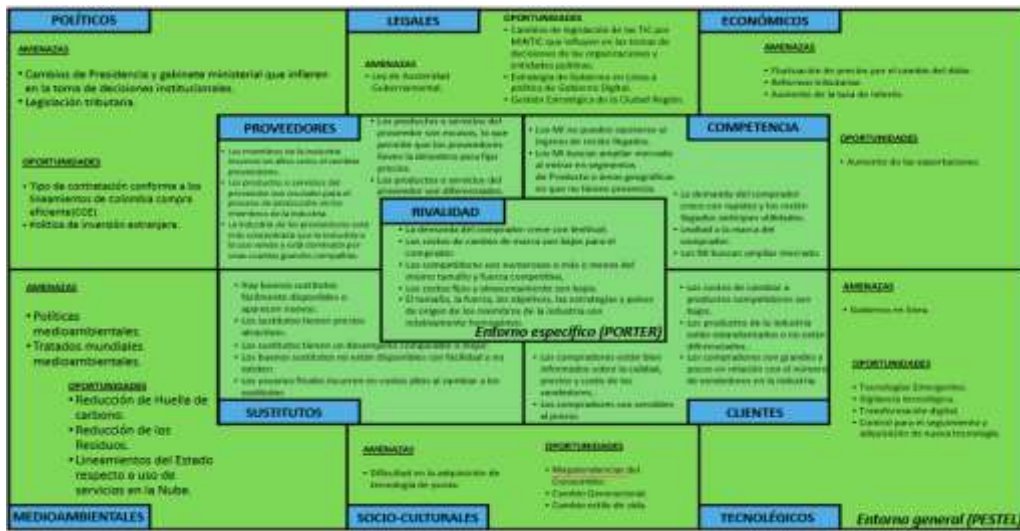
El entorno externo del sector de las TIC en este momento brinda un sin número de oportunidades de crecimiento ya que la tecnología es uno de los pilares de la economía del país, <<La inversión en actividades de ciencia, tecnología e innovación (ACTI) creció 72,18 % entre 2010 y 2017.>> (Informe Nacional De Competitividad Colombia, 2018, P. 361), teniendo en cuenta que esta inversión tiende a

crecer a nivel nacional, se hace prioritario que iGeeK Consulting inicie la inversión necesaria en I+D+i para poder estar vigente en el mercado e ir a la par con el desarrollo de nuevas tecnologías que permitan el crecimiento y la expansión de la compañía.

iGeeK Consulting debe trabajar en las debilidades identificadas ya que en el mercado existen proveedores similares que son más robustos y tienen un musculo financiero mayor lo cual les da una ventaja temporal en los avances y desarrollos tecnológicos.

iGeeK Consulting debe trabajar en el posicionamiento de su marca y en la estabilidad de los servicios prestados para consolidar a sus clientes y subir los niveles de satisfacción referentes al servicio lo cual permitirá posicionarse más en el mercado.

Figura 9. Resumen PESTEL - PORTER.



Fuente: Tomado de <http://advenio.es/como-analizar-el-entorno-y-los-factores-externos-que-influyen-en-tu-modelo-de-negocio/#post/0>

3.6. Curva de valor

iGeeK Consulting aprovechará esta herramienta como una de las estrategias corporativas para evaluando constantemente su propuesta de valor y las de la competencia, en este caso COEM y COLSOFT, la cual nos permitirá rediseñar nuevas estrategias, objetivo, metas y OKR.

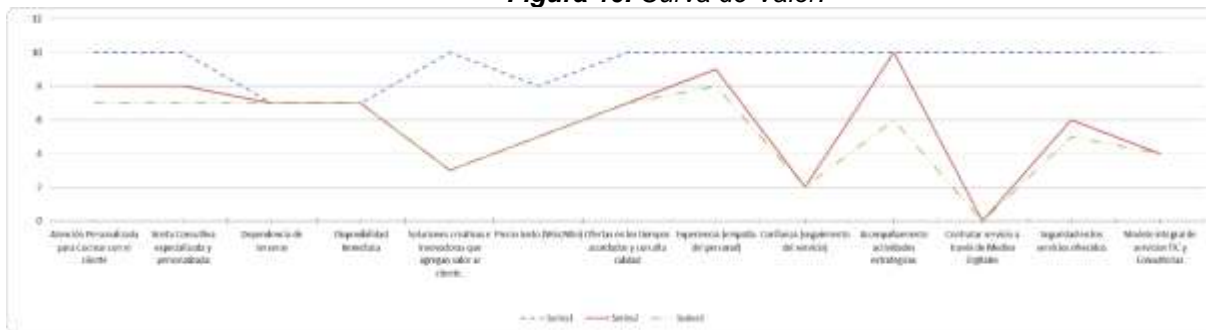
En las columnas de arriba definimos los atributos a medir y/o comparar con la competencia, entre los que se encuentran, por ejemplo, “Atención Personalizada para Cocrear con el cliente”, “Venta Consultiva especializada y personalizada”, entre otros atributos. Al lado izquierdo colocamos nuestra marca y los competidores con quien nos queremos comparar, y luego, en siguientes columnas calificamos cada atributo nuestro y de la competencia, donde se Insertó un valor del 1 al 10 para cada uno de los atributos de cada una de las empresas. El 1 es la menor calificación, siendo el 10 el de mayor calificación.

Tabla 9. Curva de Valor.

	Atención Personalizada para Cocrear con el cliente	Venta Consultiva especializada y personalizada	Dependencia de terceros	Disponibilidad Inmediata	Soluciones creativas e innovadoras que agregan valor al cliente.	Precio Justo (Win2Win)	Oferas en los tiempos acordados y con alta calidad	Experiencia (empatía del personal)	Confianza (seguimiento del servicio)	Acompañamiento actividades estratégicas	Contratar servicio a través de Medios Digitales	Seguridad en los servicios ofrecidos	Modelo integral de servicios TIC y Consultorías
iGeeK Consulting	10	10	7	7	10	8	10	10	10	10	10	10	10
COEM	8	8	7	7	3	5	7	9	2	10	0	6	4
COLSOF	7	7	7	7	3	5	7	8	2	6	0	5	4

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10. Curva de Valor.



Fuente: Elaboración propia.

Según el resultado anterior, iGeeK Consulting cuenta con nuevos mercados donde puede encontrar grandes oportunidades que le ayudaran a crear su modelo de negocio y ser diferentes de la competencia, teniendo ventajas competitivas y distintivas para innovar y mantenerse en este mercado tan competitivo.

3.7. Estrategia del Océano Azul.

iGeeK Consulting a través de la innovación y estrategia de cocreación con los clientes brindaremos servicios a un precio atractivo para nuestros clientes que permitan un gana - gana para ambas partes, contrayendo soluciones a partir de la consultoría que le agreguen valor a los deseo y necesidades reales de los clientes. Es por ello por lo que en nuestra curva de valor se detecta una diferenciación clara frente a la competencia sobre los atributos evaluados. Además, iGeeK Consulting en busca de no incrementar

costos de operación, reducirá al máximo el uso de recursos que generen gastos que puedan aumentar la oferta para nuestros clientes.

Dado que la industria de las TIC se encuentra en constante evolución, iGeeK Consulting monitoreara sistemáticamente los cambios con fin de reconstruir nuevas estrategias para nuestros clientes de manera diferente a competencia a partir de las acciones y las creencias de quienes participan en la industria, utilizando las siguientes herramientas.

Figura 11. Matriz ERIC.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 12. Matriz de Interés e Influencia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Lienzo Propuesta de Valor.



Fuente: Elaboración propia.

La propuesta de valor de iGeeK Consulting coincide con los deseos de nuestro cliente ideal en el Buyer persona, buscando siempre que nuestros servicios les quiten los dolores que hoy son evidente en esta industria y en la cual nosotros debemos innovar para ser diferentes a la competencia.

4. Estudio piloto de mercado

4.1. Análisis y estudio de mercado:

El primer paso para maximizar el impacto cerebral en su prospecto o cliente es definir su público objetivo. El neuromarketing tiene como meta entender el comportamiento de nuestro consumidor mediante estudios que permitan conocer los "insights" o impulsos que le mueven a la acción de compra, y que están situados a un nivel inconsciente. A diferencia del neuromarketing, el marketing en su forma más convencional utiliza métodos como las encuestas o focus groups, que aportan información también relevante, pero basada en impulsos, actitudes y comportamientos realizados desde un nivel consciente. El Buyer persona, o simplemente persona, es un personaje que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre muchas otras), con perfil psicológico, calidades y comportamientos similares, tal como se muestra a continuación.

Figura 14. Arquetipo de Clientes.

<p>Objetivos y Valores</p> <p>Objetivos: Ser muy competitivo en el mercado para generar dinero, lograr calidad de vida.</p> <p>Valores: Honesto, prudente, responsable, respeto con todos y para todos, ético, leal.</p>	<p>Nombre: Andrés Enrique Tellez Torres Edad: 33 años Sexo: Masculino Estado civil: Casado Numero de Hijos: 2 País: Colombia</p>  <p>Frase Favorita: Dios es mi guía Ocupación: Empresario (Visión Broadcast) Título: Ingeniero de Telecomunicaciones. Ingresos Mensuales: \$10.500.000 Consultoría en TIC, \$400.000.000 Consultoría en I+D+i, \$1.000.000.000 Consultoría en estrategia organizacional, \$100.000.000 Nivel de Educación: Profesional.</p>	<p>Dificultades y puntos de dolor</p> <p>Dificulta: Confianza con los proveedores que ofrecen este tipo de servicio, competencia desleal, servicio sin valor diferenciador.</p> <p>Puntos de dolor: Falta de calidad en los servicios prestados, grandes competidores con precios muy altos.</p>
<p>Fuentes de Investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • DANE • DNP • Cámaras de comercio de Bogotá. • Google • Entrevistas dirigidas. • Mapa de empatía. • Bayer persona. • Entre otros. 	<p>Objeciones</p> <p>Objeciones al momento de hacer la compra: No transmite eficiencia, servicios muy costoso por el tamaño de los proveedores de servicios.</p> <p>Objeciones en el proceso: El usuario necesita tener claro los beneficios de los servicios, los ANS y el cumplimiento de los cronogramas.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Para elaborar este Buyer persona el cual representa el cliente ideal, para identificar los deseos y necesidades, sus motivaciones, objetivos, retos y preocupaciones, se siguió el siguiente proceso:

Figura 15. Proceso Arquetipo de Clientes.



Fuente: Elaboración propia.

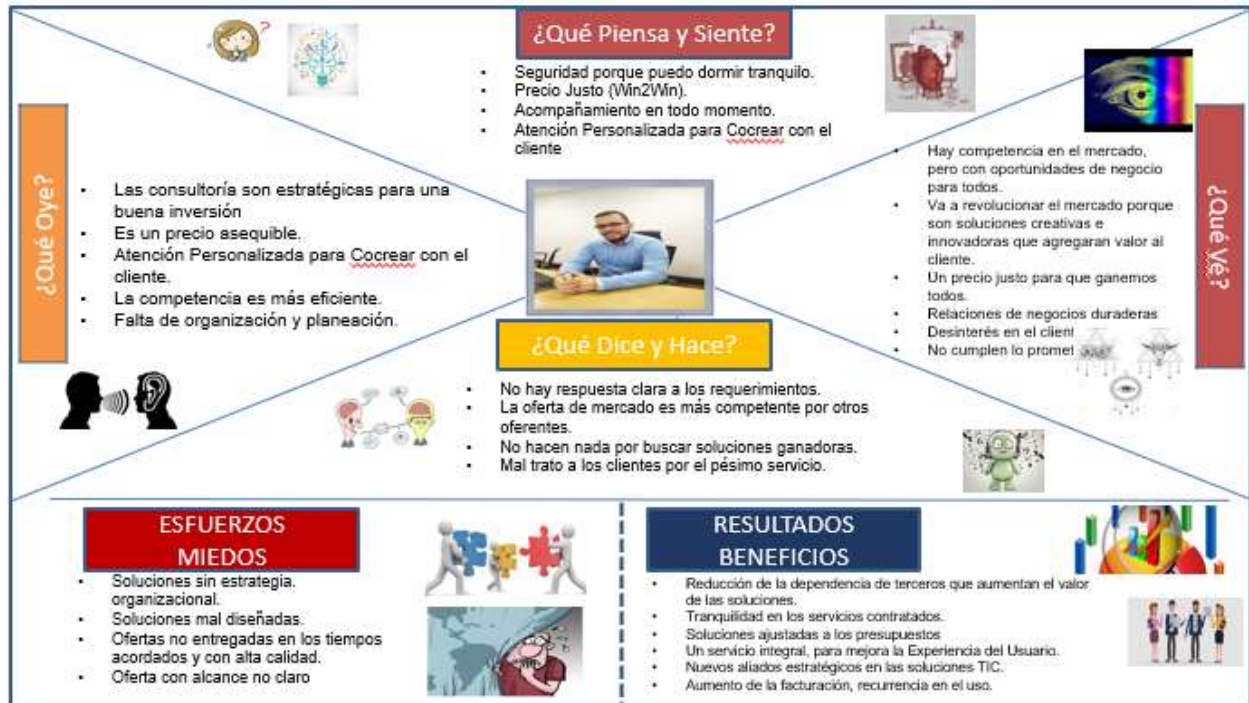
Andrés ve los servicios como una inversión, y no como un gasto, porque mejora el TCO (Costo Total de Propiedad) y obtiene mayor retorno de la inversión (ROI) y es el sentir de los clientes prospectos de iGeek CONSULTING S.A.S., en los cuales se identificaron los siguientes aspectos:

- Disminuir el riesgo en la inversión, para evitar pérdida de dinero y tiempo.
- Motivados para comprar los servicios y usarlos: han tenido otras empresas que han invertido mucho dinero y no han obtenido los resultados esperados.
- Precios muy altos y poca flexibilidad de negociación de las actuales empresas consultoras.
- Le permitirá tener mayor tranquilidad en los servicios contratados.
- Tiene más tiempo para compartir con su familia.
- Pago por Consultoría en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), \$400.000.00.
- Pago por consultoría en Innovación y transformación organizacional, \$1.000.000.000.
- Pago por consultoría en estrategia organizacional, \$100.000.000.

Para la validación final del modelo de negocio de iGeek CONSULTING S.A.S., utilizará las diferentes herramientas de investigación de mercado, entre ellas la investigación cualitativa a través de entrevistas en profundidad que permita tener un mejor conocimiento a nivel personal de los clientes, explorar la relación que tiene cada uno de los clientes con la sociedad, y permite conocer a profundidad sus experiencias personales, ahondar en opiniones más ocultas y personales de cada entrevistado; focus

group, entre otras, como segunda fase se hará una investigación cuantitativa a través de online permita llegar a target de difícil acceso para obtener información cuantificable y estadísticamente representativa de la realidad del mercado, obtener información, apreciaciones, creencias y puntos de vista de un grupo representativo, lo que ayudará a generalizar los resultados y hacer predicciones útiles.

Figura 16. Mapa de Empatía.



Fuente: Elaboración propia.

A través de la experiencia de los socios de iGeek CONSULTING S.A.S., del análisis sectorial y el pivote, se puede afirmar, que en el mercado actual no se están prestando los servicios de consultoría en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), consultoría en innovación y transformación organizacional, y, consultoría en estrategia organizacional, mediante procesos de gestión éticos y de excelencia, con una visión de flexibilidad y eficiencia, e innovadores para lograr así el “aprendizaje organizacional”, a partir de la solución creativa de los problemas. Las empresas actuales solamente les interesa captar clientes y venderles los servicios para ganar un margen, sin tener en cuenta las necesidades reales de cada cliente y el seguimiento postventa de principio a fin del ciclo de vida de estos servicios. El servicio postventa se ha convertido en un factor clave para incrementar la fidelidad y retención de clientes en un tiempo caracterizado, precisamente, por la infidelidad de éstos.

iGeek CONSULTING S.A.S., brindará consultoría y asesoría de acuerdo con las necesidades y deseos de los clientes, teniendo como política la calidad del servicio al cliente en cada uno de los servicios que se ofrecerán, con un recurso humano de alto perfil e interdisciplinario. Seremos una de las principales compañías especializada en servicios de consultoría para los sectores públicas y privadas, en el segmento de pequeñas y medianas empresas. Para estos servicios iGeek CONSULTING S.A.S., ofrecerá un precio promedio acorde con la medición del mercado y el análisis de los requerimientos de cada cliente con el fin de acordar una oferta donde todos podamos ganar y es por ello, que nuestra propuesta de valor será “Un servicio único y exclusivo para usted”.

Según el análisis de las cinco fuerzas, se puede considerar que es factible crear iGeek CONSULTING S.A.S. dado que se encuentran oportunidades de negocios no satisfechas por la competencia, los clientes necesitan tener otras opciones para satisfacer sus deseos y necesidades en términos de continuidad de los servicios, un precio acorde a su presupuesto y un servicio postventa duradero.

Los clientes ven estos servicios como una inversión, y no como un gasto, porque mejora su productividad operacional y la estratégica estrategia organización y están dispuesto a pagar por servicio que les genere confianza disminuyendo el riesgo de la inversión y es por ello por lo que iGeek CONSULTING S.A.S. estará presente en el mercado para prestar estos servicios.

4.2. Tendencias del mercado.

Las tendencias del mercado se harán a través del monitoreo y/o vigilancia permanente del sector para detectar mega tendencia sociales en los segmentos definidos, lo cual nos ayudan a facilitar servicios adecuados a cada una de las expectativas de nuestros clientes con el fin de llegar a una inteligencia competitiva para así:

- Ciencia de datos. La data como insumo principal
- Big Data
- Internet de las cosas
- Resolución de problemas. Información para anticiparse y encontrar soluciones.
- Inteligencia de mercados. Información para crear y comercializar
- Inteligencia operacional. Análisis de datos para la predicción.
- Mega Tendencias sociales.

4.3. Segmentación de mercado objetivo.

El segmento inicial de iGeeK Consulting y descrito en nuestro modelo de negocio se diversifica en los siguientes sectores:

1. Sector Privado:

- a. Pequeñas empresas
- b. Medianas empresas

2. Sector Público

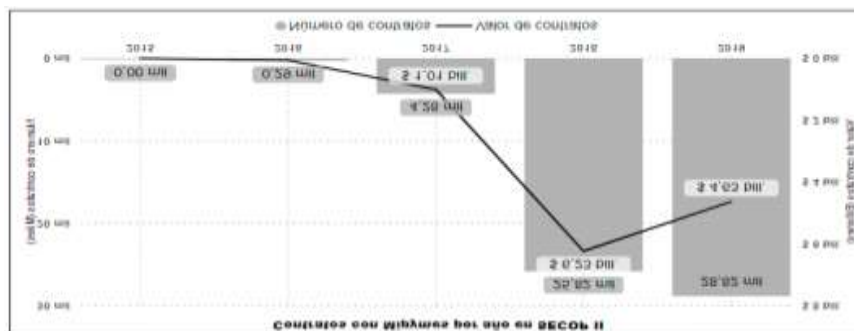
- a. Distrito de Bogotá
- b. Bogotá Región

3. Emprendimientos o nuevos comercios

El segmento donde inicialmente se enfocará iGeeK Consulting es el sector privado por la facilidad de requisitos para la contratación de los servicios TIC y buscaremos oportunidades de negocio de con la contratación en el sector público a través de las ventajas que tiene el Gobierno Nacional y Distrital para dar oportunidades a las empresas Mipyme como la nuestra. El Estado es el principal contratante del país, la adquisición de bienes y servicios por parte de Entidades Estatales representa aproximadamente 13% del PIB, es decir, cerca de 110 billones de pesos. Lo anterior, hace del Estado el mayor comprador de bienes y servicios del mercado y de la compra pública una oportunidad de negocio relevante para actores como las micro, pequeñas y medianas empresas.

De acuerdo con los datos registrados en el SECOP II, la celebración de contratos entre las Entidades Estatales y Mipymes han incrementado exponencialmente durante los últimos años:

Figura 17. Contratos con Mipymes por año SECOP II.



Fuente: Datos registrados a mayo 10 de 2019 en el SECOP II.

4.4. Descripción de los consumidores.

Con el fin de validar la aceptación en el mercado del proyecto, aplicamos la metodología de encuestas y conversaciones con los clientes con el fin de llegar a un producto mínimo viable, el cual se revalidará sistemáticamente, aplicando la metodología de Design Thinking.

Hicimos noventa (90) encuestas y treinta (30) conversaciones presenciales con los clientes donde nos dieron pautas para identificar el cliente ideal y crear el producto mínimo viable, nuestro portafolio de servicio dinámico, nuestra landing page dinámica (Página Web) y el video explaining.

4.5. Tamaño del mercado.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, Bogotá continúa consolidándose como la capital del emprendimiento de Colombia y como una de las ciudades más dinámicas de América Latina. Entre enero y noviembre de 2019 se crearon 144.550 empresas y establecimientos de comercio, 14 % más frente al mismo periodo del año anterior cuando se crearon 126.957.


Según la Cámara de Comercio de Bogotá, el total de empresas y establecimientos de comercio activos a 30 de noviembre llegó a 788.675, de las cuales el 91,4% son microempresas; 6,1% pequeñas; 1,8% medianas y 0,66%, son grandes. Por su parte, el valor total de activos de las empresas alcanzó los 2.281.477 billones de pesos, distribuidos así: microempresas, 13.700 billones; pequeñas, 69.139 billones; medianas, 136.757 billones y grandes, 2.061.882 billones.

Las cinco (5) localidades que albergan más empresas en la ciudad son: Suba con 82.107, Kennedy con 68.389, Engativá con 63.599, Usaquén, con 61.196 y Chapinero, 55.257, mayoritariamente en sectores como el comercio al por mayor y al por menor; la reparación de vehículos automotores y motocicletas; industrias manufactureras; alojamiento y servicios de comida; actividades profesionales, científicas y técnicas, y actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, entre otras.

1. Sector Privado:

- a. 48.109 pequeñas empresas
- b. 14.196 medianas empresas

Tabla 10. Distribución del Tamaño del Mercado en Bogotá.


TAMAÑO DEL MERCADO BOGOTÁ Sector Privado					
ID	Tipo de Empresas	%	Cantidad Epresas	Tamaño Total Mercado	Cifras en Billones de Pesos
1.	Microempresas	91,40%	720.849	788.675	13.700
2.	Pequeñas	6,10%	48.109	788.675	69.139
3.	Medianas	1,84%	14.512	788.675	136.757
4.	Grandes	0,66%	5.205	788.675	2.061.882
Totales ==>		100%	788.675		\$ 2.281.478

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá, elaboración propia.

2. Sector Público

En el distrito de Bogotá existen 77 entidades públicas distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 11. Distribución del Tamaño del Mercado Entidades Distritales.

TAMAÑO DEL MERCADO BOGOTÁ Entidades Distritales						
ID	Entidad Matriz	%	Sector Central	Sector Descentralizado Adscritas	Sector Descentralizado Vinculadas	Total
1.	Gestión Pública	2,6%	2	0	0	2
2.	Gobierno	3,9%	2	1	0	3
3.	Hacienda	5,2%	1	2	1	4
4.	Planeación	1,3%	1	0	0	1
5.	Desarrollo Económico, Industria y Turismo	5,2%	1	2	1	4
6.	Educación	3,9%	1	1	1	3
7.	Salud	7,8%	1	2	3	6
8.	Integración Social	2,6%	1	1	0	2
9.	Cultura, Recreación y Deporte	9,1%	1	5	1	7
10.	Ambiente	5,2%	1	2	1	4
11.	Movilidad	7,8%	1	2	3	6
12.	Hábitat	9,1%	1	2	4	7
13.	Mujeres	1,3%	1	0	0	1
14.	Seguridad, Convivencia y Justicia	2,6%	2	0	0	2
15.	Gestión Jurídica	1,3%	1	0	0	1
16.	Sector descentralizado territorialmente (Alcaldías Locales)	26,0%	0	0	0	20
17.	Órganos de Control	3,9%	2	1	0	3
18.	Corporación Pública Administrativa (Concejo Distrital)	1,3%	0	0	0	1
Totales ==>		1,00	20	21	15	77

Fuente: Alcaldía Distrital de Bogotá D.C., elaboración propia.

4.6. Riesgos y oportunidades de mercado.

Según el portal sectorial, la llegada de la pandemia a Colombia ha supuesto un reto para los empresarios del país, tanto para los locales como los extranjeros con participación en el mercado interno. Derivado de este hecho y buscando evadir las restricciones a la movilidad humana y vehicular en el país, la conectividad a internet, el desarrollo de aplicaciones y la programación informática serán sin duda alguna, las líneas que repuntarán en el futuro próximo, dado que en Latinoamérica existía un gran rechazo al cambio, acción que bajo la actual situación ha quedado atrás, la academia deberá, de una u otra forma, tener enfoque en la formación en tecnologías y creación de perfiles tecnológicos de igual manera, el incremento de portales digitales para el comercio electrónico y trabajo en casa, llevará a que servicios como la internet deberán ser de alta calidad y potentes, tanto como los equipos tecnológicos de trabajo donde el mercado de los portátiles se afianzará y el de los PC's continuará en descenso. También serán claves las habilidades en Inteligencia Artificial, Machine Learning el manejo de plataformas comerciales como CRM y de marketing digital como HubSpot a nivel de programación, tomarán impulso los lenguajes sin licencias como Python y R pues dada la caída de los ingresos al menos en el corto plazo, las empresas buscarán disminuir costos

esta acción llevará a que los lenguajes con uso por licencias o bajen sus precios de venta en el mediano plazo, salgan del mercado o deban competir con la piratería de software.

El requerimiento de habilidades y competencias como hablar un segundo idioma, ha tomado su tiempo y tanto empleadores como empleados son conscientes de ello, sin embargo, la absorción de habilidades y competencias tecnológicas deberá tener una velocidad pronunciada pues de ello depende la permanencia o no de muchas empresas y por qué no, de industrias en el mercado. En este sentido, se espera una divergencia en los perfiles de la mano de obra nacional aspecto que se dará por tres factores a) los amplios diferenciales de las instituciones educativas en sus distintos niveles b) la escasez nacional de formadores tecnológicos de alto nivel al menos en el corto plazo y c) una mano de obra adulta reacia a nuevos aprendizajes los cuales se irán viendo excluidos del mercado laboral. Algunos de los principales riesgos a que las empresas se enfrentan son los siguientes:

- Regulación y cumplimiento.
- La reducción de gastos.
- La gestión del talento.
- Las presiones sobre los precios.
- Las tecnologías emergentes.
- Los riesgos de mercado.
- La expansión de la participación de los gobiernos.
- La recesión con lenta recuperación.
- La creciente exigencia de responsabilidad social.
- El acceso a crédito.

Así mismo, las empresas también tienen oportunidades de negocios que se deben aprovechar en cada momento, entre las cuales se encuentra:

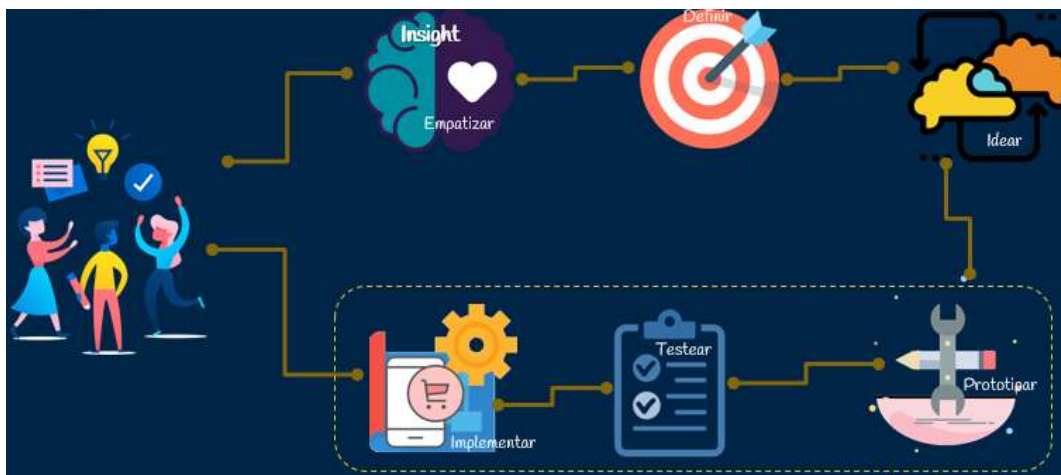
- Mejorar la ejecución de la estrategia en todas las áreas del negocio.
- Invertir en procesos, herramientas y formación para mejorar la productividad.
- Invertir en tecnología.
- Innovar en productos, en servicios y en operaciones.
- El crecimiento en los mercados emergentes.

- Invertir en tecnología verde.
- Mejores prácticas en la relación con los inversores.
- Nuevos canales de marketing.
- Fusiones y adquisiciones.
- Proyectos público-privado.
- Mucho para que las empresas hagan sus deberes y no protesten cuando les lleguen estos retos.

4.7. Diseño de las herramientas de estudio piloto de clientes.

Se utilizarán las herramientas de Pensamiento del diseño con el fin de empatizar con nuestros clientes todas nuestras ideas para así llevar al mercado soluciones que agreguen valor y sean útiles para los negocios de nuestros clientes y la sociedad en general.

Figura 18. Pensamiento de Diseño - Empatía.



Fuente: Elaboración propia.

4.8. Metodologías de análisis de los competidores.

Como herramienta de análisis de la competencia se utilizó la Curva de Valor y los Factores Claves de Éxito, con fin de poder analizar los atributos claves que nos permitan generar inteligencia competitiva a partir de las calificaciones que colocamos en la matriz, incluyendo un valor entre 1 al 10 para cada uno de los atributos de cada una de las empresas.

4.9. Análisis de la Competencia

Tabla 12. Competencia

COMPETENCIA					
Descripción	iGeek	COEM	COLSOF	INDRA	SONDA
Localización		Bogotá	Bogotá	Bogotá	Bogotá
Productos y servicios (atributos)	Ventas por Soluciones Integrales TICS	Consultoría.	Consultoría.	Consultoría.	Consultoría.
	Ventas Instalaciones de servicios TICS	Outsourcing TI	Outsourcing TI	Outsourcing TI	Outsourcing TI
	Ventas de mantenimientos preventivos y correctivos TICS	Productividad y colaboración	Productividad y colaboración	Productividad y colaboración	Productividad y colaboración
	Ventas de Consultoría Estratégica Organizacional	Datacenter y Virtualización	Datacenter y Virtualización	Datacenter y Virtualización	Datacenter y Virtualización
	Ventas de Consultoría en innovación	Conectividad y Networking	Conectividad y Networking	Conectividad y Networking	Conectividad y Networking
		Cloud	Cloud	Cloud	Cloud
Precios	De acuerdo a cada solución	De acuerdo a cada solución	De acuerdo a cada solución	De acuerdo a cada solución	De acuerdo a cada solución
Logística de distribución	Acuerdos con Fabricantes y Mayoristas	Con Mayoristas y DIAN para nacionalizar los producto y entregar al cliente final.	Con Mayoristas y DIAN para nacionalizar los producto y entregar al cliente final.	Con Mayoristas y DIAN para nacionalizar los producto y entregar al cliente final.	Con Mayoristas y DIAN para nacionalizar los producto y entregar al cliente final.
Otros, ¿cuál?_	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente: Elaboración propia.

4.10. Estrategia y plan de introducción de mercado

¿CUÁL ES EL FUTURO DE MI NEGOCIO?

iGeeK Consulting tiene una gran oportunidad en la industria de las TIC, donde con la experiencia de sus socios como equipo interdisciplinario y sus colaboradores llegaron a sus clientes de una manera diferente a la competencia, lo cual permite tener ventaja e inteligencia competitivas. A través de los diferentes Mindset, como Abrazar a la ambigüedad, Aprender del fracaso, la Creatividad y confianza, la Experiencia de usuario, Innovación en el sistema y en la industria, la Iteración, la empatía, y el hacer la cocreación, la resiliencia y las habilidades blandas, nos llevaran a permanecer en este mercado.

¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?

iGeeK Consulting contrató una empresa para el DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL, de manera conjunta. El objetivo principal es establecer las pautas para lograr atracción, interacción y conversión en canales digitales. Esta se desarrollo de la siguiente manera:

SESIÓN 1 / semana 1

- Revisión – construcción de Buyer persona + Customer journey
- Definición de OKRs, resultados y KPIs de la comunicación digital
- Identidad y/o comunicación de marca (branding)

SESIÓN 2 / semana 2

- Revisión de competencia (status digital)
- Tácticas inbound (atracción) y marketing de contenidos
- Comunicación en sitio web, blog y otros canales digitales

SESIÓN 3 / semana 3


- Táctica en redes sociales
- Pautas para contenidos en piezas comerciales

ENTREGABLES:

- Estrategia de comunicación digital.
- Plan de acción para su implementación.
- Capacitación a la alta dirección en comunicación digital


Con esta estrategia iGeek Consulting pretende cumplir su presupuesto de venta planeado para los cinco (5) años, el cual se irá revalidando permanentemente con el fin de ir haciendo ajustes de acuerdo con las condiciones del mercado y los constantes avances tecnológicos que los clientes puedan requerir.

Tabla 13. Presupuesto de Ventas.

Proyección de Ingresos							
CONCEPTO	Año 0 - 2020	Año 1 - 2021	Año 2 - 2022	Año 3 - 2023	Año 4 - 2024	Año 5 - 2025	
VENTAS	-	483.582.183	978.775.154	1.241.323.558	1.574.298.416	1.996.591.049	


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14. Estrategia de Promoción.

Estrategia de Promoción: Lanzamiento de la Marca iGeek Propósito: Posicionar y dar a conocer la marca iGeek					
Actividad	Recursos Requeridos	Mes de Ejecución	Costos	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)	
Portafolio de Servicios	Horas hombres	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 1.500.000	Gerente General	
Promoción en las redes sociales	Instagram business, linkedin business, youtube business	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 1.500.000	General Manager	
Diseño de la estrategia de estrategia de comunicación digital	Horas hombres	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 800.000	Gerente General	
Whatsapp business	Línea telefónica (310 6187619), Dispositivo telefónico, plan de datos.	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 200.000	Gerente General	
Contactos con Partner de IT	Horas hombres	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 0	Gerente General	
Enviar Correos directos a clientes por segmentos	Horas hombres	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 0	Gerente General	
Costo Total ==>			\$ 4.000.000		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15. Estrategia de Comunicación.

Estrategia de Comunicación: Visibilidad de la marca iGeek Propósito: Visualar la marca iGeek en los diferentes segmentos de mercado					
Actividad	Recursos Requeridos	Mes de Ejecución	Costos	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)	
Página Web Corporativa	Proveedor de Desarrollo de páginas Web con enfoque de negocio	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 1.000.000	Community Manager	
Posicionamiento SEO (Search Engine Optimization) en buscadores	Proveedor de Estrategias SEO	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 150.000	Community Manager	
Estrategia SEM (Search Engine Marketing).	Proveedor de Estrategias SEM	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 150.000	Community Manager	
Gestión y publicidad en redes sociales con contenidos de los servicios.	Instagram business, linkedin business, youtube business, Whatsapp business	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 300.000	Community Manager	
Costo Total ==>			\$ 1.600.000		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16. Estrategia de Distribución.

Estrategia de distribución: Entrega de Servicios.				
Propósito: Entregar en los tiempos comprometidos los servicios ofrecidos a cada cliente.				
Actividad	Recursos Requeridos	Mes de Ejecución	Costos	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Distribución directa a cada cliente de manera personalizada	Proveedores de Distribución	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 275.000	Consulting Engineer
Distribución indirecta - Suscripción de los clientes en las páginas web de los Fabricantes y Mayoristas	Horas hombre	Diciembre 2020 - Febrero 2021	\$ 275.000	Consulting Engineer
Costo Total ==>			\$ 550.000	

Fuente: Elaboración propia.

5. Aspectos técnicos

5.1. Ficha técnica del producto o servicio

Elabore la ficha técnica o descripción detallada para cada uno de los productos (bienes o servicios) que componen su portafolio o solución planteada:

Tabla 17. Estrategia de Distribución.

Item		Descripción
Producto específico:	Denominación común del bien o servicio	Servicios de Consultoría e integración TIC.
Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Servicios de Consultoría e integración TIC.
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo, toneladas, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc.)	N/A
Descripción general:	Descripción de las características técnicas del bien o servicio:	7020 - Actividades de Consultoría de Gestión 6190 - Otras Actividades de Telecomunicaciones 6209 - Otras Actividades de Tecnologías de Información y Actividades de Servicios Informáticos.
Condiciones especiales	Describa las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto / servicio	Prerequisitos en las características de cada equipo.
Composición (si aplica)	Descripción de la composición del producto	N/A
Otros	¿Cuál?	N/A

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos.

Como estrategia iGeeK Consulting alquilará por servicios y cuando sea necesario oficina tipo Wework con el fin de no invertir en espacios físicos que incrementan el costo de los servicios prestados y que pueden afectar los precios a los clientes, es por ellos no tendremos inversiones en infraestructura física, adecuaciones, muebles y enseres.

Como maquinaria y equipo, uno de los socios aportó un computador portátil para desarrollar las actividades iniciales del Sociedad, y en el transcurso del tiempo se irán evaluado las necesidades con fin de ir adquiriendo a medida que vaya creciendo el negocio.


Los socios aportan sus teléfonos móviles con sus respectivos planes, servicios de internet y teléfono fijo que están al servicio de la Sociedad.

5.3. ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación)

iGeeK Consulting no usará un espacio físico para poder operar y con esto reducir los gastos fijos operativos de funcionamiento y por tanto, cuando se necesario utilizaremos oficina tipo Wework en caso de tener reuniones con los clientes y otros Stakeholders. Es por ello que se DISEÑO LA ESTRATEGIA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL.

5.4. Identifique los requerimientos de inversión:

Tabla 18. Requerimiento de Inversión.

Requerimiento de Inversión				
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos Técnicos
Infraestructura – Adecuaciones	Por el momento no son necesarios	0	\$ 0	Por el momento no son necesarios
Maquinaria y Equipo	Computador portatil	1	\$ 2.699.000	Cori 3
Equipo de comunicación y computación	Internet Fibra Óptica	0	\$ 0	
Muebles y Enseres y otros	Por el momento no son necesarios	0	\$ 0	
Otros (incluido herramientas)	Por el momento no son necesarios	0	\$ 0	
Gastos pre-operativos	Registro empresa	1	\$ 86.100	
	Registro Dominio y Correos Corporativos	1	\$ 220.000	
	Tablero y marcadores	1	\$ 228.500	
Valor Total Inversión ==>			\$ 3.233.600	

Fuente: Elaboración propia.

5.5. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

Tabla 19. Proceso Producción del Servicio.

Proceso Producción del Servicio					
Fases	Descripción	Categorías	Responsables	Entregables	Observaciones
1. Oportunidad	Búsqueda, rastreo, recomendaciones sobre una oportunidad de negocio.	Áreas de experiencia de iGeek en el RUP	General Manager	Oportunidad de negocio, Procesos para licitaciones públicas, etc.	Acceso a Colombia Compra Eficiente, donde se asigna clave al Consulting Engineer en SECOP II, FASE 1. Búsqueda o rastreo de oportunidades.
		Experiencia de los consultores.	Consulting Engineer		
			Consultores / Vendedores Consultores		
2. Pre-Validación	Tomar los frentes de acción y validar si se cumplen con los requisitos para aplicar a los procesos.	1. Técnica	General Manager	Visto bueno. Donde se valida que se cumplen con todos los requisitos	En caso de no cumplir, atender a las observaciones de los pliegos con el fin de crear la oportunidad para participar, pidiendo modificaciones.
		2. Recurso humano	General Manager		
		3. Financiera	General Manager		
		4. Compartida	Todas las partes involucradas		
3. Construcción	Se construye la propuesta de acuerdo a los términos de referencia en cada uno de los campos de acción.	1. Técnica	Consulting Engineer	Requisitos habilitantes y puntuables terminados	Cumplir con todos los requisitos habilitantes y puntuables terminados
		2. Recurso humano	General Manager		
		3. Financiera	General Manager		
		4. Compartida	Todas las partes involucradas		
4. Consolidación	Se reúnen los entregables de cada Responsable para hacer el borrador de la oferta.	Todas	General Manager / Consulting Engineer	Borrador de la propuesta	Cumplir con todos los requisitos habilitantes y puntuables terminados
5. Validación	Se debe revisar cada uno de los entregables frente a los términos establecidos en los pliegos. Validación de firmas, pólizas, etc.	Todas	General Manager / Consulting Engineer	Propuesta final	Cumplir con todos los requisitos habilitantes y puntuables terminados
6. Presentación de la Oferta	Presentación de la oferta final en las plataformas o en los medios que especifiquen los pliegos.	Todas	General Manager / Consulting Engineer	Propuesta final	Cumplir con todos los requisitos habilitantes y puntuables terminados
7. Adjudicación del Contrato y Sub-Contratos	Firma de los contratos, pólizas, sub-contratos del Recurso Humano, asignación PM, entre otros.	Jurídica Contratación Financiera	General Manager General Manager General Manager	Contratos firmados	Sujetos las disponibilidad del Área Jurídica, financiera y de presupuestos.
8. Ejecución	Desarrollo del objeto del contrato.	Todas	Todas las partes involucradas	Proyecto terminado. Resultados obtenidos.	
9. Cierre del Proyecto	Oficina Wework bogota	Fin del proyecto y alcance.	Todas las partes involucradas	Actas de liquidación, certificaciones, Estados Financieros, comisiones, etc.	

Fuente: Elaboración propia.

5.6. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa? (cantidad de bien o servicio por unidad de tiempo)

En la siguiente tabla se proyecta las ventas de unidades mensuales para tener un punto de equilibrio en el negocio, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 20. Unidades Mensuales, punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO					
CONCEPTO	UNIDADES MENSUALES	VALOR unitario EN USD	SUB-TOTAL EN USD	TOTAL EN PESOS PRIMER MES	
Ventas por Soluciones Integrales TICS	1	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 8.719.125	
Ventas Instalaciones de servicios TICS	1	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 3.487.650	
Ventas de mantenimientos preventivos y correctivos TICS	1	\$ 200	\$ 200	\$ 697.530	
Ventas de Consultoría Estratégica Organizacional	1	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 8.719.125	
Ventas de Consultoría en innovación	1	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 8.719.125	
Totales ==>	5	\$ 8.700	\$ 8.700	\$ 30.342.555	

CONCEPTO DE GASTOS	TOTAL GASTOS EN PESOS	TOTAL GASTOS EN DOLARES	TOTAL GASTOS EN PESOS	Observaciones
Nómina	\$ 13.120.628	USD 6.020	-	
Estrategia de Promoción	\$ 4.000.000			
Estrategia de Comunicación	\$ 1.600.000			
Estrategia de Distribución	\$ 550.000			
Inversiones	\$ 3.233.600			
Total Costo	\$ 22.504.228	USD 6.020	-	
GANANCIA	USD 2.680	% Margen de Ganacia	25,83%	7.838.327

Fuente: Elaboración propia.

5.7. Equipo de trabajo: ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?

Tabla 21. Equipo de Trabajo.

Equipo de Trabajo								iGeek	
Nombre del Cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial)	Unidad	Valor Remuneración*	Mes de vinculación
		Formación	Experiencia General (años)	Experiencia Específica (años)					
Gerente General		Ingeniero (a) Industrial Graduado			Directo	Parcial	\$ 1.200.000		
Contador - Por servicios		Contador Publico Graduado			Por servicios	Parcial	\$ 700.000		
Aesor Legal - Por servicios		Abogado graduado con enfoque a negocios			Por servicios	Parcial	\$ 500.000		
Consultores por Servicios		Ingenieros areas TIC / Consultores de Innovación			Por servicios	Parcial	\$ 1.100.000		
Costo Total ==>>							\$ 3.500.000		

Fuente: Elaboración propia.

6. Aspectos organizacionales y legales

Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

6.1. Misión y Visión de la Empresa

6.1.1. Misión

Entregamos a nuestros clientes servicios de consultoría estratégica y soluciones integrales de tecnologías de información y comunicaciones, contribuyendo a la innovación y desarrollo de las organizaciones que satisfagan sus deseos, necesidades y expectativas, para lograr así la rentabilidad y liderazgo en el mercado, en el marco de la responsabilidad social corporativa.


6.1.2. Visión

Nuestro reto será maximizar el valor de la compañía a partir de la implementación de la eficiencia y la atención al cliente como columna vertebral de la estrategia, unido a un recurso humano de excelencia, con el fin de aumentar la satisfacción de nuestros clientes y en el 2030 convertir a **iGeek** en la marca líder en Bogotá con reconocimiento nacional.

6.2. Análisis DOFA

6.2.1. Matriz IFAS

Tabla 22. Matriz IFAS.


Análisis de Factores Internos (IFAS) Fortalezas - Debilidades				
ID	Fortalezas	Peso	Calificación	Calificación ponderada
1.	Experiencia y conocimiento de algunos de los socios.	0,10	4	0,40
2.	Atención Personalizada para Cocrear con el cliente.	0,10	4	0,40
3.	Soluciones creativas e innovadoras que agregaran valor al cliente.	0,15	4	0,60
4.	Venta Consultiva especializada y personalizada.	0,15	4	0,60
5.	Amplio portafolio de soluciones flexibles, por tener variedad de Partners y consultores especializados	0,10	4	0,40
6.	Soluciones integrales con precio Justo para que sea un gana / Gana para todos.	0,10	4	0,40
7.	Conocimiento en el sector de la capacidad de negociación con entidades del Estado	0,05	3	0,15
8.	Orientación al desarrollo de competencias y habilidades de los colaboradores.	0,05	3	0,15
9.	Pasión por el servicio al cliente y entender sus deseos y necesidades que agreguen valor.	0,10	4	0,40
10.	Agilidad, simplicidad, integridad, ética y respeto por todos los stakeholders.	0,10	4	0,40
Totales ==>		1,00		3,90

ID	Debilidades	Peso	Calificación	Calificación ponderada
1.	Debil Presencia de la marca en el mercado.	0,15	1	0,15
2.	Falta de capital para inversión en servicio esenciales.	0,15	1	0,15
3.	Consolidar una base de datos de clientes para ofrecer servicios.	0,15	1	0,15
4.	Falta de financiación por no tener un alto capital.	0,10	1	0,10
5.	Falta de Publicidad ineficiente tanto en lo físico como en lo digital (no tener un sitio web oficial)	0,10	1	0,10
6.	Falta de uso de herramientas, como por ejemplo redes sociales.	0,10	1	0,10
7.	Puesta en operación de la Compañía para recibir ingresos.	0,10	1	0,10
8.	Falta de inversión en infraestructura para darle servicios al cliente.	0,05	2	0,10
9.	Falta de un buen liderazgo del cuerpo directivo.	0,05	2	0,10
10.	Recursos limitados.	0,05	2	0,10
Totales ==>		1,00		1,15

Fuente: Elaboración propia.

6.2.2. Matriz EFAS

Tabla 23. Matriz EFAS.

Internal Factor Analysis Summary Matrix (EFAS)				
ID	Oportunidades	Peso	Calificación	Calificación ponderada
1.	Tipo de contratación conforme a los lineamientos de Colombia compra eficiente(CCE). (PESTEL).	0,10	4	0,40
2.	Aumento de las exportaciones. (PESTEL).	0,05	3	0,15
3.	Megatendencias del Consumidor. (PESTEL).	0,15	4	0,60
4.	Vigilancia tecnológica. (PESTEL).	0,15	4	0,60
5.	Transformación digital.. (PESTEL).	0,15	4	0,60
6.	Lineamientos del Estado respecto a uso de servicios en la Nube. (PESTEL).	0,10	4	0,40
7.	Cambios de legislación de las TIC por MINTIC que influyen en las tomas de decisiones de las organizaciones y entidades publicas. (PESTEL).	0,15	4	0,60
8.	Los productos de la industria están estandarizados o no están diferenciados. (5 Fuerzas).	0,05	3	0,15
9.	Los compradores están bien informados sobre la calidad, precios y costo de los vendedores. (5 fuerzas)	0,05	3	0,15
10.	Los compradores son sensibles al precio. (5 Fuerzas)	0,05	3	0,15
Totales ==>		1,00		3,80

ID	Amenazas	Peso	Calificación	Calificación ponderada
1.	Cambios de Presidencia y gabinete ministerial que infieren en la toma de decisiones institucionales. (PESTEL).	0,15	1	0,15
2.	Reformas tributarias. (PESTEL).	0,15	1	0,15
3.	Aumento de la tasa de Interés. (PESTEL).	0,15	1	0,15
4.	Dificultad en la adquisición de tecnología de punta. (PESTEL).	0,15	1	0,15
5.	Gobierno en línea. (PESTEL).	0,10	1	0,10
6.	Políticas medioambientales. (PESTEL).	0,05	2	0,10
7.	Ley de Austeridad Gubernamental. (PESTEL).	0,05	1	0,05
8.	Los miembros de la industria incurren en altos cotos al cambiar proveedores. (5 Fuerzas).	0,05	1	0,05
9.	Lealtad a la marca del comprador. (5 Fuerzas).	0,10	2	0,20
10.	Los usuarios finales incurren en costos altos al cambiar a los sustitutos. (5 Fuerzas)	0,05	2	0,10
Totales ==>		1,00		1,20

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25. Matriz D.A.F.O.

Estrategias OFENSIVAS		Estrategias DEFENSIVAS	
1	(F1+O5) Aplicar el conocimiento para abordar un cambio cultural en las organizaciones.	1	(F1+A4) Fortalecer los conocimientos en el mercado para estar mano a mano frente a la competencia
2	(F2+O3) Fortalecer la atención personalizada para satisfacer la necesidad de cada cliente.	2	(F2+A1) Mantener el contacto directo con cada uno de los clientes, a pesar de las dificultades en las estrategias.
3	(F3+O10) Optimizar nuestros procesos de ventas consultivas para entregar al cliente lo que necesita.	3	(F3+A3) Flexibilizar los servicios ofertados en vista de la inestabilidad económica
4	(F4+O9) Optimizar nuestros procesos técnicos para mejorar la calidad del servicio.	4	(F4+A2) Optimizar los presupuestos de acuerdo a las tasas impositivas dictadas por los gobiernos.
5	(F5+O8) Optimizar nuestros procesos consultivos para buscar diferenciación en el mercado.	5	(F5+A8) Mitigar el riesgo de proyectos mal estructurados, para evitar altos de los consumidores.
6	(F6+O7) Fortalecer el Networking en los clientes para llegar a un precio justo de acuerdo al presupuesto de cada cliente.	6	(F6+A10) Reducir el uso de los productos sustitutos, entregando soluciones integrales que le agreguen valor a cada cliente.
7	(F7+O1) Afianzar la regulación estatal con el fin de ofertar una mayor cantidad de servicios.	7	(F7+A5) Mantener una variedad de servicios ofrecidos, a pesar de los cambios de legislación gubernamental.
8	(F8+O4) Fortalecer el Plan de capacitación al equipo de trabajo para desarrollar habilidades blandas y duras.	8	(F8+A6) Fortalecer las habilidades blandas de los colaboradores respecto al manejo medioambiental.
9	(F9+O6) Afianzar la regulación estatal con el fin de ofertar una mayor cantidad de servicios.	9	(F9+A9) Mantener los horarios de atención extendidos, para combatir una competencia consolidada.
10	(F10+O2) Acceder a créditos estatales gracias a las subvenciones gubernamentales.	10	(F10+A7) Mantener los horarios de atención extendidos, para combatir una competencia consolidada.
Estrategias REORIENTACIÓN		Estrategias SUPERVIVENCIA	
1	(D1+O10) Fortalecer la marca iGeeK a través de campañas comunicativas, con el fin de tener recordación en los clientes.	1	(D1+A9) Reducir la baja reputación de marca en el mercado, a pesar de tener un servicio sin características diferenciadoras.
2	(D2+O2) Redireccionar subvenciones por parte del estado para las mipymes.	2	(D2+A3) Minimizar el exceso de préstamos a entidades financieras, para lo cual se debe acordar con los clientes un modelo de pagos en cada contrato.
3	(D3+O3) Incentivar la recolección de Lead a través de una landing Page para que futuros clientes dejen sus datos.	3	(D3+A1) Mantener la recolección de información de los clientes a través de una landing page.
4	(D4+O7) Desarrollar las habilidades gerenciales para aprovechar las oportunidades que ofrece el gobierno para las Mipymes.	4	(D4+A2) Ajustar los bajos incentivos económicos para hacerle frente a la competencia.
5	(D5+O8) Innovar en las características diferenciadoras del servicio en una landing page para una expansión en el mercado.	5	(D5+A4) Inferir en las políticas del sector empresarial para reducir las brechas tecnológicas.
6	(D6+O5) Reorientar las habilidades de transformación digital para la organización.	6	(D6+A5) Ajustar los procesos de acuerdo con las políticas del gobierno nacional.
7	(D7+O6) Fortalecer la búsqueda de oportunidades de negocio en los sectores privados y públicos.	7	(D7+A4) Preparar las habilidades gerenciales para capacitar a los empleados que tengan dificultad con el uso de las herramientas tecnológicas.
8	(D8+O4) Fortalecer el proceso de vigilancia tecnológica con el fin de buscar oportunidades de negocio.	8	(D8+A8) Ajustarse a la legislación del sector empresarial para reducir la división entre las unidades de negocio.
9	(D9+O10) Innovar en las características diferenciadoras del servicio para una expansión en el mercado	9	(D9+A2) Desarrollar una política medioambiental al interior de la compañía.
10	(D10+O2) Redireccionar los excesos de problemas operativos y de calidad para suplir las necesidades inminentes del mercado	10	(D10+A7) Preparar una política para el buen manejo de los recursos de la compañía.

Fuente: Elaboración propia.

6.2.4.1. Estrategias OFENSIVAS: Fortalezas + Oportunidades.

Esta intersección ofrece la situación ideal de las organizaciones y obliga a desarrollar estrategias EXPANSIVAS a fin de aprovechar al máximo la situación. Inversiones, ampliaciones, desarrollo, es la dirección correcta. Las cinco estrategias planteadas se encuentran de color amarillo.

6.2.4.2. Estrategias DEFENSIVAS: Fortalezas + Amenazas.

Las estrategias deben ir encaminadas a defender las posiciones sólidas, y esperar el desarrollo positivo de los acontecimientos. Mantenerse, prevenir, optimizar, flexibilizar, este es el camino para hacer frente con garantías a las amenazas. Las cinco estrategias planteadas se encuentran de color rojo.

6.2.4.3. Estrategias de REORIENTACIÓN: Debilidades + Oportunidades.

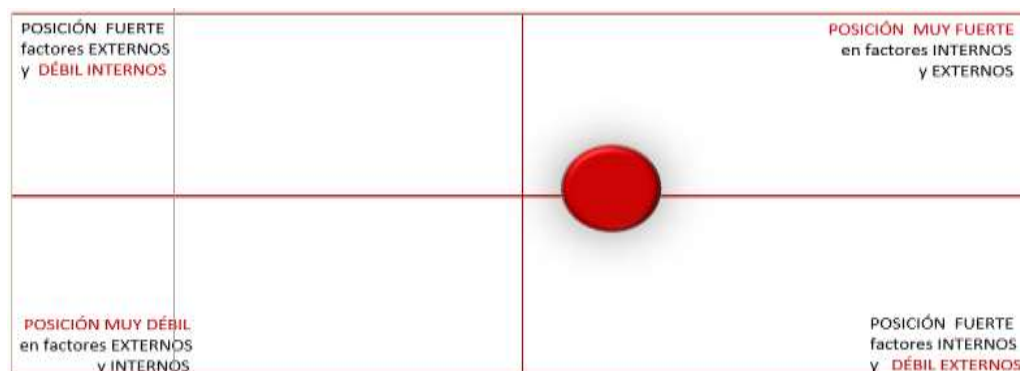
En este caso las organizaciones no están en condiciones de aprovechar las oportunidades y las estrategias deben ir encaminadas a cambiar las cosas. Cambiar, reorientar, reordenar, redireccionar, esta es la línea para cambiar las cosas y sacar partido de las nuevas posibilidades. Las cinco estrategias planteadas se encuentran de color azul claro.

6.2.4.4. Estrategias de SUPERVIVENCIA: Debilidades + Amenazas.

Es el peor escenario donde actuar, si el análisis ha sido hecho correctamente, como máximo podemos aspirar a la supervivencia y, muchas veces, será necesaria una salida ordenada. Reducir, ajustar, minimizar y preparar una posible salida con el mínimo coste son las mejores opciones en estas circunstancias. Las cinco estrategias planteadas se encuentran de color verde.

6.2.4.5. Análisis de la posición estratégica – DAFO.

Figura 19. Análisis posición FODA.



Fuente: Elaboración propia.

6.3. Normatividad empresarial (constitución empresa) *

iGeeK Consulting fue constituida el 1 de octubre de 2020 de acuerdo con los estatutos y el certificado de existencia y representación legal, que se anexa a este documento.

6.4. Normatividad tributaria

Estatuto Tributario, las leyes 1607 de 2012 y 1819 de 2016, y el Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016, para el caso de las personas jurídicas, plantean los impuestos aplicables a todas las empresas, sin discriminar el sector económico al que pertenece. En ese sentido, de acuerdo con esta normatividad y en la vigencia de 2016, para las empresas de la industria extractiva se aplican los mismos impuestos nacionales que para empresas de cualquier otro sector económico.

Fuente: Estatuto Tributario y Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016, <http://www.eiticolombia.gov.co/es/informes-eiti/informe-2016/marco-legal-y-regimen-fiscal/regimen-fiscal-y-tributario-nacional/>

6.5. Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos)

iGeeK Consulting fue constituida el 1 de octubre de 2020 de acuerdo con los estatutos y el certificado de existencia y representación legal, que se anexa a este documento.

6.6. Normatividad laboral

iGeeK Consulting se acoge a la normatividad laboral expedida y reglamentadas por el gobierno nacional a través del Ministerio de trabajo en Colombia, teniendo en cuenta el Código Sustantivo del Trabajo y el Código Procesal del Trabajo

Para iGeeK Consulting, el trabajo es la verdadera fuerza que impulsa el progreso de la gente y del país, por lo cual, nuestros trabajadores tendrán un trabajo digno y con las mejores condiciones.

6.7. Normatividad ambiental

La Constitución Política de Colombia de 1991 elevó a norma constitucional la consideración, manejo y conservación de los recursos naturales y el medio ambiente, a través de los siguientes principios fundamentales:

Derecho a un ambiente sano

En su Artículo 79, la Constitución Nacional (CN) consagra que: " Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La Ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines ".

Esta norma constitucional puede interpretarse de manera solidaria con el principio fundamental del derecho a la vida, ya que éste sólo se podría garantizar bajo condiciones en las cuales la vida pueda disfrutarse con calidad.

El medio ambiente como patrimonio común

La CN incorpora este principio al imponer al Estado y a las personas la obligación de proteger las riquezas culturales y naturales (Art. 8), así como el deber de las personas y del ciudadano de proteger los recursos naturales y de velar por la conservación del ambiente (Art. 95). En desarrollo de este principio, en el Art. 58 consagra que: " la propiedad es una función social que implica obligaciones y, como tal, le es inherente una función ecológica; continúa su desarrollo al determinar en el Art. 63 que: " Los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la Ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables ".

Desarrollo Sostenible

Definido como el desarrollo que conduce al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades, la CN en desarrollo de este principio, consagró en su Art. 80 que: " El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para

garantizar su desarrollo sostenible, su conservación o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en zonas fronterizas ". Lo anterior implica asegurar que la satisfacción de las necesidades actuales se realice de una manera tal que no comprometa la capacidad y el derecho de las futuras generaciones para satisfacer las propias.

6.8. Registro de marca – Propiedad intelectual

En el Artículo 1º de los estatutos y tal como quedó registrado en Cámara de Comercio de Bogotá el 1 de octubre de 2020, LA SOCIEDAD se denomina iGeeK CONSULTING S.A.S. Es una sociedad para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, organizada bajo la forma de sociedad por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana, conforme a las leyes de la República de Colombia. Cumplirá el desempeño de su actividad con la denominación de "iGeeK CONSULTING S.A.S".

En el PARÁGRAFO, La Sociedad podrá usar indistintamente el nombre "iGeeK S.A.S".

7. Aspectos financieros

7.1. ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?


Dado que la empresa fue creada en Cámara de Comercio de Bogotá el 1 de octubre de 2020 y con fin de poner a punto todos los aspectos administrativos y de operación, la empresa iniciará operaciones en la ciudad de Bogotá D.C., en marzo de 2021.

7.2. ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?

Los meses de octubre a diciembre de 2020 y enero a febrero de 2021 han sido improductivos en ingresos, dado que la compañía se está preparando para iniciar operaciones a partir de marzo de 2021.

7.3. Proyección de ingresos


Tabla 26. Proyección de Ingresos.

Proyección de Ingresos							
CONCEPTO	Año 0 - 2020	Año 1 - 2021	Año 2 - 2022	Año 3 - 2023	Año 4 - 2024	Año 5 - 2025	
VENTAS	-	483.582.183	978.775.154	1.241.323.558	1.574.298.416	1.996.591.049	

Fuente: Elaboración propia.

7.4. Proyección de costos

Tabla 27. Proyección de Costos.

Proyección de Costos							
CONCEPTO	Año 0 - 2020	Año 1 - 2021	Año 2 - 2022	Año 3 - 2023	Año 4 - 2024	Año 5 - 2025	
Business Consultant	-	21.592.080	22.779.660	23.918.640	25.234.134	26.748.206	
Consulting Engineer	-	21.592.080	22.779.660	23.918.640	25.234.134	26.748.206	
Pre-Sales Consulting 1	-	19.792.740	20.881.356	21.925.416	23.131.307	24.519.186	
Pre-Sales Consulting 2	-	19.792.740	20.881.356	21.925.416	23.131.307	24.519.186	
Comisiones de los Consultores	-	174.089.586	352.359.055	446.876.481	566.747.430	718.772.777	
NOMINA - GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS	-	256.859.226	439.681.087	538.564.593	663.478.311	821.307.562	
Estrategia de distribución	-	550.000	569.250	589.174	609.795	631.138	
OTROS COSTOS	-	550.000	569.250	589.174	609.795	631.138	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	257.409.226	440.250.337	539.153.766	664.088.106	821.938.700	

Fuente: Elaboración propia.

7.5. Proyección de gastos

Tabla 28. Proyección de Gastos.

Proyección de Gastos							
CONCEPTO	Año 0 - 2020	Año 1 - 2021	Año 2 - 2022	Año 3 - 2023	Año 4 - 2024	Año 5 - 2025	
General Manager	-	21.592.080	22.779.660	23.918.640	25.234.134	26.748.206	
Community Manager	-	20.692.416	21.830.520	22.922.022	24.182.720	25.633.684	
Secretaria General	-	17.993.400	18.983.052	19.932.216	21.028.467	22.290.178	
Servicios Contables		8.400.000	8.862.000	9.305.100	9.770.355	10.258.873	
Servicios Legales		6.000.000	6.330.000	6.646.500	6.978.825	7.327.766	
NOMINA ADMON - GASTOS NO OPERACIONALES	-	74.677.896	78.785.232	82.724.478	87.194.501	92.258.707	
Servicio de Luz	-	160.000	165.600	171.396	177.395	183.604	
Servicio de Agua	-	158.000	163.530	169.254	175.177	181.309	
Servicio de Gas	-	53.000	54.855	56.775	58.762	60.819	
Internet y Telefono Fijo	-	130.000	134.550	139.259	144.133	149.178	
Servicio de Telefonía Móvil (310 6187619)	-	50.000	51.750	53.561	55.436	57.376	
GASTOS SERVICIOS PUBLICOS		551.000	570.285	590.245	610.904	632.285	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	75.228.896	79.355.517	83.314.723	87.805.405	92.890.993	

Fuente: Elaboración propia.

7.6. Inversiones

Tabla 29. Inversiones.

Inversiones								
TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Año 0 - 2020	Año 1 - 2021	Año 2 - 2022	Año 3 - 2023	Año 4 - 2024	Año 5 - 2025
Maquinaria y Equipo	Computador portatil	1	2.699.000					
Gastos pre-operativos	Registro empresa CCB	1	86.100	45.000	49.500	54.450	59.895	65.885
Gastos pre-operativos	Registro Dominio y Correos Corporativos	1	220.000	220.000	242.000	266.200	292.820	322.102
Maquinaria y Equipo	Tablero y marcadores	1	228.500					
TOTAL INVERSIÓN			3.233.600	265.000	291.500	320.650	352.715	387.987

Fuente: Elaboración propia.

7.7. Capital de trabajo

Tabla 30. Capital de Trabajo.

ID	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	CAPITAL AUTORIZADO	\$5.000.000
2	CAPITAL SUSCRITO	\$5.000.000
3	CAPITAL PAGADO	\$0


Fuente: Elaboración propia.

Según el artículo 9 de la ley 1258 de 2008, el capital suscrito se pagará en un plazo máximo de dos (2) años, en efectivo y/o especie.

7.8. Indicadores financieros

7.8.1. Punto de Equilibrio


Tabla 31. Punto de Equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO				
CONCEPTO	UNIDADES MENSUALES	VALOR unitario EN USD	SUB-TOTAL EN USD	TOTAL EN PESOS PRIMER MES
Ventas por Soluciones Integrales TICS	1	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 8.719.125
Ventas Instalaciones de servicios TICS	1	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 3.487.650
Ventas de mantenimientos preventivos y correctivos TICS	1	\$ 200	\$ 200	\$ 697.530
Ventas de Consultoría Estratégica Organizacional	1	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 8.719.125
Ventas de Consultoría en innovación	1	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 8.719.125
Totales =====>	5	\$ 8.700	\$ 8.700	\$ 30.342.555
CONCEPTO DE GASTOS	TOTAL GASTOS EN PESOS	TOTAL GASTOS EN DOLARES	TOTAL GASTOS EN PESOS	Observaciones
Nómina	\$ 13.120.628			
Estrategia de Promoción	\$ 4.000.000	USD 6.020	-	
Estrategia de Comunicación	\$ 1.600.000			
Estrategia de Distribución	\$ 550.000			
Inversiones	\$ 3.233.600			
Total Costo	\$ 22.504.228	USD 6.020	-	
GANANCIA	USD 2.680	% Margen de Ganacia	25,83%	7.838.327

Fuente: Elaboración propia.

7.8.2. Periodo de Recuperación de Capital

Tabla 32. Periodo de recuperación de Capital - Flujo de Caja Libre.

FLUJO DE CAJA LIBRE							
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Saldo inicial	-	5.000.000	167.948.521	723.806.815	1.694.283.538	3.211.555.342	
INGRESOS	8.233.600	483.582.183	978.775.154	1.241.323.558	1.574.298.416	1.996.591.049	
Capital Social	8.233.600	-	-	-	-	-	
Ventas de contado	-	483.582.183	978.775.154	1.241.323.558	1.574.298.416	1.996.591.049	
EGRESOS	3.233.600	325.633.662	585.865.380	826.705.129	1.027.503.336	1.281.430.600	
Costo de Ventas	-	256.859.226	426.103.759	524.308.425	648.438.087	805.364.890	
Gastos de Ventas y Marketing	-	550.000	569.250	589.174	609.795	631.138	
Gastos Administrativos	306.100	62.624.436	79.647.017	83.635.373	88.158.120	93.278.979	
Compra activos fijos	2.927.500	-	-	-	-	-	
Estrategia de Promoción	-	4.000.000	-	-	-	-	
Estrategia de Comunicación	-	1.600.000	-	-	-	-	
Provisiones Laborales	-	-	12.869.460	13.577.328	14.256.168	15.040.224	
Impuestos	-	-	52.148.744	160.018.302	215.898.119	287.129.339	
Pago de dividendos	-	-	14.527.150	44.576.527	60.143.047	79.986.030	
INGRESOS - EGRESOS	5.000.000	157.948.521	392.909.774	414.618.429	546.795.081	715.160.448	
DISPONIBLE	5.000.000	162.948.521	555.858.294	970.476.723	1.517.271.804	2.232.432.252	

Fuente: Elaboración propia.

7.8.3. TIR


La Tasa Interna de Retorno (TIR), es de **2051,70%**, si la dividimos entre 100, **20,52%**

7.8.4. VPN

El Valor presente Neto (VPN), es de **\$1.367.020.523**

7.9. Fuentes de financiación

Tabla 33. Fuentes de Financiación – Aportes de Socios.


APORTE DE SOCIOS				
ID	NOMBRE DEL SOCIO	APORTE POR SOCIO	% PARTICIPACIÓN POR SOCIO	CANTIDAD DE ACCIONES POR SOCIO
1	BENJAMIN MIGUEL CHAMORRO QUEVEDO	\$1.500.000	30,00%	1500
2	ALCIRA MARIA MORENO CADENA	\$950.000	19,00%	950
3	LIZ VANESSA CHAMORRO MORENO	\$850.000	17,00%	850
4	JEAN CARLOS CHAMORRO MORENO	\$850.000	17,00%	850
5	SANTIAGO ANDRES CGAMORRO MORENO	\$850.000	17,00%	850
Totales ==>		\$5.000.000	100,00%	5000

Fuente: Elaboración propia.

Por el momento las fuentes de financiación son los aportes de los socios.


7.10. Evaluación financiera

Tabla 34. Evaluación Financiera - Valor de la Empresa.

VALOR DE LA EMPRESA		
CONCEPTO	VALOR	
VALOR DE LA EMPRESA	\$1.200.220.976	
VALOR EN DOLARES	USD 321.070	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35. Evaluación Financiera - Valor de la Acción.

VALOR POR ACCIÓN DE LA EMPRESA		
CONCEPTO	VALOR	
NÚMERO DE ACCIONES DECLARADAS EN CAMARA COMERCIO	5.000	
VALOR UNITARIO POR ACCIÓN	1.000	
VALOR CONTABLE ACCIÓN POR ACCIÓN	1.473	
ENTRE EL VALOR UNITARIO SOBRE EL VALOR CONTABLE ACCIÓN	0,68	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36. Evaluación Financiera – Indicadores Financieros.

RATIOS				
ID	CONCEPTOS	% Año 1	% Año 5	
1	ROA	57,23%	31,45%	
2	ROE	92,93%	38,19%	
3	WACC	15,00%	15,00%	
4	EVA	\$71.463.059	\$676.765.230	
5	% EVA	42,23%	30,31%	
6	Tasa de Crecimiento	1,08%	130,79%	
7	Valor presente de la suma de flujos actualizados	\$272.618.347	\$1.375.254.123	
8	VPN (Valor Presente Neto)	\$0	\$1.367.020.523	
9	TIR (Tasa Interna de Retorno)	0,00%	2051,70%	
10	Indice de Rentabilidad o Razon Benefico / Costo	355.561.136,83	167,03	
11	EBITDA	\$148.996.411	\$1.080.230.520	
12	Utilidad Neta	\$96.847.667	\$702.149.838	
13	Utilidad Neta Después de Dividendos	\$96.847.667	\$622.163.808	
14	Periodo de Recuperación	0,05	2,79	

Fuente: Elaboración propia.

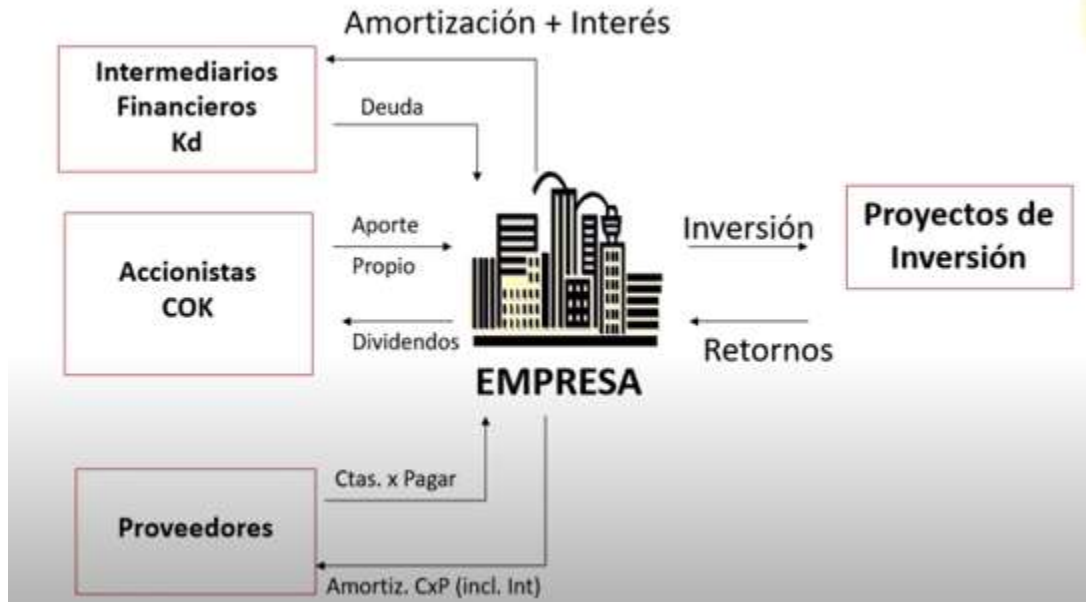
Tabla 37. Evaluación Financiera – Simulador de Venta de la Empresa.

SIMULADOR DE VENTA DE LA EMPRESA			
% DE PATICIPACIÓN EN LA EMPRESA		VALOR EMPRESA	
1,00%		\$12.002.210	
2,00%		\$24.004.420	
3,00%		\$36.006.629	
4,00%		\$48.008.839	
5,00%		\$60.011.049	
10,00%		\$120.022.098	
20,00%		\$240.044.195	
21,00%		\$252.046.405	
30,00%		\$360.066.293	
50,00%		\$600.110.488	
70,00%		\$840.154.684	
80,00%		\$960.176.781	
100,00%		\$1.200.220.976	

Fuente: Elaboración propia.

7.11. Resumen fuentes de financiación

Figura 20. Resumen fuentes de Financiación.



Fuente: Elaboración propia.

7.12. En caso de que la idea no sea exitosa, ¿cuál es mi plan de salida de la inversión?

Como el capital es propio y no se cuenta con deuda, la salida es devolver el capital de acuerdo con el porcentaje de aporte de cada socio tanto en dinero como los activos fijos, descontando todas aquellas inversiones realizadas en el plan de negocio.

7.13. En caso de que la idea sea exitosa, ¿cuál es mi plan de salida de la inversión?

De acuerdo con la Utilidad Neta reflejada en P&G, y, con el fin de no descapitalizar la empresa, se tomará un 15% como dividendos el cual anualmente y de acuerdo con la ley y el código de comercio, se repartirán de acuerdo con el porcentaje de aporte de cada socio.

8. Enfoque hacia la sostenibilidad

Para la SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL, iGeek CONSULTING S.A.S., se ajustará a las leyes colombianas y la de los países donde se establezca, como también a los principios de la OCDE, en todo caso, LA SOCIEDAD dentro de su estrategia corporativa creará valor económico, medioambiental y social para asegurar su continuidad y posicionamiento a corto, mediano y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno en general. Lo económico se logrará al ser efectivo y eficiente al mismo tiempo y, por tanto, los productos y/o servicios ofrecidos por LA SOCIEDAD a los clientes se deben entregar en el tiempo prometido, a un precio justo, con alta calidad, y con el nivel de servicio adecuado (ANS) y con un proceso de posventa sencillo acorde con las necesidades específicas de cada cliente, con el fin de mantener la cartera de clientes y los ingresos de LA SOCIEDAD

8.1. Dimensión social

Para esta dimensión tomaremos 2 objetivos de la ONU. Para garantizar la vida sana y bienestar de todos sus colaboradores, dándoles oportunidades para que tengan buenos ingresos de acuerdo con las ganancias obtenidas en un periodo por la Sociedad, con fin de que puedan vivir tranquilos y trabajar con entusiasmo dado que pueden tener equilibrio de trabajo, familia y vida personal. Así mismo, aseguraremos la equidad, e inclusión de género, donde se garantice que en la sociedad no habrá discriminación de ningún tipo y prejuicios que puedan vulnerar los derechos de los empleados, clientes, proveedores y los stakeholders.

8.2. Dimensión ambiental.

La sostenibilidad ambiental es clave para alcanzar los 17 objetivos que tiene planteado el gobierno en el Plan Nacional de Desarrollo, por tanto, la sociedad aportará al crecimiento económico del país a través del PIB y poder llegar así a reducir la pobreza y el hambre en la sociedad más vulnerable.

Así mismo reducirá el uso del papel a la máxima expresión de acuerdo con la estrategia de gobierno de cero papel, en su plan de Gobierno Digital.

Igualmente, al vender nuestros servicios incluiremos dentro de la solución un plan de capacitación y un instructivo que le indique a nuestros y los stakeholders, la disposición de todos aquellos equipos que terminan su vida útil. La sociedad no distribuirá equipos que no aporten a la dimensión y que esté por fuera de los requerimientos de la OCDE y de la estrategia del Gobierno Nacional y en aquellos países donde podamos establecer nuevas sucursales.

8.3. Dimensión económica

Lo económico se logrará al ser efectivo y eficiente al mismo tiempo y, por tanto, los servicios ofrecidos por LA SOCIEDAD a los clientes se deben entregar en el tiempo prometido, a un precio justo, con alta calidad, y con el nivel de servicio adecuado (ANS).

Así las cosas, también aportaremos bienestar para nuestros empleados con fin de aportar a la reducción de la pobreza, para puedan tener un trabajo digno y buen remunerado y equilibrado entre la vida laboral, la vida social y la familiar.

A través de la innovación y la vigilancia tecnológica aportaremos a las industrias las mejores prácticas de los servicios que ofrecemos para que haya un cambio efectivo y cultural en los sectores y en las industrias que intervinimos a través de nuestros clientes.

8.4. Dimensión de gobernanza

En nuestros estatutos se ha definido una junta directiva, la cual será elegida por la Asamblea General que se realizará cada año. En la actualidad está constituida de la siguiente manera:

Tabla 38. Junta Directiva.

ID	Nombre	Cargo	Tipo Documento	Nro. Documento
1	Benjamín Miguel Chamorro Quevedo	Presidente	C.C.	9.138.402
2	Jean Carlos Chamorro Moreno	Vicepresidente	C.C.	1.018.471.939
3	Alcira María Moreno Cadena	Secretaria	C.C.	32.696.697
4	Liz Vanessa Chamorro Moreno	Vocal	C.C.	1.019.059.696
5	Santiago Andres Chamorro Moreno	Vocal	C.C.	1.125.231.362

Fuente: Elaboración propia.

Además, la Junta Directiva y de acuerdo con los estatutos, y cuando los dispongan, hacen los Gerente General y Representante Legal Principal y Representante Legal Suplente:

Tabla 39. Gerente General y Representante Legal, Principal y Suplente.

Gerente General y Representante Legal Principal
Se designa en este cargo a: Liz Vanessa Chamorro Moreno, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 1.019.059.696 de Bogotá D.C..
La persona designada como Gerente General Representante Legal. El (a) Principal Estando presente acepta el cargo
Representante Legal Suplente
Se designa en este cargo a: Santiago Andres Chamorro Moreno, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 1.125.231.362 de Bogotá D.C..
La persona designada como Representante Legal. El Suplente Estando presente acepta el cargo

Fuente: Elaboración propia.

9. Conclusiones

- La información contenida en este documento permitió determinar la viabilidad del plan de negocio para una empresa de consultoría en gestión de proyectos de TIC, desde el punto de vista de los estudios de mercados, técnico, administrativo, económico, social y financiero.
- El sector de las TIC está en pleno crecimiento, la conectividad y la facilidad en el acceso a internet ha transformado las condiciones organizacionales y de productividad de las empresas colombianas impulsándolas hacia una transición digital que fomenta la demanda de los productos de tecnología, esto incentiva la inversión y genera optimismo en los empresarios cuya percepción sobre la situación de sus empresas.
- Los esquemas de asociatividad son fundamentales para mejorar la productividad de la empresa, potenciar las fortalezas de los sectores económicos, realizar alianzas empresariales en pro de la competitividad, innovar, acceder a nuevos mercados y fortalecer los lazos de confianza y solidaridad entre las organizaciones.
- En Bogotá las actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas representaron el 30,3% del total de Porcentaje de ventas por código CIIU por regiones en el 2019.
- Parte de la base conceptual usada para el diseño de la propuesta de valor se generó a partir del panorama mundial de la industria de las TICs, lo que indica una importante oportunidad de escalamiento del modelo de negocio para alcanzar mercados en otros países. Adicionalmente, parte de la oferta puede ser fácilmente adaptada para llegar a otros segmentos de mercado relacionados.

10. Referencias

DANE, Identificador Mercado Laboral, Información diciembre y año 2020. Disponible en <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Balcazar Fabricio E., Universidad Nacional de San Luis, Año IV - N° I/II (7/8) 2003 / pp. 59-77, "Investigación acción participativa (iap): Aspectos conceptuales y dificultades de implementación".

Zapata Rotundo, Gerardo J.; Mirabal Martínez, Alberto BERNAL, (Instituto Politécnico Nacional México), Investigación Administrativa, vol. 47, núm. 121, 2018, "Capacidades Dinámicas de la Organización: Revisión de la Literatura y un Modelo Propuesto".

Alex, Osterwalder e Yves Pigneur (2010) "Generación de modelos de negocio (Business Model Generation)".

CÁMAR DE COMERCIO DE BOGOTÁ, Aumentó 14 % el número de empresas creadas en Bogotá y la Región. Disponible en <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2019/Diciembre-2019/Aumento-14-el-numero-de-empresas-creadas-en-Bogota-y-la-Region#:~:text=Bogot%C3%A1%20contin%C3%BAa%20consolid%C3%A1ndose%20como%20la,anterior%20cuando%20se%20crearon%20126.957>.

SECTORIAL, Análisis, Monitores y evaluación de sectores, "INFORME SECTOR HARDWARE Y SOFTWARE, junio 2020". Disponible en <https://www.sectorial.co/hardware-y-software>

ALCALDIABOGOTA.ORG. (S.F.). Organigrama Alcaldía del Distrito Capital de Bogotá. Disponible en https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/organica/tabla_organigrama.html

BERNAL, Cesar y Sierra Hernán (Segunda Edición 2013) "Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI", Ed Pearson ISBN: 9789586992275.

DIAZ, María, Parra Ramiro y Castañeda Lina (Segunda Edición 2016) "Presupuestos Enfoque para la planeación financiera" Ed. Pearson educación. ISBN: 9789586993258.

HERNÁNDEZ, Roberto (2014) "Metodología de la investigación" Ed Mc Graw Hill Education ISBN: 9781456223960.

LOVELOCK, C., WIRTZ, J. (2009) "Marketing de servicios: personas, tecnología y estrategia". Ed. Pearson educación. ISBN: 9789702615156.

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. (1995) Metodología de la Investigación. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Mc Graw Hill.

RODRÍGUEZ, Jorge y Sierra Patricia (2016) “Cuadernillo emprendimiento y Empleabilidad -etapa Electiva” Ed Instituto Juan Pablo Apóstol.

WHETTEN, David y Cameron, Kim (2011) “Desarrollo de habilidades directivas” Ed. Pearson educación.