

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA CIVILIS
CONSULTORES EN BUCARAMANGA, SANTANDER.

PRESENTADO POR

Katherin Julieth Ayala Restrepo

DIRECTOR DE PROYECTO

Dra. Nydia Marcela Reyes Maldonado

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROYECTO DE GRADO EN CONTADURIA PUBLICA
BUCARAMANGA

2021

Contenido

1. Título	3
2. Introducción	4
3. Objetivos	5
3.1 Objetivo general	5
3.2 Objetivos específicos	5
4. Marco teórico	5
4.1 Plan de negocios	5
4.2. E-commerce	9
5. Metodología	9
6. Desarrollo del proyecto de creación de empresa	10
6.1 Resumen ejecutivo	10
6.2 Análisis del entorno	10
6.3 Análisis del mercado	13
6.4 Riesgo	14
6.5 Planteamiento estratégico	18
6.6. Plan de operaciones	19
6.6.1 Distribución del recurso humano	20
Conclusiones	22
Bibliografía	22

1. Título

Plan de negocio para la creación de la empresa Civilis Asesores en Bucaramanga, Santander.

2. Introducción

Ante la nueva situación económica que afronta el país como consecuencia directa del virus covid-19, los gobiernos adoptaron medidas preventivas como el confinamiento y el distanciamiento físico para mitigar los contagios. Sin embargo, muchas de estas medidas tuvieron como resultados que la mayoría de los sectores de la economía se hayan visto gravemente afectados, teniendo en cuenta que se han visto obligados a cerrar sus negocios. Del mismo modo, muchas de estas empresas que prestaban sus servicios de manera presencial han tenido la necesidad de adaptarse a la nueva realidad, transformando e innovando la forma de ejecutar sus labores y prestando sus servicios.

En este sentido, en el año 2020 en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana se registraron 8.753 cancelaciones de empresas representando un decrecimiento del 18,5% frente al año 2019; esto según la cámara de comercio de Bucaramanga.

Ahora bien, de conformidad a las cifras manifestadas por la cámara de comercio de Bucaramanga, se puede evidenciar que en el primer trimestre del año 2021 se han creado 4.946 empresas, demostrando un incremento del 16,2% comparado con el año pasado. De estas empresas el 17,0% son sociedades comerciales y el 83,0% personas naturales.

Por lo anterior, el objetivo de esta investigación es la creación de una empresa que ofrezca servicios de asesoría en las áreas jurídicas, contables y en el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, implementando todas las herramientas que ofrece las Tecnologías de la Información y Comunicación- TICs, para brindar asesorías de manera virtual abarcando un mayor mercado. Razón por la cual, se optará por la creación de una plataforma digital que permita el acceso de nuestros clientes a la información en tiempo real del estado en que se encuentran sus procesos, optimizando de los recursos y acercamiento al público.

Para lograr esto acabo, se realizará el plan de negocio para poner en marcha una empresa E-commerce, la cual tendrá por nombre Civilis Asesores en Bucaramanga, Santander. Logrando impactar de manera positiva en la sociedad en general, y especialmente a las personas de escasos recursos económicos por medio asesorías a muy bajo costo a este tipo de población en determinado, con la finalidad de lograr que este grupo poblacional puedan acceder a la información necesaria para la defensa de sus derechos laborales y un acompañamiento que les permita adquirir competencias y las herramientas necesarias para la toma decisiones que repercutan en su ámbito financiero, para mejorar su calidad de vida.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la firma Civilis Consultores, brindando sus servicios en el área metropolitana de Bucaramanga, cumpliendo con los más altos estándares de calidad y eficiencia en los compromisos adquiridos con nuestros clientes, estableciéndonos como una de las mejores firmas del país, con un enfoque dirigido a la responsabilidad social de los sectores más vulnerables.

3.2 Objetivos específicos

- ✓ Analizar el entorno en los factores económicos, sociales y tecnológicos para definir un plan estratégico en la creación de la empresa Civilis.
- ✓ Desarrollar un estudio administrativo y de marketing para establecer los recursos necesarios para la operación de la sociedad comercial Civilis.
- ✓ Diseñar un plan financiero que permita evaluar los costos, rentabilidad y financiación del proyecto Civilis Consultores.

4. Marco teórico

Dado que este proyecto pretende desarrollar un plan de negocios para una consultoría de servicios especializados, es necesario definir los siguientes conceptos.

4.1 Plan de Negocios

4.1.1. Definición

Según Juan Gaytán Cortés (2020), el plan de negocio es: “una herramienta que permite a las organizaciones trazar una ruta por medio de la cual alcanzará todos y cada uno de sus objetivos y metas propuestas, destacando entre ellas la rentabilidad esperada, también, permite abordar y ofrecer soluciones para cada uno de los posibles obstáculos que se presenten durante su implementación y desarrollo de actividades en el futuro”

En este sentido, el plan de negocio es un documento que se debe caracterizar por su lógica, realismo y coherencia, y está orientado a la acción, debe incluir a detalle las actividades a realizar como los recursos necesarios para el logro de objetivos y metas. (Borrello, p.34)

En éste se intentan plasmar los objetivos, métodos, estrategias, y actos que la empresa desarrollará en el futuro, a fin de identificar, describir y analizar su oportunidad, crecimiento y proyección. (Correa García, Ramírez Bedoya,, & Castaño Ríos, 2010)

4.1.2 Modelos de plan de negocios.

Existen muchos modelos o tipos para desarrollar un plan de negocios que varían dependiendo del tipo de negocio y los objetivos que se pretendan alcanzar con el. Según (Weinberger Villaran, 2009) la metodología de un plan de negocios consta de siete secciones, las cuales son:

1. *Resumen ejecutivo*: Es una breve explicación de la finalidad del plan de negocio, el cual tiene como objetivo responder diferentes cuestionamientos que surgen en el proceso de creación del mismo, tales como, ¿Qué servicios o productos satisfacen las necesidades de los clientes, y de qué manera se van a generar las utilidades?
2. *Formulación de la idea de negocio*: Es la descripción de cómo surgió la idea de negocio que, según el autor, generalmente nace del resultado de estudiar el entorno, y analizar cada una de las fortalezas que poseen los miembros de la empresa. Igualmente, indicó que esta debe corresponder a la esencia propia del negocio o el motivo que llevo a su constitución.
3. *Análisis del entorno*: En este punto, se debe efectuar un análisis del mercado, la industria y la estimación de la demanda. Un profundo análisis del entorno permite al empresario identificar las amenazas que dificultarían su ingreso al mercado o la necesidad de cambiar el rumbo de la empresa (Weinberger Villaran, 2009)

Del mismo modo, propone que de manera general se estudien los siguientes factores:

- Factores económicos.
 - Factores socioeconómicos.
 - Factores políticos y legales.
 - Factores tecnológicos.
 - Factores ambientales.
4. *Planeamiento estratégico*: (Weinberger Villaran, 2009) recomienda hacer un análisis de debilidades y fortalezas, y de esta forma se pueda diagnosticar la situación interna de la empresa. Así mismo, propone realizar una evaluación

externa de las oportunidades y amenazas que puedan surgir. Una vez realizado el análisis FODA se procede a establecer la misión y visión de la empresa.

5. *Plan de marketing*: Comenzamos por la definición de plan de marketing según (Ricardo, 2013) “Es la bitácora mediante la cual la empresa establece que objetivos en términos comerciales quiere alcanzar y que debe hacer para lograr dichos objetivos, es decir la estrategia de marketing” (p 3)

El plan de marketing nos permite tener mayor claridad en nuestro propósito, teniendo en cuenta que, a través de esta herramienta podremos precisar las pautas que se deben seguir para cumplimiento de nuestros objetivos, optimizando los recursos y minimizando riesgos.

6. *Plan de operaciones*: Son todas las actividades organizadas concernientes con la elaboración de un producto o prestación de un servicio. En este sentido, se debe definir el proceso a través del cual se va a producir el bien o servicio a ofrecer, el diseño de la estructura y plan de recursos humanos.
7. *Plan financiero*: En este segmento se deben ver reflejadas todas las decisiones que se han tomado para el desarrollo del plan de negocios, es decir, que cada una de las etapas o elementos anteriormente mencionadas, pueden generar gastos que deben ser parametrizados y controlados a través de este plan.

Por otra parte (Arturo & Morales Castro , 2014), citaron las ideas del señor Joaquín Moreno al indicar que, “la planeación financiera es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en una empresa pronóstico y metas económicas y financieras por alcanzar, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo” (p7)

Otro modelo para la elaboración de un plan de negocio es el planteado por (Arias Montoya, Portilla de Arias, & Aceveo Lozada, 2008) en el cual establecen los siguientes elementos:

1. *Resumen ejecutivo*: Es un documento que debe presentar los aspectos más relevantes como los productos o servicios, mercados, requerimientos financieros, retorno de la inversión, entre otros, logrando captar la atención de los inversionistas.
2. *Alineación estratégica*: Nos indica que el plan de negocios debe estar ordenado de acuerdo con el plan estratégico de la empresa. Para llevar a cabo esta alineación se deben establecer las metas y objetivos a largo plazo

del plan de negocios, dándole fundamento al desarrollo de las estrategias específicas de la unidad estratégica de negocio.

3. *Producto o servicio*: Se debe resaltar el componente diferenciador del producto o servicio respecto a los ya existentes en el mercado. En caso de ser un negocio existente se analizarán los productos y servicios con un énfasis en las mejoras que se le pueden realizar y las ventajas que presenten ante sus competidores.

Producto es cualquier bien que se pueda ofrecer al mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que satisface un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos y también servicios. (Dias, 2014)

4. *Equipo gerencial*: Se establecen las fortalezas del equipo gerencial en especial aquellas habilidades particulares que permitan llevar a cabo los planes específicos. Al conformar el equipo gerencial se deben tener en cuenta algunas de las siguientes características:

Deben ser mínimo tres personas y máximo seis, poseer los mismos valores y desean conseguir los mismos objetivos, se complementan con sus atributos y fortalezas. Si bien el equipo gerencial se requiere en el momento de poner en marcha el negocio, es importante que se ir buscando los posibles integrantes.

5. *Mercado y competencia*: Es necesario establecer el producto o servicio que va a satisfacer las necesidades de los clientes por medio de una propuesta de valor. Así mismo, delimitar el tamaño del mercado potencial y su expectativa de crecimiento.
6. *Sistema de negocio*: Es el mapa de las actividades sistemáticas que permiten el desarrollo del producto o servicio, el cual debe ser lógico, completo y útil para la planeación.
7. *Cronograma de implementación*: Permite analizar las diferentes actividades y sus interdependencias, logrando comparar los resultados de una inversión real con los objetivos establecidos inicialmente, y de esta forma detectar si se deben efectuar ajustes a estos. Además, permite que los inversionistas y socios tengan credibilidad en el desarrollo de negocio.
8. *Oportunidades y riesgos*: De manera razonable se deben identificar los riesgos y las oportunidades a partir de los cambios en los parámetros de los escenarios.

La adecuada identificación de riesgos, unida a la correcta administración de los mismos, propicia mayor control de los eventos adversos, la optimización de inversiones y la protección de los recursos. (Mejía Quijano, 2013)

4.2. E-commerce

4.2.2. Definición

El E-commerce o comercio electrónico es definido como cualquier forma de transacción comercial en donde las partes interactúan electrónicamente en lugar de contacto físico directo.

Otra definición es “actividades comerciales realizadas con el uso de las TIC empleadas en Internet y en Word Wide Web” (Gutiérrez Tobar, 2015)

4.2.3. Tipos de E-commerce

De cliente a cliente (C2C): Plataforma en la cual compran y venden artículos entre ellos mismos.

Del negocio al consumidor (B2C): Empresa que por medio de tienda virtual u otro medio de la red puede vender sus productos o servicios al consumidor final.

Negocio a Negocio (B2B): Permite la relación comercial entre empresas, su objetivo es facilitar los trámites tradicionales y dar agilidad a la cadena de valor.

De negocio a gobierno (B2G): Las empresas logran ventas a las instituciones del gobierno.

5. Metodología

Esta investigación se desarrollará bajo la metodología exploratoria, razón por la cual, se analizarán libros, artículos, trabajos de grados e investigaciones que nos permitan analizar la elaboración de un plan de negocio para la empresa Civilis consultores en Bucaramanga.

Este proyecto se dividirá en las siguientes tres fases para cumplir el objetivo general y los objetivos específicos:

Primera fase: Recopilar información relacionada con el desarrollo de plan de negocios, implementación del comercio electrónico y plan estratégico.

Segunda fase: Elaborar el estudio administrativo y de marketing para establecer los recursos necesarios y la capacidad de operación.

Tercera fase: Diseñar un plan financiero que permita evaluar los costos, rentabilidad y financiación de la empresa Civilis Asesores en Bucaramanga, Santander.

6. Desarrollo del proyecto de creación de empresa

6.1 Resumen ejecutivo

Nuestro plan negocios nace de la constitución de una firma de profesionales, la cual tendrá como razón social la prestación de servicios en las áreas de derecho laboral, sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, y contabilidad, con altos estándares de calidad y eficiencia, teniendo como objetivo, brindar a nuestros clientes soluciones innovadoras y oportunas a sus necesidades. Brindando la alternativa de llevar sus consultorías de forma presencial o virtual a través de una aplicación disponible para los sistemas andriod y apple, que además permita a nuestros clientes revisar todos sus procesos que llevan con nuestra firma. Nos especializaremos en la rama del derecho laboral y de la seguridad social, y asesoría en finanzas a los diferentes sectores económicos.

Esta firma tendrá como uno de sus pilares la responsabilidad social, que va a permitir la prestación de los servicios enunciados no solo a las empresas, sino también a las personas de escasos recursos económicos por medio de convenios con fundaciones, como Organizaciones no Gubernamentales - ONG, con el objetivo de lograr que este grupo poblacional puedan acceder a nuestros servicios y a la información necesaria para la defensa de sus derechos laborales, así como un acompañamiento que les permita adquirir competencias y herramientas necesarias para la toma decisiones que repercutan en su ámbito financiero, para mejorar su calidad de vida.

6.2 Análisis del entorno

Para la creación de empresas se debe tener en cuenta el contexto sociopolítico en el cual se encuentra inmerso la sociedad colombiana, procediendo a analizar las políticas que influyen social y económicamente.

En este orden de ideas, en Colombia se viene desarrollando un paro nacional que busca acabar con la reforma tributaria y de la salud propuestas por el Gobierno de Iván Duque, entre otras inconformidades que alega el pueblo colombiano, las cuales

han generado mucha incertidumbre respecto a las consecuencias que se derivaran de las mismas. Ante los múltiples disturbios que se presentaron en las principales ciudades, el gobierno adoptó la medida de militarizar el país, provocando de esta forma el aumento de las manifestaciones que han acabado con la vida de muchos jóvenes, así como muertes en los miembros de la fuerza pública.

Esta situación ha incrementado la crisis social y financiera que se venía presentando en el país como consecuencia directa de la pandemia producida por el virus COVID-19, toda vez que muchas ciudades no cuentan con la capacidad en UCIS para atender a los enfermos y heridos, como también el encarecimiento de los productos de la canasta familiar por el cese de actividades económicas y los constantes bloqueos que se presentan en gran parte de las vías del territorio nacional, aumentando la sensación de pánico y terror en los habitantes.

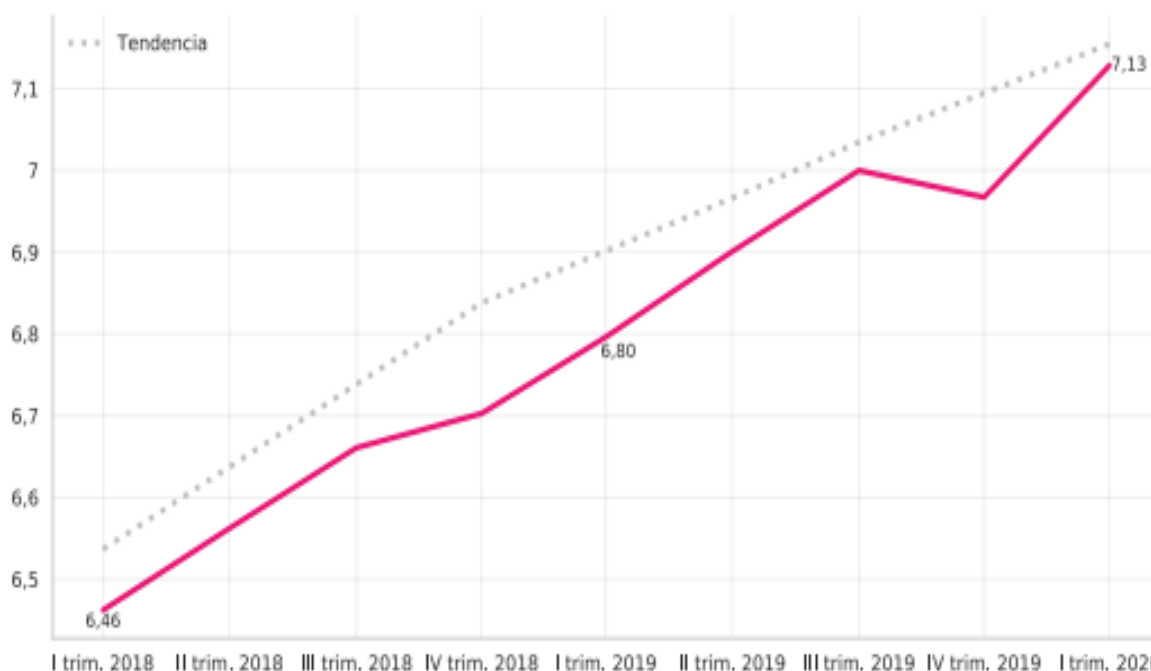
En consecuencia, el gobierno se vio obligado a iniciar una negociación con los gremios más representativos del país, con el fin de escuchar sus inconformidades y lograr llegar a un consenso en las reformas. A pesar de que aún no se conoce los cambios tributarios que puedan afectar o beneficiar a las empresas, existen muchos programas que incentivan y apoyan la creación de las mismas, algunos de ellos son:

- Apps.co promovida por el MinTic que busca apoyar los negocios en el mercado digital.
- INNpulsa por el Gobierno que acompaña el proceso de proyectos innovadores.
- Cámaras de comercio cuenta con programas, capacitaciones, convocatorias para la creación de empresas en diferentes sectores.

Por otra parte, el uso de las tecnologías cada vez es más acelerado permitiendo que muchas más empresas y poblaciones tengan acceso a la información y comunicación, facilitando el comercio sostenible a nivel global.

En el primer trimestre del año 2020 Colombia tuvo un aumento de 3.330.000 accesos fijos a internet (Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones-MinTic, 2020)

Gráfico 1 Accesos fijos a internet



Fuente: Datos reportados por el ministerio de tecnologías de la información y comunicaciones TIC.

Según la (Cámara Colombiana de Comercio electrónico, 2020), las ventas realizadas en el mes de abril y julio a través del comercio electrónico creció un 65% sin embargo, entre julio y agosto tuvo una caída del 19%. Por otro lado, el comportamiento de las compras realizadas en el mes de julio creció un 100.4% en comparación con el mismo periodo del año 2019.

Estos indicadores nos indican que, el acceso a internet y el uso del comercio electrónico tiene una tendencia positiva que permite el comercio sostenible. Es por eso por lo que este proyecto tiene como un factor diferenciador la implementación de la tecnología, ofreciendo sus servicios en modalidad virtual a través de una plataforma digital, facilitando el acceso a la mayor demanda posible sin importar la región geográfica en la que se encuentren.

Aunque se espera una reducción del uso de las tecnologías en la medida que se reactive la economía, es importante mantener un enfoque en la innovación para así suplir las necesidades de la sociedad.

6.3 Análisis del mercado

Analizaremos mediante dos gráficos los principales competidores de la empresa, a modo de estudio sectorial o de mercado introductorio.
Por lo cual, necesitamos las ventas de dos años, el beneficio y la cifra de activo de las empresas más importantes del sector.
Estudiaremos la cuota de mercado de cada empresa y el crecimiento de sus ventas
El esquema Dupont descompone la rentabilidad en sus dos componentes: margen y rotación
Se podría completar con otras ratios financieras del sector, que permitirían estimar los gastos de personal, la solvencia, productividad o la eficiencia, entre otros.

Tabla 1 Análisis del mercado

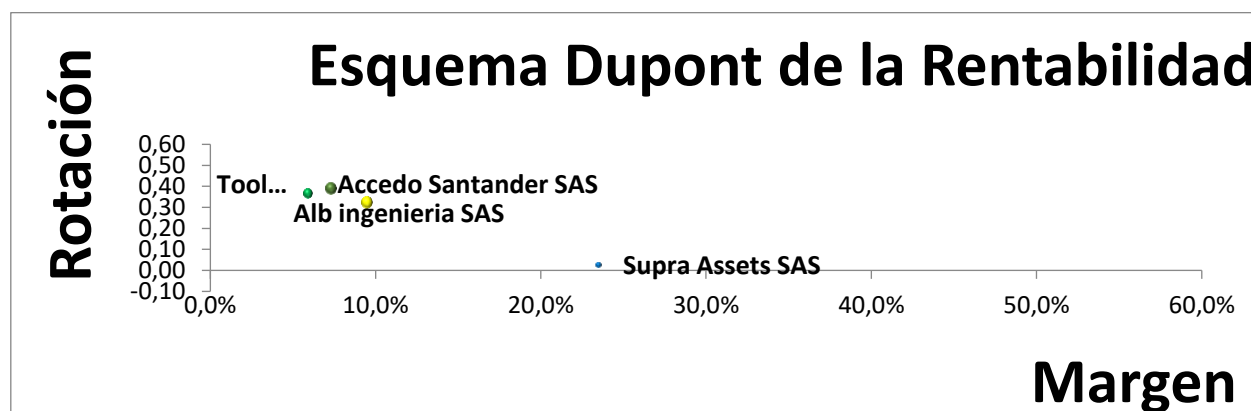
					Análisis Competencia	
EMPRESAS	Ventas 2019	Ventas 2018	Beneficio	Activo	Cuota Mercado	Crecimiento
Accedo Santander SAS	\$ 1.823.760	\$ 3.263.848	\$ 132.268	\$ 4.646.471	6,5%	-44,12%
Supra Assets SAS	\$ 173.444	\$ 155.218	\$ 40.707	\$ 6.092.440	0,6%	11,74%
Tool System Solution SAS	\$ 25.816.636	\$ 4.632.837	\$ 2.500	\$ 2.500	91,8%	457,25%
Alb ingeniería SAS	\$ 320.000	\$ 304.000	\$ 523.897	\$ 9.419.273	1,1%	5,26%
PROMEDIO:	\$ 7.033.460	\$ 2.088.976	\$ 174.843	\$ 5.040.171	25,0%	107,53%
TOTAL:	\$ 28.133.840	\$ 8.355.903	\$ 699.372	\$ 20.160.684	100,0%	

Fuente: Superintendencia de Industria y Sociedades, Pymes 2019

Tabla 2 Esquema de Dupont

EMPRESAS	Esquema Dupont		
	Margen	Rotación	Rentabilidad
Accedo Santander SAS	7,3%	0,39	2,8%
Supra Assets SAS	23,5%	0,03	0,7%
Tool System Solution SAS	5,9%	0,37	2,2%
Alb ingenieria SAS	9,5%	0,32	3,1%
PROMEDIO:	11,5%	0,28	2,2%

Grafica 2 Esquema Dupont de la Rentabilidad de las empresas consultoras



6.4 Riesgo

Según (Gomez, 2018) “El riesgo es algo inherente a casi toda actividad empresarial, por lo que se hace necesario que los profesionales aprendan a identificarlo, evaluarlo, y a cubrirse de este de la mejor manera posible”

La identificación del riesgo permite a la empresa elaborar procesos de prevención ante situaciones adversas que tenga consecuencias negativas. Así mismo, facilita

la toma de decisiones por lo que se tiene un análisis más detallado de las implicaciones de riesgos que pueda traer el desarrollo de nuevas actividades, proyectos o estrategias en la compañía.

Este apartado se basa en el cálculo de la matriz de riesgos. Se tienen en cuenta los diferentes escenarios a los que se enfrenta el proyecto y su impacto.
1) El analista determina los posibles riesgos, a partir de un listado que se puede ampliar.
2) Asigna una probabilidad de ocurrencia (1, 2, 3, 4, y 5), correspondiendo 1 a un suceso excepcional y 5 a la máxima probabilidad
3) Asigna el impacto (1, 2, 3, 4 y 5), siendo 1 un impacto insignificante y 5 una catástrofe
El modelo calcula el riesgo (bajo, medio, alto y muy alto) de acuerdo con la matriz de riesgos.

PROBABILIDAD	IMPACTO				
	1-Insignificante	2-Pequeño	3-Moderado	4-Grande	5-Catastrofe
5- Casi seguro que suceda	Medio (5)	Alto (10)	Alto (15)	Muy alto (20)	Muy alto (25)
4- Muy probable	Medio (4)	Medio (6)	Alto (12)	Alto (16)	Muy alto (20)
3- Es posible	Bajo (3)	Medio (5)	Medio (9)	Alto (12)	Alto (15)
2- Es raro que suceda	Bajo (2)	Bajo (4)	Medio (6)	Medio (8)	Alto (10)
1- Sería excepcional	Bajo (1)	Bajo (2)	Bajo (3)	Bajo (4)	Medio (5)

Tipo de riesgo	Probabilidad	X	Impacto
Competencia de empresas consultoras extranjeras	2- Es raro que suceda		
Nuevos competidores online	4- Muy probable		3-Moderado
Dejamos de ser competitivos en precio	2- Es raro que suceda		4-Grande
Dependencia excesiva de un cliente	1- Sería excepcional		2-Pequeño
Morosidad de los clientes	3- Es posible		3-Moderado
Poco reconocimiento de la firma	2- Es raro que suceda		3-Moderado
Falta de personal capacitado	2- Es raro que suceda		3-Moderado
Insolvencia economica	2- Es raro que suceda		3-Moderado
Cambio político	3- Es posible		2-Pequeño
Seguridad cibernetica	3- Es posible		4-Grande
Mala distribucion de recursos economicos	2- Es raro que suceda		3-Moderado
Cambios en legislación perjudican	4- Muy probable		3-Moderado
Obsolescencia tecnologica	1- Sería excepcional		2-Pequeño

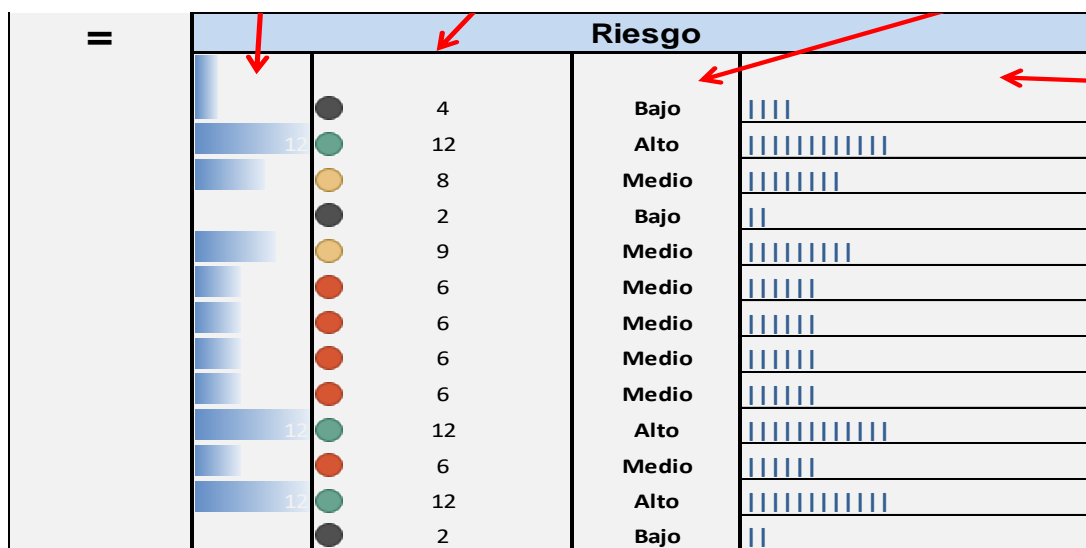


Gráfico Mapa de Riesgos

Grafico Dispersión [solo marcadores].

Diseño -> Seleccionar datos -> Agregar. Añadir nombre, X, e Y. De cada uno!!!

Se elimina la leyenda

Presentación -> etiquetas de datos -> Encima

Presentación -> etiquetas de datos -> Mas opciones -> Nombre de la serie (uno a uno...)

Click en cada eje (o en presentacion eje) y ponerlo entre 0 y 120

Nombre del titulo y de los ejes

Formato del área de gráfico

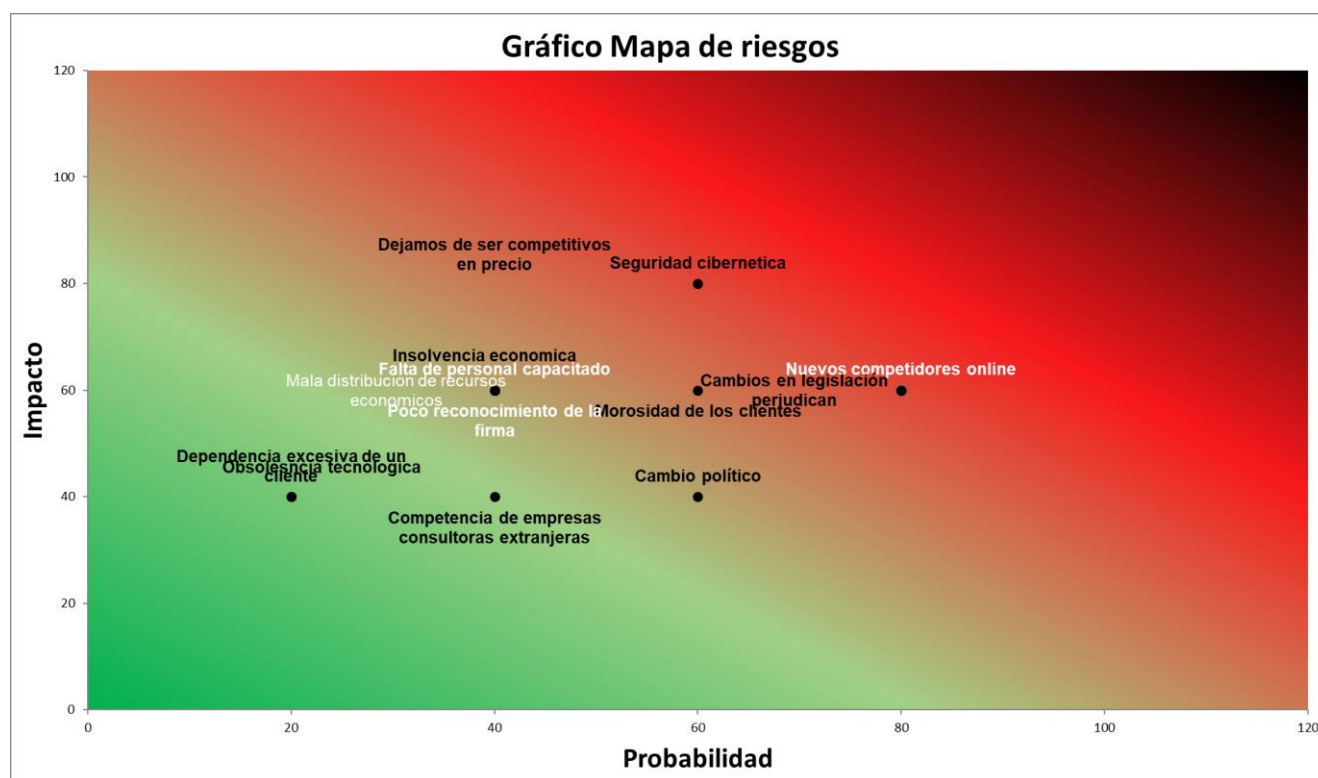
Relleno degradado. Negro (0), Rojo (33), Verde claro (66), Verde oscuro (100)

Formato lineas division. Sin linea

=EXTRAE(D323;1;1)*20

Grafica 3 Mapa de riesgos

Gráfico Mapa de riesgos		
Tipo de riesgo	Probabilidad	Impacto
Competencia de empresas consultoras extranjeras	40	40
Nuevos competidores online	80	60
Dejamos de ser competitivos en precio	40	80
Dependencia excesiva de un cliente	20	40
Morosidad de los clientes	60	60
Poco reconocimiento de la firma	40	60
Falta de personal capacitado	40	60
Insolvencia economica	40	60
Cambio político	60	40
Seguridad cibernetica	60	80
Mala distribucion de recursos economicos	40	60
Cambios en legislación perjudican	80	60
Obsolescencia tecnologica	20	40

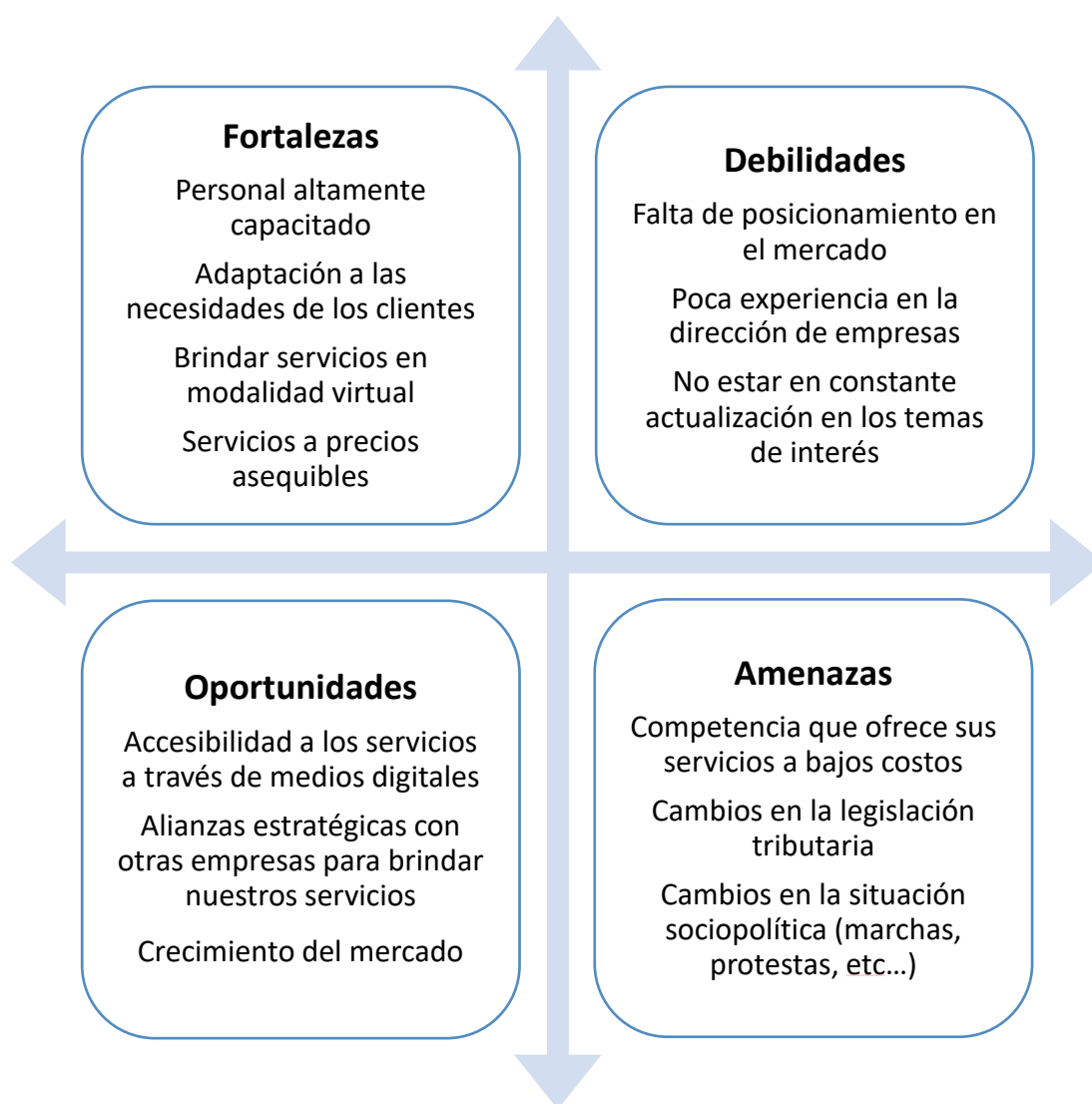


Fuente: Serrano Cinca C. (2015)

6.5 Planteamiento estratégico

El diagnóstico situacional FODA es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización, a partir del análisis de esas cuatro variables principales, con el fin de proponer acciones y estrategias para su beneficio. (Ramírez Rojas, 2009)

Tabla Análisis DOFA



6.5.1. Misión:

“Las declaraciones de misión facilitan las actividades de relaciones públicas y comunican a los clientes y a la demás información importante que se puede usar para construir confianza y relaciones a largo plazo” (Ferrell & Hartline, 2012)

Somos una organización dedicada a ofrecer soluciones oportunas, integrales y eficientes contando con los más altos estándares de calidad para garantizar la seguridad y confianza de nuestros clientes, aportando de esta forma una contribución significativa al desarrollo de la sociedad, con la implementación de las tecnologías de la información y de la comunicación.

6.5.2. Visión:

En el año 2026 ser reconocidos como una de las firmas líderes a nivel nacional, en la prestación de servicios jurídicos y contables, reconocida por su excelencia y eficiencia en los resultados obtenidos, destacados por el compromiso con la comunidad de bajos ingresos económicos.

6.5.3. Objetivos Estratégicos

1. Posicionarse en los próximos 5 años, como una de las mejores empresas de consultoría de Bucaramanga.
2. Implementar herramientas digitales para la optimización de las actividades de la empresa que logren una mejor realización de los servicios que ofrecemos.
3. Obtener una rentabilidad neta mínima del 16% en los próximos 5 años.
4. Contar con personal altamente calificado e eficaz para la prestación de nuestros servicios.

6.6. Plan de Operaciones

Es importante establecer los recursos que se necesitan para llevar a cabo la operación de la empresa:

INVERSION INICIAL

Tramites constitución empresa	250.000
Arriendo de oficina	1.500.000
Software contable	3.600.000
Equipos de oficina	12.000.000
Plataforma digital	8.500.000
Publicidad y mercadeo	3.000.000

Fuente: Elaboración propia

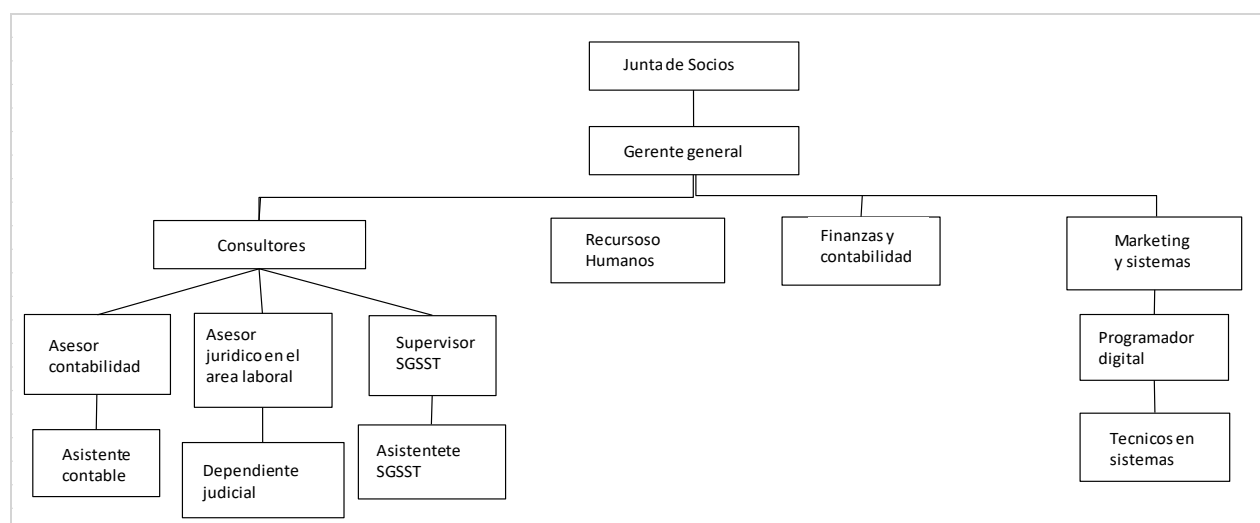
Infraestructura de oficina que tenga la capacidad para el personal y poder brindar los servicios presenciales.

Equipos de oficina como computadores, impresoras, teléfonos y papelería para el inicio de las operaciones.

Plataforma digital que permita la prestación de servicios por este medio, que cuente con dos usuarios: consultor y cliente para llevar el registro de los procesos asesorados.

6.6.1 Distribución del recurso humano

Figura1. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Plan financiero

Se proyectan los sueldos del recurso humano para que en los dos primeros años se puedan cubrir los siguientes salarios; gerente con un sueldo de \$2.500.000; asesores contables y jurídicos \$1.900.000; atención al cliente \$908.526; supervisor en sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo; marketing y sistemas \$908.526.

En la tabla 3 se estiman los gastos mensuales para la óptima operatividad del negocio, arriendo del local, hosting, publicidad, servicios públicos como agua, luz, internet; sueldo del personal, entre otros.

Tabla 3 Gastos de nomina

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	PRESTACIONES PARAFISCALES	GASTO TOTAL
Gerente	1	2.500.000,00	762.500	3.262.500,00
Atención al cliente	1	908.526,00	277.100	1.185.626,00
Asesor Contable	1	1.900.000,00	579.500	2.479.500,00
Asesor Juridico	1	1.900.000,00	579.500	2.479.500,00
Supervisor SGSST	1	1.600.000,00	488.000	2.088.000,00
Marketing y sistemas	1	908.526,00	277.100	1.185.626,00
TOTAL		9.717.052,00	2.963.700,00	12.680.752,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla gastos mensuales

GASTOS MENSUALES	
Mensualidad de alquiler local	1.500.000
Mensualidad de luz	130.000
Mensualidad de agua	45.000
Mensualidad de Internet	180.000
Mensualidad de transporte	100.000
Mensualidad de hosting	120.000
Sueldo del personal	9.717.052
Prestaciones y parafiscales	2.963.700
Otros gastos mensuales	300.000
Total	15.055.752

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Al desarrollar esta investigación se logró realizar una valoración frente a la importancia de estructurar un plan de negocios para el desarrollo de una empresa, teniendo en cuenta que esta permite una mayor organización y perfeccionamiento del modelo de compañía que se pretende crear. Además, facilita la estimación económica del capital que se requiere para llevar a cabo este tipo de emprendimiento tales como, inversión inicial, costos del recurso humano, valor gastos mensuales en la cancelación de servicios, arriendo del establecimiento de comercio, entre otras.

Del mismo modo, se pudo evidenciar que a pesar de la situación sociopolítica del país se espera una buena perspectiva del crecimiento económico en los próximos años, por lo que se puede estimar un aumento en la creación de empresas, sin embargo, se creó la necesidad de implementar las herramientas tecnológicas para que exista una mejor operatividad de la misma. Por este motivo, es viable la puesta en marcha el negocio propuesto, toda vez que muchas empresas emergentes requerirán de los servicios ofrecidos e incluiremos en este el uso de la tecnología para lograr potenciar nuestros servicios.

Bibliografía

- Arias Montoya, L., Portilla de Arias, L. M., & Aceveo Lozada, C. A. (2008). Propuesta metodológica para la elaboración de planes de negocios. *Scientia Et Technica*, vol. XIV.
- Arturo, M. C., & Morales Castro, J. A. (2014). Planeación Financiera. En M. C. Arturo, & J. A. Morales Castro, *Planeación Financiera* (pág. 7). México: Grupo Editorial Patria.
- Cámara Colombiana de Comercio electrónico. (2020). *Informe Comportamiento del Ecommerce en Colombia durante 2020 y perspectivas para 2021*. Bogotá, Colombia.
- Correa García, J. A., Ramírez Bedoya, L. J., & Castaño Ríos, C. E. (2010). La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*.
- Días, E. (2014). Plan de negocios Tarqutec, Cerámica de diseño. *UNCUYO- Universidad Nacional de Cuyo*.
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de Marketing, Quinta Edición*. Mexico, D.F: Cengage Learning, Inc.
- Gomez, B. (2018). El Riesgo Empresarial. *Revista científica de la Universidad de Cienfuegos*, 270.
- Gutiérrez Tobar, E. (2015). Impacto del comercio electrónico en las grandes y medianas empresas de la ciudad de Sogamoso Boyacá, Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, vol. XI.

- Mejía Quijano, R. C. (2013). Identificación de riesgos. En R. C. Mejía Quijano, *Identificación de riesgos* (pág. 33). Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones-MinTic. (2020). *Boletín Trimestral de las TIC*. Bogotá, Colombia .
- Ramírez Rojas, J. L. (2009). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. *Académico del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana*.
- Ricardo, H. B. (2013). Plan de Marketing: diseño, implementación y control . En H. B. Ricardo, *Plan de Marketing: diseño, implementación y control* (pág. 3). Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Weinberger Villaran, K. (2009). *Plan de Negocios: herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: USAID.