

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE CONSULTORIA FINANCIERA Y CONTABLE EN EL ÁREA METROPOLITANA DE
BUCARAMANGA ENFOCADA EN EMPRESAS EMERGENTES.

ESTUDIANTE

MANUEL FELIPE RUEDA YI

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROYECTO DE GRADO EN CONTADURÍA PÚBLICA

2020

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE CONSULTORIA FINANCIERA Y CONTABLE EN EL ÁREA METROPOLITANA DE
BUCARAMANGA ENFOCADA EN EMPRESAS EMERGENTES.

ESTUDIANTE

MANUEL FELIPE RUEDA YI

Trabajo presentado para optar al título de Contador Público

DIRECTOR

NYDIA MARCELA REYES MALDONADO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROYECTO DE GRADO EN CONTADURÍA PÚBLICA

Bucaramanga, Santander

2020

Tabla de Contenidos

Introducción	1
1. Planteamiento del problema	2
2. Justificación de la investigación.....	3
3. Objetivos	5
3.1. Objetivo general	5
3.2. Objetivos específicos.....	5
4. Revisión de la literatura.....	6
5. Marco teórico	8
5.1. Plan de negocio	8
5.1.1. Definición.....	8
5.1.2. Objetivo.....	8
5.1.3. Importancia.....	8
5.2. Consultoría contable y financiera.....	9
5.3. Revisoria fiscal	9
5.4. Empresas emergentes	9
5.5. Comercio Electrónico.....	10
6. Metodología	11
7. Productos y servicios.....	12
7.1. Establecimiento	12
7.2. Análisis DOFA.....	12
7.3. Servicios	13
7.4 .Valor agregado del servicio.....	14
8. Plan de mercadeo	15
8.1. Mercado potencial	15
8.2. Estrategia del servicio	17
8.3. Comunicación y distribución	18
9. Plan operacional	19
9.1 Infraestructura	19
9.2. Procedimiento del servicio	21

10. Estructura y organización.....	23
10.1. Organigrama.....	23
10.2. Constitución legal.....	25
10.3. Puesta en Marcha	26
11. Plan Financiero.....	27
11.1 Inversión inicial.....	27
11.2. Financiamiento del Proyecto.....	28
11.2.1. Préstamo a largo plazo	28
11.3. Activos Fijos	31
11.4. Activos Intangibles.....	32
11.5. Estimación de gastos	33
11.6. Estimación de crecimiento	35
11.7. Estado de Flujo de Efectivo proyectado.....	36
11.8. Estado de Resultados proyectado.....	37
11.9. Estimación de Viabilidad	37
11.9.1. Punto de equilibrio	39
11.9.2. Tasa interna de retorno.....	39
12. Conclusiones	40
13. Recomendaciones.....	42
14. Bibliografía	43

Listado de Tablas

Tabla 1. Empresas por municipio.....	15
Tabla 2. Gastos puesta en marcha	26
Tabla 3. Inversión inicial.....	27
Tabla 4. Capital	28
Tabla 5. Características préstamo.....	28
Tabla 6. Pagos préstamo.....	29
Tabla 7. Activos fijos	31
Tabla 8. Depreciación activos fijos	31
Tabla 9. Activos intangibles.....	32
Tabla 10. Depreciación activos intangibles.....	32
Tabla 11. Gastos mensuales	33
Tabla 12. Nomina.....	34
Tabla 13. Crecimiento	35
Tabla 14. Estado de Flujo de Efectivo	36
Tabla 15. Estado de Resultados Proyectado.....	37
Tabla 16. Utilidad estimada	38

Listado de figuras

Figura 1. Análisis DOFA	12
Figura 2. Empresas según tamaño.....	16
Figura 3. Sitio web de la compañía.....	20
Figura 4 Portafolio de servicios sitio web.....	20
Figura 5 Procedimiento de servicios	21
Figura 6 Organigrama	24

Introducción

Actualmente en Colombia, las nuevas generaciones están creando negocios a partir de ideas provenientes de su interés por emprender, sin antes asesorarse en temas contables y legales, razón por la cual no les permite analizar objetivamente su situación financiera, y con el tiempo se ven afectados por las entidades gubernamentales, generando retrocesos en la organización. Según la cámara de comercio de Bucaramanga se han registrado 7.704 nuevas empresas durante el primer semestre de 2020.

Por otra parte, la normativa actual para el rubro de la revisoría fiscal hace que se genere una constante exigencia en las empresas privadas, debido a que se encuentra escalonada en función del total de sus activos o ingresos anuales.

En este documento se encontrará la elaboración de un plan de negocios, basado en brindar soluciones financieras, contables y fiscales, dirigido a pequeñas y medianas empresas privadas y personas naturales, enfocado en empresas emergentes, satisfaciendo las necesidades de estas mediante la incorporación de los recursos tecnológicos para la optimización de los procesos a través del comercio electrónico y su vez cumpliendo con la normatividad vigente, la cual busca la formalización de estas empresas, definiendo el rumbo estratégico para generar sostenibilidad de las mismas a través del tiempo.

1. Planteamiento del problema

Según Shumpeter (2009), demuestra el emprendedor como un innovador y por lo tanto una parte fundamental del progreso económico lo cual es sumamente importante debido a que se puede deducir que, un mundo sin emprendedores es un mundo estacionario donde no existe ni puede existir el progreso económico.

Los emprendimientos principalmente se derivan a partir de ideas provenientes de alguna pasión o interés por emprender. Si se quiere tener una evolución exitosa es indispensable tener en cuenta que en cualquier grupo de trabajo se requiere tomar decisiones, buscar la opinión del experto, asignar recursos y tener un adecuado encaje de todas las partes involucradas de la estructura organizacional, lo anterior implica una necesidad de tener un equipo de profesionales contables y financieros con los cuales sea más factible la posibilidad de éxito de la actividad.

En el sistema global se establece la necesidad de determinar diferentes tipos de normatividades, las cuales van enfocadas a obtener el bienestar económico mediante la fluidez de la economía; de acuerdo con las cifras extraídas del Registro Mercantil de las Cámaras de Comercio y consolidadas por Confecámaras se informa que siete de cada diez empresas que se registran en Colombia quiebran a los cinco años de su registro, principalmente, debido a que las empresas no conocen el entorno o las normas y eso las lleva al fracaso. Esto derivado de que los emprendedores, por su nivel de ingresos, no tienen la capacidad económica para contratar un área de consultoría que los ayude en sus temas fiscales y tributarios.

2. Justificación de la investigación

Las pequeñas y medianas empresas son de particular importancia para el desarrollo económico, no solo por sus aportaciones a la producción y distribuciones de bienes y servicios, sino también por su flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos, la posibilidad de emprender proyectos innovadores y su gran potencial de generar empleo, sin embargo se enfrentan a importantes retos, debido a que están inmersos en un contexto de incertidumbre en el que se genera su modelo de negocio al tiempo que el mercado lo acepta y corrobora (García, 2016)

Basado en lo anterior surge un plan de negocios que se justifica desde la necesidad de disminuir los fracasos derivados de la falta de asesoría y consultoría en temas contables y legales, perfeccionando el desarrollo de estrategias, mercadeo y crecimiento, a partir de un valor agregado que permite ser asequible para una empresa que se encuentra en proceso de emerger.

Debido a la normatividad actual en el mercado de la revisoría fiscal hace que se genere una demanda que aumenta de manera constante debido a que se encuentra en función del total de sus activos o ingresos anuales, lo cual hace que su mercado sea activo. No obstante, hay gran cantidad de este tipo de empresas, de las cuales en ocasiones no cumplen con las expectativas del cliente o no es posible su asequibilidad, para el caso de las “big four” serían poco atractivas considerando el nivel de facturación de las empresas en éste nuevo segmento.

Por lo anterior y el valor agregado que se quiere presentar con este plan de negocios, se considera que la oferta es insuficiente para la nueva demanda que se está generando lo que representa una buena oportunidad de negocio.

La presente investigación se encontrará la elaboración de un plan de negocios, basado en brindar soluciones financieras, contables y fiscales, dirigido a pequeñas y medianas empresas privadas, y personas naturales, enfocado en empresas emergentes, las cuales recibirán un servicio que les permite la continuidad del negocio a través del tiempo.

Lo anterior, de la mano del outsourcing y herramientas que nos brinda el comercio electrónico permitiendo crear una propuesta atractiva la cual da como resultado poder brindar un servicio de asesoría y consultoría con servicio integral, personalizado y tarifas accesibles.

¿Cómo por medio de un plan de negocios de consultoría financiera y revisoría fiscal se observará una mejoría en el cumplimiento de las obligaciones legales y tributarias mediante un adecuado asesoramiento, brindado bajo opciones que permitan ajustarse a al presupuesto de los posibles clientes?

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para una empresa dedicada a la consultoría financiera y contable bajo la aplicación del comercio electrónico en el área metropolitana de Bucaramanga enfocada en empresas emergentes.

3.2. Objetivos específicos

- a) Identificar la literatura de planes de negocios sobre la cual se va a basar la ejecución de la investigación.
- b) Definir la estructura y los contenidos a aplicar en el plan de negocios propuesto.
- c) Desarrollar el plan de negocios basado en la investigación realizada.

4. Revisión de la literatura

Durante la investigación se acudió a artículos como “Guía para realizar investigaciones” el cual fue escrito por Raúl Rojas Soriano, de este pudimos encontrar la aplicación de la metodología de investigación documental y tipos de fuentes a las que se acuden en este tipo de metodología; por otra parte, el libro “Manual de investigación documental” el cual fue escrito por “Antonio Tena & Adolfo Rivas” demuestra una guía de cómo realizar investigaciones y la importancia de la investigación documental.

En la planeación de la investigación se consultaron artículos referentes a temas específicos como lo es el comercio electrónico, en el artículo “E-commerce and Small UK Accounting Firms: Influence of Marketing Style and Orientation” el cual demuestra como a través de un estudio en relación con la participación en el comercio electrónico, se puede esperar que las empresas de contabilidad empresarial adopten nuevas tecnologías de e-commerce; en el artículo “Accounting problems in e-commerce” en el cual su autora Anita Atanassova resume los problemas contables en el comercio electrónico y proponer algunas soluciones respecto a estos; el artículo titulado “Research on The Influence of E-commerce on Accounting Assumption” demuestra una iniciativa de cómo hacer que la contabilidad logre adaptarse al desarrollo del comercio electrónico mediante la promoción de la innovación de la contabilidad.

En el desarrollo de nuestra investigación sobre nuestro plan de negocios se pudo encontrar la tesis titulada “Plan de negocios para la creación e implementación de una empresa

de asesoría y consultoría integral para las PYMES” la cual fue escrita por Arenas Jarro, allí se encontró un plan de negocios muy completo en el cual se pudo corroborar la importancia de como este tipo de servicios puede impulsar los emprendimientos, mediante la sostenibilidad en el crecimiento y el desarrollo en el tiempo; al igual en el artículo “Modelo para la elaboración de un plan de negocios para las empresas pequeñas y medianas” escrito por Andrés Vargas Urzola, demuestra la importancia que ha cobrado este tipo de empresas conocidas con la sigla Pymes, y su contribución a la economía de Colombia; en el plan de negocios titulado “Consultores financieros y contables Cofico S.A.S.” escrito por Alver Muñoz y Pablo Figueroa, se encontró una previa investigación relacionada al tipo de plan de negocio a desarrollar, allí se contempla creación de una compañía de asesorías y consultorías formado por contadores públicos calificados precisando la posibilidad de asesorías y consultorías a entidades, buscando calidad, y disminuyendo costos en su funcionamiento.

Para el desarrollo del plan financiero se puso en conocimiento aspectos aprendidos en el transcurso de los estudios universitarios, basándose en gran parte en el modelo propuesto por Carlos Serrano Cinca profesor de Economía Financiera y Contabilidad en el Departamento de Contabilidad y Finanzas de la Universidad de Zaragoza, en este plan se expone como realizar el rubro financiero para un plan de negocios con énfasis en el comercio electrónico, resalta aspectos como el análisis de mercado, inversiones y gastos, financiación necesaria, rentabilidad, riesgos, entre otros.

5. Marco teórico

A continuación, se podrá encontrar con un acercamiento teórico el cual dan sustento de apoyo para el desarrollo de la propuesta de plan de negocio a desarrollar.

5.1. Plan de negocio

5.1.1. Definición

Un plan de negocio es instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo adecuado de una empresa, se usa como guía fundamental para la creación o crecimiento de esta. (Fleitman, 2000)

5.1.2. Objetivo

Documentar la idea básica que fundamenta una empresa y describir consideraciones relacionadas con su inicio y su operación futura, se podría decir que es una forma de pensar sobre el futuro del negocio. (Longenecker, 2001)

Esto da como resultado un documento se podría decir de planeación, el cual es escrito de manera clara y precisa.

5.1.3. Importancia

El plan de negocio nos ayuda a evaluar el funcionamiento de la empresa, así como los distintos caminos que tome sobre el escenario previsto, lo cual nos permitirá disminuir las contingencias que se presenten. (Fleitman, 2000)

5.2. Consultoría contable y financiera

La consultoría contable abarca el asesoramiento contable al personal de la empresa, y la elaboración de la misma contabilidad. La cual se puede complementar mediante la consultoría financiera la cual va de la mano solo que esta va enfocada en la toma de decisiones para lograr la adecuada rentabilización de sus recursos financieros.

5.3. Revisoría fiscal

Es un órgano de fiscalización al cual le corresponde dictaminar los estados financieros, revisar y evaluar sistemáticamente sus componentes y aseveraciones, así como los elementos que integran el control interno.

5.4. Empresas emergentes

Los emprendedores son quienes reforman o revolucionan el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. (Schumpeter, 1912)

Las empresas emergentes o startups se derivan principalmente de emprendimientos, que se encuentran en el proceso de poner en marcha un negocio recientemente establecido; En los últimos años ha tomado fuerza la concepción de la empresa emergente como una etapa de innovación que no necesariamente debe tener base tecnológica ni ciertas dimensionalidades; puede ser una PyME o comenzar directamente como una gran empresa. (Montoya, 2016)

5.5. Comercio Electrónico

Este tipo de comercio consiste en la compra y venta de productos o servicios a través de internet, tales como redes sociales y otras páginas web. En los últimos años se ha potenciado enormemente gracias a los avances tecnológicos, este mercado potencial es tan atractivo para una compañía de cualquier músculo o tamaño como para una pequeña PYME, un artesano, un colectivo o quien quiera que desee dar a conocer y vender sus productos o servicios a través de la red. (Castaño, 2016)

6. Metodología

Para esta investigación se utilizará la metodología de investigación documental, la cual se encuentra contenida en diversas observaciones, documentos o datos, en escritos de diversos tipos (Tena & Rivas, 1998). Para la aplicación de esta se acude a fuentes históricas, monográficas, información estadística que ya ha sido procesada y a aquellos documentos e investigaciones que existen sobre el tema que vamos a efectuar el análisis del problema (Rojas, 1976).

La investigación documental implica el análisis de documentos, por tanto, lo personal como lo subjetivo hacen que el elemento cualitativo sea característico en esta metodología de investigación (Tena & Rivas, 1998).

Para esta investigación, se partió de la metodología documental por lo que realizaremos la investigación sobre el plan de negocios de una empresa de consultoría financiera y revisoría fiscal a través de la revisión de material ya existente sobre el tema a tratar.

7. Productos y servicios

7.1. Establecimiento

Se pretende crear una empresa profesional de prestación de servicios de asesoría contable, tributaria, de control interno y revisoría fiscal, la cual brinde soluciones al segmento que se tiene como objetivo; las PYMES con especial enfoque en empresas que se encuentran en proceso emergente, dicha empresa se va a caracterizar por su eficiencia, accesibilidad y ética en el desarrollo de los servicios contratados.

Derivado de lo expuesto anteriormente, se tiene como objetivo establecer la empresa a través del tiempo de manera que se convierta en un socio estratégico de sus clientes creando vínculos a largo plazo y ser parte fundamental en su proceso de crecimiento, generando un equilibrio entre los intereses que se pretende la empresa y la satisfacción de los clientes.

7.2. Análisis DOFA

Figura 1. Análisis DOFA

Positivo	Negativo
<i>Oportunidades</i>	<i>Amenazas</i>
<ul style="list-style-type: none"> *Avances de las tecnologías de información. *Incremento del mercado *Autofinanciación, cuando se ejecute el plan de negocios será con recursos propios. *Servicios especializados. *El mercado es amplio. 	<ul style="list-style-type: none"> *Empezar de cero y ser nuevos en el mercado. *Alta competencia en crecimiento *Inflación creciente del país *Alto índice de evasión de impuestos

<i>Fortalezas</i>	<i>Debilidades</i>
*Tener conocimiento y pasión sobre los servicios a prestar. *Baja inversión de capital *Sector y ubicación geográfica central *Personal capacitados en los temas de interés *Mercado en base a precio	*Falta de confianza en los clientes por estar en proceso de incursionar el mercado. *Desconocimiento en el proceso de creación de una empresa. *Sin reconocimiento en el mercado

Fuente. Elaboración propia

7.3. Servicios

Los servicios brindarán soluciones reales y eficientes, perfeccionando las competencias de los colaboradores y propietarios de las entidades, generando cierta sintonía mediante la calidad y buenas prácticas de los servicios.

Inicialmente se ofrecerá el siguiente portafolio de servicios, el cual se proyecta complementar a través del tiempo:

Consultoría:

Servicios de consultoría gerencial

Servicio de consultoría fiscal y tributaria

Servicio de consultoría estratégica en creación y continuidad del negocio

Revisoria fiscal y auditoria:

Servicio de auditoría y revisoría fiscal a través del marco de principios y procedimientos básicos de las normas internacionales de Auditoría (NIAS).

Outsourcing:

Manejo de facultades contables (Contable, tributario, nómina)

Seguimiento y manejo de los entes de control.

7.4 .Valor agregado del servicio

Se busca que el servicio tenga diversos diferenciadores en el mercado tradicional, entre ellos se encuentra la administración de la modalidad outsourcing mediante el cual se pretende diseñar un servicio de manera personalizada satisfaciendo las necesidades de cada cliente al menor costo posible, permitiendo a los clientes concentrarse en sus procesos y funciones clave para su éxito.

Lo anterior, de la mano de las herramientas que nos brinda el comercio electrónico permitiendo crear una propuesta atractiva la cual da como resultado poder brindar un servicio de asesoría y consultoría con servicio integral, personalizado y tarifas accesibles dando alcance a gran parte del mercado.

8. Plan de mercadeo

8.1. Mercado potencial

Está dirigido a las MiPymes las cuales, según datos de la cámara de comercio de Bucaramanga, durante el primer semestre del año 2020 se han registrado 7.704 nuevas empresas, por otra parte, está dirigido a empresas en proceso emergente las cuales normalmente se componen de personas dedicadas a su labor, las cuales muchas veces no tienen conocimiento en temas contables y financieros, y no explotan de la manera adecuada su potencial.

Con el fin de identificar las condiciones del mercado potencial, se analiza la información presentada por la cámara de comercio de Bucaramanga para el primer semestre de 2020 y según esta información, se registraron 6.518 personas naturales y 1.186 sociedades.

Número de nuevas empresas registradas en el departamento de Santander, según cámara de comercio de Bucaramanga, primer semestre 2020.

Tabla 1. Empresas por municipio

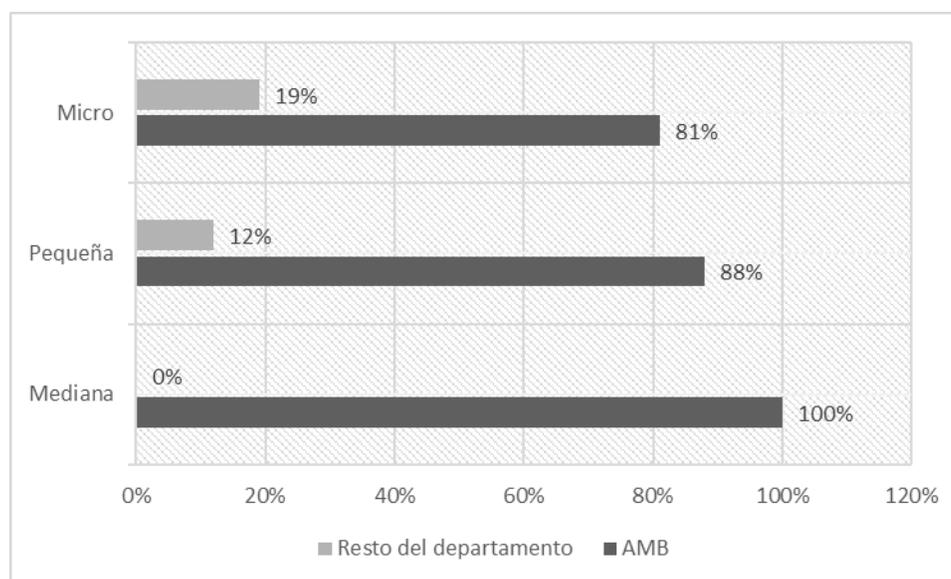
<i>Municipios</i>	<i>Personas Naturales</i>	<i>Sociedades</i>	<i>Participación</i>	<i>Total</i>
AMB	5.293	963	81%	6.256
San Gil	176	32	3%	208
Barbosa	143	26	2%	169
Socorro	118	21	2%	139
Málaga	65	12	1%	77
Otros	723	132	11%	855

Fuente. Cámara de comercio de Bucaramanga. Indicadores Económicos de Santander

Se puede observar que en el Área Metropolitana de Bucaramanga zona donde se planea desarrollar el presente plan de negocios se representa el 81,2% de nuevas empresas registradas en la región con un total de 6.256.

Distribución de las nuevas empresas según tamaño, Área metropolitana de Bucaramanga y el resto del departamento, primer semestre 2020.

Figura 2. Empresas según tamaño



Fuente. Cámara de comercio de Bucaramanga. Indicadores Económicos de Santander

Las microempresas son las de mayor participación en nuevos registros, representan el 99,6%, los otros tamaños tienen una participación poco significativa o nula; pequeñas empresas 0,4% y medianas 0,02%. El Área Metropolitana de Bucaramanga representa el 81,2% de nuevas empresas registradas.

Los sectores de mayor registro de nuevas empresas matriculadas fueron Comercio, hoteles y restaurantes con un 54,4%; servicios con un 21,1% e industria con un 10,7%.

Por otra parte, en Colombia cada vez es más notable la elección de emprender, Según un estudio realizado durante el presente año por Global Entrepreneurship Monitor el 68,7% de los colombianos consideran que emprender es una elección de carrera profesional deseable.

Según un estudio realizado por la Universidad Nacional de Colombia se evidenció que en Colombia existen 2.696 startups o empresas emergentes que se encuentran en su primera fase con un alto potencial de éxito, por otra parte, el estudio arrojó que estas se centran en áreas metropolitanas de Medellín, Cali y Bucaramanga.

Por otra parte, la investigación evidenció que el 89.13% de los startups son financiadas por recursos propios de cada creador como préstamos, ahorros, créditos e inversiones familiares, entre otros y solo el 10,87% recibe recursos de entidades gubernamentales, lo cual en cierta manera se convierte en un problema por no tener cierta estabilidad económica.

Con el presente plan de trabajo se pretende brindar servicios accesibles a este mercado el cual cuenta con gran potencial, pero en ocasiones su presupuesto no se ajusta para contratar los servicios tradicionales de consultoría contable y financiera, lo que se deriva en reprocesos y discontinuidad del negocio.

8.2. Estrategia del servicio

El cliente podrá decidir si los servicios ofrecidos por la empresa la contrata de manera permanente o por horas, depende se ajuste a su necesidad y presupuesto, lo anterior brindando

un servicio integral aprovechando los avances en las tecnologías de información lo que permite disminuir costos a través del comercio electrónico

La prestación de estos servicios requiere un alto nivel de conocimientos técnicos que se logra mediante la capacitación permanente de los empleados, los cuales deben generar confianza y respaldo al cliente.

8.3. Comunicación y distribución

La empresa pretende dar a conocer sus servicios en el área metropolitana de Bucaramanga mediante recursos publicitarios que permitan tener un acercamiento con los clientes potenciales y se les pueda exponer nuestra propuesta de valor y ventajas de contar con nuestros servicios, para de esta manera conseguir su fidelización.

Lo anterior se dará a conocer por medio de la obtención de un dominio que permita la creación de la página web por la que se prestaran los servicios de comercio electrónico, ejecutando una poderosa herramienta electrónica que permita mantener una estrecha relación con los posibles clientes, por otra parte se realizará la presentación del portafolio de servicios por medio de visitas a potenciales clientes y la participación en distintos eventos de interés que ocurran en la jurisdicción objetivo, a su vez ofreciendo un servicio de gran calidad que motive a nuestros clientes a recomendarnos aportando positivamente en nuestro proceso de expansión.

9. Plan operacional

9.1 Infraestructura

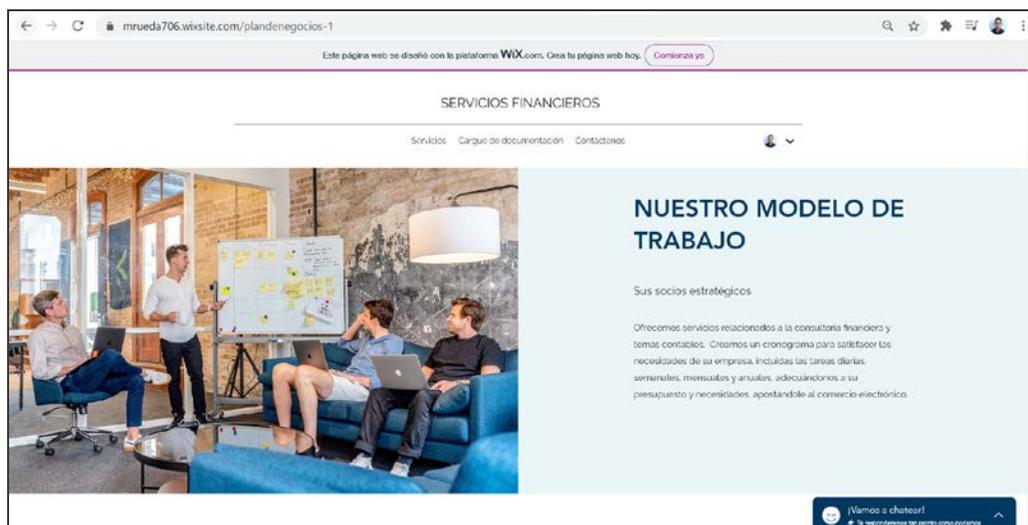
Derivado a la contingencia ocasionada por el COVID-19 se ha hecho cada vez más notorio los avances tecnológicos que implementan las empresas, lo que ha demostrado que en gran parte de estas no es necesario implicar una infraestructura física para su correcta operación, lo cual es muy beneficioso debido a que esto ofrece la oportunidad de obtener una ventaja de costos a través de la reducción de los costos operacionales, lo que traduce en un servicio a un valor más accesible para el mercado.

En los servicios contables la implementación y evolución del comercio electrónico se ha percibido en una evolución de la profesión debido a que ofrece una ventaja competitiva gracias a sus nuevas oportunidades de negociación, lo cual hará mejorar la eficiencia interna mediante el acceso a los recursos tecnológicos (I. Chaston &T. Mangles, 2010).

Se quiso apostar a prestar un servicio desde la modalidad de comercio electrónico el cual se ha convertido en el sector de más rápido crecimiento dentro de la economía mundial. Lo anterior garantizando la calidad y cumpliendo con las expectativas de los posibles clientes.

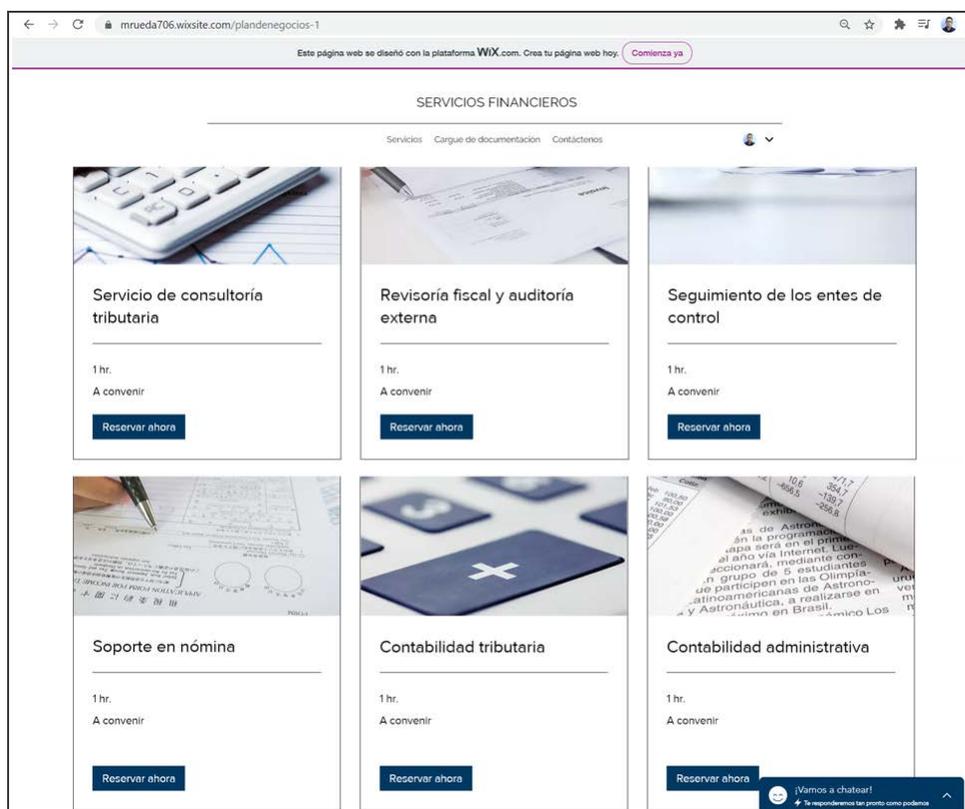
Teniendo en cuenta las condiciones de nuestro análisis DOFA realizado anteriormente, se comenzará con una plataforma reducida con las condiciones y características adecuadas que permitan prestar un buen servicio de acuerdo con el nivel de ventas inicial, para esto se presenta una plataforma web en la cual se podrá promocionar nuestro portafolio de productos y por otra parte realizar los procesos necesarios para ejecutar un trabajo por medio del comercio electrónico

Figura 3. Sitio web de la compañía.



Fuente. Elaboración propia

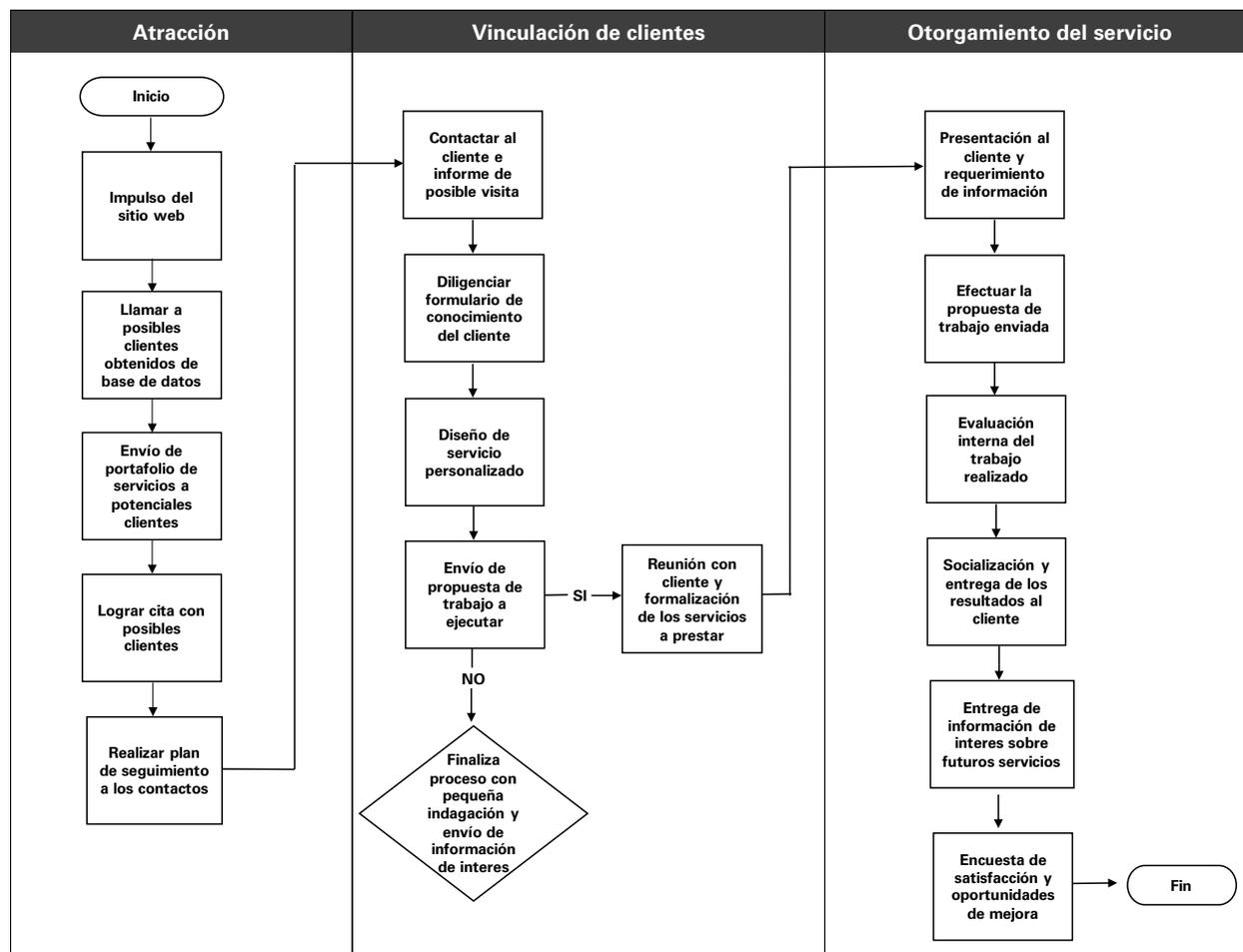
Figura 4 Portafolio de servicios sitio web



Fuente. Elaboración propia

9.2. Procedimiento del servicio

Figura 5 Procedimiento de servicios



Fuente. Elaboración propia

En el proceso de atracción se comienza desde el impulso web, allí se decidirá que recursos se van a utilizar para la promover la información, como resultado de esto se espera

obtener una base de datos de posibles clientes a los cuales se les ofrecerá el portafolio de servicios, para previamente lograr planear una cita.

En la vinculación de clientes, ya estaremos centrados en cuales desean adquirir los servicios, allí se conoce las necesidades del cliente para proceder a enviar una propuesta de trabajo personalizada acorde al rubro económico, político y legal donde el cliente desarrolla sus actividades, depende a la decisión del cliente se continua con el proceso o se finaliza en caso de ser rechazados.

En el punto que el cliente acepte la adquisición de los servicios se realiza la presentación formal de los servicios a prestar y se realiza el requerimiento de información con los soportes correspondientes para nosotros proceder a prestar el servicio. Se realiza una autoevaluación del trabajo realizado para proceder con su entrega y socialización con el cliente, para finalizar con un servicio que cumpla sus expectativas y nos permita conocer su opinión del servicio prestado y poder realizar las respectivas oportunidades de mejora que puedan aparecer en nuestro proceso.

10. Estructura y organización

Se comenzará con una estructura reducida de acuerdo con el nivel de ventas inicial, la cual a pesar de ser reducida podrá tener capacidad para dedicar tiempo a labores de visita a clientes potenciales y promoción de los servicios y generar crecimiento continuo.

10.1. Organigrama

Es un instrumento que permite distribuir los puestos que comprende la organización en función de la jerarquía. Es parte fundamental en toda empresa para comprender de forma general como se distribuye la autoridad mediante una visión integral en busca de eficiencia en todas las áreas (Montalván, 1.999).

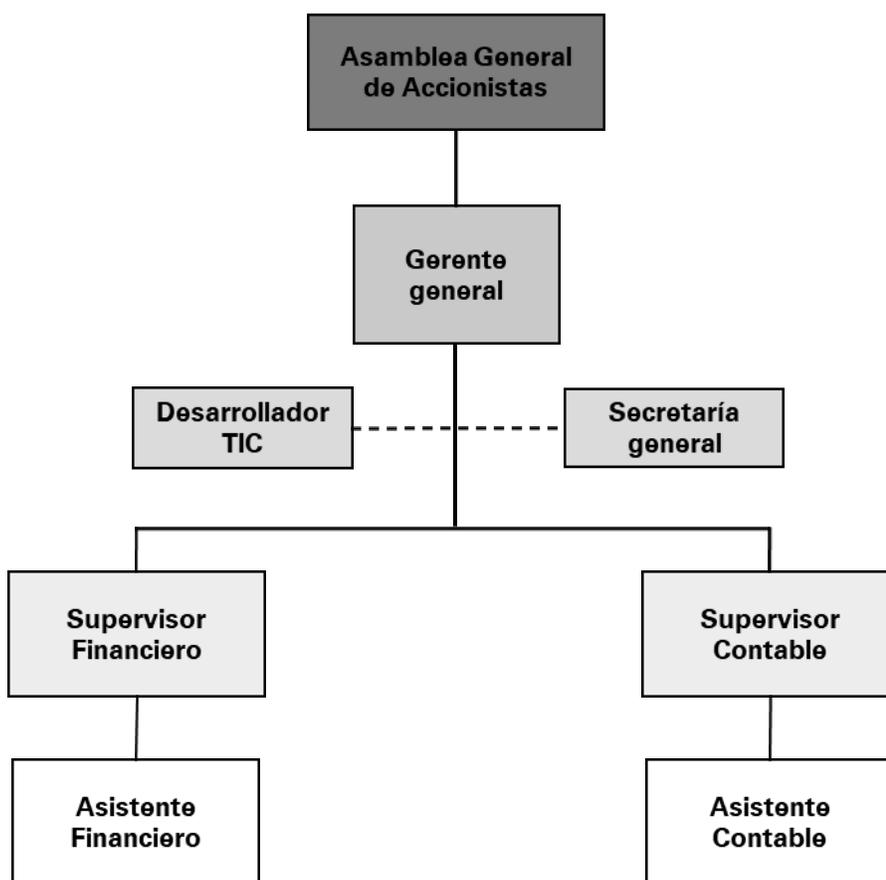
Para el plan de negocios se propone ejecutar el siguiente organigrama de acuerdo con los servicios a ofrecer, el cual relaciona los niveles jerárquicos y las funciones en la empresa. Sin embargo, se tiene presente el proceso de incursión en que se encontrará inicialmente la empresa, se espera seleccionar personal competente que puedan desarrollar multitareas debido a la estructura reducida al momento de iniciar.

La siguiente estructura organizacional tiene en el punto jerárquico la asamblea general de accionistas que se espera este comprendida de dos socios será los responsables de la gestión y evaluación de todas las operaciones de la compañía. Planearan y desarrollaran las metas a corto y largo plazo, el siguiente nivel se encuentra el gerente general quien va a trabajar de la mano con dos partes fundamentales de la empresa el desarrollador TIC quien se encargará de la supervisión y administración de los sistemas de la empresa, la infraestructura tecnológica y los equipos de comunicación mediante los recursos que nos brinda el comercio electrónico y la

secretaría general quien se va encargar de todo lo relacionado con vinculaciones y además asesorar la empresa en temas legales.

Por último, se encuentran quienes van a ejecutar el proceso que da el resultado final, se espera que sean personas con estudios en contaduría pública y títulos afines al área financiera, también se planea vincular aprendices que den un apoyo a la empresa y a su vez puedan desarrollar carrera en la misma.

Figura 6 Organigrama



Fuente. Elaboración propia.

10.2. Constitución legal

Se planea crear una sociedad por acciones simplificadas, este tipo de sociedad tiene origen en Colombia a través de la ley 1258 del 05 de diciembre del año 2008, uno de sus propósitos es otorgar una mayor flexibilidad al derecho societario y además brindar a los empresarios las ventajas que posee este tipo de sociedad, permitiendo que estas puedan diseñar los mecanismos necesarios para el manejo y ajuste a sus necesidades. Para el desarrollo de nuestro plan de negocios nos beneficia que para el registro de este tipo de sociedad posee una estructura flexible de capital ya que no se exige un monto mínimo de capital asignado, entre otros beneficios.

La constitución de una sociedad por acciones simplificadas por lo general se realiza mediante los estatutos. Es necesaria la inscripción de este documento en la Cámara de Comercio de Bucaramanga y los siguientes documentos: documento de identidad del representante y los socios, registro único tributario, diligenciamiento de los formularios del CIIU. (Cámara de comercio de Bucaramanga, 2020)

Por otra parte la ley 43 de 1990 establece que la Junta Central de Contadores es la responsable de ejercer la inspección y vigilancia de la profesión contable, por lo que se requiere tramitar la tarjeta de registro de entidades que presten servicios propios de la ciencia contable, para lo anterior requieren la siguiente documentación: documento de constitución, documento de identidad del representante y los socios, registro único tributario, certificado que demuestre la profesión u oficio de los accionistas, certificado de cámara de comercio y representación legal, y por último documento con logotipo y razón social de la empresa. (Resolución 973 del 23 de diciembre de 2015)

10.3. Puesta en Marcha

Para el plan de negocios inicialmente se planea ejecutar los tramites mencionados anteriormente, los cuales se ajustan a nuestras necesidades y al capital a invertir, por otra parte, la sociedad se va a componer de dos accionistas los cuales son Contadores públicos de profesión por lo que es viable la inscripción de la sociedad ante la Junta Central de Contadores.

Los siguientes son los gastos para la puesta en marcha de la empresa, los cuales son la inversión inicial para obtener el desarrollo esperado.

Tabla 2. Gastos puesta en marcha

<i>Gastos Puesta en Marcha</i>	
Autenticación en notaría (1)	10.350
Registro en cámara de comercio (1)	350.000
Formulario de registro (1)	4.000
Derecho de inscripción (1)	31.000
Certificados de existencia (1)	8.600
Inscripción en los libros (1)	10.300
Registro mercantil (1)	632.000
Tarjeta de registro profesional entidades (2)	4.302.000

Fuente. Cámara de Comercio de Bucaramanga y Junta Central de Contadores.

1 Procedimientos necesarios para poder registrar una sociedad por acciones simplificadas antes la cámara de comercio de Bucaramanga.

2 Inscripción de tarjeta de registro profesional para personas jurídicas que ejerzan servicios propios de la ciencia contable.

11. Plan Financiero

11.1 Inversión inicial

Tabla 3. Inversión inicial

<i>Inversión Inicial</i>	
Equipos de cómputo (1)	8.565.000
Equipos de telecomunicaciones	1.850.000
Presupuesto campañas marketing (2)	5.000.000
Software contable	3.500.000
Software gestión empresarial	2.350.000
Infraestructura tecnológica (2)	4.000.000
Equipos de fax y fotocopiadoras	1.350.000
Renta Coworking (3)	1.780.000

Fuente. Elaboración propia consulta sitios de venta.

1 Herramienta principal de trabajo de los colaboradores.

2 Gran parte de la inversión se enfocará en campañas publicitarias e infraestructura tecnológica, debido a que la operación de la empresa depende principalmente de estas partes, se espera desarrollar un dominio que tenga gran potencial para desarrollar de manera eficiente nuestros servicios de manera remota.

3 Se tiene planeado que todo el proceso de nuestro servicio se ejecute de manera electrónica, por lo que no es necesario tener de manera permanente una infraestructura física, sin embargo, se tiene en cuenta que los primeros meses o años se va a requerir por lo que se planea rentar un espacio coworking por termino indefinido hasta cuando ya se haya estabilizado el proceso de incursión y posicionamiento en el mercado.

11.2. *Financiamiento del Proyecto*

Para desarrollar el plan de negocios se va a contar con el aporte de capital de dos accionistas los cuales son contadores, para esto se espera que el proyecto sea financiado en un 40% por aportes de capital de los socios y en un 60% por un préstamo a largo plazo que uno de los accionistas consiguió con entidad bancaria.

Tabla 4. Capital

<i>Vinculado</i>	<i>Aporte Capital</i>	<i>Participación</i>
Accionista 1	10.000.000	20%
Accionista 2	10.000.000	20%
Préstamo Bancario	30.000.000	60%

Fuente. Elaboración propia.

11.2.1. **Préstamo a largo plazo**

El préstamo a largo plazo va a financiar el 30% de la empresa, se ejecutará mediante préstamo bancario de libre inversión a cinco años con las siguientes características:

Tabla 5. Características préstamo

<i>Préstamo</i>	
Monto a desembolsar	30.000.000
Periodo	5 años
Tasa efectiva anual	32,13%
Tasa efectiva mensual	2,35%
Cuota fija mensual	937.500

Fuente. Elaboración propia.

El préstamo a adquirir se amortizará de la siguiente manera el cual se espera pagar el total de la financiación en los próximos cinco años:

Tabla 6. Pagos préstamo

<i>Periodo</i>	<i>Inicial</i>	<i>Capital</i>	<i>Cuota</i>	<i>Intereses</i>	<i>Saldo</i>
1	30.000.000	232.780	937.500	704.720	29.767.601
2	29.767.601	238.248	937.500	699.252	29.529.353
3	29.529.353	243.845	937.500	693.655	29.285.509
4	29.285.509	249.573	937.500	687.927	29.035.936
5	29.035.936	255.435	937.500	682.065	28.780.501
6	28.780.501	261.435	937.500	676.065	28.519.065
7	28.519.065	267.577	937.500	669.923	28.251.489
8	28.251.489	273.862	937.500	663.638	27.977.626
9	27.977.626	280.295	937.500	657.205	27.697.331
10	27.697.331	286.880	937.500	650.620	27.410.452
11	27.410.452	293.618	937.500	643.882	27.116.833
12	27.116.833	300.516	937.500	636.984	26.816.318
13	26.816.318	307.575	937.500	629.925	26.508.743
14	26.508.743	314.800	937.500	622.700	26.193.943
15	26.193.943	322.195	937.500	615.305	25.871.748
16	25.871.748	329.763	937.500	607.737	25.541.985
17	25.541.985	337.509	937.500	599.991	25.204.476
18	25.204.476	345.438	937.500	592.062	24.859.038
19	24.859.038	353.552	937.500	583.948	24.505.486
20	24.505.486	361.857	937.500	575.643	24.143.629
21	24.143.629	370.357	937.500	567.143	23.773.272
22	23.773.272	379.057	937.500	558.443	23.394.215
23	23.394.215	387.961	937.500	549.539	23.006.253
24	23.006.253	397.075	937.500	540.425	22.609.179
25	22.609.179	406.402	937.500	531.098	22.202.777
26	22.202.777	415.949	937.500	521.551	21.786.828
27	21.786.828	425.719	937.500	511.781	21.361.109
28	21.361.109	435.720	937.500	501.780	20.925.389
29	20.925.389	445.955	937.500	491.545	20.479.434
30	20.479.434	456.431	937.500	481.069	20.023.003
31	20.023.003	467.152	937.500	470.348	19.555.851
32	19.555.851	478.126	937.500	459.374	19.077.725
33	19.077.725	489.357	937.500	448.143	18.588.368

<i>Periodo</i>	<i>Inicial</i>	<i>Capital</i>	<i>Cuota</i>	<i>Intereses</i>	<i>Saldo</i>
34	18.588.368	500.852	937.500	436.648	18.087.516
35	18.087.516	512.618	937.500	424.882	17.574.898
36	17.574.898	524.659	937.500	412.841	17.050.239
37	17.050.239	536.984	937.500	400.516	16.513.255
38	16.513.255	549.598	937.500	387.902	15.963.658
39	15.963.658	562.508	937.500	374.992	15.401.150
40	15.401.150	575.721	937.500	361.779	14.825.428
41	14.825.428	589.245	937.500	348.255	14.236.183
42	14.236.183	603.087	937.500	334.413	13.633.096
43	13.633.096	617.254	937.500	320.246	13.015.843
44	13.015.843	631.753	937.500	305.747	12.384.090
45	12.384.090	646.593	937.500	290.907	11.737.496
46	11.737.496	661.782	937.500	275.718	11.075.715
47	11.075.715	677.327	937.500	260.173	10.398.387
48	10.398.387	693.238	937.500	244.262	9.705.149
49	9.705.149	709.522	937.500	227.978	8.995.627
50	8.995.627	726.189	937.500	211.311	8.269.437
51	8.269.437	743.248	937.500	194.252	7.526.189
52	7.526.189	760.707	937.500	176.793	6.765.482
53	6.765.482	778.576	937.500	158.924	5.986.906
54	5.986.906	796.865	937.500	140.635	5.190.041
55	5.190.041	815.584	937.500	121.916	4.374.457
56	4.374.457	834.742	937.500	102.758	3.539.714
57	3.539.714	854.351	937.500	83.149	2.685.363
58	2.685.363	874.420	937.500	63.080	1.810.943
59	1.810.943	894.960	937.500	42.540	915.983
60	915.983	915.983	937.500	21.517	0

Fuente. Elaboración propia.

11.3. Activos Fijos

Los activos fijos que se requieren para poner en marcha la empresa corresponden a elementos básicos para su correcta operación, corresponden básicamente a equipos de computación y comunicación de los cuales se espera una vida útil de 5 años:

Tabla 7. Activos fijos

<i>Activos Fijos</i>	
Equipos de cómputo	8.565.000
Equipos de telecomunicaciones	1.850.000
Equipos de fax y fotocopiadoras	1.350.000

Fuente. Elaboración propia

Tabla 8. Depreciación activos fijos

<i>Activos Fijos</i>	<i>Depreciación/Amortización Anual</i>	<i>Depreciación/Amortización Mensual</i>
Vida útil	5 años	60 meses
Depreciación/Amortización	2.353.000,00	196.083,33

Fuente. Elaboración propia

Esta será parte de la inversión inicial, una vez iniciada la empresa se irá amortizando mes a mes hasta completar los 5 años cuando se deba renovar los equipos.

11.4. Activos Intangibles

Los activos fijos que se requieren para poner en marcha la empresa corresponden a elementos básicos que faciliten y conviertan óptimos y confiables los procesos que puedan ocurrir durante su operación, corresponden básicamente a programas de computador que no nos he posible desarrollar, de los cuales se espera una vida útil de 5 años:

Tabla 9. Activos intangibles

<i>Activos Intangibles</i>	
Software contable	3.500.000
Software gestión empresarial	2.350.000
Infraestructura tecnológica	4.000.000

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 10. Depreciación activos intangibles

<i>Activos Intangibles</i>	<i>Depreciación/Amortización Anual</i>	<i>Depreciación/Amortización Mensual</i>
Vida útil	5 años	60 meses
Depreciación/Amortización	1.270.000,00	105.833,33

Fuente. Elaboración propia.

Esta será parte de la inversión inicial, una vez iniciada la empresa se irá amortizando mes a mes hasta completar los 5 años cuando se deba renovar las licencias.

11.5. Estimación de gastos

Se tiene la siguiente estimación de gastos en que se pretende incurrir mensualmente para la correcta operación de la empresa:

Tabla 11. Gastos mensuales

<i>Gastos mensuales de operación</i>	<i>Valor</i>
Dominio web	47.500
Campaña publicitaria recurrente	970.000
Renta Coworking	1.780.000
Plan corporativo de comunicación	250.000
Viáticos y varios	140.000

Fuente. Elaboración propia y consulta web.

La empresa inicialmente contará con siete (7) colaboradores distribuidos de la siguiente manera (ver figura # organigrama); dos asistentes los cuales recibirán un salario de 877.803 más prestaciones cada uno, dos supervisores los cuales recibirán un salario de 1.350.000 más prestaciones cada uno, un desarrollador de tecnologías de información el cual recibirá un salario de 1.830.000 más prestaciones, una secretaria general el cual recibirá un salario de 1.500.000 más prestaciones y por último, un gerente general el cual recibirá un salario de 2.2500.000 más prestaciones en remuneración por su trabajo.

Tabla 12. Nomina

Cargo	Salario	Aux. Transporte	Cesantías	Intereses Cesantías	Prima
Asistente Contable	877.803	102.854	81.721	9.807	81.721
Asistente Financiero	877.803	102.854	81.721	9.807	81.721
Supervisor Contable	1.350.000	102.854	121.071	14.529	121.071
Supervisor Financiero	1.350.000	102.854	121.071	14.529	121.071
Desarrollador TIC	1.830.000	-	152.500	18.300	152.500
Secretaria General	1.500.000	102.854	133.571	16.029	133.571
Gerente General	2.250.000	-	187.500	22.500	187.500

Cargo	Vacaciones	Pensión	Salud	ARL	Caja Comp.
Asistente Contable	36.575	105.336	74.613	4.582	35.112
Asistente Financiero	36.575	105.336	74.613	4.582	35.112
Supervisor Contable	56.250	162.000	114.750	7.047	54.000
Supervisor Financiero	56.250	162.000	114.750	7.047	54.000
Desarrollador TIC	76.250	219.600	155.550	9.553	73.200
Secretaria General	62.500	180.000	127.500	7.830	30.000
Gerente General	93.750	270.000	191.250	11.745	90.000

Fuente. Elaboración propia, ministerio de trabajo de Colombia.

11.6. Estimación de crecimiento

A continuación, se presentan las estimaciones porcentuales que se esperan obtener en la siguiente proyección a cinco años:

Tabla 13. Crecimiento

<i>Periodo</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Ventas	5,0%	6,0%	8,0%	10,0%
Provisiones	2,0%	4,0%	6,0%	10,0%
Gastos de Personal	6,0%	7,0%	8,0%	9,0%
Gastos de Operación	8,0%	6,0%	4,0%	2,0%

Fuente. Elaboración propia.

Se estiman estos porcentajes según estudio del mercado, teniendo en cuenta el gran crecimiento del comercio electrónico se espera nos impacte positivamente las ventas de la empresa, además de otros factores como reconocimiento en el mercado y posicionamiento, por otra parte, se debe ir provisionando la renovación de los activos intangibles los cuales van en aumento ya que se espera que la empresa contenga cada vez un sistema con mayor potencial que permita optimizar los procesos. Los gastos de personal mantienen un porcentaje relativamente constante debido a que se espera que con el tiempo los colaboradores ganen experiencia y sean cada vez más productivos además del trabajo colaborativo con sistemas que cada vez aportan mayor beneficio en los procesos. Por último los gastos de operación comienzan a disminuir gracias al conocimiento y reputación que se pretende tener en el mercado, se podrán mantener constantes los gastos en cuestiones como las campañas publicitarias, entre otras.

11.7. Estado de Flujo de Efectivo proyectado

Posterior a los análisis y cálculos respectivos en función de la información arriba detallada, la proyección de este estado es:

Tabla 14. Estado de Flujo de Efectivo

<i>Estado de Flujo de Efectivo</i>						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos actividades Ord.	-	243.360.000	255.528.000	270.859.680	292.528.454	321.781.300
Depreciación	-	(3.623.000)	(3.623.000)	(3.623.000)	(3.623.000)	(3.623.000)
Provisiones	-	(3.623.000)	(3.912.840)	(4.147.610)	(4.313.515)	(4.399.785)
Salarios por pagar	-	183.755.340	194.780.660	208.415.307	225.088.531	245.346.499
Arrendamientos	-	1.780.000	1.869.000	1.962.450	2.060.573	2.163.601
Servicio telefónico	-	3.000.000	3.060.000	3.182.400	3.373.344	3.710.678
Viáticos y varios	-	1.680.000	1.713.600	1.782.144	1.889.073	2.077.980
Impuestos	-	8.455.499	8.691.949	9.265.641	11.133.666	14.548.721
Efectivo Provisto Opera.	-	191.424.839	202.579.369	216.837.332	235.608.671	259.824.695
Propiedad planta y equipo	(11.765.000)					
Intangibles	(9.850.000)	570.000	615.600	652.536	678.637	692.210
Constitución de la empresa	(5.348.250)	-	-	-	-	-
Marketing	(5.000.000)	11.640.000	12.571.200	13.325.472	13.858.491	14.135.661
Efectivo Provisto Inversión	(31.963.250)	12.210.000	13.186.800	13.978.008	14.537.128	14.827.871
Deuda largo plazo	30.000.000	11.250.000	11.250.000	11.250.000	11.250.000	11.250.000
Dividendos	-	5.150.167	5.294.187	5.643.618	6.781.415	8.861.494
Capital	20.000.000	-	-	-	-	-
Efectivo Provisto Financia.	50.000.000	16.400.167	16.544.187	16.893.618	18.031.415	20.111.494
Efectivo inicio periodo	-	18.036.750	41.361.743	64.579.387	87.730.109	112.081.350
Efectivo final periodo	18.036.750	41.361.743	64.579.387	87.730.109	112.081.350	139.098.590

Fuente. Elaboración propia

11.8. Estado de Resultados proyectado

Posterior a los análisis y cálculos respectivos en función de la información arriba detallada, la proyección de este estado es:

Tabla 15. Estado de Resultados Proyectado

<i>Estado de Resultados Estimado</i>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por actividades ord	243.360.000	255.528.000	270.859.680	292.528.454	321.781.300
Costos por servicios	184.325.340	195.396.260	209.067.843	225.767.169	246.038.709
Utilidad bruta	59.034.660	60.131.740	61.791.837	66.761.286	75.742.591
Gastos administrativos	6.460.000	6.642.600	6.926.994	7.322.989	7.952.259
Gastos de ventas	11.640.000	12.571.200	13.325.472	13.858.491	14.135.661
Depreciaciones	3.623.000	3.623.000	3.623.000	3.623.000	3.623.000
Amortizaciones	3.623.000	3.912.840	4.147.610	4.313.515	4.399.785
Utilidad operacional	33.688.660	33.382.100	33.768.761	37.643.291	45.631.886
Gastos financieros	8.065.936	7.042.861	5.691.060	3.904.910	1.544.851
Utilidad antes de impuesto	25.622.724	26.339.239	28.077.701	33.738.381	44.087.035
Impuesto sobre la renta	8.455.499	8.691.949	9.265.641	11.133.666	14.548.721
Utilidad Neta	17.167.225	17.647.290	18.812.060	22.604.715	29.538.313

Fuente. Elaboración propia

11.9. Estimación de Viabilidad

Según el modelo de negocio que se quiere desarrollar, el servicio a prestar se va a facturar por horas, por lo cual se utilizaran estas como base del estimado de los ingresos. Se espera capturar inicialmente 260 horas mensuales el cual es una capacidad adecuada respecto al

personal y la etapa de implementación en que se encontrará inicialmente la empresa donde podemos observar que la empresa.

Gasto financiero	672.161
Costos fijos mensuales	18.500.445
Costos promedio de hora	78.000

Tabla 16. Utilidad estimada

Horas Servicio	Ingresos	Costos fijos mes	Utilidad estimada
0	-	19.172.606	(19.172.606)
160	12.480.000	19.172.606	(6.692.606)
185	14.430.000	19.172.606	(4.742.606)
210	16.380.000	19.172.606	(2.792.606)
235	18.330.000	19.172.606	(842.606)
260	20.280.000	19.172.606	1.107.394
285	22.230.000	19.172.606	3.057.394
310	24.180.000	19.172.606	5.007.394
335	26.130.000	19.172.606	6.957.394
360	28.080.000	19.172.606	8.907.394
385	30.030.000	19.172.606	10.857.394

Fuente. Elaboración propia.

El gasto financiero está compuesto de la cuota bancaria a pagar por la financiación inicial, el costo fijo mensual por la sumatoria de los rubros anteriormente mencionados, por último, se estimó el costo promedio de hora según análisis de competidores, se quiso que fuera en base a un precio competitivo que este por debajo del mercado y permita captar la atención de nuestro mercado objetivo, como lo son las empresas emergentes.

Podemos observar como a partir de la facturación de 260 horas del servicio se comienza a ver utilidades, se espera que la empresa se aproxime a esa facturación en los primeros meses, mientras se logra posicionar y estabilizar sus procesos.

11.9.1. Punto de equilibrio

$$1 - \left(\frac{\text{Costos y gastos fijos}}{\text{Ventas totales}} - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}} \right)$$

Fuente. Elaboración propia

El punto de equilibrio se obtiene al facturar 246 horas de servicios al mes.

11.9.2. Tasa interna de retorno

= TIR(inversión inicial en negativo y flujo efectivo obtenido mensualmente)

=TIR(-50000000 23.324.993 23.217.644 23.150.722 24.351.240 27.017.240)

Fuente. elaboración propia. Ver tabla # Estado de Flujo de Efectivo

Para este plan de negocios tenemos una tasa interna de retorno del 38,017% lo cual nos indica que el proyecto es viable y conviene invertir en la empresa, además está sobre la tasa de intereses del prestamos con el que se pretende financiar. Debemos tener en cuenta que nos estamos basando en estimaciones de rendimientos futuras las cuales pueden variar positiva o negativamente en el tiempo.

12. Conclusiones

Con lo investigado anteriormente en la realización de este trabajo se permite culminar con las siguientes conclusiones:

Mediante el diseño del plan de negocios se pudo analizar como en Colombia el comercio electrónico en temas afines a la contaduría aún esta en proceso de desarrollo, sin embargo, es una de las industrias de más rápido crecimiento en el país, por lo que sería una opción viable invertirle a este tipo de negocio. Por otra parte, el mercado enfocado en las empresas emergentes demuestra un crecimiento comprometedor el cual busca rápidamente su consolidación, derivado de las contingencias que están ocurriendo actualmente.

Se pudo identificar una extensa literatura sobre los temas específicos que abordan esta investigación a través de los antecedentes aplicados por esta metodología la cual ofrece investigaciones claras, en cuanto a las necesidades de los servicios especializados en las empresas emergentes, y evolución de la ciencia contable en el comercio electrónico.

A través del desarrollo del plan de negocios basado en la investigación propuesta se tuvo claridad de cómo se pueden implementar estrategias de marketing y modelos de trabajo que nos permitan disminuir costos gracias al constante avance de la tecnología lo cual se traduce en optimización de procesos. Lo anterior, permitiendo la fijación de precios accesibles, entendiendo las limitaciones de las PYMES y empresas emergentes, lo cual nos permite ganar espacio en el mercado.

Concluyendo, se tiene en cuenta un aspecto importante que es la poca cantidad de capital inicial que se debe invertir, lo que a su vez se convierte en una amenaza alta de nuevos competidores, sin embargo, el mercado es grande y la cantidad de cliente tentativos es alto, permitiendo una oportunidad para este tipo de empresa, la creación de este modelo de negocios es viable y sustentable en el tiempo genera una tasa interna de retorno del 38,01%.

13. Recomendaciones

Se debe tener como prioridad la calidad, es un modelo de negocio relativamente nuevo por lo cual su reputación se convierte en gran parte de su valor agregado ya que de allí se define el crecimiento de la empresa, derivado de la percepción que los clientes tengan y den renombre en el mercado.

A pesar del desarrollo de los estimados del proyecto, se recomienda una constante actualización de las cifras basados en datos ya arrojados por la misma, ya que al ser un modelo de negocio nuevo es más propenso a generar desviaciones en sus estimados.

14. Bibliografía

- Chaston, I., & Mangles, T. (2010). E-commerce and Small UK Accounting Firms: Influence of Marketing Style and Orientation.
- Rojas, R. (1976). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México D.F: Plaza y Valdés S.A.
- Tena, A., & Rivas, R. (1998). *Manual de Investigación Documental*. México D.F: Plaza y Valdés S.A.
- Vargas Urzola, A. (2002). Modelo para la elaboración de un plan de negocios para las empresas pequeñas y medianas. *Estudios Gerenciales*, 18(82), 93-108.
- Figuroa Gualteros, P. A. y Muñoz García, A. D. (2018). Consultores financieros y contables “Cofico S.A.S.” (Trabajo de posgrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Ibagué.
- Ferreira-Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & desarrollo*, 23(107).
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
- Cámara de comercio de Bucaramanga (2020). *Indicadores económicos de Santander*
- Castaño, J. (2016). *Comercio Electrónico*. Madrid: Editex.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos: cómo empezar, administrar y operar*. México D.F: McGraw Hill.
- Longenecker. (2001). *Administración de pequeñas empresas*. México D.F: Thomson.
- Schumpeter. (1912). *Teoría del emprendimiento*.

Serrano Cinca, Carlos (2017): "Lecciones de Finanzas" <<http://www.5campus.org/ifinanzas>>

Durán, Y. (2015). Contabilidad bajo el enfoque de Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs). Estudio basado en la Pyme del sector salud privado, municipio Valera estado Trujillo Venezuela. *Visión Gerencial*, (1), 53-88.

Carrasco, C. A. P. (2011). Responsabilidad del contador público en la evaluación continua de las TIC en empresas con contabilidad On-Line. *Quipukamayoc*, 19(36), 185-194.

Lorenzo Cabezas, Y., Díaz Domínguez, T., & Gil Guerra, A. (2017). El proceso de formación de habilidades investigativo-laborales en los estudiantes de la carrera de Contabilidad y Finanzas. *Revista Cubana de Educación Superior*, 36(2), 157-168.

Beck Klein Germán (2016). Firma de auditoriafinanciera, consultoria de control interno, asesoramiento contable y tributario. Postgrados economia y negocios. Universidad de Chile.

Fernández, F. J. L., & Rodríguez, J. C. F. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (84).

Quintero Villamarín, S. Fomento de la mentalidad y cultura emprendedora mediante la estrategia de estudio de casos de emprendimiento en Bucaramanga y su área metropolitana.

Mantilla León, J. R. Generación de mentalidad y cultura empresarial mediante el estudio de casos de emprendimiento en Bucaramanga.

Ley 43 – 1990. (1998). Reglamentaria de la profesión de contador Público. Bogotá. LEGIS S.A.

Márquez, S. E. L., Reyes, Y. D. R. N., & Capote, E. M. S. (2013). La tecnología en la formación contable: un paso hacia el futuro. *Revista de ciencias sociales*, 19(2), 390-401.

Junta Central de Contadores. Tarjeta profesional del contador. Tramites y servicios

Jacinto, R. A. P., Quiñones, A. R., & Jara, K. G. (2010). Características de los investigadores relacionados con programas de contaduría pública y con temáticas relacionadas. Cuadernos de Contabilidad, 11(28).

Philip Kotler (2004). El marketing de servicios profesionales. Grupo planeta.

Belandria, A. G. (2017). Perspectivas de la contaduría pública en los tiempos de la era digital. Revista Visión Contable, (16), 96-119.

Montoya, D. (2016). Startup y Spinoff: definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento.

Arenas Jarro, E. M. A. (2017). Plan de negocios para la creación e implementación de una empresa de asesoría y consultoría integral para las Pymes en la Ciudad de Arequipa.

Atanassova, A. (2018). Accounting problems in e-commerce. Ekonomiczne Problemy Usług, 131(2/1), 19-30.

Liu, Z. (2017). Research on The Influence of E-commerce on Accounting Assumption. (MCEI 2017). Atlantis Press.