

**HOLDING FOMENTO EMPRESARIAL S.A.S.**

---



**Holding Fomento Empresarial**

STIVEN CAMILO CORREDOR GÓMEZ

LUIS FERNANDO DEVIA OJEDA

EDGARD IVAN ORTEGA VARELA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR  
CUN

CREACIÓN DE EMPRESAS 18 DE OCTUBRE 2020

## Tabla de Contenido

Compromisos del autor .....	4
Resumen Ejecutivo.....	5
Introducción.....	5
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos .....	6
Claves del éxito.....	6
Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.....	7
Objetivos de desarrollo sostenible .....	9
Teoría del valor compartido.....	9
Tecnologías disruptivas .....	10
Análisis del Sector.....	10
Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad .....	12
Árbol de problemas y objetivos.....	11
Descripción de la idea de negocio .....	17
Innovación .....	16
Fuerzas de la Industria .....	17
Contextualización de la empresa .....	18
Análisis de la demanda .....	17
Análisis de la Oferta.....	18
Análisis de la comercialización.....	19
Análisis de los proveedores .....	20
Segmentación del mercado .....	21
Propuesta de Valor .....	22
Diseño del Producto .....	23

Precio de Venta.....	26
Prototipo.....	27
Modelo runnig lean.....	28
Test prototipo del servicio.....	29
Encuesta.....	30
Resumen ejecutivo.....	38
Bibliografía .....	39

### **Índice de Tablas**

Tabla .....	12
Tabla 2.....	13
Tabla 3.....	14
Tabla 4.....	16
Tabla 5.....	20
Tabla 6.....	22
Tabla 7.....	24
Tabla 8.....	27
Tabla 9.....	29

### **Índice de Imágenes**

Imagen 1.....	23
Imagen 2.....	28

### **Índice de los gráficos**

Gráfico 1, 2 y 3.....	34
Gráfico 4 y 5.....	35
Gráfico 6, 7 y 8.....	36
Gráfico 9 y 10.....	37

Compromisos del autor

Yo Stiven Camilo Corredor Gómez identificado conc.c.1016110085 *Stiven Corredor*

---

Estudiante del programa Contaduría pública

Yo Edgard Iván Ortega Varela identificado con c.c. 79650676 *Iván Ortega*

---

Estudiante del programa Contaduría pública

Yo Luis Fernando Devia Ojeda identificado con c.c.1054559845 *Fernando Devia*

---

Estudiante del programa Contaduría pública

Declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

## Introducción general

Con el pasar de los años se ha ido propagando la idea de que crear una empresa en Colombia específicamente en la ciudad de Bogotá la cual será el foco de nuestro proyecto es una batalla frecuente contra el fracaso y es que actualmente nos encontramos en una situación de estancamiento económico y social en el cual las mipymes suelen ser las más afectadas.

Estadísticamente las empresas nacientes en Colombia especialmente las que no cuentan con un capital amplio o con una base establecida suelen fracasar en sus primeros años de vida ya sea por diversos motivos tales como baja rentabilidad, dificultad de cara a adentrarse al mercado, falta de innovación en sus procesos o por fallas en sus procesos de marketing.

En base a esta problemática que nos atañe surgió nuestra idea de negocio la cual se puede resumir en asesorías a nivel tanto económico como publicitario y financiero nuestro principal objetivo con esta organización es ayudar a nuestros clientes a establecer su empresa en un mercado como el capitalino con todos sus factores y complicaciones.

Abordaremos nuestro proyecto de la forma más profesional y ética posible buscando con esto mejorar aspectos como la situación económica de los pequeños empresarios y en base a esto lograr generar empleos. Además de esto ayudar a mejorar la situación económica tanto de la capital como de la nación.

Recurrimos a estrategias de análisis a cada componente de las empresas de nuestros clientes buscando optimizar su rendimiento dichos componentes serían principalmente:

- Publicidad
- Ventas
- Calidad
- Manejo Web

Nos centraremos en micro, pequeñas y medianas empresas principalmente del sector comercial que ya sea por ser nuevas en el mercado o por ser empresas estancadas tanto social como económicamente no logran cumplir los objetivos que se han planteado.

### Objetivos

Nuestro principal objetivo tanto a corto como a largo plazo es el de darnos a conocer mediante servicios de primera calidad con resultados óptimos. Pará con esto llegar a una mayor cantidad de clientes aumentando nuestras líneas de distribución y aumentando progresivamente nuestra influencia en el mercado. Tendremos un marcado compromiso para con el cumplimiento de los objetivos económicos y sociales de cada uno de nuestros clientes lógicamente siempre teniendo control de nuestra propia rentabilidad.

### Claves para el éxito

Consideramos que la principal clave para nuestro éxito será el compromiso con todos y cada uno de nuestros clientes, el conocimiento empeño y profesionalidad que le pondremos a cada uno de nuestros servicios esperamos se verá reflejado en los resultados y la rentabilidad de la organización.

## 1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

SI bien el mercado capitalino tiene un gran número de falencias de cara a la creación y estabilización de las empresas en base a nuestro análisis nos enfocaremos en tres factores

- Desconocimiento del mercado: Para nadie es un secreto que la inexperiencia y la falta de conocimiento la mayoría de veces juega en nuestra contra con factores como mala gestión financiera, fallas al plantear la idea de negocio o simplemente a la falta de preparación de los empresarios.
- Situación económica: La situación de Colombia en aspectos económicos no es muy prometedora con una moneda devaluada, una dependencia del petróleo y la exportación de materias primas dejando la industria nacional relegada, un agro bastante afectado y con una distribución del capital bastante inequitativa. Esto hace que la creación de empresas nuevas sea desoladora e incierta esto hace que crear empresa ya no sea una opción tan viable lo cual a su vez conlleva a continuar la recesión debido a que los empleos son suministrados en casi el 70% de la nación los proveen las mipymes.
- Capacidad de adaptabilidad: Por último la capacidad de los empresarios para adaptarse a las necesidades de los consumidores los cuales cada vez son más exigentes, y el poco o nulo conocimiento de las tics lo cual no les permite estar a la vanguardia en sectores como el e-commerce. La renuencia al cambio y la innovación les juega una mala pasada al momento de establecer una fidelización con el cliente.

Estrategias que planteamos

De cara a las falencias expuestas previamente nuestra organización aplicará una serie de estrategias como:

- Clarificación de cara a la idea de negocio.
- Capacitaciones en temas de tics, mercado, canales de distribución, rentabilidad e innovación.
- Optimización del sector financiero de las empresas.
- Divulgación y asociación de las empresas con nuevos clientes, proveedores y otros.
- Aplicación de plataformas virtuales en pro de mejorar su visibilidad.

#### 1.1 Objetivos del desarrollo sostenible

Con nuestro proyecto buscamos cumplir objetivos de desarrollo sostenible como

\*Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Mediante nuestro proyecto buscamos apoyar a las nuevas organizaciones a cumplir sus objetivos tanto económicos como sociales y a su vez ayudando a superar el estancamiento de la economía colombiana lo cual consideramos está fuertemente ligado con este objetivo del desarrollo sostenible.

\*Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.

También buscamos cumplir este objetivo del desarrollo sostenible a una escala menor ya que nuestra organización busca mejorar la situación económica de las mipymes en Bogotá y esto a su vez conllevará a la creación de miles de empleos reduciendo progresivamente la pobreza.



## 1.2 Teoría del valor compartido

Nuestra organización además de generar lógicamente una rentabilidad propia busca fuertemente generar un gran beneficio tanto en la sociedad como en cada uno de nuestros clientes siendo influenciados por la teoría del valor compartido de Michael Porter buscamos que cada uno de nuestros clientes ofrezcan a su vez la mejor calidad de productos y generar una competitividad sana y justa que dinamice el mercado también en la medida de lo posible fomentamos la creación de productos eco amigables. En base a todos estos aspectos valorizar nuestra moneda de cara al mundo, generar empleos y ayudar al desarrollo económico de la región y el país.

Se aplica igualmente la teoría del valor compartido en el apoyo a los profesionales independientes, permitiendo una colaboración mutua que añade valor a ambas partes de la relación.

## 1.3 Tecnologías disruptivas

Sin lugar a dudas el Internet y la tecnología han marcado el desarrollo de los procesos económicos en lo que va del siglo y considerando el estancamiento en el que se encuentra actualmente nuestra economía consideramos que la aplicación de estas herramientas tecnológicas es imprescindible en el desarrollo de nuestra actividad por esto mismo las usaremos durante procesos de marketing, análisis de información y toma de decisiones así mismo capacitaremos a nuestros clientes en el uso de plataformas virtuales e e-commerce.

## 1.4 Análisis del sector económico Político:

- Legislación tributaria específica para las mipymes.
- Honorarios gravables.
  - Normas de calidad ISO 9001. Económico
  - Proyecto financiado por capital privado.

- Crecimiento entre el 12 y 15% en el sector de la consultoría en los últimos ocho años.
- El sector de servicios tiene una participación del 51,1% del PIB colombiano (Mincomercio, 2020)

#### Social:

- La preocupación e incertidumbre por la pandemia en el sector empresarial.
- El aumento de la demanda por parte de las empresas en términos de asesoría y consultoría.
- Nueva cultura de la asesoría debido al aumento de la competencia y de la necesidad de ser competente en el mercado actual.

#### Tecnológico:

- Desarrollo continuo de software especializado para el manejo de problemas en distintas áreas de las organizaciones.
- La tecnología actual permite tener al alcance de todos medios masivos de comunicación, publicidad, marketing y posicionamiento en el mercado.
- El sector de los servicios ha aumentado un 27% su demanda a través del comercio electrónico ("Colombia: Estos son los sectores más beneficiados por el e-commerce | América Retail", 2020)

#### Ecológico:

- Todas las normas y legislaciones vigentes básicas aplicables al sector.

## 2.1 Árbol de problemas y objetivos

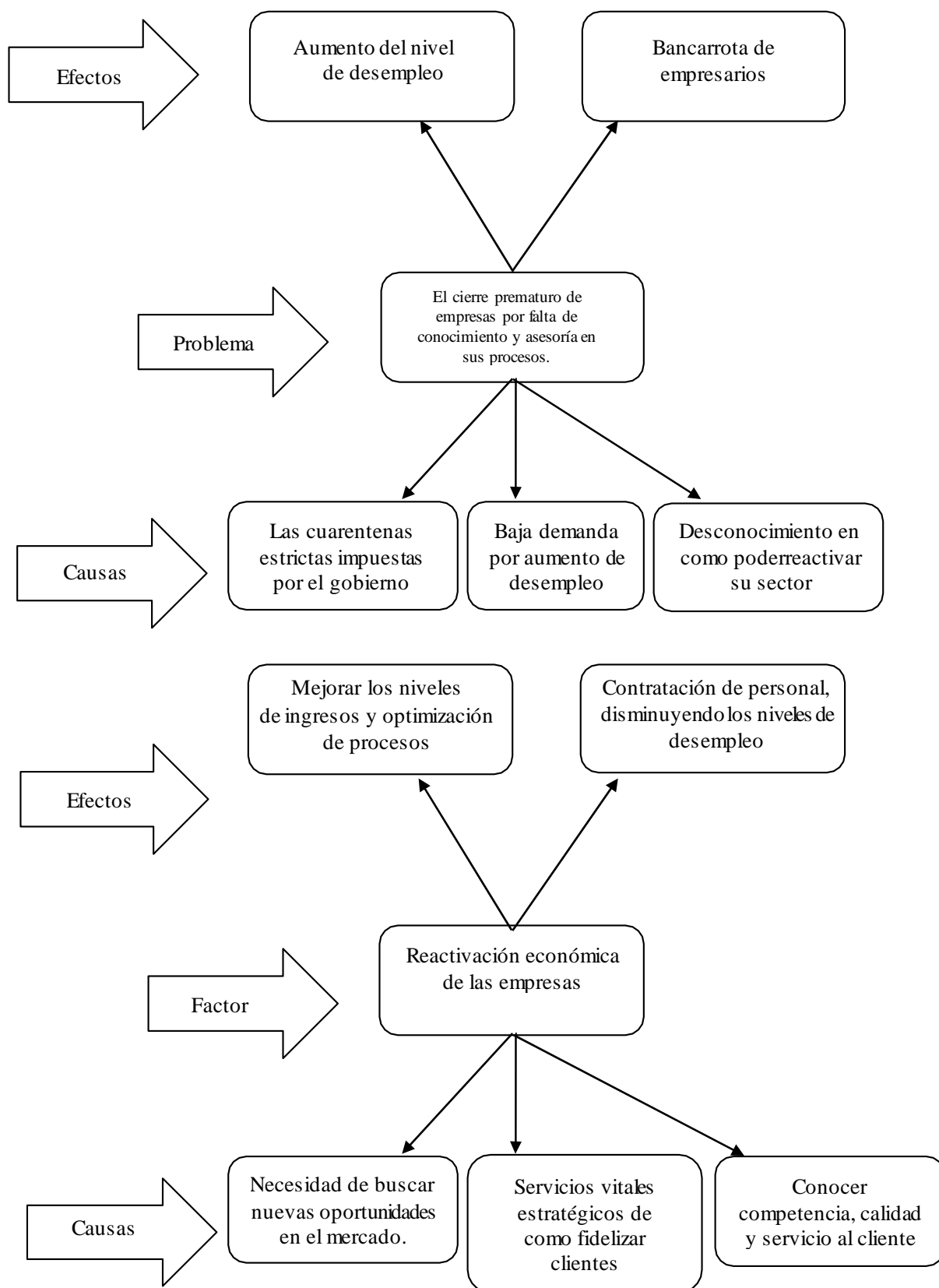


Tabla 1. Árbol de problemas

### LLUVIA DE IDEAS:

- Guiar las pymes en su proceso de reactivación económica.
- Incentivar a las personas a seguir con sus negocios en estos momentos de pandemia.
- Ayudar a que pequeñas y medianas empresas se reinventen.
- Como manejar la virtualidad para pymes en tiempos de pandemia.
- Ideas para que su negocio no deje de generar rentabilidad en la situación actual de la economía mundial.
- Utilización de redes sociales y plataformas para brindar un servicio virtual.
- Acompañamiento en el posicionamiento y reconocimiento de su marca y empresa.
- En un proceso a mediano y largo plazo ir tomando posicionamiento a nivel nacional como empresa de servicio en asesorías para pymes.
- Innovar a nivel nacional con nuestro proyecto de asesoría para ayuda de otras empresas en tiempos difíciles

INTERES/DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION		
	A (F)	B (V)	C
-La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	5	5
-No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	5	5
-Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	5	5
-Considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando	1	5	5
# TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	4	20	80
			100

Tabla 2. Intereses

## 3. ESTRUCTURA DE NEGOCIO

<p>¿Cuál es el producto o servicio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Es una idea que nace por la situación actualmente que estamos viviendo a nivel mundial, referente con la pandemia la covid (19) la cual en la actualidad ha golpeado fuertemente la economía mundial y con ello la de nuestro país. Reflejado en sus pequeñas y sus medianas empresas existentes</li> <li>➤ en Colombia. Con este servicio de conferencias virtuales para la reactivación de la economía con mensajes de motivación y superación para pequeñas y medianas empresas que están viendo afectados sus ingresos, su estabilidad laboral, emocional y familiar.</li> </ul>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cliente potencial en el desarrollo de nuestro proyecto de empresa son las (pymes) pequeñas y medianas empresas existen en la ciudad de Bogotá, con el cual daremos a conocer métodos para reactivación en sus negocios</li> </ul>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La necesidad la evidenciamos día a día con el desarrollo de la pandemia en nuestro país la cual tuvo parte de la economía nacional quieta durante un lapso de 6 meses. En este periodo muchas (pymes) se han tenido que reinventar y otras han ido a la liquidación total por falta de proyectos o servicio como el que queremos dar a conocer con</li> </ul>

	diferentes métodos de superación para estas empresas a nivel Bogotá para que no se declaren en liquidación total. Así seguir generando más empleos
¿Cómo funciona el producto o servicio?	➤ servicio va a funcionar por medio de Nuestro plataformas virtuales y redes sociales en los cuales daremos conferencias, acompañamientos y estrategias de como reinventarse en tiempos de pandemia o como mejorar los ingresos de sus negocios por medio de redes sociales y plataformas, con métodos de marketing digital
¿Por qué lo preferirían	➤ porque es un proyecto el cual innovador para estos tiempos de pandemia, el cual algunas (pymes) no tienen esa idea de reinventarse o de utilizar las tics. Para hacer que sus empresas tengan una mejor rentabilidad y con ello evitar su liquidez

Tabla 3. ESTRUCTURA DE NEGOCIO

¿Cómo a través de una asesoría y consultoría a la cual pueda acceder cualquier mypime interesada se puede impulsar e incentivar el crecimiento y la optimización de los procesos dentro de la empresa?

CREAR	TEMA U OBJETIVO	CARACTERISTICAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Un servicio de conferencias, para ayudar a la reactivación de las (pymes). En la actualidad por temas de la pandemia la covid (19) y en un futuro como enfrentar problemáticas parecidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El objetivo de este proyecto de servicios es incentivar a los empresarios. Para implementar diferentes recursos en sus empresas para evitar ir a la liquidación total. Con métodos como el uso de redes sociales, plataformas y marketing digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Es un proyecto que a corto, mediano y largo plazo generará rentabilidad.</li> <li>○ Porque nace de la necesidad de las pymes por, querer reactivar los ingresos en sus empresas y así evitar una quiebra total. Es un proyecto con visión a mediano y largo plazo.</li> </ul>

USUARIOS.	VERBO INSPIRADOR	PROPOSITO INPIRADOR.
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Empresarios de pequeñas y medianas empresas que estén pasando por momentos difíciles en los ingresos de sus compañías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Brindar acompañamiento a nivel Bogotá. A las (pymes) que en la actualidad pasan por momentos difíciles, porque están viendo sus ingresos afectados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hacer que los empresarios de las (pymes) a nivel Bogotá, implementen diferentes métodos y estrategias para sus reactivaciones económicas a nivel empresarial y volver a tener ingresos rentables en sus compañías</li> </ul>

Tabla 4. Descripción del Negocio

Brindar un servicio de acompañamiento, asesoría y consultoría a las mypimes de la ciudad de Bogotá con el fin de garantizar la competitividad, escalabilidad, sustentabilidad y autogestión de dichas organizaciones.

#### 4. Innovación

Uno de los puntos más fuertes que se tendrá con respecto a la innovación en el sector de la consultoría es el de la asequibilidad para todas las compañías, implementando por decirlo así un modelo low cost en el sector, esto con el objetivo de eliminar las altas barreras económicas existentes en el mercado de la asesoría causante de que muchos pequeños proyectos se conserven empíricos y por lo tanto no cuenten con las herramientas ni conocimientos necesarios para escalar la compañía garantizando así no solo supervivencia en el mercado sino reconocimiento y mayor participación en el mismo.



## 5. Fuerzas de la Industria

A través del análisis de las fuerzas de la industria se evaluarán varios de los factores externos que a su vez permiten identificar oportunidades y amenazas y a su vez sacar provecho de las primeras y tomar acción con respecto a las últimas.

### 4.1. Contextualización de la empresa

La empresa lleva como razón social Holding Fomento Social S.A.S. Sus actividades económicas son la CIIU 7020 y 7310 relacionadas con las actividades de consultoría de gestión y actividades relacionadas con la publicidad respectivamente (Cámara de Comercio, 2020). La compañía se cataloga como una microempresa puesto que en primera instancia no superarán los 1.131 millones de pesos correspondientes al tope de ingresos en las empresas de servicios. (Bancoldex, 2020)

### 4.2. Análisis de la demanda

Las influencias internas que se encuentran en el consumidor son la preocupación actual por sus negocios y empresas muy relacionada con el tema de la pandemia y la crisis económica actual no solo del país sino a nivel mundial, del mismo modo la tendencia que siguen las nuevas empresas a fallar en puntos clave en los primeros cinco años lo que hace que el 90% de las mismas no superen ese tiempo de constitución.

Como influencias externas se considera el alto volumen de competidores en los distintos sectores del mercado lo cual lleva a las empresas a evaluar sus procesos para así encontrar ventajas competitivas que permitan sobresalir y aumentar su participación en el mercado. Del mismo modo la necesidad de innovación en cualquier sector y la optimización de procesos dentro de la compañía son factores importantes para los consumidores de este tipo de servicios.

En los últimos ocho años el sector de la consultoría en Colombia ha crecido a una tasa de alrededor 12 a 15% anualmente, lo que significa incrementos considerables e importantes

para un sector económico, para el año en curso se prevé que ese crecimiento frene un poco debido a la disminución en el consumo por parte de los hogares y por tanto de los recursos de las empresas, sin embargo también se encuentra un punto positivo en ello y es que esa volatilidad empresarial en todos los sectores económicos y la transformación digital de los mismos encierran grandes oportunidades para las consultorías ("Consultoría Empresarial - Colombia", 2020).

En Bogotá hay 720.849 microempresas y el año anterior esta cifra aumentó en un 14%, como emprendimiento inicial se busca abarcar un 0,1% del mercado de estas mipymes en Bogotá (Bogotá, 2020), con lo cual se buscará llegar a unas 721 microempresas en el primer año.

#### 4.3. Análisis de la Oferta

Para el análisis de la oferta del sector de la consultoría se ha tomado como referencia las tres empresas líderes en el mercado en la ciudad de Bogotá. Estas presentan estrategias diversas para contar con tal posicionamiento y reconocimiento, entre ellas encontramos algunas como la personalización del cliente, las empresas de consultoría líderes hacen un trabajo 100% personalizado a las necesidades de las empresas que asesoran haciendo un seguimiento continuo y planes totalmente enfocados en las necesidades de las mismas. Tienen una fuerte presencia en medios empresariales, saliéndose un poco de los canales habituales de publicidad, sin olvidar el posicionamiento en medios digitales e incluso en redes sociales profesionales tales como Linkendin.

PWC Asesores se ubica como la empresa líder en consultoría en la ciudad de Bogotá teniendo un porcentaje de participación en el mercado del 12,19%. En segundo lugar se encuentra SGS Colombia con un 7,94% y en tercera posición se ubica AON Affinity con un 7,31% del mercado. En este sector se puede observar que los factores principales para competir son el reconocimiento y los resultados obtenidos luego de la asesoría creando una reputación en todo el sector, no es un medio en el cual influyan de una manera importante los costos, sin

embargo como compañía se busca añadir un diferencial y es una asesoría para mypimes, una asesoría más “democrática” a la que puedan acceder un mayor número de empresas, las cuales no podrían acceder a servicios normales de consultoría dado sus elevados costos. Este sería un punto diferencial e innovador en el sector de la consultoría empresarial.

Debido a nuestro enfoque y segmentación del mercado se optará por un marketing más tradicional como campañas publicitarias dirigidas a los emprendimientos nacientes, redes sociales tradicionales y visitas a las instalaciones de las empresas. Un factor muy importante tomado de las estrategias de las grandes compañías líderes del sector será el acompañamiento y asesoría totalmente adaptada a las necesidades de cada empresa sin generalización alguna. Como empresa será de suma importancia tener personal capacitado en todas las áreas y relacionados con todos los sectores a los que pertenezcan los clientes para así poder adaptarse a cualquier cambio que se genere ya sea en el sector de la consultoría o al sector perteneciente de la compañía contratante.

Competidor	Ventaja Competitiva	Ubicación
PWC Asesores	Marca posicionada – Reconocimiento en el sector – Resultados positivos	Bogotá
SGS Colombia	Posicionamiento de la marca – Planes 100% personalizados	Bogotá
AON Affinity	Reconocimiento de la marca - Acompañamiento permanente al cliente	Bogotá

Tabla 5. Competidores

#### 5.4. Análisis de la comercialización

Analizando el estilo de comercialización de los tres principales líderes del sector mencionados en el apartado anterior se encuentran varias características interesantes: El servicio que se ofrece es totalmente personalizado, se evita a toda costa la generalización,

una vez se estudia y analiza las características y necesidades del cliente se procede a realizar

un completo conjunto de recomendaciones, soluciones y propuestas que beneficien a la empresa contratista.

En este sector es muy variable el contenido del servicio que se entrega al cliente al igual que el costo del mismo, esto debido a que las necesidades de cada compañía son diferentes al igual que las soluciones que pueden estar al alcance de las mismas, por lo tanto las tarifas, los servicios y los plus de cada uno son muy diversos, por ello las empresas consultoras cuentan con un amplio portafolio de posibilidades que les permiten brindar soluciones de todo tipo a cualquier compañía, esto da como resultado que las mismas se centren en crear una reputación en el mercado ya que esa es la mejor herramienta de marketing para la mayoría de ellas.

Es un servicio dirigido especialmente a grandes compañías que tienen el poder adquisitivo para contratar dichos servicios y que demandan soluciones eficaces para cuestiones, necesidades y problemas de alta categoría.

### 5.5 Análisis de los proveedores

El principal recurso de la compañía es el talento humano y software especializado. La selección del personal será un eje fundamental de la compañía, se tendrá en cuenta el conocimiento y preparación en el tema requerido y la experiencia en el sector a trabajar. Con el fin de optimizar este proceso se realizarán alianzas con distintas empresas tipo “bufetes” de profesionales especializados en diversas ramas, así como con universidades y profesionales independientes que cumplan con el perfil solicitado.

En el tema de software se emplearán los principales sistemas de cada rama añadiendo poco a poco al portafolio según las necesidades de cada cliente.

## 5. Segmentación del mercado

Como se mencionó anteriormente es un sector con muchas variaciones, los servicios y costos están muy relacionados con las necesidades y posibilidades del cliente, sin embargo el segmento se encuentra muy bien definido y son las mipymes de la ciudad de Bogotá, por lo tanto a pesar de que los servicios serán factor del mismo cliente en un principio se ofrecerán las mejores posibilidades al más bajo precio posible, manteniendo siempre para las empresas una excelente relación costo-calidad.


 <p>MIPYMES</p>	<p>Miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Intensa competencia en el mercado actual.</li> <li>-Seguir la tendencia de las empresas nacies las cuales no superan los cinco años de actividad.</li> <li>-Costos excesivos por falta de optimización en las distintas actividades y procesos de las empresas.</li> </ul>	<p>Deseos, necesidades, anhelos y sueños.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Éxito en su sector.</li> <li>- Crecimiento continuo y mayor participación en el mercado.</li> <li>- Acceso a asesoría a un costo al que puedan acceder y que posteriormente se traduzca en utilidades mayores para la empresa.</li> </ul>
<p>Mypimes ubicadas en la ciudad de Bogotá.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mayor asesoría y consejería.</li> <li>-Mayor capacitación al personal de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Los altos costos de las asesorías y consultorías tradicionales.</li> <li>-Altas barreras de entrada para los emprendimientos y microempresas.</li> </ul>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>“Una asesoría es muy costosa, no es algo a lo que una microempresa pueda acceder”</p> <p>“Solo son para grandes empresas”</p> <p>“Una asesoría adecuada puede ser la clave del éxito”</p>	
<p>Otros Factores a tener en cuenta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Servicios sustitutos como la asesoría brindada por las universidades.</li> <li>-La nueva tendencia en productos y servicios low cost.</li> </ul>	

Tabla 6. Segmentación

## 6. Propuesta de valor

La propuesta de valor de la compañía se realiza con base al esquema mostrado a continuación:

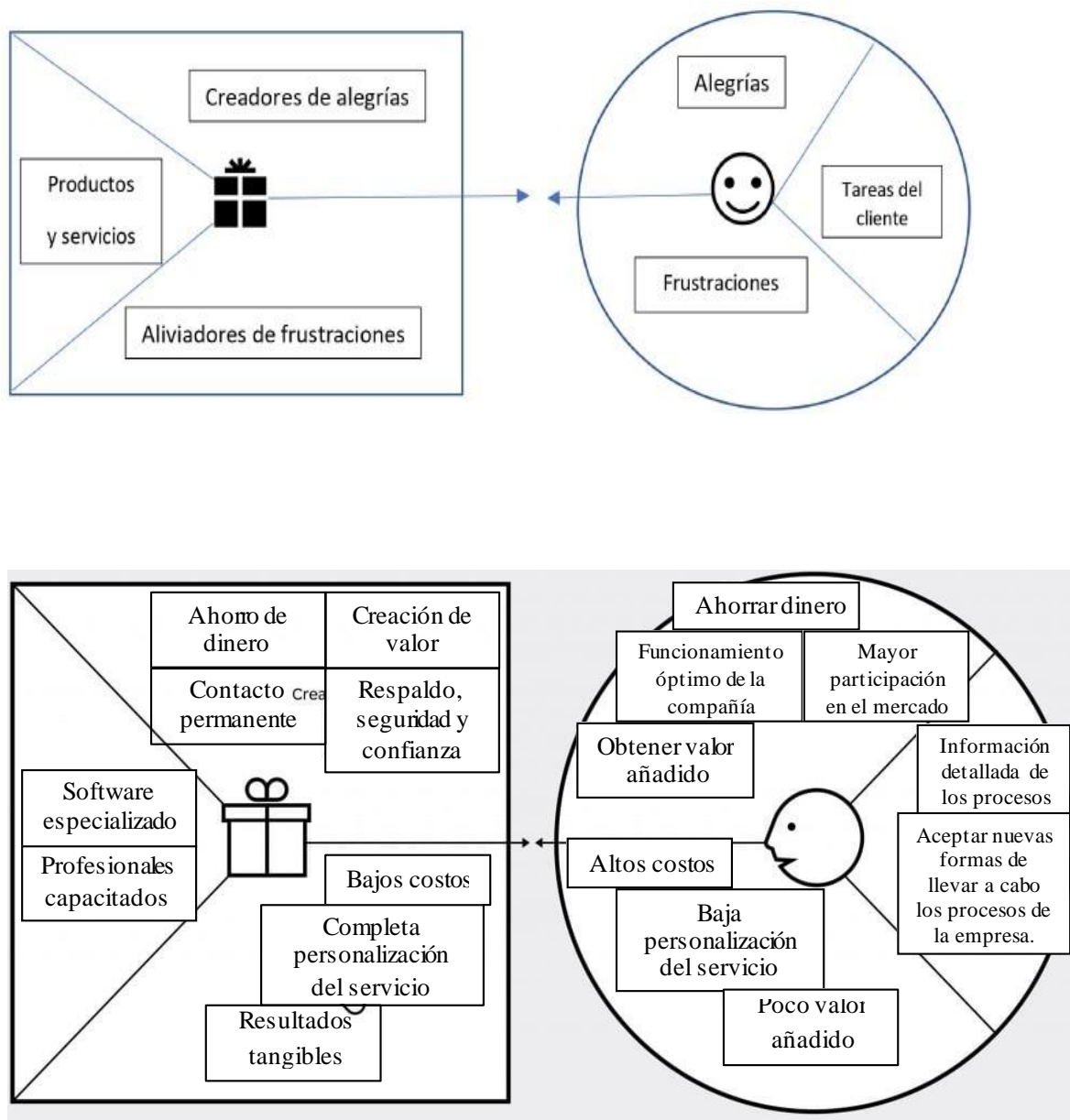


Imagen 1. Propuesta de Valor

Se puede observar como después de desarrollar cada factor del esquema se logra un emparejamiento entre el perfil del cliente y el mapa de valor ofrecido por la empresa, esto permite que se cumplan con las expectativas del consumidor y además se supla con las necesidades

expresadas por el mismo, así como al servicio ofrecido adaptarse y ajustarse al cliente final.

## 7. Diseño del producto

En este proceso se caracterizará el servicio que la compañía va a ofrecer teniendo en cuenta las ideas desarrolladas hasta el momento. En el diseño se analizará la mejor manera de proporcionar el servicio y a su vez en que el cliente supla a cabalidad sus necesidades y expectativas sobre el mismo.

### 7.1. Ficha Técnica

Por medio de la ficha técnica del servicio se enseñan detalles, características y requisitos del mismo.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
<b>Ficha Técnica Asesorías y consultorías HOLDING FOMENTO EMPRESARIAL S.A.S.</b>		
<b>SERVICIO</b>	Asesorías y consultorías	
<b>USUARIOS</b>	Mypimes de la ciudad de Bogotá	
<b>NORMAS ASOCIADAS</b>	Normas de gestión de asesorías y consultorías en Colombia.	
<b>EMPRESA OFERTANTE</b>	Holding Fomento Empresarial S.A.S	
<b>DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO</b>	Orientación, diseño e implementación de estrategias preventivas, correctivas, de acción y/o de mejora que aseguren la competitividad, escalabilidad, sustentabilidad y autogestión de las organizaciones.	
<b>NECESIDADES EXPECTATIVAS CLIENTE</b>	<b>Y DEL</b>	Apoyo en el proceso de diseño e implementación de estrategias preventivas, correctivas, de

	acción y/o de mejora para así asegurar la competitividad, escalabilidad, sustentabilidad y autogestión de su empresa.
<b>REQUISITOS TÉCNICOS</b>	Software especializado
	Profesionales capacitados
<b>REQUISITOS DE OPORTUNIDAD</b>	Tiempo de entrega según lo acordado mediante contrato legalizado por las partes.
<b>REQUISITOS AFINES Y ADICIONALES</b>	Según lo acordado mediante contrato legalizado por las partes.
<b>RESPONSABLE DE APROBACIÓN DEL SERVICIO</b>	Dirección y gestión de proyectos.
<b>PUNTOS DE CONTROL</b>	Informes periódicos de seguimiento
	Planes de corrección y mejoramiento
	Control de resultados
	Evaluación de satisfacción del cliente

Tabla 7. Ficha Técnica

## 7.2. Ciclo de vida

Actualmente el sector de la asesoría y la consultoría se encuentra en una etapa de crecimiento en el país. Tomando los datos y estadísticas ya presentadas anteriormente donde destaca el crecimiento de entre un 12 y 15% en los últimos ocho años y teniendo en cuenta el aumento en la creación y formalización de nuevos emprendimientos, negocios y empresas se puede afirmar que este sector aún se encuentra en una fase de crecimiento. El mercado de las consultorías es relativamente reciente en el país, muchas empresas no habían tomado consciencia de la necesidad de acompañar sus procesos y optimizarlos por medio de consultoría profesional, esto debido a cierta estigmatización de este sector y de las altas barreras de acceso al mismo principalmente para las mypimes en lo que a costos se refiere. Sin embargo los baches económicos, el aumento de la competencia y la automatización y optimización cada vez mayor de los procesos



hace que las empresas tengan la necesidad de dejar el empirismo y ser más profesionales en sus prácticas, por supuesto una de las formas de lograrlo es a través de la evaluación, control y asesoría de terceros profesionales que puedan brindar toda la experiencia y herramientas requeridas para que las organizaciones puedan implementar las estrategias adecuadas que le permitan corregir, mejorar y optimizar sus procesos, para que de esta manera adquieran una mayor visibilidad, competitividad, participación, escalabilidad sustentabilidad y autogestión del mercado.

Por estas razones Holding Fomento Empresarial S.A.S cree que el sector de la consultoría es un mercado en expansión, en etapa temprana de crecimiento que genera grandes oportunidades de ampliación y diversificación de oferta en el sector.

#### 8. Precio de venta

De acuerdo con la Cámara Colombiana de Infraestructura la cual llevo a cabo un estudio de las tarifas promedio de las consultorías se ha establecido que un profesional devenga un salario de \$2.000.000 por proyecto en el que participa. (Cámara Colombiana de Infraestructura, 2019). En el área administrativa se emplearan cinco personas las cuales estarán encargadas de la compañía y el seguimiento a los proyectos, estas devengando un salario de \$1.700.000 lo que representa un costo para la empresa de \$2.567.000. Teniendo en cuenta que en el primer año se estima trabajar con 721 microempresas en promedio son 60 mensuales, por lo tanto los costos de mano de obra por proyecto serían:

<b>Cargo</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Profesional 1</b>	\$2.000.000
<b>Profesional 1</b>	\$2.000.000
<b>Administrativos</b>	\$213.917
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	\$4.213.917

Tabla 8. Costo Mano de obra

$$\text{Administrativos} = (2.567.000 * 5)/60$$

En materiales incluiremos el software necesario para llevar a cabo un proyecto, de esta manera en promedio un software especializado tiene un costo anual de US\$1.000 lo que traducido a pesos colombianos son alrededor de \$3.848.00. Teniendo en cuenta que al año se realiza trabajo con 721 microempresas y que en promedio una agencia de consultoría maneja 18 tipos de situaciones yempresas se establece que se van a contratar 18 software diferentes, lo que da como resultado:  $18 * 3.848.000 = 69.264.000$

$$\frac{69.264.000}{721} = 96.100$$

Por último los costos indirectos del servicio se estiman alrededor de un 40 % del costo total, por lo tanto la tabla de costos queda de la siguiente manera:

<b>Costos de Servicio</b>	
<b>Costo unitario de materiales</b>	\$96.140
<b>Costo unitario de mano de obra</b>	\$4.213.917
<b>CIF</b>	\$1.724.023
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	\$6.034.080

Tabla 9. Costo Servicio

Teniendo en cuenta el costo en el que incurre la compañía por la prestación de un servicio se procede a establecer un costo aproximado del valor de venta del mismo, tomando una utilidad del 40% el precio de venta final sería de:

\$10.056.800

Es muy importante tener en cuenta que esto es solo un valor de referencia puesto que el costo real del servicio va a estar muy determinado por las necesidades, requerimientos y expectativas del cliente, la complejidad del proyecto y el tiempo del mismo, entre otros factores que influyen en el costo del servicio final.

## 9. Prototipo

Con este brochure se busca dar a conocer la finalidad misma del servicio. Este

actuará como la documentación impresa y digital que informará acerca de la empresa y del servicio.

**ASESORIAS EMPRESARIALES**

**Holding Fomento Empresarial**

**Quienes Somos**

*Los mejores aliados estratégicos para el fomento empresarial.  
Buscamos crecer junto a ti.*

- Creamos redes con tus contactos. clientes y allegados.
- Desarrollamos ideas prácticas y novedosas para cualquier nuevo o antiguo proyecto.
- Haremos realidad cualquiera de los objetivos que se planteen a corto, mediano y largo plazo

**Estrategias Comerciales:**

- o Creación y Administración de eventos (Promociones, descuentos, etc.) que conllevan a la fidelización de la clientela.
- o Organización de Domicilios y Pedidos.
- o Actualización constante de base de datos.

**Nuestros Métodos**

- Difusión de promociones periódicamente.
- Crearemos enganches y cerraremos sus tratos.
- Ampliamos su mercado y sus ventas con estrategias comerciales novedosas.
- Televentas mediante plataformas virtuales y telefónicas.

- Construcción de marca, logotipo y posicionamiento de marca.
- Mensajes y llamadas directas a clientes.
- Definimos y logramos objetivos.
- Publicidad de su marca visual y audiovisualmente

Diferentes formas de enganche al cliente, según su necesidad y personalidad.

Direccionamiento a clientes con mayor posibilidad de compra y continuidad con tu negocio.

Cuidamos de sus clientes, asesoramos y atendemos quejas y reclamos.

Nuevas oportunidades de negocio, encuestamos y brindamos soporte técnico.

Imagen 2. Brochure

11. Modelo Running Lean de la empresa \_\_HOLDING FOMENTO EMPRESARIAL S.A.S

<p><b>Problema</b></p> <p>El principal problema que enfrentamos en nuestro proyecto es la incapacidad de las mipymes para posicionarse en el mercado Capitalino lo cual conlleva a la deserción de estas y una desaceleración de la economía</p>	<p><b>Solución</b></p> <p>Nuestra propuesta de valor que nos presenta una ventaja competitiva contra otras empresas de este sector se define en Accesibilidad al servicio y personalización de nuestro servicio lo más acorde posible a las necesidades del cliente</p>	<p><b>Propuesta de Valor única</b></p> <p>Nuestra propuesta de valor que nos presenta una ventaja competitiva contra otras empresas de este sector se define en Accesibilidad al servicio y personalización de nuestro servicio lo más acorde posible a las necesidades del cliente</p>	<p><b>Ventaja injusta</b></p> <p>personalización: trabajo y dedicación para cada servicio ofrecido buscando siempre suplir las necesidades de manera optima  Calidad: buscando siempre los mejores resultados para el cliente tanto a corto como largo plazo.  Precio: siempre buscaremos hacer nuestro servicio accesible para todas las mipymes que por cuestión de capital no pueden acceder al servicio. Siempre manteniendo los máximos estándares de calidad</p>	<p><b>Segmento de clientes</b></p> <p>nuestro segmento de clientes esta claramente definido y serán las mipymes ubicadas en la ciudad de Bogota</p>
	<p><b>Métricas Clave</b></p> <p>as Métricas claves en las que enfocaremos nuestro producto dado que es la principal especialidad de la empresa serán aspectos financieros, publicidad y posicionamiento</p>		<p><b>Canales</b></p> <p>Manejamos plataformas digitales y laborales además de redes sociales sumado a un local físico en donde se atenderá cualquier duda o inquietud</p>	
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p>los principales costos que deberemos afrontar serán los sueldos de nuestro personal añadido a esto arriendo y uso del software especializado, en menor medida podemos incurrir en gastos de transporte, papelería entre otros.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Manejaremos un flujo de ingresos dinámico y que dependerá netamente de las necesidades de nuestros clientes los cuales serán nuestra principal fuente de ingresos</p>		

## 12. Test prototipo del servicio

### 12.1 Objetivo de la investigación

El objetivo de esta investigación será indagar las principales problemáticas que se presentan al momento de entrar en el mercado capitalizó para las MiPymes y en base a esto identificar estrategias que lleven al óptimo desempeño de nuestra empresa brindando un servicio de calidad, cumpliendo las necesidades y objetivos de nuestros clientes a cabalidad.

12.2 Realizaremos una investigación cuantitativa mediante la herramienta de la encuesta buscando obtener aspectos claves para la validación de nuestro servicio y mediante ella identificar patrones de conducta en el mercado que nos permitan cumplir nuestros objetivos de forma eficaz

### 12.4 Tamaño de la muestra

Pará determinar el tamaño de la muestra, es decir el número de encuestas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información

La cantidad de MiPymes en el mercado capitalino según datos de la cámara de comercio es de alrededor de 720. 849 dada

Determinamos un nivel de confianza del 95% y un porcentaje de error permisible del 8% en la fórmula de la muestra

Aplicaremos la fórmula de la muestra para cantidades infinitas ya que se superan con creces los 100.000 de población la cual es:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{0.08^2} = 150$$

Nivel de confianza (Z) =1.96

Grado de error (e) =0.08

Población total=720849

Probabilidad de éxito (p) =0.5

Probabilidad de fracaso (q) =0.5

Tamaño de la muestra(n) =150

### 12.3 Encuesta

Esta encuesta se les realizara a emprendedores que optaron por iniciar en una MiPymes en la ciudad de Bogotá mediante una serie de preguntas pretendemos indagar aspectos claves en la formación de las MiPymes. Divulgaremos está encuesta tanto por medio electrónico como en físico.

**\*¿Cree usted que las MiPymes son rentables?**

➤ -si

➤ -no

***\*¿En qué sector se encuentra su MiPymes?***

➤ -Financiero

➤ -comercial

➤ -industrial

➤ -Servicios

➤ -cultural

➤ -turístico

➤ -otro

***\*¿cuál considera es la principal dificultad de su empresa?***

➤ -Capital

➤ -Conocimiento

➤ -Competitividad

➤ -Posicionamiento

➤ -tributario

➤ -ninguna

➤ -otra

***\*¿Cuánto tiempo lleva en el proyecto?***

➤ -menos de un año

- -1 a 3 años
- -3 a 5 años
- -más de 5 años

***\*¿Ha pensado en abandonar el proyecto?***

- -Si
- -No

***\*¿Ha invertido en asesoría si es así de que tipo?***

- -Legal
- -Marketing
- -Financiera
- -No lo ha hecho

***\*¿Considera que una asesoría personalizada ayudaría a su empresa?***

- -Si
- -No

***\*¿Estaría dispuesto a invertir en una asesoría personalizada?***

- -Si
- -No

***\*¿Cuál sería el factor principal en el cual se fijaría al contratar?***

- -Calidad/Referencias



- -Beneficios
- -Accesibilidad
- -Otro

***\*¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una asesoría personalizada ?***

- -0
- -Menos de 1.000.000
- -De 1 a 4 Millones
- -De 4 a 10 Millones
- -Más de 10 millones

Gracias por su participación

## 13. Tabulación y análisis

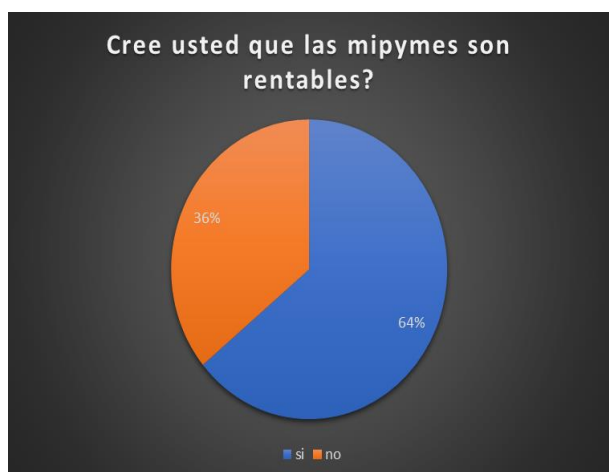


Gráfico1

Con la primera pregunta de nuestra encuesta buscamos identificar la imagen que tienen los emprendedores de la rentabilidad de las mipymes y así obtener una idea superficial de lo que ellos esperan con estas al principio de su proyecto.

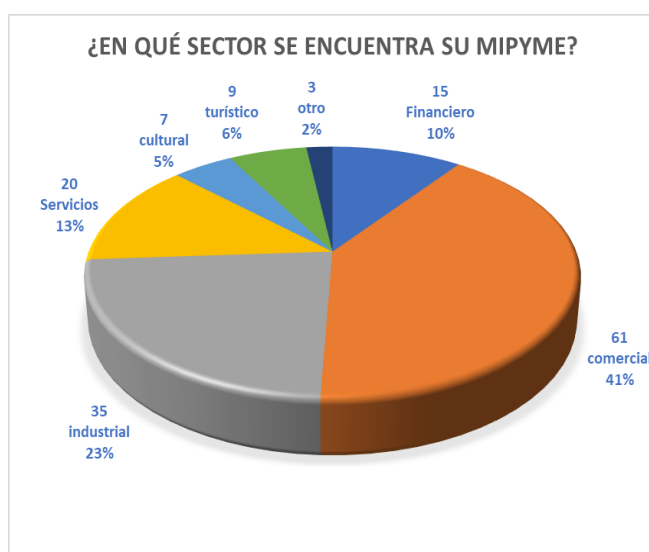


Gráfico2

Mediante la información que obtuvimos aquí podremos tener una leve introducción de la distribución de los sectores económicos en los cuales se encuentran las empresas todo en busca de maximizar la eficiencia en la prestación de nuestro servicio.



Gráfico 3

Mediante esta pregunta logramos identificar si los emprendedores han considerado la opción de renunciar a su proyecto validando así la información que obtuvimos de fuentes especializadas que informaban de la cerca de 70% de deserción para las MiPymes.



Gráfico 4

Mediante esta gráfica podemos identificar una clara tendencia decreciente en base al tiempo que lleva cada MiPymes encuestada. Esto nos permite dar una clara validación de los datos hallados previamente los cuales indicaban una alta deserción en los primeros años.



Gráfico5

Mediante esta gráfica logramos identificar uno de los aspectos esenciales en el desarrollo de nuestro servicio. Dado que e nosotros cubriremos un servicio de asesoría especializado es imperativo tener conocimiento de las dificultades que afrontan nuestros clientes. Vemos un claro déficit en la rentabilidad y la liquidez que manejan nuestros clientes posicionándose como la principal causa de la finalización de las MiPymes. Seguido de esto aspectos de posicionamiento y conocimiento del mercado. Lo cual genera credibilidad en nuestra propuesta de valor y nos indica que estamos bien encaminados.



Gráfico6

Seguido de esto indagamos si los potenciales clientes han tenido experiencia con las asesorías previamente dejando un margen revelador de que el 63% de los encuestados no han optado por acceder a un servicio de asesoría independientemente de las razones y sumado a los datos obtenidos previamente puede generar una de las razones por las cuales se produce la liquidación de éstas MiPymes.

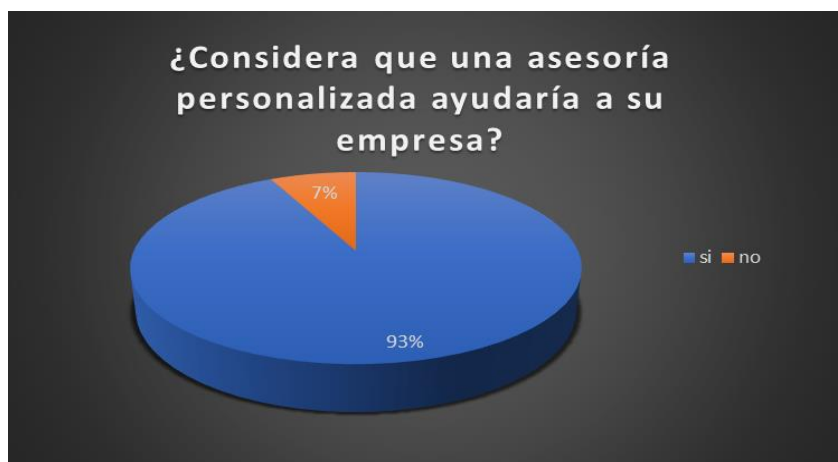


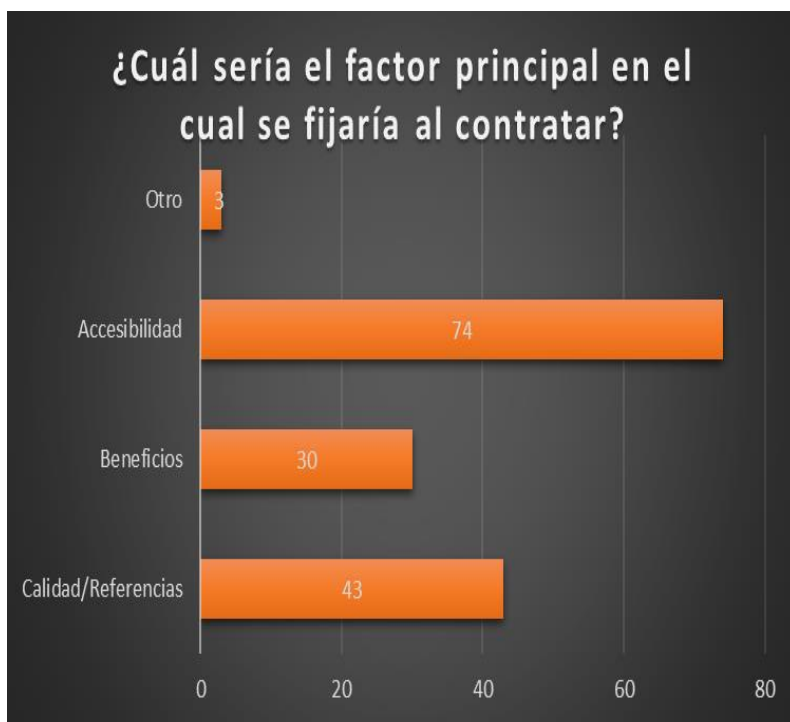
Gráfico7

Con esta pregunta buscamos validar nuestra idea de negocio obteniendo un dato prometedor de más del 90% de aceptación que nos indica la opinión que tienen nuestros potenciales clientes del servicio.



Gráfico8

Esta pregunta tiene un significado simple el cual es indagar que importancia que la asesoría tendría para cada MiPymes encuestada obteniendo datos prometedores para nuestro proyecto ya que 3 de cada 4 MiPymes



A través de esta gráfica obtuvimos información relevante que deberemos emplear de manera óptima y considerando nuestra propuesta de valor enfocada a la accesibilidad al servicio y a la adaptabilidad de acuerdo a las necesidades del cliente podría darnos una ventaja competitiva vital de cara a un mercado tan competido en la capital como lo son las asesorías.

Gráfico 9

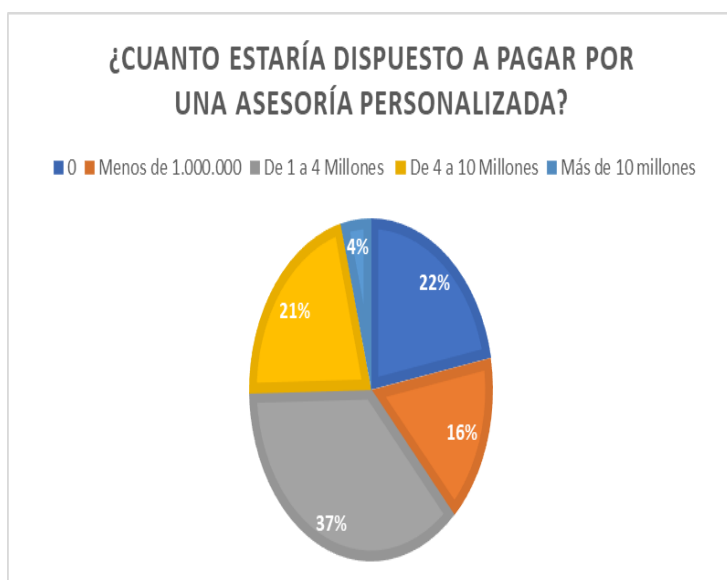


Gráfico10

Por último, decidimos emplear la incógnita del precio que los potenciales clientes están dispuestos a pagar en busca de tener información de la rentabilidad de nuestro proyecto y la capacidad de nuestros clientes para acceder a nuestro servicio teniendo en cuenta que nuestra propuesta de valor está enfocada a la accesibilidad y con porcentaje satisfactorio del 62% de mipymes que lograrían acceder a nuestro servicio ya sea de forma parcial o total.

#### 14. Resumen ejecutivo

Tras el trabajo realizado en nuestro proyecto y tras muchos procesos de investigación debate y desarrollo podemos dar un análisis de los pros y contras que logramos localizar en el desarrollo de este. En primer lugar debemos resaltar la importancia de la preparación y la planeación de un proyecto de tal magnitud que quizás en un futuro con una inversión de capital podría generar una rentabilidad. En segundo lugar resaltar la importancia que creemos que tendría nuestro proyecto al momento de fomentar la economía colombiana en busca de sacarnos de este período de recesión. Además de esto resaltar el aprendizaje obtenido por medio de las diferentes rubricas presentadas en el desarrollo del proyecto nosotros buscábamos además de generar una idea de negocio rentable e innovadora algo que tuviera un impacto al desarrollo de la sociedad.

En general consideramos que este sector del mercado se encuentra estancado pero al momento de investigar e indagar nos encontramos con problemas típicos de la mayoría de emprendimientos colombianos una fuerte dependencia del capital y una gran renuencia del mercado a las nuevas ideas y proyectos.

En cuanto a la presentación del proyecto tuvimos muchas dificultades al momento de plasmar y dar a entender nuestras ideas además de eso la falta de tiempo y muchas veces de experiencia de cara a este tipo de proyectos nos generó malos momentos durante el semestre.

Esperamos en base a todo lo trabajado conseguir resultados beneficiosos en el futuro y si se nos presenta la oportunidad lograr poner en práctica todo lo aprendido.

## 15. Bibliografía

\*<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

\*<https://mesfix.com/blog/educacion-financiera/por-que-tantas-mipymes-fracasan-en-colombia/>

\*<https://www.elanalisistributario.blog/2019/03/por-que-fracasan-las-pymes-en-colombia.html?m=1>

\*<https://www.google.com/amp/s/www.dinero.com/amp/pymes-en-colombia/212958>

\*<https://www.google.com/amp/s/www.gerencie.com/impuesto-a-las-ventas-iva-en-los-honorarios.html/amp>

\* Cámara de Comercio. (2020). Cámara de Comercio de Bogotá. Retrieved from <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

\* Bancoldex. (2020). Clasificación de empresas en Colombia. Retrieved from <https://www.bancoldex.com/clasificacion-de-empresas-en-colombia-200>

\* Consultoría Empresarial - Colombia. (2020). Retrieved from <https://gerente.com/co/guias/consultoria-empresarial/>

\* Bogotá, C. (2020). Aumentó 14 % el número de empresas creadas en Bogotá y la Región. Retrieved from <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](#)

\*Camara Colombiana de Infraestructura. (2019).

TARIFAS DE CONSULTORÍA Y CÁLCULO.

Bogotá.

\* Mincomercio. (2020). Informe PIB 2019. Bogotá.

\* Colombia: Estos son los sectores más beneficiados por el

e-commerce | América Retail. (2020). Retrieved from

<https://www.america->

[retail.com/colombia/colombia-estos-son-los-sectores-mas-](https://www.america-retail.com/colombia/colombia-estos-son-los-sectores-mas-)

[beneficiados-por-el-e-commerce/](https://www.america-retail.com/colombia/colombia-estos-son-los-sectores-mas-beneficiados-por-el-e-commerce/)