

# OPCIÓN DE GRADO II – CREACION DE EMPRESA

Presentación de la idea de Negocio

Elaborado por:

Johan Fernando Bermúdez Galindo

Corporación Unificada de Educación Superior

Escuela de Ciencias Administrativas

Administración de Empresas

Bogotá

2017

Contenido	
DESCRIPCION DE LA EMPRESA:	6
OBJETIVO GENERAL:	6
MARCO LEGAL:	7
DECRETO 222 DE 1983:	7
LEY 80 DE 1993:	7
<a href="http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=304">http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=304</a>	7
LEY 1150 DE 2007:	7
LEY 1474 DE 2011:	8
<a href="http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=43292">http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=43292</a>	8
MISION:	8
VISION:	8
VALORES CORPORATIVOS:	8
OBETIVOS ESPECIFICOS:	9
ANALISIS PESTEL:	10
POLITICOS:	10
ECONOMICO:	10
SOCIALES:	11
TECNOLOGICOS:	12
ECOLOGICOS:	12
LEGALES:	12
ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTTER:	13
NUEVOS COMPETIDORES:	13
PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES:	13
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES ACTUALES:	14
PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEDORES:	14
PRODUCTOS SUSTITUTOS:	15
ANALISIS DOFA:	15
Fuerzas Inductoras	15
Oportunidades	15
Fortalezas	16
Fuerzas Opositoras	16

Amenazas	16
Debilidades	17
MATRIZ DE DESPLIEGUE ESTRATEGICO GENERATIVA:	18
Tabla Matriz de Despliegue Estratégico Generativa	18
CADENA DE VALOR:	19
Entradas:	19
Core Bussines (procesos medulares o identitarios)	20
Apoyo (procesos de apoyo)	21
Salidas:	21
Gestión Estratégica De Los Procesos y La Calidad (Planeación y Dirección)	22
ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD:	22
Identificación o construcción de la ventaja competitiva	22
ENCUESTA:	23
APLICACIÓN, RESULTADOS Y ANALISIS DE LA ENCUESTA:	30
Link para ver los resultados:	30
<a href="https://docs.google.com/a/cun.edu.co/forms/d/1IRI3YWARUJhDLcp7jldbnwU4JJ8bF2HrmnKJ2zlp7KA/viewanalytics">https://docs.google.com/a/cun.edu.co/forms/d/1IRI3YWARUJhDLcp7jldbnwU4JJ8bF2HrmnKJ2zlp7KA/viewanalytics</a>	30
Análisis de la encuesta:	30
ESTUDIO DE MERCADO:	32
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO:	33
MERCADO OBJETIVO:	33
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN:	34
ANALISIS DE LA INVESTIGACIÓN:	34
ESTUDIO DE MARKETING:	35
OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	35
ESTRATEGIA DEL PRODUCTO:	35
ESTRATEGIA DE LA MARCA:	35
LOGO:	36
ESTRATEGIA DEL EMPAQUE:	36
Estrategia de precios:	37
Proyección de ventas	38
Estrategia de promoción:	38

JBL'S S.A.S

JBL'S S.A.S

## **DESCRIPCION DE LA EMPRESA:**

Somos una empresa que brinda soluciones a nuestros clientes en temas

Legales: (Derecho de familia, Derecho laboral, contratación estatal) Asesorías y consultorías para la solución de demandas, requerimientos presentación de derechos de petición, tutelas y requisitos y formas para contratar con el estado, Pensiones.

Financieros: Balances contables para personas naturales y jurídicas, Estudios de crédito, asesorías de cual entidad financiera es la mejor para su trámite teniendo en cuenta las características del cliente y para que desea adquirir los servicios de una entidad financiera.

Administrativas: Servicios de asesoría y seguimiento en la creación de empresa, diseño de la identidad de la empresa, políticas empresariales valores corporativos, Gestión de Calidad y normas ISO, Coaching empresarial y personal, talento humano, capacitación, auditorias.

Donde además de la asesoría y/o consultoría, brindaremos un acompañamiento continuo a nuestros clientes hasta que finalice el proceso al que el cliente accedió y después de finalizado se hará un seguimiento en caso de algún nuevo requerimiento del cliente.

Brindando a demás precios asequibles a todos nuestros clientes con nuestra política de siempre brindar la mayor calidad siempre poniendo la prestación del servicio por encima otros factores.

## **OBJETIVO GENERAL:**

Brindar Asesorías y consultorías en ámbitos Administrativos, Financieros y Legales solucionando los problemas de nuestros clientes ya sean personas naturales, jurídicas o

entidades del estado; pensado en siempre superar lo solicitado por el cliente, realizando un acompañamiento y posterior seguimiento a los procesos. Utilizando los mejores profesionales en sus campos para comodidad de quien acceda a nuestros servicios.

### **MARCO LEGAL:**

<http://www.ciudadgestion.co/administracion/marco-legal-y-normatividad-del-ejercicio-de-la-consultoria-en-colombia/>

### **DECRETO 222 DE 1983:**

<http://www.notinet.com.co/pedidos/DCTO222D83.htm>

Establece la capacidad de contratación del estado, pero más importante para JBL's es que establece los habilitantes e inhabilitantes para contratar además de responsabilidad y acreditaciones.

### **LEY 80 DE 1993:**

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=304>

Esta ley aplica en la conformación de mi idea de negocio por el hecho de ser la que regula y establece parámetros de las entidades públicas a las cuales se tiene pensado prestar los servicios de JBL's S.A.S; Además de fijar las responsabilidades de las empresas consultoras en caso de causar algún perjuicio a sus clientes.

### **LEY 1150 DE 2007:**

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=25678>

Esta modifica la Ley 80 de 1993 sumándole medidas de eficiencia y transparencia. Además de establecer modalidades de contratación. Según la necesidad.

### **LEY 1474 DE 2011:**

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=43292>

Regula y fija mayores controles para hacerle frente a la corrupción en temas de contratación con el estado y el cual menciona más normas de control para los montos o la manera de usar los recursos en temas de publicidad y otros.

### **MISION:**

Proporcionar a nuestros clientes por medio de la prestación del servicio de asesorías y consultorías Financieras, Administrativas y Legales, siempre una solución de calidad que satisfaga sus requerimientos con la mejor mano de obra calificada posible y generando rentabilidad a nuestros accionistas y trabajadores.

### **VISION:**

Ser una organización líder en el sector de asesorías y consultorías con reconocimiento nacional por la calidad de nuestros servicios, siempre actuando con transparencia.

## **VALORES CORPORATIVOS:**

**Transparencia:** Somos honestos en nuestra forma de actuar siempre manteniendo como base nuestra ética profesional y con el mayor nivel de integridad, obteniendo credibilidad y la confianza de nuestros clientes, trabajadores y asociados.

**Calidad:** Aplicaremos a todos nuestros procesos y servicios los mejores estándares de calidad en todos los ámbitos que se desenvuelva la empresa siempre actualizando y mejorando, para que nuestros clientes se sientan seguros de elegirnos.

**Respeto:** Partimos del principio que todos valemos igual como persona y que por lo tanto todos merecen ser tratados con el mismo nivel de cortesía con el fin de generar primero un nivel de respeto inquebrantable con nuestros clientes y a nivel de la empresa un clima organizacional optimo entre nuestros colaboradores gestando relaciones laborales armónicas.

## **OBETIVOS ESPECIFICOS:**

- 1) Incrementar la demanda de nuestros servicios un 40% durante el segundo año.
- 2) Abrir una nueva oficina en la ciudad de Bogotá en el primer año.
- 3) Mejorar nuestros servicios y procesos brindando el mayor nivel de satisfacción de los clientes.
- 4) Diseñar y formular nuevas y mejores formas de prestar nuestros servicios para la comodidad de los clientes.

## **ANALISIS PESTEL:**

### **POLITICOS:**

Este factor influye con importancia en el sector al cual pertenece mi empresa porque las políticas internas que se desarrollan con los actuales gobiernos afectan directamente la situación de las personas y las empresas generando nuevas políticas, normas, leyes y demás.

Lo que hace que las personas se vuelquen a empresas con las herramientas necesarias para ayudarles a entender y a enfrentar que efecto producido por todas estas nuevas normas y que el mismo no sea nocivo.

Además de la negligencia total del estado en temas de derechos laborales y de proteccionismo a la inversión extranjera sin tener en cuenta lo que esto causa al mercado nacional. Para lo cual las empresas buscan nuestros servicios para, en muchas ocasiones reestructurar sus empresas con el fin de mantenerse en el mercado.

O en el caso de trabajadores que se sientan atropellados en sus derechos laborales por políticas desarrolladas para favorecer al empresario; pero que si se hace un estudio exhaustivo de la norma está en contra de los derechos de los trabajadores incluidos en la constitución.

### **ECONOMICO:**

Este es quizá el factor más importante en el sector de las asesorías y consultorías de toda clase. Ya que el tema económico es el que genera los distintos inconvenientes a los que se deben enfrentar a diario las personas y las empresas.

Temas como la inflación sumada a la creciente tasa de desempleo o la desigualdad en la remuneración en cuanto a la relación HONORARIOS-ESFUERZO LABORAL; entre otros muchos factores económicos que obligan a las personas a adquirir algunos “comodines económicos” que después le complica la situación económica en caso de no realizar un estudio juicioso de cosas como su liquidez, capacidad de pago, entre otras.

Otra de las cosas que ha afectado la economía son los tratados de libre comercio firmados y que están desequilibrados en cuanto a la relación COSTO-BENEFICIO y termina por ser más costoso que beneficioso para el mercado local de las micro y pequeñas empresas ya que están no tienen los recursos para competir de una manera equitativa con productos extranjeros.

Y la pérdida de poder adquisitivo de las personas por la desigualdad existente entre factores como el aumento de la inflación, las reformas tributarias contra el aumento de los salarios lo que obliga a muchas personas a buscar soluciones como trabajos independientes y para los cuales piden ayuda por parte de empresas de asesoría y consultoría.

## **SOCIALES:**

En Colombia las personas tienen la cultura de adquirir ayudas económicas si no tienen como cubrir sus obligaciones. Lo que genera clientes potenciales para las empresas de asesorías financieras y legales porque en distintas ocasiones están personas necesitan estos servicios para lograr solucionar su situación. Aunque afecta de manera negativa el mercado en el cual se mueven las empresas de asesorías por el hecho de que al disminuir el poder adquisitivo de las personas por cuenta de los factores político-económicos también

disminuye la posibilidad para que accedan a esta clase de servicios de las empresas de asesorías y consultorías.

### **TECNOLOGICOS:**

Por una parte tiene un impacto positivo porque permite a la organización distribuir y compartir con más personas en menos tiempo la información sobre los servicios y beneficios que presta la empresa además de facilitar la obtención de clientes; pero también tiene una parte que desfavorece a la empresa porque las herramientas tecnológicas proporcionan a las personas demasiada información sobre cualquier tema que estas necesiten. Aunque se puede ver también desde el lado favorable donde informa a las personas y al momento de que estas accedan a nuestros servicios ya llevan una idea más clara de que es lo que necesitan.

Y teniendo presente la política de cero papel que implementara la empresa todos los medios tecnológicos serán de gran importancia para la promoción de la empresa.

### **ECOLOGICOS:**

Quizá este es el factor menos influyente en el mercado de las asesorías. Sin embargo la empresa maneja políticas de en lo posible cero papel e incentivara a sus colaboradores a prácticas como el reciclaje dentro y fuera de la organización.

### **LEGALES:**

Aunque las leyes antimonopolio son muy claras y buscan una competencia leal y la oportunidad de que cualquiera pueda competir en el mercado, estas no se aplican con rigurosidad lo que causa que se dé de igual manera el monopolio. Lo que se debe

contrarrestar con la calidad y calidez en el servicio en comparación con las demás empresas.

## **ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTTER:**

### **NUEVOS COMPETIDORES:**

Al presentarse la aparición de nuevos competidores causara una mayor oferta de este tipo de servicio lo que podría disminuir la demanda. No porque los clientes dejen de existir sino porque se repartiría entre todas las empresas existentes y las nuevas. Lo que se hace necesario siempre buscar la manera de ofrecer a los clientes un valor agregado que se convierta en ventaja ante los competidores.

Además del interés de empresas con prestigio internacional que están llegando al mercado colombiano provoca que muchos clientes prefieran los servicios de estas; por la trayectoria internacional que poseen; lo que dificulta la posibilidad de crecimiento en el sector.

Por lo que se debe ser una empresa que ofrezca siempre los mejores estándares de calidad además ofrecer algo que aman los clientes y es la posibilidad de la inmediatez (Siempre estar dispuestos a resolver sus inquietudes en el menor tiempo posible).

### **PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES:**

En este factor los clientes cada vez tienen mayor poder para negociar porque en la actualidad por la internet están mucho más informados y les permite saber cosas que antes no podían y hacer comparaciones entre lo que ofrecen las empresas para de esta forma realizar su elección. Para lo que se hace importante nuevamente el poder ofrecer un factor diferencial en los servicios para

que el cliente nos elija y le sea más difícil dejarnos, ya que la globalización ha causado que se pierda la fidelidad de los clientes hacia un proveedor

Iniciar la empresa en una ciudad como Bogotá también les da ventaja a los clientes porque les brinda la posibilidad de reunirse, organizarse y presionar para que los precios sean más bajos.

### **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES ACTUALES:**

Factor importante en este mercado es el hecho de que los servicios prestados se encuentran prácticamente estandarizados y los competidores se dedican a una competencia de precios para lo cual la mejor estrategia es buscar un factor diferencial, algo nuevo o mejorado en los servicios que me permita el no tener que incluirme en la competencia por precios; Ya que las empresas más grandes y con mayor experiencia pueden ofrecer precios más bajos a los de empresas nuevas.

### **PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEDORES:**

Teniendo en cuenta que los insumos que necesitamos en nuestra empresa son productos de papelería, tecnología, servicios generales, vigilancia que no son parte del proceso clave de la empresa; además que existen muchas empresas que ofrecen estos servicios por lo que les da un menor poder de negociación ante mi como cliente.

Otra razón por la que el poder de negociación de los proveedores es más bajo es porque existen productos sustitutos.

Pero existe un factor que les da la posibilidad de negociación y es que al ser una empresa que se encuentra comenzando su operación no es importante para los proveedores por lo que ellos fijaran unos precios y no tendrán mayor inconvenientes en dejarnos ir si los precios no le sirven a la empresa.

## PRODUCTOS SUSTITUTOS:

En este sector del mercado se podrían considerar como productos sustitutos la poca diferencia que hay entre los servicios prestados por las diferentes empresas lo que produce una competencia basada más en precios que en características diferenciadoras en los servicios.

## ANALISIS DOFA:

Fuerzas Inducoras			
		Área Funcional 1	Área Funcional 2
<b>Oportunidades</b>	<b>O1</b>	La creciente demanda de los servicios de asesorías y consultorías por los cambios en políticas económicas del país	<b>O4</b> EL no necesitar una inversión en infraestructura demasiado grande ya que con una oficina se puede comenzar a prestar el servicio
	<b>O2</b>	La inversión extranjera que también genera nuevos clientes de nuestros servicios por el hecho de no conocer a detalle cómo funciona la economía en Colombia	<b>O5</b>
	<b>O3</b>	La semejanza en la prestación de estos servicios por parte de los competidores lo que al ofrecer un cambio en esto aumentara la posibilidad de generar rentabilidad	<b>O6</b>
		Área Funcional 1	Área Funcional 2
<b>Fortalezas</b>	<b>F1</b>	El conocimiento de nuestro personal profesional para la prestación de los	<b>F4</b> El aumento constante de nuestros trabajadores en conocimiento y experiencia para

		servicios de asesorías y consultorías		proporcionar los mejores resultados
	<b>F2</b>	Nuestros valores corporativos los cuales serán difundidos y aplicados por todos los que intervengan en los procesos de la empresa	<b>F5</b>	
	<b>F3</b>	Internalizar en nuestros colaboradores que siempre lo primero es la satisfacción del cliente	<b>F6</b>	

### Fuerzas Opositoras

		Área Funcional 1	Área Funcional 2
<b>Amenazas</b>	<b>A1</b>	La alta oferta que existe de este tipo de empresas en el mercado actual donde se pueden encontrar empresas de todas las clases ofreciendo servicios similares	<b>A4</b> Las nuevas herramientas tecnológicas que proporcionan mucha información a las personas incluso para que piensen en no adquirir los servicios de asesorías y consultorías que proporcionan las empresas de este sector.
	<b>A2</b>	Los competidores que se encuentran ya posicionados en el mercado son una amenaza ya que pueden proporcionar precios más bajos y además ya tiene un trayectoria que los respalda	<b>A5</b>

	<b>A3</b>	Las políticas económicas del país, las cuales producen efectos como la pérdida del poder adquisitivo de las personas y por lo cual no adquieren compromisos de clase financiera u otras.	<b>A6</b>	
	<b>Área Funcional 1</b>		<b>Área Funcional 2</b>	
<b>Debilidades</b>	<b>D 1</b>	Capacidad económica de nuestra empresa o el capital con el que vamos a iniciar la empresa ya que nos limita para conseguir cosas como un lugar donde establecer la oficina o la promoción de nuestros servicios	<b>D 4</b>	El poder prestar los servicios en donde al cliente le parezca mejor ya que no es necesario que se preste el servicio en nuestras oficinas
	<b>D 2</b>	La falta de experiencia en el mercado lo que nos deja un nivel más abajo al momento de competir con las otras empresas las cuales ya saben cómo se mueve el mercado. Y cómo se desarrollan las actividades teniendo en cuenta factores externos	<b>D 5</b>	
	<b>D 3</b>	La falta de una planta física propia lo que causaría que no podamos en principio quizá establecer la oficina en el lugar más indicado para la prestación del servicio ( un lugar donde es más complicado el acceso o donde no están concentrados los clientes potenciales)	<b>D 6</b>	

## MATRIZ DE DESPLIEGUE ESTRATEGICO GENERATIVA:

Tabla Matriz de Despliegue Estratégico Generativa

No Estrategia	Opositoras	Inductoras	Estrategia
1	A1	F1	Siempre tendremos colaboradores muy bien preparados a los que además les proporcionaremos una serie de capacitaciones las cuales los prepararan mejor para la prestación del servicio y donde además se incentivara con beneficios el que por sus propios medios se sigan preparando profesionalmente
2	A2	F3	Combatiremos nuestra falta de experiencia en el mercado con un compromiso total de nuestros empleados de proporcionar el mejor servicio al cliente y hasta que el cliente no esté completamente satisfecho con el servicio prestado de nuestra parte no se cerrara el proceso de asesoría o consultoría según sea el caso
3	A3	F2	Crearemos gracias al compromiso de nuestros colaboradores en la aplicación de los valores corporativos de la empresa un ambiente de seguridad de nuestros clientes hacia los servicios de la empresa lo que producirá un grado más alto de fidelidad de los mismos.
4	A4	F4	Proporcionaremos a nuestros clientes la posibilidad de interactuar con nosotros por medio de las herramientas tecnológicas y además aseguraremos la capacitación de los trabajadores para el uso de las mismas y para el aumento en sus conocimientos.
5	D1	O1	Al no contar con un capital demasiado grande para establecer la empresa nos limitara en el montaje y prestación del servicio pero lo contrastaremos con el creciente aumento de clientes en este sector lo que facilitara la obtención de clientes para lo que se realizara una prestación del servicio con estándares muy altos de calidad.

6	D2	O3	En un principio tendremos que ajustarnos a los estándares de servicio que prestan los competidores pero esto solo sería mientras tomamos cierta experiencia y podemos implementar nuestro valor agregado para obtener ese factor diferencial que nos traerá un mayor nivel de confianza de los clientes
7	D3	O5	Al no tener una planta física suficientemente grande para la prestación de nuestros servicios esto lo compensaremos con la prestación de nuestros servicios en el lugar que al cliente le parezca más cómodo y que le genere un nivel de confianza suficiente para aceptar nuestros servicios
8	D3	O4	Por ser una empresa de asesorías y consultorías no se hace necesario para empezar contar con una gran infraestructura esto se va haciendo necesario con el aumento de la demanda de nuestros servicios y por consiguiente del número de clientes
9	O2		Esta es una gran oportunidad ya que aumenta la cantidad de clientes y además permite que se inicie con un reconocimiento internacional al llegar a tener la posibilidad de prestar los servicios de la empresa a organizaciones internacionales

### CADENA DE VALOR:

<b>Entradas:</b>	Recurso humano (Todos los profesionales que se necesiten para el desarrollo del proceso clave de la empresa) y Todos los colaboradores de los procesos de apoyo de la empresa quienes también ayudan a que la prestación del servicio sea óptima.
	Clientes (toda persona natural o jurídica la cual necesite los servicios de asesorías y/o consultorías prestados por la empresa)

	<p>Proveedores (Todos los que nos proveerán de los materiales para el desarrollo de las actividades de la empresa en este caso desde las empresas de papelería quienes nos brindaran materiales de oficina y que además deben compartir nuestra política ambiental, hasta la empresa que nos proporcionara el servicio de vigilancia y seguridad de nuestros trabajadores y otros activos materiales con los que cuenta la empresa)</p>
	<p>Socios( Los aportes que se harán por parte de quienes seamos los asociados en esta empresa para el mejor desarrollo de todos los procesos)</p>

<p><b>Core Bussines (procesos medulares o identitarios)</b></p>	<p>Nuestro proceso clave, el que desarrollara nuestra razón social será la prestación de las asesorías Administrativas, Financieras y Legales por cuenta de nuestros profesionales muy capacitados los cuales realizarán; la recepción de los clientes o el cumplimiento de las citas con ellos en los lugares que sean elegidos por ellos, la prestación del servicio de asesoría y/o consultoría desde el inicio del proceso hasta la solución del mismo y el posterior acompañamiento a los clientes después de prestado el servicio con el fin de identificar la satisfacción del cliente con el servicio que recibió y en caso de que el mismo necesite algún nuevo servicio</p>
---	---

<p><b>Apoyo (procesos de apoyo)</b></p>	<p>Aquí se encuentran todos los procesos que ayudan a que el proceso clave se lleve a cabo sin inconvenientes, me refiero a procesos como el del área Financiera y de contabilidad que en este caso podrá ser llevado por alguno de los profesionales que tenemos encargados de las asesorías Financieras con un equipo técnico que lo apoye para no generarle una carga demasiado grande, el Área de talento humano que tendría el mismo principio puede ser dirigido por uno o más profesionales de los que tenemos para prestar el servicio de asesorías con el apoyo técnico necesario para llevar a cabo labores como contratación o liquidación de prestaciones entre otras, Las áreas de mantenimiento y seguridad de la empresa las cuales serán brindadas por nuestros proveedores de estos servicios.</p>
---	---

<p><b>Salidas:</b></p>	<p>Un cliente 100% satisfecho con el servicio recibido por parte de nuestra empresa, proveedores tranquilos por el cumplimiento de nuestras obligaciones adquiridas con ellos, Accionistas y trabajadores contentos con sus condiciones laborales y ventajas ofrecidas por la empresa. El valor agregado de nuestra empresa será el seguimiento que se realizara a los procesos después de terminada la relación contractual con el cliente con el fin de saber en qué termino el proceso, si el cliente quedo 100% satisfecho o si por el contrario quizá necesite nuevamente nuestros servicios</p>
------------------------	---

---

<b>Gestión Estratégica De Los Procesos y La Calidad (Planeación y Dirección)</b>	<p>Nuestra Organización desde el momento en que sea constituida estará en búsqueda de la obtención de las diferentes certificaciones de calidad tanto nacionales como internacionales que tengan que ver con sistemas de gestión de calidad o de políticas ambientales o certificaciones internacionales con el fin de conseguir mayor reconocimiento ante nuestros clientes y generarles confianza además de lograr mayor prestigio (Como se dice en la actualidad. el 60 % del valor de una empresa es intangible y se representa en su ejecución estratégica, su capital intelectual, su marca, entre otros factores)</p>
--	--

### **ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD:**

<b>Identificación o construcción de la ventaja competitiva</b>	<p>1.</p>	<p>El valor agregado de nuestra organización será el compromiso de nuestros trabajadores en el cumplimiento de su deber con total transparencia, respeto y el nivel más alto de calidad; además de realizar un pos proceso de seguimiento al cliente con el fin de establecer efectividad del servicio prestado y satisfacción del cliente</p>
	<p>2.</p>	<p>Paso 1 tener siempre personal con excelentes capacidades tanto intelectuales como humanas para prestar el servicio.  Paso 2 Realizar los procedimientos y nunca dejarlos sin terminar sin importar que suceda con el mismo aplicando a los mismos los mayores estándares de calidad.  Paso 3 Siempre actuar con transparencia para la solución de los trabajos.  Paso 4 Después de realizado y solucionado el trabajo hacer un seguimiento al cliente para identificar su nivel de satisfacción o si necesita nuevamente de nuestros servicios.</p>

	3	<p>Nuestra ventaja competitiva más que cualquier otra cosa estará en las habilidades especiales que desarrollaran nuestros colaboradores gracias al compromiso que la organización les ha inculcado y siempre teniendo como base la satisfacción total del cliente al cual además de asesorar también se le pedirá constantemente su opinión sobre cómo se está llevando su proceso. Para que sea un trabajo conjunto y que le brinde seguridad al cliente de que las cosas se están haciendo bien pero además en la forma en que a él le gustaría.</p>
	4	<p>Nuestra capacidad distintiva será la de como ya se dijo anteriormente prestar el mejor servicio del sector para que los clientes queden 100% satisfechos y se pueda generar algo que en la actualidad ya no existe y es la fidelidad de los clientes hacia una marca en particular en este caso hacia JBL's s.a.s además de generar un aspecto muy importante para el aumento de la demanda de nuestros servicios y es el voz a voz o la recomendación de nuestros servicios por parte de los clientes a otros potenciales clientes</p>
	5	<p>Nuestra ventaja competitiva está directamente relacionada con nuestra estrategia ya que nuestras políticas son brindar siempre la mejor calidad con transparencia a precios asequibles para todos factores que se encuentran relacionados con el desarrollo y cumplimiento de los objetivos de nuestra organización</p>

## ENCUESTA:

# JBL's S.A.S

## Asesorías y Consultorías

### Encuesta N° 1 – Asesorías y consultorías Legales, Financieras y Administrativas.

A continuación encontrará una serie de preguntas que se presentan de manera sencilla con el fin de poder determinar ciertos factores que definen el grupo objetivo de la empresa JBL's S.A.S

1) Marca tu rango de edad.

18 – 22

23 – 27

28 – 32

33 – Más

2) ¿Seleccione su nivel de estudio?}

Primaria

Secundaria

Técnico – Tecnólogo

Universitario

- 3) ¿En algún momento ha realizado alguno de estos trámites financieros  
(Declaraciones de renta, Pago de impuestos, Balances Contables, Solicitud y pago  
de créditos con entidades bancarias etc...)

SI

NO

**\*IMPORTANTE\* Trámites Legales**

Derechos de petición, Tutelas, Demandas, Requerimientos etc...

- 4) ¿Ha tenido que solucionar inconvenientes de carácter legal personales o de  
terceros sin un conocimiento apropiado para hacerlo?

SI

NO

- 5) ¿Invirtió dinero para solucionar sus trámites Financieros y/o Legales?

SI

NO

## Información Importante

Las preguntas del numeral 6 al 10 son dirigidas a personas que tengan empresa, negocio o que tengan pensado iniciar algún proyecto de empresa.

Por lo cual si usted no se encuentra dentro de este grupo de personas le informamos que no será necesario que las conteste y podrá retomar la encuesta en la pregunta número 11.

### **\*IMPORTANTE\* Trámites Administrativos**

Diseño de la identidad de la empresa, políticas empresariales valores corporativos, Gestión de Calidad y normas ISO, Coaching empresarial y personal, talento humano, capacitación, auditorias, Gestión de los procesos entre otras.

6) ¿Tuvo o tiene inconvenientes de carácter legal, financiero y/o administrativo para constituir o mantener su empresa?

SI

NO

7) ¿Cuenta usted con los conocimientos necesarios para constituir una empresa desde el punto de vista misional hasta el operativo?

SI

NO

8) ¿Su empresa cuenta con todos los parámetros legales, financieros y administrativos que son exigidos para un buen desarrollo de su actividad económica?

SI

NO

9) ¿Tiene conocimiento de todos los requisitos que debe cumplir su empresa o negocio para su funcionamiento y no tener problemas en caso de que algún ente de control desee realizar una auditoria o revisión?

SI

NO

10) ¿Le gustaría recibir capacitación acerca de todo lo que se requiere para constituir una empresa y/o negocio?

SI

NO

11) ¿Necesito ayuda de algún tercero para la solución de su trámite Legal, Financiero y/o administrativo?

SI

NO

12) ¿Cuál fue la razón principal por la que necesito de la ayuda de un tercero para llevar a cabo su trámite?

A. Falta de tiempo

B. Falta de conocimiento de lo que debe hacer y como lo debe hacer para solucionar el tramite

C. Le molestan las largas filas, lo tedioso y todos los inconvenientes que se presentan al momento de hacer estos trámites.

D. Otro.

13) ¿Conoce usted las empresas de servicios jurídicos, financieros, administrativos? ¿Y los servicios que prestan?

Si

NO

TIENE POCA INFORMACION

14) ¿Le parece beneficioso que existan organizaciones que le puedan ayudar a solucionar este tipo de trámites Financieros, Legales y/o Administrativos?

SI

NO

15) ¿Utilizaría los servicios de estas organizaciones?

SI

NO

TAL VEZ.

JBL'S S.A.S

**APLICACIÓN, RESULTADOS Y ANALISIS DE LA ENCUESTA:**

Para ver los resultados que arrojó la encuesta realizada a un grupo de personas de distintas clases sociales, de distintos rangos de edad y con diferentes maneras de pensar puede consultarlas en el siguiente link:

**Link para ver los resultados:**

<https://docs.google.com/a/cun.edu.co/forms/d/1IRI3YWARUJhDLcp7jIdbnwU4JJ8bF2HrmnKJ2zIp7KA/viewanalytics>

**Análisis de la encuesta:**

- 1) En cuanto a la pregunta 1 es una pregunta que nos sirve para identificar los rangos de edades de quienes diligenciaron la encuesta.
- 2) Los resultados de la segunda pregunta nos deja ver que en la actualidad la gente está más preocupada por prepararse y aunque la mayor parte de la población se encuentra centrada en los niveles técnicos y tecnológicos claramente es un buen síntoma que permite pensar que con el pasar de los años la gente se preocupara cada vez más por prepararse mejor y a un nivel más alto.
- 3) En los resultados de la tercera pregunta podemos ver que un porcentaje mayoritario de 64,3% ha tenido que realizar trámites de carácter Financiero y los que no lo han hecho son los más jóvenes, quienes aún no han tenido que iniciar una vida financiera.
- 4) En cuanto al análisis de los resultados de la cuarta pregunta podemos ver que no muchas personas se atreven realizar trámites de carácter legal sin el conocimiento necesario para hacerlo ya que solo un 35,7% ha realizado este tipo de diligencias.
- 5) Los resultados de la pregunta 5 nos permite tener una idea de que la gente pocas veces invierte dinero para solucionar sus trámites esto está más centrado a personas jurídicas

aunque no quiere decir que las personas naturales no lo hagan ya que existe un porcentaje de 14,3% que si ha tenido que invertir dinero.

- 6) Esta es una de las preguntas dirigidas a empresarios o emprendedores donde vemos que las personas en su mayoría no presentan problemas de tipo legal, financiero y/o administrativo para sus empresas lo que nos permite tomar una hipótesis y es que la gente cuando tiene empresa acostumbra a ser asesorada para evitar problemas.
- 7) Los resultados de la pregunta siete ratifica un poco lo expuesto en el análisis de la pregunta 6 ya que dos terceras partes de la población no tiene los conocimientos necesarios para la creación de empresa.
- 8) Estos resultados de la pregunta 8 son quizá los más alentadores para una empresa de asesorías y consultorías ya que el 100% de los encuestados respondió que no cuentan con todos los parámetros necesarios y exigidos para la creación o desarrollo de un negocio o empresa.
- 9) Estos resultados al igual que en los de la pregunta 8 son un empujón a las empresas de asesorías y consultorías ya que deja ver claramente que las personas no cuentan con los conocimientos de lo que necesita cumplir para que no se le presenten problemas ante el estado.
- 10) Nuevamente los resultados avalan el accionar de las empresas de asesorías y consultorías ya que en un porcentaje muy alto 85,7% estarían interesados en recibir capacitación para lograr emprender o mantener sus empresas de una manera adecuada.
- 11) Estos quizá son los resultados más parejos donde claramente nos permite ver que aunque más de la mitad de las personas no uso la ayuda de alguien más al tener como respaldo el porcentaje de los que si nos permite sacar la hipótesis de que quizá los que no utilizaron

los servicios de un tercero no solo es porque no los necesitaron sino que además puede ser por falta de conocimiento de estos terceros que los pueden ayudar.

12) En esta podemos ver que todos los factores presentados como opción de respuesta son válidos y las personas los han sufrido, pero hay uno que predomina en esto y es la falta de conocimiento de los encuestados para lo cual se hace necesario la utilización de los servicios de empresas como JBL's S.A.S.

13) Esta pregunta nos permite ver e identificar uno de los problemas de las empresas de este sector y porque la gente lo piensa antes de acceder a estos servicios; y la razón es la falta de conocimiento de la gran mayoría de personas de lo que hacen estas empresas y ¿para qué? y ¿cómo? les pueden ayudar.

14) Esta pregunta es la que da el espaldarazo más grande para emprender con un empresa de asesorías y consultorías ya que el 100% de las personas opina que sería beneficioso que existan estas empresas y que les puedan ayudar a la solución de sus problemas.

15) Y por último tenemos que las personas en un porcentaje del 64,3% usarían los servicios de las empresas de este sector y además tenemos un 28,6% de clientes potenciales cosa que es positiva para el sector.

## **ESTUDIO DE MERCADO:**

¿Cómo lograr que las personas adquieran en mayor medida los productos de asesorías y consultorías Legales, Financieras y Administrativas?

## **OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO:**

Lo que se pretende con esta investigación de mercados es identificar que tantas personas están dispuestas a usar los servicios de una empresa de asesorías para realizar sus trámites además de identificar que tanto conocimiento tienen las personas de esta clase de empresas.

Además que se necesita identificar que más se les puede ofrecer a los clientes; que en este momento no lo tengan y que cause un impacto positivo aumentado la fidelidad de los clientes y que por medio de la voz a voz de los clientes que se sienten satisfechos con el servicio prestado se atraiga nuevos clientes y así se pueda aumentar no solo en número de clientes sino que se pueda acceder a un grupo objetivo nuevo.

Y al final conseguir el reconocimiento necesario para competir a nivel de empresas de renombre e incluso multinacionales siempre teniendo como pilar fundamental de nuestro servicio satisfacer al cliente en lo que necesita cuando deciden acceder a servicios de asesorías y consultorías.

### **MERCADO OBJETIVO:**

El mercado objetivo al cual le apunta JBL's S.A.S son personas naturales en un promedio de edades desde los 23 años ya que a esta edad las personas tienen un grado más alto de responsabilidad además de que en la mayoría de los casos las personas de esta edad en adelante ya han tenido que asumir alguna responsabilidad de carácter legal o financiero. Y personas que se encuentren en proceso de emprender o que ya tengan su empresa constituida para ofrecerles además de los servicios financieros y legales, nuestros servicios administrativos especiales dirigidos a personas jurídicas.

En un comienzo el mercado objetivo se encontrara en la ciudad de Bogotá como principal ciudad del país y donde se concentra una gran parte de la población con las características necesarias para ser nuestros clientes, pero con la meta de expandir los servicios a más ciudades importantes del

país y obtener un reconocimiento que nos de la opción de lograr negociar con empresas internacionales y demás.

## **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN:**

Como primera medida para realizar la investigación se realizó una encuesta a personas del común, estudiantes universitarios con proyectos de emprender, dueños de negocio, madres cabeza de hogar y trabajadores donde claramente se evidencio que las personas están de acuerdo y le parece una buena opción que existan empresas que les puedan ayudar con sus trámites; pero también se identificó que una de las razones para que no accedan a este tipo de servicios es la falta de conocimiento del sector y de lo que estas empresas pueden hacer por ellos.

## **ANALISIS DE LA INVESTIGACIÓN:**

La investigación nos dejó como resultados que las personas necesitan empresas que les presten servicios de asesorías y consultorías. Que les parece buena la idea de que una empresa seria se encargue de ayudarles a solucionar todos sus trámites, que no tienen el conocimiento necesario para realizarlos por ellos mismos; pero que la falta de conocimiento de las personas del común en este sector no permite el acceso de las mismas a estos servicios. En este punto es donde JBL's S.A.S debe trabajar, en la promoción de la empresa y sus servicios para que de esta forma el mercado objetivo sea más amplio.

## **ESTUDIO DE MARKETING:**

### **OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING**

- Consolidar la empresa como una de las empresas líderes en la prestación de servicios de asesorías y consultorías en la ciudad de Bogotá.
- Aumentar nuestro mercado objetivo teniendo como base siempre la política de la empresa de realizar el trabajo siempre con los mejores estándares de calidad.
- Ser reconocidos en el sector por la transparencia con la que actúan nuestros trabajadores y la excelente preparación de los mismos.

### **ESTRATEGIA DEL PRODUCTO:**

En la estrategia de nuestro producto tendremos como base siempre prestar el mejor servicio de asesorías con los profesionales mejor capacitados y que sean intachables en su ética profesional para que de esta forma se genere un sentimiento de seguridad y confianza por parte de los clientes, y se realizaran procesos de pos procesos realizados por los mismos profesionales que en su momento atendieron el caso, todo esto con el fin de identificar que tan satisfecho quedo el cliente con el servicio que se le presto y en caso de no estar 100% satisfecho que puede hacer la empresa para mejorar esa percepción.

### **ESTRATEGIA DE LA MARCA:**

Como tal la marca JBL's S.A.S toma este nombre tomando como base la familia ya que las tres letras en mayúscula son las iniciales de los integrantes de la familia, esto puede lograr que los clientes se conecten con la empresa de una manera más sentimental al saber el origen familiar del nombre también es corto para que sea fácil de recordar además que las combinación de las letras tal y como esta expresa fuerza y confianza.

### **LOGO:**



Este es el prototipo de logo generado para nuestra empresa; algunas características puede ser el uso del color azul el cual se escogió por ser un color que genera seguridad, confianza, Inteligencia y comodidad tres aspectos importantes para empresas que prestan servicios de asesorías y consultorías y el color negro porque Produce una sensación de poder, prestigio, respeto y sofisticación.

### **ESTRATEGIA DEL EMPAQUE:**

En este caso la estrategia del empaque se debe desviar hacia la presentación de nuestros trabajadores a los clientes; que los clientes se sientan bien con ellos desde el momento en que los ven además de pequeños detalles que proporcionan elegancia al momento de que nuestros trabajadores se promocionen como los grandes profesionales que son. Para esto se tendrá en cuenta incluso temas como el de las tarjetas de presentación que son algo muy pequeño pero que puede generar una gran y positiva impresión.



### **Estrategia de precios:**

Claramente como este es un sector en el cual las empresas prestan servicios similares en un principio tendremos que manejar un rango de precios que se encuentre en el promedio de lo que cobran las empresas que ya se encuentran realizando esta actividad; teniendo en cuenta que deben ser precios que proporcionen una rentabilidad y que con la forma en que se prestaran los servicios por parte de JBL's S.A.S los clientes no lo verán como una carga. Sino como una inversión.

Así cómo se pueden generar honorarios por horas o por proyectos, también se puede si la asesoría y consultoría involucra una cantidad muy grande de dinero cobrar un porcentaje de la suma en cuestión por lo que esto abre varias opciones en las cuales se va a cobrar el servicio.

Depende de varios factores como el tipo de cliente, el tipo de asesoría o consultoría y la cantidad de dinero que se encuentre involucrada además del tiempo que deba implementarse para el desarrollo de la asesoría o consultoria.

Lo que para el mercado colombiano nos permite marcar un rango de precios de entre \$ 80.000 y \$ 700.000 este rango como base inicial de cobro por los servicios cuando la empresa se encuentre en su inicio con el tiempo y la experiencia adquirida este rango de precios cambiara de uan manera bastante sustancial ya que en los servicios prestados empezarían a influir todos los factores nombrados anteriormente para realizar el cálculo del precio y donde si el monto de dinero que se encuentra involucrado es muy alto además de la dedicación que va a necesitar este trabajo en particular será mucha. Se puede realizar un cobro porcentual sobre la suma que se encuentra en juego.

### **Proyección de ventas**

Ver archivo adjunto de Excel.

En la tabla se encuentra la proyección de ventas calculadas para un mes basado en los costos a los que se incurre mensualmente para que la empresa desarrolle sus labores y donde nos dice lo que debemos facturar mensual mente teniendo en cuenta los costos; ya que por ser un sector en el que se toman distintas maneras de calcular el valor del servicio prestado dificulta el imponer una tarifa general para lo que se realiza en la empresa.

### **Estrategia de promoción:**

Al ser un servicio lo que se va a promocionar se deben usar la mayor cantidad de medios para promocionar el producto ya que por ser un intangible la única manera en que las personas van a sentir la necesidad de utilizar estos servicios será si se les ataca desde varios frentes por lo cual en un comienzo se realizara promoción por medio de las redes sociales las cuales en la actualidad son más efectivas que otros medios; también en los lugares cercados a la oficina principal por medio

de volantes, búsqueda de clientes en sitios estratégicos donde se concentre nuestro mercado objetivo ya después de esto se realizaran algún tipo de cuña radial y esto sería todo en un principio.

## Conclusiones

- Aunque es un sector que no tiene la promoción requerida para que sea reconocido en un nivel más alto ya que en la actualidad el mercado no conoce bien este tipo de empresas y los servicios que prestan es un mercado que genera buenas utilidades para las empresas metidas en él.
- Es un sector en el cual aunque la inversión en capital intelectual y humano debe ser bastante considerable de la misma manera los servicios serán cobrados teniendo en cuenta la preparación y experiencia de ese capital humano e intelectual lo que genera un equilibrio en la ecuación de COSTO – BENEFICIO.
- Es un sector con una oferta controlada lo que permite que al entrar una nueva empresa pueda inicialmente obtener una sostenibilidad.