

**Apúntelea Bogotá**

Proyecto Creación de Empresa

Maristella Montaña León, Patricia Villamil Ulloa,

Esmila Rincón Alba, Diana Carolina Cortés Nieto,

[marimont12@hotmail.com](mailto:marimont12@hotmail.com), [patvil@gmail.com](mailto:patvil@gmail.com),

[esmilarincon2@yahoo.com](mailto:esmilarincon2@yahoo.com), [caritoc2@hotmail.com](mailto:caritoc2@hotmail.com),

Bogotá, julio de 2012



Nota:

---

---

---

Firma del Tutor:

---

## RESUMEN EJECUTIVO

### CONCEPTO DEL NEGOCIO

Se contempla la constitución de una empresa de servicios bajo la razón social apunteleabogota.com, diseñada para facilitar a los visitantes que por motivo de capacitación o negocios deben viajar a la ciudad de Bogotá.

apunteleabogota.com tiene como objetivo ofrecer a ejecutivos, directivos de empresas, estudiantes, entre otros una guía de servicios que cubran las necesidades de transporte, alojamiento, infraestructura y estadía, durante la permanencia en la ciudad, por motivos empresariales o de formación ya sea académica o laboral.

Para la prestación del servicio se creará una página web que ofrece en una sola plataforma un portafolio con diferentes alternativas de formación y eventos empresariales así como información adicional de movilidad, estadía, entre otros.

### PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES:					
Nombre	Nivel de Formación			Dominio de Idiomas	Experiencia profesional
	Pregrado	Posgrado	Otro		
Maristella Montaña León	Economista	Gestión de Portafolios de Inversión y Valoración de Empresas	Auditoría y Certificación en ISO-9000	Inglés Avanzado	ICBF y la Fiduciaria Bancolombia; Recaudo del Aporte Parafiscal, Técnico Administrativo, Analista de Administración de Fideicomisos y Coordinadora Inmobiliaria.
Patricia Villamil Ulloa	Administración de Empresas	Gestión de Portafolios de Inversión y Valoración de Empresas	Gestión Gerencial y Marketing, Back Office en el Mercado de Valores Colombiano.	Inglés Básico	Bancolombia, la Corporación Mundial de la Mujer Colombia y Bancamía, Asistente Comercial, Tesorería, Especialista Back Office de Tesorería

Diana Carolina Cortés Nieto	Administración de Empresas	Gestión de Portafolios de Inversión y Valoración de Empresas	Diplomado en Gestión de Calidad		Ejecutiva Senior de Banca Colombia, Coordinadora y Administración de Fideicomisos en Fiduciaria Bancolombia.
Esmila Rincón Alba	Administración de Empresas	Gestión de Portafolios de Inversión y Valoración de Empresas	Auditoría y Certificación en ISO 9000		Porvenir y Fiduciaria Bancolombia, Analista de Recaudos, Analista de Administración de Fideicomisos y Supernumeraria.

## POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS

En Colombia se ha incrementado el número de usuarios de internet en 354% entre el 2005 y 2009, el número de suscriptores a internet se incrementó en 101% entre el 2008 y 2010 alcanzando un total de \$4.384.181 suscriptores de internet fijo y móvil.

Los suscriptores a estos servicios corresponden a personas mayores de 18 años y empresas, que se convierten en mercado potencial para el servicio ofrecido, teniendo en cuenta que este es un grupo que buscan oportunidades de mejora en el ámbito de formación, profesión y empresarial.

## VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR

Como propuesta de valor y ventajas competitivas, se contempla ofrecer una guía de servicios confiable y oportuna a los visitantes a nuestra página web que les permita consultar una gama de posibilidades para tomar la mejor alternativa acorde a sus necesidades.

Facilidad de navegar en el sitio y de conseguir la información que requiere, a través de menús, índices y secciones.

## RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS

La inversión inicial de la empresa corresponde a los aportes de las cuatro socias, cada una con un aporte de \$10.000.000 para un total de \$ 40.000.000, los cuales se invertirán inicialmente en hacer un plan de penetración de publicidad, que es la herramienta principal para dar a conocer el negocio, así como la creación de la página web a través de la cual se prestará el servicio de la empresa.

## PROYECCION DE VENTAS Y RENTABILIDAD

Para los seis primeros meses con el fin de dar a conocer la empresa y el sitio web se realizará una campaña que permita a las empresas posibles clientes, que pauten de forma gratis en la página, posterior a este tiempo los costos se calcularon con base en los sondeos realizados de los costos de la publicidad comercial y las impresiones o impactos del mercado.

## CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACION DE VIABILIDAD

Una vez calculadas las cifras de acuerdo con la inversión inicial, y los cálculos para pagos de publicidad, página web, nómina, impuestos y al realizar los estados financieros para un periodo de tres años, encontramos que el negocio es viable ya que VPN corresponde a 5 veces la inversión inicial con una TIR del 2.62%

## ABSTRACT

There is contemplated the constitution of a company of services under the trade name apunteleabogota.com, designed to facilitate the visitors who for motive of training or business must travel to the city of Bogota. Apunteleabogota.com has as aim offer executives, executives of companies, students, between others one guides of services that cover the needs of transport, housing, infrastructure and demurrage, during the permanency in the city, for managerial motives or of formation already be academic or labor. For the service there will be created a web page that offers in an alone platform a portfolio with different alternatives of formation and managerial events as well as additional information of mobility, demurrage, between others.

As offer of value and competitive advantages, there meditates offering him a reliable and opportune guide of services the visitors to our web page that allows them to consult a range of possibilities to take the best identical alternative to his needs. Facility of sailing in the site and of obtaining the information that it needs, across menus, indexes and sections.

## KEY WORDS

Banner, E-commerce, hyperlink, cost for thousand, impression, web servant.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO .....	3
VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR .....	4
RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS .....	5
PROYECCION DE VENTAS Y RENTABILIDAD .....	5
CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACION DE VIABILIDAD .....	5
1. MÓDULO DE NATURALEZA DEL PROYECTO.....	12
1.1 JUSTIFICACIÓN .....	12
1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA .....	13
1.3 TIPO DE EMPRESA.....	13
1.3 UBICACIÓN Y TAMAÑO.....	13
1.4 VISIÓN .....	14
1.5 MISIÓN.....	14
1.6 OBJETIVOS .....	14
1.6.1 Corto plazo – Un año.....	14
1.6.2 Mediano plazo – Dos años .....	15
1.6.3 Largo plazo – Cinco años .....	15
1.7 VENTAJAS COMPETITIVAS .....	15
1.8 PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES .....	15
2. MÓDULO DE MERCADEO.....	17
2.1. Investigación de Mercados .....	17
2.1.1. Análisis del Mercado.....	17
2.1.2. Análisis del Sector .....	18
2.1.3. Análisis de la Competencia.....	20

2.2. ESTUDIO DE MERCADO .....	21
2.2.1. Objetivo del Estudio.....	21
2.2.2. Encuesta Tipo.....	22
2.2.3. Aplicación de Encuesta .....	23
2.2.4. Resultados Obtenidos.....	24
2.2.5. Conclusiones del Estudio Realizado.....	27
2.2.6. Estrategias de Precios .....	28
2.2.7. Estrategias de Prestación de Servicio o Distribución.....	29
2.2.8. Estrategias de Promoción.....	30
2.2.9. Estrategias de comunicación .....	30
2.2.10. Estrategias de Servicios .....	32
2.3. PLAN DE VENTAS .....	33
3. MÓDULO TÉCNICO .....	34
3.1. PRODUCTOS Y / O SERVICIOS .....	34
3.1.1. Concepto del Producto o Servicio.....	34
3.1.2. Estado de Desarrollo .....	35
3.1.3. Descripción del Proceso Productivo o Prestación de Servicio .....	36
3.2. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS .....	37
3.2.1. Recursos y requerimientos del proceso productivo o de prestación de servicio	37
3.2.2. Insumos y materiales del proceso productivo o de prestación de servicio.....	37
4. MODULO DE LA ORGANIZACIÓN .....	38
4.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO - FUNCIÓN EMPRESARIAL.....	38
4.1.1. Estructura Organizacional.....	38
4.1.2. Análisis DOFA.....	40
4.1.3. Administración de Sueldos y Salarios.....	40



4.1.4. Marco Legal.....	41
5. MODULO FINANCIERO .....	42
5.1. INVERSIONES .....	42
5.2. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA.....	43
5.3. BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADO .....	43
5.5. FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO.....	45
5.6.1 Cálculo del Punto de Equilibrio.....	46
GLOSARIO .....	46
BIBLIOGRARIA.....	46

## INTRODUCCIÓN

Sin duda alguna Bogotá es la ciudad más importante de Colombia no solo por su atractivo cultural e infraestructura, sino por su crecimiento empresarial, académico y por ser el epicentro de grandes eventos nacionales e internacionales entre otros, que abarcan todo tipo de campos en materia económica, social y de desarrollo.

La velocidad con la que avanza el mundo en materia de negocios, obliga cada vez más a las personas a buscar alternativas que maximicen de forma eficaz y eficiente su tiempo, debido a que las condiciones de transporte, seguridad, alojamiento, entre otros, son cada vez más amplias pero al mismo tiempo requieren de una buena elección que logre satisfacer las necesidades actuales y así llegar a buen término en un viaje de negocios, capacitación o estudios.

Debido a esto las necesidades de nuestros visitantes nacionales y extranjeros, que año tras año van creciendo de manera significativa los lleva a tomar iniciativas que hagan de su visita y estadía en la ciudad una experiencia no solo placentera sino productiva desde todo punto de vista y que satisfaga las expectativas que tenían antes de iniciar su viaje.

La escasez en la oferta de empresas que se preocupen por este tipo de necesidades, hacen que muchas personas pierdan el interés y la oportunidad de capacitarse en diferentes campos y al mismo tiempo conocer otras alternativas que los ayuden a afianzar sus actividades económicas y de desarrollo en el campo profesional y académico.

Por lo anterior, se pensó en crear una empresa que ofrezca sus servicios a través de la página web [www.apunteleabogota.com](http://www.apunteleabogota.com) que será un sitio en la red ágil y de fácil acceso, con el fin de cubrir las necesidades de los clientes a la hora de realizar capacitaciones o negocios en la ciudad de Bogotá.

# 1. MÓDULO DE NATURALEZA DEL PROYECTO

## 1.1 JUSTIFICACIÓN

Pensando en satisfacer las necesidades que en materia de logística se generan a los visitantes que por motivos académicos o de negocios deben viajar a Bogotá, se consideró la oportunidad de crear una Empresa que ofrezca de manera previa diferentes alternativas de movilidad, estadía y servicios adicionales de acuerdo a las necesidades particulares de cada cliente.

En la última década se refleja un aumento de la inversión extranjera concentrada principalmente en los sectores de comercio, transporte, inmobiliario y servicios, localizados en Atlántico, Valle, Antioquia, Bolívar y principalmente en Bogotá, razón por la Colombia se ha convertido en un atractivo turístico, comercial y laboral para otras naciones; igualmente, por su parte Bogotá cautiva a la gran mayoría del resto del país. Todo esto, genera en los visitantes las necesidades ya planteadas, para lo cual no se encuentra definida una empresa que involucre y satisfaga integralmente información, requisitos, trámites y otras falencias para una estadía placentera en esta Ciudad.

Con la puesta en marcha del TLC, el incremento de negocios y capacitación entre Bogotá y el resto del país y el mundo generará un aumento en los desplazamientos de empresarios para retroalimentación, actualización y supervisión desde y hacia las empresas en Colombia, así como una ingente necesidad de la población del país a buscar en Bogotá la innovación y actualización profesional.

Resulta además atractivo y una oportunidad para el negocio que se está ofreciendo, los diferentes eventos que se organizan por parte de entidades privadas y públicas, las cuales se realizan principalmente en Corferias, convirtiendo esto en una oportunidad y un nicho del mercado potencial, para hacer su estadía mucho más placentera.

## 1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA



**Apúntelea Bogotá**

## 1.3 TIPO DE EMPRESA

Empresa de Servicios, diseñada para facilitar a los visitantes que por motivos de negocios o estudios deben viajar a la ciudad de Bogotá.

Se contempla la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S.<sup>1</sup> teniendo en cuenta la flexibilidad en regulación y conformación que facilita a nuevos empresarios el ingreso a la creación de empresas.

## 1.3 UBICACIÓN Y TAMAÑO.

La Empresa estará ubicada en la ciudad de Bogotá, la atención se prestará a través de una página WEB diseñada para satisfacer los servicios ofrecidos a los clientes potenciales.

---

<sup>1</sup> Ley 1258 de 2008.

Teniendo en cuenta las cifras y empleados que se analizan se considera la creación de una Microempresa, entre 1 y 10 empleados y activos totales por valor inferior a 5.001 salarios mínimos legales mensuales vigentes<sup>2</sup>.

#### 1.4 VISIÓN

Consolidar una guía de servicios, que de manera productiva, permita ser reconocidos por los clientes potenciales para la satisfacción de sus necesidades en sus viajes de negocios o estudio a la ciudad de Bogotá.

#### 1.5 MISIÓN

Proporcionar alternativas e información sólida y confiable a sus clientes y anunciantes que faciliten y optimicen el itinerario en su estadía en la capital colombiana.

#### 1.6 OBJETIVOS

##### *1.6.1 Corto plazo – Un año*

- Posicionar la empresa durante el primer año de funcionamiento, permitiendo que los anunciantes pauten de manera gratuita durante los primeros seis meses, con el fin de darla a conocer e ir la consolidando como una de las empresas que ofrece de manera integral, todo lo necesario para la estadía en la capital, por motivo de capacitación o de negocios.
- Buscar alianzas estratégicas con Universidades y Entidades públicas y privadas, que brinden diferentes opciones de capacitación como diplomados, seminarios, cursos

---

<sup>2</sup> Ley 590 10 de julio de 2000

libres, entre otros, enfocados al área profesional y académica, con el fin de lograr la publicación de sus anuncios en el sitio web creado.

#### *1.6.2 Mediano plazo – Dos años*

➤ Obtener ganancias, a partir de la ejecución de los acuerdos que se lleven con cada uno de los anunciantes, que han pagado gratis durante el primer año de funcionamiento, tiempo suficiente para demostrarles que es un sitio web de calidad y con éxito.

#### *1.6.3 Largo plazo – Cinco años*

➤ Dar a conocer la empresa a nivel internacional, con el fin de mostrar las oportunidades de formación y de negocios que se pueden realizar en Bogotá.

### 1.7 VENTAJAS COMPETITIVAS

Ofrecer una guía de servicios confiable y oportuna a los visitantes a nuestra página web que les permita consultar una gama de posibilidades para tomar la mejor alternativa acorde a sus necesidades.

Facilidad de navegar en el sitio y de conseguir la información que requiere, a través de menús, índices y secciones.

### 1.8 PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

Maristella Montaña León

Economista de la Universidad Católica de Colombia, actualmente cursa la Especialización en Gestión de Portafolios de Inversión y Valoración de Empresas en la Universidad EAN, además, cuenta con estudios de Auditoría y Certificación en ISO-9000. Como segundo idioma, habla, escribe y lee el inglés en un nivel Avanzado.

Su experiencia laboral, se encuentra en excelentes empresas del sector estatal y privado, entre las que se destacan el ICBF y la Fiduciaria Bancolombia; ha desempeñado cargos en el área de Recaudo del Aporte Parafiscal como Técnico Administrativo y en la Vicepresidencia de Fideicomisos como Analista de Administración de Fideicomisos y Coordinadora Inmobiliaria.

Patricia Villamil Ulloa

Administradora de Empresas de la Universidad de La Salle, con estudios en Funcionalidad del Back Office en el Mercado de Valores Colombiano, Gestión Gerencial y Marketing y Gestión Empresarial, y actualmente cursa la Especialización en Gestión de Portafolios de Inversión y Valoración de Empresas en la Universidad EAN.

Su experiencia laboral se ha desarrollado en el sector Financiero, y ha trabajado en empresas como Bancolombia, la Corporación Mundial de la Mujer Colombia y Bancamía, desempeñando cargos como Asistente Comercial, Tesorería, y como Especialista Back Office de Tesorería

Esmila Rincón Alba

Administradora de Empresas de La Fundación Universitaria Los Libertadores, actualmente cursa la Especialización en Gestión de Portafolios de Inversión y



Valoración de Empresas en la Universidad EAN, además cuenta con estudios de Auditoría y Certificación en ISO 9000.

Su experiencia laboral se encuentra en excelentes empresas del sector privado en las que se destacan Porvenir y Fiduciaria Bancolombia, ha desempeñado cargos en las áreas de Recaudos como Analista y en la Vicepresidencia de Fideicomisos como Analista de Administración de Fideicomisos y Supernumeraria.

Diana Carolina Cortés Nieto

Administradora de Empresas de la Universidad Piloto de Colombia, actualmente cursa la Especialización en Gestión de Portafolios de Inversión y Valoración de Empresas en la Universidad EAN, además, con Diplomado en Gestión de Calidad.

Su experiencia laboral en Bancolombia actualmente como Ejecutiva Senior de Banca Colombia, Coordinadora y Administración de Fideicomisos en Fiduciaria Bancolombia.

## 2. MÓDULO DE MERCADEO

### 2.1. Investigación de Mercados

#### *2.1.1. Análisis del Mercado*

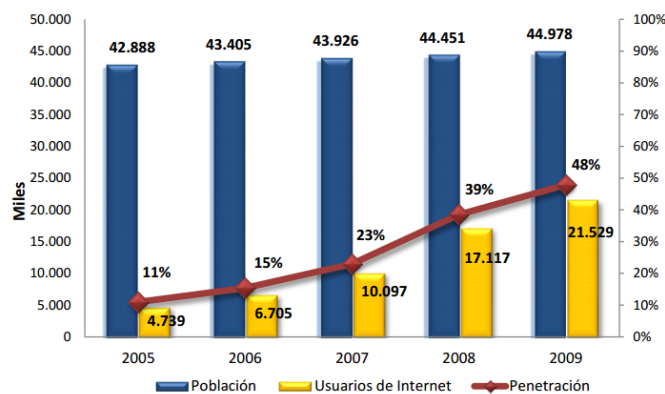
Se contempla que el público al que está dirigido el sitio web son personas adultas, estudiantes o empresarios que pueden acceder a la página desde su lugar de estudio, vivienda o trabajo con el fin de obtener toda la información que necesiten en

materia logística para llevar a cabo sus viajes a Bogotá por motivos de negocios o formación académica.

### 2.1.2. Análisis del Sector

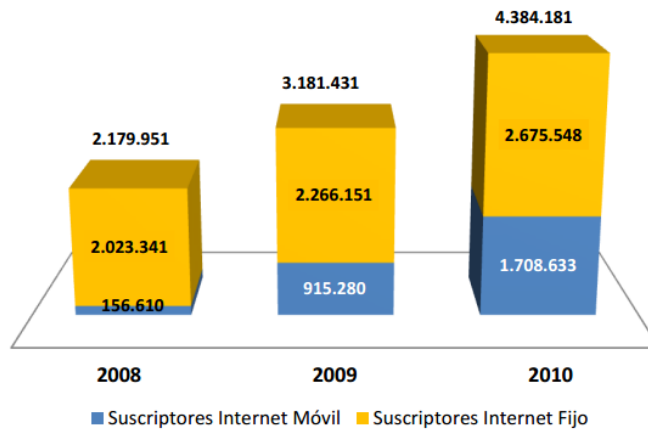
En Colombia se ha incrementado considerablemente el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones elevando su nivel de exposición a amenazas cibernéticas. El número de usuarios de internet aumentó en 354% entre el 2005 y el 2009, de acuerdo a la gráfica No.1. El número de suscriptores a internet se incrementó en 101% entre el 2008 y el 2010 alcanzando un total de 4.384.181 suscriptores de internet fijo y móvil. De estos, el 39% corresponde a suscriptores de Internet fijo y el 61% a suscriptores internet móvil, como se aprecia en la gráfica No. 2.<sup>3</sup>

Figura 1. Incremento en los usuarios de internet



<sup>3</sup> DNP Consejo Nacional de Política Económica y Social Documentos Conpes

Figura 2 Número de usuarios según el tipo de servicio de Internet



La empresa [www.apunteleabogota.com](http://www.apunteleabogota.com) pretende ser un sitio web bien diseñado que permita a las empresas locales ofrecer a los usuarios información referente a capacitaciones, eventos empresariales y en general sitios de interés al visitante. De esta forma, los beneficios pueden quedarse en la capital colombiana y contribuir al crecimiento del empleo y al desarrollo económico.

El mercado objetivo se encuentra en una etapa de crecimiento teniendo en cuenta el fortalecimiento en los procesos de internacionalización, la inversión extranjera, también ha sido útil como instrumento de transferencia de tecnología y de aumento en la productividad, que contribuye a mejorar la competitividad de las empresas. Bogotá es la ciudad más importante de Colombia, por encima de Medellín, Barranquilla, Cali y Bucaramanga y ha sido identificada como una de las ciudades reconocidas en el hemisferio, por su agenda de eventos culturales, económicos,

políticos y sociales, junto a Santiago de Chile, Sao Paulo en Brasil, Lima en Perú y Ciudad de Panamá.

En los últimos cuatro años Colombia ha fortalecido su integración con los mercados internacionales a través de la suscripción de acuerdos comerciales con mercados estratégicos, adicionalmente las nuevas condiciones del mercado de capitales, hacen que las empresas y las personas naturales permanezcan en constante formación así como la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios para permanecer a la vanguardia de la economía.

### *2.1.3. Análisis de la Competencia*

El sitio Web que se va a crear, no cuenta actualmente con competidores directos, teniendo en cuenta que dentro de la red no existe en una sola plataforma un portafolio que ofrezca diferentes alternativas de movilidad, estadía y otros servicios adicionales de acuerdo a las necesidades particulares de cada cliente.

En la actualidad existen diferentes páginas de la ciudad de Bogotá que presentan la información en forma de directorio o guías generalizadas.

Sin embargo se debe señalar que existen algunas otras empresas que tienen páginas de alguna trayectoria en las que se presta el servicio de enlace entre la oferta y la demanda de productos y servicios como son:

<http://www.guiaacademica.com/>

<http://www.curso-en-colombia.com.co>

[www.bogotaemprende.com](http://www.bogotaemprende.com)

Estos sitios son especializados en eventos de capacitación o de negocios, pero no ofrecen información relacionada con los servicios adicionales que requieren las personas que vienen de otras ciudades del país referente a la logística para el itinerario y estadía durante su permanencia en Bogotá.

De otra parte, cuentan con reconocimiento y posicionamiento en el sector por su amplia trayectoria en el mercado, situación favorable como generador de confianza para sus clientes actuales y potenciales.

Dentro de las estrategias de [apunteleabogota.com](http://apunteleabogota.com), con el fin de alcanzar penetración y posicionamiento en el mercado busca mejorar y ampliar los servicios ofrecidos en la página web, así como desarrollar alianzas estratégicas con entidades que contribuyan a ofrecer un portafolio de servicios completo que cubran las necesidades de nuestro mercado objetivo.

## 2.2. ESTUDIO DE MERCADO

### *2.2.1. Objetivo del Estudio*

El objetivo del presente estudio es determinar la cantidad de usuarios potenciales, que estarían interesados en conocer en un solo sitio web, toda la información necesaria para cubrir las sus exigencias a la hora de buscar capacitaciones y oportunidades de negocio en la capital.

## 2.2.2. Encuesta Tipo

La encuesta se diseñó con el fin de conocer las preferencias y necesidades del mercado objetivo con preguntas cerradas y opciones de respuesta múltiple, cuyos resultados permitieron conocer sus gustos y tendencias con relación al uso de Internet. A continuación se presenta la encuesta realizada.

### Encuesta Ingreso Usuario a la Red

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: De 18 a 25 \_\_\_\_ De 26 a 35 \_\_\_\_ De 36 en adelante \_\_\_\_

Sexo: F \_\_\_\_ M \_\_\_\_

Descripción del Producto

Seleccione una de las opciones de cada pregunta:

1a. Si usted tuviera la oportunidad de ir a capacitarse a otra ciudad, a que medio acudiría para conocer los programas que se ofrecen en ella.

Páginas web \_\_\_\_ Directorio Telefónico \_\_\_\_ Recomendación \_\_\_\_

1b. Si desea llevar a cabo negociaciones en la capital, a qué medio recurriría para conocer las ofertas de su interés:

Páginas web \_\_\_\_ Folletos \_\_\_\_ Publicidad impresa \_\_\_\_

1c. Que ciudad considera usted, concentra mayores oportunidades al momento de capacitarse o desarrollar negocios:

Bogotá \_\_\_\_ Medellín \_\_\_\_ Cali \_\_\_\_

1d. Con qué frecuencia ingresa a sitios web, con el fin de consultar información acerca de capacitaciones o desarrollo de negocios:

De una a tres veces al día \_\_\_\_ Tres veces a la semana \_\_\_\_

Tres veces al mes \_\_\_\_ Una vez al mes \_\_\_\_

En una escala del 1 al 6 donde 6 es muy interesante y 1 es nada interesante, defina:

Si decide viajar a otra ciudad en plan de formación o negocios, califique los siguientes aspectos que considera de su mayor interés:

ASPECTOS	CALIFICACION					
	1	2	3	4	5	6
Transporte						
Hospedaje – Hoteles						
Mapa de la Ciudad						

Sitios Turísticos						
Centros Comerciales						
Restaurantes						
Casas de Cambio						
Promociones y descuentos						

Cuál de los siguientes medios de publicidad considera es el más consultado en la actualidad:

ASPECTOS	CALIFICACION					
	1	2	3	4	5	6
Internet						
Televisión						
Radio						
Prensa						

### 2.2.3. Aplicación de Encuesta

La encuesta se aplicó a personas mayores de 18 años que tienen acceso al servicio de internet, en diferentes sitios universitarios y centros comerciales en las ciudades de Medellín, Cali, Bucaramanga, Villavicencio. La encuesta se imprimió en hoja tamaño carta y se aplicó en forma física con la ayuda de contactos en las ciudades citadas.

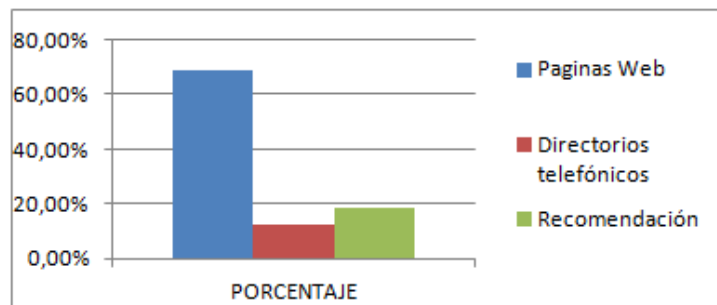
En total fueron encuestadas 240 personas mayores de edad, el perfil de los encuestados era hombres y mujeres estudiantes universitarios, profesionales y trabajadores. La encuesta se dividió en cuatro segmentos, cada uno de 60 personas; la muestra se consideró de 48 personas, correspondiente al 20% de cada segmento, las cuales fueron seleccionadas de manera aleatoria, siendo las 6 primeras y las 6 últimas personas encuestadas por segmento.

### 2.2.4. Resultados Obtenidos

Pregunta 1 a. Si usted tuviera la oportunidad de ir a capacitarse a otra ciudad, a que medio acudiría para conocer los programas que se ofrecen en ella.

Figura 3. Preferencias sobre medios de información sobre capacitación

Opción	PORCENTAJE
Paginas Web	68,75%
Directorios telefónicos	12,50%
Recomendación	18,75%

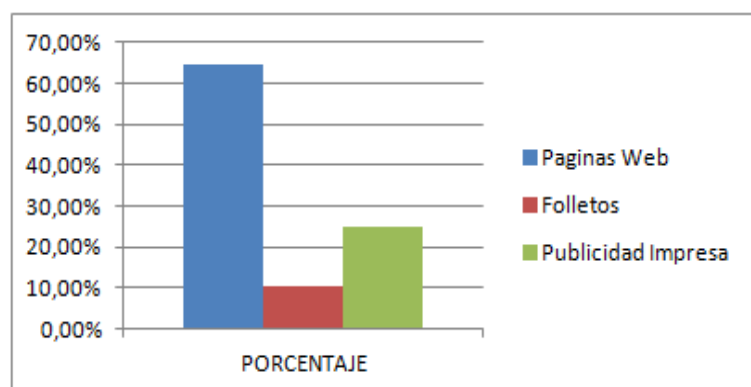


De acuerdo al grafico, se evidencia que la mayoría de las personas entrevistadas optan en un 68.75% por hacer consultas en internet para conocer los servicios que se ofrecen.

Pregunta 1 b. Si desea llevar a cabo negociaciones en la capital, a qué medio recurriría para conocer las ofertas de su interés:

Figura 4. Preferencias sobre medios de información negocios Internet es el medio más utilizado para realizar consultas y ofertas por los usuarios interesados en conocer acerca de negocios o capacitaciones.

Opción	PORCENTAJE
Paginas Web	64,58%
Folletos	10,42%
Publicidad Impresa	25,00%

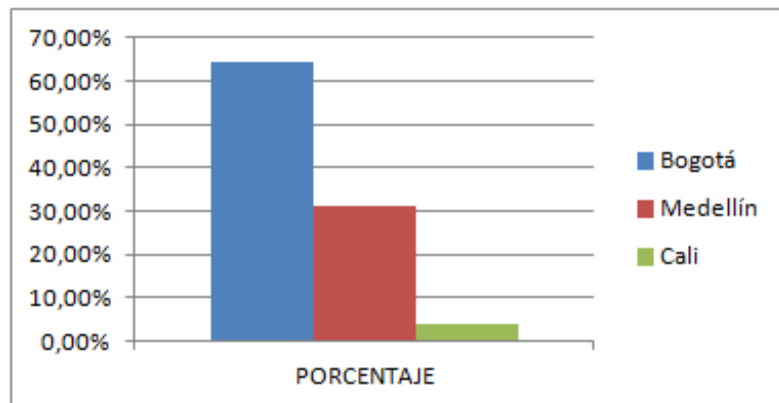




Pregunta 1 c. Que ciudad considera usted, concentra mayores oportunidades al momento de capacitarse o desarrollar negocios:

Figura 5. Preferencias sobre ciudades para capacitación o negocios

Opción	PORCENTAJE
Bogotá	64,58%
Medellín	31,25%
Cali	4,17%

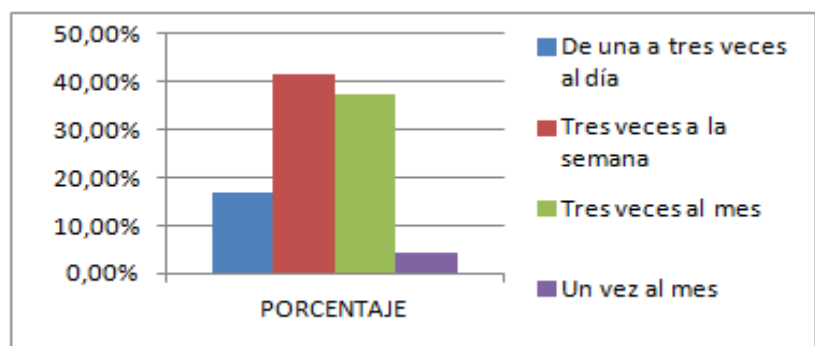


El 64.58% las personas eligen a Bogotá como un centro empresarial para realizar sus negocios

Pregunta 1 d. Con qué frecuencia ingresa a sitios web, con el fin de consultar información acerca de capacitaciones o desarrollo de negocios:

Figura 6. Frecuencia de consultas en internet

Opción	PORCENTAJE
De una a tres veces al día	16,67%
Tres veces a la semana	41,67%
Tres veces al mes	37,50%
Un vez al mes	4,17%

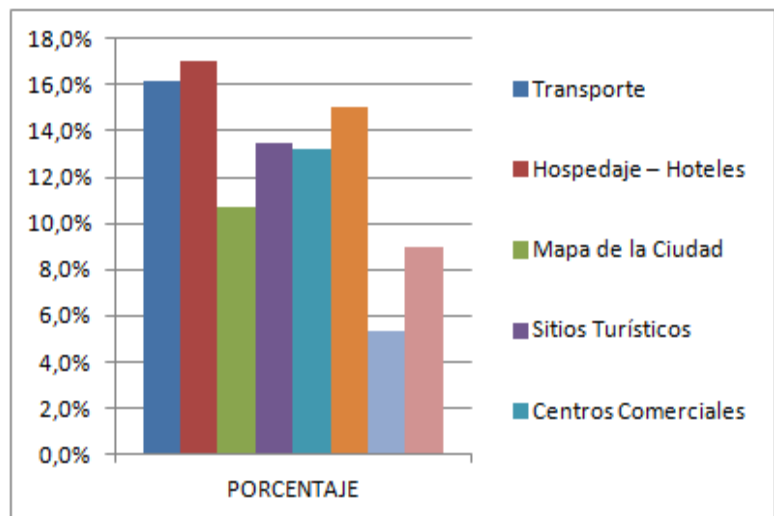


Se observa que Internet es una herramienta utilizada regularmente con una frecuencia de tres veces por semana del 41.57%.

Pregunta 2 a. Si decide viajar a otra ciudad en plan de formación o negocios, califique los siguientes aspectos que considera de su mayor interés:

Figura 7. Aspectos de mayor interés cuando se consultan páginas de internet

Opción	PORCENTAJE
Transporte	16,2%
Hospedaje – Hoteles	17,0%
Mapa de la Ciudad	10,7%
Sitios Turísticos	13,5%
Centros Comerciales	13,2%
Restaurantes	15,0%
Casas de Cambio	5,3%
Promociones y descuentos	8,9%



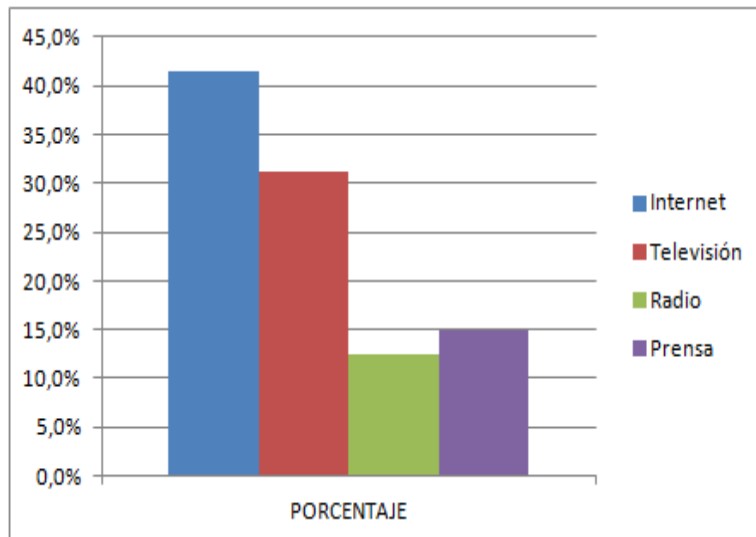
Se observa un porcentaje similar entre las opciones presentadas para los viajes por negocios o formación.

Pregunta 2 b.Cuál de los siguientes medios de publicidad considera es el más consultado en la actualidad:

En las respuestas que se presentan en la figura 8 Se evidencia que internet es el medio de mayor auge en este momento con un 41.4% sobre los otros medios.

Figura 8. Aspectos de mayor interés cuando se consultan páginas de internet

Opción	PORCENTAJE
Internet	41,4%
Televisión	31,2%
Radio	12,5%
Prensa	14,9%



Se evidencia que internet es el medio de mayor auge en este momento con un 41.4% sobre los otros medios.

#### 2.2.5. Conclusiones del Estudio Realizado

Una vez analizados los resultados obtenidos de la muestra tabulada se observa que la mayoría de las personas consideran el internet un medio rápido y necesario de obtener información, con relación a la aplicación de la encuesta para conocer las preferencias de los usuarios acerca de las consultas de ofertas para la toma de decisiones en los viajes de negocios o formación la web es el medio más utilizado.

En los temas específicos negocios y capacitación el 64.58% de los encuestados eligen a Bogotá como el destino preferido, el 47% consulta en promedio tres veces por semana y se observa la importancia que tiene para las personas tener conocimiento de las opciones en materia de transporte, alojamiento, restaurantes y sitios de interés.

De otra parte con relación a la publicidad, se concluye la importancia que tiene la publicidad en internet para las empresas, ya que en la actualidad es el medio más consultado y de fácil acceso para tener información de sitios y productos de interés.

#### *2.2.6. Estrategias de Precios*

Con el fin de dar a conocer la página Web [apunteleabogota.com](http://apunteleabogota.com), se tomó la decisión de tener una Estrategia de Precios de Penetración, razón por la cual se dispuso que durante el primer año la empresa ofrezca el servicio gratis a los anunciantes para publicitar en la página, y a partir del segundo año la tarifa se establece como 60% de los precios que se cobra en páginas reconocidas.

Es así como los ingresos de la empresa se basan en el recaudo que se logre por publicidad dentro de la zona comercial de la página, banner gigante y miles de impresiones. Para establecer este precio se utilizan las tarifas que actualmente ofrecen los sitios líderes en publicidad, esta modalidad se emplea cuando los vendedores fijan los precios en función de las empresas donde se puede adquirir el mismo producto.

Se aplica generalmente en las empresas pequeñas, con pocos medios de análisis del mercado y que siguen a un líder, el precio se puede mantener ligeramente por debajo de la empresa principal, incrementándose o disminuyéndose según lo hace ésta. Para el caso de [www.apunteleabogota.com](http://www.apunteleabogota.com) es útil puesto que da una base de lo que se cobra en páginas consolidadas.

En la tabla 1 se aprecian los precios de referencia para establecer el valor a cobrar por los servicios de la página a partir del segundo año de creada.

Tabla 1 Precios base para determinación de costos del servicio

Producto	eltiempo.com	portafolio.com.co	motor.com.co	cambio.com.co	enter.com.co	abcdelbebe.com	revistadonjuan.com	promedio Mercado	Precio de Venta
Publicidad diaria en zona Comercial	\$ 52.150	\$ 38.650	\$ 29.000	\$ 26.130	\$ 19.000	\$ 17.000	\$ 16.400	\$ 28.333	\$ 17.000
Miles de Impresiones o impacto	\$ 46.000	\$ 46.000	\$ 46.000	\$ 46.000	\$ 46.000	\$ 46.000	\$ 46.000	\$ 46.000	\$ 27.600
Impresión o impacto	\$ 46	\$ 46	\$ 46	\$ 46	\$ 46	\$ 46	\$ 46	\$ 46	\$ 28

De esta forma para la publicidad en zona comercial se establece un precio de \$17.000 día por pauta, un 40% abajo del precio de mercado.

Para el producto impacto e impresión se estableció un precio de \$27.600 por millar es decir \$27.6 por impacto. Que también está un 40% por debajo del precio del mercado. Estos precios serán ajustados de acuerdo al éxito de la página tanto en el primer año como en los años posteriores. Pero para efectos de los cálculos económicos se proyecta un incremento del 10% anual.

### 2.2.7. Estrategias de Prestación de Servicio o Distribución

Se adoptará la modalidad del marketing viral que convierte a los visitantes de un sitio web en emisores publicitarios mediante la recomendación boca a boca llevar el mensaje del producto mediante el uso de medios electrónicos y telefonía móvil.

Esta técnica se pondrá en marcha mediante la difusión de videos pequeños a a través del correo electrónico con postales virtuales, protectores de pantalla, fondos de pantalla, animaciones, video clips y utilidades prácticas como ofrecer la función que permite a los visitantes recomendar el sitio web a un amigo.

#### *2.2.8. Estrategias de Promoción*

La promoción principal de la página se logrará posicionándola en los “buscadores” con el fin de lograr posicionarse entre los primeros resultados obtenidos según los temas determinados de búsqueda por los navegadores en internet.

Con el fin de intercambiar contenido y mejoramiento continuo de la página, se buscarán alianzas de contenido e información mediante la asociación con otros sitios web.

Para promocionar la página web se realizará un brochure en el que se describirán brevemente los servicios que ofrece la empresa y las ventajas que van a tener las empresas y personas que quieran pautar en la página WEB para garantizar que su información sea conocida por miles de personas.

#### *2.2.9. Estrategias de comunicación*

El objetivo es realizar convenios con entidades educativas, hoteles, agencias de viajes, compañías de transporte aéreo y terrestre, organizadores de eventos empresariales o de negocios y otros sitios web que impulsen la estadía placentera de los visitantes temporales.

Para lograr este objetivo, se planean estrategias de comunicaciones consistentes en enviar invitaciones vía e-mail, a los distintos interesados para que visiten, conozcan y utilicen a [www.apunteleabogota.com](http://www.apunteleabogota.com)., para esto es necesario adquirir una base de datos con las direcciones electrónicas de los organizadores de eventos educativos o de negocios que podrían estar interesados en pautar en la página.

Para enviar los mensajes publicitarios se utiliza el recurso de la internet, entrando a cada uno de los sitios y enviando las invitaciones para que se conozca la página. Por lo tanto esta actividad no genera gastos administrativos adicionales.

Inicialmente se utilizará el mismo medio por el que se cobrará dentro de la página. Es decir se pagará por vínculos en páginas reconocidas como; el tiempo.com y Avianca.com para que los interesados lleguen a nuestro sitio web.

En los estados contables estos gastos se ingresan como gastos de publicidad. Por lo que se tiene previstos costos publicitarios sin retribución para el primer año. Para el cálculo de estos gastos se tienen en cuenta pautas e impresiones en otras páginas con costos similares a los que se proyecta cobrar, estos costos publicitarios se discriminan de la siguiente forma:

Link en zonas comerciales presencia fija; se pagan 180 días en páginas reconocidas. En impresiones se proyecta que se pueden pagar 70.000 impresiones.

Como se mencionó anteriormente algunas veces, se debe superar el obstáculo de la comunicación eficiente entre los diferentes organizadores de cursos cortos o eventos empresariales, es por este motivo que dentro de las invitaciones vía e-mail, se incluyen

estrategias para hacer visitas personalizadas a los encargados de mercadeo y de la comercialización de sus servicios para dar confianza y seguridad a los clientes potenciales.

Para efectos de las proyecciones financieras en el presupuesto de egresos estos costos se tienen en cuenta como gastos en ventas y se calculan sobre la base de la realización de visitas durante una semana cada mes en las que se deben atender a por lo menos cuatro clientes.

Tanto los costos en publicidad como los costos estimados por representación en las ventas se ajustan anualmente de acuerdo a la acogida de la página.

#### *2.2.10. Estrategias de Servicios*

La comercialización del portal [www.apunteleabogota.com](http://www.apunteleabogota.com) se apoyará en la creación y la disposición de programas que promuevan a la capital como una región llena de oportunidades de estudio y negocios. Se planea la publicación de conferencias sobre ruedas de negocios y capacitaciones distinta índole donde nuestros asociados en esta industria se reúnan para discutir los asuntos y próximos retos del sector y se proyecta contar con un sistema de información comprensible para facilitar a usuarios del sector mantener datos actualizados.

Algunos de los asociados serán las instituciones educativas nacionales e internacionales y agencias de negocios que tendrán un espacio en la página, otros asociados serán compañías, corporaciones, firmas, organizaciones, agencias o individuos que proporcionan o servicios, dentro de la capital colombiana.



## 2.3. PLAN DE VENTAS

La implementación de la página se realizará en dos meses.

Durante el primer año de funcionamiento, no se espera recibir ingresos de todos aquellos que pauten en el sitio web. Pero este periodo servirá para hacer seguimiento y las correcciones necesarias para lograr que a partir del segundo año se tengan 50 asociados entre entidades educativas, hoteles, restaurantes, y organizadores de negocios o conferencias empresariales.

Igualmente a partir del segundo año cada uno de estos clientes debe tener un mínimo de 1000 impresiones o impactos que deben pagar.

### 2.3.1 PROYECCION DE VENTAS

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Precio por Zona Comercial -Presencia Fija -</b>	\$ 17.000,40	\$ 18.700,44	\$ 20.570,48
Incremento en el valor anual		10%	10%
Incremento en afiliados		5%	10%
Hoteles	8	8,40	9,24
Restaurantes	5	5,25	5,78
Aerolíneas	2	2,10	2,31
Eventos de capacitación	15	15,75	17,33
Eventos de negocios	10	10,50	11,55
<b>Sub Total Franja Comercial</b>	40,00	42,00	46,20
<b>Días Proyectados</b>	180	360	360
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 122.402.880,00</b>	<b>\$ 282.750.652,80</b>	<b>\$ 342.128.289,89</b>
<b>Valor Impresiones (millar)</b>	27.600	30.360	33.396
Incremento en el valor anual		10%	10%
Incremento en afiliados		5%	5%
Afiliados	40,00	42,00	46,20
millares proyectados/mes	1,00	1,05	1,10
Mensual	6,0	12,0	12,0
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 6.624.000,00</b>	<b>\$ 16.066.512,00</b>	<b>\$ 20.412.503,50</b>
<b>Total Ingresos Pto 1 Pto 2</b>	<b>\$ 129.026.880,00</b>	<b>\$ 298.817.164,80</b>	<b>\$ 362.540.793,38</b>

## 3. MÓDULO TÉCNICO

### 3.1. PRODUCTOS Y / O SERVICIOS

#### 3.1.1. *Concepto del Producto o Servicio*

Inicialmente se contempla que el público al que está dirigido el sitio web son personas adultas, estudiantes o trabajadores que pueden acceder a la página desde su lugar de estudio, vivienda o trabajo con el fin de obtener toda la información que necesiten.

La página será diseñada de una forma muy organizada para lo cual se realizará el modelo esquemático para determinar el más amigable, sencillo y efectivo tanto para el beneficio de los usuarios a la hora de navegar como garantizando el fácil mantenimiento de la misma.

Para garantizar el desarrollo efectivo del sitio Web se contará con la asesoría de un experto en programación.

El sitio web tendrá una combinación de contenido correspondiente a:

- Programas de capacitación que se ofrecen en Bogotá.
- Alianzas y convenios con universidades.
- Planes de alojamiento en diferentes hoteles de la ciudad.
- Mapa de la ciudad.
- Rutas de sitios turísticos y sitios de interés como centros comerciales, restaurantes, lavanderías, casas de cambio, entre otros.

- Precios, facilidades de pago, promociones y descuentos en los programas de capacitación.

Para el desarrollo del contenido se escogerá muy bien el texto, la sección gráfica y programación necesarios para su creación y la capacidad para su acceso en línea.

### 3.1.2. Estado de Desarrollo

Actualmente el proyecto se encuentra en etapa pre operativa, ya se ha realizado la planeación sobre cómo se va a construir la página web, el desarrollo del contenido de la misma y parte del diseño gráfico, a continuación se presenta un demo de la página [apunteleabogota.com](http://apunteleabogota.com)

**Apunteleabogotá**

Home | Nosotros | Servicios | Sitios de interés | Eventos | Contáctenos

<p>Apodo: La Atenas Suramericana Himno:Himno de Bogotá</p> <p><b>País</b> Colombia</p> <p><b>Distrito</b> Distrito Capital</p> <p><b>Región</b> Sabana de Bogotá</p> <p><b>Ubicación</b> 4°35'37.74" 4°33'10"</p> <p><b>Altitud</b> 2.600 a 3.250' msnm</p> <p><b>Distancias</b> 414 km a Medellín<sup>2</sup> 440 km a Cali 948 km a Barranquilla 1068 km a Cartagena 291 km a Neiva</p> <p><b>Superficie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensión total: 1 775,98<sup>1</sup> km²</li> <li>• Área urbana: 307,36 km²</li> <li>• Área suburbana: 170,45 km²</li> <li>• Área rural: 1.298,15 km²</li> </ul> <p><b>Temperatura media</b> 13,5 (Promedio) °C</p> <p><b>Fundación</b> 6 de agosto de 1538 Conformación del Distrito Capital: 17 de diciembre de 1954</p> <p><b>Erección</b> 3 de diciembre de 1548</p> <p><b>Población</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Total (2010) 7.363.782<sup>3</sup> hab.</li> <li>• Densidad 4146 hab./km²</li> </ul> <p><b>Gentilicio</b> Bogotano(a)</p> <p><b>IDH</b> (2011) 0,904 <b>Muy Alto</b><sup>5</sup> Puesto 1 de 33</p> <p><b>Alcalde</b> Gustavo Petro Urrego (Movimiento Progresistas)</p> <p><b>Sitio web</b> <a href="http://www.bogota.gov.co">www.bogota.gov.co</a></p>	<p><b>mmb</b> media maratón de bogotá 2012</p> <p><b>feria del hogar</b> colombias</p> <p>ESPACIO DISPONIBLE PARA PUBLICIDAD</p> <p><b>Suscribete</b></p> <p>Usuario: <input type="text"/></p> <p>Contraseña: <input type="password"/></p> <p><b>Eventos</b></p> <p>Julio 2011</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>dom</th> <th>lun</th> <th>mar</th> <th>mié</th> <th>jue</th> <th>vie</th> <th>sáb</th> <th>dom</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>27</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>28</td> <td>11</td> <td>12</td> <td>13</td> <td>14</td> <td>15</td> <td>16</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>29</td> <td>18</td> <td>19</td> <td>20</td> <td>21</td> <td>22</td> <td>23</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>30</td> <td>25</td> <td>26</td> <td>27</td> <td>28</td> <td>29</td> <td>30</td> <td>31</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>mmb</b> media maratón de bogotá 29.07.2012</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31</p>	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom				1	2	3			27	4	5	6	7	8	9	10	28	11	12	13	14	15	16	17	29	18	19	20	21	22	23	24	30	25	26	27	28	29	30	31
dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom																																										
			1	2	3																																												
27	4	5	6	7	8	9	10																																										
28	11	12	13	14	15	16	17																																										
29	18	19	20	21	22	23	24																																										
30	25	26	27	28	29	30	31																																										

**■ Negocios ■ ■ Formación ■**

**del 26 al 28 de Julio de 2012**

Media Maraton Bogotá  
Contexto Digital

Punto de encuentro para los atletas que van a participar en la Media Maratón de Bogotá, allí podrán reclamar el número de competencia, Chip de Competencia y el Kit del atleta, que contiene: • Manual de instrucciones técnicas • Camiseta oficial • Cachucha • Regalos de los patrocinadores • Y muchas sorpresas más

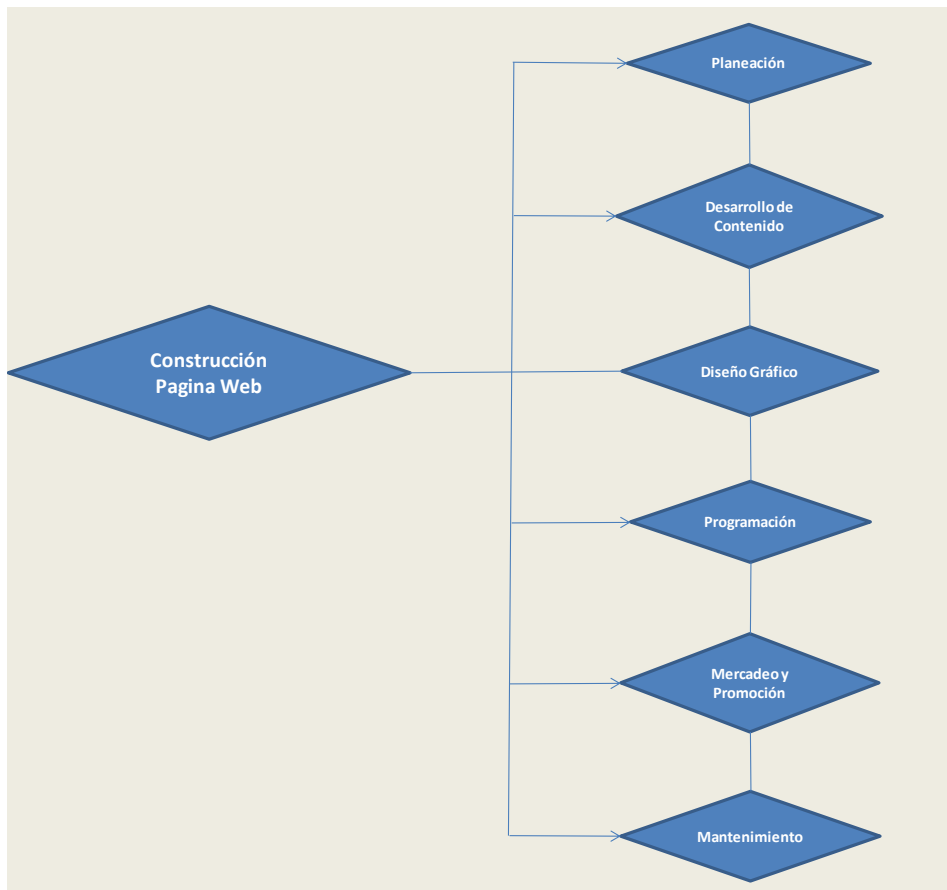
2012.apunteleabogota.com • Todos los derechos reservados

Síguenos en

### 3.1.3. Descripción del Proceso Productivo o Prestación de Servicio

El proceso de creación y diseño de la página Web que permita a los usuarios ahorrar dinero y tiempo, a la hora de elegir las capacitaciones o negocios de su interés que se lleven a cabo en la ciudad, se desarrolla mediante los pasos relacionados en el diagrama de flujo presentado a continuación.

Figura 9. Diagrama de flujo de los procesos de la empresa



## 3.2. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

### *3.2.1. Recursos y requerimientos del proceso productivo o de prestación de servicio*

Para el diseño de la página se contará con la participación de un diseñador Gráfico especializado en sitios Web para dar una imagen fresca, llamativa, sencilla, organizada y fácil de manejar que le permita a los visitantes encontrar rápidamente lo que buscan, por lo cual el diseñador tendrá en cuenta los requisitos de tamaño de los archivos, limitaciones de color y resoluciones de pantalla, los requisitos exclusivos de la red, las limitaciones técnicas y la velocidad de la demanda del diseño en línea.

Posteriormente a la planeación del sitio y la creación del contenido y los gráficos, un programador de HTML se encargará de convertir la información en un formato que se pueda leer en la Web y se ubicara el lugar para colocar los archivos en un servidor remoto.

El mantenimiento estará a cargo de un desarrollador especializado en páginas WEB que realizará la actualización de la información y los enlaces constantemente y añadirá material nuevo a la página.

### *3.2.2. Insumos y materiales del proceso productivo o de prestación de servicio*

Teniendo en cuenta que Windows ofrece una plataforma adecuada para el diseño y montaje de páginas web, en principio no se necesitan otros programas, los insumos que se necesitan en este caso son un editor de textos, con el que se programara la página y un cliente web como Internet Explorer o Firefox, Opera, o cualquier otro navegador que tengamos instalado, herramientas de retoque fotográfico y editores

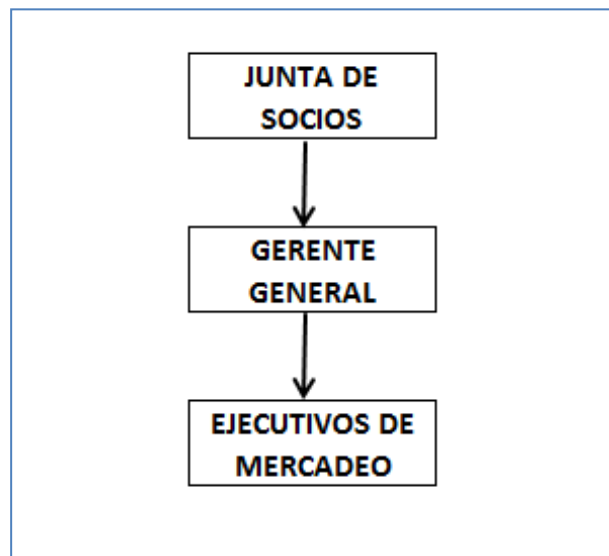
complejos de páginas web, todo esto en proveedor de servicios de almacenamiento de web.

#### 4. MODULO DE LA ORGANIZACIÓN

##### 4.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO - FUNCIÓN EMPRESARIAL

###### 4.1.1. Estructura Organizacional

Figura 10. Organigrama de la empresa



La Empresa está constituida por una Junta de Socios Fundadores, representados por un Gerente General y dos Ejecutivos de Mercadeo. Para las funciones inherentes a la construcción y mantenimiento de la Página WEB y la parte contable se celebrarán contratos de prestación de servicios.

Tabla 2 Descripción de los Cargos

<b>CARGO:</b>	<b>Gerente General</b>
<b>Descripción del Cargo</b>	
Cargo con alto nivel de responsabilidad, experiencia laboral en áreas administrativas, eficiencia de recursos a través de la planeación y ejecución del plan de negocios definidos por la Empresa.	
<b>Perfil del Cargo</b>	
Profesional en Carreras Administrativas, experiencia en manejo de personal, capacidad de ejecutar planes financieros, administrativos y comerciales.	
<b>Personal a Cargo</b>	
Contador Especialista Diseño WEB Ejecutivos de Mercadeo	
<b>Funciones y Responsabilidades del Cargo</b>	
Representación Legal de le Empresa Ejecutar los acuerdos de la Junta de Socios y rendir informes de ejecución Coordinar la elaboración del presupuesto de ingresos y egresos que estime necesarios, planes, programas y proyectos y presentarlos a la Junta de Socios Coordinar y orientar las actividades planeadas por la junta de socios relacionadas con el objeto social de la empresa. Controlar y autorizar el gasto Realizar control y seguimiento a las labores de los ejecutivos de mercadeo Celebrar contratos y convenios necesarios para el funcionamiento de la empresa y cumplimiento del objeto social	

<b>CARGO:</b>	<b>Ejecutivos de Mercadeo</b>
<b>Descripción del Cargo</b>	
Encargado de la promoción y presentación de los servicios y consecución de convenios con empresas que pauten en la página Web de la Empresa.	
<b>Perfil del Cargo</b>	
Profesionales en áreas del Mercadeo, con experiencia en venta de servicios	
<b>Funciones y Responsabilidades del Cargo</b>	
Establecer contacto previo con el cliente Preparar las rutas y las visitas de los clientes Realizar seguimiento a las visitas y realizar informes de gestión diario Informar al Gerente General y Junta de Socios	

#### 4.1.2. Análisis DOFA

Tabla 3 Matriz DOFA

<b>MATRIZ FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Información sobre programas empresariales y de capacitación ofrecidos en Bogotá	Elección de paquetes de capacitación, eventos empresariales, calendarios.
La pagina Web posee buscador de todo tipo de información acerca de negocios, universidades, hoteles, restaurantes, sitios de interés, centros comerciales, entre otros.	El usuario puede preinscribirse a las capacitaciones que desee desde nuestra página.
No existe en este momento una página web con las mismas características.	La demanda de personas que requieren capacitación y por tal motivo consultan las posibilidades en internet.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
La página web es nueva	La gran cantidad de paginas que ofrecen servicios similares.
No tiene un nombre reconocido	Caida del servidor de la pagina
Falta posicionamiento de mercado	Incursión de hackers
No tiene patrocinadores	Virus informáticos

#### 4.1.3. Administración de Sueldos y Salarios

Los salarios están compuestos por el sueldo del gerente general y de los 2 ejecutivos de mercadeo. Estos se toman como valores estimados de gastos a partir del segundo año puesto que como se ha dicho en el primer año el negocio se basa en publicidad y promoción de la página sin que se tengan ingresos por lo que estas funciones se deben cumplir por las dueñas del proyecto como inversión que se recuperará durante la vida útil del mismo en su función de socias. Igualmente las funciones del contador que se contrata como prestación de servicios se inician desde el segundo año. El gasto por diseño de la página se hace por contrato de prestación de servicios con persona natural o empresa.



En la tabla 4 se presenta el gasto proyectado para el segundo año por concepto de nómina.

Tabla 4 Gastos de nómina a partir del segundo año

CARGO	GERENTE GENERAL	EJECUTIVOS DE MERCADEO (2)	TOTALES
SALARIO	\$ 1.500.000,00	\$ 700.000,00	\$ 2.900.000,00
AUX. TRANS.		\$ 67.800,00	\$ 135.600,00
<b>TOTAL DEVENGADO</b>	<b>\$ 1.500.000,00</b>	<b>\$ 767.800,00</b>	<b>\$ 3.035.600,00</b>
SALUD 8,5%	\$ 127.500,00	\$ 59.500,00	\$ 246.500,00
PENSIÓN 11,625%	\$ 174.375,00	\$ 81.375,00	\$ 337.125,00
ARP 1%	\$ 15.000,00	\$ 7.000,00	\$ 29.000,00
CESANTÍAS 8.33%	\$ 124.950,00	\$ 41.391,77	\$ 207.733,54
INT. CESAN 1%	\$ 15.000,00	\$ 7.000,00	\$ 29.000,00
VACACIONES 4,7%	\$ 70.500,00	\$ 32.900,00	\$ 136.300,00
SENA 2%	\$ 30.000,00	\$ 14.000,00	\$ 58.000,00
ICBF 3%	\$ 45.000,00	\$ 21.000,00	\$ 87.000,00
CAJA COM 4%	\$ 60.000,00	\$ 28.000,00	\$ 116.000,00
PRIMAS 8,33%	\$ 124.950,00	\$ 58.310,00	\$ 241.570,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.287.275,00</b>	<b>\$ 1.118.276,77</b>	<b>\$ 4.523.828,54</b>
<b>Contratos por prestación de servicios</b>			<b>\$ 3.000.000,00</b>

#### 4.1.4. Marco Legal.

La creación de la empresa apunteleabogota.com será Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S. enmarcada dentro de la regulación de Microempresa según la Ley Mypime.

## 5. MODULO FINANCIERO

Para poder presentar cifras y evaluar rendimientos se debe tener muy claro el comportamiento financiero desde el momento en que una empresa se empieza a gestar.

### 5.1. INVERSIONES

Los insumos para la creación de esta empresa están compuestos principalmente por los diseñadores de la página que al mismo tiempo son los asesores de imagen, puesto que de su diseño funcional depende la aceptación de la página y equipo de oficina. En el mercado se encuentran empresas que hacen diseños de páginas web desde \$3.000.00 pero no hay una garantía de legalidad y de éxito en el diseño. Los diseñadores contratados deben ser profesionales que cobran por un servicio eficiente y por una página que cumple todos los estándares legales y de calidad necesarios.

Igualmente los gastos de publicidad durante el primer año se deben tomar como inversión inicial que debe ser recuperada con la ejecución del proyecto.

Con respecto a la infraestructura, inicialmente no se ubicará en una oficina exclusiva para su actividad, por la única inversión en este rubro es en equipo de oficina como se describe a continuación:

INVERSION INICIAL				
NOMBRE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR PARCIAL
<b>INFRAESTRUCTURA</b>				
Gasto de puesta en marcha	GI	1	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000
Computador	UNIDAD	3	\$ 1.300.000	\$ 3.900.000
Escritorio	UNIDAD	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Impresora	UNIDAD	1	\$ 550.000	\$ 550.000
Archivador	UNIDAD	1	\$ 850.000	\$ 850.000
<b>TOTAL INFRAESTRUCTURA</b>				<b>\$ 8.400.000</b>
<b>PUBLICIDAD Y MERCADEO</b>				
Publicidad diaria en zona Comercial	DIAS	180	\$ 28.334	\$ 5.100.120
Miles de Impresiones o impacto	MILES	50	\$ 46.000	\$ 2.300.000
Jornales para mercadeo	DIAS	100	\$ 50.000	\$ 5.000.000
<b>TOTAL publicidad y mercadeo</b>				<b>\$ 12.400.120</b>
<b>DISEÑO DE LA PAGINA</b>				
Diseño de la página	GL	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
<b>Total Inversión Inicial Requerida</b>				<b>\$ 25.800.120</b>
<b>Inversión Inicial Necesaria</b>	<b>SOCIAS</b>	<b>4</b>	<b>\$ 10.000.000</b>	<b>\$ 40.000.000</b>

## 5.2. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA

Durante los primeros seis meses es necesario que esa función sea asumida por los dueños del proyecto, y las decisiones serán tomadas en conjunto por los mismos.

Tanto los gastos que excedan los recursos disponibles, como los posibles balances negativos en los primeros meses de funcionamiento de la empresa se asumen por partes iguales entre los dueños del proyecto quienes están en libertad de incluir nuevos socios capitalistas que estén dispuestos a invertir en el negocio.

## 5.3. BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADO

En la siguiente tabla se presenta el balance inicial donde se observa que se pretende iniciar el proyecto con un patrimonio aportado por 4 socias de \$40.000.000

que será invertido en publicidad, en un activo fijo representado en la infraestructura como lo es equipo de oficina y en activo corriente representado en la página que se tendrá diseñada.

<b>BALANCE GENERAL</b> apunteleabogota.com				
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$ 40,000,000.00</b>	<b>\$ 88,133,040.45</b>	<b>\$ 216,122,718.52</b>	<b>\$ 388,217,976.03</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>\$ 14,199,880.00</b>	<b>\$ 63,454,915.05</b>	<b>\$ 192,541,477.47</b>	<b>\$ 365,707,379.14</b>
Caja	\$ 14,199,880.00	\$ 63,454,915.05	\$ 192,541,477.47	\$ 365,707,379.14
CxC comerciales		\$ -	\$ -	\$ -
Inventario Materiales		\$ -	\$ -	\$ -
<b>Activo Fijo</b>	<b>\$ 13,400,000.00</b>	<b>\$ 11,720,000.00</b>	<b>\$ 10,040,000.00</b>	<b>\$ 8,360,000.00</b>
Infraestructura	\$ 8,400,000.00	\$ 8,400,000.00	\$ 8,400,000.00	\$ 8,400,000.00
Depreciacion		\$ 1,680,000.00	\$ 3,360,000.00	\$ 5,040,000.00
<b>Activo corriente</b>	<b>\$ 5,000,000.00</b>	<b>\$ 5,000,000.00</b>	<b>\$ 5,000,000.00</b>	<b>\$ 5,000,000.00</b>
Depreciacion		-	-	-
<b>Otros Activos</b>	<b>\$ 12,400,120.00</b>	<b>\$ 12,958,125.40</b>	<b>\$ 13,541,241.04</b>	<b>\$ 14,150,596.89</b>
Inversiones Permanentes	\$ 12,400,120.00	\$ 12,958,125.40	\$ 13,541,241.04	\$ 14,150,596.89
<b>PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 66,813,719.55</b>	<b>\$ 161,995,570.93</b>	<b>\$ 188,671,067.24</b>
<b>Pasivo CP</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 66,813,719.55</b>	<b>\$ 161,995,570.93</b>	<b>\$ 188,671,067.24</b>
Pasivo Corriente				
Nomina		\$ 17,400,000.00	\$ 36,366,000.00	\$ 38,002,470.00
provision fiscales y parafiscales		\$ 9,742,971.24	\$ 20,362,809.89	\$ 21,279,136.34
Contratos de prestacion de servicios		\$ 18,000,000.00	\$ 37,620,000.00	\$ 39,312,900.00
CxP Gtos Ventas		\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos X P		\$ 21,670,748.31	\$ 67,646,761.04	\$ 90,076,560.91
<b>Pasivo LP</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Obligaciones Banca	\$ -			
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 40,000,000.00</b>	<b>\$ 21,319,320.89</b>	<b>\$ 54,127,147.59</b>	<b>\$ 199,546,908.78</b>
Capital	\$ 40,000,000.00	\$ 14,199,880.00	\$ 63,454,915.05	\$ 192,541,477.47
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$ 40,000,000.00</b>	<b>\$ 88,133,040.45</b>	<b>\$ 216,122,718.52</b>	<b>\$ 388,217,976.03</b>

#### 5.4. ESTADO DE GANANCIAS O PÉRDIDAS PROYECTADO

En el estado de pérdidas y ganancias se puede apreciar una amplia posibilidad de tener éxito en el ejercicio del proyecto. Es de anotar que una utilidad muy amplia

deja la puerta abierta para incrementar la inversión que en este caso podría ser destinada para publicidad.

<b>Estado de Pérdidas y Ganancias</b> apunteleabogota.com				
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ventas		129,026,880	298,817,165	362,540,793
Depreciacion equipo computo		1,680,000	1,680,000	1,680,000
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>127,346,880</b>	<b>297,137,165</b>	<b>360,860,793</b>
Gastos Operacionales		71,059,222	121,431,292	126,895,700
Gastos Administrativo P de srv		18,000,000	37,620,000	39,312,900
Sueldos		17,400,000	36,366,000	38,002,470
Provision fiscales y parafiscales		9,742,971	20,362,810	21,279,136
Gastos de ventas		12,958,125	13,541,241	14,150,597
Comision Ventas				
Gastos de Publicidad y mercadeo		12,958,125	13,541,241	14,150,597
Utilidad Operacional		56,287,658	175,705,873	233,965,093
Otros Ingresos		-	5,806,210	13,446,772
Intereses		-	5,806,210	13,446,772
Utilidad Antes de Impuestos		56,287,658	175,705,873	233,965,093
Impuestos		21,670,748	67,646,761	90,076,561
<b>Utilidad del Ejercicio</b>		<b>34,616,910</b>	<b>108,059,112</b>	<b>143,888,532</b>

## 5.5. FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO

Al igual que en el estado de pérdidas y ganancias se observa que de presentarse un comportamiento en las ventas como el esperado, en el tercer año de funcionamiento del proyecto se puede pensar en invertir en mas tecnología o publicidad para posicionar la página e incluso diversificar de acuerdo con los nuevos avances de la tecnología y diferentes opciones de negocio de acuerdo al comportamiento de la economía.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO				
apunteleabogota.com				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Ingresos</b>		\$ 129,026,880.00	\$ 304,623,374.40	\$ 375,987,565.80
Ventas de Contado		\$ 129,026,880.00	\$ 298,817,164.80	\$ 362,540,793.38
Intereses por la inversion			\$ 5,806,209.60	\$ 13,446,772.42
Redencion de la inversion				
<b>Egresos</b>	\$ 25,800,120.00	\$ 79,771,844.95	\$ 175,536,811.97	\$ 202,821,664.13
Mercadeo y publicidad	\$ 12,400,120.00	\$ 12,958,125.40	\$ 13,541,241.04	\$ 14,150,596.89
Diseño de la pagina	\$ 5,000,000.00	\$ -	\$ -	\$ -
Infraestructura	\$ 8,400,000.00			
Nomina		\$ 17,400,000.00	\$ 36,366,000.00	\$ 38,002,470.00
Provisión fiscales y parafiscales		\$ 9,742,971.24	\$ 20,362,809.89	\$ 21,279,136.34
Gasto de Ventas contado			\$ -	\$ -
Contratos de prestacion de servicios		\$ 18,000,000.00	\$ 37,620,000.00	\$ 39,312,900.00
Pago Impuestos tasa impositiva del 38,5%		\$ 21,670,748.31	\$ 67,646,761.04	\$ 90,076,560.91
<b>Saldo Inicial caja</b>	\$ (25,800,120.00)	\$ 14,199,880.00	\$ 63,454,915.05	\$ 192,541,477.47
<b>Ingresos</b>		\$ 129,026,880.00	\$ 304,623,374.40	\$ 375,987,565.80
<b>Egresos</b>	\$ 25,800,120.00	\$ 79,771,844.95	\$ 175,536,811.97	\$ 202,821,664.13
<b>FCN</b>		\$ 63,454,915.05	\$ 192,541,477.47	\$ 365,707,379.14

## 5.6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 5.6.1 Cálculo del Punto de Equilibrio

Con los datos que se tienen hasta el momento, se puede estimar el punto de equilibrio como el numero de afiliaciones necesarias para que el ingreso mensual sea igual al egreso y se tiene la siguiente formula.

#### COSTOS FIJOS

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO VENTA UNITARIO} - \text{COSTO VARIABLE}}$$

Donde se observa que no hay gastos variables puesto que todos los gastos son independientes del número de afiliaciones que se logren.

PE = El valor de punto de equilibrio a calcular.

Costos fijos son las nominas y los gastos de publicidad= Costos fijos mensuales =

\$ 19.923.948.00

Precio de venta unitario está compuesto por una afiliación fija durante 30 días con un millar de impresiones que cuestan = \$ 537.000

$$P.E = \frac{19.923.948}{537.000} = 37.10$$

Esto significa que como mínimo se deben vender 37 afiliaciones mensuales con un millar de impresiones cada una para no perder dinero durante cada mes.

## 5.6.2 VALOR PRESENTE NETO

Para evaluar el valor presente neto del proyecto se estimara con una tasa de oportunidad que en este caso se tomará como la tasa de interés de un depósito a termino fijo consignada en el mes de julio en los indicadores del Banco de la República que corresponde a 3.58 % Para este cálculo se tiene la siguiente formula.

$$VPN = -P + \sum_1^n \frac{FNE}{(1+TMAR)^n}$$

Donde:

- P = inversión inicial.

- FNE = Flujo neto de efectivo del periodo n, o beneficio neto después de impuesto más depreciación.
- TMAR = Tasa mínima aceptable de rendimiento, tasa de descuento o tasa de oportunidad, que en este caso es la tasa de interés de un depósito a termino fijo como se explico anteriormente seria  $3,58\% * 12 = 42.96\%$  anual.
- n = El número de periodos que se tiene flujo de efectivo. Como en este caso ya se tiene un flujo de caja donde se ha podido ver la rentabilidad de cada año para este cálculo se asumirá que el proyecto se termina en 3 años y se calcula para 3 periodos el primero corresponde a 180 días y los dos siguientes cada uno de un año.

Tabla 10. Calculo del VPN para 3 años

INVERSIÓN INICIAL	40.000.000		
FNE (Flujo neto de efectivo)	63.454.915	192.541.477	365.707.379
$1+TMAR$	1,43	1,43	1,43
N	1	2	3
$(1+TMAR)^n$	1,43	2,04	2,92
$FNE/(1+TMAR)^n$	44.386.482	94.209.613	125.167.075
$\sum FNE/(1+TMAR)^n$	263.763.171		
$VPN = -P + \sum FNE/(1+TMAR)^n$	223.763.171		

Los criterios de aceptación para saber si el proyecto es viable son:

Aceptación:  $VPN \geq 0$

Rechazo:  $VPN < 0$

En consecuencia, así el proyecto en un espacio de tres año y sin tener en cuenta el valor de salvamento, se considera favorable para el inversionista pues generaría valor; de riqueza de \$ 223.763.171



## GLOSARIO

**BANNER:** son imágenes, gráficos o textos de carácter publicitario, normalmente de pequeño tamaño, que aparecen en una página web y que habitualmente enlaza con el sitio web del anunciante.

**COMERCIO ON LINE Ó COMERCIO ELECTRÓNICO:** son términos empleados frecuentemente para denominar las transacciones comerciales realizadas por internet.

**COSTO POR MILLAR (CPM):** el precio que paga un anunciante a un sitio de contenido por presentar 1.000 veces su banner.

**HIPERVÍNCULOS:** son ligas que permiten relacionar una página Web con otra. Estos son muy necesarios ya que es la única forma de poder vincular las páginas a otros sitios web que tienen información relacionada o con el correo electrónico.

**IMPRESIÓN O IMPACTO:** es el número de veces que se ve un banner dentro de la página.

**INTERNET:** un conjunto de redes locales, regionales, nacionales e internacionales conectadas para intercambiar datos y distribuir trabajos de procesamiento.

**PÁGINA WEB:** documento independiente que forma parte del sitio.

**PSI:** Proveedor de Servicios de Internet.

**SERVIDOR WEB:** es una computadora remota en la cual se ejecuta el software de servidor web y en la cual se encuentran almacenados miles de sitios web.

SITIO WEB: conjunto de carpetas que contienen páginas Web y todos los elementos que se incluyen en ellas como: Imágenes, gráficas y videos.

WWW: significa world wide web, es una red de computadoras basadas en Internet que permiten que las personas puedan acceder información que se encuentra guardada en otra computadora, es mecanismo proveedor de información electrónica para usuarios conectados a Internet.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros:

Fabien Potencier y François Zaninotto. (2007) The Definitive Guide to Symfony  
Apress

Rodríguez Diéguez, Fernando. (2012) Crear una web desde cero (1ª ed.).  
Madrid España: StarBook Editorial, S.A.

López Quijado, José. (2011) DOMINE HTML 5 Y CSS 2(1ª ed.). Madrid  
España:Ra-Ma Editorial, S.A.

### Documentos en Internet:

<http://www.comocreartuweb.com>

<http://www.curso-en-colombia.com.co>

<http://www.eventosempresarialesbogota.com/>

<http://www.eventosintegrados.com/>

<http://www.organizaeventosempresariales.co>

<http://www.guiaacademica.com>

<http://www.curso-en-colombia.com.co>