

**PROYECTO DE PRE-INVERSIÓN SOBRE LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE MARKETING CON ENFOQUE A LA
CREACION DE PLANES Y ESTRATEGIAS EN LA CIUDAD DE
VILLAVICENCIO**

AUTOR

JESSICA PAOLA SANCHEZ MARTINEZ

Email. Jessica.sanchez.martinez@unillanos.edu.co

**INSTITUCIÓN DE ADSCRIPCIÓN:
UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
COLOMBIA**

Septiembre de 2018

**PROYECTO DE PRE-INVERSIÓN SOBRE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE MARKETING CON ENFOQUE A LA CREACION DE PLANES Y
ESTRATEGIAS EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO**

JESSICA PAOLA SANCHEZ MARTINEZ
Email: Jessica.sanchez.martinez@unillanos.edu.co

RESUMEN

En este presente documento se analizará la viabilidad de crear una empresa de servicios de marketing con enfoque a la creación de planes y estrategias en la ciudad de Villavicencio.

Su desarrollo se elaborara por medio de un Estudio de Mercado enfocándose principalmente en las variables del mercado, Estudio Administrativo y de Negocio estableciendo el modelo de negocio, Estudio Técnico enfocándose en la localización y recursos necesarios para el proyecto, Estudio Legal por medio de tramites de registro y constitución, y para finalizar estudio Económico Financiero.

Se tendrán en cuenta aspectos importantes que generen relevancia en la elaboración del presente artículo.

PALABRAS CLAVES

Marketing, Distribución, Promoción Segmentación, Posicionamiento, Servicio al cliente, Portafolio de productos, Diagnostico empresarial, planes y estrategias, Estructura financiera.

ABSTRACT

In this document we will analyze the feasibility of creating a marketing services company focused on the creation of plans and strategies in the city of Villavicencio.

Its development will be elaborated by means of a Market Study focusing mainly on the market variables, Administrative and Business Study establishing the business model, Technical Study focusing on the location and necessary resources for the project, Legal Study through paperwork of registration and incorporation, and to finalize Economic Financial study.

Taking into account important aspects that generate relevance in the preparation of this article.

INTRODUCCION

En la actualidad el marketing se ha convertido en uno de los departamentos más importante de las empresas debido al impacto directo generado sobre la captura de clientes, generación de ventas y posicionamiento de marca entre otros, por tal motivo es de gran importancia no solo para el éxito de las compañías sino también para su existencia, siendo el marketing la conexión entre el consumidor y la empresa, generando como resultado más sobresaliente la rentabilidad y sostenibilidad de la misma, además de ser un motor fundamental del direccionamiento estratégico de las distintas organizaciones, que buscan siempre ir un paso delante de su competencia.

Teniendo en cuenta el desarrollo económico que se ha venido generando en la ciudad de Villavicencio se analiza las debilidades y desconocimiento que tienen las Mipymes de los distintos sectores en cuanto a la importancia de contar con planes de marketing y estrategias que les permitan conocer más a fondo las necesidades, deseos y gustos que presentan los consumidores, también diferenciarse y ser competitivamente mejor que las otras opciones del mercado en cuanto a producto, precio, plaza y promoción.

JUSTIFICACION

En el contexto del mundo globalizado en el que las personas viven día a día, las empresas deben pretender ganar más clientes y mantener los que poseen, debido a que la competencia cada vez es más fuerte entre unas y otras empresas, dado a esto el marketing juega un papel muy importante en la captura de generación de ventas, posicionamiento de marca, entre otros procesos de las Mipymes en Colombia y en el mundo. Por ello se vuelve de gran importancia la creación de una empresa que recoja todas aquellas Mipymes que buscan una nueva dirección hacia el marketing, enfocándolas hacia nuevas tendencias, hacia nuevas tecnologías y metodologías.

En el territorio de la ciudad de Villavicencio no se vislumbra una empresa líder en temas de asesoramiento y consultoría en el sector de las Mipymes, que se enfoque en brindar una solución integrales a sus necesidades por medio de planes de acción, estrategias de marketing, capacitación, orientación y asesoramiento, en su mayoría son empresas con productos específicos como, agencias de diseño publicitario, empresas de marketing digital y desarrollo web, además de los servicios de comunicación ofertados por diversos medios como emisoras de radio, medios impresos y canales de TV locales. Es por esto que se pretende hacer un estudio para analizar la viabilidad de una empresa que oferte servicios de marketing con enfoque en el asesoramiento y orientación al desarrollo de planes y estrategias para la captura de clientes, generación de ventas y posicionamiento de marcas en la ciudad de Villavicencio.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, en la ciudad de Villavicencio se evidencia el contexto nacional donde la economía está compuesta en un 90%, por Mipymes, que aportan el 35% del PIB nacional y el 80% del empleo formal total, esto según un reporte del (Dinero, 2017), estos datos generan mucha relevancia en este sector, evidenciando un mercado potencial. Además del número total de Mipymes en Colombia, 3 de cada 10 empresas logran sobrevivir a los primeros 5 años, esto equivale a un 70% de fracaso del total según datos de (El Tiempo, 2016), presentando una problemática y una oportunidad muy atractiva para empresas que busquen dar solución a esta situación.

Además de estos datos, debido a las tendencias de la economía como, la globalización, los escasos recursos, la innovación en tecnología, la accesibilidad a la información, etc. Las Mipymes deben construir una estructura organizacional más sólida y proactiva frente a todas estas tendencias y cambios, en donde no solo se compite con el producto local y nacional, sino también con empresas extranjeras, que cada vez más incursionan en mercados foráneos y desatendidos o que no presentan un competidor dominante en el mercado.

Con este proyecto de pre-inversión se pretende planear y organizar un estudio que le aporte nuevas opciones y soluciones reales a las Mipymes que necesitan fortalecer sus debilidades y aprovechar las oportunidades que el actual mercado presenta.

FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Es viable la creación de una empresa de servicios de marketing en la ciudad de Villavicencio?

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un proyecto de pre-inversión para la creación de una empresa de servicios de marketing con enfoque en la creación de planes y estrategias en la ciudad de Villavicencio.

Objetivos Específicos

- Examinar el contexto de mercado que presenta el sector de Mipymes en la ciudad de Villavicencio.
- Analizar los distintos factores y variables de marketing presentes en una empresa de servicios de marketing.
- Justificar por medio de un estudio económico financiero que la creación de una empresa de servicios de marketing es viable, en la ciudad de Villavicencio.
- Detallar las actividades legales y normativas que tendrá la empresa que diligenciar para su creación y operación.
- Resumir por medio de los distintos estudios la información analizada, para facilitar la toma de decisión sobre la viabilidad del proyecto.

METODOLOGIA

Estudio de Mercado

- Se analizarán las variables de mercado.
- Se analizará la situación de mercado e industria.
- Se determinarán las variables del mix de marketing.
- Se establecerá un portafolio de productos y UEN “Unidad estratégica de Negocio”.

Estudio Administrativo y Negocio

- Establecer el modelo de negocio.
- Realizar gestión estratégica.
- Establecer la estructura organizacional.
- Determinación de cargos y responsabilidades.
- Plantear una DOFA de la empresa.

Estudio Técnico

- Localización.
- Determinación de procesos.
- Calidad.

- Stakeholders.
- Recursos: tecnológicos, humanos, información, financieros.
- I+D.

Estudio Legal

- Tramites de registro y constitución.
- Tramites de permisos.
- Tramites laborales.
- Impuestos nacionales, departamentales y locales.

Estudio Económico y Financiero

- Determinar el presupuesto y capital de inversión.
- Analizar la estructura de costos fijos y variables, y los gastos.
- Establecer el punto de equilibrio, la TIR, el VPN y el PRI.

DESARROLLO

Estudio de Mercado

Variables del Mercado

Oferta

Se toma como referencia las empresas con mayor presencia y masificación en los motores de búsqueda web y redes sociales, que presenten una relación en lo más directo posible con la oferta de productos o temas que presenta Marketing & Negocios.

Variables claves del mix evidentes en empresas con relación al marketing, presentes en Villavicencio	PUBLICAR	WEB PUBLICIDAD COMPUT PROFESIONAL
PRODUCTOS Y SERVICIOS	Publicidad en impresos, publicidad en portales, publicidad en apps, pagina web, redes sociales, geo referenciarían, campañas digitales, su target digital, paginasamarillas.com, chatbot (atención 24 horas).	Diseño de páginas web y Ecommerce, SEO, publicidad, marketing digital, Facebook ads.

<p>PRECIOS</p>	<p>Publicar cuenta con una política de precios frimium para su producto vaca (paginasamarillas.com), con el cual ofrece nuevos precios de prueba para el resto de su portafolio.</p>	<p>Manejan una política de precios flexibles por las características de sus servicios, que le permite al cliente negociar de acuerdo a las características de la situación que le presenta a la empresa, y manejan unos precios por paquetes entre sus productos estrella y hueso.</p>
<p>DISTRIBUCION</p>	<p>Publicar tiene en la ciudad de Villavicencio un punto de venta, además de hacer presencia constante en los motores de búsqueda on line por medio de estrategias CEO, y también mantiene presencia muy fuerte en Facebook, además de contar con su portal web con presencia en todo el país.</p>	<p>Cuentan con un punto de venta físico ubicado en la ciudad de Villavicencio solamente, además de su página web con la cual maneja su tienda on line.</p>
<p>PROMOCION</p>	<p>Maneja temas de promoción, como publicidad on line, publicidad en redes sociales por medio de banners, Facebook ads, Google AdWords, e mail marketing, landing page. Manejan en general muy bien el marketing digital, tiene un punto de venta u oficina de atención, donde gestiona su venta directa.</p>	<p>La empresa maneja promoción de geo localización en Google mapas, también maneja Google AdWords con presencia contante en motores de búsqueda.</p>
<p>SEGMENTACION</p>	<p>Según su portal web, tiene en cuenta varios targets que se juntan en el mercado de las Mipymes, como emprendedores, empresas, negocios locales, independientes, entre otros.</p>	<p>La empresa le apunta a un segmento local, que interactúe de manera digital, y busque soluciones tecnológicas a sus necesidades de marketing.</p>
<p>PROCESOS</p>	<p>Se puedo evidenciar, procesos muy sistémicos, gracias a su amplia trayectoria en el mercado y su enfoque digital, cualquier acción realizada por un usuario tiene una respuesta óptima y al instante.</p>	<p>Cuenta con una estructura digital sólida, gracias a su página web, su portafolio de productos e identidad corporativa con objetivos muy claros, misión y visión de igual manera.</p>

<p>POSICIONAMIENTO</p>	<p>Se posiciona como la líder en temas relacionados con marketing digital y publicidad on line, además de ser la empresa de mayor recorrido y con mayor presencia en el mercado. 193902 seguidores, 5 años.</p>	<p>Tiene un recorrido de 6 años en el mercado, se ha posicionado como una empresa de investigación, desarrollo e innovación según sus fundadores, además se encuentra muy bien posicionada en empresas y proyectos educativos, 593 seguidores, 6 años.</p>
<p>SERVICIO AL CLIENTE</p>	<p>El servicio es sobresaliente, en el canal digital y presencial, siendo más eficiente el digital debido a que maneja respuestas para los usuarios las 24 horas del día. (publicar, 2018)</p>	<p>La empresa cuenta con varios medios de atención y servicio a clientes, destaca el uso de inteligencia artificial en las respuestas de mensajes y el call to action que incorpora en todas sus plataformas digitales. (Agencia, 2018)</p>

Demanda

Tipo de demanda

Se puede analizar como primer argumento que la demanda de los productos es de tipo latente, debido a la carencia de productos que satisfagan la necesidad de asesorar a las empresas, de orientarlas y corregirlas en todos los temas que a marketing se refieren, también a la evidente inexistencia de una empresa visible que trate de suplir esta necesidad específica, simplemente hay empresas que intentan satisfacer esta demanda con contenido que solo trata de ayudar a resolver el problema con estrategias y herramientas de momento, pero no que permanezcan y sean sostenibles a largo plazo, y que sean una guía de acción para las empresas o demanda.

Segmentación y prospección de la demanda

- Como segmento geográfico se tomará el territorio de Villavicencio y sus alrededores.
- Las micro, pequeñas y medianas empresas.
- De los sectores más representativos de la economía local, que son comercial y de servicios. Según el informe estudio económico del 2017.

- Empresas de naturaleza privada.
- Que se encuentren en un ciclo de vida preferiblemente de crecimiento y madurez.
- Que cuenten con un presupuesto moderado para la parte de desarrollo empresarial, comercial o de marketing.

Variables del mix de marketing

Producto

Se estructuro un portafolio de servicios, adecuado a las necesidades y tendencias de las Mipymes locales, orientada a una unidad estratégica de negocio, enfocada en la gestión comercial, que se plantea en todos los contextos empresariales como el factor principal en los objetivos y planes estratégicos de las distintas empresas.

El portafolio se diseñó de acuerdo al enfoque profesional de la empresa que enmarca los distintos factores del mercadeo y parte de la administración de negocios, debido a que se evidencio una escasa oferta de este tipo de servicios en el estudio realizado a las distintas empresas presentes en el mercado, en su mayoría su enfoque se da en el marketing digital, social media y la publicidad impresa.

Precio

Los precios serán establecidos de acuerdo al presupuesto que entregue el cliente, también a los requerimientos técnicos y profesionales que se presenten en la planeación del proyecto.

Se establecerá una política de precios flexibles a los emprendedores y microempresarios que cuenten con un bajo presupuesto. Además de crear otra política de pagos por cuotas que serán una parte al inicio del proyecto que equivaldrá al 50% y una al final que equivaldrá al restante 50%.

Plaza

Como se establece en el estudio técnico se contará con un punto de atención en la ciudad de Villavicencio, y canales de atención vía telefónica, mensajería instantánea, correo electrónico y redes sociales.

Promoción

La empresa enfocara la promoción de sus productos por medios digitales, como Google Adwors, donde se diseñará una página web con enfoque en un portafolio de productos para informar sobre los detalles de los productos y dar a conocer los medios de contacto de la empresa, también se usará Facebook ads en la cual se estructurará una página se seguidores de la empresa con el objetivo de crear una comunidad, y se le dará relevancia a la geolocalización con Google mi negocio y Google Maps.

Se usara la venta directa con clientes de gran relevancia como las de mayores presupuestos y tamaño (pequeñas y medianas), y con las que se contacten y requieran de asesoramiento directo.

Portafolio de servicios:

Gestión estratégica.

Misión

Creación de valor para las empresas de todos los sectores económicos, por medio del diseño y ejecución de planes y estrategias de marketing acopladas a las características situacionales y de tendencia del mercado.

Visión

Marketing y Negocios (M&N), pretende en los próximos 5 años ser la primera opción de las empresas que visionan ser las numero uno en sus segmentos de forma efectiva e innovadora, aspirando llegar en este tiempo a tener presencia en las principales ciudades del país.

Objetivo General

Satisfacer de forma efectiva e innovadora las necesidades de los clientes que presenten situaciones como problemas u oportunidades que requieran soluciones o toma de decisiones en temas de marketing.

Objetivos Específicos

- Estructurar un portafolio de productos atractivo para los clientes.
- Desarrollar una idea de negocio clara, enfocada y eficiente.
- Reunir a un equipo de trabajo profesional y moralmente responsable.
- Dispones de todo el conocimiento, herramientas y tecnología requeridos para la óptima prestación de los servicios.
- Transmitir a todos los clientes la confianza y valores que representan la marca.

Situación Organizacional

Matriz Mefe

Se identificaron las variables externas que generan mayor impacto para la empresa, entre estas se pueden evidenciar fuerzas económicas, fuerzas sociales, culturales y demográficas, fuerzas geográficas y fuerzas gubernamentales y legales. Las cuales por medio de una ponderación y calificación permiten saber que tanto afecta esa fuerza a las organizaciones y cuales hay que tener en cuenta para el presente trabajo, además de encontrar en qué nivel de oportunidad y amenaza se encuentra.

MATRIZ MEFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

AMENAZAS	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
El bajo conocimiento que tienen los microempresarios sobre los procesos de asesoramiento empresarial.	0.12	1	0.12
La desincentivación del emprendimiento y la microempresa.	0.2	1	0.2
Los planes cortoplacistas que generan las empresas.	0.1	1	0.1
El bajo desarrollo económico de la región puede afectar el crecimiento de la empresa.	0.08	2	0.16
El incremento de la tasa de interés puede afectar la decisión de compra de nuestros posibles clientes.	0.06	2	0.12
La cultura de no pago oportuno por parte de los clientes perjudica el desarrollo económico de la empresa.	0.04	2	0.08
Subtotal			0.78
OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
Poca competencia que se encuentra en el mercado.	0.11	4	0.44
No se evidencia un líder en el mercado.	0.09	4	0.36
Poca promoción de los servicios que ofrece la competencia.	0.07	3	0.21
Ser el líder en el mercado por medio de la página web en los medios de comunicación digital.	0.09	4	0.36
Entre mayor nivel salarial se genere en Villavicencio, mayor interés en adquirir nuestros servicios.	0.04	3	0.12
Subtotal	1		1.49
Total			2.27

Teniendo en cuenta la tabla anterior se puede evidenciar que la empresa está por debajo del 2.5 lo que significa que no están aprovechando las oportunidades que presenta pero así mismo tampoco evidencia las amenazas del sector.

Cada factor clave se debe categorizar entre amenaza y oportunidad, donde la amenaza más relevante se clasifica en 1 y la oportunidad en 4, de esta manera se identifica que una de las amenazas más importante es el bajo conocimiento que tienen los microempresarios sobre los procesos de asesoramiento empresarial, y en cuanto a la oportunidad se evidencia que es la poca competencia que se encuentra en el mercado.

Matriz Mefi

A continuación, se desarrolla el análisis Mefi de los procesos internos de la empresa, analizando las variables internas de mayor impacto como los departamentos de marketing, comercial, administrativo y financiero.

MATRIZ MEFI			
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS			
DEBILIDADES	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
Iniciativa por parte de los trabajadores por la búsqueda de nuevos clientes.	0.12	2	0.24
Poca información que maneja la empresa sobre el desarrollo y aplicabilidad en el portafolio de servicios.	0.08	1	0.08
Personal idóneo para el desarrollo de los diferentes cargos.	0.07	1	0.07
Subtotal			0.39
FORTALEZAS	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
Factor diferenciador de la empresa frente a la competencia.	0.12	4	0.48
Diversidad de servicios para cubrir las necesidades del mercado.	0.11	4	0.44
Estructura clara de los costos.	0.09	3	0.27
Registros contables Ayuda a mantener un control económico de la empresa.	0.08	3	0.24
Bajo endeudamiento con terceros.	0.08	3	0.24

La empresa se adapta a las necesidades de los clientes por medio de un asesoramiento de los servicios ofrecido.	0.13	4	0.52
Contenidos de publicidad y promoción dentro y fuera de la empresa.	0.12	4	0.48
Subtotal	1		2.67
Total			3.06

Teniendo en cuenta el resultado anterior podemos identificar que el resultado de las debilidades según su ponderación es de 0.39, a diferencia de sus fortalezas con un puntaje de 2.67 para un total de 3.06, debido a que el resultado está por encima del 2.5, esto nos indica que la empresa Marketing y servicios puede llegar a ser muy fuerte en su parte interna ya que sus fortalezas minimiza sus debilidades.

Luego de identificar y analizar las fuerzas del sector y sus factores claves se procede a determinar el impacto que tiene cada factor en la empresa con relación a la importancia de la debilidad y fortaleza, por departamento.

Matriz DOFA

Estudio Técnico

Localización

Para el presente proyecto de Pre-inversión, se propone realizar su ubicación en la ciudad de Villavicencio, debido a que se analiza un fuerte potencial en la creación de empresas. “Son más las empresas que se crean que las que se cierran, eso pasa en todas las economías y en todas las ciudades, Villavicencio hoy en día se convierte en una ciudad más competitiva que ofrece a muchos usuarios crear empresas. Hemos hecho un trabajo importante para facilitarle el trámite a los usuarios” afirmó el presidente de la Cámara de Comercio de Villavicencio Leonardo Baquero.

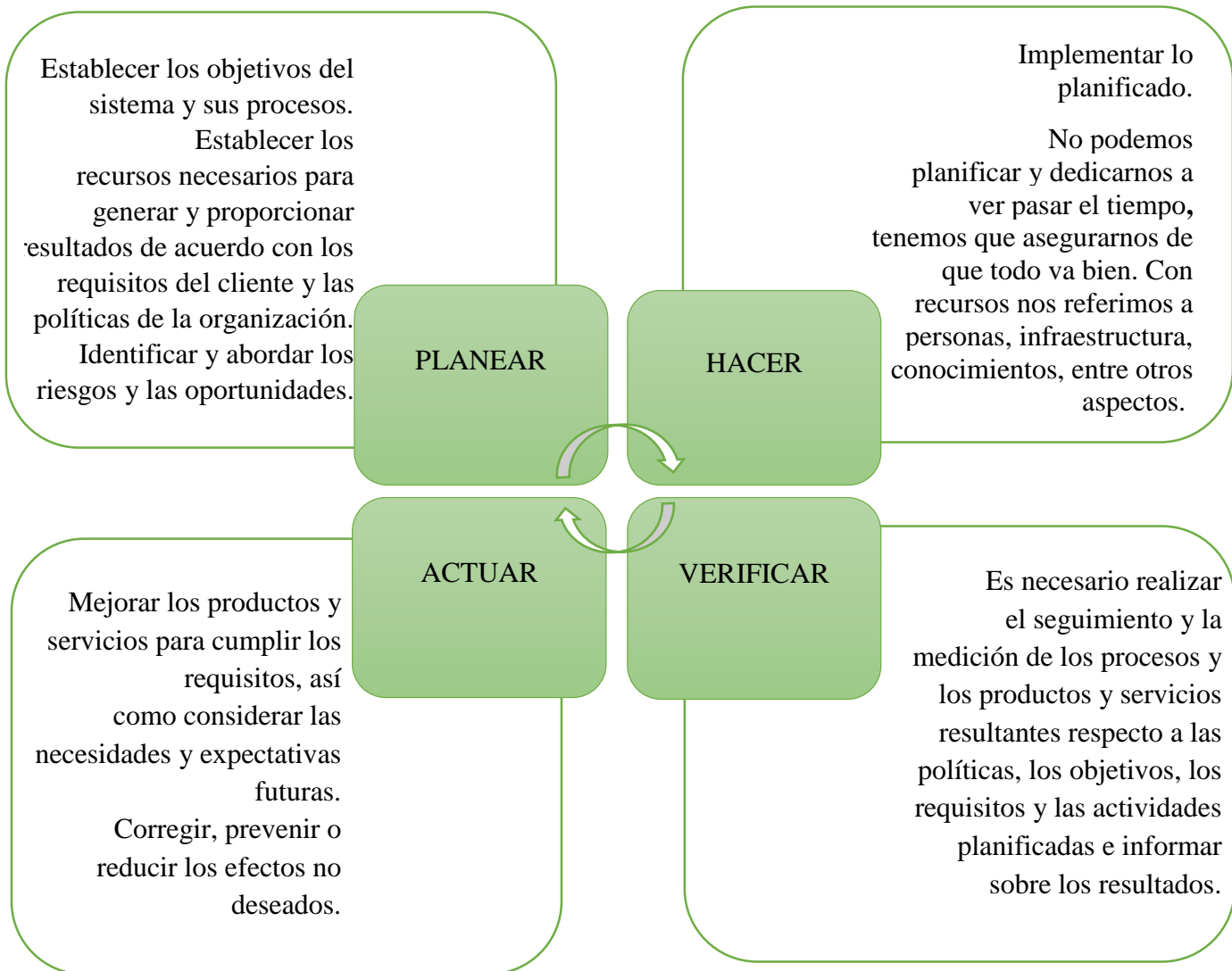
Para Miryam Barbosa Suárez, secretaria de Competitividad y Desarrollo del municipio, la ciudad presenta una gran fortaleza en materia de apertura de empresas, ya que cuenta con el Centro de Atención Empresarial (CAE) de la Cámara de Comercio, el cual permite fusionar en un solo paso y en el mismo lugar más de diez trámites. (deciBeleSfm, 2018).

Determinación de Procesos

Departamento	GERENTE GENERAL	
Proceso	Tiempo	Resultado esperado

Reunión con la persona encargada del área de marketing y comercial, con el fin de estar al tanto de los procesos que están manejando con cada cliente.	Jueves de cada semana.	Pleno conocimiento de las actividades realizadas en esta área.
Reunión con la persona encargada del área de Operaciones, con el fin de estar al tanto de los procesos que están manejando con cada cliente.	Viernes de cada semana.	Pleno conocimiento de las actividades realizadas en esta área.
Reunión con la persona encargada del área de Administrativa y contable, con el fin de estar al tanto de cómo se encuentra la empresa tanto en la parte administrativa como contable.	Miércoles de cada semana.	Pleno conocimiento de las actividades realizadas en esta área.
Se realizará una reunión donde estén involucradas todas las áreas de la compañía, con el fin de estar al tanto de las novedades que se estén presentado.	Martes de cada semana.	Conocimiento de lo sucedido en la empresa.
Planteamiento de indicadores a cumplir con cada área.	Cuando se evidencie necesario.	Mayor control de los procesos internas de cada área.

Ciclo PVHA



Stakeholders

Se entiende por Stakeholders “Parte Interesada” haciendo referencia a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones que suceden en una empresa.

En este caso las personas y empresas que se pueden ver involucradas para la empresa Marketing y Negocios son: Trabajadores, Clientes, Proveedores, Inversores, la comunidad, la sociedad en general, entes públicos y privados como; Cámara y comercio, Dian, Superintendencia y la alcaldía.

Estudio Legal

Tramites registro y constitución.

La empresa marketing y Negocios se registrará con el código CIU de la cámara de comercio de Villavicencio, representando la siguiente actividad:

Actividades de consultoría de gestión

Esta clase incluye:

- La prestación de asesoría, orientación y asistencia operacional a empresas y otras organizaciones sobre cuestiones de gestión, como la planificación estratégica y organizacional; temas de decisión de carácter financiero; objetivos y políticas de comercialización; planificación de la producción; políticas, prácticas y planificación de derechos humanos.
- Los servicios que se prestan pueden abarcar asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de:
 - ✓ Las relaciones públicas y comunicaciones.
 - ✓ Las actividades de **lobby**.
 - ✓ El diseño de métodos o procedimientos contables, programas de contabilidad de costos, procedimientos de control presupuestario.
 - ✓ La prestación de asesoramiento y ayuda a las empresas y las entidades públicas en materia de planificación, organización, dirección y control, información administrativa, etcétera.
- Las zonas francas, es decir, las unidades económicas que se dedican a la promoción, creación, desarrollo y administración del proceso de industrialización de bienes y la prestación de servicios destinados prioritariamente a los mercados externos.
(Codigo CIU, s.f.)

Para llevar a cabo la formalización del negocio como persona natural es necesario seguir el siguiente trámite.

1. Solicitar la Inscripción en el registro único Tributario (RUT) administrado por la dirección de impuestos y aduanas Nacionales (DIAN).

Los comerciantes deben estar inscritos en el RUT (Registro Único Tributario) y, si pertenecen al régimen simplificado, deben indicar su RUT en un lugar visible del establecimiento.

El primer paso para obtener el RUT es realizar el Pre-Rut, el cual se puede obtener a través de la página web www.dian.gov.co en Servicios en línea, RUT, Inscribise en el RUT o en las salas virtuales de la Cámara de Comercio. Una vez se tenga la certificación de apertura de la cuenta y el Certificado de Existencia y Representación Legal, el usuario debe dirigirse a la DIAN y solicitar el RUT definitivo.

Inscripción en el RIT. Todo establecimiento de comercio debe quedar inscrito en el Registro de Información Tributaria (RIT) a través del diligenciamiento del Formulario RIT Establecimiento de Comercio. Este formulario también permite realizar la actualización o clausura de dichos establecimientos.

Para el caso particular de los establecimientos ubicados en Bogotá, se podrá encontrar mayor información en la página web de la Secretaría Distrital de Hacienda: www.shd.gov.co en Pagos y servicios, Servicios en puntos de atención, Inscripción, novedades y cancelación del RIT. Así mismo, se podrá descargar el formulario correspondiente en el mismo sitio web www.shd.gov.co en Contribuyentes, Formatos.

En el caso de los establecimientos ubicados en otros municipios, el usuario tendrá que acercarse a la entidad que haga las veces de la Secretaría Distrital de Hacienda. (MINEDUCACION , 2018).

Tramites de permisos

El empresario debe realizar una serie de gestiones para garantizar el legal funcionamiento y operación de la empresa y/o establecimiento. Para ello debe tener en cuenta los siguientes permisos:

Certificado de seguridad: Como empresario está obligado a cumplir con las regulaciones mínimas de seguridad para su establecimiento abierto al público o actividad productiva, solicitando la revisión técnica de seguridad para obtener certificado de bomberos.

Uso de suelos, valla publicitaria y espacio público: Es importante que se establezca si el lugar donde se instalara su establecimiento tiene uso permitido. A partir de la vigencia del decreto 1879 de 2008, el certificado de uso de suelo no es requisito para la apertura del establecimiento de comercio, pero para su funcionamiento debe cumplir con las normas frente al uso de suelo. Intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación. También se debe obtener el registro para la publicidad exterior visual y permisos de ocupación temporal del espacio público.

Registro de Marca: si la empresa desea proteger la marca de sus productos o servicios, debe iniciar el registro de marca, lema o enseña comercial correspondiente, ante la superintendencia de industria y comercio. Por medio de la cámara de comercio de la ciudad correspondiente. El empresario podrá radicar las solicitudes de antecedente marcario y registro de marca.

Inscripción del registro único tributario RUT para obtención del NIT: El NIT es el número de identificación tributaria que asigna la DIAN por una sola vez cuando el obligado se inscribe en el RUT. Están obligados a la inscripción todas las personas naturales, jurídicas o entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio; los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros; y los demás sujetos de obligaciones administrativas por la DIAN.

Tramites Laborales

Al momento que la empresa inicie su respectivo funcionamiento, adquiere unas obligaciones laborales y patronales con los trabajadores vinculados a través de contrato laboral, mencionados a continuación:

1. Afiliaciones obligatorias al sistema integral de seguridad social: sistema de pensiones, sistema de salud (EPS) y sistema de riesgos laborales (ARL).

El Sistema de Seguridad Social en Salud (SGS) es la forma como se brinda un seguro que cubre los gastos de salud a los habitantes del territorio nacional, colombianos y extranjeros. Se debe afiliarse a la Entidad Promotora de Salud (EPS) que prefiera, recibe un Carnet de Salud y entra a formar parte del Sistema de Seguridad Social en Salud. Los servicios los recibe a través de una Institución Prestadora de Servicios (IPS).

En el caso de un empleado, el valor de la cotización es de 12% del salario mensual, 8% le corresponde pagarlo al empresario y 4% al empleado; el trabajador independiente paga mensualmente 12% de sus ingresos como valor de la cotización y, el pensionado, paga 12% de su ingreso mensual.

¿Quiénes deben ser afiliados al régimen contributivo?

Según la ley todos los empleados, trabajadores independientes (con ingresos totales mensuales superiores a un (1) salario mínimo) y los pensionados, deben estar afiliados al Régimen Contributivo. La responsabilidad de la afiliación del empleado es del empleador y del pensionado es del Fondo de Pensiones.

Riesgos Laborales: Todo empleador tiene la obligación de afiliarse a sus empleados a una empresa Administradora de Riesgos Laborales - ARL. Con esa afiliación se cubren todos los gastos de salud que ocasionen los accidentes o enfermedades que produzca su trabajo, así como el pago de los días en que no pueda trabajar a causa de ellos. La atención de los accidentes o enfermedades será realizada por la EPS a la que se encuentre afiliado quien cobrará los gastos ocasionados a la ARL. Se debe exigir al empleador que lo afilie a una ARL y tenga presente que el empleado por esta afiliación, no debe pagar nada. El valor total de la misma corre por cuenta del empleador. (Ministerio de la Protección Social, 2004)

2. Aportes parafiscales al instituto colombiano de bienestar familiar (ICBF), al servicio nacional de aprendizaje (SENA) y a las cajas de compensación familiar (CCF).

Estas tres entidades reciben el 9% de todo pago de salario formal en el país. Con los recursos obtenidos, el ICBF adelanta programas de bienestar social dirigidos a proteger la niñez y las familias menos favorecidas, el Sena se encarga de la intermediación laboral y de la formación para el trabajo y las CCF intermedian los subsidios directos a través de entregas de dinero, bienes de primera necesidad, crédito, cursos de capacitación y actividades recreativas para los trabajadores. (El Espectador , 2010).

Las empresas que tengan trabajadores vinculados mediante contrato de trabajo deben hacer este aporte distribuido de la siguiente forma: 4% para el subsidio familiar (Cajas de Compensación Familiar), 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y 2% para el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

3. Elaborar el reglamento interno de trabajo (RIT).

El Reglamento Interno de Trabajo (RIT) se encuentra regulado en el Código Sustantivo del Trabajo en su artículo 104 y siguientes, el cual lo define como el conjunto de normas que determinan las condiciones bajo las cuales se desenvuelve la relación laboral y a las cuales debe sujetarse el empleador y trabajador.

¿Quiénes están obligados a tener Reglamento Interno de Trabajo?: Están obligados a tener un RIT toda empresa o empleador que ocupe más de cinco (5) trabajadores de carácter permanente en empresas comerciales, o más de diez (10) en empresas industriales, o más de veinte (20) en empresas agrícolas, ganaderas o forestales.

El empleador puede elaborar el RIT sin la intervención de un tercero, a menos que se haya estipulado en pacto, convención colectiva, fallo arbitral o acuerdo con sus trabajadores, ni necesita aprobación o visto bueno del Ministerio de Trabajo.

El RIT hace parte integral del contrato individual de trabajo de cada uno de los trabajadores.

4. Elaborar un programa de salud ocupacional y un reglamento de higiene industrial para la empresa.

Estos procesos buscan mejorar las condiciones de salud y seguridad de la empresa a partir de una política de salud ocupacional que incluya los objetivos clave que deben guiar a los equipos de trabajo para alcanzar los resultados en materia de mejoramiento de las condiciones de trabajo y la satisfacción del personal. Por tal motivo es de suma importancia que toda empresa realice un modelo para la elaboración del programa de salud ocupacional que contenga los principales elementos que conforman los sistemas de seguridad y salud ocupacional.

Teniendo en cuenta lo anterior es de aclarar que las empresas de las nóminas mensuales deben pagar a ciertas entidades, las cuales son: 1. ARP: Riesgos Profesionales, lo paga la empresa por lo general es de 0,522%, este porcentaje es de acuerdo a la empresa y el riesgo. Del total devengado, deducido el auxilio de transporte. 2. ICBF: 3% del total devengado deducido el auxilio de transporte. 3. Sena: 2% del total devengado deducido el auxilio de transporte. 4. Caja de Compensación Familiar: 4% del total devengado.

Estudio económico financiero

Recurso	Concepto	Valor
Equipos e instalaciones para administración	5 escritorios	\$450,000
	4 computadores de Mesa "Unidad"	\$1,600,000
	2 portátiles	\$2,400,000
	15 sillas de Oficina	\$800,000
	5 archivadores	\$400,000
	1 impresora	\$1,100,000

	1 teléfono	\$200,000
	3 celulares Corporativos	\$600,000
	Insumos de Oficina	\$500,000
	Compra de propiedad plata y equipo	\$200,000
	Subtotal	\$8,250,000
Terrenos y su adecuación	Arriendo	\$500,000
	Internet y telefonía	\$100,000
	Plan Móvil Corporativo	\$150,000
	Subtotal	\$750,000
Tecnológicos	Compra de instalaciones de un paquete office.	\$120,000
	Dominio y Hosting de la página Web	\$600,000
	Suscripción a Google AdWords	\$500,000
	Suscripción de Facebook Ads	\$120,000
	Subtotal	\$1,340,000
Humanos	Gerente General	\$1,500,000
	Prestaciones sociales y legales	\$490,000
	Jefe de Administración y contable	\$1,300,000
	Prestaciones sociales y legales	\$500,081
	Jefe de Marketing y Comercial	\$1,300,000
	Prestaciones sociales y legales	\$500,081
	Asistente comercial	\$800,000
	Prestaciones sociales y legales	\$349,981
	Asistente comercial	\$800,000
	Prestaciones sociales y legales	\$349,981
	Jefe de Operaciones	\$1,300,000
	Prestaciones sociales y legales	\$500,081
	Asistente de operaciones	\$800,000
	Prestaciones sociales y legales	\$349,981

	Asistente de operaciones	\$800,000
	Prestaciones sociales y legales	\$349,981
	Subtotal	\$11,990,167
Información	Base de datos suministrada por la cámara y comercio, con el fin de dar a conocer los servicios ofrecidos, con la intención de generar posibles clientes.	\$350,000
Tramites	Legales	\$815,400
	Subtotal	\$1,165,400
	Total	\$23,495,567

COSTOS DEL SERVICIO				
Costo de los materiales directos				
	+	costo del inventario inicial de los materiales directos	\$2,860,000	
	+	23.5% del costo de las compras totales	\$47,000	
	+	costo de material directos comprado en el periodo	\$0	
	=	costo de materiales y servicios disponibles para el uso		\$2,907,000
Costo de mano de obra directa				
	+	salario	\$2,900,000	
	+	prestaciones legales y sociales	\$1,200,043	
	+	otras prestaciones sociales	\$0	
	=	mano de obra directa		\$4,100,043
CIF				
	+	costo de materiales indirectos	\$3,230,000	
	+	costo de mano de obra indirecta	\$4,289,962	
	+	otros costos de prestación del servicio	\$1,523,000	
	=	total de CIF		\$9,042,962
Costos de servicios tercerizados				
	+	honorarios a terceros	\$0	
	+	servicios tercerizados	\$0	
	+	otros servicios	\$0	
	=	costos de servicios tercerizados		\$0
Costo de la prestación del servicio				\$16,050,005
GASTOS NECESARIOS OPERACIÓN DE LOS SERVICIOS				
gastos administrativos				

	+	sueldos	\$1,800,081.00	
	+	equipos de oficina	\$730,000.00	
	+	tramites y registros legales	\$815,400.00	
	=	total gastos administrativos		\$3,345,481.00
gastos de ventas				
	+	sueldos	\$1,800,081.00	
	+	equipos de oficina	\$730,000.00	
	+	tecnología	\$1,220,000.00	
	+	información	\$350,000.00	
	=	total gastos de ventas		\$4,100,081.00
total gastos de operación				\$7,445,562.00
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE LA PRESTACION DEL SERVICIO				\$23,495,567.00

Punto de equilibrio:

PUNTO DE EQUILIBRIO								
periodos	gastos operacionales	gastos fijos	cft	pvu	cvu	mcu	pe anual	mensual
1	7,445,562	108,515,544	115,961,106	1,001,742	241,622	760,120	153	12.71
2	7,817,840	119,638,387	127,456,227	1,080,885	253,703	827,182	154	12.84
3	8,208,732	131,901,322	140,110,054	1,165,438	266,388	899,049	156	12.99
4	8,619,169	145,421,207	154,040,376	1,255,744	279,708	976,036	158	13.15

TIR (Tasa de retorno de la Inversión)

292%

VPN (VPN Valor presente Neto)

\$126, 395,490.56

PRI (Periodo de recuperación de la Inversión)

4.17meses

Según el estudio financiero la empresa evidencia una gran oportunidad en cuanto al potencial crecimiento del mercado y las ventas que esta generaría, dando como resultado una tasa favorable para el inversor y una recuperación de la inversión en poco tiempo.

CONCLUSIONES

En la actualidad Villavicencio es una ciudad que tiene tendencia a un posible crecimiento tanto economía como empresarial convirtiéndose en una ciudad más competitiva y llamativa para los empresarios, por tal motivo es que la empresa Marketing y Negocios analiza un potencial enorme en este mercado, generando así un desarrollo y expansión en esta región.

Debido a la poca competencia directa que presenta la empresa se puede evidenciar un posible desconocimiento que tienen las Mipymes en cuanto a empresas de servicios de Marketing, lo cual desfavorece un poco a la empresa, e impulsa a la ejecución de las estrategias.

Se puede analizar que la oferta de los servicios de marketing en la ciudad de Villavicencio es escaso y además las empresas que se encuentran en el mercado no se promocionan de la mejor manera ni crean un voz a voz representativo para posicionarse como algún líder en el mercado.

Existe una demanda potencial en este tipo de servicios dado a la necesidad que tienen las empresas de encontrar soluciones eficaces a sus problemas de venta, posicionamiento, reconocimiento, permanencia en el mercado entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia. (2018). Obtenido de <https://www.webpublicidadvillavo.com/>

Codigo CIU. (s.f.). Obtenido de http://www.ccv.org.co/site/fileadmin/user_upload/codigosciiu.pdf

deciBeleSfm. (21 de julio de 2018). Obtenido de <http://www.decibeles.com.co/villavicencio-entre-las-ciudades-mas-favorables-para-hacer-negocios-y-crear-empresa-en-colombia/>

Dinero. (02 de Febrero de 2017). Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/los-retos-que-enfrentan-las-mipymes-en-colombia/241586>

El Espectador . (01 de Mayo de 2010). Obtenido de <https://www.elespectador.com/articulo201031-hacer-los-parafiscales>

El Tiempo. (05 de Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/empresas-en-colombia-47477>

MINEDUCACION . (23 de ABRIL de 2018). Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-179304.html>

Ministerio de la Proteccion Social. (2004). Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co>

publicar. (2018). Obtenido de <https://www.publicar.com/>